

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.

CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.



Creación de una tienda virtual, para comercializar productos elaborados en el proceso de formación por competencias, de los aprendices del Centro Agroturístico.

Creation of a virtual shop, to market products made in the process of training by competences, of the apprentices of the Agrotourism Centre.

Yuly Andrea Rueda Ortiz

*Aprendiz, Tecnólogo en Gestión Administrativa
SICAD – Semillero de Investigación Ciencias
Administrativa, Centro Agroturístico
yarueda1@misena.edu.co*

Danna Camila Guevara Meneses

*Aprendiz, Tecnólogo en Gestión Administrativa
SICAD – Semillero de Investigación Ciencias
Administrativa, Centro Agroturístico
dcguevara3@misena.edu.co*

Luis Felipe Cruz Moreno

*Aprendiz, Tecnólogo en Gestión de Negocios
SICAD – Semillero de Investigación Ciencias
Administrativa, Centro Agroturístico
pipecm@misena.edu.co*

NELLY CRISTINA SUÁREZ CABALLERO

*Ingeniera de Mercados
Especialista en Integración de TICS en procesos
educativos
SENA
criscaballero@misena.edu.co*

ANGIE MELISSA MOLINA SUÁREZ

*Administrador de Empresas
Especialista en Gestión del Talento Humano por
Competencias Laborales
SENA
angiemolina1@misena.edu.co*

Resumen

En el ejercicio de la ejecución de la formación Profesional Integral del Centro Agroturístico, de los programas titulados (técnicos y tecnológicos) y SER (Sena Emprende Rural), se generan por parte de los aprendices, unidades productivas, que a través del tiempo, se ven frustradas en el proceso de comercialización, debido al desconocimiento en la implementación de estrategias comerciales digitales, lo que conlleva a pérdidas y desmotivación en los productores, disminución en la rotación de inventarios, mínima expansión del mercado y posterior cierre de dichas unidades. Utilizando la metodología de investigación aplicada, sé creo una Tienda Virtual para mejorar los niveles de comercialización de los productos generados en dichas unidades, con el fin de garantizar su expansión, permanencia en el mercado y rentabilidad de sus productos; brindando un beneficio económico a través del incremento de ventas mediante el desarrollo de estrategias de comercialización digital, generar un compromiso de responsabilidad ambiental en el proceso de comercialización y finalmente, lograr el aumento del uso de las TICS, como un alternativa para optimizar el esfuerzo y los recursos en la gestión del proceso de comercialización de los productos generados por los aprendices del Centro Agroturístico.

Abstract

In the exercise of the execution of the Integral Professional Training of the Agrotourism Center, of the titled programs (technical and technological) and SER (Sena Emprende Rural), are generated by the apprentices, productive units, that through time, are frustrated in the commercialization process, due to the lack of knowledge in the implementation of digital commercial strategies, which leads to losses and demotivation in the producers, decrease in the rotation of inventories, minimum expansion of the market and later closing of these units. Using the applied research methodology, I created a Virtual Store to improve the commercialization levels of the products generated in these units, in order to guarantee their expansion, permanence in the market and profitability of their products; offering an economic benefit through the increase of sales through the development of digital commercialization strategies, generate a commitment of environmental responsibility in the commercialization process and finally, achieve the increase of the use of the TICS, as an alternative to optimize the effort and the resources in the management of the commercialization process of the products generated by the apprentices of the Agrotourism Center.

Palabras Clave

- Productos
- Virtual
- Unidades productivas
- Aprendices
- Formación
- Competencias

Keywords

- Products
- Virtual
- Production units
- Apprentices
- Formation
- Technological progress has allowed a business

Introducción

El avance tecnológico ha permitido un desarrollo empresarial y económico bastante notorio como estrategia competitiva, lo que ha llevado a que los empresarios en su afán y gran interés para no ser excluidos de la dinámica del mercado, opten por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, herramienta que se ha convertido en un fuerte apoyo para comercializar los bienes y servicios a través de la red o de lo que hoy se conoce como E-commerce o comercio electrónico.

La modalidad de comercio E-commerce o comercio electrónico, es relativamente joven ya que, tiene su origen en 1948, posteriormente se estandariza en los 70 con la implementación del EDI (*Electronic Data Interchange*), pero es en 1992 con la creación de la tecnología web WWW (*World Wide Web*) y la introducción en 1996 del cifrado de seguridad SSL 3.0 (*Secure Sockets Layer*), y el desarrollo de las TIC's cuando toma su mayor auge y permite que millones de clientes se vinculen en un comercio on-line. Es ese sentido "El comercio electrónico es una modalidad de comercio que utiliza medios electrónicos para la transacción de bienes y servicios en un mercado nacional y global, donde las fronteras geográficas pierden su significado" (Torres Ramírez , Sanabria Diaz, & Lopez Posada, 2012 p. 135)

Dadas esta definiciones se puede puntualizar que el E-commerce, es una de las herramientas más modernas que permite realizar negocios en red y generar un impacto representativo en las actividades económicas, no solo de la empresa sino del entorno social en el que se desarrollan, dado que permite la interacción con el cliente, identificar las necesidades tanto de la empresa como de los consumidores, reducir los costos,

Introduction

and economic development quite notorious as a competitive strategy, which has led entrepreneurs in their eagerness and great interest not to be excluded from the dynamics of the market, opt for the use of information and communication technologies, a tool that has become a strong support to market goods and services through the network or what is now known as E-commerce or e-commerce.

The modality of commerce E-commerce or electronic commerce, is relatively young since, it has its origin in 1948, later it is standardized in the 70 with the implementation of the EDI (*Electronic Data Interchange*), but it is in 1992 with the creation of the web technology WWW (*World Wide Web*) and the introduction in 1996 of the cipher of security SSL 3.0 (*Secure Sockets Layer*), and the development of the TIC's when it takes its greater peak and allows that millions of clients are linked in an on-line commerce. It is in this sense that "Electronic commerce is a form of commerce that uses electronic means for the transaction of goods and services in a national and global market, where geographical borders lose their meaning" (Torres Ramírez , Sanabria Diaz, & Lopez Posada, 2012 p. 135).

Given these definitions, it can be pointed out that E-commerce is one of the most modern tools that allows to do business in a network and generate a representative impact in the economic activities, not only of the company but of the social environment in which they are developed, since it allows the interaction with the client, identify the needs of both the company and the consumers, reduce costs, improve the quality of goods and services and implement adequate sales and after-sales strategies that finally guarantee the satisfaction of the client.

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.
CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

mejorar la calidad de los bienes y servicios e implementar estrategias adecuadas de venta y posventa que finalmente garantizan la satisfacción del cliente.

Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, los segmentos más apetecidos por los compradores en línea de Santander corresponden a las categorías de turismo, tecnología y moda, incluyendo accesorios de apariencia personal.

De acuerdo con Victoria Eugenia Virviescas, presidente ejecutiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, Ccce, durante la quinta versión del Hotsale nacional (realizada el pasado 25 y 26 de abril de 2017), se lograron 480.000 visitas a la plataforma, de las cuales el 6% correspondieron a Santander, que, si bien es una cifra baja, fue la quinta ciudad del país que registró más visitas (Ruiz, 2017).

A su vez, la Cámara de Bucaramanga presenta que en el año 2017 se establecieron 1.818 nuevos negocios no sólo en las ciudades que conforman el área metropolitana de Bucaramanga, sino también en los demás municipios del departamento, ya que allí se inscriben las empresas de las provincias de Guanentá, Vélez, Comunera, García Rovira y Soto, donde dos compañías se ubicaron en el rango de las pymes, empresas que se establecieron en los municipios de San Gil y Cerrito dedicadas a servicios funerarios y comercio al por mayor de productos alimenticios.

En ese orden de ideas, el emprendimiento formal ha venido ganando espacio en la economía de las provincias de Guanentá y Comunera, las cuales a su vez, son campo de cobertura de los diferentes programas de formación ofertados por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), específicamente, por el Centro Agroturístico,

According to the Colombian Chamber of Electronic Commerce, the segments most desired by online shoppers in Santander correspond to the categories of tourism, technology and fashion, including accessories of personal appearance.

According to Victoria Eugenia Virviescas, executive president of the Colombian Chamber of Electronic Commerce, Ccce, during the fifth version of the national Hotsale (held on April 25 and 26, 2017), 480,000 visits to the platform were achieved, of which 6% corresponded to Santander, which, although it is a low figure, was the fifth city in the country that registered more visits (Ruiz, 2017)

At the same time, the Chamber of Bucaramanga presents that in 2017 1,818 new businesses were established not only in the cities that make up the metropolitan area of Bucaramanga, but also in the other municipalities of the department, since there are registered companies from the provinces of Guanentá, Vélez, Comunera, García Rovira and Soto, where two companies were located in the range of SMEs, companies that were established in the municipalities of San Gil and Cerrito dedicated to funeral services and wholesale trade of food products.

In that order of ideas, the formal enterprise has been gaining space in the economy of the provinces of Guanentá and Comunera, which in turn, are field of coverage of the different training programs offered by the National Apprenticeship Service (SENA), specifically by the Agrotourism Center, a government entity that provides technical and technological training, through different careers and complementary courses, in order that the graduate can perform trades and occupations required by the productive sectors.

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.

CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

entidad gubernamental que brinda formación técnica y tecnológica, a través de distintas carreras y cursos complementarios, con la finalidad de que el egresado pueda desempeñar oficios y ocupaciones que requieren los sectores productivos.

Los aprendices del Centro Agroturístico en su proceso de formación teórico-práctico basado en el desarrollo de competencias, generan Unidades Productivas que se van consolidando como alternativa de mejora y estabilidad económica para ellos y su núcleo familiar, basados en uno o varios productos, es así, que desde el año 2015 han conformado más de 295 unidades productivas ubicadas en el sector urbano y rural de los 38 municipios que conforman las provincias Comunera y de Guanentá. Sin embargo, se evidencian problemas, en la comercialización de los productos configurándose en un impedimento para el desarrollo económico de estos emprendedores, debido a que solo se utilizan formas tradicionales de venta local, frustrando su capacidad de producción y rentabilidad.

Esta investigación se enmarca dentro de una propuesta de creación de una tienda virtual como mecanismo de comercio electrónico, que facilita la comercialización de los productos generados por los aprendices de las Unidades Productivas, en el marco de la Ejecución de la formación profesional integral del Centro Agroturístico. Entre sus objetivos se encuentra la caracterización de las unidades productivas, la consolidación un portafolio de productos generados a partir de la ejecución de la Formación Profesional Integral, la implementación de estrategias de marketing digital, diseñadas para la comercialización de los productos generados por los aprendices del Centro Agroturístico

The apprentices of the Agrotourism Center in their process of theoretical-practical training based on the development of skills, generate Productive Units that are consolidated as an alternative for improvement and economic stability for them and their families, based on one or several products, it is thus, that since 2015 have formed more than 295 productive units located in the urban and rural sector of the 38 municipalities that make up the provinces Comunera and Guanentá. However, there are evident problems in the commercialization of the products, being an impediment for the economic development of these entrepreneurs, due to the fact that only traditional forms of local sale are used, frustrating their production capacity and profitability.

This research is part of a proposal to create a virtual store as an electronic commerce mechanism, which facilitates the commercialization of products generated by apprentices of the Productive Units, within the framework of the Execution of the integral professional training of the Agrotourism Center. Among its objectives is the characterization of the productive units, the consolidation of a portfolio of products generated from the execution of the Integral Vocational Training, the implementation of digital marketing strategies, designed for the marketing of products generated by the apprentices of the Agrotourism Center.

The Virtual Stores have their boom in the era of intelligence in networks, the basis of the new economy that seeks in a different way to create new societies, based on typing and giving way to new promises and opportunities despite the risk that this implies, because not all people act in response to this technology, however, every day evolves in this buying behavior due to the spread of the Internet, which in turn facilitates the relationship with customers as it allows greater

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.

CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

Las Tiendas Virtuales, tienen su auge en la era de inteligencia en redes, base de la nueva economía que busca de una manera diferente crear nuevas sociedades, basadas en la digitación y dando paso a nuevas promesas y oportunidades a pesar del riesgo que esto implica, pues no todas las personas actúan en respuesta a esta tecnología, sin embargo, cada día se evoluciona en este comportamiento de compra debido a la propagación de Internet, que a su vez facilita la relación con los clientes puesto que permite mayor accesibilidad, conveniencia, novedad, búsqueda y comparabilidad de información sobre el producto requerido, razón por la cual las empresas centran su atención en el diseño e implementación de estrategias de marketing basados en el conocimiento del consumidor y que se adapten de manera positiva al nuevo canal que brinda capacidad y comodidad.

Tomando como referencia que la tienda virtual no tiene una vitrina física, su vitrina o sitio de exhibición de productos es la pantalla de ordenador, que no tiene vendedores, el vendedor es la pantalla de ordenador, que no tiene almacén (en una situación de eficiencia ideal), trabaja bajo pedido, se evidencia que ya ha logrado la eficiencia en sus tres bases fundamentales: cliente (pedidos), proveedor y transporte, puesto que el mismo avance tecnológico ha permitido el uso de herramientas que facilitan atraer y mantener a los cliente.

Algunas formas de comercio electrónico ya existían desde 1978. Por ejemplo, el Intercambio Electrónico de datos (EDI) en sectores como el automovilístico o la venta minorista, sin embargo, se observó un desarrollo en el comercio electrónico debido a la aparición de Internet y el World Wide Web (www) los cuales están haciendo este tipo de comercio mucho más accesible. Estas nuevas tecnologías están

accessibility, convenience, novelty, search and comparability of information on the required product, which is why companies focus their attention on the design and implementation of marketing strategies based on consumer knowledge and that adapt positively to the new channel that provides capacity and convenience.

Taking as a reference that the virtual store does not have a physical display case, its display case or product display site is the computer screen, which does not have salesmen, the salesman is the computer screen, which does not have a warehouse (in a situation of ideal efficiency), works under order, it is evident that it has already achieved efficiency in its three fundamental bases: customer (orders), supplier and transport, since the same technological advance has allowed the use of tools that facilitate attracting and maintaining customers.

Some forms of electronic commerce had been in existence since 1978. For example, Electronic Data Interchange (EDI) in sectors such as automotive or retail, however, a development was observed in electronic commerce due to the emergence of the Internet and the World Wide Web (www) which are making this type of commerce much more accessible. These new technologies are offering easy-to-use and low-cost forms of commerce (Briz Escribano & Laso Ballesteros, 2001 p.86).

The www was developed at the European Particle Physics Lab as a vehicle by which scientists working in different locations internationally shared information about high-energy physics. In January 1993 there were only 50 servers and by 1995 there were more than 100,000 servers which means that had a great reception the development of the www worldwide as its growth was exponential, year after year this new system evolved to create a new way of living

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.

CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

ofreciendo unas formas de comercios fáciles de usar y con unos costos reducidos (Briz Escribano & Laso Ballesteros, 2001 p.86)

La www se desarrolló en el European Particle Physics Lab como vehículo mediante el cual los científicos que trabajaban en diferentes lugares a nivel internacional compartían información acerca de la física de alta energía. En enero de 1993 había solo 50 servidores y ya para el 1995 habían más de 100.000 servidores lo que significa que tuvo una gran acogida el desarrollo de la www a nivel mundial ya que su crecimiento fue exponencial, año tras años este nuevo sistema fue evolucionando hasta crear una nueva forma de vivir de las personas y de realizar negocios, lo que haría revolucionar la economía mundial. (Tapscott, 1996 p.19)

En la nueva economía, la información en todas sus formas es digital reducida a bits almacenados en computadores, desplazándose a la velocidad de la luz a través redes, basada en la codificación binaria para computación. (Tapscott, 1996 p.6). De esta manera el nuevo mundo de posibilidades a través de la red es muy amplio y se cambió el paradigma antiguo mediante el cual ocurrieron todas las interacciones con base en lo físico.

Este sistema se puede ver como una comunidad económica digital formada por grupos de organizaciones e individuos que interactúan entre sí a través de una plataforma on-line. "Esta comunidad económica produce productos y servicios que generan valor para los consumidores, los cuales son un factor muy importante en el sistema. (Briz Escribano & Laso Ballesteros, 2001 p.87).

Lo sorprendente es la forma como los medios de comunicación digital están cambiando los negocios y la velocidad abismal en la que crece el

people and doing business, which would revolutionize the global economy. (Tapscott, 1996 p.19)

In the new economy, information in all its forms is digitally reduced to bits stored in computers, moving at the speed of light through networks, based on binary coding for computing. (Tapscott, 1996 p.6). In this way the new world of possibilities through the network is very broad and the old paradigm was changed by which all interactions occurred based on the physical.

This system can be seen as a digital economic community formed by groups of organizations and individuals that interact with each other through an on-line platform. "This economic community produces products and services that generate value for consumers, which are a very important factor in the system. (Briz Escribano & Laso Ballesteros, 2001 p.87).

What is surprising is the way in which digital media are changing businesses and the abysmal speed in which e-commerce is growing, contributing to the expansion of the benefits and success of suppliers, employees and customers. In the same way, it also allows minimizing intermediation, eliminating transaction processes, significantly reducing costs, time and availability; at the same time, delivering tangible benefits to the customer such as minimum product manipulation, competitive prices, quality and intangible benefits such as extensive information, control of their orders, practical relationships and at the same time bringing greater added value to the online sales service. On the other hand, the pace of growth and change driven by the acceleration of technology is generating evolution everywhere, as is already notorious, executives from all sectors must embrace the pace and dynamics of the information technology industry, focused on

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.

CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

comercio electrónico contribuyendo en la ampliación de los beneficios y el éxito de los proveedores, empleados y clientes, de igual manera permite también minimizar la intermediación, eliminar procesos de transacción, reducir costos significativamente, tiempo y disponibilidad; a su vez entregando al cliente beneficios tangibles como la mínima manipulación del producto, precios competitivos, calidad y a su vez beneficios intangibles como la amplia información, el control de sus pedidos, las relaciones prácticas a la par de aportar ellos mismos mayor valor agregado al servicio de venta online. Por otra parte, el ritmo de crecimiento y cambio dirigido por la aceleración de la tecnología está generando la evolución en todo lugar, como ya es notorio, los ejecutivos de todos los sectores deben abrazar el ritmo y la dinámica de la industria de la tecnología de la información, centrado en la agilidad, inmediatez e innovación técnica con conocimiento, (Tapscott, La Era de los Negocios Electrónicos, 2002 p.21) con el fin de ayudar a las empresas a ser más competitiva en este mundo globalizado. Victoria Eugenia Virviescas, presidente ejecutiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, Ccce, recordó que hoy en día los consumidores digitales cuentan con el derecho al cambio y retracto de la compra, reversión del pago y protección del fraude virtual, como está consignado en el decreto 587 de 2016, de la Ley 1480 del Estatuto del consumidor, lo que debe garantizar más seguridad a los compradores virtuales.

Metodología

El tipo de investigación, aplicada, que como lo expone (Abarza, 2012), es el tipo de investigación en la cual el problema está establecido y es conocido por el investigador, por

agility, immediacy and technical innovation with knowledge, (Tapscott, The Age of Electronic Business, 2002 p.21) in order to help companies become more competitive in this globalized world.

Victoria Eugenia Virviescas, executive president of the Colombian Chamber of Electronic Commerce, Ccce, recalled that today's digital consumers have the right to change and retract the purchase, reversal of payment and protection from virtual fraud, as stated in Decree 587 of 2016, of Law 1480 of the Consumer Statute, which should ensure more security to virtual buyers.

Methodology

The type of applied research, which as explained (Abarza, 2012), is the type of research in which the problem is established and is known by the researcher, so it is used to answer specific questions, the emphasis of applied research is the practical resolution of problems.

It should be noted that the main characteristic of this research process is the interest in the application and practical consequences of the knowledge obtained, which allow the objective of predicting a specific behavior in a defined situation to be met.

The investigation is exploratory, since, a similar antecedent of investigation is not evident in our Center of formation, the provinces of Guanentá and Comunera, or the Department; it is tried to give place to new investigations that serve as input for the approach of the formative projects, source of development of the programs to technical and technological level imparted in the Agrotourism Center.

lo que es utilizada para dar respuesta a preguntas específicas, el énfasis de la investigación aplicada es la resolución práctica de problemas.

Cabe destacar que la característica principal de este proceso investigativo, es el interés en la aplicación y en las consecuencias prácticas de los conocimientos obtenidos, que permitan cumplir el objetivo de predecir un comportamiento específico en una situación definida.

La investigación es exploratoria, ya que, no se evidencia un antecedente de investigación semejante en nuestro Centro de formación, las provincias de Guanentá y Comunera, o el Departamento; se pretende dar lugar a nuevas investigaciones que sirvan como insumo para el planteamiento de los proyectos formativos, fuente de desarrollo de los programas a nivel técnico y tecnológico impartidos en el Centro Agroturístico.

Hernández Sampieri, describe este tipo de investigación como una especie de brújula en la que no se produce automáticamente el saber, pero que evita perdernos en el caos aparente de los fenómenos, aunque solo sea porque nos indica como no plantear los problemas y como no sucumbir en el embrujo de nuestros prejuicios predilectos.

El estudio se hace desde un enfoque Mixto: cualitativo y cuantitativo, dado que como plantea Grinnell (1997), citado por Hernández et al (2003:5), la investigación mixta utiliza las siguientes fases:

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluaciones realizadas.

Hernández Sampieri describes this type of research as a kind of compass in which knowledge is not automatically produced, but which avoids losing ourselves in the apparent chaos of phenomena, even if only because it indicates us how not to pose problems and how not to succumb to the spell of our favorite prejudices.

The study is made from a Mixed approach: qualitative and quantitative, given that as Grinnell (1997), quoted by Hernández et al (2003:5) states, mixed research uses the following phases:

- a) They carry out observation and evaluation of phenomena.
- b) They establish assumptions or ideas as a consequence of the observation and evaluations carried out.
- c) Test and demonstrate the extent to which assumptions or ideas are substantiated.
- d) Review such assumptions or ideas on the basis of evidence or analysis.
- e) They propose new observations and evaluations to clarify, modify, cement and/or substantiate the assumptions or ideas; or even to generate others.

Among the primary and secondary sources shown in the research, information is collected directly from the managers of each of the Productive Units, which form the support for the development of the technical cards of each product.

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.

CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas; o incluso para generar otras.”

Entre las fuentes primarias y secundarias que se muestran en la investigación, se recopila información tomada directamente de los gestores de cada una de las Unidades Productivas, las cuales conforman el soporte para el desarrollo de las fichas técnicas de cada producto.

Desarrollo

La investigación se desarrolló mediante la división por fases, de cada una de las actividades planteadas para el logro de los objetivos, de la siguiente manera:

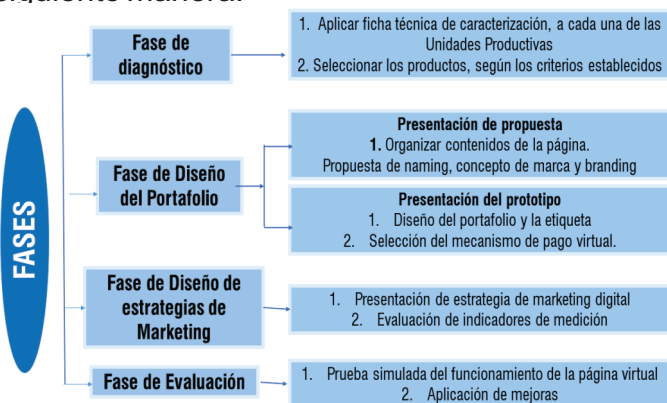


Figura 1. Fases de la investigación
Fuente: Elaboración propia

Los instrumentos utilizados para la recopilación de la información, que sustenta el proyecto, fueron de gran importancia, ya que permitieron, tener los datos de cada Unidad Productiva,

Desarrollo

The research was developed through the division into phases of each one of the activities proposed for the achievement of the objectives, in the following way:

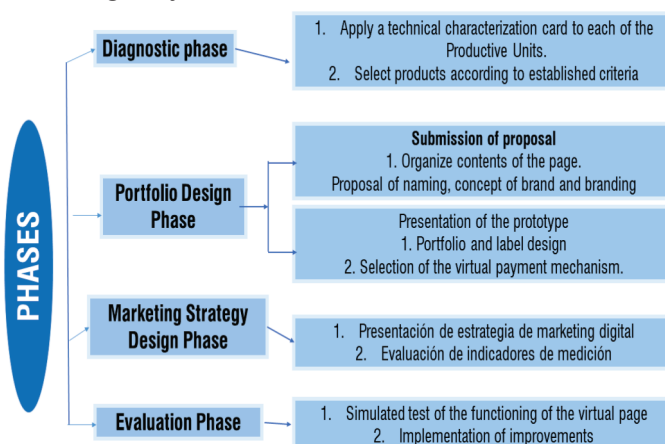


Figure 1. Phases of research
Source: Own preparation

The instruments used to compile the information that supports the project were of great importance, since they allowed to have the data of each Productive Unit, classify and select the products. It was possible to apply the technical sheet and the evaluation criteria for its selection.

- Field Observation:

It was elaborated from the direct observation to each Productive Unit, the main objective was to establish the conditions of each one and to observe the progress of the different actors in the development of their commercial task.

- Documents and Evidence: Technical Data Sheet

Application of the 2 activities, which are organized in the technical card and the criteria of evaluation and selection of where an approach to the subject was made from the theoretical

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.

CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

clasificar y seleccionar los productos. Se logró aplicar la ficha técnica y los criterios de evaluación para su selección.

• Observación en Campo:

Se elaboró a partir de la observación directa a cada Unidad Productiva, el objetivo primordial fue establecer las condiciones de cada una y observar el avance de los diferentes actores en el desarrollo de su quehacer comercial.

• Documentos y Evidencia: Ficha Técnica

Aplicación de las 2 actividades, que se encuentran organizadas en la ficha técnica y los criterios de evaluación y selección de donde se realizó una aproximación al tema desde el marco teórico, que permiten la caracterización y selección de los productos.

La población objeto de investigación es la comunidad de aprendices del Centro Agroturístico creadores de Unidades Productivas, ubicados en los 38 municipios que conforman la provincia Comunera y de Guanentá. Se cuenta con Fondo Emprender y el programa SENA Emprende Rural como fuente de información para el desarrollo del proyecto. Se trabajó con una muestra de 70 Unidades Productivas quienes lideraron las actividades por ser las de mayor experiencia.

Como resultado del proceso de investigación en la fase de análisis, donde damos cumplimiento al primer objetivo propuesto "Caracterizar las unidades productivas desarrolladas por los aprendices del Centro Agroturístico, potenciales oferentes de la Tienda Virtual", se obtuvo como resultado un diagnóstico de las unidades productivas en ejecución, y la caracterización de las unidades productivas, según análisis de la demanda de la región.

framework, which allow the characterization and selection of the products.

The target population is the apprentice community of the Agrotourism Center, creators of Productive Units, located in the 38 municipalities that make up the provinces of Comunera and Guanentá. There is Fondo Emprender and the SENA Emprende Rural program as a source of information for the development of the project. We worked with a sample of 70 Productive Units who led the activities because they had the most experience.

As a result of the research process in the analysis phase, where we comply with the first proposed objective "Characterize the productive units developed by the trainees of the Agrotourism Center, potential providers of the Virtual Store", we obtained as a result a diagnosis of the productive units in execution, and the characterization of the productive units, according to the analysis of the demand of the region.

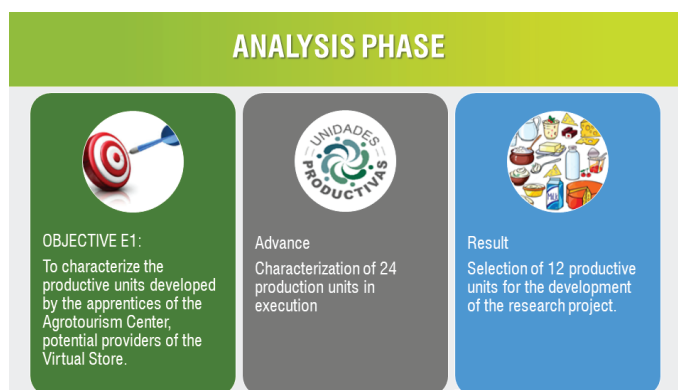


Figure 2. Analysis Phase
Source: Own preparation

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO. **CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.**



Figura 2. Fase de Análisis
Fuente: Elaboración propia

Se establecen los parámetros mínimos que debe contener la ficha técnica de cada uno de los productos generados en la Unidades Productivas, con las cuales se dió inicio al proceso de comercialización por medio de la Tienda Virtual.

NOMBRE DE LA EMPRESA:		El Moncoro	
	NOMBRE DEL CONTACTO COMERCIAL		Yazmin Orozco Maldonado
	TELÉFONO DE CONTACTO DE LA EMPRESA		3183110231
	DIRECCIÓN DE CONTACTO DE LA EMPRESA		Vereda Pavas Bajo, Finca El Moncoro
	DEPARTAMENTO		Santander
	MUNICIPIO		Palmas del socorro
	PAGINA WEB		No tiene
	CORREO ELECTRÓNICO		No tiene
	SECTOR DE LA EMPRESA		Pecuario
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO			
Nombre del Producto		Descripción	
Huevos Criollos AAA		Huevo de gallina Criolla, con sistemas laterativos de alimentación para mejorar la calidad del huevo. Huevos de	
Presentación		Precio	
Por docena y por carton de 30 unidades		\$6500 y \$15000 respectivamente	
Capacidad de Producción		Disponibilidad	
8000 huevos mes		Diario	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS			
Presentación	Por docena y por carton de 30 unidades	Edad Promedio	De 1 a 3 Días de postura
Raza, tipo o variedad:	Huevo 100% criollo	Otros:	Alto contenido de Proteína

Figura 3. Ficha Técnica de los productos
Fuente: Elaboración propia

Se describen los productos seleccionados, una vez realizado el proceso de caracterización, por consiguiente, se describen características generales del producto y el lugar de ubicación de la Unidad Productiva.

The minimum parameters that must be contained in the technical file of each of the products generated in the Productive Units are established, with which the commercialization process was started through the Virtual Store.

NAME OF THE COMPANY:	The Moncoro		
	NAME OF THE COMMERCIAL CONTACT	Yazmin Orozco Maldonado	
	COMPANY'S CONTACT TELEPHONE NUMBER	3183110231	
	CONTACT ADDRESS OF THE COMPANY	Vereda Pavas Bajo, Finca El Moncoro	
	APARTMENT	Santander	
	COMMUNE	Palmas del socorro	
	WEB PAGE	You don't have	
	EMAIL ADDRESS	You don't have	
	BUSINESS SECTOR	You don't have	
SENA EMPRENDE RURAL			
PRODUCT DESCRIPTION			
Product Name	Description		
Eggs Criollos AAA	Creole chicken egg, with alternative feeding systems to improve egg quality. Good size eggs.		
Presentation	Price		
Per dozen and per carton of 30 units	\$6500 and \$15000 respectively		
Production Capacity	Availability		
8000 eggs per month	Diary		
TECHNICAL SPECIFICATIONS			
Presentation	Per dozen and per carton of 30 units	Average Age	From 1to 3 Days of posture
Race, type or variety:	100% Creole egg	Others	High Protein Content

Figure 3. Technical data sheet of the products
Source: Own preparation

The selected products are described, once the characterization process has been carried out, therefore, the general characteristics of the product and the location of the Productive Unit are described.

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.

CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

Unidades Productivas Seleccionadas

Unidad Productiva	Características	Producto
Huevos El Jardín (Confinés)	Huevo de gallina ponedora, con sistemas alternativos de alimentación para mejorar la calidad del huevo. Huevos de buen tamaño	
Moringa Deshidratada y Pulverizada (Galán)	El producto final es el resultado de deshidratar, pulverizar y empacar las hojas tiernas	
Café Yariguies (Simacota)	100% Café tostado y molido. Granos seleccionados	

Selected Production Units

Productive Unit	Characteristics	Producto
Eggs El Jardín (Confinés)	Laying hen's egg, with alternative feeding systems to improve egg quality. Good sized eggs	
Dehydrated and Pulverized Moringa (Galán)	The final product is the result of dehydrating, pulverizing and packing the tender leaves.	
Yariguies Coffee (Simacota)	100% Roasted and ground coffee. Selected grains	

Unidad Productiva	Características	Producto
Pollo Buenavista (Coromoro)	Pollo en canal de 42 días de desarrollo, alimentado con las mejores estrategias nutricionales, magro, terneza y frescura de la canal	
Huevos criollos El Moncoro (Palmas del Socorro)	Huevo de gallina Criolla, con sistemas alternativos de alimentación para mejorar la calidad del huevo. Huevos de buen tamaño	
Mermelada del Campo	El producto se comercializa en bolsas plásticas con válvula dosificadora y en envases de vidrio.	

Productive Unit	Characteristics	Producto
Buenavista Chicken (Coromoro)	Chicken in carcass of 42 days of development, fed with the best nutritional strategies, lean, tenderness and freshness of the carcass.	
Creole eggs The Moncoro (Palmas del Socorro)	Creole chicken egg, with alternative feeding systems to improve egg quality. Eggs of good size	
Marmalade of the Field	The product is marketed in plastic bags with a dosing valve and in glass containers.	

Unidad Productiva	Características	Producto
Chocolate Santa Rosa (Contratación)	Chocolate de mesa en sabores tradicional, canela, vainilla, coco y almendras	
El Mandarino (Socorro)	Mandarina variedad Arayana e Israeli	
Café Mujer Confinena (Cofines)	100% Café tostado y molido producido por mujeres cafeteras. 100% Granos seleccionados	

Productive Unit	Characteristics	Producto
Chocolate Santa Rosa (Contratación)	Table chocolate in traditional flavours, cinnamon, vanilla, coconut and almond.	
The Mandarin (Relief)	Arayana and Israeli tangerine variety	
Coffee Woman Confinena (Cofines)	100% Roasted and ground coffee produced by women coffee makers. 100% Selected Beans	

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.

CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

Unidad Productiva	Características	Producto
Tomate San Javier (Guapotá)	Producido bajo sistemas protegidos (invernadero) con sistemas de riego localizado.	
Delicias El Pedregal (Pinchote)	Dulce de leche sin conservantes ni aditivos	
Limón Jordán (Jordán)	Limón de castilla	

Figura 4. Unidades Productivas
Fuente: Elaboración propia

Productive Unit	Characteristics	Producto
Tomato San Javier (Guapotá)	Produced under protected systems (greenhouse) with localised irrigation systems.	
Delicias El Pedregal (Pinchote)	Dulce de leche without preservatives or additives	
Jordan Lemon (Jordan)	Castilla Lemon	

Figure 4. Productive Units
Source: Own preparation

Conclusiones

Los emprendedores de las Unidades Productivas enfrentan distintas dificultades en cuanto al desconocimiento del Marketing Digital, la restricción del Internet o la posesión de un computador en sus negocios limitando el manejo de una página web. Pese a ello, se tienen altas posibilidades de ingreso al mundo de los negocios online, lo único que falta es determinación por parte de cada uno de ellos y vencer el temor hacia lo desconocido, mediante un plan estratégico que les permita incursionar en los negocios online.

Mediante los avances realizados en la investigación, se determinó que los aprendices de las Unidades Productivas del Centro Agroturístico no utilizan internet como herramienta para realizar sus negocios, ya que tienen escaso conocimiento de cómo funciona el comercio electrónico y de lo beneficioso que sería incursionar por este nuevo modelo de

Conclusions

The entrepreneurs of the Productive Units face different difficulties regarding the lack of knowledge of Digital Marketing, the restriction of the Internet or the possession of a computer in their businesses limiting the management of a web page. Despite this, there are high chances of entering the world of online business, the only thing missing is determination on the part of each of them and overcome the fear of the unknown, through a strategic plan that allows them to venture into online business..

Through the advances made in the research, it was determined that the trainees of the Production Units of the Agrotourism Center do not use the Internet as a tool to conduct their business, since they have little knowledge of how e-commerce works and how beneficial it would be to enter this new e-business model that facilitates commercial exchange, in addition to eliminating intermediaries, gaining new clients

**EL PAISAJE CULTURAL: UN ESTUDIO ORAL A TRAVÉS
DEL TESTIMONIO DEL VOLQUETERO MAURO CARRILLO.
THE CULTURAL LANDSCAPE: AN ORAL STUDY THROUGH
THE TESTIMONY OF VOLCANO MAURO CARRILLO**

negocio electrónico que facilita el intercambio comercial, además de eliminar intermediarios, ganar nuevos clientes y conservar los que ya se tiene.

Finalmente, se puede demostrar que las Unidades Productivas pueden ingresar al mundo de los negocios online, implementando estrategias de comercio electrónico que conlleven a un posicionamiento de sus productos en el mercado regional.

and keeping those that already exist.

Finally, it can be demonstrated that the Productive Units can enter the world of online business, implementing e-commerce strategies that lead to a positioning of their products in the regional market.

Bibliografía

Abarza, F. (2012). Abarza Wordpress. Obtenido de Abarza Wordpress:
<https://abarza.wordpress.com/2012/06/22/investigacion-dentro-de-la-empresa/>

Briz Escribano , J., & Laso Ballesteros, I. (2001). Internet y comercio electrónico. Mundiprensa.

Moncalvo, A. (2008). Comercio Electronico para Pymes. Ld Books Incorporated.

Ruiz, L. F. (7 de Septiembre de 2017). Vanguardia Liberal. Obtenido de Vanguardia Liberal:
<http://www.vanguardia.com/economia/local/408867-santander-no-despega-en-compras-electronicas>

Tapscott, D. (1996). La Economía Digital. Bogotá: Mc Graw Hill.

Tapscott, D. (2002). La Era de los Negocios Electrónicos. Bogotá: Mc Graw Hill.

Bibliography

Abarza, F. (2012). Abarza Wordpress. Retrieved from Abarza Wordpress:
<https://abarza.wordpress.com/2012/06/22/investigacion-dentro-de-la-empresa/>

Briz Escribano , J., & Laso Ballesteros, I. (2001). Internet and electronic commerce. Mundiprensa.

Moncalvo, A. (2008). Electronic Commerce for SMEs. Ld Books Incorporated.

Ruiz, L. F. (September 7, 2017). Avant-garde Liberal. Retrieved from Vanguardia Liberal:
<http://www.vanguardia.com/economia/local/408867-santander-no-despega-en-compras-electronicas>

Tapscott, D. (1996). The Digital Economy. Bogotá: Mc Graw Hill.

Tapscott, D. (2002). The Age of Electronic Business. Bogotá: Mc Graw Hill.

Torres Ramírez , L. A., Sanabria Diaz, V. L., &

CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PROCESO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, DE LOS APRENDICES DEL CENTRO AGROTURÍSTICO.
CREATION OF A VIRTUAL SHOP, TO MARKET PRODUCTS MADE IN THE PROCESS OF TRAINING BY COMPETENCES, OF THE APPRENTICES OF THE AGROTOURISM CENTRE.

Torres Ramírez , L. A., Sanabria Díaz, V. L., & Lopez Posada, L. M. (2012). Scielo.org. Obtenido de Scielo.org: Scielo.org

Vargas Cordero, Z. R. (18 de Noviembre de 2008). Revistas UCR. Obtenido de Revistas UCR:

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/viewFile/538/589>

Vértice, E. (2012). E commerce: aplicación y desarrollo. Vértice.

Lopez Posada, L. M. (2012). Scielo.org. Retrieved from Scielo.org: Scielo.org

Vargas Cordero, Z. R. (November 18, 2008). UCR Magazines. Retrieved from UCR Magazines:
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/viewFile/538/589>

Vertex, E. (2012). E commerce: application and development. Vertex.