



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

DISEÑO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA LA VENTA DE
MEDICAMENTOS DE LA FARMACIA “GINA” DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL 2017- 2018**

Autor:

Rudy Isbelda Vargas Zamora

Tutor:

Ing. SUAREZ DIOSES JULIO CESAR

Guayaquil-Ecuador

Año 2017- 2018

DEDICATORIA

Este presente trabajo se lo dedico a Dios y a mi familia en especial a mis dos hermanas Jessica y Belinda por ser pilares fundamentales en mi vida, a mi padre Ernesto fue mi inspiración a seguir adelante

RUDY ISBELDA VARGAS ZAMORA

AGRADECIMIENTO

Agradecía con Dios en todo momento por no desampararme nunca, A mi familia y amigos que son lo más importante en mi vida, gracias por darme fuerzas y no permitir que me rindiera a mitad del camino, gracias por su ayuda y consejos, gracias a mis hermanas por empujarme a estudiar y darme esas ganas de seguir creciendo en conocimiento a mis amigos por su apoyo.

RUDY ISBELDA VARGAS ZAMORA

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE:

Tecnólogo en análisis de sistemas.

TEMA: DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA LA VENTA DE MEDICAMENTOS DE LA FARMACIA “GINA” DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL 2017-2018

Autor: Rudy Isbelda Vargas Zamora

Tutor: Lcdo. SUAREZ DIOSES JULIO CESAR

RESUMEN

El internet es un medio de comunicación masivo el cual ayuda a dar a conocer bienes y servicios, este con el fin de motivar a las personas al consumo y de eso se el siguiente proyecto a desarrollar este tiene como objetivo de dar solución a la problemática que existe en la **Farmacia “GINA”** de dar a conocer sus servicios y productos mediante esta herramienta como lo es el internet.

La implementación de una página web la **Farmacia “Gina”** es lo que hoy se conoce como marketing digital, con esto utilizaremos un sin número de herramientas y lenguajes para poder obtener el objetivo, ya que según la información que se reunió, en el sector no se encuentra con un farmacia que brinde un servicios a domicilio mucho menos con una que se pueda comprar en línea.

A pesar que ya grandes cadenas cuentan con este servicio las pequeñas empresas en este caso farmacias se ven desplazadas en este medio como lo es el marketing digital, por eso se decidido realizar este proyecto con fin de mejor el servicio y brindar un aumento en las ventas de medicamentos.

Palabras claves: Marketing - Ventas - Servicio

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE:
Tecnólogo en análisis de sistemas.**

TEMA: DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA LA VENTA DE MEDICAMENTOS DE LA FARMACIA "GINA" DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL 2017-2018

Autor: Rudy Isbelda Vargas Zamora

Tutor: Lcdo. SUAREZ DIOSES JULIO CESAR

ABSTRACT

The internet is a means of mass communication which helps to publicize goods and services, this in order to motivate people to consume and that is the next project to develop this has as an objective to solve the problem that exists in the "GINA" Pharmacy to publicize its services and products through this tool, such as the internet.

The implementation of a web page Pharmacy "Gina" is what is now known as digital marketing, with this we will use a number of tools and languages to achieve the goal, because according to the information that was gathered, in the sector not You find a pharmacy that provides much less home delivery services with one that can be purchased online.

Although large chains already have this service, small businesses in this case pharmacies are displaced in this medium as is digital marketing, so it was decided to carry out this project in order to improve the service and provide an increase in sales of medicines.

Keywords: Marketing - Sales - Servicio

INDICE GENERAL

CARATULA.....	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	IV
RECONOCIMIENTO DE FIRMA.....	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
Índice de contenido.....	XVII
Índice Grafico	XVI
Índice Tablas	XVII

INDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Ubicación del problema en un contexto.....	1
1.2 Situación conflicto.....	3
1.3 Formulación del Problema.....	4
1.4 Delimitación del problema.....	5
1.5 Variables de Investigación.	5
1.6 Evaluación del problema.....	5
1.7 Objetivo general:.....	6
1.8 Objetivos específicos:	6
1.9 interrogantes de la investigación.....	7
1.10 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.11 Viabilidad	8
1.11.1 Viabilidad social	8
1.11.2 Viabilidad institucional.....	9
1.11.3 Viabilidad técnica	9
CAPITULO II	10
2. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Presentación de la empresa.....	10
2.2 Misión.....	10
2.3 Visión.....	10
2.4 Organigrama de la empresa reestructurado	11
2.5 FUNDAMENTACIÓN TEORICA	11
2.5.1 Antecedentes históricos.....	11
2.5.2 Antecedentes referenciales	13
2.6 Bases teóricas.....	14
Fuente: Matt Majeske.....	21
2.7 Fundamentación legal.....	22
CAPITULO III	25
3. METODOLOGIA	25
3.1 Tipos de investigación.....	26

3.2 Población y muestra.....	26
3.2.1 Población.....	27
3.2.2 Muestra.....	27
3.3 Técnicas y Herramientas.....	27
3.3.1 Recolección de información.....	27
3.3.2 Técnicas de encuesta.....	27
3.3.3 Técnicas de entrevista.....	27
3.4 Métodos de investigación.....	28
3.4.1 Método teórico.....	28
3.4.2 Método empírico.....	29
CAPITULO IV.....	30
4. LA PROPUESTA.....	30
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	30
4.2 Ubicación.....	39
4.3 Desarrollo del sitio web.....	40
4.3.1 Secciones de la página web.....	40
4.3.2 Desarrollo administrativo.....	41
4.4 Cronograma.....	42
4.5 Presupuestos y Costos.....	43
4.5.1 Costo de Hardware.....	43
4.5.2 Costo de Software.....	43
4.5.3 Costo desarrollo del sistema.....	44
4.5.4 Costo total del Sistema.....	44
4.6 Diseño de la Propuesta.....	45
4.6.1 Diagrama de Uso.....	45
4.6.2 Diagrama.....	45
4.7 Diagrama de Flujo.....	47
4.7.1 Diagrama de flujo.....	47
4.7.2 Diagrama de Cliente.....	49
4.7.3 Diagrama de compra.....	51
4.7.4 Diagrama de Venta.....	53
4.7.5 Diagrama de flujo de Administrador.....	55
4.8 Estandarización de formatos.....	56
4.9 Diagrama Jerárquico HIPO.....	60

4.10 Modelo Entidad – Relación del Sistema.....	61
4.11 Diccionario de datos	61
4.12 Diseño de Pantallas.....	65
CAPITULO V	78
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
5.1 Conclusiones	78
5.2 Recomendaciones	80
Bibliografía	81

Índice Grafico

FIGURA 1: INTERNET.....	15
FIGURA 2: CORREO ELECTRONICO.....	16
FIGURA 3: HTML.....	17
FIGURA 4: CSS 3.....	18
FIGURA 5: MYSQL.....	19
FIGURA 6: PHPMYADMIN.....	20
FIGURA 7: XAMPP.....	21
FIGURA 8: UBICACIÓN DE FARMACIA GINA.....	39
FIGURA 9: UBICACIÓN SATELITAL DE FARMACIA GINA.....	39

Índice Tablas

TABLA 1: EVOLUCIÓN DEL CANAL ONLINE	2
TABLA 2: PREGUNTA 1.....	30
TABLA 3: PREGUNTA 2.....	31
TABLA 4: PREGUNTA 3.....	32
TABLA 5: PREGUNTA 4.....	33
TABLA 6: PREGUNTA 5.....	34
TABLA 7: PREGUNTA 6.....	35
TABLA 8: PREGUNTA 7.....	36
TABLA 9: PREGUNTA 8.....	37
TABLA 10: PREGUNTA 9.....	37
TABLA 11: PREGUNTA 10.....	38
TABLA 12: COSTO DE HARDWARE	43
TABLA 13: COSTO DE SOFTWARE.....	43
TABLA 14: COSTO DE DESAROLLO	44
TABLA 15: COSTO SISTEMA	44
TABLA 16: NOMENCLATURA DE DIAGRAMA DE USO.....	45
TABLA 17: DIAGRAMA DE USO.....	45
TABLA 18: DIAGRAMA DE FLUJO GENERAL	47
TABLA 19: DIAGRAMA DE FLUJO CLIENTE	49
TABLA 20: DIAGRAMA DE FLUJO COMPRA.....	51
TABLA 21: DIAGRAMA DE FLUJO VENTA	53
TABLA 22: DIAGRAMA DE FLUJO ADMINISTRADOR	55
TABLA 23: DICCIONARIO DE DATOS ADMINISTRADOR	61
TABLA 24: DICCIONARIO DE DATOS CATEGORIA.....	62
TABLA 25: DICCIONARIO DE DATOS CLIENTE	62
TABLA 26: DICCIONARIO DE DATOS DETALLE.....	63
TABLA 27: DICCIONARIO DE DATOS PRODUCTO	63
TABLA 28: DICCIONARIO DE DATOS PROVEEDOR.....	64
TABLA 29: DICCINARIO DE DATOS VENTA	64
TABLA 30: DSEÑO PANTALLA INICIO.....	65
TABLA 31: DISEÑO PANTALLA INGRESO USUARIO.....	66
TABLA 32: DISEÑO DE PANTALLA REGISTRO DE PROVEEDOR	67
TABLA 33: DISEÑO DE PANTALLA REGISTRO DE PRODUCTO.....	68
TABLA 34: DISEÑO DE PANTALLA REGISTRO DE PRODUCTO.....	69
TABLA 35: DISEÑO DE PANTALLA DE PEDIDO	70
TABLA 36: DISEÑO DE PANTALLA DE PANEL DE ADMINISTRACION	71
TABLA 37: DISEÑO DE PANTALLA DE FORMULARIO DE REGISTRO.....	72
TABLA 38: DISEÑO DE PANTALLA DE CATALOGO DE PRODUCTOS	73

TABLA 39: DISEÑO DE PANTALLA DE DETALLE DE PRODUCTO	74
TABLA 40: DISEÑO DE PANTALLA DE CONFIRMACION DE INGRESO	75
TABLA 41: DISEÑO DE PANTALLA DE CONFIRMACION DE PEDIDO	76
TABLA 42: DISEÑO DE PANTALLA DE CARRITO DE COMPRA	77

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Ubicación del problema en un contexto.

Con el nuevo informe **Digital in 2017 Global Overview** de **We Are Social** y **Hootsuite** que revela que más de la mitad de la población mundial ahora usa Internet, lo cual el ámbito comercial le ha sacado mucho provecho dándole un enfoque diferente al marketing tradicional y beneficiando a muchas pequeñas y medianas empresas. El comercio ha aprovechado el internet y sus distintas plataformas para alcanzar grandes objetivos. La Internet ha facilitado un poco las cosas tomando como referencia los gustos personales de los usuarios, intereses y preferencias, el mercado puede apuntar a un grupo de personas en específico y así recibir más interés en su producto.

Al volverse el internet un de los medios más utilizados las empresas lo han hecho de este uno de los principales medios para publicidad, ya que en algunos casos puede realizarse de forma gratuita en redes sociales, dejando así a un lado las costosas publicidades y volviendo a personas clientes con tan solo un click. En la mayoría de los casos se encuentran tiendas online de ropa, zapatos, maquillaje, joyas, artículos para el hogar y oficina, tecnología, entre otras.

Existen tiendas online de farmacias y aunque este sector vaya aún muy retrasado, falta poco para que este avance más rápido y no perder su posicionamiento competitivo y no dejar que canales

sustitutivos, sobre todo cosméticos ganen posicionamiento en el mercado. En España existen 22.300 farmacias de las cuales solo el 22% posee páginas web. En el recuadro a continuación veremos la evolución de canales online de farmacias entre los años 2014 y 2016 y su crecimiento.

Tabla 1: Evolución del canal online

Evolución del canal <i>online</i> en las oficinas de farmacia en España			
	2014	2016	Crecimiento
Farmacias con web	1790	2723	55,12%
Farmacias con blog	423	766	85,47%
Farmacias con <i>fanpage</i>	512	944	84,39%
Farmacias con <i>eCommerce</i>	350	561	60,29%

Fuente: Caso Farmacias.com, Juan Carlos Aguilera, Instituto Internacional San Telmo, 2017

En el Ecuador solo las grandes cadenas encabezadas por **Farcomed** y **Difare** poseen este tipo de marketing digital ya que las farmacias independientes al no poseer los beneficios que les ofrecen las otras cadenas a sus clientes asumen que es una situación difícil de competir. Según el diario El Universo Antonio Quezada, del grupo Difare declara q las farmacias están destinadas a desaparecer y la mejor opción es unirse a uno de estos grupos.

Desde otro punto de vista las farmacias independientes no se arriesgan a realizar marketing digital por varias razones, uno d estos es como se mencionó anteriormente el no cumplir ciertos beneficios, otro de ellos es el miedo o por falta de conocimiento ya que algunos al crear paginas no son bien informados ya que algunos crear una página web pero que al no darles un buen mantenimiento estas pierden su valor y lo poco o mucho que se invierta será en vano.

Lo que alguno desconocen o por miedo a involucrarse con el internet es que esta puede llegar a ser una herramienta muy útil en la expansión de su clientela, pero no les gusta involucrarse por la

complejidad que algunos creen que esta conlleva como es el mantenimiento, el pago de servicios de hosting, entre otros. El problema surge según de la falta de tiempo de algunas personas o que de aquellas que por descuido no llevan el control que deben de llevar en cuanto sus medicamentos, cuyas consecuencias a veces resultan en situaciones un poco graves y que podría empeorar su salud o traer repercusiones en un futuro.

Se necesita un enfoque más profundo en el área de la salud ya que en algunos casos es el área muy descuidada en el punto de la medicación ya que al no suministrarse la dosis recetada adecuadamente tienden a recaer, esto se debe a que al sentirse mejor el paciente este deja de tomar la medicación. Si se consultan en las estadísticas se concluiría que el comercio electrónico mueve cifras enormes

1.2 Situación conflicto.

En la actualidad la farmacia Gina ubicada en Guayaquil está pasando por problemas en cuanto a ventas ya que estas han decaído, comparada con la venta del año 2016 se obtuvo una ganancia por encima de lo estipulado. El problema que se intenta resolver es para cuyas personas no requieran de tiempo, ya que como se vive en una sociedad donde las personas dedican su tiempo en trabajo, estudios y vida social; dejando a un lado su salud.

Este proyecto pretende impactar positivamente en el aumento de ventas de medicinas con herramientas, para facilitar la compra de medicinas de forma rápida, se espera aumentar el volumen de ventas y brindar comodidad al cliente, principalmente a las personas cuya salud depende de ciertos medicamentos

administrados constantemente, las personas siempre buscan economía, confianza, cercanía y soluciones a sus problemas por lo que se debe pensar en soluciones que permitan la interactividad entre la farmacia y el cliente sin la necesidad de la presencialidad, los usuarios necesitan intercambiar información o acudir a el farmacéutico y despejar dudas en curiosidades farmacéuticas, cuidados de la belleza y piel, campañas y otros contenidos.

Pensar en una herramienta informática traerá muchos beneficios tanto para la farmacia como para los posibles clientes, por un lado se tiene la parte de servicio y vocación del farmacéutico, de la cual contará con tiempo, esfuerzo y recursos para una mejor atención al cliente, por otra parte tenemos el lado empresarial, como todo negocio este siempre busca beneficios y nadie realiza una inversión sin tener en claro que podría tener ganancias o pérdidas, pero así mismo este depende del esfuerzo que le dedique.

El Marketing digital es la mejor opción para dar a conocer el negocio y si tiene buena acogida posicionarlo en un buen lugar en la internet lo cual aumentara la clientela y mejorara cada vez el servicio, de esta forma beneficiaria la farmacia y terminaría con el estado actual por el que está pasando.

1.3 Formulación del Problema.

¿Cómo influye la falta de visualización de los productos que se ofertan, en la disminución de las ventas de la farmacia Gina de la ciudad de Guayaquil periodo 2017-2018?

1.4 Delimitación del problema.

Aspectos: Sistemas Informáticos

Campo: Tecnológico

Área: Programación, Html, Css, Php, Java Script

Periodo: 2017 - 2018

1.5 Variables de Investigación.

Dependiente.- aumento de las ventas de la farmacia

Independiente.- visualización de los productos que se ofertan

1.6 Evaluación del problema.

Los aspectos generales de evaluación son:

Delimitado.- La farmacia desea aumentar sus ventas e implementar nuevos servicios por lo que necesita que los clientes se encuentren constantemente informados de estas novedades. Por lo que desea ampliar sus recursos creando una página web cuya mantenga informados y mantenga una comunicación más constante con los clientes.

Claro.- En la actualidad no consta con ninguna forma de publicidad.

Evidente.- La población en el área ha ido en aumento por lo que necesitan mayor conocimiento sobre la Farmacia "Gina" y los servicios y promociones que ofrece esto facilitando la compra de los mismos.

Concreto.- El problema que afecta a la Farmacia Gina es que no es muy conocida ya que no consta de publicidad.

Relevante.- es de suma importancia utilizar los recursos de cada clientes como el servicio de internet, en la actualidad todos utilizan este medio ya sea para comunicarse o comprar online, por lo que se aprovechara y se dará a conocer atreves de una página web la farmacia Gina y que puedan a realizar sus compras.

Factible.- Es factible ya que se requiere ampliar el servicio de la farmacia Gina.

1.7 Objetivo general:

- Diseñar una página web para la venta de medicamentos de la farmacia Gina de la Ciudad de Guayaquil 2017-2018.

1.8 Objetivos específicos:

- Identificar la información científica con respecto al diseño de una página web de venta de medicamentos la cual ayudara a optimizar el tiempo a los posibles clientes.
- Diagnosticar las ventas actuales de los medicamentos y realizar un estudio del impacto que tendrán las ventas a futuros desde la implementación de la página web.
- Diseñar el modelo de página web con un carrito de compras de fácil manejo para facilitar la compra en la página web de la farmacia Gina.

1.9 interrogantes de la investigación.

¿Existen Farmacias con servicio online en el sector?

¿Qué medios se utilizan para mejorar el servicio de la Farmacia?

¿Se brinda un servicio a domicilio a sectores de bajos recursos?

1.10 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

➤ Conveniencia

Esta investigación sirve para realizar un crecimiento en cuanto a las ventas, esto tendrá beneficios tanto para la farmacia como para los clientes, el punto de que la tienda sea electrónica es buscar rentabilidad para el negocio, además de dar más posibilidad de interactuar con el cliente y brindar otros servicios eso a base de una suscripción la cual mantendrá informado al cliente de ofertas, promociones o servicios que la farmacia.

Esto tiene un alto potencial publicitario, los blog también son una gran fuente de enlaces y temas enfocados, esto también es de gran beneficio ya que podría traer una rápida propagación y el consumidor pasa d ser un cliente a ser participativo con opiniones e información para otras personas. También el coste en publicidad en la web es de mucho menor a otros medios de comunicación, además de ser uno de los más usados actualmente puesto que la mayoría utiliza más las redes q otro medio para comunicarse

➤ Relevancia social

Claramente se quiere ofrecer un mejor servicio y que más que ayudando a personas que no constan con el tiempo suficiente

para realizar compras o simplemente se olvidan de realizar las compras de sus medicamentos, se da a conocer los servicios que la farmacias Gina ofrece, esto beneficia al cliente en diferentes formas ya que no solo realizaría las compras también encontraría información sobre los servicios que esta ofrece sobre medicinas, consejos de belleza y sobre el cuidado de la piel.

➤ **Implicaciones prácticas**

El diseño de la página de la Pagina Web ayudaría en el aumento de las ventas en la Farmacia Gina la compra de medicinas mediante un carrito de compra de fácil manejo al cliente, este ayudara organizar mejor su tiempo ya que las compras de medicamentos las puede realizar desde su hogar o trabajo.

➤ **Utilidad metodológica**

Este método de compra Online puede mejorar con el tiempo si un consultorio desea realizar una unión con la farmacia esto facilitaría los datos del paciente en cuanto a su medicación, ya que al tener una consulta con el medico en cuestión este realizaría una receta cuyo acceso lo tendría la farmacia para verificar los medicamentos o las dosis que el paciente necesita.

1.11 Viabilidad

1.11.1 Viabilidad social

El objetivo fue crear un página web para la farmacia con esto se espera beneficiar a los clientes y a la farmacia de manera de que en esta plataforma se pueda realizar compras de medicinas.

1.11.2 Viabilidad institucional

En este caso para la utilización de la página web se capacitara al personal de la farmacia para el buen manejo de la misma, en cuanto a los clientes se les creara una página amigable y fácil en cuanto al funcionamiento

1.11.3 Viabilidad técnica

En la actualidad se utiliza mucho la tecnología con la finalidad de facilitar algunas tareas, desde compras online hasta búsqueda de información, la nueva tecnología usada de la manera correcta puede impulsar el crecimiento de cualquier negocio o empresa.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Presentación de la empresa

La Farmacia Gina es una pequeña empresa que fundada por un enfermera graduada en el Instituto Tecnológico Bolivariano, al comienzo empezó como un proyecto de amigas pero al ver que sus amigas o la ayudaron decidió abordar el proyecto sola, al principio le fue difícil encontrar proveedores pero ahora es una farmacia muy surtida, ahora cuenta con una buena línea de medicamentos y espera seguir creciendo.

2.2 Misión

Contribuir al bienestar de las personas, ofreciendo un servicio de la más alta calidad para nuestros clientes, contando con personal capacitado y los mejores productos.

2.3 Visión

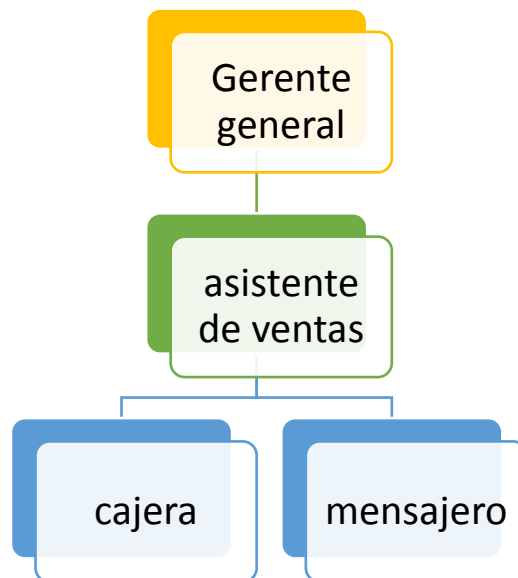
Convertirnos en una gran cadena, reconocida en el mundo farmacéutico en todo el Ecuador, como compromiso y satisfacción de

nuestros clientes, logrando así un mejor posicionamiento en el mercado y poder competir con las grandes cadenas existentes.

2.4 Organigrama de la empresa reestructurado

Figura Organigrama de la empresa

Autor: Rudy Vargas Zamora



2.5 FUNDAMENTACIÓN TEORICA

2.5.1 Antecedentes históricos

Hoy en día en la nueva era de la tecnología, el internet se ha vuelto parte de la vida diaria. Como cada vez es más utilizado, casi se puede hacer todo mediante internet lo que esto está obligando a plantear un nuevo modelo de negocios, muchas empresas están tratando de globalizar sus ventas mediante este medio convirtiéndose en el principal en cuanto publicidad y ventas de productos y servicios.

Uno de los negocios que ha crecido gracias al internet fue el comercio electrónico de medicamento se realizaba hace mucho tiempo atrás entre laboratorios bajo el protocolo EDI (intercambio electrónico de datos), pero el sistema que usaban tenía muchas restricciones ya que era indispensables establecer preacuerdos entre empresas. Al aparecer el internet se disminuyeron las restricciones y apareció el comercio electrónico. El mercado farmacéutico aumento estrepitosamente y en su mayoría va acompañado con consultas médicas online, los expertos consideran que en un futuro el 75% de los medicamentos se los venderá a través del internet.

La farmacia Gina empezó su funcionamiento un 17 de noviembre de 2014 se presta un servicio de lunes a domingo de 7:00 am a 23:00 pm.

Paul Demery (2006) dijo, según el informe de Forrester Research, el 75% de los 80 millones de hogares en EE.UU están en línea comprando a través del internet, del cual más de dos tercios compran online en los últimos tres meses. Las compras en línea son cada vez más populares, las cuales están creciendo a pasos agigantados convirtiéndose en la principal herramienta para el crecimiento de los negocios. (Bojórquez, 2015) Director Comercial de NIC México, cito que la tendencia del internet ya no solo se basa en estar conectado a una computadora por entretenimiento, sino que gracias a dispositivos móviles y redes sociales la gente está conectado en todo momento y lugar y que con solo un click estas ya pueden adquirir un servicio o un producto, este hecho tendrá la oportunidad de ofrecer servicios especializados que permitan agregar diferencia a la de la competencia y brindar un servicio las 24 horas de día.

Fajardo (2002) dijo también como desventaja de su uso se

encuentra la inseguridad, ya que existen muchas empresas desconocidas todavía en el mercado, de acuerdo con Danielle Miceli y Rachel Kim (2010), son 4 de cada 10 casos de fraude que se presentan, y demuestran que la seguridad es débil en cuanto las compras online. Pero esto no ha sido impedimento ya que la publicación de un grupo financiero en (2011), comento que todos los negocios de tiendas online y otros servicios, han hecho que la banca electrónica tenga una gran captación de clientes, en solo 3 meses acumularon alrededor de 220 mil clientes logrando superar años anteriores los cuales hubieran tardado alrededor de 3 años llegar a esa cifra.

Según Antonio Cordobés (2002) cito que el comercio online de medicamentos existe a niveles muy altos estos ya sean legales o ilegales, los cuales la FDA (Food and Drug Administration) (2000) consiente de los graves problemas que estos traen, inicio una lucha federal y estatal contra la venta ilegal de por medio de los *rogue sites* apoyado por organizaciones muy poderosas en Norteamérica las cuales son: la National Association of Boards of Pharmacy (NABP), la Federation of State Medical Boards y la National Association of Attorney General.

La FDA también insita a denunciar empresas fraudulentas a las que como medida envió cartas electrónicas de advertencia alrededor de 45 web que vendían medicamentos por internet, en las cuales ya ha aplicado medidas legales en algunas de ellas. En Estados Unidos a solo a finales del 2000, se conocieron alrededor de 400 farmacias virtuales, a diferencia de Europa que la venta de medicamentos online es menos significativa.

2.5.2 Antecedentes referenciales

El proyecto realizado “diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil

2017-2018” se planteó a base de la baja en ventas en el último año, por lo cual utilizamos uno de los métodos usados en grandes cadenas farmacéuticas como lo son **Farcomed** y **Difare** dándonos a conocer mediante internet y redes sociales.

El plan de marketing que utilizamos es el uso adecuado de la tecnología en una empresa (Munuera Aleman & Rodríguez Escudero , 2012) citaron que en el enfoque de estrategia en el plan de marketing se caracteriza por la incorporación de la dirección de una actitud estratégica.

Así se planteó un diseño de página web donde se podrán realizar compras online y se podría interactuar en la página.

2.6 Bases teóricas.

Marketing

Se dice que es el conjunto de estrategias y prácticas para el aumento del comercio con la satisfacción a las necesidades de posibles clientes y la obtención de ganancias al mismo tiempo.

Según (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2003) *“Es el proceso social y administrativo por los cuales los grupos e individuos cubren sus necesidades con el intercambio de bienes o un servicio”*.

Marketing digital

Es la estrategia de comercialización de bienes o servicios mediante medios digitales. Todas las técnicas usadas común mente son trasladadas al mundo online, en el ámbito digital surgen día a día nuevas redes que son utilizadas como plataformas para el marketing digital.

Se conocen dos instancias:

- **Web 1.0.-** Esta se basa a que no define la utilización de medios tradicionales, esta imposibilita la comunicación y

exposición del usuario. Solamente la empresa puede hacer uso de ella y manipular las publicaciones de la misma.

- **Web 2.0.**- Esta comparte información fácilmente mediante las redes sociales y a las nuevas plataformas que facilitan la compartición de videos, audios e imágenes, etc.

Internet

Figura 1: internet



Fuente: mind42.com por Jenny Barahona

Es una red global de redes cuya finalidad es el intercambio de información entre usuarios, Con el internet se pueden realizar diversas cosas como comunicarnos con todo el mundo mediante las redes sociales, comprar o descargar programas, juegos, descargar también videos, imágenes, libros y un sin número de cosas prácticas y divertidas.

Página web

Es un documento electrónico la cual está compuesto por información textual, visual y sonora que está alojado en un servidor la cual se hace accesible mediante la utilización de navegadores. Una página web que está constituida por otras páginas web se les da el nombre de sitio web los cuales se lo identifican bajo el nombre de un dominio.

La creación de una página web se basa en la utilización de lenguaje de programación como lo son el HTML, CSS, PHP, JSP entre otros. En la actualidad ya no se necesita saber a fondo programación para crear una página web básica ya que existen un sin número de plataformas con modelos prediseñados de páginas web.

Farmacia

Es la que se encarga de la generación de productos farmacológicos para tratar diversas dolencias, se hace referencia a un lugar físico donde se realiza la comercialización del mismo.

Correo Electronico

Figura 2: Correo electronico



Fuente:www.genbeta.com por Sergio Agudo.2017

Es un servicio que permite el envío y recepción de mensajes a usuarios a través de la red, estos son transmitidos de manera rápida por sistemas de comunicación electrónica en estos no solo puedes enviar texto si no también audio, imágenes y videos.

Estos se pueden enviar entre dos terminales y estos se proceden a archivar en un buzón, el correo está compuesto por el nombre de destinatario, dirección de correo electrónico estas puede ser de una o

varias, el asunto y el mensaje.

Servidor

Es un equipo informático que provee servicios a otros equipos a través de una red, estos se dividen en dos partes:

- **Servidor dedicado.** Es el que utiliza todos sus medios a atender los requerimientos de los usuarios.
- **Servidor Compartido.** Es el que aparte de usar todos sus medios para atender a los usuarios, trabaja de manera local.

Html 5

Figura 3: HTML



**Fue
nte:**
www
.esof
tload
.info

por Jennifer. 2016

Lo que significa en español (Marcado de Hipertexto), este lenguaje es utilizado para la creación del diseño y el desarrollo de la página web, es una analogía de marcadores y etiquetas que son utilizados como parte de una página o documento web.

Aunque a pesar de ser solo texto plano este tienes la ventaja de crear distintos vínculos a través de hiperenlaces además de añadir contenido multimedia.

También conocido como ASCII nace en 1991 de manos de Tim Bernes-Lee del CERN como un hipertexto con el objetivo de facilitar la transmisión de información entre científicos de la física y parte de

la iniciativa de World Wide Web. Así fue como HTML tomó lugar a la par del origen de la web

Su estructura comienza con la etiqueta <html> y termina con </html>.

El encabezado está conformado por las etiquetas <head> y </head> que sirven para definir valores válidos del documento, El cuerpo tiene las etiquetas <body> y termina en </body>, también el título de la ventana tiene su etiqueta que es <title>.

Ejemplo.

```
<html>  
  <head>  
    <title>PageTitle</title>  
  </head>  
  <body>  
  </body>  
</html>
```

Css

Figura 4: CSS 3



Fuente: commons.wikimedia.org por Nikotaf.2016

Este no es un lenguaje de programación como Html o JavaScript, Este se encarga principalmente de la presentación, la estructura, color y fuente de la página web.

Es una Hoja de Estilo en Cascada (Cascading Style Sheets), cuyo objetivo es de cómo se va presentar el documento en la pantalla, este permite a los desarrolladores web controlar el estilo y formato de múltiples páginas web al mismo tiempo.

La función de CSS se basa en dos simples reglas que se aplican a un documento HTML o XML, estas son un selector y una declaración. A su vez la declaración está formada por una propiedad y el valor designado.

h1 {color: blue;}

h1 es el selector

{color: blue;} es la declaración

El selector funciona de enlace entre el documento y el estilo, definiendo los elementos que serán afectados, en cambio la declaración es la parte que establece cual será el efecto.

MySql

Figura 5: MySql



Fuente: www.hostname.cl por María José Busta

Es una base de datos de código abierto y una de las más usadas para aplicaciones basadas en la web, Esta esta utilizada en los principales sitios web como son: Facebook, Twitter, YouTube. MySQL es desarrollado, respaldado y distribuido por Oracle, toda la

información que se necesita se la encuentra en la pagina oficial de MySQL.

Las características son:

- Alto rendimiento y confiabilidad para cubrir las demandas de los usuarios.
- Cambio de esquema en línea para cumplir con los cambiantes requisitos comerciales.
- Esquema de rendimiento para supervisar el rendimiento a nivel de usuario y aplicación y el consumo de recursos.
- SQL realiza operaciones simples y rápidas de Key Value

PhpMyAdmin

Figura 6: PhpMyAdmin



Fuente: commons.wikimedia.org por Michael Keck, the phpMyAdmin Project.2010

Es una herramienta de software libre escrita en PHP, esta controla la administración de MySQL a través de la web. Es compatible en su gran mayoría con operaciones de MySQL. A través de la interfaz se realizan las operaciones del usuario, mientras todavía se tiene la capacidad de ser ejecutadas directamente declaraciones de SQL.

Las características son:

- Interfaz web intuitiva
- Soporte para características de MySQL
- Importación de datos de CSV y SQL

- Exporta datos en formatos varios.
- Administra servidores múltiples
- Búsqueda general de bases de datos
- Transferencia de datos en cualquier formato almacenados.

Xampp

Figura 7: Xampp



Fuente: Matt Majeske

Es un servidor independiente, software libre e instalador de Apache, PHP y MySQL, que cuentan con estos programas ya correctamente configurados, y cuentan con distribuciones para varios sistemas operativo: Linux, Windows, Mac OS X y Solaris.

El programa esta liberado bajo licencia GNU, es muy fácil de descargar e instalar, Al principio se pretendía utilizar Xampp como herramienta de desarrollo para que los diseñadores puedan editar sus trabajos sin la necesidad de ningún acceso a internet.

2.7 Fundamentación legal

El Estado es el responsable de la legislación para garantizar y precautelar el bien común. En el Ecuador el (IEPI) es el que se encarga de proteger, divulgar y manejar el buen uso de propiedad intelectual, enfocado en distintas áreas.

Derecho de propiedad intelectual (Codificación Nº. 2006-013)

Art. 1.- El estado es el que se encarga de garantizar que se cumplan la ley de propiedad intelectual adquirida, las Decisiones de la Comunidad Andina y convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

Entre estas comprende:

- Derechos de autor y conexos.
- Todo lo que abarque a propiedad industrial
- La obtención de vegetales

Es

Art. 2.- Esta ley otorga derechos por igual estos ya sean nacionales o extranjeros.

Título I: De los Derechos de Autor y Derechos Conexos

Capítulo I: Del Derecho de Autor

Art 4.- Se respetaran y garantizaran los derechos de autores y de los demás participantes sobre su obra

Art 5.- El derecho de autor comienza desde el inicio de la creación de la obra y se protege sin importar sus méritos o destino de la misma.

Se protege la obra sin importar el país de origen, la nacionalidad o el domicilio del titular. Esto también se reconoce sin importar el lugar de publicación.

Art 6.- El derecho del autor es independiente y compatible con:

- La propiedad y otros derechos que tenga por objeto la cosa material que este incorporada la obra.
- Los derechos de propiedad industrial, si estos llegaran a tener en la obra.
- Y otros derechos de propiedad intelectual qu la ley reconozca.

Sección V

Disposiciones Especiales sobre ciertas Obras

Parágrafo [Primero](#)

De los Programas de Ordenador

Art 28.- Los programas se consideran obras literarias y se protegen como tales. Esta protección se les da independientemente de la forman que estén expresados, ya sea en código fuente o en código objeto aplicados en programas operativos o programas aplicativos, Esto incluye los diagramas de flujo, manuales de uso y todo aquellos que conforme su estructura.

Art. 29.- Es el titular de un programa de ordenador la persona natural o jurídica que tome la iniciativa de la realización de la obra. Salvo se demuestre lo contrario, a la persona cuyo nombre conste en la obra de forma usual.

Dicho titular además de estar autorizado para ejercer los derechos morales de la obra sobre su reproducción.

El productor tiene el derecho de autorizar o prohibir modificaciones o versiones sucesivas del mismo, esto solo se realizara mediante un acuerdo entre autores y productores.

Art. 30.- La adquisición de un ejemplar que haya circulado lícitamente, autoriza a su propietario a realizar:

- Una copia del código objeto con fines de seguridad.
- Fijar en la memoria interna de aparato, ya sea que esta desaparezca o no al apagarlo, con el fin de utilizar el programa.
- Adaptar al programa a uso personal, siempre que sea previsto al uso normal de la licencia, La persona que lo adquiera no podrá transferir a ningún título el soporte del programa, ni podrá utilizarlo sin autorización.

Se requiere autorización del titular para cualquier utilización, incluso la reproducción con fines personales, a través de redes o sistemas análogos.

CAPITULO III

3. METODOLOGIA

La presente tesis es factible ya que se encuentra conformada al planteamiento del enfoque de la investigación lógica, este proceso abarca la solución del problema, estudio de campo y bibliografías. La sección de investigación son de un 20% investigativa por lo cual su enfoque es cuantitativo ya que se ha planteado la participación de la comunidad, también se cuenta con un 20% bibliografía ya que se requerido reforzar conocimiento de diversas fuentes como son libro y páginas de internet confiable en cuanto información.

El 60% representa el desarrollo e implementación de diversas herramientas para el diseño de la página web para así poder llegar a nuestro objetivo del aumento de la venta de medicamento.

3.1 Tipos de investigación

➤ **Descriptiva**

Porque esta nos facilita la recopilación de información detallada sobre los consumidores y sus necesidades, obteniendo así el punto de vista del consumidor en la información receptada.

➤ **Explicativa**

Esta nos permite obtener un estudio generalizado del problema y así darnos mayor conocimiento del mismo. Esto nos permitirá diseñar la página basándolo en la información recopilada para hacer más fácil el manejo de la misma.

➤ **Correlacional**

Puesto que la configuración de la página al ser de fácil manejo se podría implementar en otra empresa siempre y cuando este cambie su diseño, este permitirá al usuario un manejo más rápido y con más facilidad al momento de utilizar el sitio web.

➤ **Bibliográfica-Documental.**

Esta modalidad nos permite conocer el enfoque al igual que teorías y conceptos de diferentes autores de libros, artículos e informes estas ya sean de revistas p de páginas de internet.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Es una investigación constituida por personas y objetos para un análisis del problema de una investigación.

La población a evaluar es la de la zona norte de Guayaquil donde se encuentra ubicada la Farmacia Gina

3.2.2 Muestra

Esta es una pequeña parte de un elemento que se considera el único método para evaluar un resultado más aproximado a la población global.

3.3 Técnicas y Herramientas

3.3.1 Recolección de información

Las técnicas que se utilizarán son: Encuestas a los clientes y entrevistas dueños de locales que implementen en sus negocios marketing digital y también entrevistar profesionales en marketing ya sean físicos o virtuales.

3.3.2 Técnicas de encuesta

Esta técnica de investigación hace referencia en dos personas, una que realiza la investigación y otra que sujeta dicha investigación.

Siendo el caso de los posibles clientes de la farmacia "Gina", obteniendo la información necesaria de su reacción y los efectos que causaría el diseño de una página web de la Farmacia "Gina"

3.3.3 Técnicas de entrevista

Este tipo de investigación es cuando la persona a cargo de la investigación recopila información de la persona a cargo en este caso

el dueño de la farmacia.

De esto se obtiene a información necesaria a través del dialogo y así conocer la problemática y buscar una solución en este caso la creación de la página web.

3.4 Métodos de investigación

Los métodos más comunes que se utilizan en una investigación son los teóricos y los empíricos.

3.4.1 Método teórico

3.4.1.1. Método analítico

Este método estudia en forma descompuesta el objeto de estudio descomponiendo todas sus partes o elementos para poder analizar de forma individual las causas, naturaleza y efectos. El análisis es la observación o estudio de una causa en particular, eso nos permite conocer más la naturaleza del fenómeno, luego del estudio se integran todas las partes para estudiarlas de manera integral.

3.4.1.2 Método inductivo

Este es que se genera partiendo de hipótesis o antecedentes, este suele basarse en generar significados a partir de la información recopilada para identificar causas y patrones para formar una teoría; sin embargo este no evita que el investigador realice preguntas de investigación basándose en teorías existentes.

3.4.1.3 Método deductivo

Consiste en tomar conclusiones globales para llegar a una explicación particular, este facilita ir estructurando hallazgos a partir

de los principios explicativos. Este método puede explicar por medio de hipótesis, que pueden ser extraídas de alguna teoría. Es decir que desarrolla hipótesis basándose en teorías que ya han sido probadas, para diseñar otro método de investigación y probar la hipótesis.

3.4.2 Método empírico

Es el que define formas de obtener información mediante la observación basada en evidencias observables a los sentidos, más allá de las observaciones la investigación empírica es la capacidad de poner en práctica la capacidad de la persona utilizando preguntas de investigación comprobable, estas varían según el campo, contexto y objetivo de estudio.

3.4.2.1 Método estadístico-descriptivo

Este método es el que muestra los datos extraídos de la entrevista y encuestas esto sean en gráficos y en porcentajes. En esencia, estos estudios se utilizan para describir diversos aspectos del fenómeno, si bien puede emplear una serie de variables, solo se requiere una variable para realizar estudios con los principales propósitos de describir, explicar y validar los hallazgos de la investigación.

3.4.2.2 Métodos Estadísticos

Este método es el que por medio de una computadora que realice análisis mediante elementos matemáticos la definición de población, la muestra y representación gráfica posterior a analizar los resultados. Este consiste en manejo de datos ya sean cualitativos o cuantitativos en el procedimiento de una investigación.

CAPITULO IV

4. LA PROPUESTA

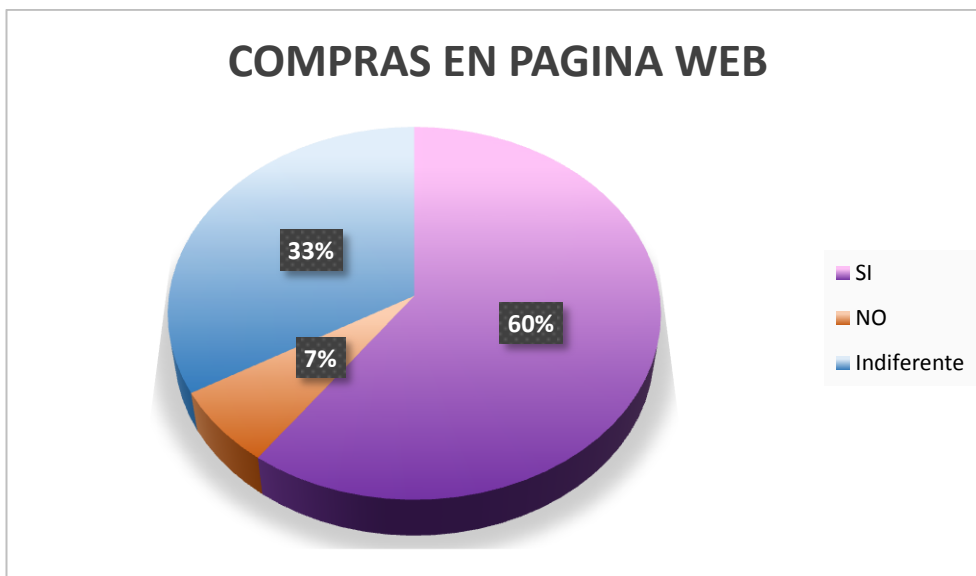
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

1. Usted accedería a la página web para realizar compras?

Tabla 2: Pregunta 1

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	18	60%
NO	2	6,66%
Indiferente	10	33,33%
Total general	30	100 %

Elaborado por: Rudy Vargas



Elaborado por: Rudy Vargas

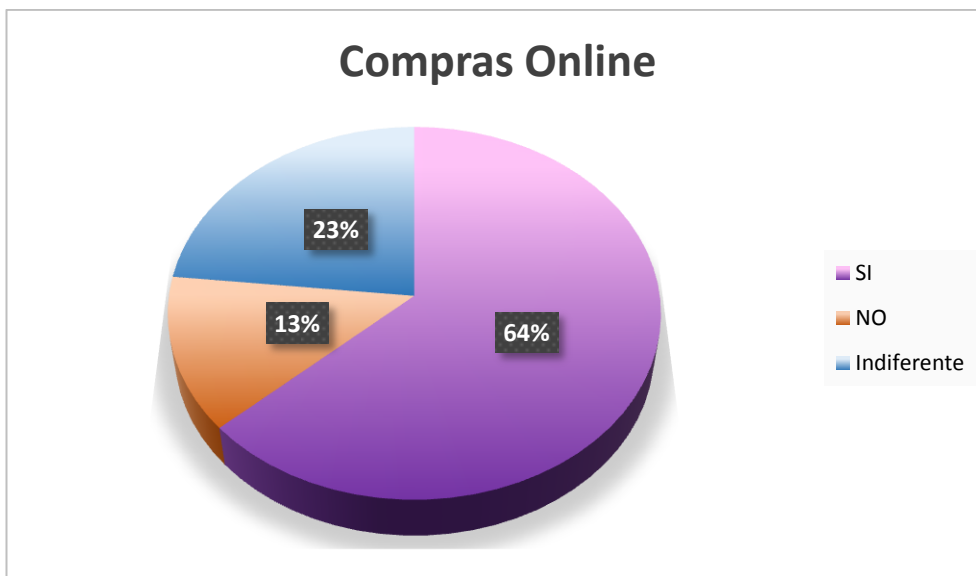
En la pregunta uno sobre si accederían a la página a realizar compras es su mayoría los encuestados dieron una respuesta positiva, el cual es el 78%, en cuanto una pequeña cifra del 5% dio su respuesta negativa y el restante 17% le es indiferente.

2. Sabe realizar compras online?

Tabla 3: pregunta 2

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	19	63,33%
NO	4	13,33%
Indiferente	7	23,33%
Total general	30	100%

Elaborado por: Rudy Vargas



Elaborado por: Rudy Vargas

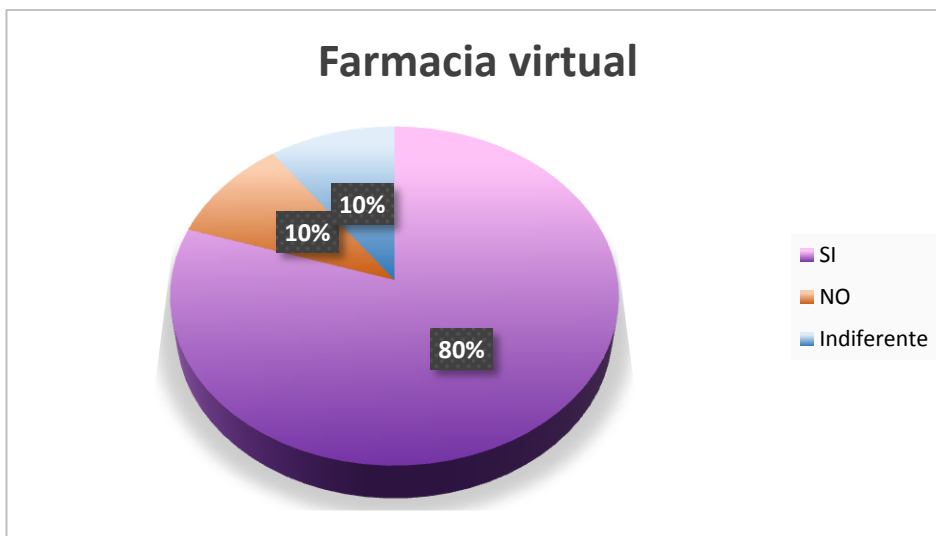
En la pregunta dos sobre si las personas saben realizar compras online pues las respuestas fueron favorables con un 70% positivas, un 12% negativas y un 18% indiferentes, esto se debe q en la actualidad se realizan más compras en línea, pero no deja d haber cierto temor en un grupo de personas.

3. Sabe usted lo que es una farmacia virtual?

Tabla 4: Pregunta 3

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	24	80%
NO	3	10%
Indiferente	3	10%
Total general	30	100%

Elaborado por: Rudy Vargas



Elaborado por: Rudy Vargas

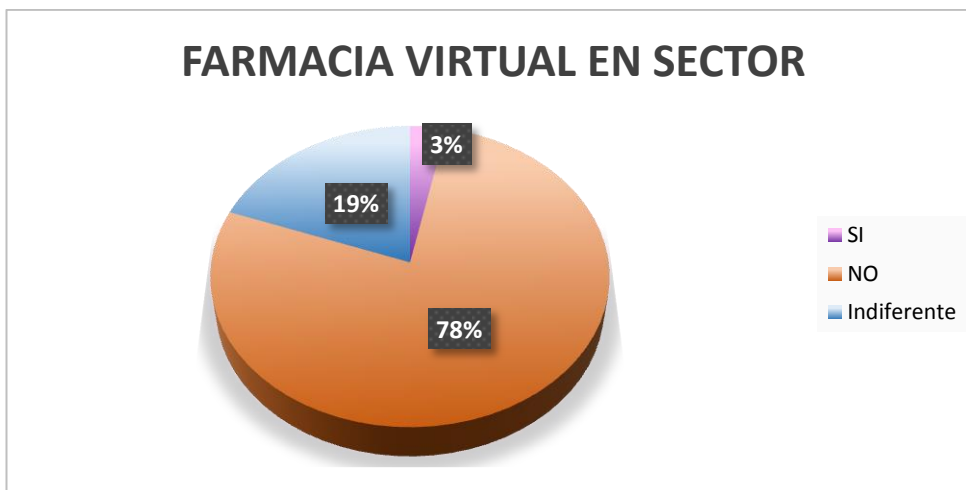
En la pregunta tres podemos ver el conocimiento de las personas sobre las farmacias virtuales cosa que en su mayoría las personas conocen ya que pasan la mayor parte del tiempo en la red, esto se comprueba con los resultados con un 88% positivo, el 5% negativo y con un 7% le es indiferente.

4. En el sector existe alguna farmacia con página web?

Tabla 5: Pregunta 4

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	1	3,33
NO	24	80%
Indiferente	6	20%
Total general	30	100%

Elaborado por: Rudy Vargas



Elaborado por: Rudy Vargas

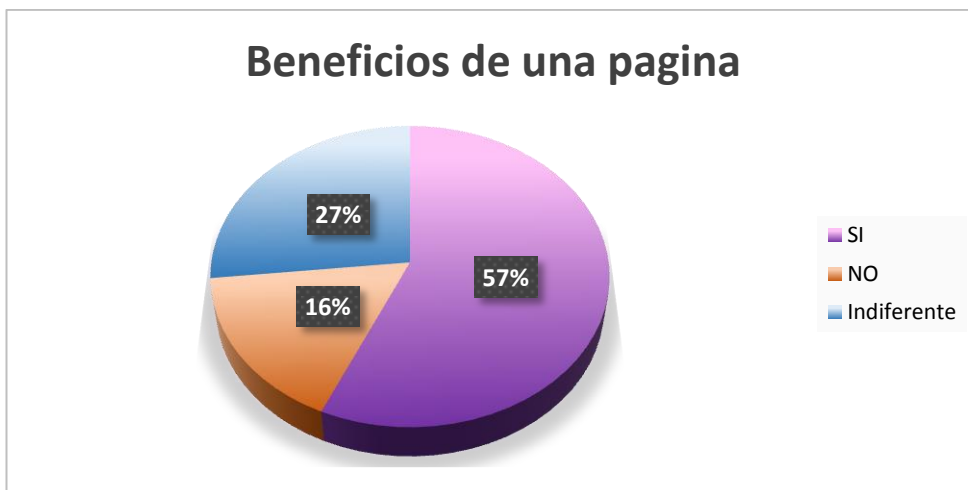
En esta encuesta encontramos los siguientes resultados, según los encuestados en el sector no hay ninguna farmacia virtual ya que su respuesta fue negativa en un 92% en cuanto a un 8% le es indiferente, en respuestas positivas no tuvimos ninguna respuesta ya que es de un 0%.

5. Cree usted que sería favorable contar con una sección para informarse sobre curiosidades de la medicina?

Tabla 6: Pregunta 5

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	17	56,66 %
NO	5	16,66%
Indiferente	8	26,66%
Total general	30	100%

Elaborado por: Rudy Vargas



Elaborado por: Rudy Vargas

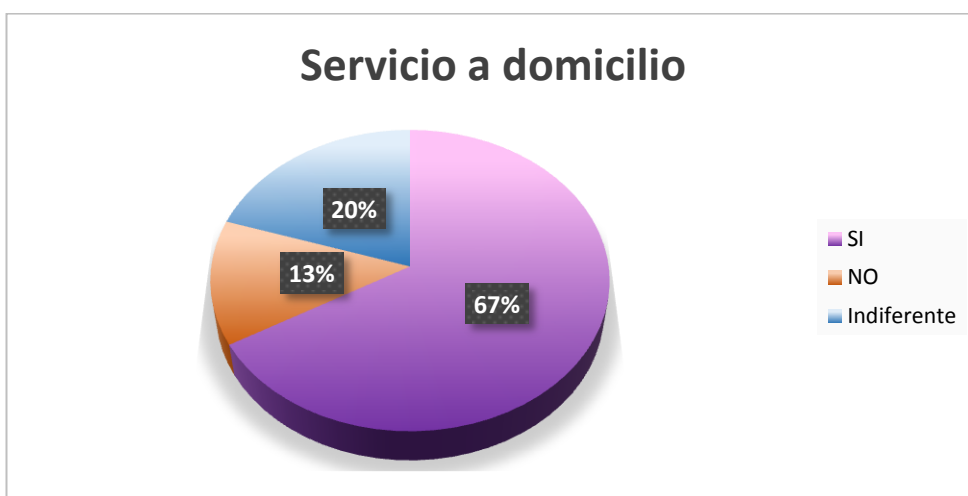
En cuanto a la pregunta 5 en su mayoría los encuestados están de acuerdo con sección de información ya q ser encontró un 59% de resultados positivos un 27% de negativos y un 14% le es indiferente.

6. Qué opina usted de brindar servicio a domicilio?

Tabla 7: Pregunta 6

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	20	66,66%
NO	4	13,33%
Indiferente	6	20%
Total general	30	100%

Elaborado por: Rudy Vargas



Elaborado por: Rudy Vargas

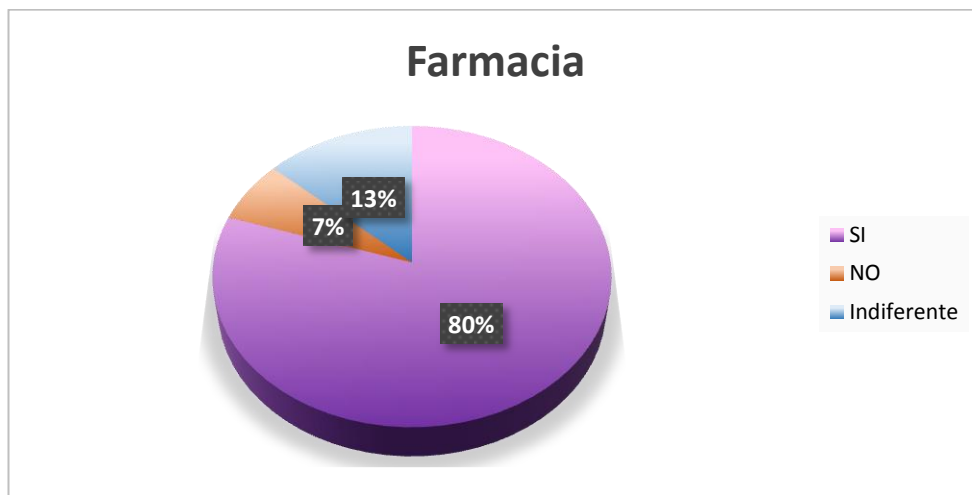
En la pregunta seis encontramos a los encuestados interesados a recibir un servicio a domicilio contando con respuestas positivas en un 80%, las negativas en un 3%, lo cual es lo más bajo que en cuanto a los indiferentes a este servicio por un 17%.

7. Usted piensa que una farmacia debería tener una página web?

Tabla 8: Pregunta 7

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	24	80%
NO	2	6,66%
Indiferente	4	13,33%
Total general	30	100%

Elaborado por: Rudy Vargas



Elaborado por: Rudy Vargas

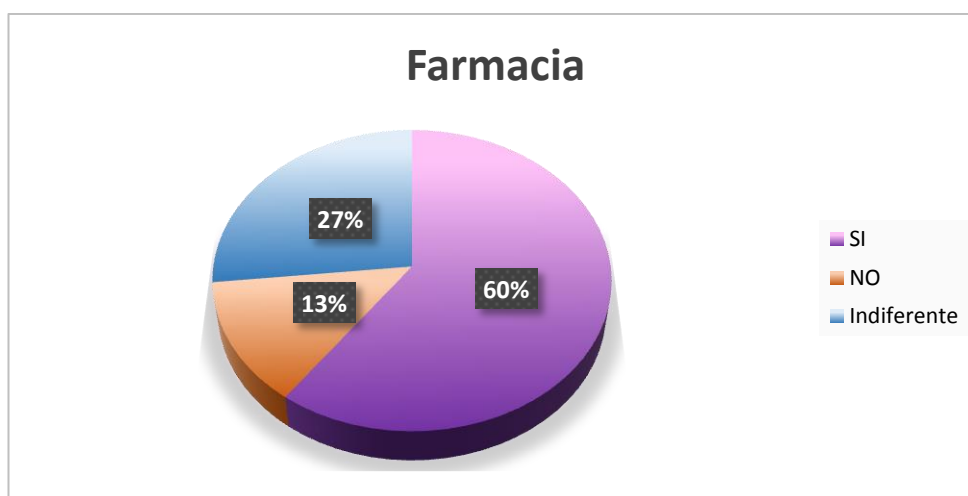
Los encuestados ven de manera positiva el que la farmacia tenga una página en sus respuestas el 80% fueron positivos en cuanto el 7% negativo y a un 13% le es indiferente.

8. Cree usted que usted que la farmacia tendrá más ventas por medio de una página web?

Tabla 9: Pregunta 8

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	18	60%
NO	4	13,33%
Indiferente	8	26.66%
Total general	30	100%

Elaborado por: Rudy Vargas



Elaborado por: Rudy Vargas

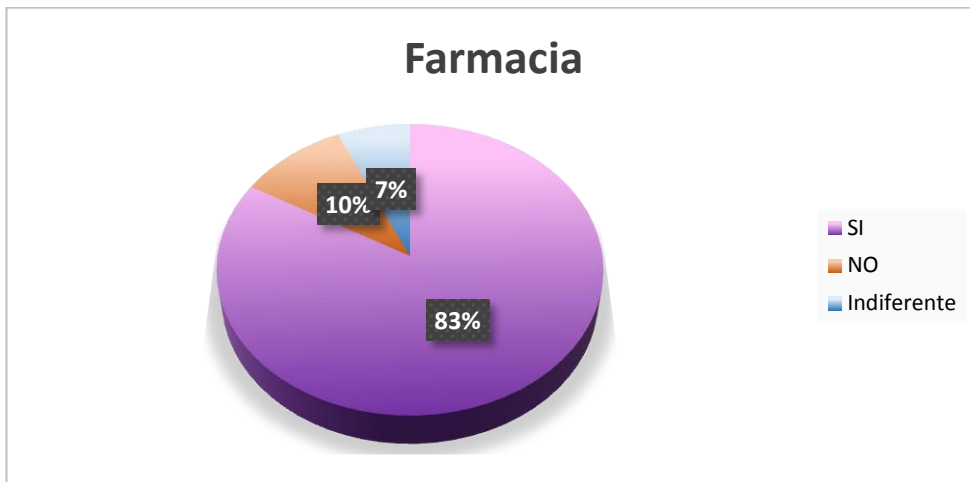
Los encuestados ven de manera positiva el que la farmacia mejoraría las ventas con una página web en sus respuestas el 60% fueron positivos en cuanto el 13% negativo y a un 27% le es indiferente.

9. Usted piensa que las farmacias virtuales ayudan a facilitar las compras de medicamentos?

Tabla 10: Pregunta 9

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	25	83,33%
NO	3	10%
Indiferente	2	6,66%
Total general	30	100%

Elaborado por: Rudy Vargas



Elaborado por: Rudy Vargas

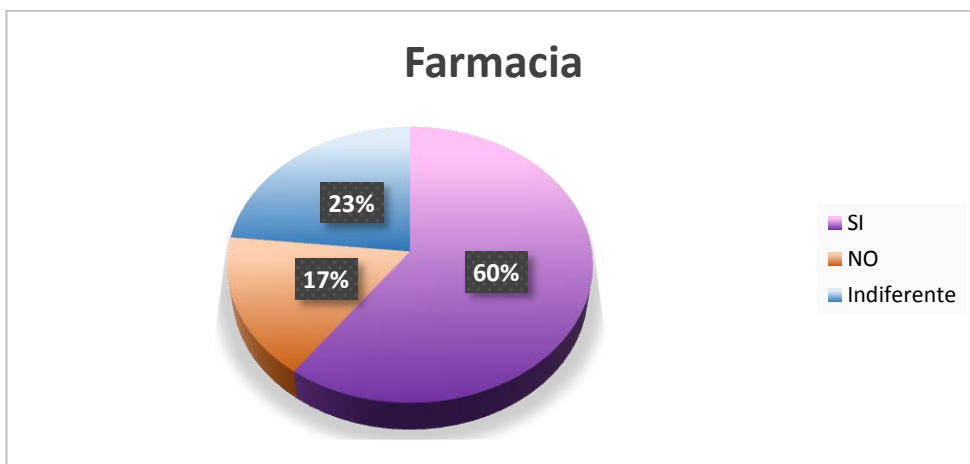
Los encuestados ven de manera positiva el que la farmacia virtuales ayudan más en la actualidad tenga en sus respuestas el 83% fueron positivos en cuanto el 10% negativo y a un 7% le es indiferente.

10. Usted piensa que las compras virtuales en la actualidad son más utilizadas que las compras que uno realizaba habitualmente?

Tabla 11: Pregunta 10

Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	18	60%
NO	5	16,66%
Indiferente	7	23,33%
Total general	30	100%

Elaborado por: Rudy Vargas



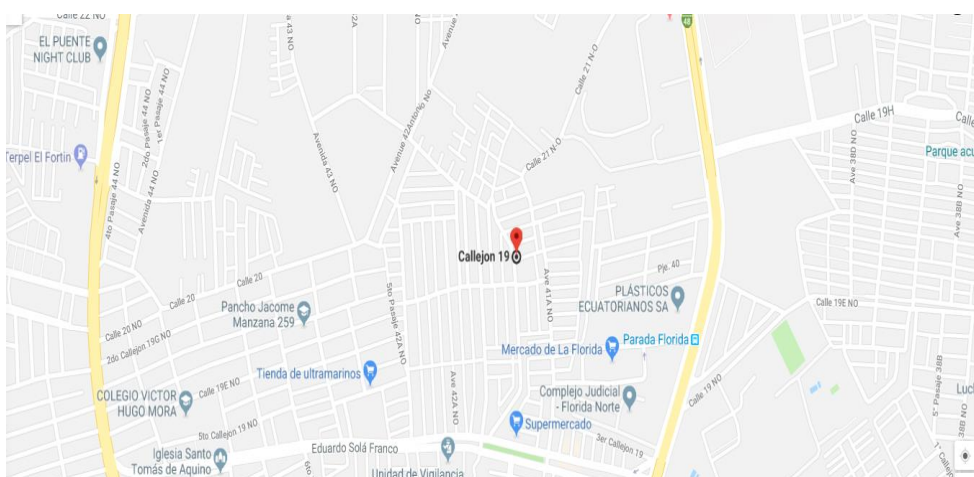
Elaborado por: Rudy Vargas

Los encuestados ven de manera positiva el que las compras virtuales son mas utilizadas actualmente tenga en sus respuestas el 60% fueron positivos en cuanto el 17% negativo y a un 23% le es indiferente.

4.2 Ubicación

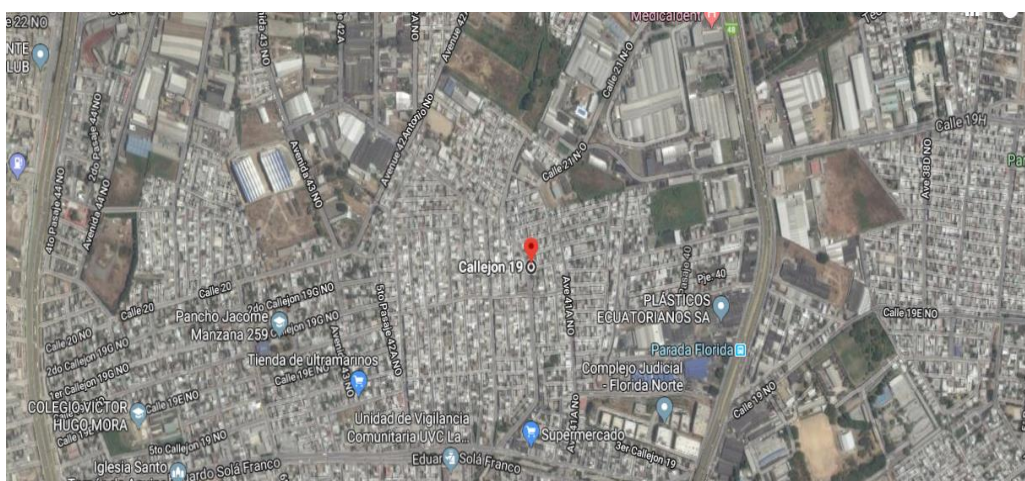
LA farmacia Gina se encuentra ubicada en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil, parroquia Tarqui, Florida Norte, Mz 381 SI 22 callejón 19

Figura 8: Ubicación de Farmacia Gina



Fuente: Google Maps

Figura 9: Ubicación Satelital de Farmacia Gina



Fuente: Google Maps

4.3 Desarrollo del sitio web

Este contara on una página web principal el cual constara de la información de la empresa, ofertas, productos, tienda virtual. Se debe tener muy en claro lo que se quiere transmitir, una buena opción es la sencillez, un buen catálogo de productos y un fácil manejo de la misma.

4.3.1 Secciones de la página web

Inicio: La pestaña de inicio contiene los principales productos ingresados al sistema, también consta de un enlace para registrarse y la información de todas las marcas de medicinas que se encuentren en la Farmacia Gina.

Catálogo de productos: El diseño debe ser accesible y con un fácil manejo este debe tener un orden establecidos en los menús, mostrar los contenidos de forma clara y sencilla de entender para el usuario, facilitando la compra dejando siempre visible el carrito de compras, los productos deben de ir en orden alfabético, precio y fecha para que el proceso de compra sea rápido. La presentación es importante ya que tiene que transmitir confianza

Registro: aquí donde encontraras todo lo que se necesita para registrarse, llenando todo los datos del respectivo registró, podrás ingresar y realizar compras y aplicar a descuentos.

Carrito de compra: es algo indispensable en la página web, Este elemento puede añadir, modificar o eliminar productos durante la compra, el carrito siempre tiene que estar a la vista del usuario así facilita la compra con un solo click, también las referencias deben estar claras lo que son el impuesto, recargo d envío, entre otras

4.3.2 Desarrollo administrativo

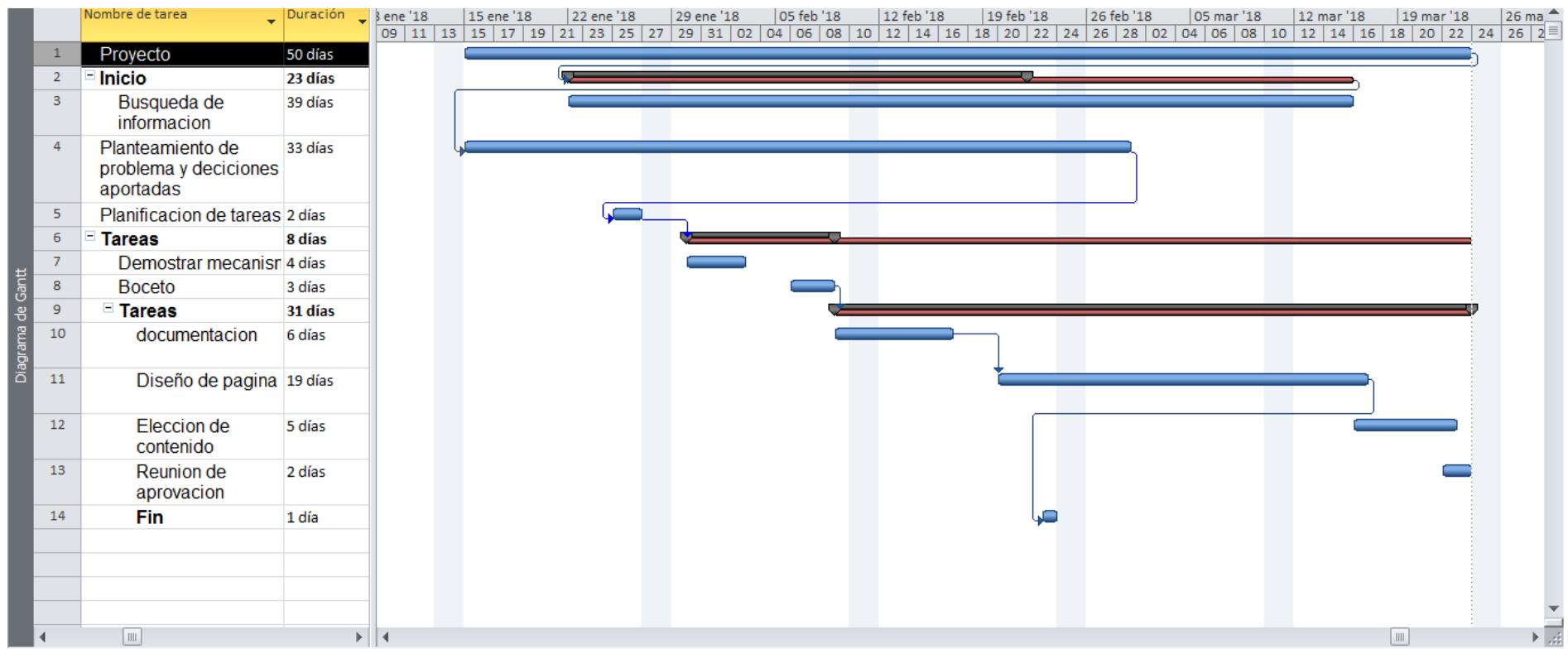
Pantallas de “Login”.- Pantalla de inicio de sesión ingresando usuario y contraseña, esto los llevara a distintas opciones

Pantalla de opciones.- Luego de iniciar sesión se accedera a distintas opciones que brindan el sistema de administración

Administración de Usuarios.- ingresar/ Modificar/ Eliminar Usuario

Administración de Pagina.- Edición

4.4 Cronograma



4.5 Presupuestos y Costos

4.5.1 Costo de Hardware

Tabla 12: Costo de hardware

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	PC Core i5 / 4 GB de Ram / 500 GB de Disco Duro / Monitor 17.5"	600.00	600.00
1	Switches de 4 puertos	35.00	35.00
3	Cable de Red: 3 metros en total	0.70	2.10
TOTAL			\$637.10

4.5.2 Costo de Software

Tabla 13: Costo de software

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Licencia de Windows 10 Home Edition	150.00	150.00
1	Dominio web (.com.ec)	80.00	80.00
1	Servidor web	70.00	70.00
1	MySQL	120.00	120.00
1	PhpMyAdmin	0	0
1	Xampp	0	0
1	Brackest	0	0
TOTAL			\$420.00

4.5.3 Costo desarrollo del sistema

Tabla 14: costo de desarrollo

Fase	Recurso	Tiempo	Costo Día	Total
Diseño	1 Analista	2 Sem	20	240.00
Desarrollo	1 Programador	3 Sem.	25	600.00
TOTAL				840.00

4.5.4 Costo total del Sistema

Tabla 15: Costo sistema

Descripción	Valor Total
Costo de Hardware	637.100
Costo de Software	420.00
Costo de desarrollo	840.00
TOTAL	\$1.897.100


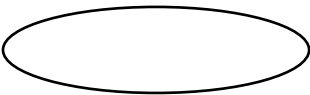


4.6 Diseño de la Propuesta

4.6.1 Diagrama de Uso

Nomenclatura

Tabla 16: Nomenclatura de diagrama de uso

Fuente: Rudy Vargas

Símbolo	Descripción
	Actor
	Caso de Uso
	Flujo de Datos
	Limitador de Sistema

4.6.2 Diagrama

Tabla 17: Diagrama de uso

Fuente: Rudy Vargas

DIAGRAMA DE CASOS DE USO	
Fecha de Creación: 19/02/2018	Nombre de Autor(es): Rudy Vargas
Nombre del Sistema: Store	

Narrativa

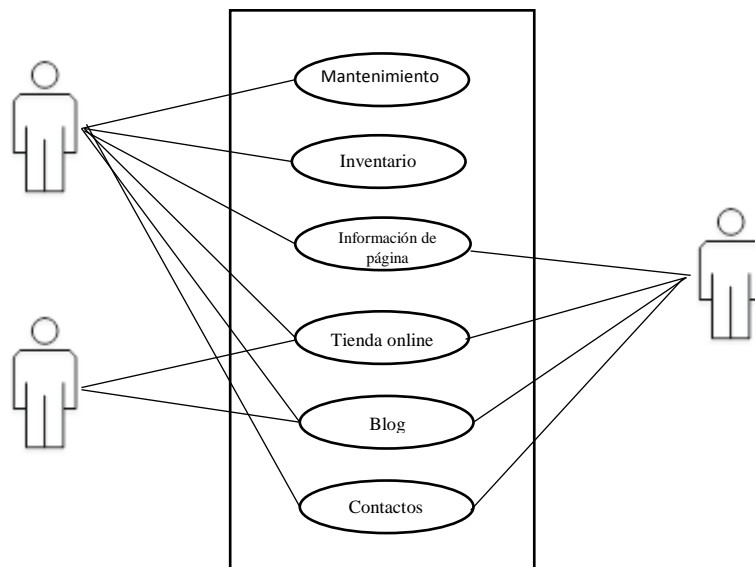
Actores

- Administrador
- Operador
- Cliente

Casos de Uso

- Administrador puede realizar mantenimiento de usuarios, inventario y contacto
- Operador solo puede manejar la sección de blog y ventas
- El cliente puede acceder a la tienda online, blog

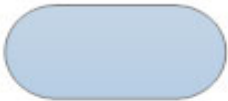

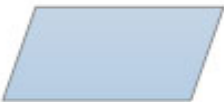


Diagrama



.7 Diagrama de Flujo

La información fluye dependiendo quien ingrese al sistema ya sea administrador, operador o cliente.

Nomenclatura

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio / Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de Flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada / Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso

4.7.1 Diagrama de flujo

Tabla 18: Diagrama de flujo general

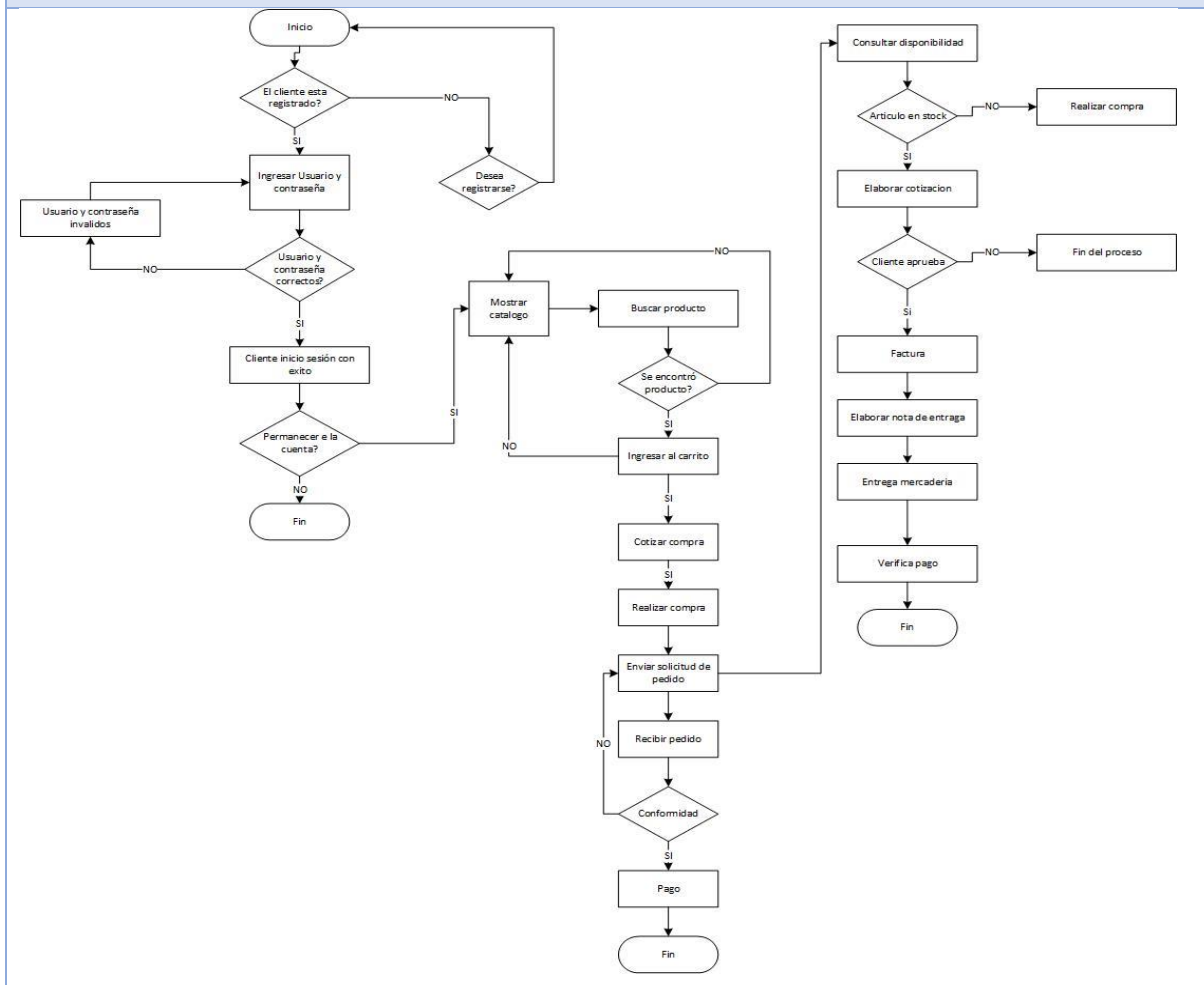
DIAGRAMA DE FLUJO	
Fecha de Creación: 19/02/2018	Nombre de Autor(es): Rudy Vargas
Nombre del Sistema: Store	

Narrativa

Diagrama de flujo


A continuación un diagrama generalizado sobre el proceso de registro, compra y ventas en la página de la Farmacia Gina

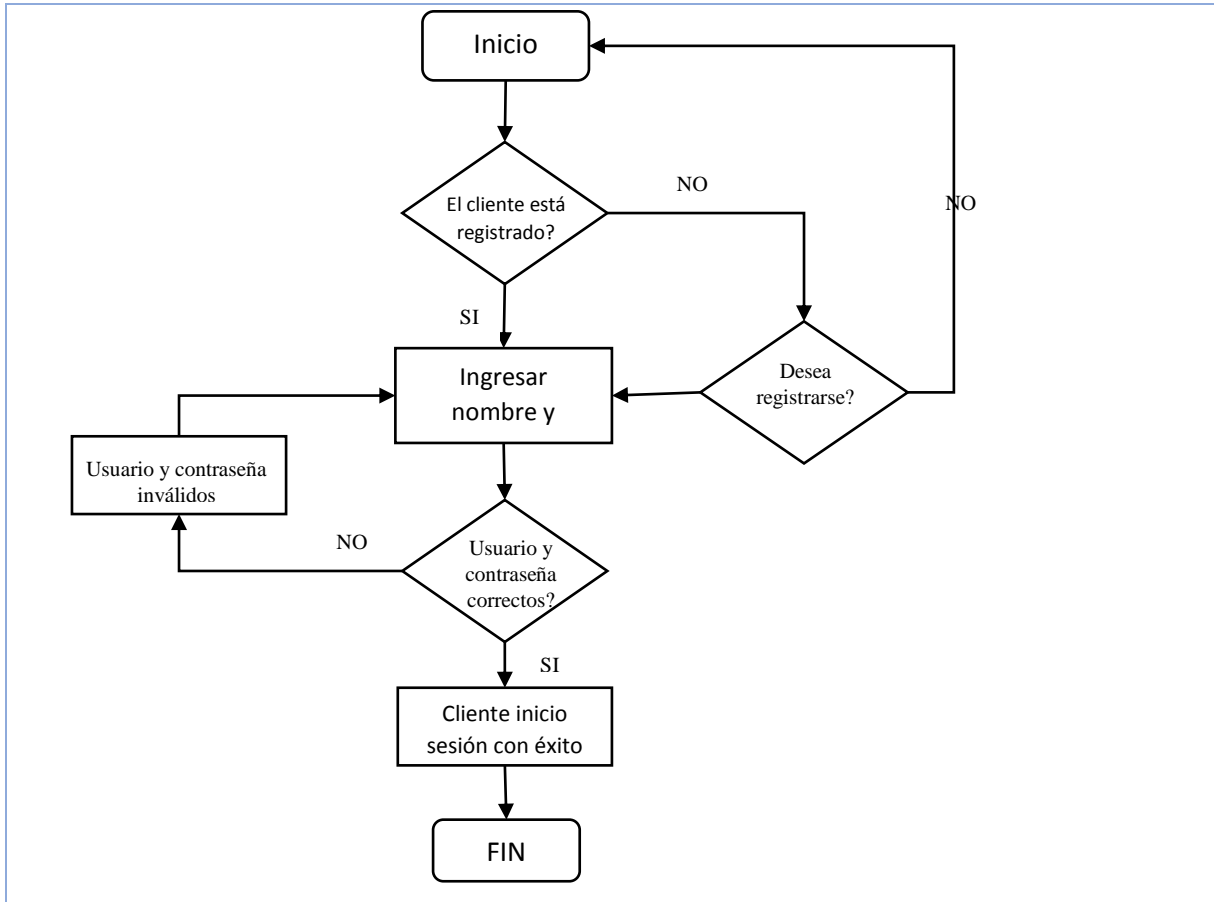
Diagrama



4.7.2 Diagrama de Cliente

Tabla 19: Diagrama de flujo cliente

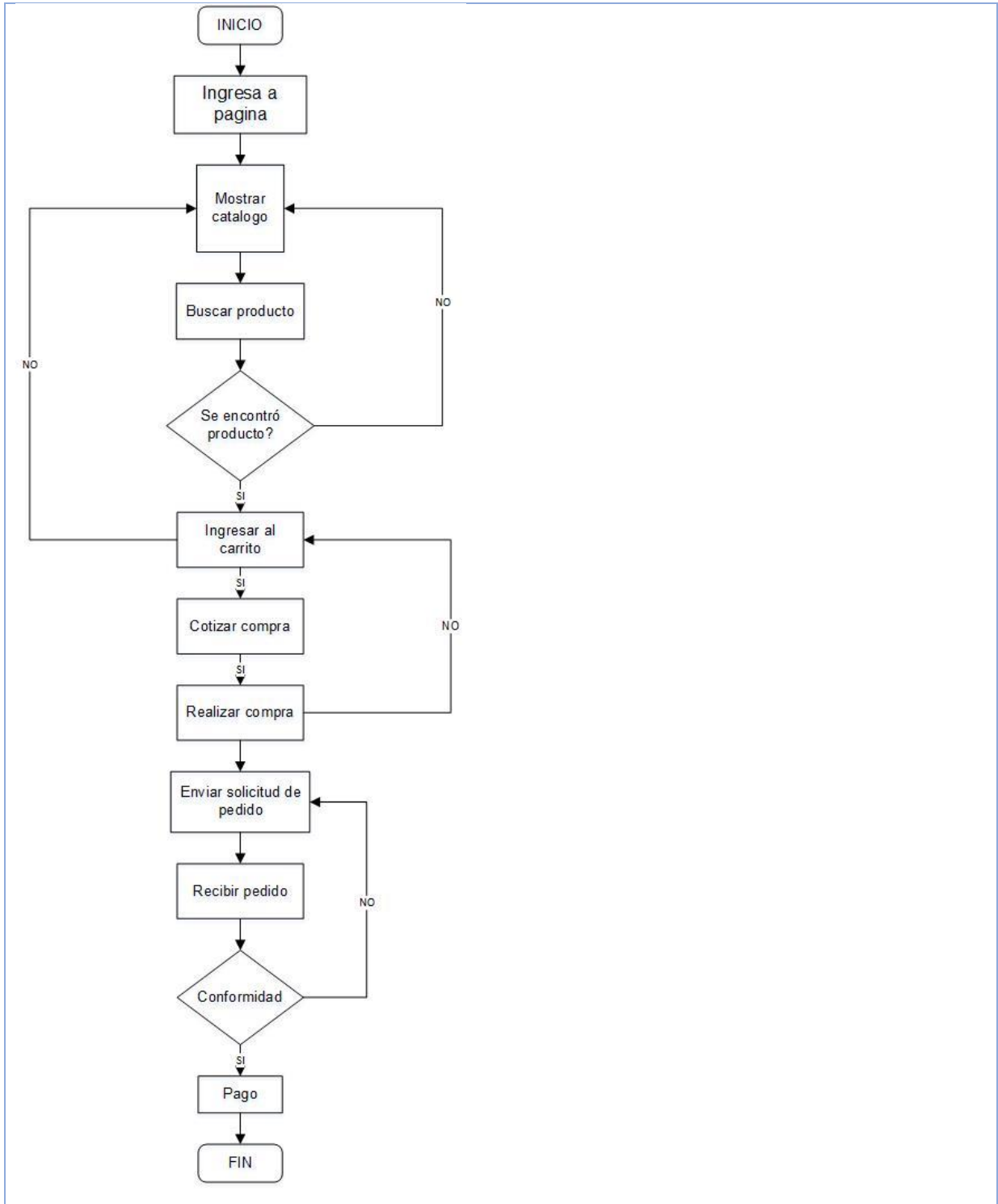
DIAGRAMA DE FLUJO DE CLIENTE	
Fecha de Creación: 19/02/2018	Nombre de Autor(es): Rudy Vargas
Nombre del Sistema: Store	
Narrativa	
Cliente El cliente ingresa a la página donde visualiza la información principal y tendrá acceso a la tienda virtual donde podrá realizar alguna compra debería primero registrarse, lo mismo para acceder al blog de la pagina	
Diagrama	



4.7.3 Diagrama de compra


Tabla 20: Diagrama de flujo compra

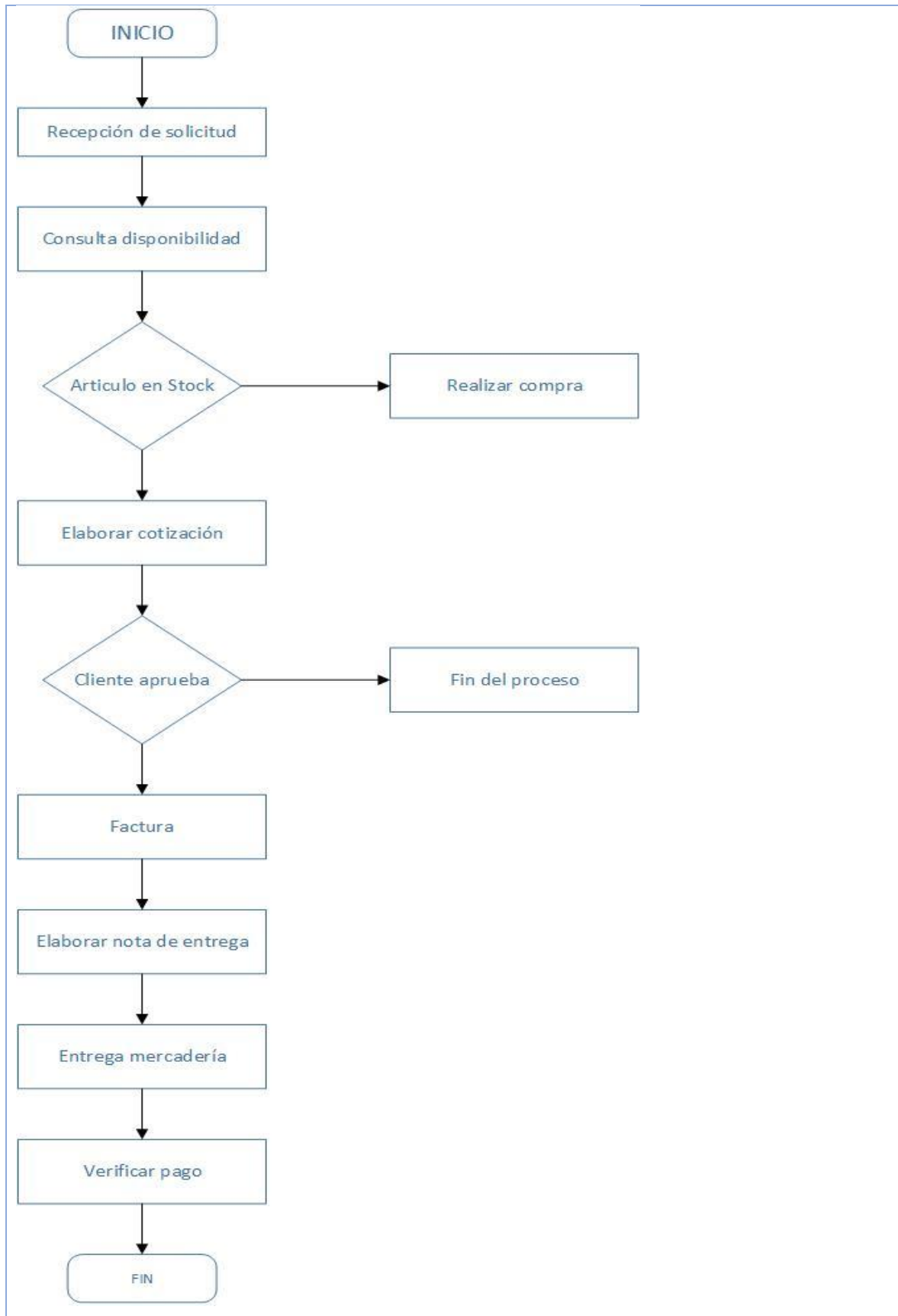
DIAGRAMA DE FLUJO DE COMPRA	
Fecha de Creación: 19/02/2018	Nombre de Autor(es): Rudy Vargas
Nombre del Sistema: Store	
Narrativa	
<p>Compra</p> <p>El cliente ingresa a el catálogo de compra donde podrá ingresar y visualizar los artículos del mismo los cales al mismo tiempo y si desea adquirir este articulo lo podrá ir colocando en el carrito de compras y procedes a realizar la compra la cual por el momento se realiza solo en efectivo al momento de la entrega.</p>	
Diagrama	



4.7.4 Diagrama de Venta


Tabla 21: Diagrama de flujo venta

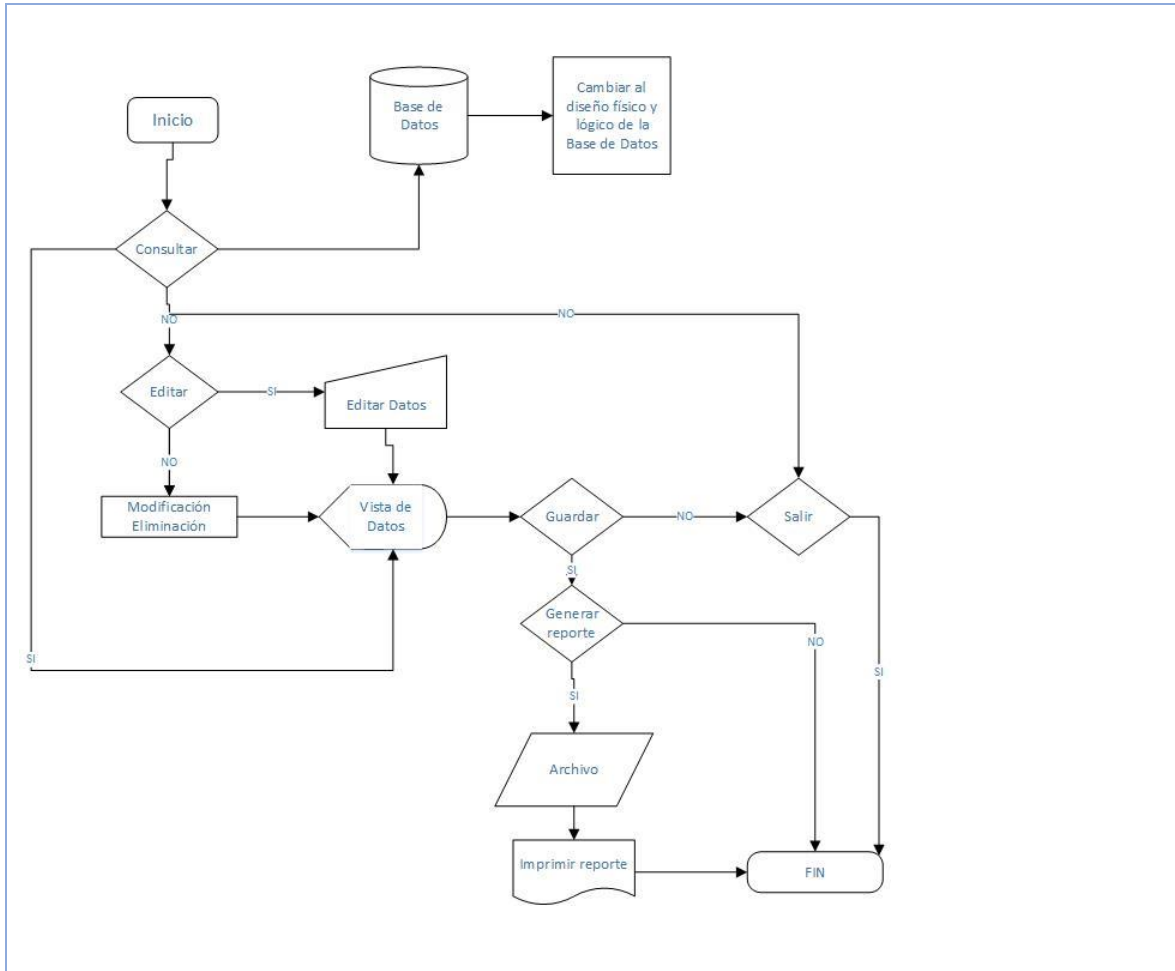
DIAGRAMA DE FLUJO DE VENTA	
Fecha de Creación: 19/02/2018	Nombre de Autor(es): Rudy Vargas
Nombre del Sistema: Store	
Narrativa	
Venta El vendedor recibe la solicitud de compra e inmediatamente procede a la revisión en stock, esperando la aprobación del cliente para proceder al despacho y envío de la misma.	
Diagrama	



4.7.5 Diagrama de flujo de Administrador

Tabla 22: Diagrama de flujo administrador

DIAGRAMA DE FLUJO DE ADMINISTRADOR	
Fecha de Creación: 19/02/2018	Nombre de Autor(es): Rudy Vargas
Nombre del Sistema: Store	
Narrativa	
Administrador Administra desde el cambio de imágenes, contactos, inventario	
Diagrama	

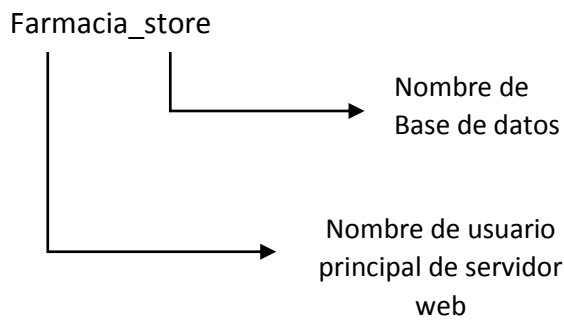


4.8 Estandarización de formatos

Formato para el nombre de base de datos

Esto por regla de phpmyadmin en el cpanel el nombre principal lleva un subguion y en lo último el nombre de base de datos.

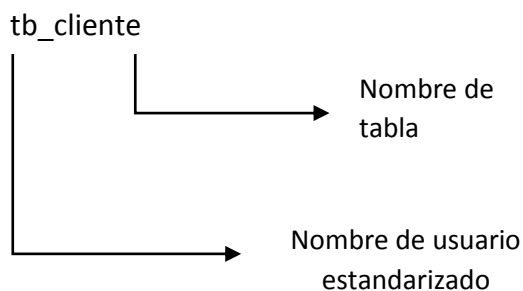
Ejemplo: le podremos uno obvio y fácil de recordar `farmacia_store`



Formato para el nombre de las tablas

Para las tablas estará estandarizada con las siglas tb seguido por un sub guion bajo y el nombre descriptivo según la función que realicen, esto dependerá siempre y cuando no se repita dicha función.

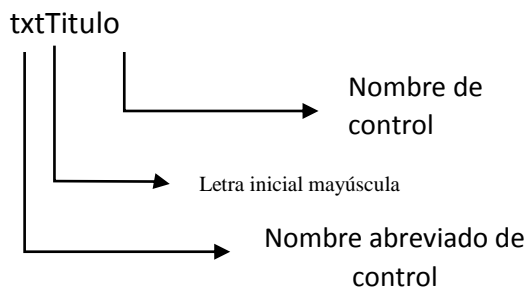
Ejemplo: tb_administrador, tb_proveedor



Formato para el nombre de controles

El nombre que utilizaremos en el sistema para los controles estarán conformados de la siguiente forma; las tres primeras letras del tipo de control seguido por el nombre de control con la condición que la primera letra del nombre empiece con mayúscula.

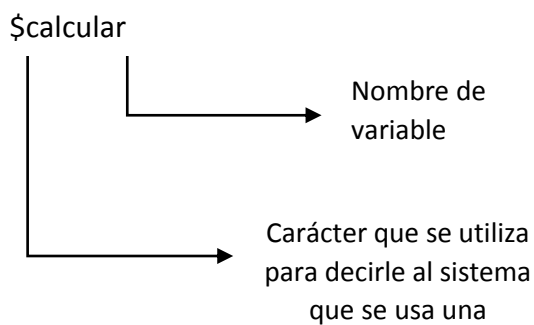
Ejemplo:



Definición de variables

En PHP siempre las variables se manejan llevando el siguiente carácter \$ delante del nombre descriptivo con minúscula.

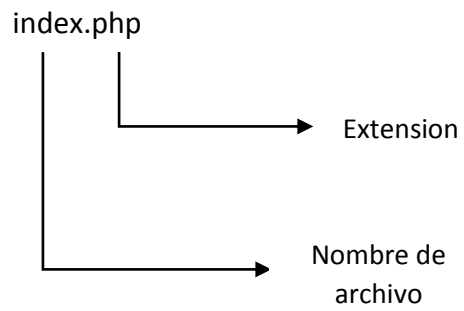
Ejemplo:



Formato para Página web

Toda plantilla tendrá su nombre respectivos a cada sección, por ejemplo:
 La plantilla de inicio como es conocida siempre llevara el nombre de index.php, la de administrador configAdmin.php, para el ingreso de stock es product.php, para los pedidos pedido.php y así con el resto.

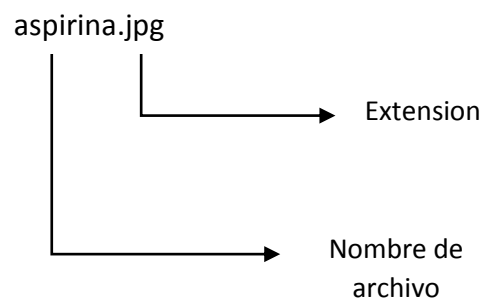
El formato general seria



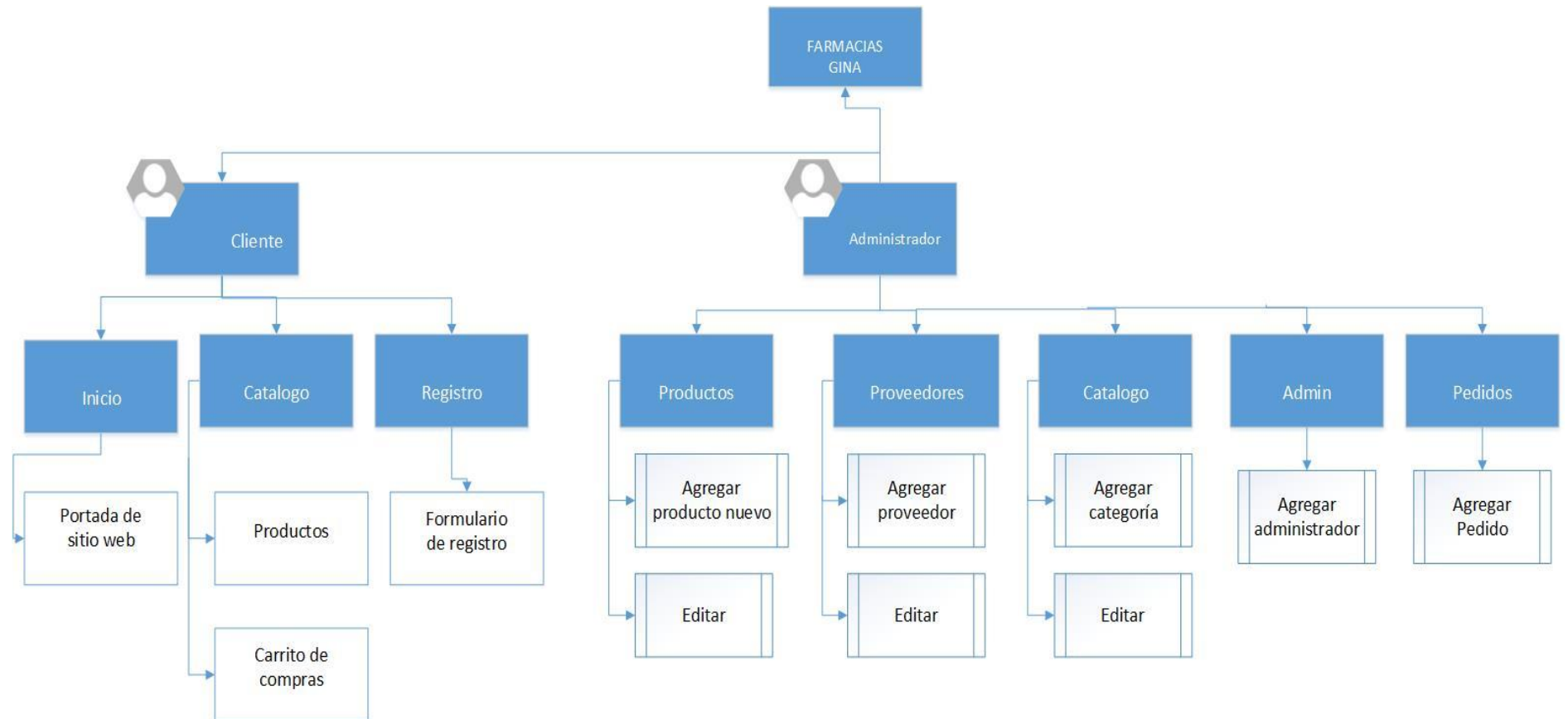
Formato fotos

Ya que las fotos son lo principal en el catálogo y el inicio, están tendrán sus respectivos nombres como los nombres de cada medicamento.

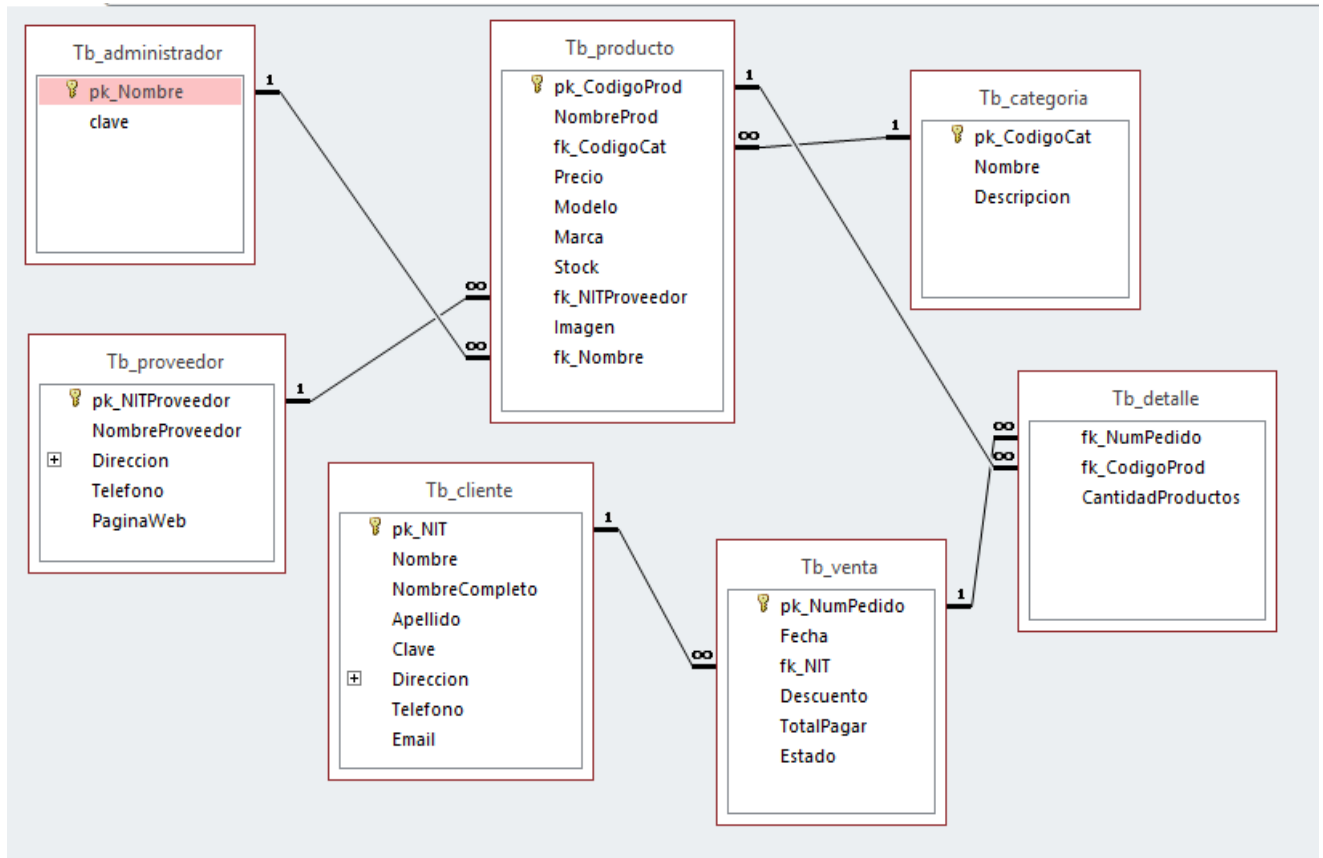
Ejemplo: aspirina.jpg, bisolvon.jpg, complejoB.jpg, entre otros.



4.9 Diagrama Jerárquico HIPO



4.10 Modelo Entidad – Relación del Sistema



4.11 Diccionario de datos

Tabla 23: Diccionario de datos administrador

DICcionario DE DATOS					
NOMBRE TABLA	Tb_Administrador		Fecha Elaboración	01/03/2018	
Proyecto	Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018				
AUTOR	Rudy Vargas Zamora		TIPO :	Marketing Digital	
DESCRIPCION	Detalle administrador				
NO.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	LONGITUD	REGLA DE VALIDACIÓN
1	Pk_Nombre	Nombre de usuario administrador	varchar	30	Obligatorio
2	Clave	Clave de usuario	txt	-	Obligatorio

Tabla 24: Diccionario de datos categoria

DICCIONARIO DE DATOS					
NOMBRE TABLA	Tb_Categoría		Fecha Elaboración	01/03/2018	
Proyecto	Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2018				
AUTOR	Rudy Vargas Zamora		TIPO :	Marketing Digital	
DESCRIPCION	Categorías para los productos del catalogo				
NO.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	LONGITUD	REGLA DE VALIDACIÓN
1	pk_CodigoCat	Código de categoría	varchar	30	Obligatorio
2	Nombre	Nombre de la categoría a ingresar	varchar	30	Obligatorio
3	Descripción	Detalle de la categoría	txt	-	

Tabla 25: Diccionario de datos cliente

DICCIONARIO DE DATOS					
NOMBRE TABLA	Tb_Cliente		Fecha Elaboración	01/03/2018	
Proyecto	Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2018				
AUTOR	Rudy Vargas Zamora		TIPO :	Marketing Digital	
DESCRIPCION	Registro de cliente				
NO.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	LONGITUD	REGLA DE VALIDACIÓN
1	pk_NIT	Número de identificación	varchar	30	Obligatorio
2	Nombre	Nombre de usuario	varchar	30	Obligatorio
3	Nombre Completo	Los dos nombres del cliente	Varchar	70	Obligatorio
4	Apellidos	Apellidos cliente	varchar	70	Obligatorio
5	clave	Clave de usuario de cliente	text	-	Obligatorio
6	Dirección	Dirección de cliente	varchar	200	Obligatorio
7	Teléfono	Teléfono de cliente	int	20	Obligatorio
8	email	Correo electrónico de cliente	varchar	30	Obligatorio

Tabla 26: Diccionario de datos detalle

DICCIONARIO DE DATOS					
NOMBRE TABLA	Tb_Detalle		Fecha Elaboración	01/03/2018	
Proyecto	Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018				
AUTOR	Rudy Vargas Zamora		TIPO :	Marketing Digital	
DESCRIPCION	Detalle de compra				
NO.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	LONGITUD	REGLA DE VALIDACIÓN
1	fk_NumPedido	Numero de pedido del producto	int	20	Obligatorio
2	fk_CodigoProd	Código del producto que se realizara pedido	varchar	30	Obligatorio
3	CantidadProductos	Cantidad de producto del cual se realizara el pedido	int	20	Obligatorio

Tabla 27: Diccionario de datos producto

DICCIONARIO DE DATOS					
NOMBRE TABLA	Tb_Producto		Fecha Elaboración	01/03/2018	
Proyecto	Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018				
AUTOR	Rudy Vargas Zamora		TIPO :	Marketing Digital	
DESCRIPCION	Detalle producto				
NO.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	LONGITUD	REGLA DE VALIDACIÓN
1	pk_CodigoProd	Código producto	varchar	30	Obligatorio
2	NombreProd	Nombre producto	Varchar	30	Obligatorio
3	fk_CodigoCat	Codigo de catalogo	Varchar	30	Obligatorio
4	Precio	Precio producto	Float	30.2	Obligatorio
5	Modelo	Modelo del producto	Varchar	30	Obligatorio
6	Marca	Marca originaria del producto	Varchar	30	Obligatorio

7	Stock	Cantidad de producto	Int	20	Obligatorio
8	fk_NITProveedor	Código del proveedor	Varchar	30	Obligatorio
9	Imagen	Imagen de producto	varchar	150	Obligatorio
10	fk_Nombre	Nombre corto del producto	Varchar	30	Obligatorio

Tabla 28: Diccionario de datos proveedor

DICcionario DE DATOS					
NOMBRE TABLA	Tb_Proveedor		Fecha Elaboración	01/03/2018	
Proyecto	Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018				
AUTOR	Rudy Vargas Zamora	TIPO :	Marketing Digital		
DESCRIPCION	Detalle de proveedor				
NO.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	LONGITUD	REGLA DE VALIDACIÓN
1	pk_NITProveedor	Numero identificación proveedor	varchar	30	Obligatorio
2	NombreProveedor	Nombre de proveedor	Varchar	30	Obligatorio
3	Dirección	Dirección de proveedor	Varchar	200	Obligatorio
4	Teléfono	Teléfono de proveedor	Int	20	Obligatorio
5	PaginaWeb	Página web empresa proveedora	varchar	30	Obligatorio

Tabla 29: Diccionario de datos venta

DICcionario DE DATOS					
NOMBRE TABLA	Tb_Venta		Fecha Elaboración	01/03/2018	
Proyecto	Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018				
AUTOR	Rudy Vargas Zamora	TIPO :	Marketing Digital		
DESCRIPCION	Detalle de ventas				
NO.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	LONGITUD	REGLA DE VALIDACIÓN

1	pk_NumPedido	Numero de pedido	Int	20	Obligatorio
2	Fecha	Clave de usuario	Varchar	150	Obligatorio
3	fk_NIT	Numero identificación cliente	Varchar	30	Obligatorio
4	Descuento	Descuento a realizar	Int	20	Obligatorio
5	TotalPagar	Total valor a pagar	Decimal	30.2	Obligatorio
6	Estado	Estado que se encuentra el pedido	varchar	150	Obligatorio


4.12 Diseño de Pantallas

Tabla 30: Dseño pantalla inicio

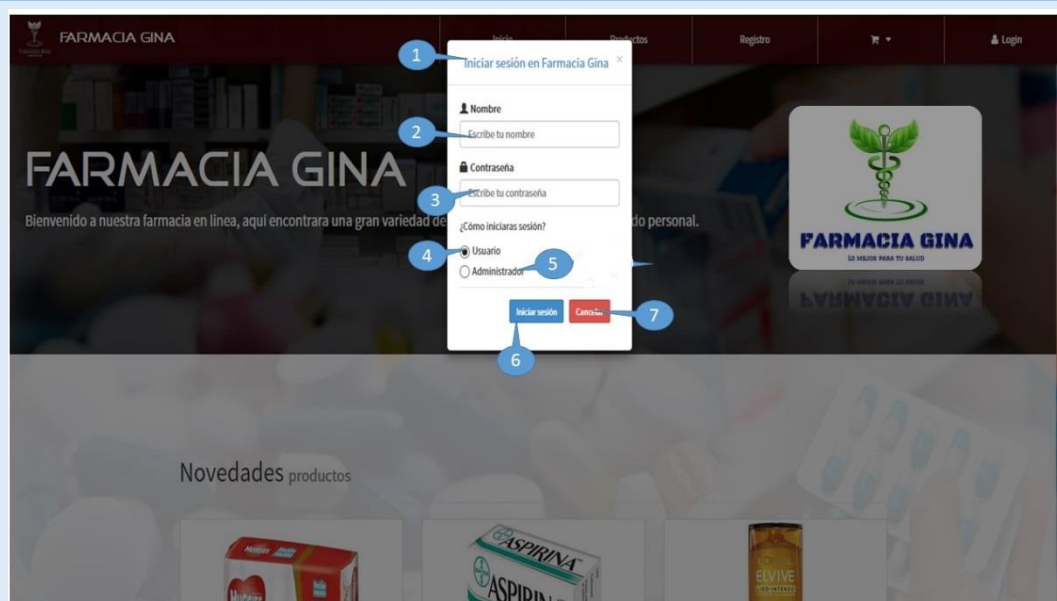
 DISEÑO DE PANTALLAS		Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora		PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018
DESCRIPCIÓN: Inicio		
		
ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	Figure.logo	Logo de farmacia
2	Txt-navbar	Título de logo
3	href="index.php"	Pestañas para ir a inicio
4	Enlace producto	Pestaña para ir a catalogo

5	Enlace registro	Pestaña para registrarse
6	Btn_carrito	Enlace para ver el carrito
7	Login	ingreso
8	Txt	Nombre de empresa
9	Txt	Slogan
10	Logo	Logo de empresa

Tabla 31: Diseño pantalla ingreso usuario

 DISEÑO DE PANTALLAS		Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora	PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018	

DESCRIPCIÓN: ingreso de usuario



ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	H4	Nombre de descripción
2	input	Celda para ingresar nombre
3	input	Celda para ingresar contraseña
4	label	Selección de usuario
5	label	Selección de administrador
6	btn-primary	Botón de inicio
7	btn-danger	Botón de cancelar

Tabla 32: Diseño de pantalla registro de proveedor


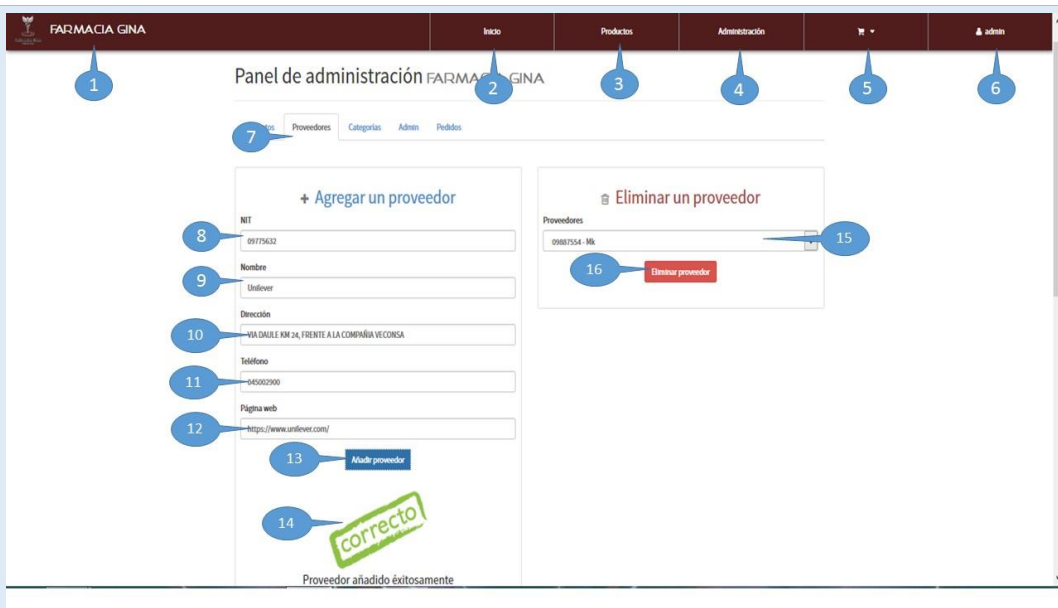
 DISEÑO DE PANTALLAS		Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora		PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018
DESCRIPCIÓN: Registro de proveedor		
		
ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	Div	Logo y nombre de la empresa
2	a.table-cell-td	Inicio de página web
3	a.table-cell-td	Enlace de catalogo
4	a.table-cell-td	Enlace de administración
5	a.table-cell-td.carrito-button-nav	Enlace a carrito de compra
6	a.table-cell-td	Usuario
7	A	Proveedores
8	Input.from-control	Ingresar numero de identificacion
9	Input.from-control	Ingresar nombre
10	Input.from-control	Ingreso de direccion
11	Input.from-control	Ingreso de teléfono
12	Input.from-control	Ingreso de pagina web
13	Button.btn	Botón de añadir proveedor
14	Figure	Imagen de aviso
15	Select.form-control	Lista de proveedores
16	Button.btn-danger	Botón de eliminar de proveedores

Tabla 33: Diseño de pantalla registro de producto



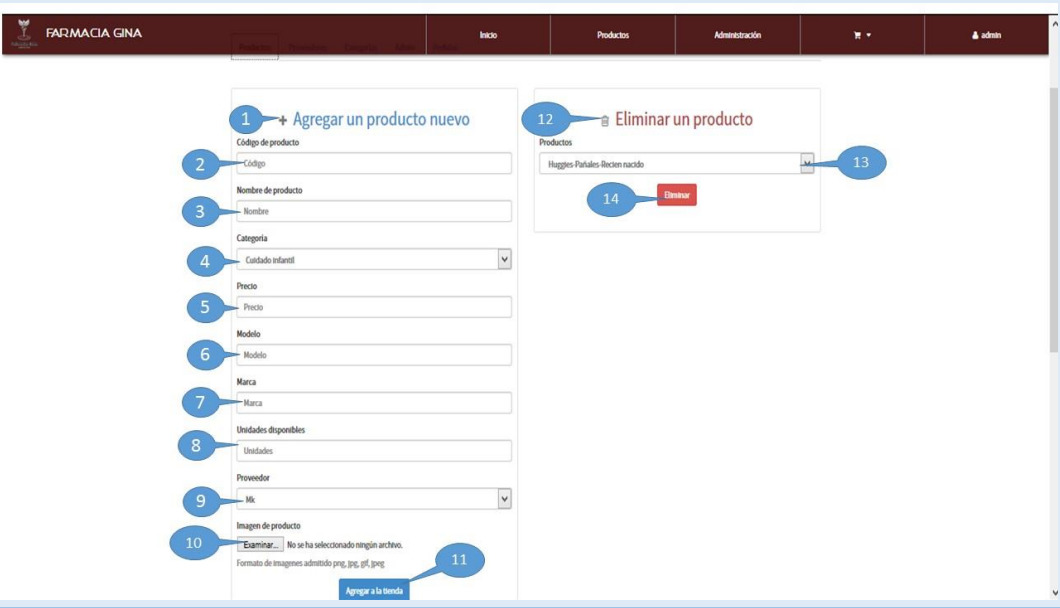
 DISEÑO DE PANTALLAS		Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora		PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2018
 DISEÑO DE PANTALLAS		
		
ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	H2	Nombre de descripción
2	Input.from-control	Ingreso de código
3	Input.from-control	Ingreso de nombre de producto
4	Select.from-control	Seleccionar categoria
5	Input.from-control	Ingresar precio
6	Input.from-control	Ingresar modelo de producto
7	Input.from-control	Ingresar marca de producto
8	Input.from-control	Ingresar stock
9	Select.from-control	Seleccionar proveedores
10	Input	Insertar imagen
11	Button.btn	Agregar producto
12	H2	titulo
13	Select.from-control	Lista de productos
14	Button.btn	Eliminar de la lista

Tabla 34: diseño de pantalla registro de producto



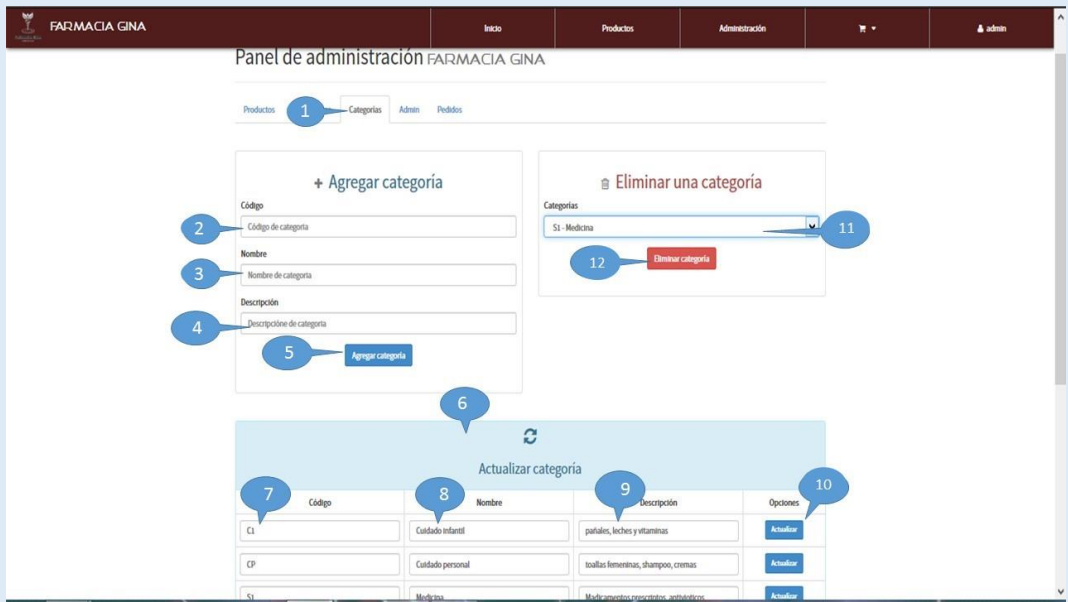
 DISEÑO DE PANTALLAS		Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora		PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2018
 DISEÑO DE PANTALLAS		
		
ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	A	Enlace de categoría
2	Input.from-control	Ingresar código categoría
3	Input.from-control	Ingresar nombre categoría
4	Input.from-control	Ingresar descripción
5	Button.btn	Botón de agregar categoría
6	div.panel-heading	Actualizar lista de categoría
7	Input.from-control	Celda de código
8	Input.from-control	Celda de nombre
9	Input.from-control	Celda de descripción
10	Button.btn	Botón de actualizar
11	Select.from-control	Lista de categoría
12	Button.btn	Botón de eliminar de lista


Tabla 35: Diseño de pantalla de pedido

 DISEÑO DE PANTALLAS		Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora		PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2018
 DISEÑO DE PANTALLAS		
 <p>The screenshot shows the 'FARMACIA GINA' administration interface. At the top, there's a navigation bar with 'Inicio', 'Productos', 'Administración', and 'admin'. Below it, a breadcrumb trail includes 'Pedidos'. A section titled 'Eliminar pedido' contains a table with one row: 'Pedido #1 - Estado(Pendiente) - Fecha(11-03-2018)'. A red 'Eliminar pedido' button is next to the row. Below this is a blue panel with a refresh icon and the text 'Actualizar estado de pedido'. At the bottom, a table displays order details with columns: '#', 'Fecha', 'Cliente', 'Descuento', 'Total', 'Estado', and 'Opciones'. The table has one row with values: '1', '11-03-2018', 'July', '0%', '8.80', 'Pendiente', and 'Actualizar'. A blue 'Actualizar' button is next to the row.</p>		
ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	A	Enlace a pedidos
2	H2	Título de sección
3	Select.from-control	Lista de pedidos
4	Button.btn	Botón de eliminar de lista de pedidos
5	Div.panel	Título para actualización de pedido
6	Td	Tabla de información
7	Th.text-center	Descripción de tabla
8	Td	Columna de fecha
9	Td	Columna de nombre de cliente
10	Td	Columna de descuento
11	Td	Columna de total a pagar
12	Select.from-control	Selección de estado de pedido
13	Button.btn	Botón de actualiar

Tabla 36: Diseño de pantalla de panel de administracion

 <p>DISEÑO DE PANTALLAS</p>	<p>Fecha Elaboración 02-marzo-2018</p>	
<p>AUTOR Rudy Vargas Zamora</p>	<p>PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2018</p>	
 <p>DISEÑO DE PANTALLAS</p>		
		
<p>ITEM</p>	<p>CONTROL</p>	<p>DESCRIPCIÓN</p>
<p>1</p>	<p>A</p>	<p>Nombre de pestaña</p>
<p>2</p>	<p>H2</p>	<p>Título de contenedor</p>
<p>3</p>	<p>Input.form-control</p>	<p>Nombre administrador</p>
<p>4</p>	<p>Input.form-control</p>	<p>Contraseña</p>
<p>5</p>	<p>Button-btn</p>	<p>Botón de agregar administrador</p>
<p>6</p>	<p>H2</p>	<p>Título de contenedor</p>
<p>7</p>	<p>Select.from</p>	<p>Listado de administradores</p>
<p>8</p>	<p>Button.btn</p>	<p>Boton de eliminar administradores</p>

Tabla 37: Diseño de pantalla de formulario de registro

 DISEÑO DE PANTALLAS	Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora	PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018


 **DISEÑO DE PANTALLAS**



The screenshot shows a registration form titled "Debera de llenar todos los campos para registrarse". It includes a registration icon (1), a notification text (2), the pharmacy logo (3), and a series of input fields for NIT (4), username (5), first name (6), last name (7), password (8), address (9), phone number (10), and email (11), followed by a registration button (12).

ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	i.fa.fa	Icono de registro
2	p.lead	Detalle de registro
3	Img	Logo de empresa
4	Input.form-control	Número de identificación
5	Input.form-control	Ingreso de usuario
6	Input.form-control	Ingreso de nombres
7	Input.form-control	Ingreso de apellidos
8	Input.form-control	Introducir contraseña
9	Input.form-control	Ingreso de dirección
10	Input.form-control	Ingreso de teléfono
11	Input.form-control	Ingreso de correo
12	Button.btn	Botón de registro


Tabla 38: Diseño de pantalla de catalogo de productos

 <p>DISEÑO DE PANTALLAS</p>	<p>Fecha Elaboración 02-marzo-2018</p>
<p>AUTOR Rudy Vargas Zamora</p>	<p>PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2018</p>



ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	A	Nombre de pestaña de todos los productos
2	Img	Imagen de productos
3	H3	Detalle nombre
4	P	Marca
5	P	Precio
6	a.btn	Más detalle de producto
7	Button.btn	Botón añadir a carrito
8	A=myTabDrop1	Nombre pestaña por categoría

Tabla 39: Diseño de pantalla de detalle de producto

 <p>DISEÑO DE PANTALLAS</p>	<p>Fecha Elaboración 02-marzo-2018</p>
<p>AUTOR Rudy Vargas Zamora</p>	<p>PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2018</p>



ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	H1	Título de ventana
2	H3	Subtitulo
3	H4	Detalle de nombre de producto
4	H4	Detalle nombre modelo
5	H4	Detalle nombre marca
6	H4	Precio
7	a.btn.btn-lg	Botón regresar
8	Button.btn	Botón añadir
9	Img.img-responsive	Imagen producto

Tabla 40: Diseño de pantalla de confirmación de ingreso

 DISEÑO DE PANTALLAS		Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora		PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018
 DISEÑO DE PANTALLAS		
		
ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	l.fa	Icono de compra
2	p.txt-center	Detalle
3	Bitton.btn	Botón de aceptar

Tabla 41: diseño de pantalla de confirmación de pedido

 DISEÑO DE PANTALLAS		Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora		PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2018
 DISEÑO DE PANTALLAS		
		
ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	Img	Logo de empresa
2	H2	Título de confirmación
3	Img	lono de compra
4	Button	botón confirmar
5	Img.center	Imagen de confirmación

Tabla 42: diseño de pantalla de carrito de compra

 DISEÑO DE PANTALLAS		Fecha Elaboración 02-marzo-2018
AUTOR Rudy Vargas Zamora		PROYECTO Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2018
 DISEÑO DE PANTALLAS		
		
ITEM	CONTROL	DESCRIPCIÓN
1	Td	Tabla de productos del carrito
2	Td	Columna de detalle
3	Td	Columna de valor
4	i.fa	Icono de carrito
5	a.btn	Botón de confirmación
6	a.btn	Botón de vaciar carrito

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo tiene como punto principal dar a conocer las conclusiones realizadas en el siguiente proyecto. A partir de las informaciones recaudadas se llegaron a las siguientes conclusiones que se explicaran a continuación.

5.1 Conclusiones

Teniendo en cuenta la actualización tecnológica que vivimos se deben considerar también el uso de la misma para darle solución a algunos problemas que se encuentra en Farmacias Gina ya que encontramos mucha competencia en esta rama como es la venta de medicamentos. El internet es enorme y la competencia abundante que por eso se necesita crear diseños modernos, agradable y de fácil manejo, que atraiga la atención de quienes lo visitan.

Este sistema tiene como objetivo ayudar a su desempeño como crecimiento, mejorar la calidad del servicio e incrementar de manera eficaz y eficiente las ventas en el negocio, el uso de la tecnología más allá de que promueve un acercamiento con el cliente nos aporta información valiosa como lo es la base de datos de nuestros clientes, conjuntamente el control de inventario ya que esta nos ofrece una visión más exacta de los movimientos de los productos y la cantidad de pedidos que se realizan.

Al implementar este sistema se podría dar un seguimiento al manejo de la empresa n cuanto a pedidos pendientes que se tengan, esto si es el caso de que el principal no se encuentre en la ciudad o un punto fuera de la empresa.

Según las repuestas de la pregunta que se les realizo a los clientes, se puede decir que tenemos una respuesta positiva en cuanto la creación de la página web y el servicio a domicilio se espera los resultados planteados los cuales son de la incrementación de ventas y clientela con resultados satisfactorios.

Aunque en su mayoría las respuesta de los cliente sean positivas, también tenemos una pequeña pero no menos importante parte de los clientes, que sigue teniendo esa desconfianza o miedo en cuanto a las compras online, aunque por el momento se tenga que realizar los pagos en efectivos y se maneje directamente en la entrega del pedido. Se necesita generar más confianza para crear un mayor impacto en nuestra clientela.

5.2 Recomendaciones

Como primer punto es necesario mantener activa y actualizada la página ya que se han visto en otros casos que mantiene una página pero no les dan el mantenimiento adecuado, lo cual lleva a un gasto innecesario y clientes insatisfechos. Esto como punto principal ya que el proyecto busca que la farmacia gane más clientes y de esta forma al mantener la página activa el cliente la visitara frecuentemente.

Basados en estudios realizados se pide también que se muestren ofertas y promociones, ya que esta información captaría la atención del cliente y traería beneficios para la farmacia. Así mismo como mejorar el servicio de pago y ya no solo sea en efectivo si no también realizar cobros con tarjeta desde la página, ya que esto agilizaría el proceso en el momento de entrega.

También se sugirió un chat interactivo para una mejor comunicación en cuanto usuarios y farmacia, así también el cliente despejaría las dudas que tenga en cuanto medicación o medicamentos adquiridos.

En cuanto al generar confianza para las personas que todavía no confían en este método de compra, se recomienda.

Proporcionar la información de la empresa, mientras más información puedas transmitir más confianza generaras en el cliente ya que pensara que no ocultas nada y que no tienes la intención de arruinar sus finanzas.

Se debe también implementar imágenes de la farmacia física y del equipo de trabajo para generar más confianza, todavía no existe una gran cultura en cuanto al comercio electrónico en las personas de mayor edad, así que buscan esa seguridad de que exista una tienda en físico, el generar esta información también genera esa confianza en el cliente.

Bibliografía

- Dr.C. Raúl G. Torricella Morales, Dr.C. Francisco Lee Tenorio, & Dr.C. Víctor M. Huerta Espinosa. (febrero de 2008). *scielo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352008000200009
- Bojórquez, E. (2015). *El impacto del internet en la vida diaria*. Mexico.
- Cordobès, A. (2002). *Comercio electronico farmaceutico* . España.
- Demery, P. (2006). EE.UU.
- El impacto social de internet. (2011). *angelcastan*.
- FDA. (2000). Advertencia sobre farmacos que podrian estar delinquiendo. *Diario Medico* , 40.
- Grupo Aner. (s.f.). *Onyx systems*. Obtenido de <http://www.onyxsystems.es/empresa.html>
- Lapunte, M. J. (08 de Diciembre de 2013). *HTML*. Obtenido de <http://www.hipertexto.info/documentos/html.htm>
- Legislacion Nacional . (2017). *SICE*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Ecuador/L320a.asp
- Miceli, D., & Kim, R. (2010). *Metodos comunes de fraude*.
- Munuera Aleman, J. L., & Rodriguez Escudero , A. I. (2012). *Estrategias de marketing*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Novicompu. (s.f.). *Novicompu*. Obtenido de <https://www.novicompu.com/14-monitores>
- Oracle. (s.f.). *Oracle*. Obtenido de <http://www.oracle.com/technetwork/database/mysql/index.html>
- Paludio Fajardo, C. (13 de julio de 2002). *Llegada de los negocios electrónicos y la era digital*. Colombia: Gestipolis. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/llegada-de-los-negocios-electronicos-y-la-era-digital/>
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Prentice Hall Mexico.
- PhpMyAdmin. (s.f.). *PhpMyAdmin*. Obtenido de <https://www.phpmyadmin.net/>
- Ramon Ruiz Limon. (2006). *Historia y evolucion del pensamiento científico*. Mexico.

SITEAL. (2016). SISTEMA DE EDUCACION EN AMERICA LATINA. *SITEAL*, 1-1.

W3C. (s.f.). *W3C* *españa*. Obtenido de <https://www.w3c.es/Divulgacion/GuiasBreves/HojasEstilo>