**1.INTRODUCCIÓN**

Las páginas web en la actualidad es un instrumento muy utilizado en el mundo por organizaciones, instituciones, casas y empresas, que tiene como propósito, comunicar,expresar,publicitar, informar y ahora hasta interactuar. El documento está dividido en cuatro capítulos, se basa en conocer a fondo el concepto de página web y todo lo que conlleva,como son sus, creaciones,diseños característicos, tipos, lenguajes, herramientas, asi como también la publicación de los mismos. También se podrá encontrar información sobre definición y sus diferentes tipos de páginas web educativas existentes en la actualidad, que están divididas según su naturaleza por páginas web informativas y formativas. Esperando que este trabajo monográfico brinde la ayuda necesaria para el entendimiento conceptual,desarrollo y aplicación de la página Web y asi seguir mejorando en la enseñanza con nuestros alumnos.

Una página web juega un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad. Diariamente la información digital, es manejada por millones de personas sin importar su rango de edad,raza o religión. Los estudiantes necesitan enfrentarse a la reducción de problemas, no solo como escolar sino también proyectarse hacia un futuro, donde la creatividad y la innovación sean el enlace hacia su vida cotidiana, por eso la necesidad de crear instrumentos que ayudan al aprendizaje con estructuras cognitivas de alto grado de adaptabilidad a lo nuevo y a las expectativas de los estudiantes. Viendo la importancia de las nuevas tecnologías en el mundo globalizado. El hecho de tener una página Web es muy importante ya que podemos poseer y manejar los recursos tecnológicos; ya que actualmente es indispensable manejar las TICS en la educación.

Asimismo la tecnología se encuentra en la sociedad misma y en el mundo, ya que existen aparatos digitales en la mano como (celulares, laptos tables y otros) aparatos táctiles en forma de ordenador

**2.PLANTEAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO**

**2.1. Diagnostico del contexto productivo**

Después de analizar detenidamente el contexto productivo en el que estamos desarrollando nuestro emprendimiento T-Sport, nos damos cuenta de que estamos en un momento crucial para el crecimiento y la consolidación de nuestro negocio. Aunque hemos logrado dar los primeros pasos realizando ventas de manera presencial y a través de redes sociales,reconocemos que para avanzar y competir en el mercado actual es indispensable dar un salto hacia lo digital.

La ausencia de una página web profesional es una limitante que nos impide mostrar de manera ordenada y atractiva todo nuestro catálogo de productos, así como brindar una experiencia de compra más cómoda y confiable a nuestros clientes. En un mundo donde cada vez más personas prefieren hacer sus compras en línea,mantenernos solo con ventas presenciales o redes sociales nos pone en desventaja frente a otras marcas y negocios que ya cuentan con plataformas digitales consolidadas.

Además, entendemos que el sector de ropa deportiva tiene una demanda creciente,impulsada por un estilo de vida más saludable y la popularización del deporte. Esto abre una oportunidad valiosa para T-Sport, siempre y cuando sepamos aprovechar las herramientas tecnológicas adecuadas para llegar a nuestro público objetivo. Sabemos que la competencia no es fácil, ya que existen marcas establecidas y tiendas en línea con mayor experiencia y recursos, pero también creemos que con una estrategia clara y el compromiso de hacer bien las cosas, podemos posicionarnos como una opción atractiva y confiable para nuestros clientes.

Reconocemos que enfrentamos varios desafíos, especialmente en cuanto a nuestra limitada experiencia en desarrollo web y marketing digital, así como los recursos económicos que tenemos disponibles para invertir. Sin embargo, estamos convencidos de que con una planificación adecuada, aprendizaje constante y trabajo en equipo,estos obstáculos pueden ser superados. La creación de una página web no solo es una necesidad,sino también una oportunidad para formalizar nuestro emprendimiento, mejorar nuestra imagen y abrir nuevas vías de comercialización.

En definiiva, este diagnóstico nos ha ayudado a comprender mejor nuestra realidad y a definir el camino que debemos seguir. El proyecto de desarrollar una página web para T-Sport representa para nosotros una herramienta fundamental que marcará la diferencia en la forma en que nuestro negocio se relaciona con sus clientes y compite en el mercado.Estamos motivados y comprometidos en llevar adelante este proyecto, con la firme convicción de que será un paso decisivo para que T-Sport crezca, se fortalezca y alcance el éxito que deseamos.

**2.2. Objetivos del emprendimiento productivo**

**2.2.1.Objetivo general**

Desarrollar una página web funcional y atractiva para T-Sport,que permita promocionar y comercializar nuestros productos deportivos, facilitando el acceso a nuevos clientes y fortaleciendo la presencia digital de nuestro emprendimiento.

**2.2.2. Objetivos específicos**

·Diseñar una interfaz intuitiva y visualmente atractiva que refleje la identidad y valores de T-Sport.

·Crear un catálogo dgital que muestre de forma clara y organizada los productos disponibles, con imágenes, descripciones y precios.

**·** Implementar un sistema sencillo para que los clientes puedan realizar pedidos o consultas de manera rápida y directa, ya sea a través de la web o mediante enlaces a redes sociales y WhatsApp.

· Optimizar la página web para que sea accesible y fácil de usar desde dispositivos móviles, considerando que la mayoría de nuestros potenciales clientes navegan desde smartphones.

·Mejorar la comunicación con nuestros clientes, incorporando formularios de contacto y enlaces a nuestras redes sociales para facilitar la interacción.

·Promover el emprendimiento a través de la página web, fortaleciendo la imagen de la marca y generando confianza entre los usuarios.

**2.3. Resultados esperados**

Con la creación y puesta en marcha de la página web para T-Sport, esperamnos lograr los siguientes resultados que contribuirán al crecimiento y profesionalización de nuestro emprendimiento:

**1.Incremento en la visibilidad y alcance del emprendimiento:** Quemáspersonas conozcan nuestra marca y productos gracias a la presencia en línea,alcanzando clientes potenciales fuera de nuestro círculo local.

**2.Aumento** **en** **las** **ventas**: Facilitar el proceso de compra mediante la página web, lo que se traducirá en un incremento de pedidos, tanto locales como de zonas cercanas o incluso más lejanas.

**3.Mejora** **en** la **experiencia** **del cliente**: Ofrecer a los usuarios una plataforma clara,accesible y fácil de navegar donde puedan encontrar toda la información que necesitan sobre los productos y realizar consultas o pedidos de manera rápida.

**4.Fortalecimiento** **de** la **imagen** **de** **marca**: Proyectar una imagen profesional y confiable que genere confianza en los clientes,posicionando a T-Sport como una opción sólida dentro del mercado deportivo.

**5.Optimización del proceso de ventas y atención**:Centralizar lagestión depedidos **y** consultas a través de la página web y sus herramientas asociadas, facilitando la administración y mejorando la comunicación con los clientes.

**6.Adaptación a las tendencias del mercado digital:** Integrar **a** nuestroemprendimiento en el mundo digital, lo que nos permitirá ser competitivos y prepararnos para futuros retos y oportunidades en el comercio electrónico.

**7.Capacitación** **y crecimiento** **personal**: Adquirir nuevos conocimientos y habilidades en desarrollo web, marketing digital y gestión de negocios, que serán útiles para seguir creciendo como emprendedores.

**2.4 Plan de acción**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| LÍNEAS DE  ACCIÓN | ACTIVIDADES | RESPONSABLES |
| Investigación y  planificación | Analizar mercado y competencia | Ambos estudiantes |
| Definir diseño y estructura web | Ambos estudiantes |
| Desarrollo de  la página web | Programar y construir la pagina | Ambos estudiantes |
| Crear contenido | Ambos estudiantes |
| Integración de funciones | Añadir al carrito de compras o sistema de  pedidos | Ambos estudiantes |
| Incorporar formularios y enlaces a redes sociales | Ambos estudiantes |
| Pruebas y  ajustes | Revisar funcionamiento | Ambos estudiantes |
| Corregir errores y optimizar | Ambos estudiantes |
| Lanzamiento y  promoción | Publicar la página web | Ambos estudiantes |
| Promover en redes sociales | Ambos estudiantes |
| Gestión y  mejora  continua | Gestionar actualizaciones | Ambos estudiantes |
| Atender pedidos y consultas | Ambos estudiantes |
| Recoger feedback para mejoras | Ambos estudiantes |

**2.5.Justificación**

Nuestro emprendimiento, T-Sport, nace con el objetivo de ofrecer ropa deportiva de buena calidad, con diseños modernos y a precios accesibles. Hasta ahora, hemos realizado nuestras ventas principalmente de forma presencial, apoyándonos en redes sociales y

contactos directos. Sin embargo, al analizar el comportamiento del mercado actual,entendemos que si queremos crecer, posicionar nuestra marca y llegar a más clientes,es indispensable tener presencia digital.

Hoy en día, muchas personas realizan sus compras a través de internet por la comodidad,rapidez y acceso a más información. No contar con una página web nos limita,ya que no podemos mostrar nuestro catálogo completo ni dar a conocer todo lo que ofrecemos de manera profesional. Además, dependemos únicamente de redes sociales, donde la información se pierde fácilmente entre publicaciones.

Por eso, creemos que desarrollar una página web para T-Sport no solo es necesario, sino estratégico. Este proyecto nos permitirá organizar mejor nuestra oferta de productos,brindar una mejor experiencia a nuestros clientes, faciltar el proceso de compra y proyectar una imagen más seria y confiable de nuestra marca. También nos abrirá las puertas a nuevas oportunidades de negocio, como ventas fuera de nuestra zona local y colaboraciones con otros emprendedores o marcas.

A través de este emprendimiento productivo, buscamos dar un paso firme hacia la digitalización, adaptándonos a las nuevas formas de consumo y aprovechando las herramientas tecnológicas disponibles. Este proyecto no solo fortalecerá nuestro negocio,sino que también representa una etapa importante de aprendizaje, crecimiento y formalización para nosotros como emprendedores.

**3. CALENDARIO DE EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TAREAS | Tercer trimestre 5 de agosto-17 de octubre | | | | | | | | | |
| AGOSTO | | | SEPTIEMBRE | | | | | OCTUBRE | |
| 5 | 18 | 25 | 2 | 18 | 22 | 25 | 30 | 8 | 17 |
| 1.  Investigación  del mercado |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| y análisis de competencia |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Definición del diseño y estructura de la página web |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Creación del logotipo y elección de colores |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| corporativos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Elaboración del contenido (textos,imágenes y productos) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Programación y construcción del sitio web |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Integración de formularios y base de datos de pedidos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7. Pruebas de funcionamien to y |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| corrección de errores |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Optimización del diseño y mejora visual |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9.Publicación y promoción del sitio web en redes sociales |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Evaluación final y presentación del proyecto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**4.DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO**

Nosotros somos los creadores de T-Sport, un emprendimiento que nació con la intención de ofrecer ropa deportiva cómoda, de buena calidad y con precios accesibles. Empezamos haciendo ventas de manera presencial y a través de nuestras redes sociales,promocionando nuestros productos entre amigos, conocidos y en espacios locales. Con el tiempo, fuimos dándonos cuenta de que si queríamos crecer y llegar a más personas,necesitábamos dar un paso más: llevar nuestro emprendimiento al mundo digital.

Por eso, decidimos desarrollar una página web que represente lo que es T-Sport,que nos ayude a mostrar mejor nuestros productos, y que facilite el proceso de compra para nuestros clientes. Este proyecto es parte de nuestro plan para formalizar y profesionalizar el emprendimiento, y convertirlo en una marca con presencia real tanto en el entorno físico como en el digital.

**Etapas del Desarrollo**

**1. Diagnóstico y planificación**

Lo primero que hicimos fue analizar nuestra situación actual. Vimos que no teníamos una plataforma donde mostrar todos nuestros productos de manera organizada, y que muchas veces perdíamos oportunidades de venta por no contar con un canal digital más completo.Investigamos qué hacen otras marcas, cómo funcionan las páginas web de ropa deportiva y qué buscan los clientes cuando compran por internet.

**2.Diseño y estructura**

Luego nos sentamos a planear cómo queríamos que fuera nuestra página: simple, clara,pero profesional. Pensamos en qué secciones debía tener: una página de inicio, un catálogo de productos, una sección de contacto y enlaces directos a nuestras redes sociales.También definimos los colores y el estilo visual que representaran la identidad de T-Sport.

**3.Desarrollo de la página**

Una vez que tuvimos claro el diseño, comenzamos a trabajar en la creación de la página utilizando una plataforma web accesible. Nos repartimos las tareas: uno de nosotros se encargó más del diseño y la estructura, y el otro se ocupó del contenido (como fotografías,descripciones, precios, etc.). También integramos herramientas como formularios de contacto y botones para pedidos por WhatsApp.

**4.Pruebas y ajustes**

Cuando la web estuvo casi lista, hicimos pruebas en computadoras y celulares para asegurarnos de que todo funcionara bien. Detectamos algunos errores menores que corregimos rápidamente. También pedimos opinión a personas cercanas para saber quétan fácil les resultaba usar la página.

**5. Lanzamiento y promoción**

Con la página terminada, la lanzamos oficialmente y comenzamos a difundila en nuestras redes sociales. Hicimos publicaciones especiales, historias y mensajes directos para invitar a nuestros clientes a conocerla. La respuesta fue muy positiva, y eso nos motivó aún más.

**6. Evaluación y mejora continua**

Sabemos que el trabajo no termina con lanzar la página. Seguimos atentos a los comentarios de nuestros clientes y revisamos el funcionamiento constantemente. Nuestro objetivo es seguir mejorando, agregar nuevos productos, actualizar fotos y quizás en el futuro implementar una tienda online completa con pagos en línea.

**4.1. Localización del emprendimiento**

Mi emprendimiento T-Sport está ubicado en El Alto, Distrito 7 Zona el Progreso, una zona estratégica para desarrollar nuestro negocio debido a la gran cantidad de personas activas y jóvenes que buscan productos deportivos de calidad. Actualmente, realizamos nuestras ventas de forma presencial en esta área, lo que nos permite tener contacto directo con nuestros clientes y entender mejor sus necesidades.

Elegimos Distrito 7 Zona el Progreso de El Alto porque es un lugar con buena conectividad y un flujo constante de personas interesadas en la actividad física y el deporte, lo cual es ideal para dar a conocer nuestros productos y fortalecer la marca.

Con la creación de la página web, buscamos ampliar nuestra presencia más allá de este distrito, alcanzando clientes en otras zonas y ciudades, y superando las limitaciones geográficas que tenemos actualmente.

**4.2.Análisis del mercado**

Como emprendedores de T-Sport, nosotros hemos realizado un análisis del mercado para entender mejor el entorno en el que queremos desarrollar nuestro negocio y cómo podemos posicionar nuestra marca de ropa deportiva.

**1.Segmento de mercado**

Nos enfocamos principalmente en jóvenes y adultos de entre 15 y 35 años, quienes practican deporte o mantienen un estilo de vida activo y saludable. En nuestra zona, El Alto,Distrito 7, hemos notado que hay una demanda creciente por ropa deportiva que sea cómoda,resistente y moderna, pero que también tenga un precio accesible. Muchas veces,

nuestros potenciales clientes no encuentran opciones que les ofrezcan una buena relación calidad-precio.

**2.Análisis de la competencia**

En nuestro distrito y alrededores, existen varias tiendas que venden ropa deportiva,tanto marcas reconocidas como pequeños emprendimientos. Sin embargo, la mayoría ofrece productos con precios altos o poca variedad en modelos y tallas. También vimos que la competencia digital es limitada, ya que muchos venden solo a través de redes sociales sin contar con una página web formal, lo que dificulta la experiencia de compra para los clientes.

Por eso, creemos que tenemos una oportunidad para diferenciarnos, ofreciendo atención personalizada, precios competitivos y una página web que facilite a nuestros clientes ver todos nuestros productos de manera clara y organizada.

**3. Tendencias del mercado**

El mercado de ropa deportiva está creciendo debido al interés creciente en la salud,el deporte y el bienestar. Además, notamos que cada vez más personas prefieren comprar en línea porque es más cómodo y rápido. Por esta razón, estamos convencidos de que desarrollar una página web es fundamental para adaptarnos a estas tendencias y ampliar nuestro alcance.

**4.Factores clave para el éxito**

Ofrecer productos de calidad con precios justos.

Mantener una atención cercana y confiable, tanto en las ventas presenciales como en la web.

Facilitar una experiencia de compra fácil y atractiva a través de nuestra página.

Escuchar y adaptarnos a las necesidades y opiniones de nuestros clientes para mejorar siempre.

**4.2.1.Ofertas**

En T-Sport, nos especializamos en ofrecer conjuntos deportivos, shorts deportivos y sudaderas diseñados especialmente para niños, mujeres jóvenes y adultos. Sabemos que cada grupo tiene necesidades diferentes, por eso nuestros productos están pensados para brindar comodidad, estilo y funcionalidad para toda la familia.

Nuestros conjuntos deportivos están fabricados con materiales resistentes y cómodos,ideales para actividades físicas y para el día a día. Los shorts deportivos ofrecen flexibilidad y frescura, perfectos para quienes prefieren prendas ligeras al momento de entrenar o practicar algún deporte. Las sudaderas, por su parte, son una opción excelente para mantenerse abrigados antes, durante o después del ejercicio.

Con esta oferta, buscamos cubrir las necesidades de diferentes edades y gustos,manteniendo siempre la calidad y precios accesibles que caracterizan a T-Sport. Además,con la página web, queremos facilitar que nuestros clientes puedan conocer todos nuestros productos y realizar sus pedidos de manera rápida y sencilla, sin importar dónde se encuentren

**4.2.2.Demanda**

Nosotros hemos identificado que en El Alto, Distrito 7, existe una demanda constante y creciente de ropa deportiva, especialmente de conjuntos deportivos, shorts y sudaderas para niños, mujeres jóvenes y adultos. Muchas personas practican deporte o llevan un estilo de vida activo y buscan prendas que les permitan sentirse cómodos, versátiles y a la moda.

Observamos que, aunque hay varias opciones en el mercado, muchas veces los clientes no encuentran productos que se ajusten a sus necesidades específicas, ya sea por precio,calidad o variedad de tallas. Esto nos indica que la demnanda está presente, pero aún no está completamente satisfecha.

Además, con el aumento del uso de internet y dispositivos móviles, cada vez más personas prefieren hacer sus compras en línea para ahorrar tiempo y tener más opciones. Por eso,al desarrollar nuestra página web,estamos respondiendo a esta demanda digital, facilitando el acceso a nuestros productos y mejorando la experiencia de compra.

Estamos seguros de que, al ofrecer productos de buena calidad, adaptados a diferentes edades y a precios competitivos, podemos captar una parte importante de esta demanda y crecer como emprendimiento

**4.2.3. Publico objetivo(cliente y/o usuario)**

El público objetivo de mi proyecto de realización de página web para T-SPORT estáconformado principalmente por deportistas, entrenadores y aficionados al deporte que buscan información,productos y servicios relacionados con la actividad física y el deporte.También incluyo a clubes deportivos, gimnasios y tiendas especializadas que desean mejorar su presencia en línea para llegar a más clientes y facilitar la venta de sus productos o servicios.

En específico, me dirijo a personas entre 15 y/ 45 años, con un interés activo en deportes como fútbol, baloncesto, running y fitness, que utilizan internet como medio principal para buscar información, inscribirse en eventos deportivos, adquirir ropa y accesorios deportivOS,o contratar servicios de entrenamiento personalizado.

Además,el público objetivo incluye a emprendedores y pequeños negocios del sector deportivo que necesitan una plataforma digital funcional y atractiva para promocionarse y crecer en el mercado digital. Mi proyecto busca satisfacer estas necesidades mediante una página web intuitiva, moderna y optimizada para diferentes dispositivos, que permita a T-SPORT posicionarse como una marca confiable y accesible.

**4.2.4. Entorno y competencia**

El entorno en el que se desarrolla el proyecto de creación de páginas web para T-SPORT está marcado por un mercado digital en constante crecimiento y alta demanda de servicios tecnológicos. Actualmente, muchas empresas deportivas buscan fortalecer su presencia en línea para mejorar la comunicación con sus clientes, promocionar eventos, vender productos y servicios, y aumentar su visibilidad. Esto genera una oportunidad importante para ofrecer soluciones digitales especializadas y adaptadas a las necesidades del sector deportivo.

En cuanto al entorno competitivo, existen varias empresas y freelancers que ofrecen servicios de diseño y desarrollo web, sin embargo, pocos se especializan en el nicho deportivo, lo que representa una ventaja para nuestro emprendimiento. La mayoría de los

competidores se enfocan en mercados generales, lo que puede generar una falta de personalización y conocimiento específico sobre las necesidades de clubes deportivos como T-SPORT.

Además,el entorno tecnológico favorece la innovación constante, por lo que es importante mantenerse actualizado en las últimas tendencias de diseño, experiencia de usuario (UX),optimización para motores de búsqueda (SEO) y herramientas de gestión de contenido.También, la pandemia ha acelerado la digitalización, aumentando la demanda de plataformas online para interacción y comercio electrónico, lo que fortalece la viabilidad del proyecto.

En resumen, el entorno presenta un escenario favorable para la creación de páginas web especializadas para el sector deportivo, con una competencia que no está completamente adaptada a este nicho, lo que permite ofrecer un valor diferencial y captar un mercado en expansión.

**4.2.5.Ventaja competitiva del emprendimiento**

Nuestra principal ventaja competitiva radica en la especialización y el profundo conocimiento del sector deportivo. A diferencia de las agencias de desarrollo web generalistas, nosotros entendemos las necesidades únicas y los desafíos específicos que enfrentan los clubes, academias y organizaciones deportivas como T-SPORT. Esta comprensión nos permite ofrecer soluciones web que no solo son estéticamente atractivas y funcionales, sino que también están diseñadas para maximizar la interacción con los miembros, optimizar la gestión de inscripciones, potenciar la venta de productos y servicios,y mejorar la comunicación general.

Otra ventaja clave es nuestro enfoque personalizado y la atención al detalle. Trabajamos mano a mano con cada cliente para asegurar que su página web refleje fielmente su identidad, sus valores y sus objetivos. No ofrecemos soluciones genéricas; cada proyecto es una creación a medida, pensada para resolver problemas concretos y potenciar el crecimiento del negocio deportivo.

Además,nos comprometemos a ofrecer soluciones tecnológicas innovadoras y accesibles.Nos mantenemos a la vanguardia de las últimas tendencias en diseño web, usabilidad

(UX/UI) y marketing digital, asegurando que las páginas que creamos sean modernas,fáciles de usar y optimizadas para atraer y retener a la audiencia deseada. Esto incluye la implementación de funcionalidades específicas para el deporte, como calendarios de eventos,resultados en vivo, perfiles de deportistas, y tiendas virtuales integradas.

Finalmente, nuestra flexibilidad y agilidad como emprendimiento nos permiten adaptarnos rápidamente a los cambios del mercado y a las necesidades cambiantes de nuestros clientes, ofreciendo un servicio más cercano y eficiente que las grandes estructuras.

En definitiva, nuestra ventaja competitiva se basa en ser los expertos en la intersección entre el deporte y el mundo digital, ofreciendo soluciones web de alta calidad,personalizadas y orientadas a resultados para potenciar el éxito de emprendimientos como T-SPORT.

**4.3.Estrategia de promoción y distribución**

Para asegurar el éxito y la visibilidad de nuestro emprendimiento de creación de páginas web para T-SPORT, hemos diseñado una estrategia de promoción y distribución integral,enfocada en alcanzar a nuestro público objetivo de manera efectiva.

Estrategia de Promoción:

Nuestra promoción se centrará en destacar nuestra especialización en el sector deportivo y el valor diferencial que aportamos. Las tácticas clave incluirán:

**1.Marketing** **de** **Contenidos**: Crearemos y compartiremos contenido de valor en plataformas relevantes para el sector deportivo. Esto incluirá artículos de blog sobre la importancia de la presencia online para clubes, guías sobre cómo optimizar una web deportiva, casos de éxito de clientes, y consejos de marketing digital aplicados al deporte.

**2.Redes** **Sociales**: Utilizaremos plataformas como Instagram, Facebook y Linkedln para mostrar nuestros trabajos, interactuar con potenciales clientes (clubes, academias,deportistas, etc.), compartir testimonios, y lanzar campañas publicitarias segmentadas geográficamente y por intereses deportivos.

**3.Networking** **y** **Alianzas** **Estratégicas**: Participaremos activamente en eventos deportivos, ferias del sector y reuniones de asociaciones deportivas para establecer contactos directos. Buscaremos alianzas con otras empresas que ofrezcan servicios

complementarios al sector deportivo (ej. marketing deportivo, gestión de eventos,equipamiento deportivo) para generar referidos mutuos.

4.Publicidad Online Segmentada:Implementaremos campañas de Google Ads y publicidad en redes sociales dirigidas específicamente a dueños, gerentes y responsables de marketing de organizaciones deportivas.

**5.Email** **Marketing:** Desarrollaremos una base de datos de contactos y enviaremos boletines informativos periódicos con ofertas, novedades y contenido relevante para mantener el interés y generar oportunidades de venta.

**6.Programa** **de** **Referidos**: Incentivaremos a nuestros clientes actuales a recomendar nuestros servicios a otros contactos del sector, ofreciendo descuentos o beneficios por cada nuevo cliente que adquieran.

Estrategia de Distribución:

Dado que nuestro producto es un servicio digital (creación de páginas web), la distribución se realizará de forma directa y online, garantizando accesibilidad y eficiencia:

**7.Venta Directa Online**: La captación de clientes se realizará principalmente a través de nuestra propia página web, donde se detallarán nuestros servicios, portafolio y se facilitarán formularios de contacto y solicitud de presupuestos.

**4.4. estructura organizacional**

Para el correcto funcionamiento y escalabilidad de nuestro emprendimiento de creación de páginas web para T-SPORT,hemos diseñado una estructura organizacional ágil y eficiente,pensada para maximizar la colaboración y la especialización de cada miembro.Inicialmente, la estructura será plana y flexible, permitiendo una rápida toma de decisiones y una adaptación constante a las necesidades del mercado.

Los roles clave y sus responsabilidades serán los siguientes:

**1.Director(a)del Proyecto / Fundador(a) (Tú):** Serás el responsablegeneral de lavisión estratégica, la gestión del negocio, la captación de clientes, la supervisión de proyectos y el desarrollo de alianzas. Tu rol será el de liderar el equipo y asegurar el cumplimiento de los objetivos.

**2.Desarrollador(a) Web/Diseñador(a) UX/UI:** Encargado(a) de lapartetécnicaycreativa del desarrollo de las páginas web. Esto incluye el diseño de la interfaz de usuario (UI), la experiencia de usuario (UX), la codificación (frontend y backend), la optimización para móviles y la implementación de funcionalidades. En las etapas iniciales, es posible que una persona asuma ambas funciones o que se delegue a freelancers especializados según la demanda.

**3.Especialista** en **Marketing** y **Ventas**: Responsable de la promoción del emprendimiento,la generación de leads, la gestión de redes sociales, la creación de contenido y el seguimiento de las campañas publicitarias. Este rol será crucial para dar a conocer nuestros servicios y atraer nuevos clientes.

**4.Soporte** y **Atención** **al Cliente**: Aunque inicialmente la atención al cliente recaerá en el Director(a) del Proyecto, a medida que crezcamos, se designará a una persona o se externalizará esta función para asegurar una respuesta rápida y efectiva a las consultas,incidencias y solicitudes de nuestros clientes.

**Evolución de la Estructura:**

A medida que el emprendimiento crezca y aumente el volumen de proyectos, la estructura se irá especializando y expandiendo. Podríamos considerar la incorporación de:

**1.Diseñadores Gráficos**: Para la creación de logotipos, elementos visuales y branding específico para cada cliente.

**2.Especialistas** **en** **SEO/SEM**: Para optimizar las páginas web y las campañas de marketing digital.

**3.Gestores** de **Proyectos**: Para coordinar equipos y asegurar la entrega a tiempo de los proyectos.

**4.Personal** **de** **Ventas** **dedicado**: Para enfocarse exclusivamente en la captación de nuevos clientes.

**4.5. Diseño de producto o servicio**

Nuestro servicio principal se centra en el diseño, desarrollo e implementación de páginas web personalizadas y optimizadas para el sector deportivo. Entendemos que cada club,academia o deportista tiene necesidades únicas, por lo que no ofrecemos plantillas

genéricas, sino soluciones a medida que potencian su presencia online y sus objetivos de negocio.

**1.Diseño Web Adaptativo (Responsive Design):** Todaslaspáginaswebquecreamos son completamente adaptables a cualquier dispositivo (computadoras, tablets,smartphones), asegurando una experiencia de usuario óptima sin importar cómoaccedan a la información.

**2.Experiencia de Usuario (UX) y Diseño de Interfaz (UI) Enfocados en el** **Deporte:** Priorizamos la usabilidad y la navegación intuitiva. Diseñamos interfaces atractivas y funcionales que facilitan la interacción del usuario con el contenido,ya sea para consultar horarios, resultados, noticias, o para realizar inscripciones y compras.

Nuestro objetivo es ofrecer un servicio integral que no solo cree una página web atractiva,sino que la convierta en una herramienta esratégica para el crecimiento y la consolidación de la marca deportiva de nuestros clientes.

**3.5.1.Caracteristicas del producto o servicio**

1. **Personalización** **Total**: Cada página web se diseñará específicamente para satisfacer las necesidades y la identidad de cada cliente, evitando soluciones genéricas y enfocándose en el sector deportivo.

2. **Diseño Responsivo**: Todas las páginas serán adaptables a diferentes dispositivos (computadoras, tablets, smartphones), asegurando una experiencia de usuario óptima en cualquier plataforma.

3. **Interfaz** **Intuitiva:** Las páginas contarán con un diseño de interfaz (UI) que facilite la navegación y mejore la experiencia del usuario (UX), permitiendo un acceso rápido a la información más relevante.

**4.** **Funcionalidades Especializadas**: Integración de herramientas específicas para el deporte,como calendarios de eventos, resultados en vivo, secciones de noticias,y tiendas virtuales.

5. **Optimización** **SEO** **Básica:** Implementación de prácticas de optimización para motores de búsqueda, ayudando a mejorar la visibilidad online de los clientes.

**6. Sistema de Gestión de Contenidos (CMS):** Proporcionamos un CMSfácildeusar,permitiendo a los clientes actualizar su contenido de manera sencilla y autónoma.

7. **Soporte** **Técnico** **y** **Mantenimiento**: Ofrecemos planes de soporte continuo y mantenimiento para asegurar el correcto funcionamiento y la seguridad de las páginas web.

8. **Capacitación**: Incluimos sesiones de capacitación para que los clientes puedan gestionar su página web de manera efectiva.

**9.** **Escalabilidad**: Las soluciones están diseñadas para crecer con el cliente,permitiendo la integración de nuevas funcionalidades y expansiones a medida que sus necesidades evolucionen.

**4.6. Análisis y descripción del ciclo de producción o de servicio**

El ciclo de nuestro servicio de creación de páginas web para el sector deportivo se divide en varias etapas clave, diseñadas para garantizar un proceso eficiente,transparente y centrado en las necesidades del cliente.

**Fase 1: Captación y Pre-venta**

**Contacto** **Inicial** y **Consulta:** El cliente potencial se pone en contacto con nosotros a través de nuestra página web, redes sociales o por recomendación. Se realiza una primera consulta para entender sus necesidades generales y el tipo de proyecto.

**Análisis** **de** **Requisitos**: Llevamos a cabo una reunión (virtual o presencial) para profundizar en los objetivos del cliente, su público objetivo, las funcionalidades deseadas,el estilo visual y el contenido existente.

**Elaboración de Propuesta y Presupuesto**: Basándonosenel análisisderequisitos,preparamos una propuesta detallada que incluye el alcance del proyecto, las funcionalidades, el diseño propuesto, el cronograma estimado y el presupuesto.

**Aceptación** **y** **Contrato**: Una vez que el cliente aprueba la propuesta, se firma un contrato que formaliza los términos del servicio.

**2: Diseño y Desarrollo**

**Definición** **de** **la** **Estructura** **y** **Wireframing**: Creamos un esquema básico (wireframe) de la página web para definir la disposición de los elementos y la navegación principal.

**Diseño Visual (UI/UX)**: Desarrollamos el diseño gráfico de la página, incluyendo la paleta de colores, tipografía, imágenes y la disposición general de los elementos, siempre buscando la mejor experiencia de usuario.

**Desarrollo Frontend**: Codificamos la parte visible de la página web, asegurando que sea interactiva, atractiva y responsive en todos los dispositivos.

**Desarrollo Backend e Integración de Funcionalidades:** Implementamoslas funcionalidades específicas solicitadas (formularios, galerías, tiendas, etc.) y configuramos el sistema de gestión de contenidos (CMS).

**Carga** **de** **Contenido** **Inicial**: El cliente nos proporciona el contenido (textos, imágenes,videos),el cual cargamos y organizamos en la estructura de la web.

**3: Revisión y Aprobación**

**Pruebas** **Internas**: Realizamos pruebas exhaustivas para detectar errores de diseño,funcionalidad y usabilidad.

**Presentación al Cliente y Retroalimentación**: Presentamosunaversiónpreliminar de la página web al cliente para su revisión. Se recogen sus comentarios y se realizan los ajustes necesarios. Este proceso puede incluir varias rondas de revisión hasta la aprobación final.

**5.VIABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD**

a viabilidad y sostenibilidad de nuestro proyecto de creación de páginas web para T-SPORT se fundamenta en un análisis detallado de los recursos necesarios, los costos involucrados y el potencial de crecimiento en el mercado digital.

**5.1 Cálculo de Inversiones**

Para iniciar el proyecto, se requiere una inversión inicial destinada principalmente a la adquisición de equipos tecnológicos (computadoras, software de diseño y desarrollo web),así como a la capacitación del equipo para garantizar un servicio de alta calidad. Además,se considera el capital de operación para cubrir gastos como la conexión a internet, licencias de software, y marketing digital para atraer clientes.

**5.1.1. Capital de inversión**

El capital inicial contempla la compra de hardware y software necesario, además de la inversión en publicidad y promoción para posicionar la marca T-SPORT en el ámbito digital.

**5.1.2. Capital de operación**

Incluye gastos mensuales como pago de servicios, mantenimiento de equipos, y costos relacionados con la gestión del proyecto.

**5.2. Costo de producción**

El costo de producción se basa en el tiempo invertido por el equipo de desarrollo para crear páginas web personalizadas, el uso de herramientas digitales y la gestión de contenido para los clientes. Se identifican costos variables, como la cantidad de proyectos realizados y los costos fijos, como el mantenimiento de la infraestructura tecnológica.

**5.2.1. Calculo de costos variables**

Estos costos dependen del número de proyectos y pueden incluir la compra de imágenes,plugins o plantillas específicas para cada cliente.

**5.2.2. Calculo de costos fijos**

Son aquellos que permanecen constantes, como el pago de servicios de internet, licencias de software y salarios del equipo.

**6. RESULTADOS**

En esta sección,detallamos los resultados esperados de nuestro emprendimiento,tanto en términos de impacto para nuestros clientes como en el crecimiento y consolidación de nuestro propio negocio.

**Resultados Esperados para los Clientes**

Al contratar nuestros servicios, los clientes del sector T-SPORT obtendrán beneficios tangibles y medibles:

**Incremento** **de** **la** **Visibilidad** **Online**: Las páginas web diseñadas profesionalmente y optimizadas para SEO permitirán a los clubes, academias y deportistas ser encontrados más fácilmente por su público objetivo en motores de búsqueda.Mejora **de** **la** **Imagen**

**Profesional**: Un sitio web moderno y funcional proyectará una imagen de seriedad,profesionalismo y confianza, elementos cruciales en el competitivo mundo del deporte.

**Mayor Alcance y Captación de Nuevos Clientes**: Unapresenciadigital efectiva

atraerá a nuevos seguidores, deportistas o patrocinadores, expandiendo la base de usuarios y el potencial de negocio.

**Comunicación** **y** **Compromiso** **Mejorados**: Las páginas web facilitarán la difusión de noticias, eventos, resultados y promociones, manteniendo a la comunidad informada y fomentando una mayor interacción.

**Eficiencia Operativa**: La integración de funcionalidades como calendarios de eventos,formularios de inscripción o tiendas virtuales simplificará procesos administrativos y de gestión.

**Monetización** **Potencial**: La implementación de tiendas online o áreas de suscripción ofrecerá nuevas vías de ingresos para nuestros clientes.

**Resultados Esperados para el Emprendimiento (T-SPORT)**

Nuestro emprendimiento busca alcanzar los siguientes resultados:

**Posicionamiento como Líder en el Nicho T-SPORT:** Convertirnos enla opción preferida para la creación de páginas web dentro del sector deportivo, reconocidos por nuestra especialización y calidad.

**Crecimiento Sostenido de la Cartera de Clientes:** Establecer relacionesalargoplazo con un número creciente de clientes, asegurando proyectos recurrentes y referencias.

**Generación de Ingresos Estables y Rentables:** Alcanzarlosobjetivosfinancieros planteados, asegurando la viabilidad económica del negocio y permitiendo la reinversión para la mejora continua.

**Desarrollo y Expansión de Servicios:** Ampliarnuestraofertaconservicios complementarios de valor añadido, como marketing digital, gestión de redes sociales o consultoría web especializada.

**Construcción** **de** **una** **Marca** **Sólida**: Desarrollar una marca reconocida y respetada en el mercado,asociada a la innovación, calidad y especialización en el sector deportivo.

**Creación** **de** **Empleo** **(a** **futuro)**: A medida que el negocio crezca, se generarán oportunidades de empleo para profesionales del diseño, desarrollo y marketing digital.

En resumen, los resultados esperados se centran en ofrecer un valor excepcional a nuestros clientes deportivos, al mismo tiempo que construimos un negocio sólido,rentable y con proyección de crecimiento a largo plazo, convirtiéndonos en un aliado estratégico para el éxito digital de T-SPORT.

**7.PROYECTO DE VIDA (Estudiante 1)**

**1.Introducción personal**

Mi nombre es Anahy Victoria Ticona Mamani, tengo 17 años de edad, el área de Sistemas Informáticos me intereso por Excel, Word, Adobe Photoshop, Diagramas de flujo, etc. al principio pero ya pasando el tiempo vi que informática no solo es hacer proyectos o base de datos, hay más mucho por conocer y aprender como programar crear aplicaciones,hacer paginas web ya con el pasar del tiempo fui conociendo nuevos programas algo mucho más avanzado también aprendí y conocí sobre las partes de una computadora,también fue un beneficio para mi aprender sobre todo esto que hasta hoy en día aprendimos por que el tiempo. está evolucionando y prácticamente la tecnología está avanzando más y más.

**2.Autodiagnóstico**

Durante estos tres años, he aprendido muchisimo sobre cómo funcionan los sistemas informáticos en su conjunto. He adquirido conocimientos sobre el hardware, como armar y reparar computadoras, identificar sus componentes y mejorar suI rendimiento También me familiaricé con varios sistemas operativos, aprendiendo a instalarlos, configurarlos y gestionar las tareas diarias, como la creación de usuarios y el manejo de servidores.

En cuanto a redes, comprendí cómo funcionan las conexiones entre dispositivos y aprendía configurar Routers y switches para asegurar una buena comunicación. Además, me enfoque mucho en la seguridad informática, aprendiendo a proteger los sistemas con diferentes métodos como el cifrado de datos, la autenticación y la prevención de ataques.

También he practicado programación creando pequeños scripts para automatizar tareas repetitivas, lo que me ayudó a mejorar la eficiencia de los sistemas Y por último, desarrolle página Web con puro códigos y lenguajes de programación.

**3.Objetivos a Corto, Mediano y Largo Plazo**

Corto plazo (1-2 años): Al teminar el bachillerato yo personalmente plane o ingresar a la carrera de INGENIERIA EN SISTEMAS, si por alguna razón no llegaría a estudiar mi carrera, podría entrar a otra que sería la carrera de medicina asi aprendo más.

Mediano plazo (3-5 años): Bueno en lo personal siempre soñé con una microempresa emprendedora y lo quiero lograr así me impidan muchas cosas lo quiero lograr porque tengo mucha visión y experiencias manejando una microempresa ya que mis padres me hicieron parte de su microempresa desde niña y fui adquiriendo muchos conocimientos y la vez este técnico medio de SISTEMAS INFORMATICOS me servirá mucho ya que hoy en día casi todo está relacionado con la tecnología.

Largo plazo (5-10 años): Dentro de 10 afños ya me veo con las carreras que elegi talvez con mi microempresa generando buenos negocios ayudando a mi familia.

**4.Planificación Académica y profesional**

Planeo continuar con la carrera de sistemas informáticos y también tener la carrera de medicina asi progresaré estudiando y aumentando mi especialidad de las carrera que quiero para mí futuro.

**5.Desarrollo profesional**

Bueno una vez ya con mi carrera me gustaría tener una microempresa y ampliar mis conocimientos hacer conocer que mediante el conocimiento que adquiri en sistemas informáticos puedo mejorar la estabilidad de microempresas pequeñas. Pero no quisiera un trabajo que me consuma todo mi tiempo porque siempre hay otras meta por cumplir conel pasar del tiempo.

**6.Proyecto de vida personal**

Aparte de mi proyecto laboral y académico también tengo otros planes como viajar a nuevos lugares, conocer culturas, aprender más idiomas. Pero como dije en principios primero quiero terminar las carreras y tener una microempresa. Fuera de eso quisiera tener mi

propia casa, auto y ayudar a mi familia, y talvez después de varios años que pasen quisiera casarme pero no estoy enfocada en eso ya que mi estudio esta primero.

**7.Visión a futuro**

En 10 años me ve o como una Doctora o Ingeniera en Sistemas, con mi microempresa productiva, liderando mi camino con paz y tranquilidad, teniendo éxito con todo lo que algún día me propuse. En lo personal un mujer de bien y de buen corazón siempre amable y generosa, pero solo espero que salga como lo quiero, perose que podre con la ayuda de Dios y de mi familia.

**8.Conclusión y compromiso**

Me comprometo conmigo misma a seguir luchando por mis metas y sueños porque rendirse no es una opción, ya que a mi corta edad tu golpes fuertes de la vida y también mis padres me enseñaron a conseguir las cosas por uno mismo, y se que estoy preparada para enfrentar la vida a pesar de obstáculos que podría haber en mi camino, se que la vida no es nada fácil pero se que lograre mis metas y cumpliré mis objetivos.

**PROYECTO DE VIDA (estudiante 2)**

**1.Introducción personal**

Mi nombre es Américo Ayala Mamani, tengo 17 años de edad, el área de Sistemas Informáticos me intereso por Excel, Word, Adobe Photoshop, etc. al principio pero ya pasando el tiempo vi que informática no solo es hacer proyectos o base de datos, hay más mucho por conocer y aprender como programar crear aplicaciones, hacer paginas web ya con el pasar del tiempo fui conociendo nuevos programas algo mucho más avanzado también aprendí y conocí sobre las partes de una computadora, también fue un beneficio para mi aprender sobre todo esto que hasta hoy en día aprendimos por que el tiempo. estáevolucionando y prácticamente la tecnología está avanzando más y más.

**2.Autodiagnóstico**

Durante estos tres años, he aprendido muchisimo sobre cómo funcionan los sistemas informáticos en su conjunto. He adquirido conocimientos sobre el hardware, como armar y reparar computadoras,identificar sus componentes y mejorar su rendimiento También me familiaricé con varios sistemas operativos, aprendiendo a instalarlos, configurarlos y gestionar las tareas diarias, como la creación de usuarios y el manejo de servidores.

En cuanto a redes, comprendí cómo funcionan las conexiones entre dispositivos y aprendía configurar Routers y switches para asegurar una buena comunicación. Además, me enfoque mucho en la seguridad informática, aprendiendo a proteger los sistemas con diferentes métodos como el cifrado de datos, la autenticación y la prevención de ataques.

También he practicado programación creando pequeños scripts para automatiza tareas repetitivas, lo que me ayudó a mejorar la eficiencia de los sistemas Y por último,desarrolle página Web con puro códigos y lenguajes de programación.

**3.Objetivos a Corto, Mediano y Largo Plazo**

Corto plazo (1-2 años): Al teminar el bachillerato yo personalmente plane o ingresar a la carrera de INGENIERIA EN SISTEMAS, si por alguna razón no llegaría a estudiar mi carrera, podría entrar a otra que sería la carrera de medicina asi aprendo más.

Mediano plazo (3-5 años): Bueno en lo personal siempre soñé con una microempresa emprendedora y lo quiero lograr así me impidan muchas cosas lo quiero lograr porque tengo mucha visión y experiencias manejando una microempresa ya que mis padres me hicieron parte de su microempresa desde niño y fui adquiriendo muchos conocimientos y la vez este técnico medio de SISTEMAS INFORMATICOS me servirá mucho ya que hoy en día casi todo está relacionado con la tecnología.

Largo plazo (5-10 años): Dentro de 10 años ya me veo con las carreras que elegi talvez con mi microempresa generando buenos negocios ayudando a mi familia.

**4.Planificación Académica y profesional**

Planeo continuar con la carrera de sistemas informáticos y también tener la carrera de medicina asi progresaré estudiando y aumentando mi especialidad de las carrera que quiero para mí futuro.

**5.Desarrollo profesional**

Bueno una vez ya con mi carrera me gustaría tener una microempresa y ampliar mis conocimientos hacer conocer que mediante el conocimiento que adquiri en sistemas informáticos puedo mejorar la estabilidad de microempresas pequeñas. Pero no quisiera un trabajo que me consuma todo mi tiempo porque siempre hay otras meta por cumplir conel pasar del tiempo.

**6.Proyecto de vida personal**

Aparte de mi proyecto laboral y académico también tengo otros planes como viajar a nuevos lugares,conocer culturas, aprender más idiomas. Pero como dije en principios primero quiero terminar las carreras y tener una microempresa. Fuera de eso quisiera tener mi propia casa, auto y ayudar a mi familia, y talvez después de varios años que pasen quisiera casarme pero no estoy enfocada en eso ya que mi estudio esta primero.

**7.Visión a futuro**

En 10 años me ve o como una Doctora o Ingeniera en Sistemas, con mi microempresa productiva, liderando mi camino con paz y tranquilidad,teniendo éxito con todo lo que algún día me propuse. En lo personal un mujer de bien y de buen corazón siempre amable y generosa, pero solo espero que salga como lo quiero, perose que podre con la ayuda de Dios y de mi familia.

**8.Conclusión y compromiso**

Me comprometo conmigo misma a seguir luchando por mis metas y sueños porque rendirse no es una opción, ya que a mi corta edad tu golpes fuertes de la vida y también mis padres me enseñaron a conseguir las cosas por uno mismo, y se que estoy preparada para

**8.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Nosotros concluimos que la creación de la página web para T-SPORT fue una propuesta innovadora que busca mejorar la presentación y el alcance de nuestro emprendimiento. A través de este proyecto pudimos comprobar la importancia de la tecnología en los negocios actuales, ya que una página web permite mostrar nuestros productos, llegar a más clientes y facilitar la comunicación con ellos.

Además, la página web ayuda a organizar mejor los pedidos y las compras, pemitiendo una gestión más rápida y ordenada. Este trabajo nos enseñó que la digitalización es una herramienta clave para hacer crecer un emprendimiento y fortalecer su presencia en el mercado.

En general, el proyecto nos permitió aplicar nuestros conocimientos, trabajar en equipo y comprender cómo la tecnología puede impulsar el desarrollo económico y social desde pequeñas iniciativas como la nuestra.

**Recomendaciones**

Recomendamos seguir actualizando y mejorando la página web de T-SPORT, agregando nuevas funciones como catálogos digitales, pasarelas de pago y promoción de productos en redes sociales. También es importante mantener la seguridad de los datos y revisar constantemente el funcionamiento del sitio para ofrecer un mejor servicio a los clientes.

Sugerimos continuar aprendiendo sobre diseño web y marketing digital, ya que son herramientas muy útiles para el crecimiento de nuestro emprendimiento. Finalmente,creemos que este tipo de proyectos deben seguir impulsándose, porque ayudan a los jóvenes a desarrollar su creatividad, sus habilidades tecnológicas y su espíritu emprendedor.

**BIBLIOGRAFIA**

Ministerio de Educación del Estado Plurinacional de Bolivia. (2023). Texto de Educación Técnica Tecnológica y Productiva: Emprendimiento Productivo (6to de Secundaria). La Paz:Ministerio de Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Fundamentos de marketing (13.a ed.). Pearson Educación.

Chiavenato, I.(2017). Introducción a la administración. McGraw-Hill Interamericana.

Ries, E. (2016). El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Editorial Deusto.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2019). Administración (14.a ed.). Pearson Educación.

Google for Startups. (2024). Guía para emprendedores digitales.https://startup.google.com

WordPress.org. (2024). Documentación oficial sobre desarrollo web y diseño responsivo.https://wordpress.org/support

Shopify. (2024). Cómo crear una tienda en línea exitosa.https://www.shopify.com/blog