



**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Seminario-Diplomado.**

Estrategias Digitales que llevaron al crecimiento y posicionamiento de la Marca GW como líder  
en el mercado de bicicletas en Colombia.

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Ciencias Empresariales

Seminario Marketing Digital.

Jhon Edison Ramos Gómez

Administración de Negocios Internacionales

Tutor de grado María José Escobar Mejía

Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.

2024

## Dedicatoria

Este trabajo es dedicado principalmente a Dios, gracias a él pude construir todo un camino de aprendizaje donde me lleva a la culminación de esta linda primera etapa de mi vida profesional.

A mis padres, mis viejos, son toda mi adoración; son los seres terrenales más importantes de mi vida. Les dedico este trabajo, ya que siempre les prometí culminar mis estudios y que me vean cumplir mis sueños. Hoy puedo decir que hicieron un gran trabajo como padres inculcando sus valores y respeto; a mi Madre que con cada consejo me enseñó a ser perseverante y mejor persona, a mi padre a ser una persona fuerte y llevar mi apellido en alto, siendo transparente en mi profesión.

A mis tías que siempre me brindaron su amor de madre, siempre están ahí ante cualquier adversidad apoyando y brindando su amor incondicional.

A mi hermano, el ser más increíble del mundo que siempre está ahí para brindarme todos sus conocimientos y en cada batalla siempre está a mi lado motivándome para salir adelante.

A mi cuñada Katherin, mi hermana, mi amiga fiel, gracias a sus consejos y su motivación, me enseñó que si yo me propongo algo debo decidirme a conseguirlo, a no tener nunca un pensamiento mediocre. Siempre está conmigo en las buenas y malas, ayudándome mucho con su vocación en los trabajos de la universidad.

A mis sobrinos Juan Camilo y Juan Carlos son mi motivación cada día, quiero que ellos tomen este lindo ejemplo de seguir con sus estudios, ser perseverantes y lograr lo que se propongan en la vida, sus metas y objetivos. Quiero que se sientan orgullosos de su tío y que sigan el buen camino donde cuentan con todo mi apoyo.

A mi novia Dayan Valor, que con su linda profesión como contadora pública ha sido vital en mi proceso como profesional, siempre tuve su motivación y apoyo, me acompañó en cada traspasada y siempre está ahí brindándome sus conocimientos; una mujer estricta que gracias a ella puedo hoy graduarme con honores.

A mi perra Kira que desde el cielo me acompaña. Mi compañera, que siempre estuvo a mi lado en cada trabajo, en cada traspasado, siempre conté con su acompañamiento.

### **Agradecimientos**

Gracias a la corporación Uniremington por guiarnos en todos estos cinco años de trayectoria, donde a pesar de la pandemia y dificultades económicas siempre estuvieron pendientes de nosotros los estudiantes para poder seguir con nuestros estudios y nos brindó muchas facilidades para continuar nuestra formación.

A los profesores que nos brindaron sus conocimientos siempre con la mejor disposición, paciencia, acompañamiento, para así poder tener nuestro enfoque claro sin perder el norte de lo que queríamos en nuestra vida. Gracias a ellos hoy tenemos un amplio conocimiento en nuestra rama profesional.

**Tabla de Contenidos**

Resumen.....	6
Pregunta orientadora de la búsqueda .....	7
Metodología de búsqueda de la información .....	9
Sustentación teórica de la pregunta.....	10
1.  Inteligencia Artificial IA.....	13
Conclusiones .....	18
Referencias.....	20

## **Resumen**

Este trabajo es el resultado de una investigación donde su objetivo es mostrar cómo ha crecido el entorno digital en medida de redes sociales y las formas de estrategia que ha utilizado para la transformación y avance la marca GW donde desde su posición se convirtió en el líder de producción y ventas del negocio de las bicicletas en Colombia enfocados en la evolución e innovación del mercado.

Se recopiló información sobre todo el ámbito digital, los beneficios, la facilidad, calidad de trabajo y el aumento de la productividad que ha tenido la empresa en todos estos años de emprendimiento gracias a la tecnología, donde ha sido de vital importancia para la compañía dando una presencia bastante significativa en las redes sociales y plataformas virtuales a través de campañas publicitarias y páginas oficiales logrando promover sus productos.

La estrategia digital también ha ampliado su alcance geográfico, esto permitió que muchos ciclistas de diferentes regiones y países conocieran la marca y así obtuvieron una mayor confianza a la hora de adquirirla; una de las ayudas que enfatizan mucho son los contratos con influencers y deportistas profesionales, siendo un papel fundamental para llevar una conexión con más personas y prospectos clientes.

## **Palabras clave**

Innovación, Evolución, Redes sociales, Globalización, Digitalización, Inteligencia artificial.

### **Pregunta orientadora de la búsqueda**

El avance tecnológico en el que nos encontramos hoy en día con la era digital moderna nos brinda una gama amplia de oportunidades donde muchas empresas que buscan la forma de sobresalir y entrar en competencia con otras organizaciones de su misma actividad están en la obligación de entrar a este mundo informático para así tener un mayor crecimiento económico y obtener gran reconocimiento.

Las redes sociales se facilitan mucho para poder obtener lo que necesitamos, como tener una mejor comunicación conectando con la audiencia, clientela o prospectos, construyendo así relaciones sólidas. Plataformas como Facebook, Instagram, X anteriormente Twitter, Tik tok, entre otras, nos ofrecen alcances ilimitados y grandes oportunidades para promocionar servicios, productos, o el contenido de valor que se quiera brindar aumentando la visibilidad y logrando resultados comerciales tangibles, es decir, recursos.

Uno de los beneficios que podemos obtener con el mundo digital es mayor productividad, realizando deberes en menos tiempo y optimizando el desempeño de las organizaciones dentro del mercado. Otro gran beneficio de la digitalización se basa en el sector estudiantil, ampliando las posibilidades de que todas las personas que tengan acceso a internet puedan nutrir sus conocimientos gracias a la gran variedad de ofertas como cursos, carreras universitarias, diplomados, especializaciones y demás niveles académicos a los que podemos incorporarnos fácilmente por las plataformas y herramientas en línea sin la necesidad de desplazarnos hasta un establecimiento y así, poder también educarnos con instituciones de otros países.

La empresa GW es una marca que ha transformado por más de 20 años el mercado del ciclismo con toda su variedad de productos para niños, jóvenes y adultos en todas las modalidades de rines o tipos de bicicleta, revolucionando el mercado, innovando tanto en la tecnología como en el desarrollo de sus diseños, así, ha logrado posicionarse como líder en el sector colombiano con reconocimiento internacional hasta la actualidad.

Cuando la empresa GW comenzó con su actividad económica el internet y las tecnologías todavía no tenían tanta fuerza en el sector comercial, por ende, utilizaban los métodos de venta tradicionales basando la interacción directa entre el vendedor y el cliente en los locales físicos, visitaban a los clientes u ofrecían sus productos en ferias comerciales. Con la globalización y el auge de la tecnología, las empresas tuvieron la facilidad de poder llegar a más personas y obtener grandes negociaciones, generando posicionar su nombre y su marca en todo el mercado. De acuerdo con el comportamiento positivo que tuvo la empresa con la estrategia e innovación de emprender en las plataformas digitales, surge el interrogante:

¿En qué medida la presencia en redes sociales y estrategias digitales benefició a la marca GW posicionándolo como líder en el mercado de bicicletas?

### **Metodología de búsqueda de la información**

La metodología utilizada para este trabajo es de tipo investigativo, basándose en el mundo digital, cómo ha evolucionado con el paso del tiempo y cómo ha funcionado el marketing digital, el cual nos brinda muchos beneficios. La investigación de cómo ha recorrido por todo el mundo la tecnología y cómo podemos lograr con las diferentes culturas y ayudas a países en desarrollo económico, ya que por medio de la tecnología se puede dar a conocer los productos o servicios que se tengan, y así, poder comercializarlos por medio de los convenios o tratados que se realizan en los países con la finalidad de mejorar la economía de los involucrados, esto nos indica que podemos tener menor riesgo a la hora de invertir y nos garantiza una mejor efectividad.

Tomamos varios puntos de vista de cómo la marca GW ha evolucionado en el diseño de sus bicicletas realizando ensambles por medio de sistemas donde ayuda a mejorar la calidad, donde es posible adaptarla a la necesidad del cliente y al mismo tiempo genera un aumento en la producción y estandarización de los procesos.

Se obtuvo información por plataformas digitales de la historia que ha tenido la marca de bicicletas GW con el pasar de los años, como han innovado y como se ha sostenido en el mercado en lo más alto del pódium siendo una empresa con más de 20 años en su trayectoria llevando su marca en alto con deportistas de alto rendimiento; también son reconocidos por llevar felicidad a las familias por su alta variedad de productos para todos los miembros del hogar.

### **Sustentación teórica de la pregunta**

La tecnología ha logrado que el mundo evolucione de forma más rápida con el pasar de los años, brindando facilidades y beneficios a las personas y a las empresas para el desarrollo de sus actividades. Con el surgimiento del internet, creación de páginas web, redes sociales y la globalización, las organizaciones vieron la posibilidad de ampliar horizontes para lograr posicionar sus productos y/o servicios en sus ciudades, países o lograr trascender fronteras.

En 1958 un estudiante de contaduría, Hernán Aristizábal, empezó importando repuestos y llantas de bicicletas desde Checoslovaquia hasta Medellín, negocio que fue productivo hasta que en el año 1963 el gobierno colombiano prohibió las importaciones y esto llevó al emprendedor a cambiar la estrategia optando por la creación de los insumos con manufactura local, llamándose inicialmente ARBAR, siendo esto la base para el posicionamiento de la marca en el mercado incursionando con más partes para las bicicletas hasta llegar también a la creación de ropa deportiva y accesorios. A partir del año 1995 comenzó a sonar la marca como GW (Goldes Wheels), de la cual salió en el año 2004 la primera bicicleta totalmente ensamblada bajo este sello.

Cuando la marca comenzó su actividad, la tecnología todavía no había impactado en su totalidad a Colombia, donde no se contaban con las herramientas óptimas para acceder a los beneficios que esta nos ofrecía. Lo único medios publicitarios del momento eran la radio, periódicos, voz a voz, locales físicos o ferias, lo que generaba que el reconocimiento de la marca no se diera en gran medida, siendo limitado para las regiones locales o aledañas donde estuviera el producto.

Pese a estas condiciones, la marca nunca se dio por vencida y cada día seguía buscando las estrategias para llegar a más personas y posicionarse en el mercado de las bicicletas como uno de los favoritos. Con la llegada y avance de la tecnología la empresa GW empezó a sacar provecho con maquinaria para lograr estandarizar procesos y aumentar la productividad al momento de fabricar los insumos de las bicicletas manteniendo la buena calidad de los productos y ofreciendo un precio asequible al bolsillo de los colombianos.

La marca GW no quería quedarse solamente con el mercado colombiano y comenzaron con el patrocinio a deportistas locales que competían en eventos nacionales e internacionales con la finalidad de abrir sus puertas por medios de comunicación para buscar que la gente del común y personas del medio deportivo empezaran a escuchar de la marca. Esta fue una excelente estrategia, ya que impulsó en gran medida y positivamente el nombre de GW, por ende, los llevó a buscar más opciones aprovechando los medios tecnológicos con la creación de páginas web en las cuales se podía conocer todos los productos de la marca y poder obtenerlos por este medio digital, el cual era fácil de manejar y rápido, evitando el desplazamiento de los interesados.

Otra crisis a la que se tuvo que enfrentar la marca fue en el año 2020 en consecuencia de la pandemia de Covid 19 que afectó a todo el mundo, generando una cuarentena total y por ende, el cierre físico de las tiendas para así minimizar gastos; aunque esto no fue impedimento para que la empresa continuara con sus actividades, por el contrario, gracias a las recomendaciones de la OMS (Organización Mundial de la Salud) donde indicaban la importancia de realizar ciclismo con los protocolos necesarios

para no aumentar la curva de contagio, fue un reto para ellos que inmediatamente los llevo a generar nuevas ideas y estrategias, y así, seguir con su marca de forma digital; rediseñaron las páginas web de la organización volviéndolas interactivas con todos los productos que tenían para que las personas por este medio pudieran observar el artículo, ver las características y comprar por este medio desde cualquier parte del país o el mundo. Se introdujeron en el mundo de las redes sociales, con más fuerza en Instagram donde durante la pandemia realizaban lives en los canales digitales en el cual los ciclistas realizaban sus entrenamientos en cliclosimuladores, mostraban los artículos o formas de poder entrenar desde casa, esto terminó siendo un boom virtual y gracias a los resultados positivos siguieron apostando en el mundo de la inteligencia artificial donde pudieron obtener muchos beneficios con un menor gasto.

Comenzaron a hacer pautas publicitarias y colaboraciones con los deportistas de alto rendimiento en la competencia de ciclismo como lo es Mariana Pajón campeona mundial de BMX y también tuvieron un gran apoyo de Javier Zapata un deportista de Bike Trial, esto llevó a que la marca tuviera más visibilidad gracias a los seguidores que tenían los deportistas.

En toda esta evolución, el desarrollo de las páginas web de la compañía se realizó con inteligencia artificial (IA), una fuente muy valiosa, ya que por este medio optimiza errores, aumenta la productividad y mayor precisión; es un fenómeno que no va a parar y que seguirá revolucionando al mundo.

## **1. Inteligencia Artificial IA**

Es una ciencia que relacionada con las computadoras y máquinas toman una serie de tecnologías que permite que los computadores realicen varias funciones avanzadas basado en diversas capacidades juntas como comprender, ver, analizar datos, hacer recomendaciones e interactuar con resultados que normalmente requeriría la inteligencia humana.

A nivel empresarial la IA ayuda a las organizaciones a realizar análisis profundos y/o superficiales con el fin de poder realizar predicciones y previsiones de forma categorizada y con un lenguaje entendible para el ser humano que sean de mayor precisión a la hora de generar alguna inquietud o desarrollar ideas y/o proyectos con resultados de información actualizada, siendo no solamente un buscador de preguntas, sino también interactuar como una conversación para determinar lo más conveniente de acuerdo con las recomendaciones realizadas.

### **1.1. ¿Cómo funciona la IA?**

El funcionamiento de la IA está basado en los datos, recopilando información de otras Big Data o Internet of Things IoT (Internet de las cosas) o red móvil 5G. Estas tres tecnologías se complementan de una forma tan perfecta que recopilan la información de forma inmediata buscando en todas las fuentes con mayor precisión, la organizan mejorando el análisis masivo de datos quedando una información 100% veraz, esto beneficia a las empresas para la toma de decisiones en tiempo real.

Aparte de los datos, la IA también utiliza unos algoritmos, donde se estructuran unas pautas predeterminadas para el manejo de los datos. Con la unión de los datos y

algoritmos la IA automáticamente aprende y se posibilita la opción de que se pueda enfocar en el desarrollo de una o varias tareas específicas al tiempo.

## 1.2. Tipos de Inteligencia Artificial

La inteligencia artificial está dividida en dos enfoques diferentes: el primero por Capacidades, que es el grado en que puede imitar el pensamiento del ser humano, y la segunda por Funcionalidades, respecto al trabajo que pueden realizar.

### 1.2.1 Por capacidades:



Figura 1. Inteligencia artificial por capacidades

La **Artificial Narrow Intelligence** necesita una serie de datos predeterminados que referencien la información que queremos saber, por ejemplo, la ruta de un destino a una ciudad o un restaurante en especial. Esta inteligencia artificial no tiene el conocimiento de cómo ampliar su información o aplicar sus nuevas tareas, ya que su algoritmo no está diseñado para funcionar por sí solo.

**La inteligencia artificial general** es la inteligencia que puede replicar la toma de decisiones de los humanos e integrar la lógica, la emoción y el aprendizaje. En este tipo de inteligencia entra el famoso ChatGPT, aplicación de chatbot especializada en el

dialogo con técnicas de aprendizaje supervisado con el cual se puede interactuar como si se estuviera hablando con otra persona, obteniendo respuestas a nuestras inquietudes en tiempo real.

La **Superinteligencia artificial (ASI)** actualmente, la ASI es un asunto de ciencia ficción, pero sobrepasa la inteligencia y la conciencia de los individuos, otorgando una ventaja a las máquinas. Aunque parezca irracional que los robots se apoderarán del mundo, ciertos investigadores están persuadidos de que una vez que la tecnología sobrepase el umbral de la AGI, las herramientas de IA serán capaces de aprender, adaptarse y mejorar sus habilidades rápidamente, y eventualmente superarán las destrezas humanas.

### 1.2.2. Por funcionalidad:

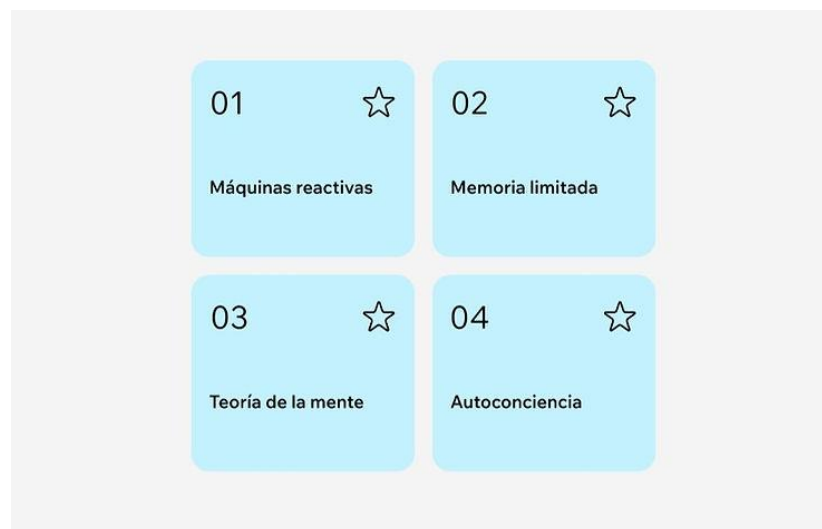


Figura 2. Inteligencia artificial por funcionalidades.

Las **Máquinas reactivas** son modelos que responden e imitan el comportamiento humano, no recopilan información, es una inteligencia que va reaccionando de acuerdo al comportamiento que se les va suministrando, pues no son capaces de recordar.

La **Memoria limitada** es un tipo de IA donde se construye información para realizar tareas más complejas tales como sistemas de reconocimiento facial, anuncios, vehículos autónomos, donde mejora la seguridad en la carretera, etc.

La **Teoría de la mente** sigue en desarrollo buscando comprender los pensamientos y emociones de otros seres para entender sus acciones y poder antecederse a los deseos, decisiones o de cómo podría reaccionar en situaciones sociales tal como lo haría un ser humano.

La **Autoconciencia** es otra IA en desarrollo con la que se busca que la inteligencia artificial se desarrolle a tal nivel que tenga conocimiento de su propia existencia y tenga las capacidades intelectuales y emocionales de un ser humano.

Con lo anterior podemos concluir que la Inteligencia Artificial es un campo de la informática que ayuda con la búsqueda al ser humano para recopilar información precisa y verídica a través de la tecnología, ayudándolo con tareas que faciliten su diario vivir en todos los aspectos cotidianos.

Para la empresa GW estas innovaciones tecnológicas fueron de gran ayuda, ya que le demarcó muchas recomendaciones que pusieron en práctica, tales como herramientas que ayudaron con la organización de las finanzas, orientación para determinar puntos estratégicos en ciudades o países para un mayor crecimiento de la marca, entre otras actividades que la empresa podía hacer obteniendo una mayor utilidad para la organización.

Al día de hoy, GW es una marca que continúa con su pelea de posición número uno en el mercado americano. Su innovación en cuanto a diseños y variedad de productos

lo mantienen en lo alto del pódium, mostrando en sus plataformas digitales oficiales sus atractivos diseños para el público. Esto demuestra que el ser humano, ante las dificultades que le pone el camino, busca siempre las formas de salir adelante, ya que tras la pandemia el consumo de este tipo de medio de transporte aumentó en un 5.000% en todo el mundo. Aunque desde el 2023 el consumo de bicicletas empezó a decrecer, la marca GW buscó otras opciones innovando en modelos más acordes a las necesidades del ciclista o productos para usar sin salir de casa, logrando mantener la empresa entre el equilibrio y el crecimiento económico.

## Conclusiones

La tecnología ha jugado y seguirá siendo un papel fundamental para los emprendedores y el surgimiento económico de muchos negocios y organizaciones. Para poder lograr un posicionamiento de la marca y generación de nuevos recursos, es necesario tener presencia en redes sociales o plataformas web, ya que es el medio primordial por el que hoy en día todas las personas buscan recomendaciones o productos facilitando la comunicación entre el cliente y la marca en tiempo real. Tener buena publicidad y marketing garantiza que las empresas puedan llegar a audiencias más específicas en la forma efectiva que se requiera.

La marca GW es una marca hecha para ganadores o personas del común, revolucionando el mercado del ciclismo con innovación de diseños y accesorios brindando más opciones para todas las edades y siendo asequible con los precios, concretando como en los hogares colombianos existe como mínimo una bicicleta sin importar su nivel socioeconómico. Se llevó a cabo una investigación en las páginas web oficiales de la marca GW, se buscó información en periódicos, revistas y otras redes publicitarias con la finalidad de ver como cada día se fortalece y se vuelve una empresa más competitiva y de nombramiento internacional gracias a su excelente trabajo en la innovación del sector.

En la actualidad estamos viendo cómo la inteligencia artificial está abarcando y se aplica en muchos ámbitos, mejorando cada día la tecnología. Por hoy, podemos ver cómo la (IA) está acaparando todo el mundo y esto son solo los primeros pasos donde la tecnología ha descubierto, faltando por recopilar mucha información de esta rama, ya que

nos encontramos en una era antropoceno donde todo se basa en un proceso más tecnológico.

## Referencias

GW Bicycles Oficial. Bicicletas GW.

[https://gwbicycles.com/collections/bicicletas?srsltid=AfmBOor1RafpmPX-  
tmMFzMg-XOox0IH1Dqx6RTQYXsAfUOQNc-cgksJb](https://gwbicycles.com/collections/bicicletas?srsltid=AfmBOor1RafpmPX-tmMFzMg-XOox0IH1Dqx6RTQYXsAfUOQNc-cgksJb)

HPE Glossary. ¿Qué es la inteligencia artificial?.

<https://www.hpe.com/lamerica/es/what-is/artificial-intelligence.html>

Portafolio. GW Bicicletas amplía su presencia en el mercado internacional.

[https://www.portafolio.co/contenido-patrocinado/gw-bicicletas-amplia-su-presencia-  
en-el-mercado-internacional-610409](https://www.portafolio.co/contenido-patrocinado/gw-bicicletas-amplia-su-presencia-en-el-mercado-internacional-610409)

El Tiempo. La bicicleta GW Monkey llegó para activar el mercado.

[https://www.eltiempo.com/mas-contenido/la-bicicleta-gw-monkey-llego-para-  
activar-el-mercado-3355747](https://www.eltiempo.com/mas-contenido/la-bicicleta-gw-monkey-llego-para-activar-el-mercado-3355747)

Hubspot. Marketing en redes sociales.

<https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-redes-sociales>

Las 2 orillas. El paisa que se convirtió en el mayor fabricante de bicicletas de Colombia.

[https://www.las2orillas.co/el-paisa-que-se-convirtio-en-el-mayor-fabricante-de-  
bicicletas-de-colombia/](https://www.las2orillas.co/el-paisa-que-se-convirtio-en-el-mayor-fabricante-de-bicicletas-de-colombia/)