# Oportunidades de uso de la realidad aumentada en mercadeo y ventas

# Equipo de Investigación

***Ingrid Valentina Morales Santa***
***Néstor Fabian Higuita Gaviria***
***Oscar David Ruiz Díaz***
***William Suárez Navia***

Semillero de Investigación Comercial, Administrativa, Banca y Financiera
Línea de Investigación Gestión Comercial
Grupo de Investigación Gestión Tecnológica de Servicios
Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA

# Introducción

Este proyecto aborda el aprovechamiento del uso de las tecnologías de la Industria 4.0, como la **realidad aumentada**, la realidad virtual y el Internet de las cosas, que tienen una especial demanda y oportunidad de utilización. Para el caso puntual de la realidad aumentada sobresale por su importancia y relevancia de implementarse como una estrategia innovadora por parte de la empresa para comunicar un mensaje o la existencia de sus productos o servicios; generando un gran impacto en su población objetivo.

# Introducción

Con la formulación, desarrollo y resultados del proyecto se hará un aporte en la generación de nuevo conocimiento con alta posibilidad de aplicación directa en el mercadeo y las ventas. Conocimiento, que está asociado a las oportunidades y beneficios del uso de la tecnología de la realidad aumentada, y será redituable en las empresas. Uno de sus productos es la demostración del uso de las tecnologías Realidad Aumentada en el mercadeo y las ventas.

# Planteamiento del Problema

Las organizaciones requieren dar a conocer sus productos y servicios; para que los clientes se acerquen a ellos en las tiendas Online y en las tiendas físicas; sin necesidad de tener contacto directo con el producto y ni los asesores de ventas:

Las actuales medidas de bioseguridad sobre distanciamiento social, persistirán en la mente y hábitos de los consumidores hasta el 2021, con ello la reducción de los niveles de ventas.

**¿Cuál será el aporte de la realidad aumentada en el mercadeo y las ventas?**

# Justificación

Las empresas pueden implementar estrategias innovadoras para comunicar el mensaje y existencia de un producto o servicio a su población objetivo.

Ser competitivos en el uso de las tecnologías de la Industria 4.0, como herramienta innovadora.

Los aprendices tendrán la oportunidad de desarrollar y fortalecer competencias técnicas.

# Objetivos

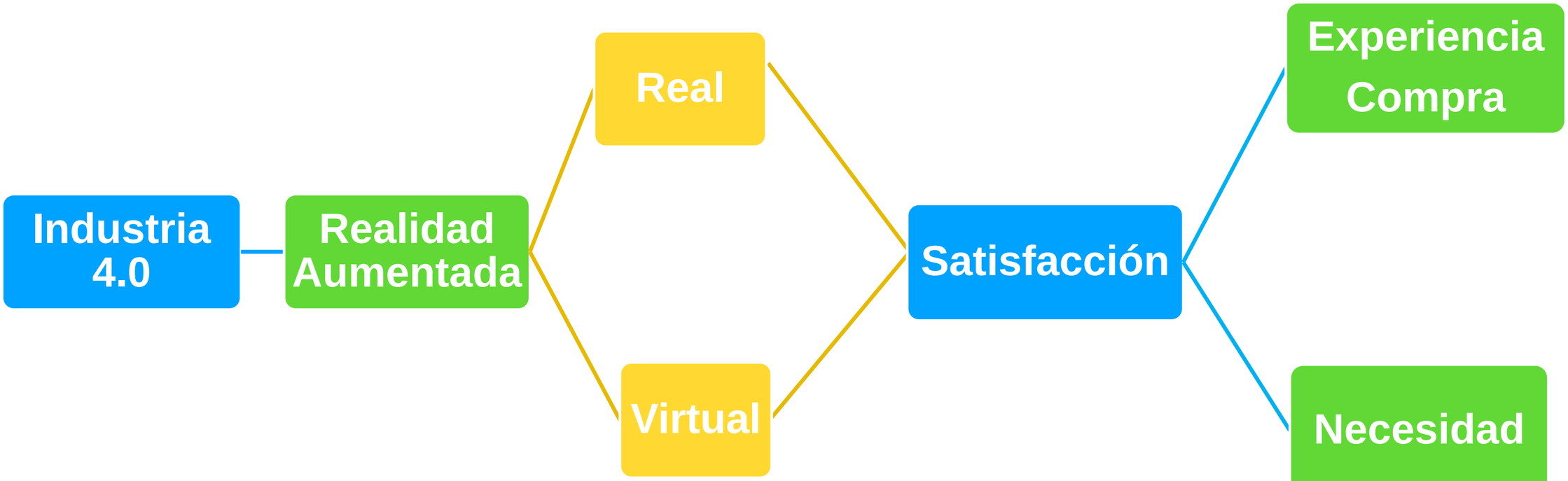
## Objetivo General

Identificar oportunidades de uso de la realidad aumentada como herramienta para el mercadeo y las ventas.

## Objetivos Específicos

- Examinar el conocimiento y experiencias disponibles sobre la tecnología de realidad aumentada aplicada al mercadeo y las ventas.
- Mostrar el uso de la tecnología de realidad aumentada en el mercadeo y las ventas.
- Proponer estrategia pedagógica para el uso de la tecnología de realidad aumentada en el programa de la Red de Comercio y Ventas del SENA.
- Generar estrategia de sensibilización en los empresarios para el uso de la tecnología de realidad aumentada.

# Referente Teórico



# Metodología

| | |
|---|---|
| **Estudio Descriptivo** | • Información Disponible – Realidad Aumentada<br>• Percepción beneficios |
| **Diseño** | • Investigación – Documentación - Acción |
| **Enfoque** | • Cualitativo |
| **Población** | • Aprendices e Instructores - Red de Comercio y Ventas.<br>• Empresas Comerciales |

# Resultados

- En cuanto a la matriz de búsqueda en bases de datos, se han encontrado: cerca de 20.000 documentos sobre Industria 4.0 y Realidad Aumentada (artículos, trabajos de grado, tesis, libros).

- Se cuenta con la integración Centros de los formación del SENA de Cali, Palmira, Tuluá y Buga; como apoyo técnico intercentros para su desarrollo, presentación en la Convocatoria SENNOVA 2021 y ejecución.

- Se evidencia beneficio en cuatro **programas de formación** (tecnólogos y Técnicos) de la Red de Comercio y Ventas y aplicación directa en  cuatro **competencias técnicas**.

# Conclusiones

El proyecto presenta un avance significativo en la documentación del estado del arte y de experiencias nacionales e internacionales en diversas organizaciones, incluidas las de comercio y servicios.

En el proyecto esta trabajando de forma articulada con Centros de formación de Cali, Palmira, Tuluá y Buga.

En el trabajo hasta la fecha realizado, se evidencia el potencial de cumplimiento de los objetivos propuestos y la entrega de los productos del proyecto.

Se esta a la espera del retorno a la presencialidad de la formación, para el avance de actividades operativas del proyecto.

# Bibliografía


- Amor Bravo, E. (2019). *El marketing y la cuarta revolución industrial*. ESIC Editorial.
- Baena Urrea, L. (2019). *Aprovechamiento de la realidad aumentada como herramienta de valor añadido para las ventas*. Universidad EIA Editorial.
- Cuadro Mogollón, O. F., Carvajal Pinilla, L. A. y Díaz Franco, F. (2019). *Saberes emergentes para la cuarta revolución industrial*. Editorial CORHUILA.
- Gusó Sierra, A. (2017). *Visual Merchandising y Tecnología: seducir al shopper en el punto de venta*. ESIC Editorial.

- Camargo García, A. (2019). *Diseño de estrategias de marketing y publicidad para la mipyme bicicletas MAFE en Bogotá, empleando tecnología de realidad aumentada*. Congresos de GKA, [2019-MADRID] Congreso Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad

- Figueroa Mosquera, N., Asmat Terreros, C. y Valdivia Marquina, P. (2019). *Realidad aumentada aplicada al proceso de gestión de la venta de la empresa Shock MKT*. Universidad San Ignacio de Loyola

NODO VALLE DEL CAUCA
REDCOLSI

17 ENCUENTRO DEPARTAMENTAL Semilleros de Investigación
Encuentro Virtual

**Ingrid Valentina Morales Santa,** *ivmorales89@misena.edu.co* **celular:** 311 7709140

**Néstor Fabian Higuita Gaviria,** *nfhiguita@misena.edu.co* **celular:** 311 7979824

**Oscar David Ruiz Díaz** odruiz56@misena.edu.co **celular:** 316 4511058

**William Suárez Navia** wsuarezn@misena.edu.co **celular:** 315 4468401

# Gracias!

Octubre 7-10

Red Colombiana de Semilleros de Investigación

Atrévete a investigar, un compromiso para toda la vida