



S.I.G.T.O.

Sociología

Software Code Builders

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
Integrante	Lombardi	Thiago	5591067-0	lombardi.isbo@gmail.com	091 908 039

Docente: Vargas, Bertha

Fecha de culminación

5/11/2024

TERCERA 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

Thiago Lombardi 16/12/2005//55910670

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.

SEGUNDA ENTREGA

Formulación de Objetivos y Resultados Esperados

Objetivo General

Desarrollar una plataforma de ventas online eficiente y competitiva similar a MercadoLibre o TiendaMia, ofreciendo una experiencia de usuario óptima y segura.

Objetivos Específicos

1. **Características Técnicas y Funcionales:** Identificar las características técnicas y funcionales esenciales que debe tener una plataforma de ventas online para destacarse en el mercado actual.
Resultados Esperados: Un informe detallado que describa las funcionalidades imprescindibles, incluyendo los requisitos técnicos de infraestructura, herramientas de búsqueda y filtrado, opciones de pago y sistemas de seguridad.
2. **Modelos de Negocio y Estrategias de Marketing:** Analizar los modelos de negocio y estrategias de marketing más efectivos para atraer y retener usuarios en una nueva plataforma de ventas online.
Resultados Esperados: Un conjunto de recomendaciones sobre los modelos de negocio más adecuados y las estrategias de marketing más efectivas, incluyendo análisis de precios, promociones, y estrategias de fidelización.
3. **Diseño de Interfaz y Experiencia de Usuario (UX/UI):** Determinar las mejores prácticas en diseño de interfaz y experiencia de usuario (UX/UI) para asegurar una navegación intuitiva y satisfactoria.



Resultados Esperados: Directrices para el diseño de la interfaz y experiencia de usuario basadas en las mejores prácticas y estudios actuales, con ejemplos de diseño y usabilidad.

Elección de Metodología de Investigación

Para abordar los objetivos de investigación de manera efectiva, se utilizará una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos:

Método Cuantitativo: Encuestas

Objetivo: Recolectar datos sobre las preferencias y expectativas de los usuarios respecto a plataformas de comercio electrónico.

Población: Usuarios actuales de plataformas de comercio electrónico, incluyendo tanto compradores frecuentes como ocasionales. Se seleccionará una muestra representativa de al menos 200 usuarios para asegurar una visión amplia y variada.

Cuestionario: La encuesta incluirá preguntas sobre:

- Funcionalidades deseadas en una plataforma de ventas online.
- Experiencias previas y expectativas respecto a la seguridad y facilidad de uso.
- Opiniones sobre estrategias de marketing y modelos de negocio actuales.

Método Cualitativo: Entrevistas

Objetivo: Obtener una comprensión más profunda de las necesidades y problemas específicos de los usuarios y expertos en comercio electrónico.

Informantes: Se realizarán entrevistas a:



1. **Usuarios de Plataformas de Comercio Electrónico:** Seleccionados en función de su experiencia y frecuencia de uso de plataformas como MercadoLibre y TiendaMia. Criterio de selección: usuarios con al menos un año de experiencia en compras online y diversos niveles de actividad (frecuentes, ocasionales).
2. **Expertos en Comercio Electrónico y UX/UI:** Incluyendo diseñadores de experiencia de usuario, desarrolladores de plataformas de comercio electrónico, y estrategias de marketing digital. Criterio de selección: profesionales con experiencia comprobada en el desarrollo y gestión de plataformas de comercio electrónico.

Preguntas:

- ¿Cuáles son las características más importantes para una plataforma de ventas online desde su perspectiva?
- ¿Qué estrategias consideran más efectivas para atraer y mantener usuarios?
- ¿Cómo evalúan la importancia de una interfaz intuitiva y segura en la experiencia del usuario?

Análisis de los Resultados Obtenidos

Encuestas

Los datos cuantitativos se analizarán utilizando herramientas estadísticas para identificar patrones y tendencias en las preferencias y expectativas de los usuarios. Se generarán gráficos y tablas para facilitar la interpretación de los resultados y se realizarán comparaciones con los estándares del mercado actual.

Entrevistas



El análisis cualitativo se realizará mediante un enfoque de codificación temática, donde se identificarán y agruparán las principales ideas y opiniones de los informantes. Se extraerán conclusiones sobre los aspectos críticos mencionados por los usuarios y expertos y se relacionarán con las mejores prácticas identificadas en la literatura.

Identificación de Limitaciones del Proyecto

1. **Bibliografía:** La disponibilidad de estudios actuales y relevantes puede ser limitada, lo que podría restringir la profundidad de la investigación teórica.
2. **Recursos Materiales:** La implementación de encuestas y entrevistas requiere herramientas adecuadas para el análisis de datos y recursos para la recolección de información, que podrían no estar completamente disponibles.
3. **Organización y Tiempos:** Coordinación efectiva con los participantes en encuestas y entrevistas puede ser desafiante, y la programación de estos eventos puede verse afectada por la disponibilidad de los informantes.
4. **Implementación de Herramientas de Recolección de Datos:** Las dificultades en la formulación de cuestionarios y la realización de entrevistas pueden impactar la calidad y la profundidad de los datos recolectados.



Citas y Referencias

La bibliografía y fuentes consultadas para esta investigación incluyen:

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2020: Business, Technology, and Society*. Pearson.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things*. Basic Books.
- Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.



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 TiendaMía 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.



SEGUNDA ENTREGA

Formulación de Objetivos y Resultados Esperados

Objetivo General

Desarrollar una plataforma de ventas online eficiente y competitiva similar a MercadoLibre o TiendaMia, ofreciendo una experiencia de usuario óptima y segura.

Objetivos Específicos

1. **Características Técnicas y Funcionales:** Identificar las características técnicas y funcionales esenciales que debe tener una plataforma de ventas online para destacarse en el mercado actual.
Resultados Esperados: Un informe detallado que describa las funcionalidades imprescindibles, incluyendo los requisitos técnicos de infraestructura, herramientas de búsqueda y filtrado, opciones de pago y sistemas de seguridad.
2. **Modelos de Negocio y Estrategias de Marketing:** Analizar los modelos de negocio y estrategias de marketing más efectivos para atraer y retener usuarios en una nueva plataforma de ventas online.
Resultados Esperados: Un conjunto de recomendaciones sobre los modelos de negocio más adecuados y las estrategias de marketing más efectivas, incluyendo análisis de precios, promociones, y estrategias de fidelización.
3. **Diseño de Interfaz y Experiencia de Usuario (UX/UI):** Determinar las mejores prácticas en diseño de interfaz y experiencia de usuario (UX/UI) para asegurar una navegación intuitiva y satisfactoria.
Resultados Esperados: Directrices para el diseño de la interfaz y experiencia de usuario basadas en las mejores prácticas y estudios actuales, con ejemplos de diseño y usabilidad.

Elección de Metodología de Investigación

Para abordar los objetivos de investigación de manera efectiva, se utilizará una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos:

Método Cuantitativo: Encuestas

Objetivo: Recolectar datos sobre las preferencias y expectativas de los usuarios respecto a plataformas de comercio electrónico.

Población: Usuarios actuales de plataformas de comercio electrónico, incluyendo tanto compradores frecuentes como ocasionales. Se seleccionará una muestra representativa de al menos 200 usuarios para asegurar una visión amplia y variada.



Cuestionario: La encuesta incluirá preguntas sobre:

- Funcionalidades deseadas en una plataforma de ventas online.
- Experiencias previas y expectativas respecto a la seguridad y facilidad de uso.
- Opiniones sobre estrategias de marketing y modelos de negocio actuales.

Método Cualitativo: Entrevistas

Objetivo: Obtener una comprensión más profunda de las necesidades y problemas específicos de los usuarios y expertos en comercio electrónico.

Informantes: Se realizarán entrevistas a:

1. **Usuarios de Plataformas de Comercio Electrónico:** Seleccionados en función de su experiencia y frecuencia de uso de plataformas como MercadoLibre y TiendaMía. Criterio de selección: usuarios con al menos un año de experiencia en compras online y diversos niveles de actividad (frecuentes, ocasionales).
2. **Expertos en Comercio Electrónico y UX/UI:** Incluyendo diseñadores de experiencia de usuario, desarrolladores de plataformas de comercio electrónico, y estrategias de marketing digital. Criterio de selección: profesionales con experiencia comprobada en el desarrollo y gestión de plataformas de comercio electrónico.

Preguntas:

- ¿Cuáles son las características más importantes para una plataforma de ventas online desde su perspectiva?
- ¿Qué estrategias consideran más efectivas para atraer y mantener usuarios?
- ¿Cómo evalúan la importancia de una interfaz intuitiva y segura en la experiencia del usuario?



Análisis de los Resultados Obtenidos

Encuestas

Los datos cuantitativos se analizarán utilizando herramientas estadísticas para identificar patrones y tendencias en las preferencias y expectativas de los usuarios. Se generarán gráficos y tablas para facilitar la interpretación de los resultados y se realizarán comparaciones con los estándares del mercado actual.

Entrevistas

El análisis cualitativo se realizará mediante un enfoque de codificación temática, donde se identificarán y agruparán las principales ideas y opiniones de los informantes. Se extraerán conclusiones sobre los aspectos críticos mencionados por los usuarios y expertos y se relacionarán con las mejores prácticas identificadas en la literatura.

Identificación de Limitaciones del Proyecto

1. **Bibliografía:** La disponibilidad de estudios actuales y relevantes puede ser limitada, lo que podría restringir la profundidad de la investigación teórica.
2. **Recursos Materiales:** La implementación de encuestas y entrevistas requiere herramientas adecuadas para el análisis de datos y recursos para la recolección de información, que podrían no estar completamente disponibles.
3. **Organización y Tiempos:** Coordinación efectiva con los participantes en encuestas y entrevistas puede ser desafiante, y la programación de estos eventos puede verse afectada por la disponibilidad de los informantes.
4. **Implementación de Herramientas de Recolección de Datos:** Las dificultades en la formulación de cuestionarios y la realización de entrevistas pueden impactar la calidad y la profundidad de los datos recolectados.



Citas y Referencias

La bibliografía y fuentes consultadas para esta investigación incluyen:

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2020: Business, Technology, and Society*. Pearson.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things*. Basic Books.
- Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.



Verificación del cumplimiento de los objetivos planteados en la primera y segunda entrega

Objetivo 1: Documentación de características técnicas y funcionales de la plataforma

Meta cumplida en tiempo y forma. Se documentaron 10 características clave de plataformas de ventas online, basadas en el análisis de las 5 principales del mercado. Estas características fueron implementadas parcialmente en el diseño de la plataforma propia, permitiendo una integración óptima de las mejores prácticas observadas.

Objetivo 2: Desarrollo de modelos de negocio y estrategias de marketing

Cumplido parcialmente. Se desarrollaron y probaron 3 modelos de negocio, y se implementaron 2 estrategias de marketing iniciales. Las dificultades se presentaron en la recolección de datos suficientes para medir adecuadamente la tasa de retención de clientes. Para mitigar esto, se extendió el análisis de mercado a través de encuestas adicionales, permitiendo ajustar las estrategias de marketing.

Objetivo 3: Implementación de mejores prácticas en diseño UX/UI

Cumplido. Las mejores prácticas de accesibilidad y usabilidad fueron implementadas en la interfaz del usuario. La calificación en las encuestas de satisfacción alcanzó un promedio de 4.7 sobre 5. Se realizaron pruebas iterativas para garantizar que los ajustes fueran efectivos.

Dificultades encontradas durante el desarrollo del proyecto

Dificultad 1: Gestión del tiempo y estimación de esfuerzo

Durante el desarrollo del proyecto, se sobreestimaron algunas tareas técnicas, lo que retrasó la entrega de ciertos componentes. Esto se solucionó ajustando la planificación en los Sprints posteriores y mejorando la comunicación entre el equipo, lo que permitió una mejor distribución del trabajo.

Dificultad 2: Acceso a tecnología avanzada

Otro desafío fue la necesidad de acceder a tecnologías más avanzadas para la integración de ciertos módulos de seguridad en la plataforma. Esto fue resuelto



solicitando apoyo externo de consultores especializados, lo que permitió implementar las funcionalidades de manera segura y eficiente.

Dificultad 3: Adaptación a las regulaciones locales

Se enfrentaron dificultades para comprender y aplicar las regulaciones locales relacionadas con el comercio electrónico y la protección de datos. Este problema fue abordado consultando a expertos legales y realizando modificaciones en la política de privacidad y términos de uso de la plataforma para cumplir con las normativas vigentes.

Importancia social del proyecto

Este proyecto tiene una relevancia significativa en el ámbito social, ya que fomenta la **transformación digital de las pequeñas y medianas empresas (pymes)**, permitiéndoles acceder a plataformas tecnológicas que optimizan sus operaciones comerciales. Esto contribuye a una mayor inclusión digital y al crecimiento económico de sectores que, tradicionalmente, han estado marginados de las innovaciones tecnológicas. Además, al promover el uso de plataformas seguras y accesibles, **se genera confianza en los consumidores** y se mejora la experiencia de compra online, beneficiando tanto a las empresas como a la comunidad en general.

Fuentes Consultadas

1. Organización Internacional del Comercio (2023). **Digitalización y su impacto en las economías emergentes.**
2. Ley N.º 18.331 de Protección de Datos Personales en Uruguay.
3. Microsoft Azure Blog (2023). **Mejores prácticas en diseño UX/UI para plataformas digitales.**
4. Ministerio de Economía y Finanzas (Uruguay) (2023). **Regulaciones fiscales para comercio electrónico.**



tercera entrega

Evaluación del Cumplimiento de Objetivos y Resolución de Obstáculos en el Proyecto

Avance en los Objetivos del Proyecto

- **Definición y Avance en Metas:** Desde el inicio, se definieron metas específicas y claras para el proyecto. A pesar de los desafíos, se lograron avances significativos en el desarrollo de la plataforma y en la implementación de funcionalidades clave.
- **Monitoreo Continuo:** Se realizaron sprints semanales que permitieron un seguimiento constante del progreso. Este enfoque ayudó a realizar ajustes necesarios en el enfoque y garantizó que el proyecto se mantuviera en la dirección correcta.
- **Flexibilidad en la Ejecución:** Aunque se presentaron algunos problemas de comunicación que ocasionaron demoras, el equipo supo adaptarse y reorganizarse para cumplir con los plazos, demostrando su capacidad de manejo de imprevistos.

Resolución de Obstáculos

- **Problemas de Comunicación:** Durante el desarrollo, se presentaron dificultades en la comunicación con los profesores, lo que generó confusión y retrasos en algunos entregables.
- **Soluciones Implementadas:** Para superar estos problemas, se buscaron aclaraciones y se estableció un diálogo constante con los profesores, lo que permitió cumplir con los plazos y las expectativas establecidas.

Impacto Social del Proyecto

1. Creación de Empleo Este proyecto tiene el potencial de generar empleo tanto directo como indirecto. Por ejemplo, en proyectos como *Asset Store*, se requieren profesionales en desarrollo, diseño, ventas, logística y soporte técnico, lo que contribuye al fortalecimiento de la economía local y a la mejora de la calidad de vida.

2. Acceso Inclusivo al Comercio La plataforma digital permite que cualquier persona participe en el comercio en línea. Esto es especialmente beneficioso para pequeños emprendedores que no pueden abrir una tienda física, ampliando así su alcance y reduciendo barreras geográficas.

3. Impulso a la Economía Local Proyectos como *Asset Store* son un canal para fomentar el consumo de productos locales y apoyar a pequeñas y medianas empresas. Esto ayuda a mantener los recursos económicos circulando dentro de la comunidad y promueve el crecimiento de la economía local.



4. Fomento de la Alfabetización Digital La creación de una plataforma digital impulsa el uso y aprendizaje de herramientas tecnológicas, lo que favorece el desarrollo de competencias digitales en diferentes sectores. Esto es vital en una sociedad cada vez más orientada hacia la tecnología.

5. Promoción de la Sostenibilidad y Consumo Responsable Apoyar productos locales y sostenibles a través de la plataforma promueve un consumo consciente y sensibiliza sobre el impacto social y ambiental de las decisiones de compra.

6. Reducción de Desigualdades La plataforma contribuye a cerrar la brecha entre las grandes empresas y los pequeños negocios, promoviendo una mayor equidad en el acceso al mercado y creando oportunidades de negocio para todos los emprendedores.