

**FORMATO ANTEPROYECTO
TRAYECTORIA DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título de la propuesta	PROPUESTA DE UN DESARROLLO TECNOLÓGICO, QUE PROMUEVA LA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA DE LOS PRODUCTORES DE LA HACIENDA EL CHAYANI EN EL MUNICIPIO DE CAJIBIO CAUCA.		
Nombre completo del Estudiante1	Alfredo Cerón Jiménez		
Documento de Identidad	CC. 1061694664	Código	15162060
Correo Electrónico	alfredoceronjz@gmail.com	Celular	3168003949
Nombre completo del Estudiante2	Neyi Katerine Delgado Urbano		
Documento de Identidad	CC. 1061766390	Código	15162010
Correo Electrónico	neykdeur@gmail.com	Celular	3105183330
Fecha de Presentación			

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA Y PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN (Máximo 100 palabras)

Describa brevemente el problema y formule la pregunta de investigación

Los canales indirectos de distribución son aquellos en donde se incrementa el precio entre productores y el consumidor final debido a las actividades realizadas por los intermediarios, gracias al desarrollo de estos modelos de comercialización tradicionales en el sector agrícola, se hace necesario diseñar estrategias que permitan reducir la cadena y generar valor para el consumidor a través de la innovación con el objetivo de mejorar las utilidades de los productores de la hacienda el Chayani ubicada en el municipio de Cajibío - Cauca.

¿Qué herramienta tecnológica puede ayudar a los productores de la hacienda el Chayani en el municipio de Cajibío Cauca a comercializar sus productos a través de un canal directo?

3. MOTIVACIÓN Y JUSTIFICACIÓN (Máximo 100 palabras)

Describe brevemente las razones por las que considera, el tema de interés y, la justificación de su aporte a su formación profesional.

Con el fin de mejorar la calidad de vida para la organización social “La Hacienda el Chayani del Municipio de Cajibío Cauca”, mediante un acercamiento con las Tics, por medio del diseño de un portal web que permita dinamizar los procesos de comercialización de sus productos, con el fin de eliminar la intermediación y como resultado obtener mejor utilidad en el desarrollo de su actividad comercial.

Los procesos académicos enfocados a un compromiso social y como resultado de tareas investigativas que promueven el desarrollo económico de las comunidades en el departamento del Cauca, articulan teorías haciendo un proceso dinámico que interactúa entre la academia y la comunidad.

4. OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS (Máximo 100 palabras)

Objetivo General

Proponer un desarrollo tecnológico basado en herramientas Tic, para los productores de la Hacienda el Chayani en el municipio de Cajibío Cauca, con el fin de comercializar sus productos a través de un canal directo.

Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico en la Hacienda el Chayani para conocer los requerimientos externos e internos.
2. Identificar los contenidos para los públicos de interés de un portal web.
3. Diseñar una metodología para aspectos de seguimiento, evaluación y retroalimentación, para medir la efectividad de las acciones propuestas.

5. MARCO TEÓRICO (Máximo 300 palabras)

Realice un breve acercamiento al marco teórico citando la literatura más relevante relacionada con el problema de investigación.

(Molero, 2014) Hoy compramos viajes, hoteles, banca, ropa, música, cine, noticias, vacaciones, y todo tipo de productos de manera diferente. Y esto no es más que el inicio de una espiral imparable que no dejará intacto a ningún sector productivo: Gracias a las herramientas electrónicas adaptables a cualquier sector productivo podemos realizar comercialización de productos bienes y servicios por medio de canales virtuales de manera segura, confiable y optimizando el tiempo de los consumidores o clientes.

(Kotler, P y Gary, A. 2008) realizar negocios en la era digital requiere un nuevo modelo de estrategia y práctica del marketing. Internet está revolucionando la manera en que las compañías crean valor para sus clientes y cultivan relaciones con ellos. La era digital ha cambiado fundamentalmente las opiniones de los clientes sobre comodidad, velocidad, precio información del producto, y servicio. Por lo tanto, el marketing actual demanda nuevas formas de razonar y actuar. Las compañías deben conservar la mayoría de habilidades y prácticas que les han funcionado en el pasado, pero también añadir nuevas capacidades y prácticas si esperan poder crecer y prosperar en el cambiante entorno digital de hoy en día.

(Collin, 2003) El Internet es una de las herramientas del marketing más eficaces que una compañía puede utilizar para promover su marca, su servicio o sus productos, ya que nos ofrece una completa gama de recursos que le permite a las empresas llegar a los clientes tanto actuales como potenciales.

6. METODOLOGÍA PROPUESTA (Máximo 100 palabras)

Describe la metodología propuesta para abordar la pregunta de investigación propuesta

La metodología de investigación que se desarrolla con el objeto de “Diseñar un portal web, para la comunidad de la Hacienda el Chayani del municipio de Cajibío Cauca”. Es una combinación metodológica entre cualitativa y cuantitativa. Esto obedece a que mediante el uso de instrumentos de recolección de datos como la encuesta, entrevista, observación directa e indirecta, análisis de documentos e internet para el análisis de fuentes primarias y secundarias los cuales se analizarán según sus características (comportamentales, sociales y de tendencia) y según los datos medibles de factores que nos permitan realizar inferencias y tomar decisiones con el fin de optimizar el sitio web.

7. BIBLIOGRAFÍA

BACON FRANCIS. [EN LÍNEA]. [Citado en 19 Mayo de 2019]. Disponible en internet:
<http://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>

Benassini, M. (2009). Introducción a la investigación de mercados. Enfoque para América Latina. México: Pearson Educación.

Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Tercera edición. Colombia: Pearson Educación.

Durán, R. (2017). 5 Tendencias del marketing digital en Colombia para 2017 - INCRENTA - Blog Colombia. [online] INCRENTA - Blog Colombia. <http://incenta.com/co/blog/tendencias-marketing-digital-colombia-2017>

Echeverria, G. *Marketing en internet*, 1 ed. GRADI 2008. 288 p. ISBN 9789871347827

Kotler, P y Gary, A. (2008). Fundamentos de marketing, octava edición. México: Pearson Educación.

Kotler, P. y Keller, L. Dirección de marketing, 12. ed. Mexico, Pearson Educacion - Prentice Hall.

Selman, H. (2017). Marketing Digital. Ibukku.

8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA PARA LA PROPUESTA DE UN DESARROLLO TECNOLÓGICO QUE PROMUEVA LA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA DE LOS PRODUCTORES DE LA HACIENDA EL CHAYANI EN EL MUNICIPIO DE CAJIBIO CAUCA	MES																											
	1				2				3				4				5				6							
	SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1. FASE DE PLANEACION Y ORGANIZACIÓN																												
1.1. DISEÑO DE LOS PARAMETROS DEL SITIO WEB	■	■	■	■																								
1.2. IDENTIFICACION DE LOS PRODUCTOS					■	■	■																					
1.3. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS									■																			
2. FASE DE DIRECCION Y CONTROL																												
2.1. RECOLECCION DE DATOS (APLICACIÓN DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS)									■	■	■																	
2.2. SISTEMATIZACION DE DATOS												■																
2.3. ANALIS DE DATOS													■	■	■													
2.4. DISEÑO DEL SITIO WEB																■	■											
2.5. FORMULACION DEL MEJORAMIENTO ESTRATEGICO																	■	■	■	■								
2.6. INFORME																									■	■	■	■

Para uso exclusivo del programa:

Fecha Evaluación	
Resultado	<input type="checkbox"/> Aprobado <input type="checkbox"/> Aprobado con ajustes <input type="checkbox"/> No Aprobado
Director Trabajo de Grado Designado	
Concepto	