## Presentación de Resultados

Finalmente, los resultados del análisis se consolidarán en un informe que incluirá:

* Gráficos y tablas que resuman los hallazgos cuantitativos.
* Descripciones detalladas de los hallazgos cualitativos.
* Conclusiones y recomendaciones para el desarrollo del aplicativo web en base a la información recolectada.

Este proceso de recolección y análisis de información permitirá fundamentar las decisiones en el desarrollo del aplicativo y asegurará que se alineen con las necesidades y expectativas de los usuarios finales.

**Análisis los Datos de la Entrevista**

**1. Codificación y Temas Identificados**

A partir de las respuestas obtenidas en la entrevista, se realizó una codificación abierta para identificar temas recurrentes y relevantes. Estos se agruparon en las siguientes categorías clave:

1. **Experiencia y Credibilidad:**
   * **Datos:** "20 años en la industria del calzado."
   * **Interpretación:** La experiencia sólida en manufactura respalda la credibilidad del negocio, lo que genera confianza en los clientes potenciales y puede ser un factor diferenciador frente a nuevos competidores.
2. **Motivaciones para el Comercio Electrónico:**
   * **Datos:** "Actualizarse a las nuevas generaciones y estar a la vanguardia."
   * **Interpretación:** Existe un fuerte interés por adaptarse a las tendencias digitales, con un enfoque en mantenerse competitivo en un mercado cambiante.
3. **Diferenciación y Valor Agregado:**
   * **Datos:** "Calidad, comodidad del producto," "crear colecciones personalizadas con sugerencias automáticas."
   * **Interpretación:** La calidad del producto y las funcionalidades innovadoras (colecciones sugeridas) destacan como pilares para diferenciarse en el mercado.
4. **Necesidades del Cliente:**
   * **Datos:** "Fácil navegación, proceso de compra rápido, página intuitiva."
   * **Interpretación:** Los usuarios esperan plataformas intuitivas, con procesos simples y eficientes. Esto refuerza la importancia de centrarse en la experiencia de usuario (UX).
5. **Conocimiento del Mercado y Tendencias:**
   * **Datos:** "Voy a ferias, busco modas nacionales e internacionales."
   * **Interpretación:** Existe un enfoque proactivo en la identificación de tendencias, lo que asegura que los productos ofrecidos estén alineados con las preferencias actuales.
6. **Diseño y Usabilidad de la Plataforma:**
   * **Datos:** "Página llamativa, minimalista, filtrado de productos, cambio de colores en imágenes."
   * **Interpretación:** La presentación visual atractiva y las funcionalidades interactivas son esenciales para captar la atención del cliente y mejorar su experiencia de compra.
7. **Logística y Métodos de Pago:**
   * **Datos:** "Agencias de envíos," "tarjetas de débito y crédito, transferencias bancarias."
   * **Interpretación:** Aunque las opciones básicas de envío y pago están cubiertas, podrían explorarse alternativas para aumentar la flexibilidad y comodidad del usuario.
8. **Marketing y Fidelización:**
   * **Datos:** "Redes sociales," "promociones especiales por ser clientes."
   * **Interpretación:** Existe un enfoque claro en redes sociales para atraer nuevos clientes, mientras que las promociones buscan fortalecer la fidelidad.

**2. Identificación de Patrones**

* **Foco en la experiencia del usuario:** Las menciones constantes sobre navegación sencilla, filtros y presentación clara indican que la experiencia del cliente es una prioridad clave.
* **Innovación tecnológica:** El interés en funcionalidades como el cambio de colores en productos sugiere que el negocio está dispuesto a invertir en tecnologías avanzadas para destacar en el mercado.
* **Orientación al cliente:** Tanto las estrategias de diferenciación como el manejo de opiniones reflejan un interés por satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

**3. Análisis de Significado y Contexto**

* **Actualización y modernización:** La motivación para expandir al comercio electrónico surge de la necesidad de mantenerse relevante frente a las nuevas generaciones. Esto refleja un compromiso con la transformación digital y la apertura a adoptar nuevas tecnologías.
* **Personalización como ventaja competitiva:** La posibilidad de sugerencias automáticas y colecciones demuestra un enfoque en la personalización como estrategia para aumentar el valor percibido por el cliente.
* **Alineación con tendencias del mercado:** La participación en ferias y el estudio de modas internacionales revelan un interés constante por mantenerse alineado con las demandas del mercado.

**4. Implicaciones para la Estrategia**

* **Desarrollo de una plataforma amigable:** El diseño debe centrarse en la simplicidad y personalización, priorizando herramientas como el cambio de colores en imágenes y filtros avanzados.
* **Ampliación de la oferta logística:** Considerar más opciones de envío y métodos de pago alternativos.
* **Enfoque en marketing digital:** Aprovechar el poder de las redes sociales e incorporar campañas automatizadas para aumentar la captación y fidelización de clientes.

### Encuesta:

Resultados de la encuesta: [Formulario de tienda en linea (respuestas)](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zi6pNnCBOL6EXh3N2usB5AmYZeog4PHI16HDVMQ0w9I/edit?usp=sharing)

#### Gráficos y tablas que resuman los hallazgos cuantitativos.

#### Interfaz de usuario gráfica Descripción generada automáticamente

Tabla

Descripción generada automáticamente con confianza media

Texto

Descripción generada automáticamente

|  |
| --- |
| **Cualitativos** |

|  |  |
| --- | --- |
| Genero | N° Datos |
| Masculino | 17 |
| Femenino | 16 |
| Datos invalidos u otros | 7 |
|  |  |
| ¿Dónde sueles comprar calzado y bolsos actualmente? | N° Datos |
| Tiendas físicas | 27 |
| Tiendas online | 13 |
|  |  |
| ¿Qué factores influyen más en tu decisión de compra al adquirir calzado o bolsos? | N° Datos |
| Marca | 26 |
| Precio | 33 |
| Diseño | 28 |
| Calidad de los materiales | 26 |
| Comodidad | 29 |
| Opiniones de otros compradores | 16 |
| Tendencias de moda | 22 |
|  |  |
| ¿Qué características te gustaría encontrar en una tienda online de calzado y bolsos? | N° Datos |
| Amplio catálogo de productos | 29 |
| Filtros de búsqueda detallados (talla, color, material, precio, etc.) | 31 |
| Imágenes de alta calidad | 25 |
| Descripción detallada de los productos | 24 |
| Opciones de pago seguras | 21 |
| Envío rápido | 24 |
| Devoluciones fáciles | 19 |
| Chat en vivo para resolver dudas | 18 |
| Recomendaciones personalizadas | 15 |
|  |  |
| ¿Qué tipo de calzado y bolsos te interesa comprar con mayor frecuencia? | N° Datos |
| Calzado deportivo | 31 |
| Calzado casual | 27 |
| Calzado formal | 27 |
| Botas | 23 |
| Bolsos de mano | 17 |
| Mochilas | 26 |
| Carteras | 12 |

|  |  |
| --- | --- |
| ¿Qué tan importante es para ti la sostenibilidad y la ética en la producción de calzado y bolsos? | N° Datos |
| Muy importante | 26 |
| Importante | 73 |
| Neutral | 8 |
| Poco importante | 8 |
| Nada importante | 3 |
|  |  |
| ¿Algo te ha impedido comprar calzado y bolsos en línea anteriormente? | N° Datos |
| Dudas sobre la talla | 24 |
| Miedo a que no sea lo esperado | 18 |
| No estar seguro si llegara el pedido | 24 |
|  |  |
| ¿Qué importancia le das a la posibilidad de devolver o cambiar un producto? | N° Datos |
| Muy importante | 26 |
| Importante | 73 |
| Neutral | 8 |
| Poco importante | 8 |
| Nada importante | 3 |
|  |  |
| ¿Qué te gustaría encontrar en una tienda online que te haga volver a comprar? | N° Datos |
| Promociones | 30 |
| Programas de fidelización | 15 |
| Atención al cliente personalizada | 24 |
|  |  |
| ¿Cómo te gustaría que te informaran sobre nuevos productos o descuentos? | N° Datos |
| Email marketing | 25 |
| Redes sociales | 15 |
| Notificaciones | 31 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Cuantitativos** | |
|  |
|  |  |  |
| ¿Cuál es tu edad? | N° Datos |  |
| Menor a 18 | 4 |  |
| 18 años a 24 años | 15 |  |
| 25 años a 34 años | 10 |  |
| 35 años a 44 años | 4 |  |
| 45 años a 54 años | 5 |  |
| Mas de 54 | 2 |  |
|  |  |  |
| ¿Con qué frecuencia compras calzado o bolsos? | N° Datos |  |
| Semanalmente | 6 |  |
| Mensualmente | 7 |  |
| Cada 3 meses | 2 |  |
| Anualmente | 11 |  |
| Ocasionalmente (solo cuando lo necesito) | 14 |  |

#### Descripciones detalladas de los hallazgos cualitativos.

##### Análisis de datos encuestas

**1.** Edad y género:

* Las edades de los encuestados varían desde menos de 18 años hasta más de 54 años, con una gran concentración de respuestas entre los 18 y 34 años. Esto sugiere que este grupo podría ser más activo en la compra de calzado y bolsos.
* Los géneros son variados, pero predominan las respuestas de mujeres en la franja de 18 a 34 años, lo que refleja una mayor participación femenina en la compra de estos productos.

**2.** Frecuencia de compra:

* Mensualmente y semanalmente:El grupo de consumidores que compra con mayor frecuencia (mensual o semanalmente) está mayormente presente en las personas de 25 a 34 años.
* Ocasionalmente**:** Muchos encuestados compran solo cuando lo necesitan, lo que puede indicar que estos consumidores tienen una relación más reactiva con las compras de calzado y bolsos, dependiendo de las necesidades o la ocasión.

**3.** Lugar de compra:

* Tiendas físicas**:** Es el lugar de compra más mencionado, especialmente entre los más jóvenes (18-24 años). A pesar del crecimiento del comercio electrónico, muchos consumidores prefieren ver y probar los productos en persona.
* Tiendas online**:** Las compras online son más frecuentes entre los grupos de 25-34 años, lo que refleja una mayor comodidad con la compra digital, quizás por la familiaridad con la tecnología.

**4.** Factores que influyen en la decisión de compra:

* Diseño y calidad**:** Son factores prioritarios tanto para hombres como mujeres. Los consumidores buscan productos que sean visualmente atractivos y hechos con buenos materiales. Además, la comodidad y las tendencias de moda juegan roles importantes en la decisión de compra.
* Opiniones de otros compradores**:** Este factor es destacado por varios encuestados, lo que refleja la importancia de las reseñas y recomendaciones de otros clientes en las decisiones de compra**.**

**5.** Características deseadas en una tienda online:

* Filtros de búsqueda detallados**:** Muchos consumidores aprecian la opción de filtrar los productos según características como talla, color, material y precio. Esto facilita la búsqueda y mejora la experiencia de compra online.
* Envío rápido y devoluciones fáciles**:** Los consumidores valoran la rapidez en la entrega de los productos y la facilidad para devolverlos si no cumplen con sus expectativas.
* Imágenes de alta calidad: Para los compradores online, la visualización detallada del producto es esencial, dado que no pueden probarse los productos antes de comprarlos.

**6.** Preferencias de productos:

* Calzado deportivo y casual**:** Estos son los tipos de calzado más comprados por los encuestados, reflejando una preferencia por la comodidad y el uso diario**.**
* Bolsos de mano, mochilas y carteras**:** Son complementos importantes para muchos compradores, especialmente mujeres jóvenes (18-24 años).

**7.** Sostenibilidad y ética en la producción:

* La sostenibilidad es mencionada como muy importante por una proporción significativa de los encuestados, aunque no todos consideran este factor decisivo al realizar la compra.
* Algunos consumidores están más preocupados por la ética en la producción, lo cual podría indicar una tendencia creciente hacia el consumo responsable y la preferencia por marcas que promuevan prácticas sostenibles.

**8.** Problemas con la compra online:

* El miedo a que los productos no sean lo esperado y la duda sobre la talla son los obstáculos principales que enfrentan los consumidores al comprar calzado y bolsos online. Estos problemas pueden causar inseguridad en el proceso de compra y desconfianza.
* No estar seguro de la llegada del pedido también es una preocupación notable, especialmente en los más jóvenes (18-24 años), quienes tal vez no confían completamente en la logística de envío.

**9**. Importancia de la posibilidad de devolver o cambiar productos:

* La flexibilidad en devoluciones es considerada crucial para muchos encuestados, lo que refleja una necesidad de reducir el riesgo en la compra online y asegurar la satisfacción del cliente.

**10**. Motivos para volver a comprar:

* Promociones y programas de fidelización**:** Muchos consumidores buscan incentivos para realizar compras repetidas, como descuentos, recompensas por lealtad, o atención personalizada.
* La atención al cliente personalizada, también es clave para generar una experiencia de compra positiva y hacer que los clientes vuelvan.

**11.** Métodos de información sobre nuevos productos o descuentos:

* Email marketing y notificaciones**:** Estos canales son preferidos por la mayoría para recibir información sobre nuevos productos, descuentos y promociones.
* Las redes sociales también juegan un papel importante, especialmente entre los grupos más jóvenes.

**12.** Otras observaciones:

* Algunos consumidores mencionan que les gustaría encontrar variedad en tallas y productos que tal vez no están disponibles en tiendas físicas, pero que podrían ser una oportunidad en línea.
* A pesar de los desafíos con la compra online, los consumidores valoran mucho las opciones de pago seguras, descripciones detalladas y la atención al cliente.

#### Conclusiones y recomendaciones para el desarrollo del aplicativo web en base a la información recolectada.

Basado en la información recolectada, podemos destacar varias conclusiones clave que ayudarán a desarrollar un aplicativo web enfocado en mejorar la experiencia de compra de calzado y bolsos, y a la vez optimizar el proceso para aumentar las ventas y fidelización de los usuarios.

#### Conclusiones:

**1.** Preferencia por la Compra Física vs. Online:

* Aunque muchos consumidores prefieren las tiendas físicas para ver y probar productos, hay una tendencia creciente hacia las compras online, especialmente entre los grupos de 25 a 34 años. Esto indica que la plataforma debe proporcionar una experiencia virtual que emule la confianza de una compra en tienda física.

**2.** Factores Críticos en la Decisión de Compra:

* Diseño y calidad son fundamentales para los consumidores al momento de tomar decisiones de compra. Además, la comodidad y las tendencias de moda son aspectos clave. Esto significa que el catálogo de productos debe ser visualmente atractivo, detallado y actualizado de acuerdo a las últimas tendencias.

**3.** Preocupaciones en la Compra Online:

* La duda sobre la talla y las expectativas del producto son problemas recurrentes. Además, la desconfianza en la logística de envío y las posibles devoluciones también son barreras importantes. Esto resalta la necesidad de optimizar la experiencia de compra online y dar garantías sobre las devoluciones.

**4.** Preferencia por la Facilidad y Rapidez en la Compra:

* Los consumidores valoran enormemente la facilidad para navegar y comprar, especialmente con filtros de búsqueda detallados (por talla, color, material, precio). Además, la rapidez en el envío y la facilidad para devolver productos son factores muy importantes para fomentar la satisfacción y fidelidad.

**5.** Interés en la Sostenibilidad:

* Un porcentaje significativo de los consumidores valora la sostenibilidad y la ética de las marcas, aunque no siempre es un factor determinante en la compra. La transparencia en estos aspectos puede agregar valor y atraer a clientes conscientes del impacto ambiental.

**6.** Canales de Comunicación y Promociones:

#### Las promociones, descuentos y programas de fidelización son aspectos claves que pueden incentivar la compra repetida. Además, los consumidores prefieren recibir notificaciones por email y redes sociales para mantenerse al tanto de novedades y ofertas.

#### Recomendaciones para el Desarrollo del Aplicativo Web:

1. **M**ejorar la Experiencia de Navegación:

* Filtros avanzados: Implementar filtros detallados de búsqueda para que los usuarios puedan filtrar por talla, color, material, estilo, precio, etc.
* Diseño atractivo y actualizado: El catálogo de productos debe ser visualmente atractivo, mostrando imágenes de alta calidad desde varios ángulos. Además, las descripciones deben ser detalladas para ayudar a los clientes a comprender mejor el producto.

1. **T**allas y Ajustes Virtuales:

* Guía de tallas precisa: Incluir guías de tallas detalladas para calzado y bolsos, posiblemente con recomendaciones sobre cómo medir las dimensiones de los pies o del cuerpo para elegir la talla adecuada.
* Herramientas de ajuste virtual: Implementar tecnologías que permitan a los usuarios ver cómo se vería el calzado o el bolso en su cuerpo (realidad aumentada) o en un modelo virtual.

#### Proceso de Compra Seguro y Simplificado:

* Optimización del checkout: Hacer el proceso de pago lo más rápido y fácil posible, con múltiples opciones de pago seguro y claro. Ofrecer facilidades como el **pago en cuotas** podría aumentar la conversión.
* Envío y seguimiento: Proporcionar una estimación precisa de los tiempos de entrega y un sistema de seguimiento del envío que permita a los usuarios conocer en tiempo real el estado de su pedido.

***Facilidad para devolver o cambiar productos***

* Política de devoluciones clara y fácil: Ofrecer una política de devoluciones sin complicaciones que permita a los usuarios sentirse seguros al hacer compras online.
* Solicitar devoluciones o cambios online: Agregar una funcionalidad que permita gestionar devoluciones o cambios directamente desde la plataforma web.

1. **I**ntegración de Sostenibilidad y Ética:

* Etiquetas de productos sostenibles: Incluir etiquetas o filtros para productos sostenibles, ecológicos o fabricados de manera ética. Además, ofrecer información sobre las prácticas de sostenibilidad de la empresa puede ayudar a atraer clientes conscientes del medio ambiente.
* Compromiso visible con la sostenibilidad: Incluir en el sitio web un apartado que detalle las acciones que la tienda toma para promover la sostenibilidad y la ética.

1. **P**romociones, Ofertas y Fidelización:

* Sistema de recompensas o descuentos: Ofrecer promociones exclusivas a los usuarios recurrentes, como descuentos por compras repetidas, recompensas por referir amigos o puntos de fidelidad.
* Notificaciones personalizadas: Implementar un sistema de notificaciones personalizadas para mantener a los clientes informados sobre descuentos, promociones y novedades. Estas notificaciones deben ser enviadas por **email, SMS o a través de la app**.

1. **A**tención al Cliente Eficiente:

* Chat en vivo: Incluir una opción de **chat en vivo** para resolver dudas inmediatas de los usuarios, sobre todo en la selección de productos o dudas sobre tallas.
* Sección de preguntas frecuentes (FAQ**)**: Crear una sección de **FAQ** donde los clientes puedan resolver dudas comunes sobre tallas, política de devoluciones, métodos de pago, etc.

1. **O**ptimización para Móviles:

* Diseño responsive: Asegurarse de que la plataforma esté completamente optimizada para dispositivos móviles, ya que una gran parte de los usuarios realiza compras desde smartphones.
* Aplicación móvil complementaria: Si es posible, desarrollar una **aplicación móvil** con funciones similares a las de la web para mejorar la experiencia del usuario.

1. **P**romoción de Opiniones y Reseñas de Productos:

* Sistema de valoraciones: Incluir un sistema de reseñas donde los usuarios puedan calificar los productos, compartir sus experiencias y agregar fotos. Esto aumenta la confianza de otros compradores.

1. **I**ntegración con Redes Sociales:

* Redes sociales: Crear enlaces directos para compartir productos en plataformas sociales, y fomentar la interacción a través de **Instagram** o **Facebook**. También, proporcionar imágenes atractivas y contenido visual que anime a los usuarios a compartir sus compras en redes sociales.

### Análisis de competencia

#### Descripciones detalladas de los hallazgos cualitativos.

#### Análisis de la Competencia: Nike, Adidas y Converse en el Mercado de Calzado y Bolsos

#### Objetivo:

El objetivo de este análisis es comparar las principales características de las tiendas online de **Nike**, **Adidas** y **Converse** para identificar sus fortalezas y debilidades, y detectar áreas donde nuestra tienda en línea de calzado y bolsos pueda sobresalir.

#### Aspectos Evaluados:

1. Variedad de Productos y Precios
2. Facilidad de Navegación y Usabilidad del Sitio
3. Opiniones y Reseñas de Usuarios
4. Estrategias de Marketing Utilizadas

#### 1. Variedad de Productos y Precios:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Competidor | Variedad de Productos | Precios | Observaciones |
| **Nike** | Amplia gama de calzado, ropa deportiva, y accesorios. Además, ofrece productos exclusivos (Nike Air, Jordan). Bolsos y mochilas limitadas en comparación. | Gama de precios desde medios hasta altos. Precios premium en productos de edición limitada. | Gran foco en colecciones especiales y colaboraciones con diseñadores. Productos muy demandados a precios altos. |
| **Adidas** | Calzado deportivo, ropa, accesorios y bolsos. Gran variedad de estilos (deportivo y urbano). | Precios desde accesibles hasta premium (variedad de productos de lujo colaborativos). | Buen equilibrio entre productos de calidad accesible y productos de edición limitada o colaborativos de alto precio. |
| **Converse** | Focalizado principalmente en calzado (Zapatillas Chuck Taylor, entre otros), con una pequeña selección de bolsos. | Precios moderados (más accesibles que Nike y Adidas). | Mayormente calzado casual, aunque con algunas ediciones limitadas y colaboraciones de diseño. |

#### 2. Facilidad de Navegación y Usabilidad del Sitio:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Competidor** | **Navegación del Sitio** | **Usabilidad y Diseño** |
| **Nike** | Sitio bien organizado por categorías (hombres, mujeres, niños, deportes), pero con muchas opciones de filtrado. | Diseño limpio, pero algo saturado en algunos productos de alta gama. Mobile-friendly con velocidad de carga aceptable. |
| **Adidas** | Interfaz simple, con secciones claras (calzado, ropa, sostenibilidad). Opciones de búsqueda con filtros efectivos. | Diseño minimalista y funcional. Buen rendimiento en dispositivos móviles y páginas bien estructuradas. |
| **Converse** | Diseño intuitivo y simple. Pocas categorías de producto, pero bien diferenciadas. Navegación ágil. | Sitio optimizado para móviles, con un flujo de compra fácil, pero con menos opciones de personalización de productos comparado con Nike y Adidas. |

#### 3. Opiniones y Reseñas de Usuarios:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Competidor** | **Opiniones y Reseñas** | **Estrategia de Gestión de Reseñas** |
| **Nike** | Reseñas generalmente positivas, aunque algunas críticas sobre los precios altos. Los clientes valoran la calidad y comodidad, pero se quejan de los tiempos de envío en algunos casos. | Opiniones visibles en cada producto con puntuaciones. Uso de reseñas verificadas. |
| **Adidas** | Reseñas positivas sobre la durabilidad y el diseño, con algunas críticas en torno a la talla de los productos. | Reseñas fáciles de consultar y bien integradas en el sitio, con filtros por relevancia. |
| **Converse** | Alta valoración de la comodidad y el estilo icónico, pero críticas mixtas sobre la durabilidad en comparación con marcas premium. | Reseñas simples y bien organizadas. Feedback positivo sobre la facilidad de personalización del producto. |

#### 4.Estrategias de Marketing Utilizadas:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Competidor** | **Estrategias de Marketing** | **Oportunidades para Nuestra Tienda** |
| **Nike** | * Colaboraciones con diseñadores de renombre y artistas. * Marketing en redes sociales (Instagram, Twitter, YouTube). * Uso de campañas de influencers y patrocinadores deportivos. | Ofrecer personalización o edición limitada. Estrategias similares de marketing pero más enfocadas en un nicho particular o marcas colaboradoras locales. |
| **Adidas** | * Estrategias de marketing digital centradas en la sostenibilidad y la innovación. * Colaboraciones con artistas, influencers y marcas de lujo. * Uso de campañas en Instagram, TikTok y YouTube. | Resaltar los valores sostenibles de nuestra marca. Promociones por tiempo limitado y colaboraciones con marcas locales o exclusivas. |
| **Converse** | * Fuerte presencia en redes sociales (particularmente en Instagram). * Colaboraciones con artistas, celebridades y marcas como Vans * Marketing enfocado en la personalización de productos. | Ofrecer campañas basadas en estilo personal, creación de comunidad o promociones interactivas. |

#### Matriz Comparativa:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Característica** | **Nike** | **Adidas** | **Converse** |
| **Variedad de Productos** | Muy amplia (calzado, ropa, accesorios, ediciones limitadas) | Amplia (calzado, ropa, sostenibilidad, colaboraciones) | Moderada (calzado y bolsos limitados) |
| **Precios** | Altos, con opciones premium | Desde accesibles hasta premium | Moderados y accesibles |
| **Usabilidad del Sitio** | Muy bien organizado pero algo saturado | Simple, bien estructurado | Intuitivo y directo |
| **Opiniones de Usuarios** | Positivas pero con quejas de envío y precios | Reseñas positivas, algunas sobre talla | Buen feedback sobre comodidad, durabilidad mixta |
| **Estrategias de Marketing** | Colaboraciones de lujo, influencers y patrocinadores deportivos | Marketing digital, influencers y sostenibilidad | Personalización, redes sociales e influencers |
| **Fortalezas** | Gran variedad de productos exclusivos, colaboración con marcas de lujo | Foco en sostenibilidad y productos de alta gama | Diseño icónico, personalización y precios accesibles |
| **Debilidades** | Precios altos, envío a veces lento | Alta competencia en el sector deportivo | Variedad limitada de productos, foco en un estilo específico |

#### Conclusiones y recomendaciones para el desarrollo del aplicativo web en base a la información recolectada.

#### Fortalezas y Debilidades de los Competidores:

#### 1.Nike:

* + **Fortalezas:** Amplia gama de productos, fuerte presencia de marca, colaboraciones exclusivas, marketing en influencers.
  + **Debilidades:** Precios altos, tiempos de envío y posibles problemas con stock.

#### 2.Adidas:

* + **Fortalezas:** Equilibrio entre accesibilidad y productos premium, enfoque en sostenibilidad, colaboración con marcas de lujo y deportivos.
  + **Debilidades:** Competencia fuerte en precios y productos similares de otras marcas.

#### 3.Converse:

* + **Fortalezas:** Foco en un diseño único, buena personalización de productos, precios moderados.
  + **Debilidades:** Variedad limitada en comparación con Nike y Adidas, y menos opciones en bolsos.

#### Oportunidades de Mejora para Nuestra Tienda:

#### 1.Facilidad de Navegación:

* + Mejorar la organización del sitio y la optimización móvil para una experiencia fluida, similar a la de Converse, pero con más opciones de filtrado como en Adidas.

#### 2.Opiniones y Reseñas:

* + Promover la visibilidad de reseñas de usuarios, implementando una sección de opiniones destacadas y valoraciones por producto.

#### 3.Estrategias de Marketing:

* + Enfocarse en estrategias de marketing personalizadas, ofreciendo productos exclusivos y colaboraciones con artistas locales o influenciadores del mercado objetivo.
  + Resaltar los aspectos sostenibles y éticos de la marca como lo hace Adidas.