|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Imagen relacionada   |  | | --- | |  | | | INVESTIGACIÓN | | | | | | | | | | | | PÁGINA: 1  De: 2 | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| F – IN - 02 | | PROYECTO EN CURSO | | | | | | | | | | | | VERSIÓN: 3.0 | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| ***Información General*** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| Facultad Ciencias Socioeconómicas y Empresariales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| Programa Académico  Tecnología en Gestión Empresarial | | | | | | Grupo(s) de Investigación  DIANOIA | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
| Nombre del semillero /Sigla  DRUCKER | | | | | | Fecha creación:  06/04/2016 | | | | | | | Logo | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
| Regional:  Barrancabermeja | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
| Líneas de Investigación  Innovación y Desarrollo Tecnológico | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| Áreas del saber (1) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  | 1. Ciencias Naturales | | | | |  | | | 2. Ingeniería y Tecnologías | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  | 3. Ciencias Médicas y de la Salud | | | | |  | | | 4. Ciencias Agrícolas | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| X | 5. Ciencias sociales | | | | |  | | | 6. Humanidades | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| ***Información del Director del Proyecto*** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| Nombre  René Mauricio Peñarredonda Quintero | | | | | | No. de identificación y lugar de expedición  CC. 91445817 Barrancabermeja | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
| Nivel de Formación Académica  Administrador Comercial y de Sistemas  Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo  Magister en Administración de Organizaciones | | | | | | | | | | x | Asesor | | | | | | | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| x | Líder de semillero | | | | | | | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Celular 3182038731 | | | | | | Correo Electrónico renequintero@correo.uts.edu.co | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| ***Información de los autores*** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| Nombre | | No. Identificación y lugar de expedición: | | | | Celular | | | | | | | Correo Electrónico | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| Mildre Vanessa Orozco Fernández | | 1005036684 de Barrancabermeja | | | | 3209313873 | | | | | | | orozcomildred82@gmail.com | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| Carlos Alberto Rivillas Moreno | | 1096246577 de Barrancabermeja | | | | 3133732751 | | | | | | | Charles.rivi123@gmail.com | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| Jennifer Tatiana Pérez Morales | | 1193138557 de Barrancabermeja | | | | 3112735249 | | | | | | | jenifertattis1504@gmail.com | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| José David Badillo Asprilla | | 106252491 de Barrancabermeja | | | | 3118891241 | | | | | | | badillojose61@gmail.com | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  | |  | | | |  | | | | | | |  | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| ***Proyecto*** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| 1. Título del Proyecto   **App” Diseña tu estilo”** | | | | | | Modalidad del Proyecto (2) | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| PA | | | PI | TG | RE | Otra. Cuál? | | | | | | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| X | | |  |  |  |  | | | | | | | |  | |  | |  | |  | |  | |
| 2. Planteamiento de la Problemática:  Según el [estudio publicado por la marca británica Marks & Spencer](http://www.dailymail.co.uk/news/article-3626566/Women-spend-six-months-deciding-wear-Study-finds-women-spend-17-minutes-day-trying-choose-outfit.html) las personas nos gastamos 17 minutos de 30 diarios eligiendo que usar diariamente, esto quiere decir que cuando tengamos 60 habremos gastado más de medio año eligiendo ropa que ni siquiera nos llega a convencer en lo más mínimo. De las 2.000 personas encuestadas en la investigación –tanto hombres como mujeres– una décima parte confesó que solía llegar tarde al trabajo porque habían perdido tiempo decidiendo cómo vestirse y uno de cada 20 declaró haber llegado a cancelar la cita al no saber qué ponerse. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| 3. Antecedentes: actualmente existen estudios científicos sobre la ropa que usamos y el verdadero impacto de ésta en la forma en que somos percibidos y juzgados, así también la forma en que la ropa influye en el estado emocional de quien la porta.  Esto quiere decir que la forma de vestir de una persona arroja una cantidad impresionante de información respecto de ella.  La Psicología de la moda, llamada también “cognición corporal” o “cognición investida”, afirma que la ropa que llevamos puesta no solo habla acerca de nosotros mismos sino que es capaz de influenciarnos e influenciar, condicionando nuestro estado de ánimo y rendimiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| 4. Justificación: La Dra. Karen Pine, profesora de Psicología del Desarrollo de la Universidad de Hertfordshire (Inglaterra), pidió a un grupo de estudiantes que fueran a clase vestidos con la camiseta de Superman. Tenía una razón científica para ello: quería saber si la camiseta de héroe cambiaría sus pensamientos. Y, así fue. Los estudiantes se describieron a sí mismos como más agradables, más fuertes y superiores al resto de estudiantes. Por tanto, la ropa afecta a nuestros procesos mentales y a nuestras percepciones, pudiendo cambiar nuestra forma de pensar.  Según la Dra. Pine “hay muchas maneras en que la ropa nos influencia. Una de ellas es a través del significado simbólico que tiene esta prenda de vestir. Adoptamos las características que asociamos a esta prenda y esto tiene el poder de cambiar la forma en que pensamos». Esto es lo que conocemos como cognición investida.  Con la creación de esta app se pretende aportar de manera positiva y con mayor facilidad a esos problemas psico-sociales, que generan silenciosamente la psicología de la ropa, como lo es reflejar el estado de ánimo e inclusive incentivar mejores rendimientos en las actividades diarias para subir el autoestima, además generar satisfacción al cliente, que tenga la posibilidad de conectar la imaginación y creatividad con materiales que permiten plasmar las ideas en algo físico y tangible, también se busca aconsejar, guiar y acompañar a cada usuario a expresar el máximo potencial de su aspecto físico, respetando los valores, estilo y personalidad del mismo, brindándoles la oportunidad de diseñar sus prendas con el toque único y exclusivo de su estilo propio, que sientan el placer de tener cosas únicas y exclusivas, porque prácticamente todo lo que compramos está hecho en serie. Lo «exclusivo» no tiene por qué ser caro, puedes crearlo tú, crear prendas con las que realmente el cliente se identifique, haciéndolas exactamente tal como le gustan. Es muy difícil encontrar esa prenda que «está hecha para ti», pero de esta forma tu ropa transmite exactamente lo que tú quieres, implementando con ello la psicología de la ropa. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| 5. Marcos Referenciales:  **1. Aplicaciónmóvil:** Una aplicación móvil, es una [aplicación informática](https://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_inform%C3%A1tica) diseñada para ser ejecutada en [teléfonos inteligentes](https://es.wikipedia.org/wiki/Tel%C3%A9fonos_inteligentes), [tabletas](https://es.wikipedia.org/wiki/Tableta_(computadora)) y otros dispositivos móviles. Este tipo de aplicaciones permiten al usuario efectuar un variado conjunto de tareas —profesional, de ocio, educativas, de acceso a servicios, etc.—, facilitando las gestiones o actividades a desarrollar.  Por lo general, se encuentran disponibles a través de ciertas plataformas de distribución, o por intermedio de las compañías propietarias de los [sistemas operativos móviles](https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_operativo_m%C3%B3vil) tales como [Android](https://es.wikipedia.org/wiki/Android), [iOS](https://es.wikipedia.org/wiki/IOS_(sistema_operativo)), [BlackBerry OS](https://es.wikipedia.org/wiki/BlackBerry_OS), [Windows Phone](https://es.wikipedia.org/wiki/Windows_Phone), entre otros. El término app se volvió popular rápidamente, tanto que en 2010 fue listada por la American Dialect Society como la palabra del año.[4](https://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_m%C3%B3vil#cite_note-AD-APP2010-4)  **2.Diseño de ropa:** La moda de diseño, entendida como la capacidad creativa de sastres y modistos de inventar nuevas prendas y cortes, fue creciendo. La variedad de telas, cortes y colores fue cambiando constantemente creándose tendencias de cada época, sus primeros inicios se remontan hasta en los tiempos del antiguo Egipto.  **3.Innovación**: Según el Manual de Oslo de la OCDE de 2005, la innovación es «introducción de un nuevo, o mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un método de comercialización, o método organizativo». (Innovation Policy Platform, 2019).  **4.Compras online:** Las compras online son el término comercial utilizado para referirse al proceso de cuando los clientes pasan a aprovechar los servicios o compras de productos a través de Internet. Algunas de las entidades que actúan como tiendas de venta en este proceso son tiendas online. Tiendas virtuales, funciona como una tienda de Internet. Este proceso es un tipo especial de comercio electrónico que se utiliza para los consumidores.  Este proceso fue inventado por un empleado de la empresa*Rediffusion* [**ordenadores**](https://www.electropolis.es/catalogsearch/result/?cat=59671&q=ordenador), *Michael Aldrich* en Gran Bretaña en 1979. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| 6. Objetivo General y Objetivos específicos:  **General:**  Pre-diseñar una app llamada “Diseña tu estilo” con el fin de que el usuario tenga ropa única y exclusiva, basado en un sondeo de mercado a la población objetivo.  **Específicos:**  - Diseñar un instrumento de recolección de información primaria que permita conocer los gustos y preferencias en cuanto al pre diseño de una app llamada “Diseña tu estilo”.  - Realizar un sondeo de mercado que brinde información primaria frente al pre diseño de una app “Diseña tu estilo” para , apoyados en la herramienta Excel para el análisis de estos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| 7. Metodología: La investigación es de tipo exploratoria, descriptiva, y probabilística en cuanto se desarrollará unas encuestas estructuradas dirigida a una población objetivo, para conocer los gustos y preferencias frente a una app innovadora denominada “Diseña tu estilo” | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
| 8. Avances realizados:  - Se diseñó un instrumento de recolección de información primaria que permitió conocer los gustos y preferencias en cuanto al pre diseño de una app denominada “Diseña tu estilo”.  - Se realizó un sondeo de mercado que brindó información primaria frente al pre diseño de una app innovadora denominada “Diseña tu estilo”, apoyados en la herramienta Excel para el análisis de estos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| 9. Resultados esperados: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| 10. Cronograma:   |  |  | | --- | --- | | ACTIVIDAD | FECHA | | Lluvia de ideas | Del 19 de febrero al 5 de marzo | | Macro filtro | Del 5 al 12 de marzo | | Micro filtro | Del 12 al 19 de marzo | | Sondeo de mercado | Del 19 de marzo al 9 de abril | | Resultados preliminares | Del 9 al 23 de Abril | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
| 12. Bibliografía:  1.Aplicación móvil, que es y quien lo invento, obtenido de :  <https://comolocalizarmovil.net/aplicaciones-moviles-como-funcionan.html>  [Mobile App Builder ‑ Shopney – Ecommerce Plugins for Online Stores – Shopify App Store](https://apps.shopify.com/shopney-mobile-app?utm_source=bing&utm_medium=search&utm_campaign=SHO-Test-25-SPA-NU-Search-BingAds)apps.shopify.com  2.Diseño de ropa y sus inicios  Historia del diseño de moda- [www.enfemenino.com](http://www.enfemenino.com)  3.Innovacion  Organización para la cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).  4.Compras online, quien lo invento y para qué sirve, obtenido de:  [¿Quién inventó las compras online? - Electropolis](https://www.electropolis.es/blog/quien-invento-las-compras-online/)www.electropolis.es | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |  | |
| (1) Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) | | | | | |  | | |  | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  | |  | |  | |  | |
| (2) PA: Plan de Aula, PI: Proyecto integrador, TG: Trabajo de Grado, RE: Reda | | | | | | | | | | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  | |  | |  | |  | |
|  |  |  |  |  |  | |  |  |  | | | |  | |  |  |  |  |  |  |  | |  | |  | |  | |