

APLICATIVO DE PÁGINA WEB ENFOCADO A PRODUCTOS DE ROPA DEPORTIVA CON INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍA

WEBSITE APPLICATION FOCUSED ON SPORTSWEAR PRODUCTS WITH INCORPORATION OF TECHNOLOGY

Sebastián Jesús Morales Bayona

Estudiante del departamento Cundinamarca – Corporación Tecnológica Industrial Colombiana, TEINCO, Colombia- 1000379729@teinco.edu.co

Cristian Andrés Cuervo Ayala

Estudiante del departamento Cundinamarca - Corporación Tecnológica Industrial Colombiana, TEINCO, Colombia- 1000380652@teinco.edu.co

El objetivo de la investigación los antecedentes sobre nuestra investigación, en lo que enfocamos más fue en la ropa deportiva cuáles son sus principales componentes, que lo hace popular, primordial para aquellos deportistas profesionales, semiprofesionales, aficionados. Ya sabiendo que lo conforma adaptar tecnología ya sea en los materiales, componentes tecnológicos, y averiguar a fondo si hay la existencia de nuestra idea, en el caso de que sea verdadero, averiguaríamos como mejorar o innovar aquel producto para una mayor eficiencia cuantos los aspectos del deporte.

PALABRAS CLAVE

Ropa Tecnológica, Adaptación, innovación, mejora, deportista profesional y semiprofesionales.

The objective of the research the background on our research, in which we focused more was on sportswear what are its main components, which makes it popular, essential for those professional, semi-professional, amateur athletes. Knowing that it is made up of adapting technology either in the materials, technological components, and finding out thoroughly if there is the existence of our idea, if it is true, we would find out how to improve or innovate that product for greater efficiency as many aspects of the sport.

KEYWORDS

Technological Clothing, Adaptation, innovation, improvement, professional and semi-professional athlete.

RESUMEN

Introducción. Se analiza la investigación en cada uno de los grupos de semilleros, en este caso la investigación trata del mercado, marketing en el apartado ropa deportiva. La metodología de la investigación usamos los más adecuados y habituales en general primero los tipos de investigación que elogiamos fueron, investigación aplicada y cualitativa, los métodos fueron lo que contiene esos tipos de investigación método (cuantitativo, comparativo, descriptivo, explicativa, experimental, observación, Análisis y síntesis).

Se procede a una idea de negocio que vamos a realizar va a ser algo innovador ya que pensamos en vender productos deportivos semi-originales y también sacar nuestra propia marca de ropa deportiva, vamos a realizar una página web para que también se puedan realizar compras por medio de e-commerce también conocido por comercio en internet

o comercio en línea, pero también va a ver una tienda física. Vamos a comercializar gran variedad de productos en el tema del deporte que la persona desee o sea de su preferencia, ya que a todas las personas no les gusta el fútbol, podemos ofrecerles otra variedad de deportes en productos.

Las principales consecuencias que las lógica y clara que tenemos es la competencia no es innegable que hay variedad de marcas de ropa deportiva ya sean grandes pequeños, y la última que la más objetiva es que, al cliente no le guste o no le interese nuestro producto que puede ser posible esa consecuencia es fue la discusión que más se abarcó en la idea de negocio.

PALABRAS CLAVE

Innovador, colaboración, tecnología, directiva, venta, objetivos.

MODELO ABSTRACT

Introduction. The investigation is analyzed in each one of the groups of seedbeds, in this case the investigation deals with the market, marketing in the sportswear section. The research methodology we used the most appropriate and usual in general, first the types of research that we praised were, applied and qualitative research, the methods were what those types of research method contain (quantitative, comparative, descriptive, explanatory, experimental, observation, Analysis and synthesis). We proceed to a business idea that we are going to carry out, it will be something innovative since we think of selling semi-original sports products and also launching our own brand of sportswear, we are going to create a website so that purchases can also be made by e-commerce medium also known as internet commerce or online commerce, but you will also see a physical store.

We are going to market a wide variety of products on the subject of the sport that the person wishes or is of their preference, since everyone does not like football, we can offer another variety of sports in products. The main logical and clear consequences that we have is competition, it is not undeniable that there are a variety of sportswear brands, whether large or small, and the last one that is the most objective is that the customer does not like or is not interested in our product That this consequence may be possible is the discussion that was most covered in the business idea.

KEYWORDS

Innovative, collaboration, technology, directive, sales, objectives.

Introdução. A investigação é analisada em cada um dos grupos de canteiros, neste caso a investigação trata do mercado, marketing na secção de roupa desportiva. A metodologia de pesquisa que utilizamos foi a mais adequada e usual em geral, primeiro os tipos de pesquisa que elogiamos foram, pesquisa aplicada e qualitativa, os métodos eram o que esses tipos de método de pesquisa contêm (quantitativo, comparativo, descritivo, explicativo, experimental, observação, Análise e síntese). Partimos para uma ideia de negócio que vamos levar a cabo, vai ser algo inovador já que pensamos em vender produtos desportivos semi-originais e também lançar a nossa própria marca de roupa desportiva, vamos criar um site para que as compras também possam ser feitas até meio de comércio eletrônico também conhecido como comércio pela Internet ou comércio online, mas você também verá uma loja física.

Vamos comercializar uma grande variedade de produtos sobre o tema do esporte que a pessoa deseja ou é de sua preferência, já que nem todo mundo gosta de futebol, podemos oferecer outra variedade de produtos esportivos. As principais consequências lógicas e claras que temos é a concorrência, não é inegável que existem diversas marcas de sportswear, sejam grandes ou pequenas, e a última que é mais objetiva é que o cliente não goste ou não se interesse pelo nosso produto Que essa consequência seja possível é a discussão que mais foi abordada na ideia de negócio.

KEYWORDS

Inovador, colaboração, tecnologia, diretiva, vendas, objetivos

INTRODUCCIÓN

Nuestra investigación es de productos deportivos de todo tipo de marcas donde las marcas serán semi-originales ya que vender productos originales sería plagio y tocaría comprar una franquicia, pero con el tiempo pensamos sacar nuestro propio diseño y una marca una de ropa deportiva. La distribución de los productos a nivel nacional.

La idea de negocio que vamos a realizar va a ser algo innovador ya que pensamos en vender productos deportivos semi-originales y también sacar nuestra propia marca de ropa deportiva, vamos a realizar una página web para que también se puedan realizar compras por medio de e-commerce también conocido por comercio en internet o comercio en línea, pero también va a ver una tienda física. Vamos a comercializar gran variedad de productos en el tema del deporte que la persona desee o sea de su preferencia, ya que a todas las personas no les gusta el fútbol, podemos ofrecerles otra variedad de deportes en productos.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo en general es que por medio de ciertos recursos podamos crear nuestros productos propios, enfocado así a la los deportistas, atletas, fisicoculturismo etc. De productos de ropa deportiva para poder satisfacer la necesidad del cliente de tener un producto económico, a cuanta calidad y eficiencia para así poder llegar a más ya se expandirnos en cuanto sucursales, asociaciones, etc.

Antecedentes: Galaxia Deportes, S.A. de C.V. nace un 3 de marzo de 1979 con la idea de apertura una tienda de deportes en la cual se pudiera ofrecer al público Salvadoreño accesorios, e implementos deportivos que satisficieran las necesidades y deseos de las personas que gusten del deporte; esta idea nace de la afición al Fútbol por parte del Lic. Rafael Antonio Padilla Pinto (ex-jugador de diferentes equipos como: Fuerte Aguilares, Curacao, Municipal Limeño, Adler, Independiente, Platense, UCA, Chalatenango; en la liga mayor Salvadoreña), con la colaboración de sus hermanos Ricardo, Roberto, y su Padre; de fundar una empresa en la cual encontrarán artículos deportivos originales, de calidad garantizada, y un buen servicio para lograr la satisfacción de los clientes. En el año de mil novecientos setenta y nueve se comienza también con la fabricación de uniformes deportivos, de los cuales siempre ha ofrecido a sus clientes la más alta calidad, tecnología, frescura, innovación, y durabilidad. El nombre “GALAXIA” surge de uno de los miembros de la junta directiva, el Señor Roberto Antonio Padilla, el cual significa: “un conjunto de estrellas”, ya que en los deportes existen estrellas. Estos artículos los cuales GALAXIA DEPORTES ofrece son tanto, marcas Internacionales reconocidas mundialmente, así como también productos marca GALAXIA producidos por ellos mismos. Fabricados con materia prima de alta calidad, con el objetivo primordial de ofrecer a los consumidores productos terminados con tecnología, moda y alta calidad cien por ciento salvadoreños.

Además de la fabricación de uniformes deportivos, se cuenta con la distribución de artículos de marcas reconocidas a nivel mundial entre los que se puede mencionar: Zapatos, Mochilas, T-shirts, Jackets, Shorts, Gorras, Espinilleras, Rodilleras, Tobilleras, Fajas, Guantes, Cinturones para levantamiento de pesas, Pesas, Sacos, Tapones para oídos, Lentes, Manoplas, Protectores Bucales, y Pelotas, todos estos de marcas Internacionales como Nike, Adidas, Puma, Umbro, And1, Reebok, Lotto, Spalding, Mikasa, Speedo, Kappa, Tko etc. Y sin poder faltar nuestra marca estrella “GALAXIA”.

Desde sus inicios GALAXIA DEPORTES junto con TIENDA LIBRE eran las únicas tiendas especializadas en deporte en el país, razón que les permitía ser prácticamente los “reyes del mercado”, sin necesidad de luchas de precios excesivas, ya que en el mercado existían dos opciones con las cuales se podían satisfacer sus necesidades, a tal grado que ambos competidores se recomendaban entre sí. Pasados 5 años otra empresa surge en el país con la idea de ofrecer los mismos productos para usos deportivos a diferencia que se creó con el objetivo principal de vender al mayoreo la cual inicio como JAGUAR SPORTIC hoy día DISTRIBUIDORA JAGUAR. JAGUAR SPORTIC fue una empresa que comenzó con la mentalidad de posicionarse en el mercado como una empresa con precios sin competencia, además de tener presencia de mercado en los Centros Comerciales más importantes de El Salvador; contando actualmente con 20 tiendas a nivel nacional.

Desde principios del 2000 la ropa por disciplina cobró mayor importancia. Las tiendas especializadas dividen su inventario por deportes. Así es más fácil encontrar lo que busca cada persona.

Cada vez se considera más importante tener la indumentaria adecuada. La ropa ligera, que permita libertad de movimientos y flexibilidad son muy valorados. La tecnología ha permitido desarrollar, incluso, fibras que combaten el mal olor y que evaporan el sudor para mayor comodidad del atleta. Quizás lo más complicado hoy en día es elegir la ropa apropiada entre tantas opciones. Cada deporte tiene sus particularidades y dependiendo de qué vayas a practicar tienes que escoger la ropa. Conozcamos las exigencias de algunas de las disciplinas más populares.

Hoy en día los atletas, profesionales o no, están muy conscientes de la importancia de la ropa deportiva técnica. Además de buscar comodidad, quieren tener a su alcance indumentaria que le ayude a mejorar el rendimiento. O, al menos que no les impida avanzar.

Cuando alguien va a comprar ropa se fija en su transpirabilidad, resistencia a la humedad, soporte, entre otras características. Y no se trata solo de las camisetas o pantalones. La ropa interior también ha cobrado mayor importancia en este sentido.

Al mismo tiempo que los atletas buscan mejorar su rendimiento, la ropa deportiva también se han convertido en moda. Un ejemplo claro son las camisetas deportivas para mujer. Muchas de estas se pueden utilizar como una prenda casual. Son ideales para las mujeres activas que hacen sus diligencias diarias antes de ir al gimnasio. No necesitarán correr a cambiarse, porque ya están listas para su rutina.

La ropa no es lo único en lo que se interesan atletas y las marcas deportivas. El uso de accesorios para el gimnasio también ha aumentado. Algunos muy funcionales como las bandas para el cabello, que lo mantienen recogido y evitan que el sudor caiga sobre la cara.

Los bolsos, gorros y hasta joyas deportivas se encuentran hoy en cualquier tienda. Esto también ha contribuido a que la ropa deportiva se convierta en moda. Y es que se ha vuelto una tendencia vestir de esta manera para salidas casuales. ¿Qué te ha parecido este post sobre la evolución de la ropa deportiva desde comienzos del siglo XX? ¿Conocías la historia del fitness fashion? Nos gustaría saber qué opinas y cómo haces para escoger tu ropa deportiva.

Los entrenamientos de resistencia demandan mucha energía por parte de quienes lo practican. Para mayor rendimiento deben usarse prendas ligeras, fabricadas con materiales transpirables.

El tipo de ropa que se recomienda para los entrenamientos de resistencia es la compresión. Estas prendas aumentan el flujo sanguíneo en el cuerpo y previenen los calambres. Por lo tanto, te ayudarán a mantener activo por más tiempo.

MÉTODO

Método Comparativo

Es un procesamiento de búsqueda de similitudes y comparaciones sistemáticas que sirve para la verificación de hipótesis con el objeto de encontrar parentescos y se basa en la documentación de múltiples casos para realizar análisis comparativos. Básicamente consta de colocar dos o más elementos al lado de otro para encontrar diferencias y relaciones y así lograr definir un caso o problema y poder tomar medidas en el futuro. Usar la comparación es de utilidad en la comprensión de un tema ya que puede conllevar a nuevas hipótesis o teorías de crecimiento y mejoría. Posee varias etapas en la que resalta la observación, la descripción, la clasificación, la comparación misma y su conclusión.

Método Cuantitativo

La intención de este método es exponer y encontrar el conocimiento ampliado de un caso mediante datos detallados y principios teóricos.

Requiere una comprensión de la conducta humana y el porqué de ella. En este método el objeto de estudio se considera externo, separado de cualquier pensamiento individual para garantizar la mayor objetividad posible.

Su investigación es normativa, apuntando a leyes generales relacionadas al caso de estudio.

La recolección de datos suele constar de pruebas objetivas, instrumentos de medición, la estadística, tests, entre otros. Se divide en investigación participativa, de acción y etnográfica.

Método Análisis y síntesis

Análisis y síntesis son procesos que permiten al investigador conocer la realidad. El análisis maneja juicios, es un proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad, podrá establecer la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación. La síntesis considera los objetos como un todo, la interrelación de los elementos que identifican el objeto. El método que emplea el análisis y la síntesis consiste en separar el objeto de estudio en dos partes y, una vez comprendida su esencia, construir un todo. Análisis y síntesis son dos procesos que se complementan en uno.

Métodos descriptivos

Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. Por ejemplo, la investigación en Ciencias Sociales se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes, y su interrelación.

Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.

De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar. Acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, la cual es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

Puede concluir con hipótesis de tercer grado formuladas a partir de las conclusiones a que pueda llegarse por la información obtenida.

Métodos explicativos

Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste.

“Están orientados a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; esto es, identificación y análisis de las causales (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variables dependientes). Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo. Su realización supone el ánimo de contribuir al desarrollo del conocimiento científico”.

Métodos experimentales

En ellos el investigador desea comprobar los efectos de una intervención específica, en este caso el investigador tiene un papel activo, pues lleva a cabo una intervención.

En los estudios experimentales el investigador manipula las condiciones de la investigación.

En salud se realiza este tipo de estudio, para evaluar la eficacia de diferentes terapias, de actividades preventivas o para la evaluación de actividades de planificación y programación sanitarias. En los estudios de seguimiento los individuos son identificados en base a su exposición, en cambio en los estudios experimentales es el investigador el que decide la exposición.

Métodos observación

Es un procedimiento importante en la investigación científica, puede entenderse como “el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar”. La observación supone unas condiciones especiales:

- Debe servir para lograr resultados de los objetivos planteados en la investigación.
- Debe ser planeada de una manera sistemática. El investigador debe definir qué quiere observar y cuáles son sus posibles resultados.
- Debe ser controlada sistemáticamente por el investigador y estar relacionada con proposiciones teóricas referidas al objeto de investigación. Por ello, quien observa debe conocer a fondo el marco teórico sobre el cual fundamenta su investigación.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

El método socrático (ironía socrática) Atribuye a Sócrates este método que fue posteriormente aplicado por Platón en sus célebres diálogos.

- **“sofistas”**, término que siglos atrás se usara para referirse a los sabios pero que con el paso del tiempo se devaluó hasta que su significado adquirió el valor de “embaucador”

- **El método consistía:** Sócrates se hacía pasar por ignorante y preguntaba al sofista sobre algún tema o verdad. El diálogo iniciaba con una pregunta general a la que iban sumándose otras en función de las respuestas del sofista. Hasta que Sócrates lo hacía caer en contradicción. Quedaba así demostrada la invalidez del conocimiento del sofista y desenmascarada.

- **su ignorancia.** “irónicamente, resultaba que el ignorante descubría el poco valor del conocimiento del que se hacía pasar por un sabio.”

Método Cartesiano (El discurso del método)

- René Descartes (1596 –1650), para muchos el primer gran filósofo del Renacimiento, publica en 1637 su libro titulado Discurso del método. Para bien dirigir la razón y buscar la verdad en las ciencias.

- “No pretende enseñar el método que todo mundo debe aplicar para dirigir correctamente la razón, sino más bien exponer las conclusiones a las que llegó alcanzada la madurez de su vida”

Método lógico inductivo

- El denominado método lógico inductivo es en realidad un razonamiento lógico que, a partir de la observación de casos particulares elabora una conclusión general.

- La inducción, es decir, la generalización, puede ser completa si es el caso que se ha observado a todos los elementos que conforman el objeto de estudio (todos los árboles de una huerta, todos los tiraderos de basura, etcétera).

- La inducción es incompleta cuando no es posible observar a todos y cada uno de los elementos del objeto de estudio (los peces del mar, las aves migratorias, etcétera) por lo que el investigador hace la generalización a partir de la observación de los elementos de una muestra representativa del objeto estudiado.

La investigación documental permite delimitar un tema de investigación y elaborar el estado del arte en esa materia específica. La delimitación adecuada de un tema de investigación permite:

1. Enfocar la atención del investigador en un fenómeno o serie de fenómenos interrelacionados que al mostrar una cierta unidad y límites pueden ser referidos como “el tema de la investigación”.

2. Ubicar la investigación dentro del alcance de los recursos económicos y temporales del investigador.

3. Ubicar la complejidad y profundidad del tema de investigación dentro de los alcances académicos del investigador.

4. Definir la viabilidad de la investigación en función de los recursos humanos (asesores) y tecnológicos de su centro de estudios.

5. Decidir con claridad lo que forma parte del tema de investigación y lo que no (aunque la decisión sea arbitraria).

6. Dentro del tema de investigación, el investigador define el o los problemas que abordará, especificando su carácter teórico, tecnológico o económico.

7. El investigador puede definir el tipo de resultados y productos de su investigación, así como su relevancia teórica, tecnológica y económica.

Estado del arte

1. Enfocar la atención del investigador en un fenómeno o serie de fenómenos interrelacionados que al mostrar una cierta unidad y límites pueden ser referidos como “el tema de la investigación”.

2. Ubicar la investigación dentro del alcance de los recursos económicos y temporales del investigador.

3. Ubicar la complejidad y profundidad del tema de investigación dentro de los alcances académicos del investigador.

4. Definir la viabilidad de la investigación en función de los recursos humanos (asesores) y tecnológicos de su centro de estudios.

5. Decidir con claridad lo que forma parte del tema de investigación y lo que no (aunque la decisión sea arbitraria).

6. Dentro del tema de investigación, el investigador define el o los problemas que abordará, especificando su carácter teórico, tecnológico o económico.

7. El investigador puede definir el tipo de resultados y productos de su investigación, así como su relevancia teórica, tecnológica y económica.

Investigación de Campo

Una investigación puede tener una finalidad puramente teórica o puede tener alguna finalidad práctica (aplicada); y puede tener un impacto teórico, tecnológico o económico.

- En el nivel de observación el investigador explora y registra lo que sucede.

- En el nivel descriptivo expone cómo sucede

- El nivel explicativo trata de descifrar por qué sucede.

Diagnóstico

Una investigación puede tener el propósito de hacer un diagnóstico del estado de cosas en un ámbito determinado.

- Un diagnóstico sirve para identificar prioridades y tomar decisiones más profundas y dirigidas. Da información sobre la gravedad de un problema y el impacto que tiene en su entorno.

- El producto será, entonces, un informe descriptivo del estado en que se encuentra una situación o tema definido.

Factores de validación

Factibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- Operativo.
- Técnico.
- Económico.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores. 'Estudio de Factibilidad'

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

Valor Teórico

Marco teórico Síntesis del contexto general (local, nacional y mundial) en el cual se ubica el tema de la propuesta, estado actual del conocimiento del problema, brechas que existen y vacío que se quiere llenar con el proyecto; porqué y cómo la investigación propuesta, a diferencia de investigaciones previas, contribuirá, con probabilidades de éxito, a la solución o comprensión del problema planteado.

Las funciones principales del marco teórico son las siguientes: Orienta sobre el conocimiento del tipo de investigación. Amplia el horizonte de estudio, pues da opciones de puntos de vista. Conduce al establecimiento de hipótesis. Inspira líneas de investigación.

Prevee la manera de interpretar los datos provenientes de la investigación "Una teoría es un conjunto de conceptos, definiciones y proposiciones relacionados entre sí, que presentan un punto de vista sistemático de fenómenos especificando relaciones entre variables, con el propósito de explicar y predecir los fenómenos" Las funciones de las teorías.

La función más importante de la teoría es explicar por qué, cómo, quién, cuándo, quién dónde ocurre un fenómeno. Explica diferentes manifestaciones del fenómeno. Describe como se origina, evoluciona y afecta el fenómeno. Sistematiza el conocimiento aislado y difuso. Hace predicciones acerca del futuro del problema. Explica la relación con diferentes variables.

Implicaciones Prácticas

En muchos trabajos de investigación no se presenta una sección aparte denominada "marco teórico", sino que se exponen sus características dentro de lo que se denomina "revisión bibliográfica" o "antecedentes".

En otras ocasiones, cuando se trata de una investigación donde el marco referencial se reduce a algunas pocas proposiciones, éstas pueden insertarse al comienzo del trabajo, sin merecer una aclaración mayor. Es el caso de estudios aplicados o de investigaciones que buscan extender conceptos bien conocidos o nuevos estudios.

En síntesis, el marco teórico responde a la pregunta: ¿qué antecedentes existen? Por ende, el marco teórico tiene como objeto dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos, proposiciones y postulados, que permita obtener una visión completa del sistema teórico, sobre el conocimiento científico, que se tiene acerca del tema. La conclusión del marco teórico debe ser que existe un problema científico y éste es el que los investigadores van a abordar.

Es acá donde se realiza la descripción y análisis de las investigaciones previas o de los antecedentes teóricos que llevan al planteamiento del problema.

En general, se podría afirmar que el marco teórico tiene como funciones:

Orientar hacia la organización de datos y hechos significativos para descubrir las relaciones de un problema con las teorías ya existentes.

Evitar que el investigador aborde temáticas que, dado el estado del conocimiento, ya han sido investigadas o carecen de importancia científica.

Guiar en la selección de los factores y variables que serán estudiadas en la investigación, así como sus estrategias de medición, su validez y confiabilidad.

Relevación

Relevante: aunque el investigador debe sentirse libre al momento de seleccionar el problema, en el sentido de que éste debe ser su gusto, y preferencia para poder dedicarse a él con entusiasmo y constancia, debe valorar, no obstante, la importancia que el mismo posee. La relevancia afirma que el problema debe poseer un valor significativo.

- Relevancia científica: aporte de nuevos conocimientos.
- Relevancia humana: mejoramiento de la vida social.
- Relevancia contemporánea: solución de problemas actuales.

Impacto Social académico, ético, ambiental, económico y tecnológico.

Para todo proyecto de investigación, así como para sus resultados y aplicaciones, es posible hacer una estimación de su impacto, es decir, una valoración de sus efectos sociales, éticos, ambientales, económicos y tecnológicos.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para poder estudiar el perfil de los consumidores, debes definir el público al que se va a dirigir tu futura empresa. Perfil de compras, preferencias, gustos y comportamiento de las personas entran son los factores que debes conocer. ¿Son predominantemente hombres, mujeres, niños? ¿Cuál es la edad y la clase social?

Con esto que definimos básico nuestro objetivo es la comunidad o sociedad Deportiva de todas las características en nuestro país.

Conociendo estas particularidades, te resultará más fácil orientar tu negocio hacia ese público. Localización.

La localización desempeña un papel fundamental en las ventas. Por eso debes establecer la tienda en un local donde esté tu público. Identifica los lugares donde las actividades físicas sean comunes entre las personas que quieres alcanzar. También es fundamental elegir un punto de fácil acceso para los clientes.

INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Los instrumentos que empleamos para la recolección de información. Escogimos los más lógicos a nuestro alcance en la tecnología (buscar, destacar, relacionar etc.) después de eso fuimos a comprobar la información recolectada (bibliotecas, internet, redes sociales).

Análisis documental

Una diferencia muy notoria entre esta y las otras técnicas que se están tratando es que en estas últimas se obtienen datos de fuente primaria en cambio mediante el análisis documental se recolectan datos de fuentes secundarias. Libros, boletines, revistas, folletos, y periódicos se utilizan como fuentes para recolectar datos sobre las variables de interés. El instrumento que se acostumbra utilizar es la ficha de registro de datos.

Observación de campo no experimental

Con frecuencia se usa esta técnica para profundizar en el conocimiento del comportamiento de exploración. Por ejemplo, si en una investigación exploratoria se ha encontrado que los clientes de una empresa no están conforme con el tiempo que deben esperar para ser atendidos, se puede planear la recolección de datos sobre los tiempos de espera y de servicio de una muestra representativa de clientes. En este caso se puede emplear como instrumento una guía de observación o de campo.

Observación experimental

La observación experimental se diferencia de la no experimental porque elabora datos en condiciones relativamente controladas por el investigador, particularmente porque éste puede manipular la o las variables. Es una poderosa técnica de investigación científica. Puede utilizar como instrumento la hoja o ficha de registro de datos.

PROCEDIMIENTO

Después de definir que íbamos a enfocar la idea de negocio, lo siguiente fue definir la necesidad de nuestro entorno para aplicarlo la idea de negocio y cómo íbamos a resolver los problemas más destacado que se ligan a la necesidad. Lo siguiente fue en los factores de validación de la investigación, y en un futuro es aplicar la investigación para la creación del producto y de las plataformas (Página web).

RESULTADOS

Los resultados son la exposición de los datos obtenidos. Este apartado, considerado el eje fundamental del informe, presenta los principales hallazgos que dan respuesta a los objetivos de la investigación presentados en la introducción. La estructuración interna de este apartado dependerá de la cantidad y tipo de datos recogidos.

Es aconsejable que estos resultados se organicen atendiendo a un tipo de clasificación y orden. La síntesis de los mismos es recomendable presentarla por medio de gráficos o tablas, pero siempre han de ser tablas o gráficos originales (no de otras autorías, reproducidas, de ahí que sobre el tópico 'creación propia' o semejante). Si procede, también se comparan estos hallazgos con resultados similares obtenidos por otros autores en investigaciones similares. Conviene indicar la credibilidad de los resultados por medio de los criterios de rigor científicos establecidos para cada procedimiento metodológico.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Para las personas que practican semanalmente y diariamente algún deporte piensa que los atributos principales de una vitrina son el ambiente y las marcas. Mientras que los factores de selección de compra varían pues los que practican semanalmente prefieren las ofertas y las marcas; los que practican diariamente prefieren marcas y precios. Las personas que visitan las tiendas de artículos deportivos porque les llama la atención la vitrina son un 53.3%. Las personas que observan las vitrinas opinan que los más importante en estas es enseñar las marcas que distribuyen (38.0%), el ambiente que se crea dentro de la tienda (34.8%) y el espacio (20.2).

Para las personas que practican semanalmente y diariamente algún deporte piensa que los atributos principales de una vitrina son el ambiente y las marcas. Mientras que los factores de selección de compra varían pues los que practican semanalmente prefieren las ofertas y las marcas; los que practican diariamente prefieren marcas y precios. Las personas que visitan las tiendas de artículos deportivos porque les llama la atención la vitrina son un 53.3%. Las personas que observan las vitrinas opinan que los más importante en estas es enseñar las marcas que distribuyen (38.0%), el ambiente que se crea dentro de la tienda (34.8%) y el espacio (20.2).



REFERENCIAS



- Accounter. 2016. Art. 616-2. Casos en los cuales no se requiere la expedición de factura. Estatuto Tributario Nacional. [En línea] 2 de marzo de 2016 <http://estatuto.co/?e=438>.
- Ainara A. Pazos, M. e. (22 de Marzo de 2017). Sector de la Ropa Deportiva: La Moda del Fitness [En línea]. Obtenido de Universidad Carlos III de Madrid . Disponible en: <http://madi.uc3m.es/investigacion-internacional/mercadosindustrias/sector-de-la-ropa-deportiva-la-moda-del-fitness/>
- Bena Toro, D. (2010). Análisis Financiero: Enfoque, Proyecciones Financieras. Obtenido de Ecoe: <http://site.ebrary.com/id/10466928?ppg=11%0A>
- Gerencie.com. 2011. IVA asumido al régimen simplificado. Gerencie.com. [En línea] 12 de diciembre de 2011. [Citado el: 10 de Octubre de 2017.] Disponible en <http://www.gerencie.com/iva-asumido-al-regimen-simplificado.html>.
- Google Academico. (2016). Evaluacion de la ropa deportiva desde comienzo del siglo xx. Obtenido de deportescaneda: <https://www.deportescaneda.com/blog/17-evolucion-de-la-ropa-deportiva-desde-comienzos-del-siglo-xx-infografia>
- Hartline, J., Mirrokni, V., & Sundarajan, M. (2008). Optimal Marketing Strategies over Social Networks [En línea]. Obtenido de International World Wide Web Conference: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1367524>
- MAURICIO CEBALLOS OJEDA, JOSÉ DARLING COLORADO. (2019). PLAN DE NEGOCIOS – SPORTIDA – TIENDA DEPORTIVA Obtenido de Documento .pdf Google: http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/12114/Sportida_tienda_deportiva.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Flores Rentería Alvaro Renato, Infantes Livia Rosa Del Carmen, Urbano Del Castillo Diana Angelica. (2018). Proyecto Confección y venta de ropa deportiva de tela de fibra de bambú. Obtenido de International de Documento .pdf Google: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624927/Flores%20_RA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Maravillas del Deporte. (2008). Los objetivos y principios del deporte .Recuperado en 15 de septiembre de 2020, de <http://maravillasdep.blogspot.com/2008/11/los-objetivos-y-principios.html#:~:text=noviembre%20de%202008-,Los%20objetivos%20y%20Principios,...Fomentar%20el%20Deporte>
- Ecomanía Blog (2011) El bambú como tejido. Recuperado de <http://ecomaniablog.blogspot.pe/2011/11/el-bambu-como-tejido.html> (Consulta : 08 de Mayo del 2018).
- Sociedad Nacional de Industrias (SNI) (2015) Perú mantiene posición 90 en ranking global de tecnología 2015. Recuperado de <http://www.sni.org.pe/?p=3100> (Consulta: 16 de Marzo de 2018).
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) (2018) Sumilla. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2006/oficios/i1962006.htm> (Consulta : 7 de julio de 2018).

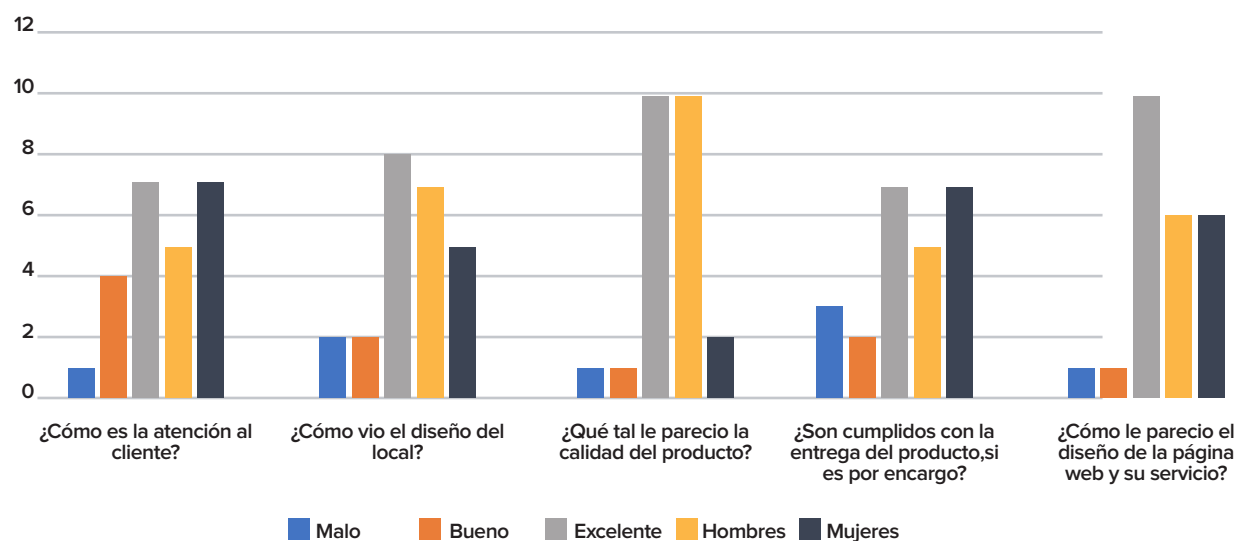
CV DEL AUTOR O AUTORES

Cristian Andrés Cuervo Ayala. Corporación Tecnológica Industrial Colombiana – TEINCO. Tel.3125670580. E-mail.1000380652@teinco.edu.co

Sebastián Jesús Morales Bayona. Corporación Tecnológica Industrial Colombiana – TEINCO. Tel. 314735811. E-mail. 1000379729@teinco.edu.co

TABLAS, GRÁFICOS O ILUSTRACIONES (APA)*Formato para las tablas*

	MALO	BUENO	EXCELENTE
¿Cómo es la atención al cliente?			X
¿Cómo vio el diseño del local?		X	
¿Qué tal le pareció la calidad del producto?			X
¿Son cumplidos con la entrega del producto, si es por encargo?		X	
¿Cómo le pareció el diseño de la página web y su servicio?			X

FORMATO DE GRÁFICA

Resultados: Él al grafica se ven reflejado los resultados es algo muy positivo para nosotros ya que se encuestaron hombres y mujeres mayores de edad, y de a 12 por cada pregunta, hay unos resultados muy positivos que podremos seguir avanzando cada día más. Obviamente hay cosas por corregir, pero para eso estamos y tenemos las cosas claras para poder continuar.