



S.I.G.T.O.

Sociología

Asset Store

Rol	Apellido	Nombre	C.I	Email	Tel/Cel.
Coordinador	Bebekian	Joaquin	5.584.659-6	joacobebekian115@gmail.com	092500221
Sub-Coordinador	Ces	Nicolas	5.585.997-7	nicolasces181@gmail.com	097099331
Integrante 1	Serpa	Ignacio	5.480.675-3	nachoserpa@gmail.com	099760992

Docente: Vargas, Bertha

Fecha de culminación

16/07/2024

PRIMERA ENTREGA

I.S.B.O.

3BG

PRIMERA ENTREGA SOCIOLOGÍA

Identificación de integrantes del grupo

Joaquin Bebekian 24/04/2006 // 55846596

Nicolas Ces 30/03/2006 // 55859977

Ignacio Serpa 25/12/2004 // 54806753

Planteo de los Objetivos de Investigación

Objetivo General

¿Cómo puede desarrollarse una plataforma de ventas online eficiente y competitiva que se asemeje a MercadoLibre o TiendaMia, ofreciendo una experiencia de usuario óptima y segura?

Objetivos Específicos

1. ¿Cuáles son las características técnicas y funcionales esenciales que debe tener una plataforma de ventas online para ser competitiva en el mercado actual?

2. ¿Qué modelos de negocio y estrategias de marketing son más efectivos para atraer y retener usuarios en una nueva plataforma de ventas online?

3. ¿Cuáles son las mejores prácticas en diseño de interfaz y experiencia de usuario (UX/UI) para asegurar una navegación intuitiva y satisfactoria en la plataforma?

Fundamentación de la Importancia del Proyecto

El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento sostenido debido a la creciente adopción de tecnologías digitales y cambios en los hábitos de consumo. Crear una plataforma de ventas online similar a MercadoLibre o TiendaMia se presenta como una respuesta a esta tendencia, ofreciendo oportunidades para mejorar la experiencia del usuario y la seguridad en las transacciones. La relevancia de este proyecto se basa en los siguientes aspectos:

1. Demanda del Mercado: La accesibilidad a internet y la proliferación de dispositivos móviles han facilitado que más personas opten por las compras online, aumentando así la demanda de plataformas de comercio electrónico.

2. Innovación Tecnológica: Desarrollar una nueva plataforma permite la incorporación de las últimas tecnologías en términos de diseño web, experiencia de usuario y seguridad, superando a competidores existentes y estableciendo nuevos estándares en el mercado.

3. Oportunidades Económicas: Las plataformas de comercio electrónico abren nuevas oportunidades para emprendedores y pequeñas empresas, permitiéndoles alcanzar una audiencia global y reducir costos operativos.

4. Mejora de la Experiencia del Usuario: Al estudiar las mejores prácticas y tecnologías actuales, la nueva plataforma puede ofrecer una experiencia de usuario más intuitiva y atractiva, mejorando la satisfacción y fidelización del cliente.

Estos puntos destacan la importancia del proyecto no solo desde una perspectiva económica y tecnológica, sino también en términos de satisfacción y seguridad del usuario, factores clave para el éxito de cualquier plataforma de comercio electrónico en el contexto actual.

Marco Teórico

Para el desarrollo de este proyecto, es crucial fundamentar nuestras decisiones en teorías y estudios previos sobre comercio electrónico, experiencia de usuario (UX), seguridad en línea, y estrategias de marketing y modelos de negocio. A continuación, se presentan algunas de las fuentes bibliográficas y teorías que se utilizarán como base para el proyecto:

1. *Teorías de Comercio Electrónico*:

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). E-commerce 2020: business, technology, and society. Pearson. Este libro proporciona un marco comprensivo sobre las tendencias, tecnologías y desafíos en el comercio electrónico.

2. *Experiencia de Usuario (UX)*:

- Norman, D. A. (2013). The Design of Everyday Things. Basic Books. Este texto clásico ofrece una comprensión profunda de cómo diseñar productos que sean intuitivos y fáciles de usar.

- Garrett, J. J. (2011). The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. New Riders. Este libro es una guía esencial sobre cómo crear experiencias de usuario efectivas y satisfactorias.

4. *Estrategias de Marketing y Modelos de Negocio*:

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson. Este libro es fundamental para comprender las estrategias de marketing necesarias para atraer y retener clientes en una plataforma de comercio electrónico.

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley. Este libro ofrece un enfoque práctico para desarrollar modelos de negocio innovadores y eficaces.

6. *Artículos y Sitios Web*:

- Artículos académicos y estudios de caso disponibles en Google Scholar y otros repositorios académicos que exploran la implementación de plataformas de comercio electrónico.

- Sitios web especializados en tecnología y comercio electrónico como TechCrunch, eMarketer, y Statista, que ofrecen estadísticas actuales y análisis de mercado.

