



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

TEMA:

**DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB COMERCIAL PARA LA
PASTELERIA LUPITA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTORA:

MARIEL LILIBETH PERALTA LÓPEZ

Guayaquil, Junio 2018



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

Autor: Mariel Lilibeth Peralta López

Tema: Diseño De Una Página Web Comercial Para La Pastelería
Lupita De La Ciudad De Guayaquil

Tutor: Ing. Julio Cesar Suarez Dioses

Resumen

La pastelería Lupita se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, la gran parte del éxito de todo negocio depende de un efectivo plan de publicidad que le demos, lo que se busca con el diseño web es incrementar el número de ventas y aumentar la cartera de clientes que actualmente tiene y así mostrar los productos que se ofrecen. Se busca alternativas para mejorar el servicio del negocio y tener posibilidades que las personas que visualicen el producto lo hagan de manera detallada y no tener que trasladarse al lugar, asíéndolo desde la comodidad de su hogar.

Pero no obstante la pastelería Lupita no se debe quedar ahí con las estrategias que tiene, debe ya contar con un plan de marketing bien estructurado para que sean más eficaces con sus productos y servicios a ofrecer en el mercado por lo que busca la satisfacción plena del cliente en todos sus aspectos.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

Autor: Mariel Lilibeth Peralta López

Tema: Diseño De Una Página Web Comercial Para La Pastelería
Lupita De La Ciudad De Guayaquil

Tutor: Ing. Julio Cesar Suarez Dioses

Abstract

The Lupita bakery is located in the city of Guayaquil, the great part of the success of any business depends on an effective advertising plan that we give, what is sought with web design is to increase the number of sales and increase the portfolio of clients that you currently have and thus show the products that are offered. Alternatives are sought to improve the service of the business and have possibilities that people who visualize the product do so in a detailed manner and not have to move to the place, grabbing it from the comfort of their home.

But despite the pastry Lupita should not stay there with the strategies you have, you must already have a well-structured marketing plan to be more effective with their products and services to offer in the market for what seeks the full satisfaction of the client in all its aspects.

INDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
Resumen.....	V
Abstract.....	VI
INDICE GENERAL.....	VII
Índice de gráficos.....	X
Índice de tablas.....	XI
Índice de anexos.....	XII
Capítulo I.....	2
1 El Problema.....	2
1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	2
1.2 UBICACIÓN EN UN CONTEXTO.....	2
1.3 SITUACIÓN DEL CONFLICTO.....	4
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.5 DELIMITACION DEL PROBLEMA.....	5
1.6 VARIABLES.....	5
1.6.1 Variable Independiente.....	5
1.6.2 Variable Dependiente.....	5
1.7 Objetivos de la investigación.....	6
1.7.1 Objetivo general.....	6
1.7.2 Objetivos específicos:.....	6
1.8 Justificación de la investigación:.....	6
Capitulo II.....	8
2 MARCO TEORICO.....	8
2.1 Fundamentación teórica.....	8
2.2 Antecedentes históricos.....	9

2.3	Bases teóricas.....	11
2.4	Antecedentes referenciales.....	21
2.5	Fundamentación legal.....	23
Capitulo III.....		26
3	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	26
3.1	Tipo de Investigación.....	26
3.1.1	Descriptiva.....	26
3.1.2	Explicativa.....	26
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	27
3.2.1	Muestra.....	27
3.2.2	Población.....	28
Capitulo IV.....		31
4	La Propuesta.....	31
4.1	Análisis de la encuesta.....	31
4.2	Plan de mejoras.....	41
4.2.1	Descripción de la propuesta.....	41
4.3	Plan de ejecución.....	41
4.4	Diagrama de GANTT.....	42
4.5	Determinación de requerimientos.....	43
4.5.1	Hardware.....	43
4.5.2	Software.....	44
4.5.3	Requerimientos de personal y equipo.....	44
4.6	Presupuestos y Costos.....	45
4.6.1	Costo de Hardware.....	45
4.6.2	Costo de Software.....	45
4.6.3	Costo total del Sistema.....	46
4.7	Beneficios del Proyecto.....	46

4.8	Diseño de la Propuesta	47
4.8.1	Diagrama de Caso de Uso	47
4.8.2	Diagrama BPMN.....	49
4.8.3	Diagrama General del Sistema Web	53
4.8.4	Diagrama de Red del Sitio Web.....	55
4.9	Estandarización de formatos.....	57
4.9.1	Formato para secciones web.....	57
4.9.2	Formato para imágenes.....	57
4.9.3	Formato para el nombre de base de datos	58
4.9.4	Formato para el nombre de las tablas	58
4.9.5	Formato para el nombre de controles.....	59
4.10	Diagrama Jerárquico HIPO	61
4.11	Modelamiento de Datos	62
4.11.1	Modelo Entidad – Relación.....	62
4.11.2	Diccionario de datos	63
4.12	Diseño de Pantallas	70
4.12.1	Pantallas del Visitante	70
4.12.2	Conclusión del diseño de Pantallas.....	78
4.13	Diagrama IPO	79
4.13.1	Visitante.....	79
4.13.2	Mantenimiento Tienda.....	80
	Conclusiones	81
	Recomendaciones.....	82
	Bibliografía	83
	Anexos	91
	Formato de encuesta	91

Índice de gráficos

Grafico 1. La comunicación	12
Grafico 2. Red	13
Grafico 3. El internet.....	14
Grafico 4. Correo electrónico.....	¡Error! Marcador no definido.
Grafico 5. El Foro	¡Error! Marcador no definido.
Grafico 6. El Blog	15
Grafico 7. Sitio web	15
Grafico 8. Página web	16
Grafico 9. Hotmail.....	17
Grafico 10. Visual Studio.....	18
Grafico 11. SQL Server	19
Grafico 12. Diseño grafico	20
Grafico 13. Caso de uso de usuario visitante	21
Grafico 14. Superordinación de variables	22
Grafico 15. Logotipo de la empresa Dulces y Suspiros	23
Grafico 16. Organigrama de la Pastelería Lupita	30
Grafico 16. Diagrama de Gantt.....	42

Índice de tablas

Tabla N°1 Delimitación del Problema	5
Tabla N° 2 Cálculo de la muestra	27
Tabla N°3 Desglose de cálculo de la muestra	28
Tabla N° 4 Encuesta Pregunta 1	31
Tabla N° 5 Encuesta Pregunta 2	32
Tabla N° 6 Encuesta Pregunta 3	33
Tabla N° 7 Encuesta Pregunta 4	34
Tabla N° 8 Encuesta Pregunta 5	35
Tabla N° 9 Encuesta Pregunta 6	36
Tabla N° 10 Encuesta Pregunta 7	37
Tabla N° 11 Encuesta Pregunta 8	38
Tabla N° 12 Encuesta Pregunta 9	39
Tabla N° 13 Encuesta Pregunta 10	40
Tabla 14. Plan de ejecución	41

Índice de anexos

Anexo 1. Foto de anexo 1	94
Anexo 2. Foto de anexo 2	94
Anexo 3. Foto de anexo 3	95
Anexo 4. . Foto de anexo 4	95
Anexo 5. Foto de anexo 5	96
Anexo 6. Foto de anexo 6	96
Anexo 7. Foto de anexo 7	97
Anexo 8. Foto de anexo 8	97
Anexo 9. Foto de anexo 9	98
Anexo 10. Foto de anexo 10	98
Anexo 11. Foto de anexo 11	99
Anexo 12. Foto de anexo 12	99
Anexo 13. Foto de anexo 13	100
Anexo 14. Foto de anexo 14	100
Anexo 15. Foto de anexo 15	101
Anexo 16. Foto de anexo 16	101
Anexo 17. Foto de anexo 17	102
Anexo 18. Foto de anexo 18	102
Anexo 19. Foto de anexo 19	103
Anexo 20. Foto de anexo 20	103
Anexo 21. Foto de anexo 21	104
Anexo 22. Foto de anexo 22	104

Capítulo I

1 El Problema

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

1.2 UBICACIÓN EN UN CONTEXTO

Hoy en día es necesario para todos los establecimientos comerciales dar conocer los productos que se ofrecen al cliente, la publicidad es algo estratégico y creativo que ha abierto nuevos caminos a la sociedad. Por lo que es necesario usar herramientas informáticas que ayudan al incremento de las ventas diarias, es por eso que la utilización de las herramientas TICS y otros que le permiten cumplir con la necesidad del cliente, son una alternativa en este mundo interconectado puesto que le permite al cliente visualizar y ordenar los productos que van a llevar desde cualquier lugar del mundo.

Gráfico N° 1 Publicidad de una pastelería



Fuente: <http://squispehuaicho.blogspot.com/2016/12/resultado-de-imagen-para-afiches-de.html>

La tendencia actual es unificar los canales de información en una única web, una única URL, un solo espacio virtual que mantenga las mismas funcionalidades y características que definen cada sitio web, adaptándose progresivamente a los cientos de modelos de dispositivos móviles que actualmente están en el mercado (Gonzalez, 2016).

Se requiere ofrecer los servicios comerciales a través de plataformas en web para que los clientes puedan tener un mejor acceso a la disponibilidad de productos, e incluso algunos que permitan una interactividad para reservar, comprar u otros. La página web actualmente son muy importantes y útiles para cualquier tipo de negocio, en Ecuador ya cuenta con dar apertura a estos servicios como la compañía ecua hosting que permite brindar estos servicios para cualquier usuario que esté dispuesto a diseñar una página web. Existen otras compañías externas como la web.com unas de las más conocidas a nivel internacional de manera eficaz y confiable.

Gráfico N° 2 Página web de una pastelería.



Fuente: <http://sitiodigital.blogspot.com/2006/11/chocolatta-pasteleria-deliciosas.html>

En 2014, el Inec (Intituto Nacional de Estadísticas y Censos) lo publico en su cuenta twitter datos sobre los internautas ecuatorianos que compran online. Según estos datos, solo un 0,34 por ciento de los hogares en el pais compraron en Internet.

Por lo que es necesario tener un sitio web para el crecimiento del negocio, para que el cleinte se sienta seguro de la calidad de productos que se le va a ofrecer.

1.3 SITUACIÓN DEL CONFLICTO

La pastelería Lupita se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, la gran parte del éxito de todo negocio depende de un efectivo plan de publicidad que le demos, lo que se busca con el diseño web es incrementar el número de ventas y aumentar la cartera de clientes que actualmente tiene y así mostrar los productos que se ofrecen.

Se busca alternativas para mejorar el servicio del negocio y tener posibilidades que las personas que visualicen el producto lo hagan de manera detallada y no tener que trasladarse al lugar, asiéndolo desde la comodidad de su hogar.

Este servicio permite el mejoramiento en volumen de ventas sin agotar su estabilidad económica en publicidad impresa y contratar personal para sus entregas, en el cual las personas hoy en día tiene poco interés en la lectura por lo que termina en un desperdicio de tiempo y dinero.

Sin embargo el hecho de no contar con planes y estrategias de publicidad ha provocado el decrecimiento del negocio, es decir la poca información hacia los clientes que se requieren para el crecimiento de la microempresa.

El problema de la pastelería Lupita se encuentra ubicado en Guayaquil de la zona sur, teniendo pocas ventas en el sector, ya que con los pocos clientes que tienen saben la calidad del producto, por lo que se plantea diseñar una herramienta dinámica y económica para la pastelería “Lupita”, en mostrar su postres a nivel nacional y a futuro llegar a nivel internacional.

Pero no obstante la pastelería Lupita no se debe quedar ahí con las estrategias que tiene, debe ya contar con un plan de marketing bien estructurado para que sean más eficaces con sus productos y servicios a ofrecer en el mercado por lo que busca la satisfacción plena del cliente en todos sus aspectos.

Gráfico N° 3 Productos de Pastelería



Fuente:<https://fotografiapublicitariaenmurcia.wordpress.com/2013/05/09/confiteria-carlos-onteniente-santomera/>

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo afecta la falta de publicidad y estrategias de mercadeo abiertas en el bajo volumen de ventas de los productos de la pastelería Lupita?

1.5 DELIMITACION DEL PROBLEMA

Tabla N°1 Delimitación del Problema

ASPECTO	CAMPO	AREA	PERIODO
Comercio	Página web	Marketing y venta	2017
Electrónico		online	

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

1.6 VARIABLES.

1.6.1 Variable Independiente

Volumen de venta de los productos de la pastelería Lupita.

1.6.2 Variable Dependiente

Publicidad y estrategias de mercadeo abiertas.

1.7 Objetivos de la investigación

1.7.1 Objetivo general.

Diseñar una página web comercial para la Pastelería Lupita de la ciudad de Guayaquil en el periodo 2017 – 2018 que permita aumentar el volumen de ventas.

1.7.2 Objetivos específicos:

- Fundamentar aspectos teóricos sobre gestión del diseño de la página web. Identificando y fundamentando la información científica con respecto al diseño de software para optimizar tiempo en el registro de pedido.
- Diagnosticar la situación actual de las ventas en a pastelería Lupita y la necesidad de crear una página web comercial para el aumento de visibilidad de clientes.
- Diseñar el esquema de la página web para mejorar la publicidad a la pastelería, mejorar las ventas y un mejor servicio al cliente, ubicada en Guayaquil en el 2017.

1.8 Justificación de la investigación:

Conveniencia: La página servirá para aumentar el volumen de las ventas y la publicidad que le voy a dar al negocio de la pastelería Lupita para ofrecerle al cliente los mejores productos y puedan visualizar la variedad de bocaditos que la pastelería dará a conocer mediante su sitio web.

Relevancia Social: Se pretende dar un mejor servicio por medio de la página web, lo que permitirá poder optimizar tiempo y recursos en las actividades de la pastelería.

Implicaciones Prácticas: Como ya se había indicado anteriormente se pudo constatar por medio de una investigación que realmente es necesario que se aplique un diseño web para beneficiar a la parte involucrada de la pastelería Lupita e incrementar la frecuencia de la clientela.

Utilidad Metodológica: El uso de la página web se ha podido constatar en varios establecimientos del cantón Guayas que merece un lugar dentro de las

actividades publicitarias e incluso en algunas empresas que se necesita herramientas que facilite de manera visual los productos ofrecidos por la pastelería Lupita.

Capítulo II

2 MARCO TEORICO

2.1 Fundamentación teórica

La pastelería Lupita garantiza que el pedido será entregado en perfectas condiciones. La tienda online permite al usuario seleccionar sus productos a su gusto, el comercio electrónico también conocido como e-commerce (eletronic commerce), consisten en la compra de productos a través de medios electrónicos y otras redes informáticas.

En una tienda online es aquel negocio que pone la venta de sus productos para incrementar las ventas a través de un sitio web es decir una tienda no tiene vitrina física. Según Siegel (1997) “el uso apropiado del diseño, la existencia de túneles de entrada y salida, y la búsqueda del equilibrio entre forma y contenido son las principales características de estos servidores de nuevo cuño.”

En este sentido Celaya (Celaya, 2000) opina que:

“Las tecnologías han facilitado y han agilizado mucho esa comunicación. Pero los verdaderamente protagonistas somos cada uno de nosotros. Las redes sociales han permitido poder entablar más conversaciones con tus familiares, amigos, conocidos (en la etapa de la universidad, en cada uno de los empleos) y con tus contactos profesionales (clientes, proveedores, equipo de colaboradores).”

Por tanto, se debe aprovechar estos recursos en pro de lograr amentar la visibilidad de la página web con enlaces a redes sociales que permitan una difusión acelerada del sitio web.

Por lo que (2000) también indica que “Las empresas e instituciones deben entender actuar en el entorno. Es más importante comprender cómo comunicar

de manera efectiva. Porque cada acción en la comunicación de una persona o de una empresa dice mucho más que en el pasado.” Por lo cual es importante entender y comprender los comentarios que se debe tener con el cliente para tener una mejor comunicación y poder saber actuar cuando se le está ofreciendo el producto.

Por lo indicado la pastelería va hacer un diseño web para que la sociedad pueda ver la evolución del negocio.

Por su paret Santos (2013) indica que:

“El trabajo que aquí se presenta se centra en los hábitos de uso que hacen de Internet y redes sociales los preadolescentes y adolescentes, así como en los riesgos a los que potencialmente se enfrentan. Su objetivo es conocer el contexto tecnológico que rodea a los adolescentes, centrándonos ante todo en las conductas de riesgo de éstos a la hora de usar las redes sociales.”

Es por esto que se crea el sitio web para que los adolescentes utilicen la tecnología y así poder brindarles un mejor servicio.

Por lo cual, Belloch (2012) indica que “Se denomina red global, consiste en un sistema mundial de telecomunicaciones, la cual tiene un servidor mundial que interconecta temporal o físicamente a los usuarios”. Así se dará a conocer la pastelería con el diseño web que se va realizar para que los usuario puedan vizualizar los productos que se van a ofrecer y puedan hacer sus pedidos desde cualquier parte de la ciudad de Guayaquil.

Por lo que Perez, (2007) indica que “Los conceptos de información y diseño, así como la arquitectura de información y alfabetización sirven para la comprensión y entendimiento del tema presentado.” Para que cuando le estén dando a conocer detalles del diseño web se le haga fácil entender ya que queremos mejorar las ventas del negocio.

2.2 Antecedentes históricos

En un principio, tanto los ordenadores como las redes de telecomunicaciones, se ha generado nuevas formas de desarrollar la web.

En 1993, la página web tenía el nombre Mosaic, y en menos de un año había recibido 2 millones de visitantes. El navegador web era capaz de mostrar tanto imágenes como textos, aunque con una limitación muy alta a la hora de diagrama la información de la página web. El diseño web de estas páginas era lineal y estaba orientado para científicos que eran los usuarios que compartían su información alrededor de todo el mundo mediante estas páginas web.

Desde sus comienzos allá por los años 60, Internet ha pasado por muchas fases, y su instrumento principal, las páginas web, han sufrido gigantescos cambios desde entonces. En sus orígenes, las páginas eran planas, únicamente presentaban texto, pero a medida que ha ido aumentando el desarrollo tecnológico estos sitios han ido creciendo con él. La inclusión de imágenes fue la evolución más significativa, pero también debemos mencionar el video y la animación, o los espacios 3D, lo que aporta valores estilísticos, de diseño y de interactividad jamás imaginados antes.

En 1992 sólo había alrededor de 50 sitios web. Las últimas estadísticas nos confirmaban que actualmente rondan los 8.000 millones de sitios web, a los que diariamente se le suma a raíz de 4400 por día.

Rápidamente, su importancia alcanzará las mismas cotas que la televisión o el teléfono. Datos recientes estiman que hay alrededor de 2 mil millones de páginas colgadas y se espera que en los próximos años llegue a los 8 mil millones, excediendo el número de habitantes del planeta. Sin embargo, sólo una fracción de este número es visitado habitualmente por la mayoría de los usuarios (sólo alrededor de 15.000 sitios webs, el 0,4% del total).

A partir de estos datos se pretende que los usuarios mantengan la atracción y el interés para el desarrollo de la estructura web así como su respectivo contenido, sin olvidar el diseño, el color para ser claramente identificado, y de esa forma, sea más claro captar la atención de los visitantes. Al mismo tiempo que la evolución de los aparatos y de su introducción en los hogares, también ha aumentado la calidad de las transmisiones a través internet y ha bajado su precio. A medida que la tecnología ha solventado estas dificultades, ya no nos encontramos con problemas de forma sino de contenido.

2.3 Bases teóricas

La Comunicación

La comunicación es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. El acto de comunicar es un proceso complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información.

En este caso la comunicación tiene que ver mucho con mi tesis ya que al crear la plataforma se está realizando un medio de comunicación entre la unidad educativa y los usuarios de la misma o usuario visitante.

Internet es la gran biblioteca virtual mundial, donde cualquier persona en cualquier parte del mundo puede acceder a este gigantesco archivo digital donde el conocimiento, el ocio y el mundo laboral convergen en un mismo espacio llamado Internet.

Es un proceso mediante el cual un sistema transmite información a otro sistema que es capaz de recibirla. Según este sistema existe:

Emisor, persona que emite el mensaje o información.

Receptor, persona o personas que reciben el mensaje.

Mensaje, información que transmite lo que se quiere decir.

Canal, medio o vía utilizado para transmitir el mensaje.

Grafico 1. La comunicación



Fuente: <http://elementosde.com/wp-content/uploads/2015/12/los-elementos-de-la-comunicaci%C3%B3n.png>

Expresa que la brecha digital refleja el acceso no equitativo que las personas tienen con respecto al uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación mediante las cuales se obtiene y distribuye la información y el conocimiento.

Red.

En el proceso de enseñanza y aprendizaje, la comunicación brinda un elemento fundamental que por medio de la herramienta como la red, el chat, correo electrónico, entre otros elementos, representa un proceso comunicativo que consiste en la transmisión y recepción de cualquier mensaje acompañado de un proceso pedagógico el cual sirve para comunicar.

Grafico 2. Red



Fuente: <https://grupo4herramientasinformatica.blogspot.com/2012/08/cipa-4-bloc-para-herramientas-de.html>

Herramientas asincrónicas

Lo asincrónico es totalmente contrario a lo sincrónico y se define como "proceso o efecto que no ocurre en completa correspondencia temporal con otro proceso u otra causa". Estas herramientas son por ejemplo el Correo electrónico, el foro, el blog y la página Web.

El Internet – medio de Comunicación.

Internet es una red de ordenadores conectados en todo el mundo que ofrece diferentes servicios a sus usuarios, como pueden ser, el chat, la web el foro, el blog, el correo electrónico, la banca electrónica, el comercio electrónico, etc.

Grafico 3. El internet



Fuente: <https://es.slideshare.net/irmabb/el-internet-51283181>

Las herramientas de comunicación en la red se constituyen en un medio que permite al estudiante dar respuesta a necesidades educativas de carácter más individual y flexible".

El blog

Consiste en la inserción de contenidos en la web, representa una herramienta de comunicación muy efectiva para poder actualizar y brindar información, la cual permite a los estudiantes o personas consultar sobre los diferentes temas a cualquier hora.

Grafico 4. El Blog



Fuente: <http://www.fundaciondelcorazon.com/corazon-facil/blog-impulso-vital/2168-el-blog-como-terapia-ante-la-enfermedad.html>

Sitio web

Un sitio web es un conjunto de archivos, (documentos, imágenes, páginas web, etc.), referentes a un tema en particular que se encuentran alojadas dentro de un directorio de la maquina servidor.

Grafico 5. Sitio web



Fuente: <https://blog.neubox.com/como-crear-un-buen-sitio-web/>

Página web

Una página web se define como un documento electrónico el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores. Una página web forma parte de una colección de otras páginas webs dando lugar al denominado sitio web el cual se encuentra identificado bajo el nombre de un dominio. La creación y desarrollo de una página web se realiza bajo un lenguaje de programación capaz de ser interpretados por los navegadores, lenguajes como el HTML, PHP, ASP, JSP o RUBY son ejemplos entre otros.

Grafico 6. Página web



<https://www.tendenciasweb.com/producto/diseno-de-pagina-web/>

Correo electrónico hotmail

El correo Hotmail es un correo muy popular a nivel mundial, es más usada que el Gmail. Permite un intercambio de mensajes entre los correos electronicos

Grafico 7. Hotmail



Fuente: <https://www.noticiasvigo.es/wp-content/uploads/2017/12/Pedido-350.jpg>

HTML

HTML significa Hipertexto Markup Language, es utilizado para crear y desarrollar contenidos y páginas webs, es una herramienta muy fácil de manejar, así como de aprender, representa un lenguaje sencillo, utilizando palabras claves llamadas etiquetas.

Diseño web

Representa una herramienta tecnológica en evolución y planificación del diseño e implementación que se viene añadiendo día a día en los sitios web.

Hosting

El hosting sirve para almacenar la información en internet que el usuario lo requiera.

Dominio

El dominio no es otra cosa que el nombre el cual se identifica al sitio web, viene a ser la parte principal de la dirección web.

Visual Studio

Microsoft Visual Studio es un entorno de desarrollo integrado (IDE, por sus siglas en inglés) para sistemas operativos Windows. Soporta varios lenguajes de programación tales como Visual C++, Visual C#, Visual J#, y Visual Basic .NET, al igual que entornos de desarrollo web como ASP.NET aunque actualmente se han desarrollado las extensiones necesarias para muchos otros.

Visual Studio permite a los desarrolladores crear aplicaciones, sitios y aplicaciones web, así como servicios web en cualquier entorno que soporte la plataforma .NET (a partir de la versión .NET 2002). Así se pueden crear aplicaciones que se intercomunican entre estaciones de trabajo, páginas web y dispositivos móviles. A partir de la versión 2005 Microsoft ofrece gratuitamente las Express Editions, que son varias ediciones básicas separadas por lenguajes de programación o plataforma enfocadas para novatos y entusiastas.

Grafico 8. Visual Studio



Fuente: <https://ncmedia.azureedge.net/ncmedia/2014/12/LOGO-VISUAL-STUDIO.png>

SQL Server

SQL Server es un sistema de gestión de bases de datos relacionales (RDBMS) de Microsoft que está diseñado para el entorno empresarial. SQL Server se ejecuta en T-SQL (Transact -SQL), un conjunto de extensiones de programación de Sybase y Microsoft que añaden varias características a SQL

estándar, incluyendo control de transacciones, excepción y manejo de errores, procesamiento fila, así como variables declaradas.

Microsoft® SQL Server™ es un sistema de administración y análisis de bases de datos relacionales de Microsoft para soluciones de comercio electrónico, línea de negocio y almacenamiento de datos. En esta sección, encontrará información sobre varias versiones de SQL Server. También encontrará artículos sobre bases de datos y aplicaciones de diseño de bases de datos así como ejemplos de los usos de SQL Server.

Grafico 9. SQL Server



Fuente: <https://mvpcluster.com/wp-content/uploads/2016/04/sql-server.png>

Diseño grafico

Se remonta 20 mil años A.C con las pinturas rupestres, las cuales están representadas por animales y algunos seres vivos. Los egipcios fueron los que diseñaron los jeroglíficos, que con el paso del tiempo se conocían como papiro.

Llegada la edad media, aparecieron las ornamentaciones y las decoraciones, generalmente esta clase de atractivas misceláneas ilustraciones eran de contexto religioso.

En el año 1440, Johan Gutenberg diseña la imprenta, menciona que es “una herramienta que se encarga de la reproducción de textos e imágenes de manera masiva”, lo cual permitió una gama de productos de imprenta que salieran alrededor del mundo, evolucionando con nuevas tintas, con fuentes tipográficas tipo maqueta y ajustando las escrituras (Sanchez, 2015)

El diseño gráfico surgió con la revolución industrial, cuando las compañías e industrias empezaban a desarrollarse, cuando los aldeanos y campesinos empezaron a migrar a la ciudad en busca de trabajo en las fábricas. Este proceso, provocó que las empresas adquirieran técnicas de publicidad, manejar la información de manera atractiva, es decir, adquirir los servicios de un profesional que sea capaz de manejar elementos visuales, ilustraciones, tipografía, tonalidades, textos, fotografías, que sea capaz de comunicar el mensaje que quiere darse de manera sinfónica, en este punto, es cuando aparecen los primeros diseñadores gráficos logrando de esta manera que la comunicación publicitaria adquiriera gran fuerza (Sanchez, 2015).

La era digital a finales del siglo XX, hizo más factible la evolución de diseño gráfico gracias a programas especiales para poder realizarlo de manera digital, utilizando recursos que van más allá del ojo humano, además, teniendo la posibilidad de manejar videos interactivos y muchas más funciones que brinda la era digital.

Grafico 10. Diseño grafico

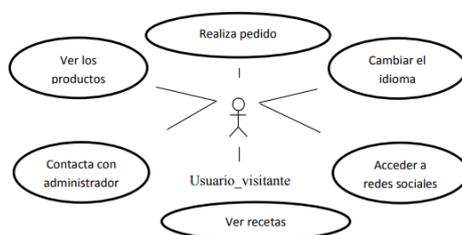


Fuente: <https://www.ardiseny.es/assets/images/dise%C3%B1o-grafico-service.jpg>

2.4 Antecedentes referenciales

La autora de la tesis proyecto repostería creativa online Roca (2014), menciona en el proyecto el cual ésta siendo aceptada por la sociedad; esta gran acogida es debido a que gente de diversos lugares y con profesiones diferentes han encontrado navegando en Internet este tipo de repostería y han sido cautivados por sus decoraciones y gustos, por ello esta idea en la comunidad de Cantabria es una gran oportunidad de mercado, debido a la escasa competencia y falta de conocimiento sobre la repostería creativa de las personas (Roca, 2014).

Grafico 11. Caso de uso de usuario visitante



Fuente:

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6442/YZAGUIRREBORJAZARELLY.pdf?sequence=1>

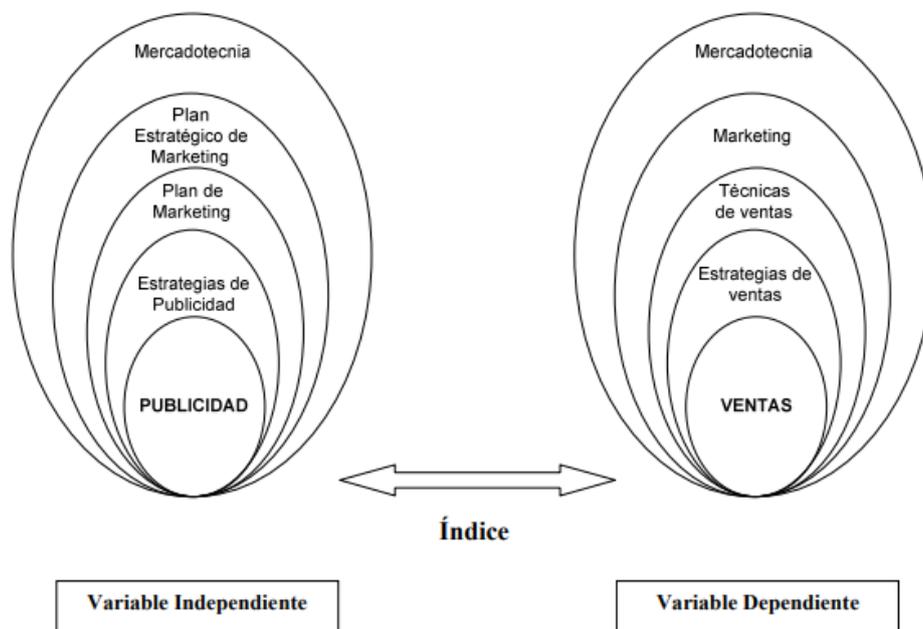
Según el autor Haro (2010) menciona “para tomar las debidas correcciones”, el objeto del caso de estudio, es determinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades”, de esta manera se puede conseguir estrategias adecuadas para dicha panadería y pastelería planteando una página web que ayude a la promoción y publicidad del mencionado local, logrando de esta manera, alcanzar los objetivos trazados, haciendo de la empresa más competitiva en el mercado actual.

Se realizaron encuestas, las cuales fueron dirigidas a clientes, tanto internos como externos. También, en su metodología, se aplica la observación directa para poder determinar las falencias reales de la panadería y pastelería Ecuapan.

Luego de analizar la situación actual de la panadería y pastelería Ecuapan y haber determinado la problemática se pone en marcha las estrategias a tomar, establecer propósitos, objetivos, metas, se emplean instrumentos que serán usados para posibles escenarios imprevistos y los cambios que pudieran generarse en el entorno de trabajo. Una vez determinado todas las causas y

efectos, se toman medidas pertinentes para poner en marcha un plan estratégico para promocionar la panadería y pastelería Ecuapan (Haro, 2010).

Grafico 12. Superordinación de variables



Fuente: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1480/1/217%20Ing.pdf>

La autora González (2016) en su proyecto de investigación menciona “que se ha creado la necesidad respecto a la tendencia mostrada en los últimos años debido a eventos como matrimonios, cumpleaños, entre otros.” Además, menciona que la metodología de la investigación se la realizó de manera cuantitativa, la población se tomó, la totalidad de las personas que viven en Chiclayo, posteriormente, se obtuvo la muestra respectiva.

En dicho proyecto de investigación, se estudia la viabilidad de la creación de una empresa denominada dulces y suspiros, así como la manera en que resulte productiva y se posicione en el mercado por medio de métodos publicitarios y dando a conocer dicha empresa usando herramientas tecnológicas como la implementación de una página web comercial (Gonzalez, 2016).

Grafico 13. Logotipo de la empresa Dulces y Suspiros



Fuente: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/671/1/TL_Gonzalez_Sala_Valeria.pdf

2.5 Fundamentación legal

Ley De Propiedad Intelectual de Los Derechos De Autor Y Derechos Conexos

Capítulo I Del derecho de autor

Sección I

Preceptos generales

Art. 4.- Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 5.- El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Art. 6.- El derecho de autor es independiente, compatible y acumulable con: a) La propiedad y otros derechos que tengan por objeto la cosa material a la que esté incorporada la obra;

b) Los derechos de propiedad industrial que puedan existir sobre la obra; y,

c) Los otros derechos de propiedad intelectual reconocidos por la ley.

Art. 7.- Para los efectos de este Título los términos señalados a continuación tendrán los siguientes significados:

Autor: Persona natural que realiza la creación intelectual.

Artista intérprete o ejecutante: Persona que representa, canta, lee, recita, interpreta o ejecuta en cualquier forma una obra. Base de datos: Compilación de obras, hechos o datos en forma impresa, en una unidad de almacenamiento de ordenador o de cualquier otra forma.

La ley de propiedad intelectual se trata de la protección de los derechos que tienen aquellas personas las cuales han formado o creado bajo su propio esfuerzo el desarrollo de algo en particular, para ello también se debe realizar el respectivo registro en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) para que así quede la constancia de quien es el dueño y autor de una obra en particular. (Registro oficial Organo del Gobierno del Ecuador, 2006)

Decreto 1014 Software Libre en Ecuador

Software Libre El día jueves 10 de Abril del 2008 se emitió el decreto 1014 por parte de la presidencia del Ecuador Rafael Correa Delgado que promueve el uso de software libre en las instituciones públicas del Ecuador.

Art. 1: Establecer como política pública para las entidades de administración Pública central la utilización del Software Libre en sus sistemas y equipamientos informáticos.

Art. 2: Se entiende por software libre, a los programas de computación que se pueden utilizar y distribuir sin restricción alguna, que permitan el acceso a los códigos fuentes y que sus aplicaciones puedan ser mejoradas.

Estos programas de computación tienen las siguientes libertades:

- Utilización de programa con cualquier propósito de uso común.
- Distribución de copias sin restricción alguna
- Estudio y modificación de programa (Requisito: código fuente disponible)
- Publicación del programa mejorado (Requisito: código fuente disponible)

Art. 3: Las entidades de la administración pública central previa a la instalación del software libre en sus equipos, deberán verificar la existencia de capacidad técnica que brinde el soporte necesario para este tipo de software.

Art. 4: Se faculta la utilización de software propietario (no libre) únicamente cuando no exista una solución de software libre que supla las necesidades requeridas, o cuando esté en riesgo de seguridad nacional, o cuando el proyecto informático se encuentre en un punto de no retorno. (Decreto 1014 Software libre de Ecuador, 2008).

Capítulo III

3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Tipo de Investigación

3.1.1 Descriptiva

Con este tipo de investigación se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus particularidades y propiedades. Sirve para que la pastelería pueda ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio que se va a realizar. Esta forma de investigación requiere la combinación de los métodos analítica y sintética, en conjugación con el deductivo y el inductivo, con el fin de responder las encuestas que se van a realizar para ver el objeto que se investiga y dar un mejor servicio a los clientes (VariEduca, 2008).

3.1.2 Explicativa

Los estudios que se van a realizar a la pastelería de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación ya que se debe manifestar las relaciones tomadas para poder determinar los resultados y dar una posible solución (Hernandez, Diseño de investigación, 2011)

El investigador pretende visualizar cómo se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí, o si por el contrario no existe relación entre ellos. Lo principal que se va a hacer es el estudio de saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada por lo que se evalúan el grado de relación entre dos variables ahí se va a ver si están o no relacionadas (Sampieri, Metodología de la investigación, 2011).

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Muestra

Cuando se habla de muestra desde el punto de vista más puntual de la palabra, se refiere a una pequeña representación a escala de algo que tiene la misma calidad pero en mayor cantidad. El estudio de esta palabra abarca muchos campos en los que la escala de demostración es de gran importancia, sin embargo en lo que hay más frecuencia de esto es en: la química, la biología, la economía y el comercio (Marketing).

Poniendo como ejemplo en la química, una muestra es una diminuta parte de un organismo el cual se va a someter a estudios y pruebas experimentales de esta misma forma hacemos referencia a la muestra en el campo del comercio por su parte se utiliza para hacer conocer y dar a probar a las personas el producto o un servicio. Por tanto, la muestra es una manera de promocionar, hacer publicidad y buscar agradar al cliente para que compre el mismo producto pero en mayor cantidad. Por otra parte, se puede decir que las muestras resaltan el atractivo del producto de manera que el consumidor se sienta atraído por este, la cual se dice que es muy efectiva, puesto que definen parámetros de calidad y opinión entre ellos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

Tabla N° 2 Cálculo de la muestra
VARIABLES PARA EL CALCULO

n/c=	95%		
z=	1,96	n=	105,64
p=	0,50		1,23
q=	0,50		
N=	110	n=	86
e=	5%		
n=			

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Tabla N°3 Desglose de cálculo de la muestra

n/c=	95%	n =	$Z^2 (p)(q)(N)$
z=	1,96		$(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)$
p=	50%		
q=	50%		$(1.65)^2 (0.50) (0.50) (110)$
N=	110	n =	$(110- 1) (0.05)^2 + (1.65)^2(0.50)(0.50)$
e=	5%		
n=	0%		
			105,64
		n =	1,23
		n =	86

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

3.2.2 Población

Se describe como población al número de habitantes que integran un pueblo, cantón, provincia, país o ya sea el mundo en su totalidad, o también cada uno de los continentes, también puede referirse a aquel acto poblacional que significa dotar de personas a cierto lugar.

Cada país o región está conformado por una población característica que va incrementándose por los nacimientos y las inmigraciones y de la misma manera decrece por las defunciones y las emigraciones de las personas, esto es objeto de estudio por parte de la dinámica poblacional o demográfica, que generalmente usa como un instrumento primordial para su estudio la pirámide de población y de esta manera reflejar esos ritmos de crecimiento y decrecimiento.

Para determinar el número de personas que habitan en lugar determinado junto a sus características, se emplean los censos. Las estadísticas no tendrían sentido si no se consideran o se lo relacionan dentro del contexto con el que se trabajan.

Por esto es de gran importancia entender los conceptos de población y de muestra para lograr comprender mejor su significado en la investigación que se lleva a cabo.

En la presente investigación la muestra que se toma en cuenta de la población existente, se lo lleva a cabo en los alrededores del bazar, esto es básicamente

para saber qué opinan acerca del sistema de control de inventario que se quiere diseñar, para dar paso a la utilización de las nuevas tecnologías que ayudan en la automatización de los trabajos en el área del mercadeo.

En base a este estudio verificaremos quienes están a favor y en contra de la implementación de este sistema en el área del comercio, por medio de una encuesta de varias personas que habitan por el sector (Hernandez, Diseño de investigación, 2011).

Nombre de la organización

“Pastelería Lupita”

Fecha de constitución:

2015

Misión

Pastelería Lupita, tiene como principio satisfacer las necesidades de los clientes en la elaboración y comercialización de ricas tortas, postres y bocaditos con nuestro tradicional toque ecuatoriano, para consentir el gusto y la exigencia del mercado, siendo parte de los momentos más especiales. Garantizando altos estándares de calidad y confiabilidad de los productos que son procesados y distribuidos, apoyados con una continua asesoría.

Visión

Pasar de ser de una pastelería desconocida a reconocida en plazo de dos años siendo la mejor opción en pasteles, postres y bocaditos, innovando continuamente los sabores, diseños y decoraciones. Aprovechando las oportunidades que el mercado ofrece para crecer ordenadamente, con excelencia y así mantener la lealtad de los clientes, con recursos humanos eficaz, eficiente y responsable.

Estructura organizativa

Gráfico 14. Organigrama de la Pastelería Lupita



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Clientes

Los clientes son personas que viven alrededor de la pastelería Lupita, como personas naturales o jurídicas, estudiantes de escuelas, colegios y universidades y padres de familia en general.

Capitulo IV

4 La Propuesta

4.1 Análisis de la encuesta.

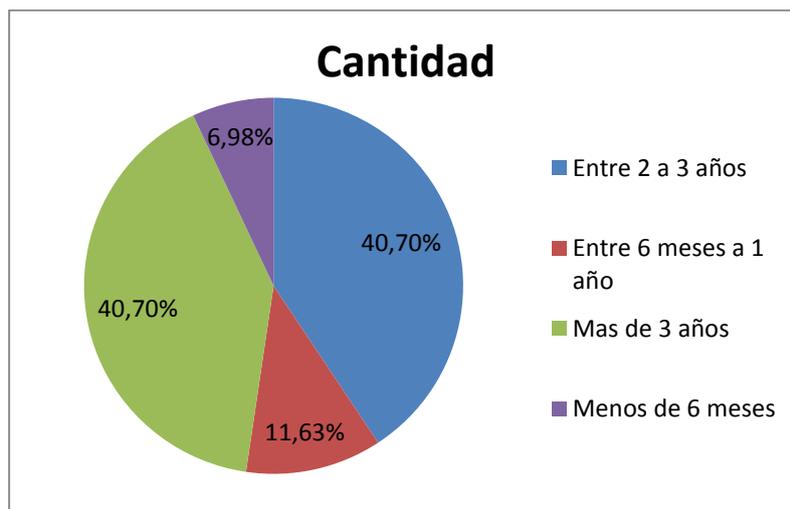
1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de Pastelería “Lupita”?

Tabla N° 4 Encuesta Pregunta 1

Opción	Cantidad	Porcentaje
Entre 2 a 3 años	35	40,70%
Entre 6 meses a 1 año	10	11,63%
Más de 3 años	35	40,70%
Menos de 6 meses	6	6,98%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 4 Encuesta Pregunta 1



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número uno hace referencia al tiempo que lleva siendo cliente de la pastelería por parte del encuestado, y se obtuvo el siguiente resultado:

El 40.70% de los encuestados han sido clientes entre 2 a 3 años, de la misma forma otro 40.70% alego ser cliente entre 6 meses a un año, mientras que el 11,63% han sido clientes por más de tres años y por último tan solo el 6,98% han sido clientes menos de 6 meses.

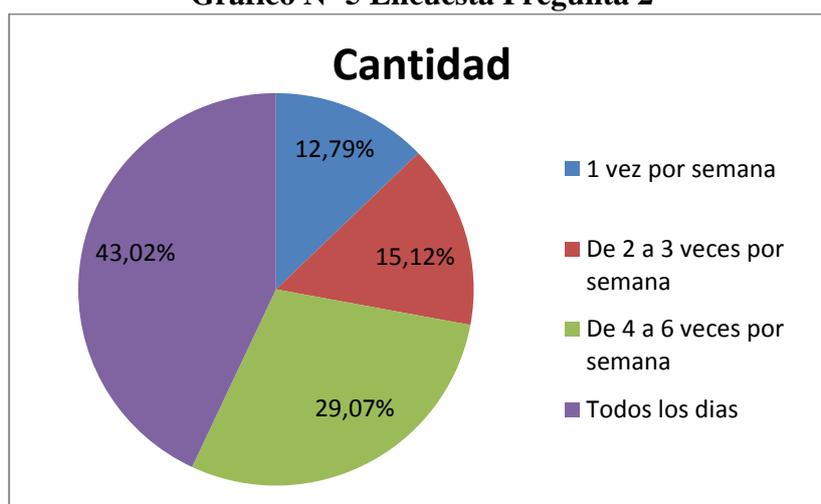
2. ¿Con que frecuencia realiza sus compras en pastelería “Lupita”?

Tabla N° 5 Encuesta Pregunta 2

Opción	Cantidad	Porcentaje
1 vez por semana	11	12,79%
De 2 a 3 veces por semana	13	15,12%
De 4 a 6 veces por semana	25	29,07%
Todos los días	37	43,02%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 5 Encuesta Pregunta 2



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número dos requiere conocer la frecuencia con la que realiza sus compras en la pastelería por parte del encuestado, y se obtuvo el siguiente resultado:

El 43,02% de los encuestados respondieron que realizan sus compras en la pastelería todos los días, el 29,07% supo responder que realiza sus compras en el lugar de 4 a 6 veces por semana, mientras que el 15,12% 2 a 3 veces por semana, por último el 12,97% opinaron que realizan sus compras una vez por semana.

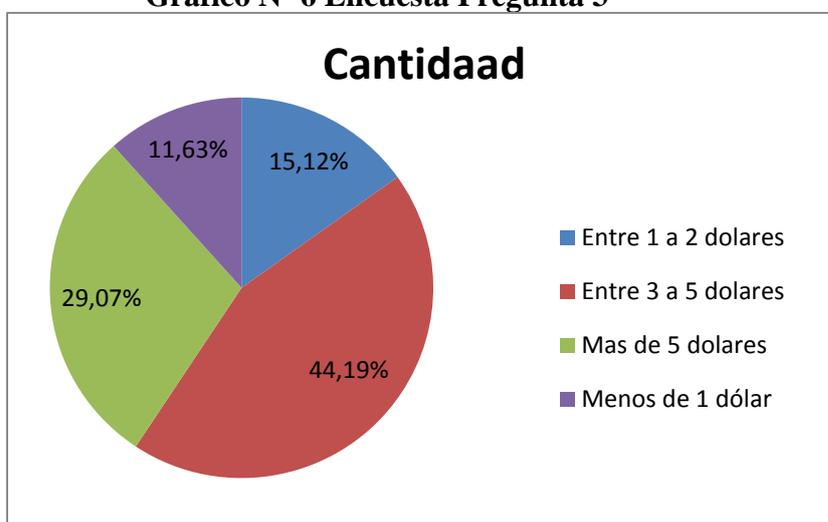
3. ¿Cuál es el monto promedio que gasta en las compras semanales en la Pastelería “Lupita”?:

Tabla N° 6 Encuesta Pregunta 3

opción	Cantidad	Porcentaje
Entre 1 a 2 dólares	13	15,12%
Entre 3 a 5 dólares	38	44,19%
Más de 5 dólares	25	29,07%
Menos de 1 dólar	10	11,63%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 6 Encuesta Pregunta 3



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número tres requiere conocer el monto promedio de sus gastos realizados en la pastelería por parte del encuestado, y se obtuvo el siguiente resultado:

El 44,19% de los encuestados respondieron que los valores gastados en la pastelería son de 3 a 5 dólares, el 29,07% respondió que son más de 5 dólares, mientras que el 15,12% respondió que de 1 a 2 dólares y el 11,63% respondió que son menos de 1 dólar.

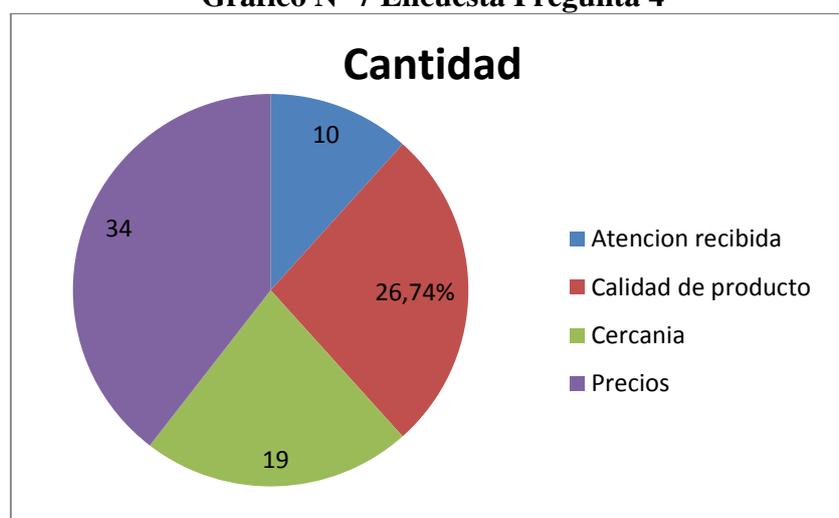
4. ¿Cuál es el factor que logra su preferencia por Pastelería “Lupita”?

Tabla N° 7 Encuesta Pregunta 4

opción	Cantidad	Porcentaje
Atención recibida	10	11,63%
Calidad de producto	23	26,74%
Cercanía	19	22,09%
Precios	34	39,53%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 7 Encuesta Pregunta 4



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número cuatro requiere conocer el factor que hace que prefieran la pastelería por parte del encuestado, y se obtuvo el siguiente resultado:

El 34% de los encuestados respondieron que el mayor factor de preferencia son sus precios, el 26,74% respondió que es la calidad del producto, mientras que el 19% opino que es la cercanía así se evitan ir más lejos a comprar, y por último el 10% opinaron que el mayor factor es la atención recibida por parte de quienes atienden.

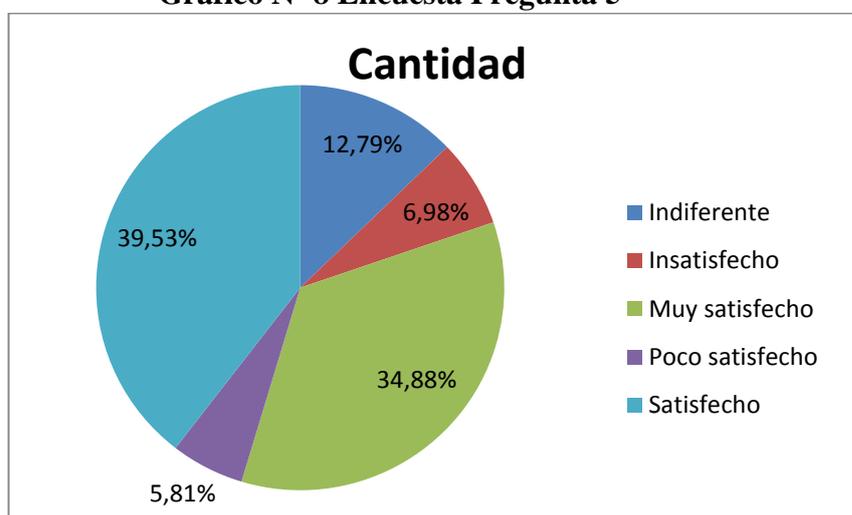
5. Indique el grado de satisfacción que posee con respecto a la Pastelería “Lupita”:

Tabla N° 8 Encuesta Pregunta 5

opción	Cantidad	Porcentaje
Indiferente	11	12,79%
Insatisfecho	6	6,98%
Muy satisfecho	30	34,88%
Poco satisfecho	5	5,81%
Satisfecho	34	39,53%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 8 Encuesta Pregunta 5



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número cinco requiere conocer el grado de satisfacción que tiene hacia la pastelería por parte del encuestado, y se obtuvo el siguiente resultado:

El 39,53% de los encuestados respondieron que se sienten satisfechos con sus productos por eso realizan sus compras en la pastelería todos los días, el 34,88% supo responder que se sienten muy satisfechos, mientras que el 12,97% respondió que se muestra indiferente sin embargo el 6,98% opinaron que se sienten insatisfechos y por último el 5,81% alego que se sentía poco satisfecho.

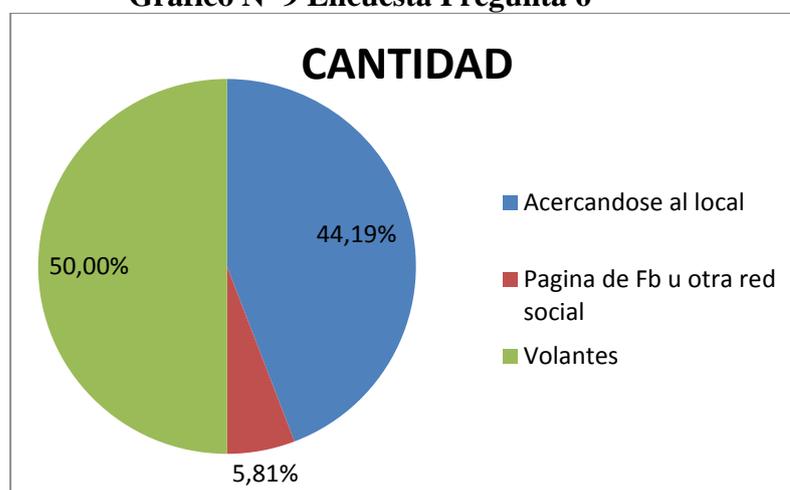
6. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted se informa sobre los productos, precios y promociones de Pastelería “Lupita”?

Tabla N° 9 Encuesta Pregunta 6

Opción	CANTIDAD	Porcentaje
Acercándose al local	38	44,19%
Página de Fb u otra red social	5	5,81%
Volantes	43	50,00%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 9 Encuesta Pregunta 6



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número seis requiere conocer el medio por el cual el cliente se informa de los productos y precios que ofrece la pastelería por parte del encuestado, y se obtuvo el siguiente resultado:

El 50% de los encuestados respondieron que por medio de las volantes que entrega la pastelería, el 44,19% respondió que acercándose al local, mientras que el 5,81% opino que por medio de Facebook u otra red social.

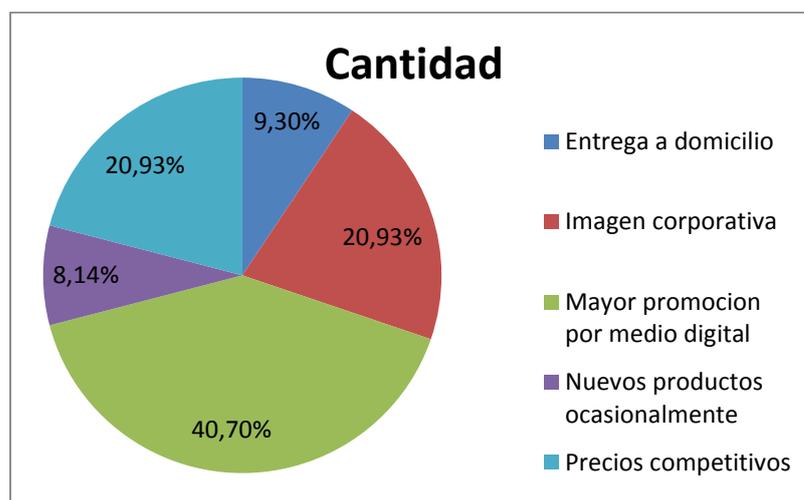
7. ¿Qué factor considera que la Pastelería “Lupita” debería mejorar para que usted se mantenga realizando sus compras en ella?

Tabla N° 10 Encuesta Pregunta 7

Opción	Cantidad	Porcentaje
Entrega a domicilio	8	9,30%
Imagen corporativa	18	20,93%
Mayor promoción por medio digital	35	40,70%
Nuevos productos ocasionalmente	7	8,14%
Precios competitivos	18	20,93%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 10 Encuesta Pregunta 7



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número siete requiere conocer que debería de mejorar para que los clientes sigan comprando en la pastelería por parte del encuestado, y se obtuvo el siguiente resultado:

El 40,70% de los encuestados respondieron que se debe de empezar hacer más promoción por algún medio digital, el 20,93% respondió que sería por medio de una imagen corporativa, no obstante también otro 20,93% opino que sería por medio de los precios competitivos, mientras que el 9,30% respondió que podrían ser las entregas a domicilio y por último el 8,14% aclaró que sería bueno que innoven y saquen nuevos productos ocasionalmente y así seguir siendo cliente de la pastelería.

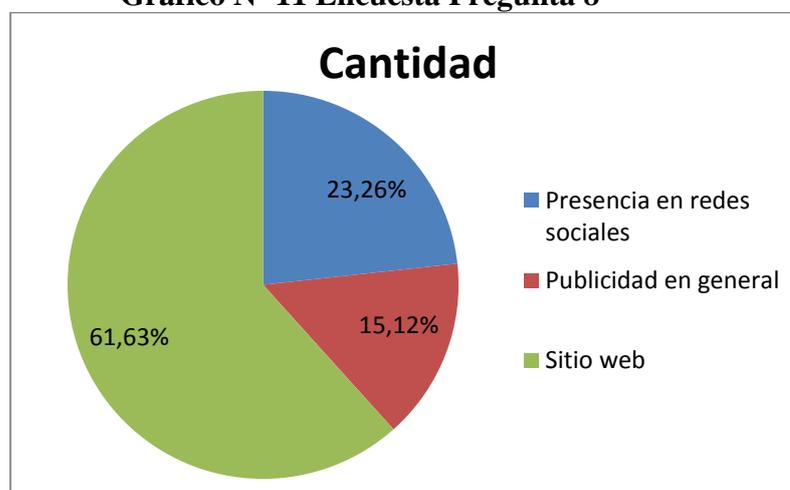
8. ¿Qué elemento considera usted que es más relevante o que capta su atención con respecto a la imagen de la Pastelería “Lupita”?

Tabla N° 11 Encuesta Pregunta 8

Opción	Cantidad	Porcentaje
Presencia en redes sociales	20	23,26%
Publicidad en general	13	15,12%
Sitio web	53	61,63%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 11 Encuesta Pregunta 8



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número ocho requiere conocer el factor elemento que es más relevante o que más llame la atención de los clientes con respecto a la imagen de la pastelería por parte del encuestado, y se obtuvo el siguiente resultado:

El 61,63% de los encuestados respondieron que el mayor factor que llama más la atención es un sitio web donde conocer a cerca de la panadería sus productos y promociones, mientras que el 23,26% respondió que es la presencia en las redes sociales y tan solo el 15,12% opinaron que puede ser la publicidad en general.

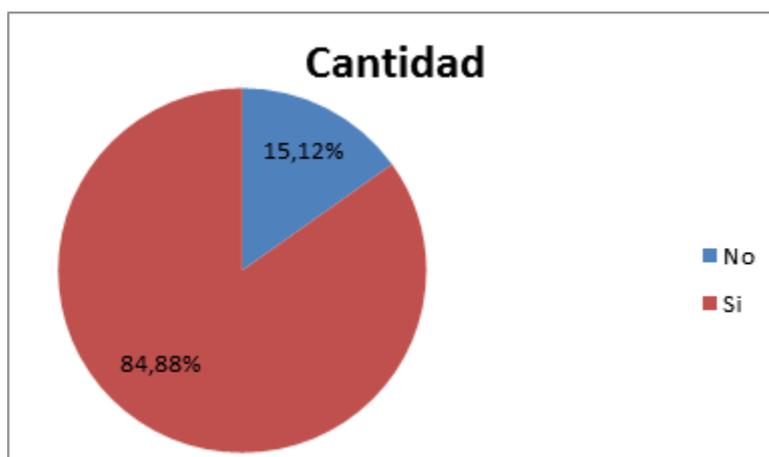
9. ¿Considera usted que la Pastelería “Lupita” requiere el uso de un sitio web comercial para diferenciarse de la competencia?

Tabla N° 12 Encuesta Pregunta 9

Opción	Cantidad	Porcentaje
No	13	15,12%
Si	73	84,88%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 12 Encuesta Pregunta 9



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número nueve requiere conocer la opinión por parte del encuestado si cree que la pastelería requiere de un sitio web para ser más relevante entre la competencia, y se obtuvo el siguiente resultado:

El 84,88% de los encuestados respondieron que si ya que está bien innovar y evolucionar, mientras que el 15,12% dio su opinión que no ya que no usan con frecuencia la tecnología.

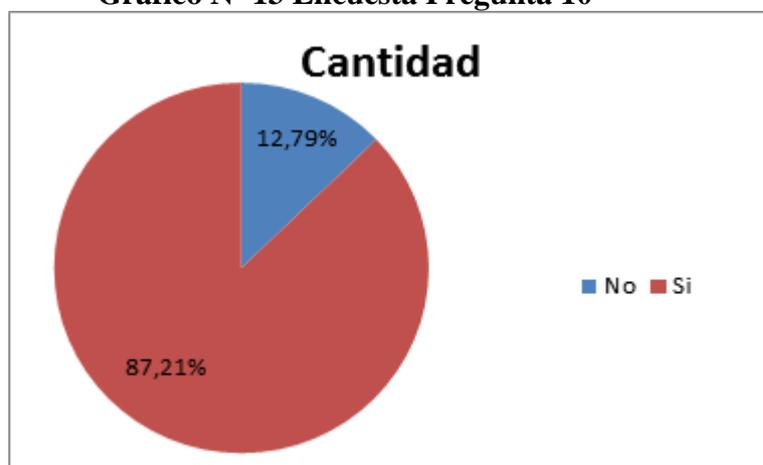
10. ¿Considera usted que la Pastelería “Lupita” debería contar con una sección de sugerencias en su sitio web?

Tabla N° 13 Encuesta Pregunta 10

opción	Cantidad	Porcentaje
No	11	12,79%
Si	75	87,21%
Total general	86	100,00%

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Gráfico N° 13 Encuesta Pregunta 10



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusión: La pregunta número diez requiere conocer por parte del encuestado, si es necesario que la pastelería cuente con una sección de sugerencias en su sitio web y se obtuvo el siguiente resultado:

El 87,21% de los encuestados respondieron que sí, ya que es de gran importancia nuevas opiniones y sugerencias para mejorar ya sea un producto o servicio, mientras que el 12,79% respondió que no es necesario.

4.2 Plan de mejoras

4.2.1 Descripción de la propuesta

Se desarrolla el diseño de una página web para dar a conocer la pastelería, así como promocionar los productos de los cuales dispone dicha pastelería, de esta manera, los clientes, por medio de la página web, tendrán conocimiento de descuentos, promociones, nuevos productos, sin la necesidad de ir directamente al establecimiento para tener información de lo que ofrece la pastelería ubicada en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2017 – 2018.

4.3 Plan de ejecución

Tabla 14. Plan de ejecución

N°	Tareas específicas	Actividades	Recursos
1	Recopilación de información	Visita a la dueña del bazar	Información
2	Diseño del sistema informático	Modelamiento del sistema	Visual studio
3	Gráficos estadísticos	Basado en encuestas	M. Excel
4	Diseño de la base de datos	Creación de base de datos	Sql
5	Diseño del diagrama de flujo	Procesos del sistema	Word
6	Diseño del diagrama de Gantt	Diagrama de las actividades del proceso de investigación	M. Project

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.4 Diagrama de GANTT

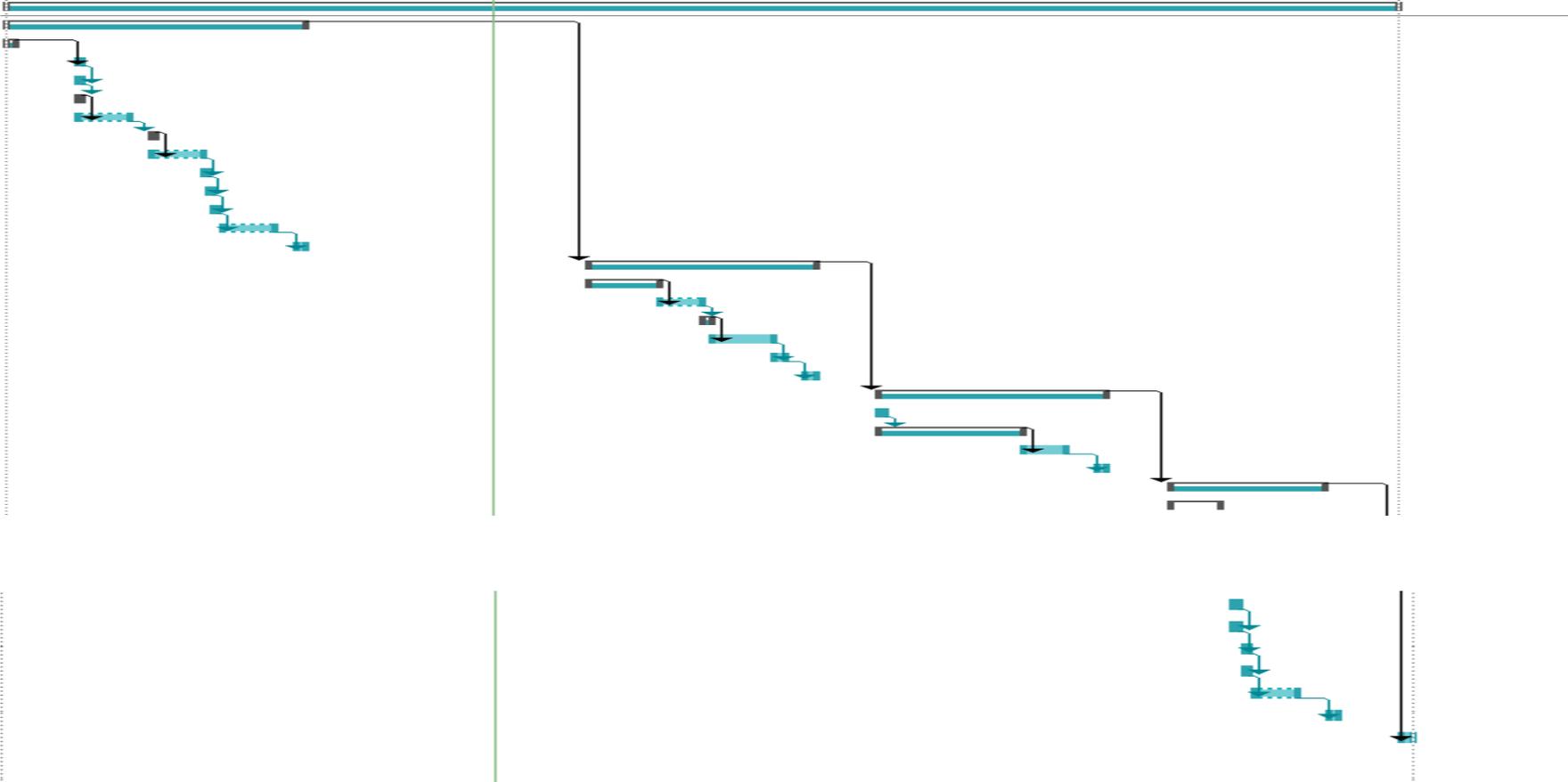


Grafico 15. Diagrama de Gantt

4.5 Determinación de requerimientos

El diseño de un sitio web requiere implementar una sola computadora como la principal, sin embargo, puede ser manejado desde otra computadora que forme parte interna de la pastelería Lupita y con acceso a internet

Para el requerimiento debido, debe estar dentro de la pastelería ubicada en la gerencia o administración por ejemplo un ASUS Windows 10 de 4 gigabyte de memoria RAM con su respectiva conexión en red.

Hardware

Cantidad	Equipos	Descripción	Ubicación
1	Computadora ASUS Windows 10	Monitor de 19 pulgadas Memoria RAM de 4 gigabyte Disco duro de un terabyte	Pastelería
1	Impresora hp	Sistema continua	tinta Pastelería

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Software

Cantidad	Programa	Características
1	Licencia de Windows 10 Home	Sistema Operativo de la empresa Microsoft para el uso de un navegador web y desarrollo del sistema
1	Navegador Web: Google Chrome, Mozilla Firefox u Opera	Navegador Web para poder ingresar al sistema de administración y visualizar el sitio web
1	Dominio Web	Obtener el dominio web correcto Opciones: http://www.pastelerialupita.com http://www.pastelerialupita.com.ec
1	Servidor Web	Adquirir los servicios de un servidor web Linux con cpanel y phpmyadmin, compatible con php 4.7

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Requerimientos de personal y equipo

Etapa	Personal
Análisis	1 analista
Diseño	1 analista 1 programador
Desarrollo	1 programador
Implementación	1 programador

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.6 Presupuestos y Costos

4.6.1 Costo de Hardware

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	PC, Monitor de 19 pulgadas Memoria RAM de 4 gigabyte Disco duro de un terabyte	550.00	550.00
1	Sistema tinta continua	120.00	120.00
TOTAL			670.00

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.6.2 Costo de Software

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Licencia Windows 10 Home	160.00	160.00
1	Dominio web (.com)	65.00	65.00
1	Servidor web	70.00	70.00
TOTAL			295.00

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.6.3 Costo total del Sistema

Descripción	Valor Total
Costo de Hardware	670.00
Costo de Software	295.00
Costo de Operación	1210.00
TOTAL	2175.00

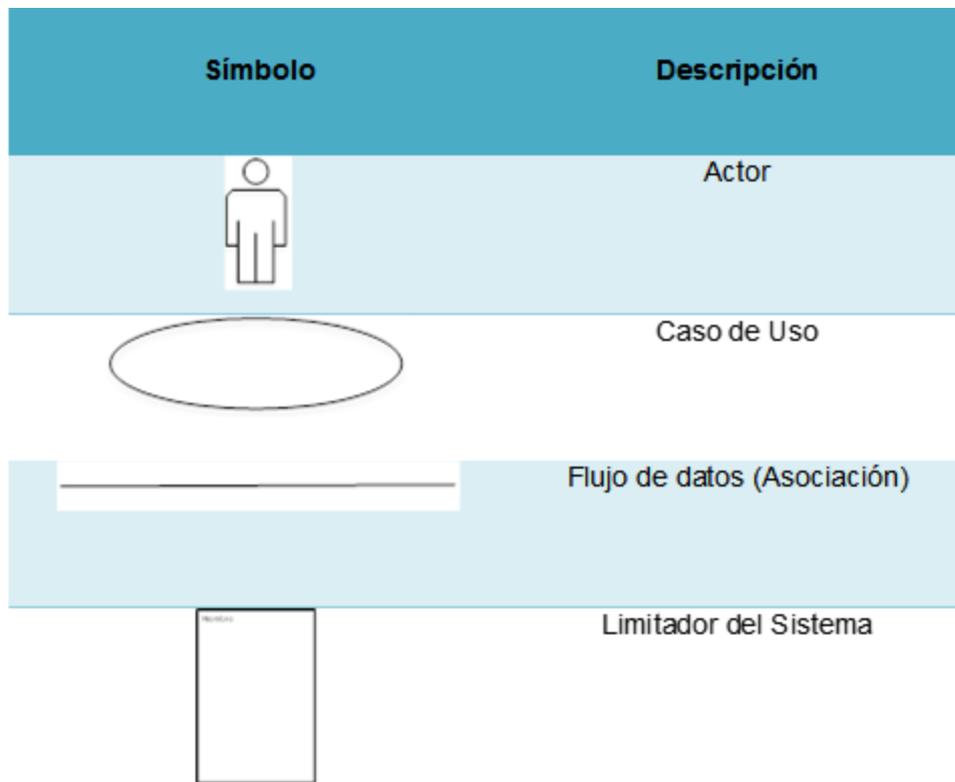
Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.7 Beneficios del Proyecto

Los beneficios que se obtendrán con la implementación de este proyecto se los enlistará a continuación:

- Publicidad mediante el sitio web para los clientes de la pastelería
- Incremento en el volumen de clientes
- Ventas por internet
- Mejoramiento del servicio

4.8 Diseño de la Propuesta Diagrama de Caso de Uso



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

DIAGRAMA DE CASO DE USO

Fecha de Creación: 07/03/2018	Nombre de Autor: Mariel Peralta	Nombre del Sistema: Pastelería Lupita
---	---	--

Narrativa

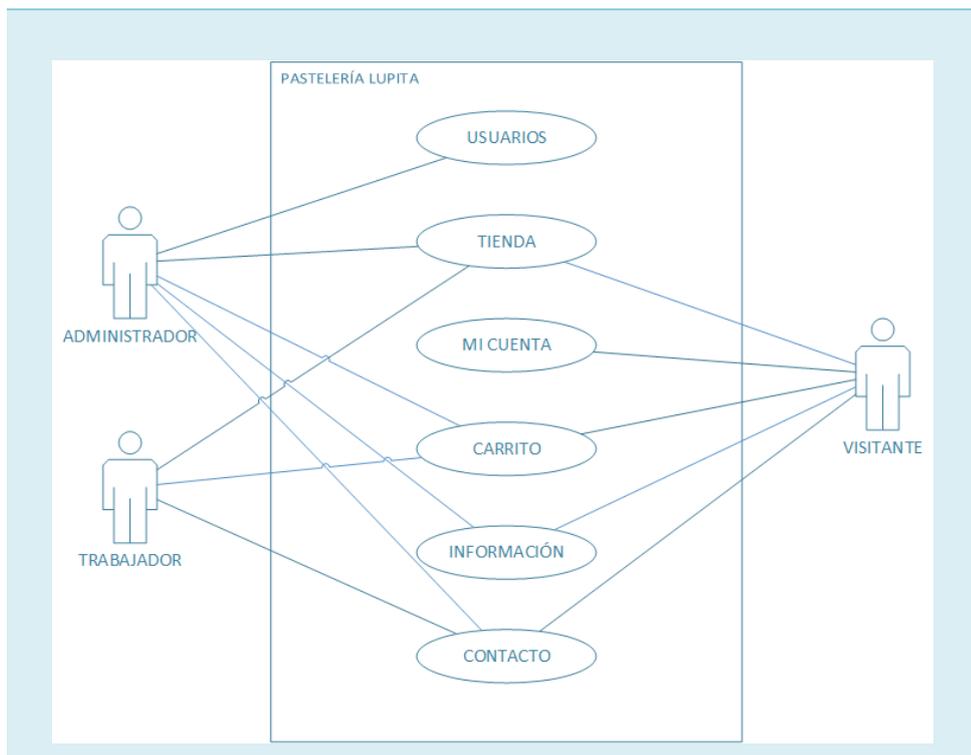
Actores

- Administrador
- Trabajador
- Visitante

Casos de Uso

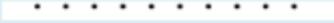
- El Administrador puede realizar mantenimiento a usuarios y al sitio web, e interactuar con el visitante.
- El trabajador puede hacer ediciones en el sitio web e interactuar en las compras con el visitante.
- El visitante visualiza la información del sitio web, puede registrarse en mi cuenta.

Diagrama



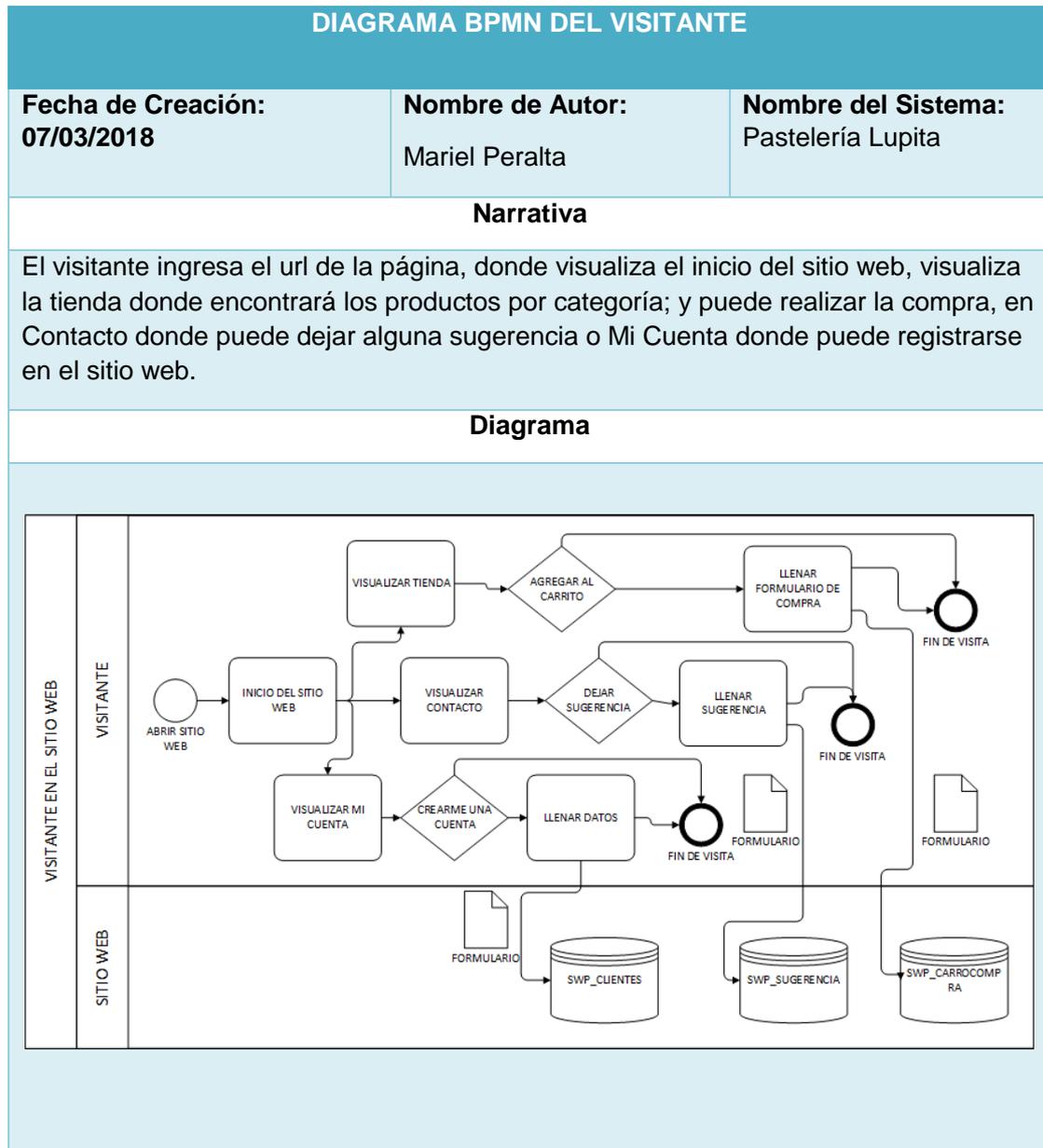
Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Diagrama BPMN

Símbolo	Descripción
	Evento de inicio
	Tarea
	Objeto de datos
	Puerta de enlace paralela
	Evento de finalización
	Calle (Actores)
	Evento de mensaje de inicio
	Flujo de Secuencia
	Asociación
	Almacén de Datos

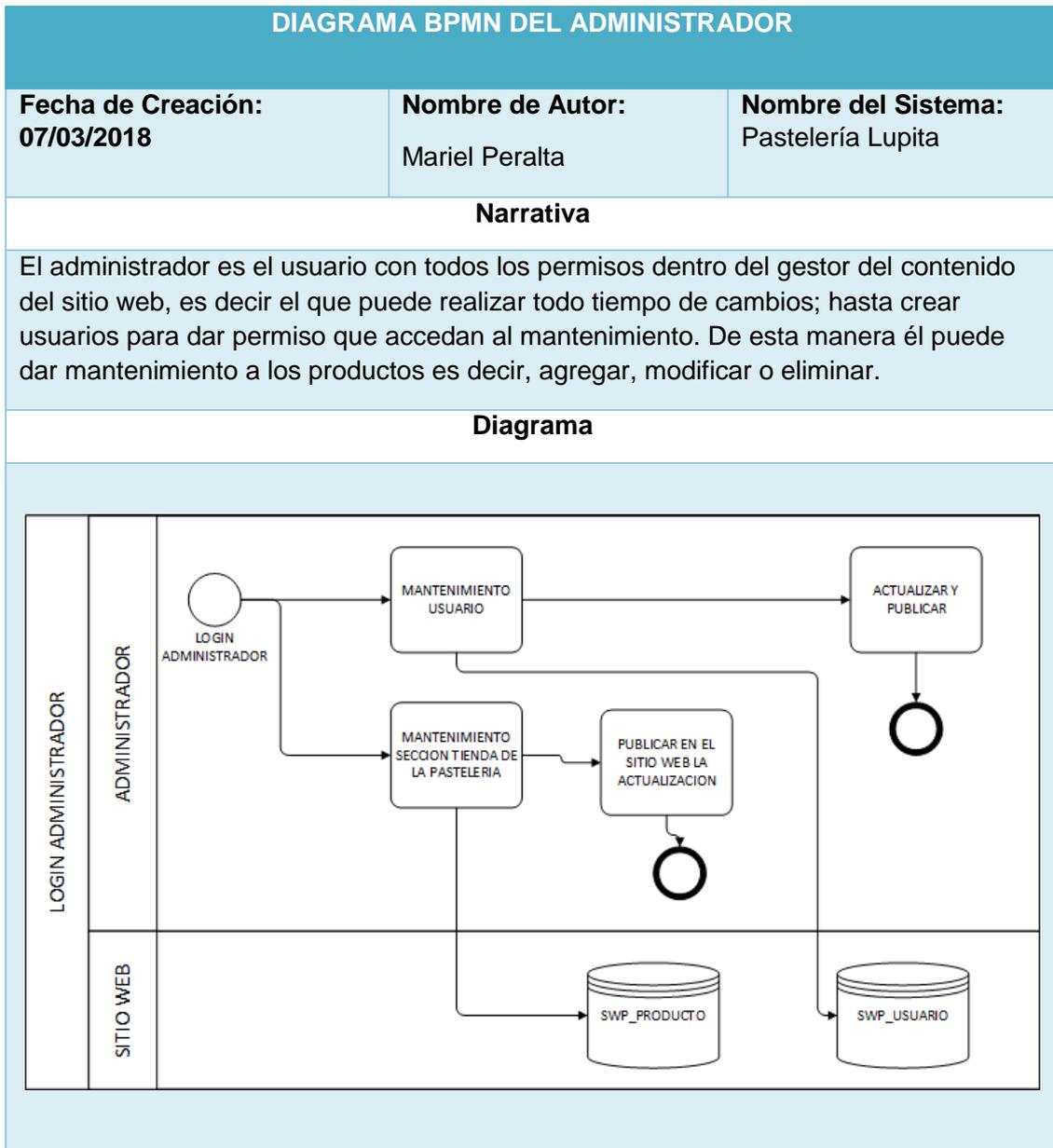
Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Diagrama del Visitante



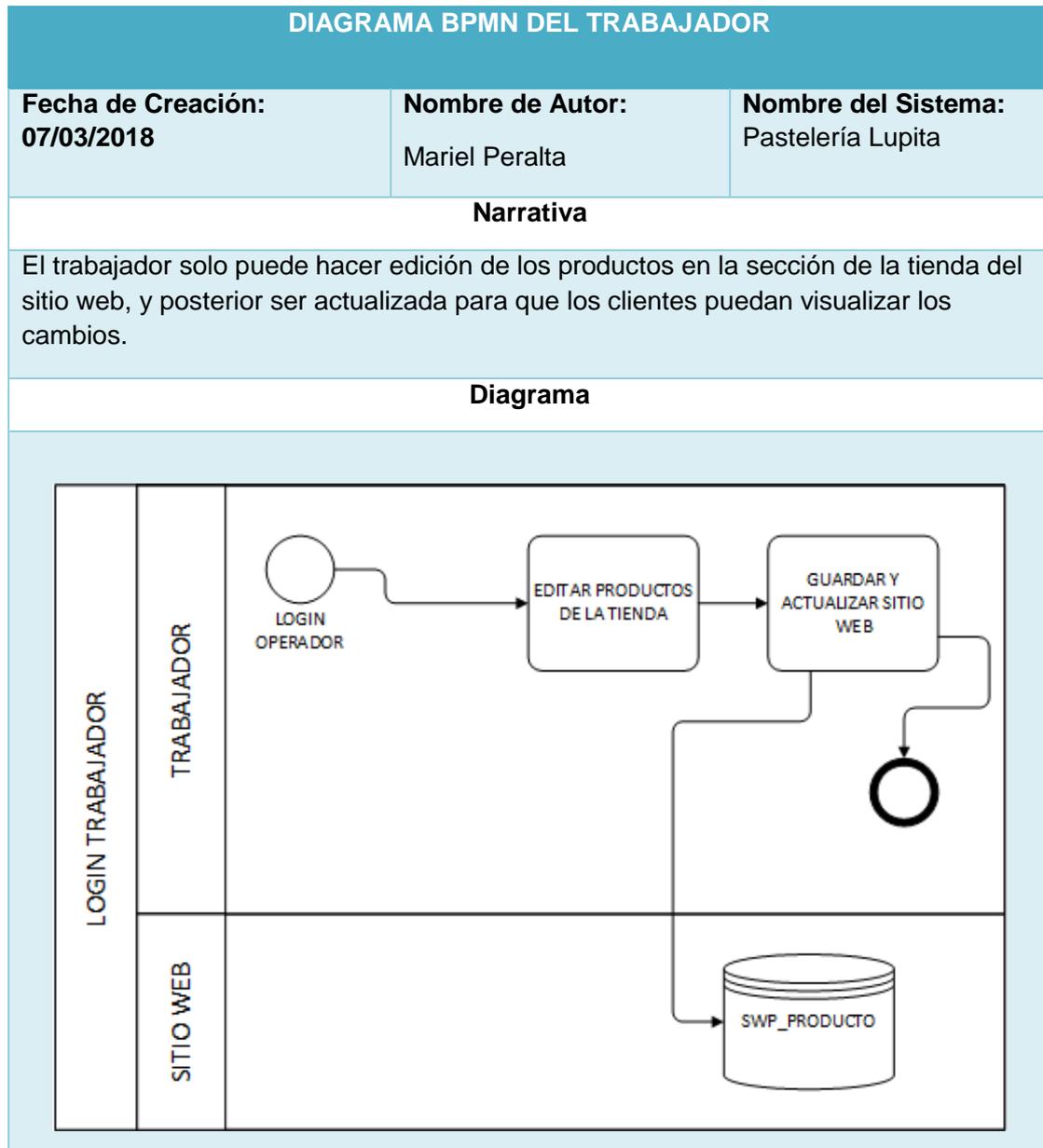
Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Diagrama del Administrador



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Diagrama del Trabajador



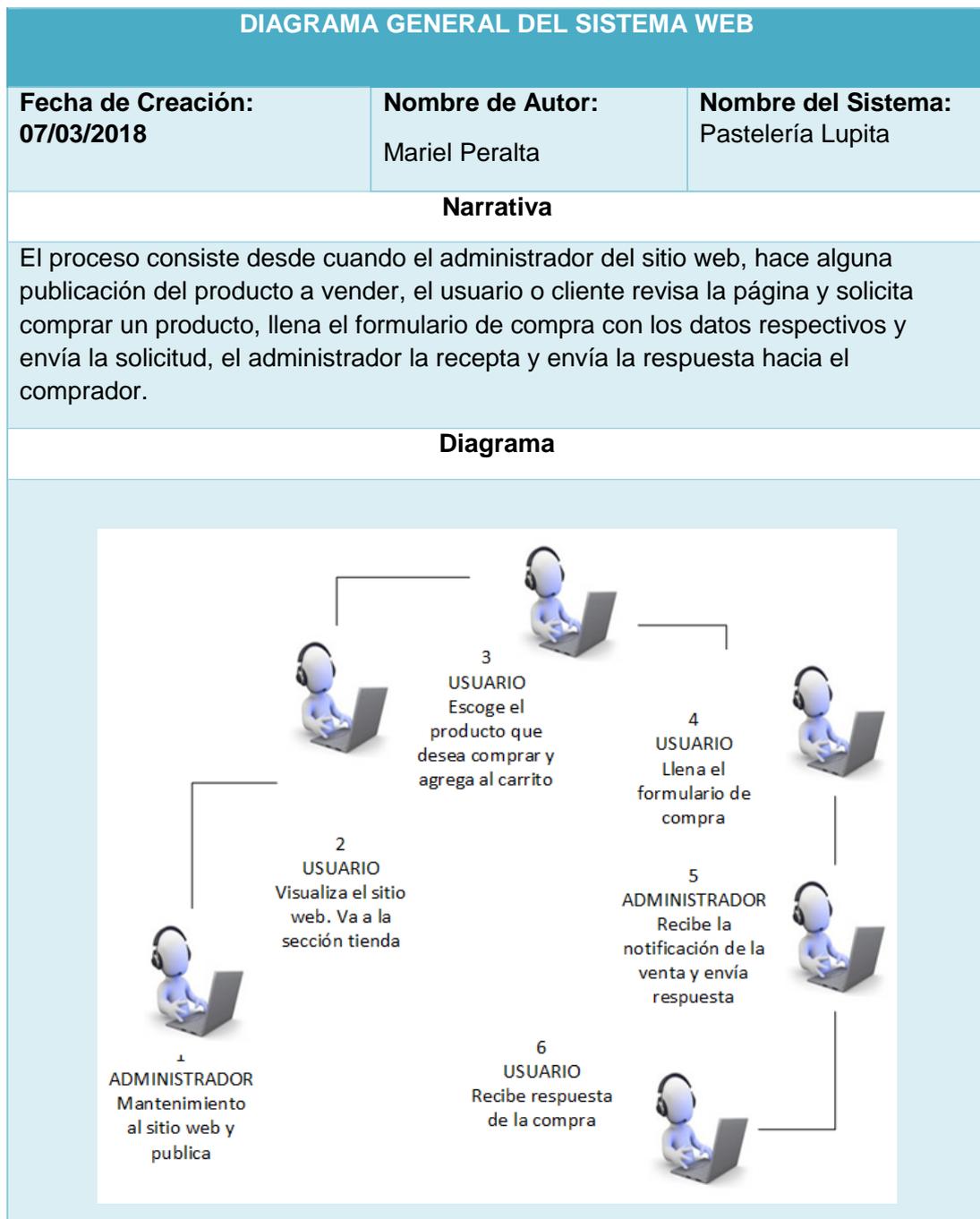
Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.8.1 Diagrama General del Sistema Web Nomenclatura

Símbolo		Descripción
		Proceso
		Enlace

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Diagrama General



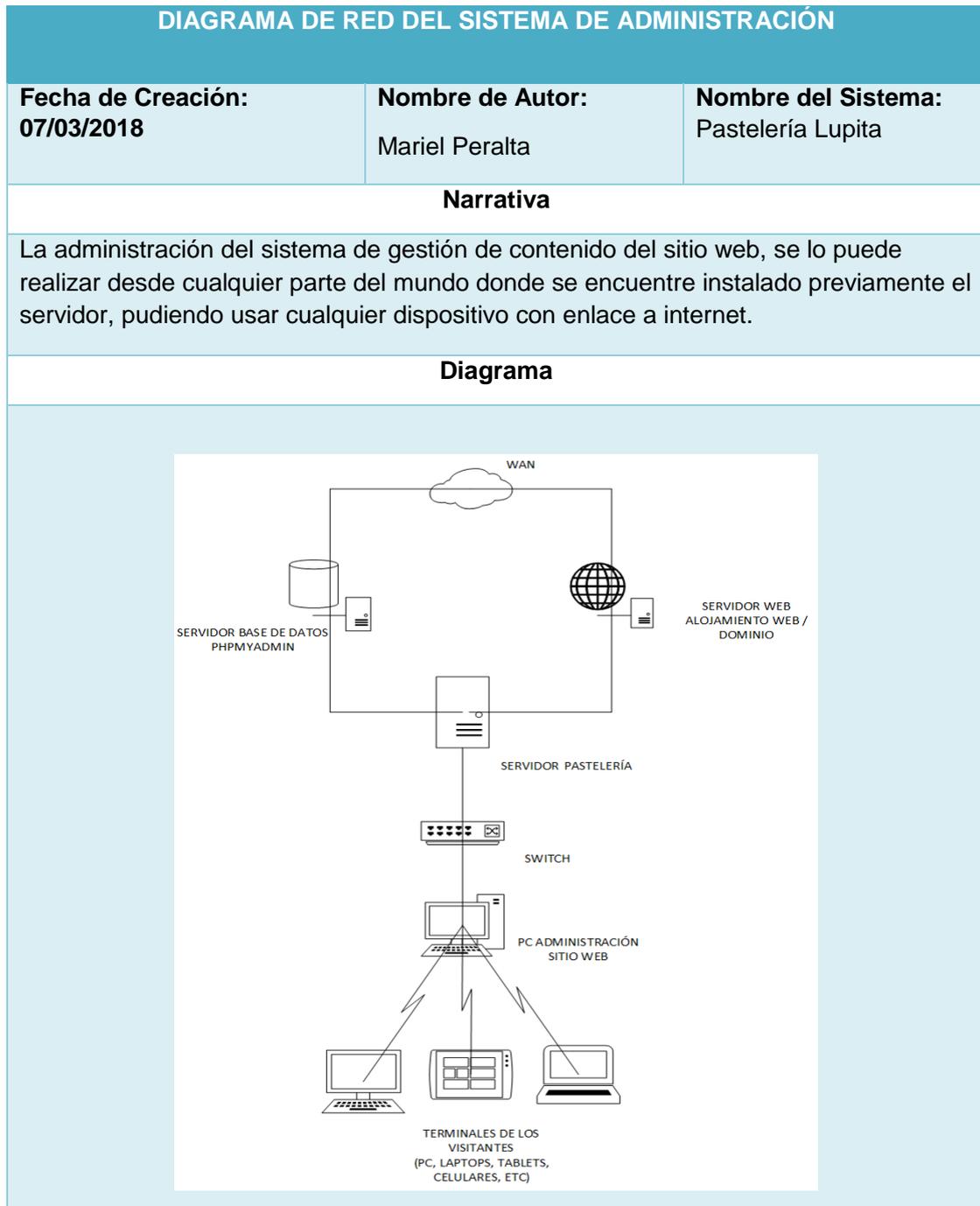
Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.8.2 Diagrama de Red del Sitio Web Nomenclatura

Símbolo	Descripción
	Nube / WAN, red exterior
	Servidor de Base de Datos
	Servidor Web
	Servidor
	Conmutador / Switch
	PC
	Terminal PC
	Terminal Tablet
	Terminal Laptop
	Vínculo de Comunicación

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Diagrama de Red



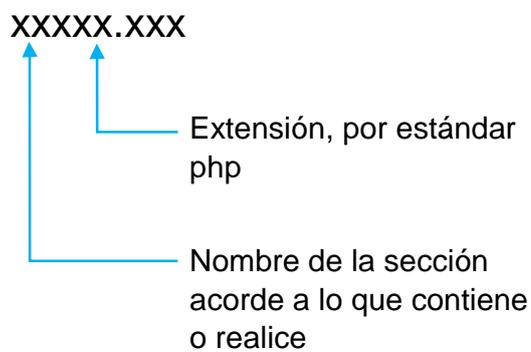
Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.9 Estandarización de formatos

4.9.1 Formato para secciones web

Las secciones de la página web tendrán nombres que representen lo que contienen o del proceso que se pueda realizar en dicha sección, como por ejemplo en la sección donde se van a encontrar exhibidos los productos de la pastelería tendrá el nombre de “tienda.php”, para de esta manera poder trabajar de manera ordenada el código y sea entendible para cualquier futuro mantenimiento en el código.

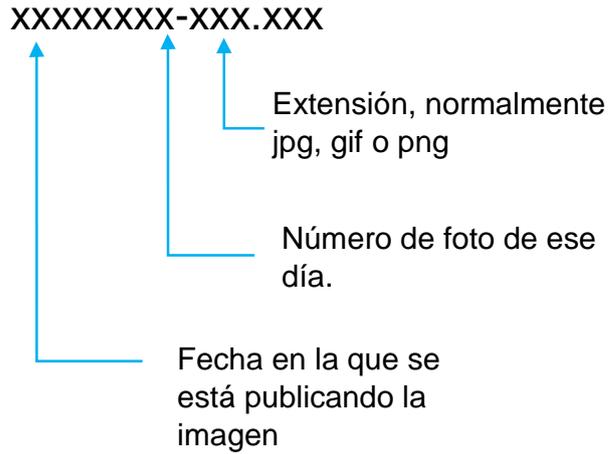
El formato estándar o general sería:



4.9.2 Formato para imágenes

Las imágenes que contiene el sitio web de los productos que se encuentran en la sección tienda, tendrán de nombre la fecha del día de la publicación seguida de un guion y posterior a ello el número de la foto del día en tres cifras: como por ejemplo si la foto se publica el 7 de marzo del 2018, y es la segunda foto del día, tendrá de nombre “07032018-002.png”.

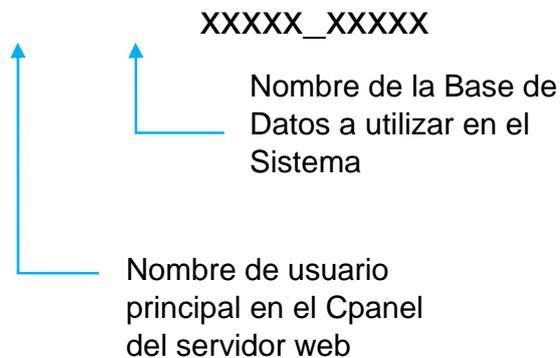
El formato general sería:



4.9.3 Formato para el nombre de base de datos

La base de datos por ser parte del phpmyadmin del Cpanel, el nombre de la sesión principal se adoptará para la base de datos con un subguion y por último dándole un nombre descriptivo de lo que va a contener o donde va a funcionar.

Formato por estándar:



4.9.4 Formato para el nombre de las tablas

El formato se lo define por estándar en las tablas de la base de datos, con respecto a que siempre va a tener al principio las sigas “SWP_”, el cual significa “Sistema Web Pastelería”; seguido del nombre que identifique a la tabla en letras

mayúsculas como por ejemplo, si se desea la tabla “usuario”, sería “SWP_USUARIO”

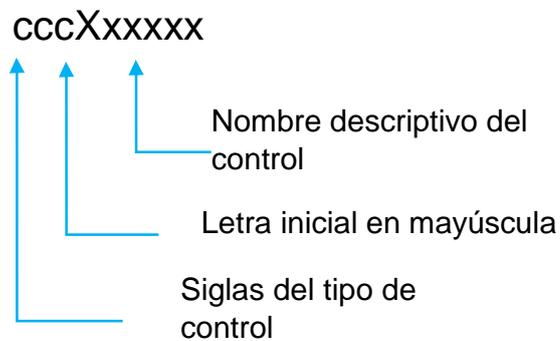
El formato estándar será:



4.9.5 Formato para el nombre de controles

El nombre que se utilizará para el código en los controles del sistema será acorde a lo que realicen para poderlo de esta manera reconocer o poderlo llamar cuando se lo desee en la programación, pero con su primera letra en mayúscula; pero siempre anteponiendo las tres primeras iniciales del tipo de control que se está utilizando en letras minúsculas para saber de qué tipo es y que función puede o estará realizando.

El formato estándar para los controles será:

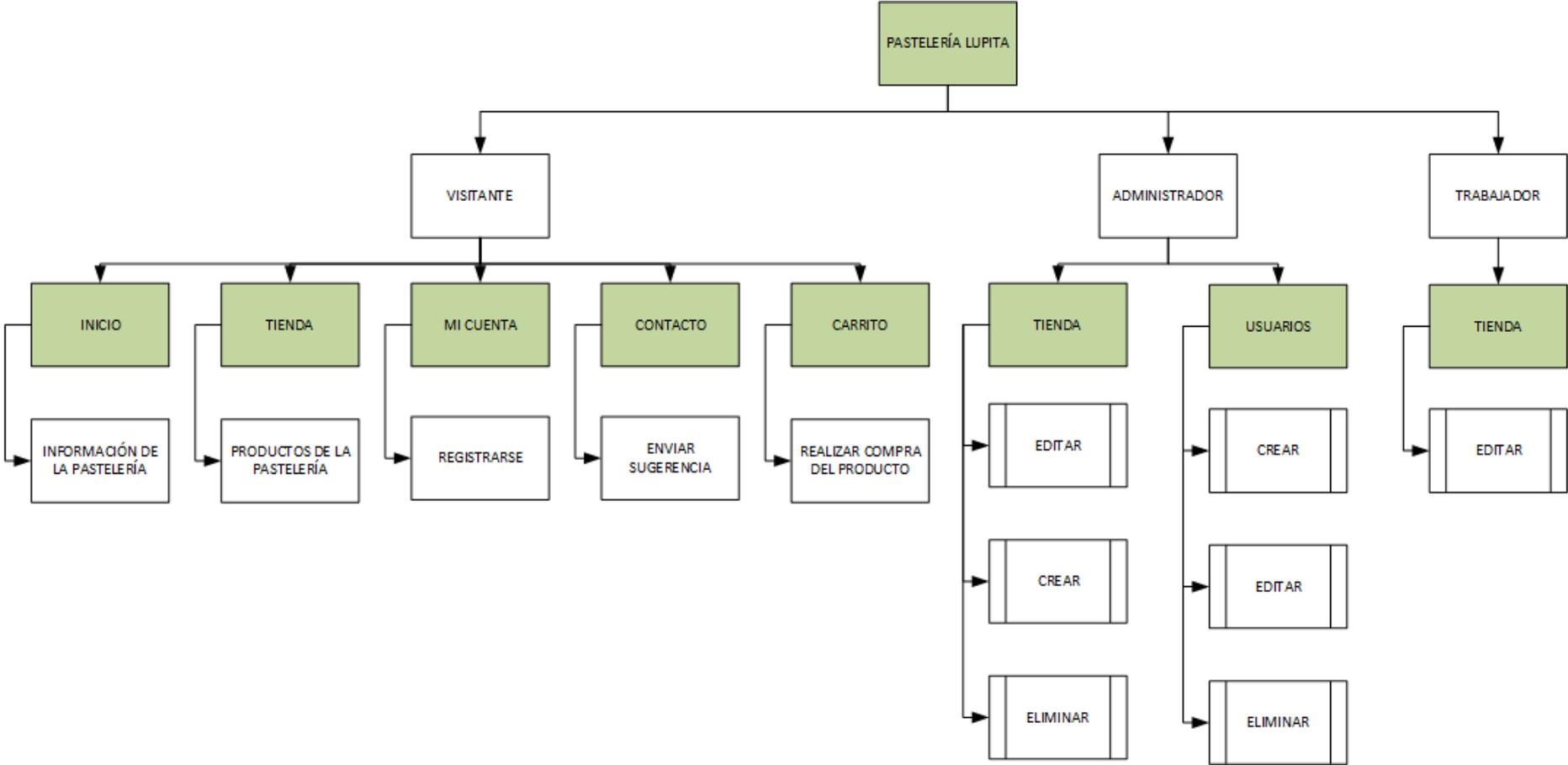


Controles

Control	Iniciales
Button	Btn
Combobox	Cbo
Label	Lbl
Textbox	Txt
Datagridview	Dgv
Toolstrip	Tls
Radiobutton	Rbl
Groupbox	Gbx
Checkbox	ckb
Panel	pnl
Menustrip	mnu

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

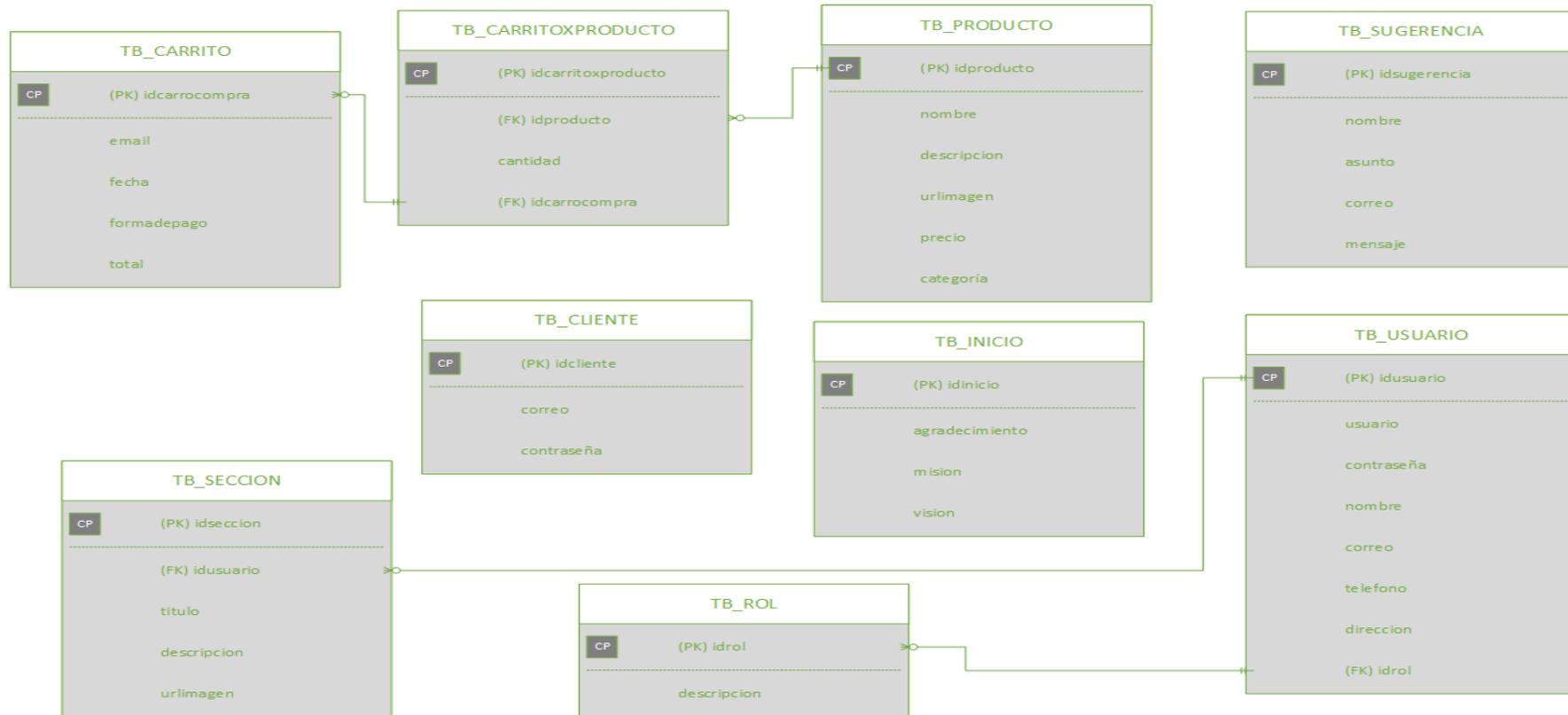
4.10 Diagrama Jerárquico HIPO



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.11 Modelamiento de Datos

4.11.1 Modelo Entidad – Relación



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.11.2 Diccionario de datos

Tabla Carrito x Producto

Tabla Producto

Tabla Carrito

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_CARRITO		Versión:		1.0
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para el registro del encabezado de la compra						
Nombre de la Base de Datos:		Adpas_Pastelería				
Autor (Creación):		Mariel Peralta		Fecha Creación:		08/03/2018
Autor (Última Modificación):		Mariel Peralta		Fecha Modificación:		08/03/2018
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idcarrocompra	INT	4	NOT NULL	Identificador Único de la Compra
2		Email	VARCHAR	100		Correo del Comprador
3		Fecha	DATE	10		Fecha de la Compra

Tabla Sección

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_SECCION		Versión:		1.0
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para el registro de las secciones de la página web						
Nombre de la Base de Datos:		Adpas_Pastelería				
Autor (Creación):		Mariel Peralta		Fecha Creación:		08/03/2018
Autor (Última Modificación):		Mariel Peralta		Fecha Modificación:		08/03/2018
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idseccion	INT	4	NOT NULL	Identificador Único de la Sección
2		urlimagen	VARCHAR	100		Imagen
3		descripcion	VARCHAR	2000		Descripción de la Sección
4	FK	idusuario	INT	4		Identificador Único del Usuario
5	IX	titulo	VARCHAR	100		Título de la Sección

Tabla Cliente

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_CLIENTE		Versión:		1.0
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para el registro de los clientes						
Nombre de la Base de Datos:		Adpas_Pastelería				
Autor (Creación):		Mariel Peralta		Fecha Creación:		08/03/2018
Autor (Última Modificación):		Mariel Peralta		Fecha Modificación:		08/03/2018
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idcliente	INT	4	NOT NULL	Identificador Único del Usuario
2		contrasena	VARCHAR	100		Contraseña del Usuario
3		correo	VARCHAR	200		Correo del Usuario

Tabla Sugerencia

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_SUGERENCIA		Versión:		1.0
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para el registro de las sugerencias de los clientes						
Nombre de la Base de Datos:		Adpas_Pastelería				
Autor (Creación):		Mariel Peralta		Fecha Creación:		08/03/2018
Autor (Última Modificación):		Mariel Peralta		Fecha Modificación:		08/03/2018
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idsugerencia	INT	4	NOT NULL	Identificador Único de la sugerencia
2	IX	nombre	VARCHAR	100		Nombre del cliente
3		correo	VARCHAR	100		Correo del cliente
4		mensaje	VARCHAR	2000		Mensaje ingresado por cliente
5		asunto	VARCHAR	100		Asunto del mensaje por cliente

Tabla Inicio

DATOS DE LA TABLA

Nombre de la tabla:	TB_INICIO	Versión:	1.0
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para el registro de información que se mostrará a los clientes sobre el negocio			
Nombre de la Base de Datos:	Adpas_Pastelería		
Autor (Creación):	Maríel Peralta	Fecha Creación:	08/03/2018
Autor (Última Modificación):	Maríel Peralta	Fecha Modificación:	08/03/2018

CAMPOS DE LA TABLA

No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idinicio	INT	4	NOT NULL	Identificador Único de Inicio
2		agradecimiento	VARCHAR	3000		Agradecimiento del negocio
3		misión	VARCHAR	2000		Misión del negocio
4		visión	VARCHAR	2000		Visión del negocio

Tabla Rol

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_ROL		Versión:		1.0
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para el ingreso de los datos del rol						
Nombre de la Base de Datos:		Adpas_Pastelería				
Autor (Creación):		Mariel Peralta		Fecha Creación:		08/03/2018
Autor (Última Modificación):		Mariel Peralta		Fecha Modificación:		08/03/2018
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idrol	INT	4	NOT NULL	Identificador Único del Rol
2		descripción	VARCHAR	200		Descripción del Rol

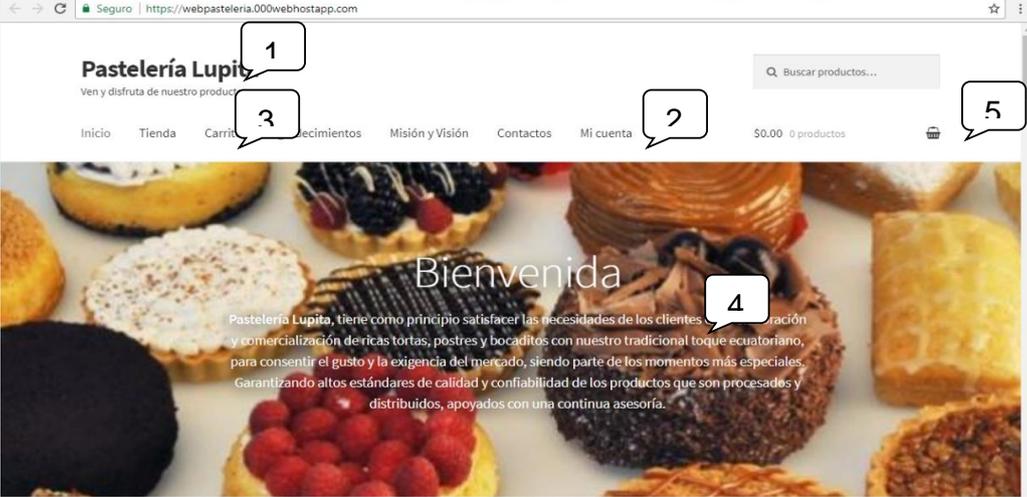
Tabla Usuario

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_USUARIO		Versión:	1.0	
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para el ingreso de los datos del usuario						
Nombre de la Base de Datos:		Adpas_Pastelería				
Autor (Creación):		Mariel Peralta		Fecha Creación:	08/03/2018	
Autor (Última Modificación):		Mariel Peralta		Fecha Modificación:	08/03/2018	
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idusuario	INT	4	NOT NULL	Identificador Único del Usuario
2	IX	usuario	VARCHAR	100		Nick del Usuario
3		contrasena	VARCHAR	100		Contraseña del Usuario
4		nombre	VARCHAR	200		Nombre del Usuario
5		dirección	VARCHAR	200		Dirección del Usuario
6		correo	VARCHAR	200		Correo del Usuario
7		teléfono	VARCHAR	10		Teléfono del Usuario

4.12 Diseño de Pantallas

4.12.1 Pantallas del Visitante

Pantalla de Inicio

DISEÑO PANTALLA INICIO		
Fecha de Creación: 08/03/2018	Nombre de Autor: Mariel Peralta	Nombre del Sistema: PASTELERÍA LUPITA
Narrativa		
Descripción: Pantalla de inicio del sitio web		
Pantalla		
 <p>The screenshot shows the home page of the Pastelería Lupita website. It features a header with the logo, a search bar, and a navigation menu. Below the header is a large banner image of various pastries with the text 'Bienvenida' and a paragraph of introductory text. Five numbered callouts are placed over the page: 1 points to the logo, 2 to the 'Mi cuenta' link, 3 to the 'Carrito' link, 4 to the 'Bienvenida' text, and 5 to the shopping cart icon.</p>		

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES		
Ítem	Componente	Contenido
1	lblNombreP	Etiqueta para el nombre de la pastelería
2	lblCuenta	Etiqueta para el título de la sección Mi Cuenta
3	lblCarrito	Etiqueta para el título de la sección Carrito
4	txtBienvenida	Caja de texto para escribir la bienvenida
5	ptbCarrito	Logo del Carrito de Compra

Pantalla Tienda

DISEÑO PANTALLA TIENDA		
Fecha de Creación: 08/03/2018	Nombre de Autor: Mariel Peralta	Nombre del Sistema: PASTELERÍA LUPITA
Narrativa		
Descripción: Pantalla de la pantalla tienda		
Pantalla		
 <p>The screenshot shows a bakery store interface. At the top, there is a heading 'Comprar por categoría' with a callout '1' pointing to it. Below this, there are three product images: 'Bocaditos (3)' with callouts '2' and '4', 'Pasteles (4)', and 'Postres (1)'. At the bottom, there is a 'Novedades' section. A 'Powered by 000webhost' logo is visible in the bottom left corner.</p>		

Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES		
Ítem	Componente	Contenido
1	lblCategoria	Etiqueta para Categoría
2	ptbProducto1	Imagen del Producto 1
3	lblNombreP1	Etiqueta para el nombre del Producto 1
4	lblStockP1	Etiqueta para el stock del producto 1

Agradecimientos - Pastel

Es seguro | <https://webpasteleria.000webhostapp.com/agradecimientos/>

PASTELERIA LUPITA

Inicio Tienda Carrito Agradecimientos Misión y Visión Contactos Mi cuenta 0 productos

Inicio > Agradecimientos

Agradecimientos

Primeramente y sobre todo agradezco a Dios por su amor y bondad de haber permitido llegar a culminar esta etapa tan importante de mi vida. A mi madre por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, formándome con regalías y libertades, motivándome cada día a luchar para alcanzar mis sueños. A mis maestros por impartir sus conocimientos sin egoísmo y formarme profesionalmente, a mis compañeros con quienes departir gratos momentos, mi eterno agradecimiento.

Powered by 000webhost

INICIO / AGRADECIMIENTO

Misión y Visión - Pastel

Es seguro | <https://webpasteleria.000webhostapp.com/mision-y-vision/>

PASTELERIA LUPITA

Inicio Tienda Carrito Agradecimientos Misión y Visión Contactos Mi cuenta 0 productos

Inicio > Misión y Visión

Misión y Visión

Misión

Pastelería Lupia, tiene como principio satisfacer las necesidades de los clientes en la elaboración y comercialización de ricas tortas, postres y bocaditos con nuestro tradicional toque ecuatoriano, para consentir el gusto y la exigencia del mercado, siendo parte de los momentos más especiales. Garantizando altos estándares de calidad y confiabilidad de los productos que son procesados y distribuidos, apoyados con una continua asesoría.

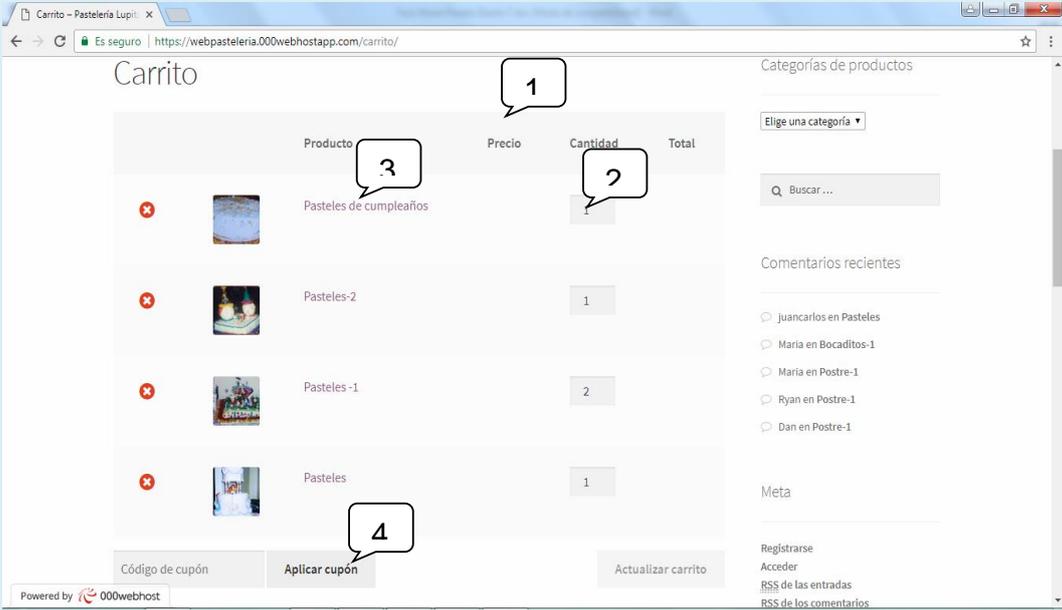
Visión

Pasar de ser de una pastelería desconocida a reconocida en plazo de dos años siendo la mejor opción en pasteles, postres y bocaditos, innovando continuamente los sabores, diseños y decoraciones. Aprovechando las oportunidades que el mercado ofrece para crecer ordenadamente, con excelencia y así mantener la lealtad de los clientes, con recursos humanos eficaz, eficiente y responsable.

Powered by 000webhost

INICIO / MISIÓN Y VISIÓN

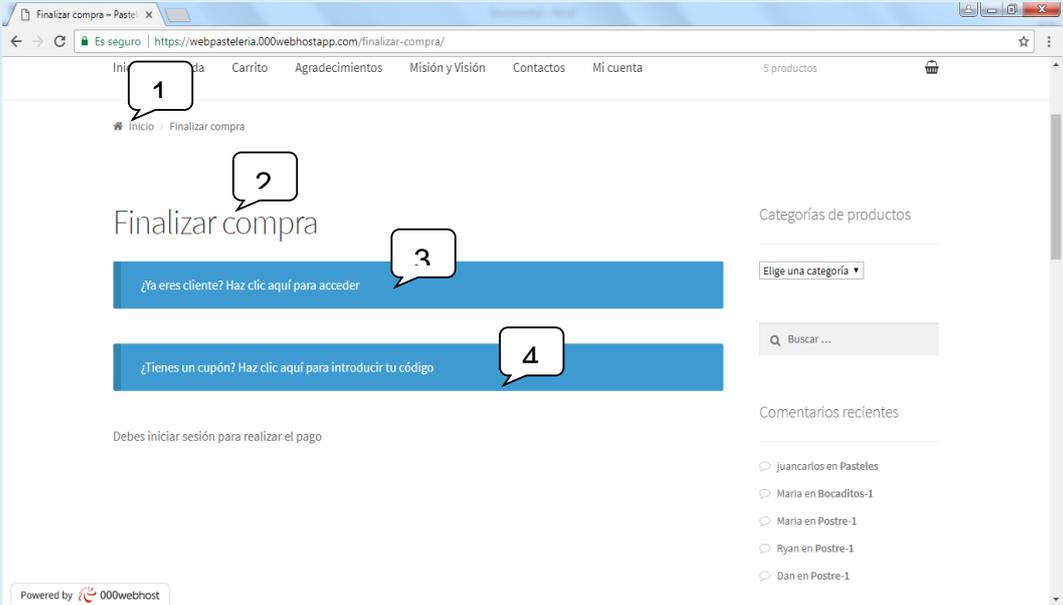
Pantalla Carrito

DISEÑO PANTALLA CARRITO		
Fecha de Creación: 22/03/2018	Nombre de Autor: Mariel Peralta	Nombre del Sistema: PASTELERÍA LUPITA
Narrativa		
Descripción: Pantalla del carrito de compra		
Pantalla		
 <p>The screenshot shows a web browser window titled 'Carrito - Pastelería Lupita'. The main content area is a shopping cart table with columns for 'Producto', 'Precio', 'Cantidad', and 'Total'. The table contains four items: 'Pasteles de cumpleaños', 'Pasteles-2', 'Pasteles-1', and 'Pasteles'. Callout 1 points to the 'Carrito' title, callout 2 to the quantity input field for 'Pasteles de cumpleaños', callout 3 to the product name 'Pasteles de cumpleaños', and callout 4 to the 'Aplicar cupón' button. The right sidebar includes 'Categorías de productos', a search bar, 'Comentarios recientes', and a 'Meta' section with links like 'Registrarse' and 'Acceder'.</p>		

LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES

Ítem	Componente	Contenido
1	dgvCarrito	Datagridview del carrito de compra
2	txtCantidadCarrito	Caja de texto para la cantidad del producto
3	lblCarrito	Etiqueta para el título de la sección Carrito
4	btnCupón	Botón para aplicar cupon

Pantalla Finalizar Compra

DISEÑO PANTALLA FINALIZAR COMPRA		
Fecha de Creación: 22/03/2018	Nombre de Autor: Mariel Peralta	Nombre del Sistema: PASTELERÍA LUPITA
Narrativa		
Descripción: Pantalla del finalizar la compra		
Pantalla		
		

LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES

Ítem	Componente	Contenido
1	Enlace "Inicio"	Enlace para regresar a la pantalla de Inicio
2	lblFinalizar	Etiqueta para el título Finalizar Compra
3	btnSoyCliente	Botón si eres cliente de la pastelería
4	btnTienesCupón	Botón si tienes cupón para introducir código

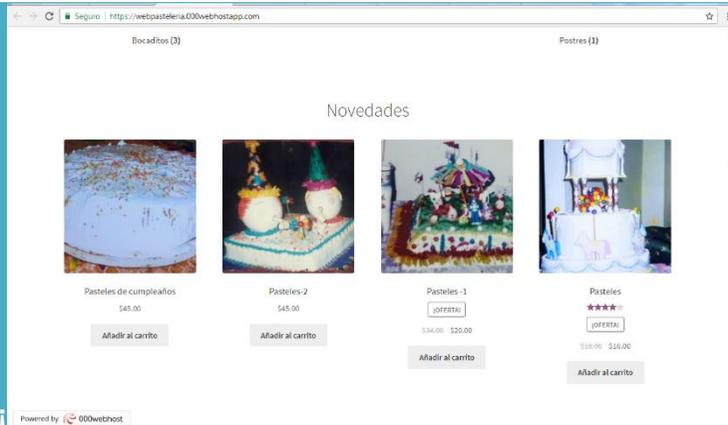
Pantalla Mi Cuenta

DISEÑO PANTALLA FINALIZAR COMPRA		
Fecha de Creación: 22/03/2018	Nombre de Autor: Mariel Peralta	Nombre del Sistema: PASTELERÍA LUPITA
Narrativa		
Descripción: Pantalla ingresar como usuario o registrarse		
Pantalla		

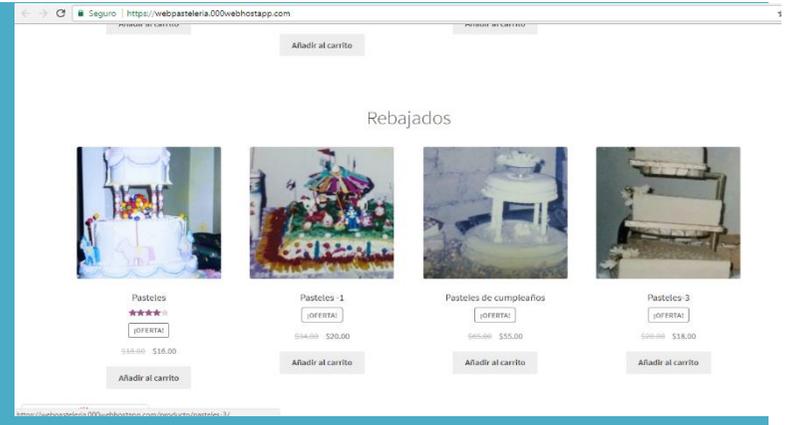
LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES		
Ítem	Componente	Contenido
1	Enlace "Inicio"	Enlace para regresar a la pantalla de Inicio
2	lblMicuenta	Etiqueta para el título Mi Cuenta
3	txtUsuario	Caja de texto para ingresar el usuario
4	btnAcceder	Botón para ingresar al sitio web como usuario

Pantalla Tienda

DISEÑO PANTALLA TIENDA		
Fecha de Creación: 08/03/2018	Nombre de Autor: Mariel Peralta	Nombre del Sistema: PASTELERÍA LUPITA
Narrativa		
Descripción: Pantalla de la pantalla tienda		
Pantalla		
		
Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López		
LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES		
Ítem	Componente	Contenido
1	lblCategoria	Etiqueta para Categoría
2	ptbProducto1	Imagen del Producto 1
3	lblNombreP1	Etiqueta para el nombre del Producto 1
4	lblStockP1	Etiqueta para el stock del producto 1



TIENDA / NOVEDADES



TIENDA / REBAJADOS



TIENDA / LOS MÁS VENDIDOS

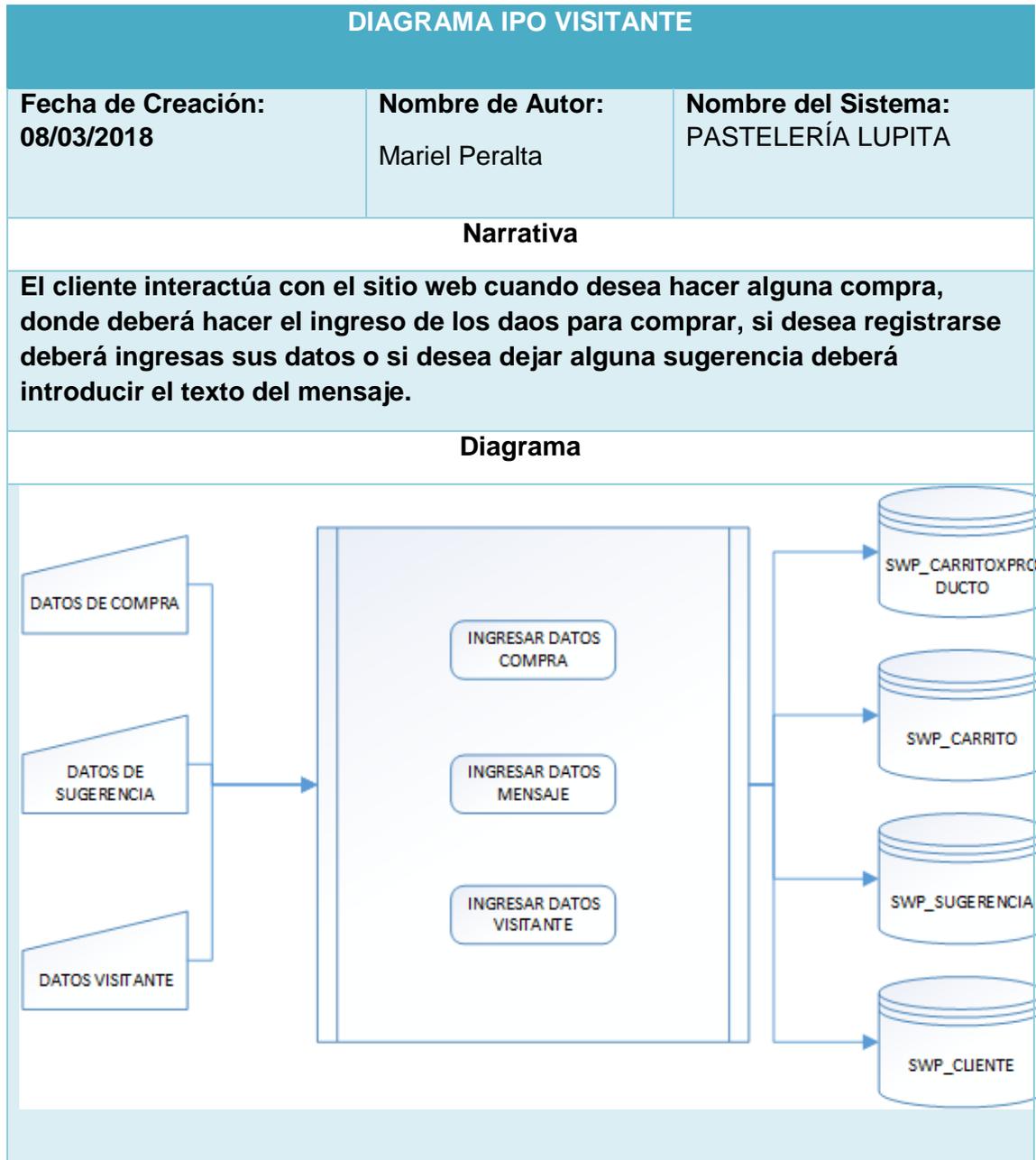
Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.12.2 Conclusión del diseño de Pantallas

El diseño de las pantallas fue elaborado mediante metodologías de desarrollo ágil para de esta manera poder cumplirlas en el tiempo estimado del proyecto, por ende esto facilita obtener un cliente satisfecho al obtener la entrega de un producto en la fecha estipulada, y cumpliendo las normas de calidad como son las buena programación de un código ordenado para que pueda ser entendible por cualquier desarrollador que desea generar el mantenimiento en un futuro.

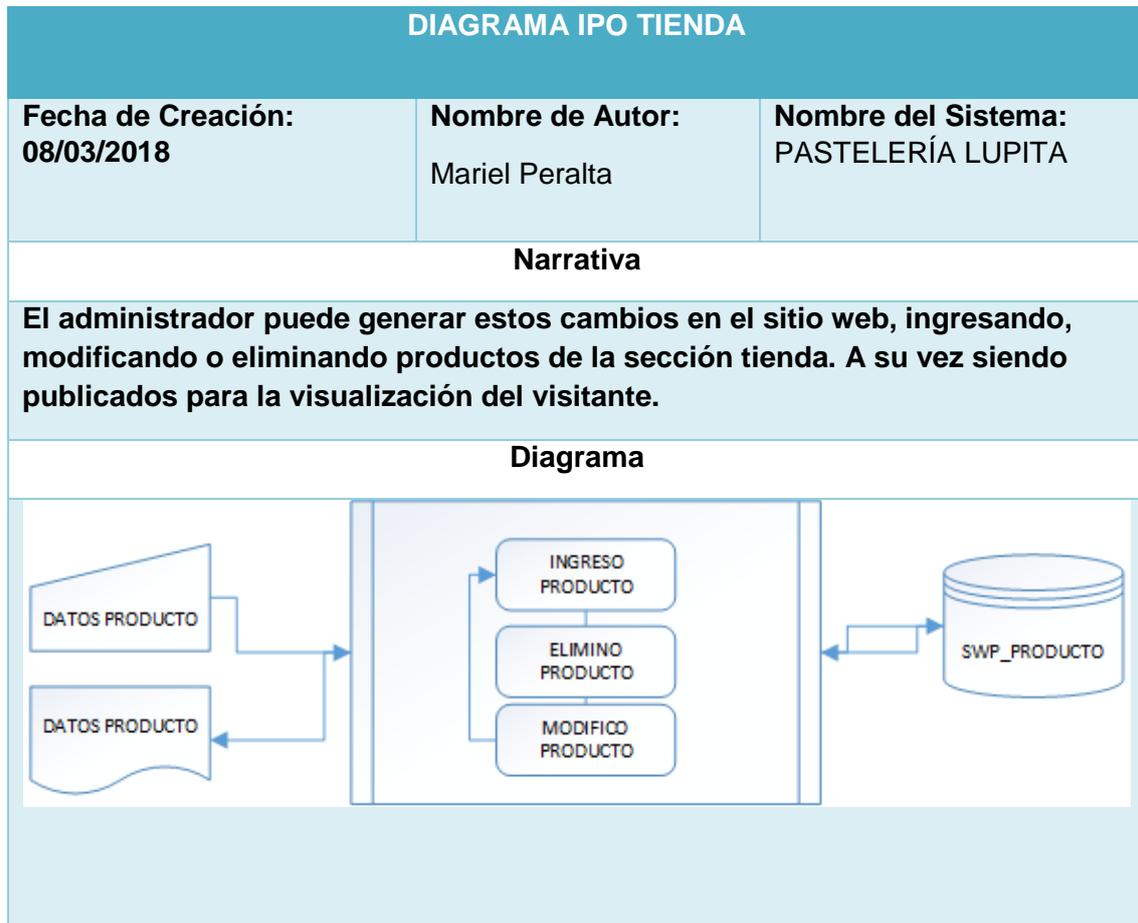
4.13 Diagrama IPO

4.13.1 Visitante



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

4.13.2 Mantenimiento Tienda



Elaborado por: Mariel Lilibeth Peralta López

Conclusiones

El uso del internet para dar visibilidad a cualquier empresa es una de las herramientas más rápidas y eficientes y de bajo presupuesto que existe en la actualidad. Debido a la digitalización de la información la mayoría de las empresas que no cuentan con una página web, no son consideradas por los usuarios, por lo tanto la gestión de páginas que no solo permitan el catálogo de una empresa sino también registrar pedidos que los clientes quieran, de esta manera pueden obtener más fácilmente es vital para toda empresa que quiera incursionar en el mercado digital comercial.

Considerando la situación actual de la pastelería lupita, se considera que existen grandes falencias al momento de promocionar los productos, esto requiere que los clientes acudan a la tienda física, lo cual limita que se pueden expandir a clientes potenciales, los mismos que pueden observar los productos que se venden, a no ser que exista una herramienta que puedan conocer el catálogo de las diferentes variedades de productos que se ofrecen.

De esta manera se considera necesaria la creación de una página web que permita que el usuario y clientes potenciales tengan un acceso mucho más directo sin la necesidad de acercarse a las instalaciones. Esto permite comparar la información recibida con la oferta de la pastelería con otras compañías de la misma rama y poder tener una mejor elección al momento de decidir los productos a adquirir. Esto no solamente ayudara a incrementar las ventas, sino que de manera indirecta también es publicidad que permitan lograr llegar a mas mercados.

Recomendaciones

Se recomienda ir actualizando día a día con los productos que dispone la pastelería según vayan adquiriendo, así mismo, incorporar un foro abierto donde se brinde información y sugerencias sobre los productos, de esta manera, por comentarios de los clientes, se puede mejorar el software que se pretende implementar en la pastelería LUPITA.

También se recomienda que la página web disponga de un blog donde se den a conocer los productos próximos a salir, lo cual generaría expectativa entre los clientes, provocando que estos, quieran adquirir, llamando la atención con algún tipo de promoción para las 10 o 20 primeras personas en solicitar el producto que saldrá próximamente.

Por lo tanto, se recomienda ir actualizando el sistema web, analizar otros lenguajes de programación y ver si es pertinente migrar los datos mediante un lenguaje más actualizado, no solo tomar en cuenta, la parte lógica, es decir, la programación o el diseño web, sino también, la parte física, es decir, también se tiene que tomar en cuenta los equipos informáticos, se debe de actualizarlos de acuerdo a las necesidades de la empresa.

También se recomienda realizar un estudio de mercado sobre la incidencia del uso de las páginas web en las Pymes dedicadas a la producción de panadería y pastelería con el fin de determinar sus ventajas en el posicionamiento de las mismas en su mercado.

Finalmente, se establece la necesidad de conocer las nuevas tendencias digitales para la promoción de los productos y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas, para determinar nuevas estrategias por medio del uso de herramientas digitales que permitan diversificar sus canales de comunicación con el cliente como el uso de aplicaciones móviles, entre otros.

Bibliografía

- Agno, M. (Lunes de Julio de 2009). *ADMINISTRACION DE CENTROS DE COMPUTO*. Obtenido de <http://nanotecnologia-desenfrenada.blogspot.com/2009/07/historia-de-la-nanotecnologia.html>
- Alelu, M., Cantin, S., & Lopez, N. (2013). *Estudios de Encuestas*. Obtenido de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf
- Amaya, C. (2015). *Universidad Catolica de los Angeles Chimbote*. Obtenido de <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/138659/7460/13865920150714031858.docx>
- Araujo, A. (30 de Junio de 2008). *Emprender con Tecnologías de Información*. Obtenido de <https://adolfoaraujo.com/tag/centro-de-computo/>
- Arenas, N. (2007). *Globalización e identidad latinoamericana*. Obtenido de http://nuso.org/media/articles/downloads/2568_1.pdf
- ARTESANOS ECUADOR. (2016). *LA CALIFICACIÓN ARTESANAL*. Obtenido de <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=14&idiom=1>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Grupo editorial Patria.
- Behar, D. (2008). *Introducción a la metodología de la investigación*. Mexico: Shalon 2008.
- Belloch. (2012). Obtenido de <https://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Benchmark. (2017). *Boletines electrónicos*. Obtenido de <http://www.benchmarkemail.com/es/resources/email-marketing-articles/enewsletter-what-exactly-is-that>
- Bravo, L. (8 de Octubre de 2010). *La Importancia de las Ventas*. Obtenido de <http://luisbravoleon.blogspot.com/2010/10/la-importancia-del-proceso-de-ventas.html>
- Calidad y Gestion. (2010). *Estrategias para la mejora continua*. Obtenido de http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/58_ciclo_pdca_estrategia_para_mejora_continua.html
- CCF Aprende Libre. (2013). *Informática Básica*. Obtenido de https://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/informatica_basica/empezando_a_usar_un_computador/1.do
- CCM Benchmark. (2012). *Lenguajes de programación*. Obtenido de <http://es.ccm.net/contents/304-lenguajes-de-programacion>

- Celaya, J. (2000). Obtenido de <http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/162/8/978-84-611-9437-7.pdf>
- CIBERNAT. (2015). *Soluciones tecnologicas efectivas*. Obtenido de <http://cibernat.com/articulos/computacion-en-la-nube>
- Computer and Technology. (2012). *Centros De Cómputo*. Obtenido de <http://csandoval.net/cc.php>
- Contreras. (2004). *Tesis de investigación*. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/04/poblacion-y-muestra-ejemplo.html>
- Cuadros, A. (2013). *TECNATO*. Obtenido de <http://tecnato.com/computacion-en-la-nube-que-es-y-como-funciona/>
- Decreto 1014 Software libre de Ecuador. (11 de Abril de 2008). *Decreto 1014*. Obtenido de <https://drwn.wordpress.com/2008/04/11/decreto-1014-software-libre-en-ecuador/>
- Definicion. (2017). *Recoleccion de datos*. Obtenido de <https://definicion.de/recoleccion-de-datos/>
- DefiniciónABC. (2006). *Definición de Centro de Cómputo*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/tecnologia/centro-de-computo.php>
- DIRECCION METROPOLITANA TRIBUTARIA. (2013). *Requisitos para la Obtención de clave y patente municipal*. Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/SitioMovil/DetalleTramite.aspx?Tramite=251>
- Domingo, J. (2015). *Innovación y conocimiento*. Obtenido de <https://juandomingofarnos.wordpress.com/2011/09/12/la-sociedad-del-conocimiento-las-tic-su-influencia-social-y-educativa/>
- Economias-Online. (16 de Marzo de 2008). *Servicios de internet*. Obtenido de <http://www.economicas-online.com/interser.htm>
- ED Economía digital. (17 de Marzo de 2005). *¿Que es internet?* Obtenido de <http://www.microsiervos.com/archivo/internet/que-es-internet.html>
- EDUTEC. (Noviembre de 2007). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de información.
- El diario. (22 de Febrero de 2016). La cara mas oscura de la tecnologia movil. *Catalunya Plural*, pág. 3.
- El sistema operativo GNU. (6 de Abril de 2017). *¿Qué es el software libre?* Obtenido de <https://www.gnu.org/philosophy/free-sw.es.html>
- ESPECTADOR. (9 de Abril de 2007). *ESPECTADOR*. Obtenido de El impacto de la tecnología en el lenguaje: <http://www.espectador.com/sociedad/92839/el-impacto-de-la-tecnologia-en-el-lenguaje>

- European Laboratory for Particle Physics. (2013). *¿Qué es la World-Wide Web?* Obtenido de http://www3.uah.es/farmamol/Public/Curso_Internet/CERN/quees.html
- Facil Contabilidad. (2015). *Método FIFO o PEPS en la valoración del inventario*. Obtenido de <https://www.facilcontabilidad.com/metodo-fifo-o-peps-en-la-valoracion-del-inventario-contabilidad/>
- Fernandez, G., & Javier, M. (2001). El Plan de Ventas. En G. Fernandez, & M. Javier, *El Plan de Ventas* (pág. 3). ESIC Editoriales.
- Galán, M. (27 de Mayo de 2008). *Guía Metodológica Para Diseños De Investigación*. Obtenido de http://manuelgalan.blogspot.com/2008_05_25_archive.html
- Garcia, M., & Uceda. (2008). *Las Claves de la Publicidad*. MADRID: ESIC Editorial.
- gestionpolis. (2006). *Fundamentos de administración de empresas*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/fundamentos-de-administracion-de-empresas/>
- Gestiopolis. (17 de Abril de 2005). *El objetivo de una página web*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/objetivo-de-una-pagina-web/>
- Gómez, R., Moreno, J., González, R., & Igualada, M. (2008). *Software de Comunicaciones*. Madrid.
- Gonzalez, V. (1 de marzo de 2016). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PASTELERÍA FINA "DULCES SUSPIROS" EN LA CIUDAD DE CHICLAYO*. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/671/1/TL_Gonzalez_Sala_Valeria.pdf
- Hades. (10 de Junio de 2014). *Redes*. Obtenido de <http://redes5cp2g42014.blogspot.com/2014/06/backbonearpanetnsfnet.html>
- Haro, W. (15 de octubre de 2010). *Estrategias de Publicidad y su incidencia en las ventas de la Panadería y Pastelería "Ecuapan" en la Ciudad de Ambato durante el 2010*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1480/1/217%20Ing.pdf>
- Herald. (2010). *ADMINISTRACION DE CENTROS DE COMPUTO*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/3081866/Administracion-de-Centros-de-Computo>
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (1997). *Metodología de la investigación*. Mexico: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. D. (2010). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://www.pucesi.edu.ec/web/wp->

content/uploads/2016/04/Hern%C3%A1ndez-Sampieri-R.-
Fern%C3%A1ndez-Collado-C.-y-Baptista-Lucio-P.-2003.-
Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n.-M%C3%A9xico-
McGraw-Hill-PDF.-Descarga-en-l%C3%ADnea.pdf

- Hernandez, S. (2010). *Metodologia de la investigacion*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>
- Hernandez, S. (2011). *Diseño de investigacion*. Obtenido de Poblacion y muestra: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/cilia_l_va/capitulo3.pdf
- IESS. (13 de Septiembre de 2017). *Servicios de salud*. Obtenido de <https://www.iesse.gob.ec/es/web/pensionados/servicios-de-salud>
- industrial, U. d. (2007). *Diseño logico de sistemas de informacion*. Obtenido de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjFgN_20-XSAhUQ3GMKHUX0AX0QFggqMAM&url=https%3A%2F%2Fwww.u-cursos.cl%2Fingenieria%2F2007%2F2%2FIN55A%2F%2Fmaterial_do-cente%2Fbajar%3Fid_material%3D146279&usq=AFQj
- Instituto Borges. (2008). *Redes y telecomunicaciones*. Obtenido de <http://www.institutoborges.edu.ar/downloads/infraestructura/Redes/redesyTelec1.pdf>
- ithinkweb. (2011). *Correo electronico con internet*. Obtenido de <http://www.ithinkweb.mx/capacita/internet.html>
- Klimovsky, G. (1994). Las desventuras del conocimiento científico. En G. Klimovsky, *Las desventuras del conocimiento científico* (págs. 56-59). Buenos Aires: A-Z Editora.
- KUBERNETICA. (2010). EL HOMBRE Y LA TECNOLOGIA. 3.
- La revista. (1 de Julio de 2012). *Dispensario y centros médicos*. Obtenido de <http://www.larevista.ec/orientacion/salud/dispensarios-y-centros-medicos>
- Lamarca, M. (8 de Diciembre de 2013). *Historia de Internet*. Obtenido de http://www.hipertexto.info/documentos/h_internet.htm
- Leurs, L. (2000). *EL FORMATO PDF*. Obtenido de <http://prodag.weebly.com/el-pdf.html>
- Lexis. (2003). *Ley del Fomento Artesanal*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL.pdf>
- Liderfer. (2010). *Metodo inductivo deductivo*. Obtenido de <https://www.liferfer.com/metodo-inductivo-deductivo/>

- Luján, S. (2011). *Programación de servidores web con CGI, SSI e IDC* .
Obtenido de <https://gplsi.dlsi.ua.es/~slujan/materiales/pi-servidor-muestra.pdf>
- MasAdelante. (2009). *¿Qué es un servidor?* Obtenido de
<http://www.masadelante.com/faqs/servidor>
- Menendez, R., & Asencio, B. (2014). *Prácticas lenguajes de programación HTML y CSS*. Obtenido de
<http://www.um.es/docencia/barzana/IAGP/HTML1.html>
- Milenium. (2017). *Informática Milenium*. Obtenido de
<http://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-son-los-sitios-web.html>
- MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA. (2016).
REQUISITOS PARA ESTABLECIMIENTOS NUEVOS ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIO DE SALUD PUBLICOS Y PRIVADOS. Obtenido de
<http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- Montero, E. (2008). *Metodología de la microempresa*. Obtenido de
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1555/3/02%20ICA%20190%20CAPITULO%20II%20MARCO%20TE%20C3%93RICO.pdf>
- Monterosa, Z., & Angel, V. (2025). *PROYECTO DE DESARROLLO SOFTWARE DE PROCESOS DE VENTA Y MONITOREO DE PEDIDO DE UN SUPERMERCADO*. Obtenido de
<http://slides.com/davidvalencia/deck-2#/>
- Mora, N. (1999). La investigación bibliográfica. En N. Mora, *La investigación bibliográfica* (pág. 2). Guatemala.
- Moreno, L. (2 de Agosto de 2005). *Elementos gráficos para el diseño de Banners*. Obtenido de <https://desarrolloweb.com/articulos/2108.php>
- Murguía, C. (2009). *Creación de un Centro de Cómputo*. Obtenido de
<https://es.scribd.com/doc/16253152/PLANEACION-Y-ELABORACION-DE-UN-CENTRO-DE-COMPUTO>
- Patrizi, L. (2016). *Importancia de la Publicidad*. Obtenido de
<https://www.importancia.org/publicidad.php>
- Pelaez, A., Rodriguez, J., & Ramirez, S. (2012). *LA entrevista*. Obtenido de
https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presen-taciones/Curso_10/Entrevista_trabajo.pdf
- Perez. (2003). Obtenido de
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352003000600010
- Pérez, D. (3 de Julio de 2007). *Maestros del Web*. Obtenido de
<http://www.maestrosdelweb.com/que-es-javascript/>

- Plan Nacional Del Buen Vivir. (2017). *CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACION*. Obtenido de http://www.ministeriointerior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/PLAN_NACIONAL-PARA-EL-BUEN-VIVIR-2009_2013.pdf
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2017). *Objetivos Nacionales para el Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>
- Publicidad y Ventas. (20 de Abril de 2010). *El Plan Publicitario*. Obtenido de <http://publicventas.blogspot.com/>
- PUROMARKETING. (2012). *IAS REDES SOCIALES PODEROSA HERRAMIENTA PARA EMPRESAS*. Obtenido de <http://www.puromarketing.com/53/11783/redes-sociales-poderosa-herramienta-para-empresas-ante-evolucion.html>
- QuestionPRO. (2017). *Investigacion de mercados*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>
- Recalde, T. (2005). *ADMINISTRACIÓN DE CENTROS DE COMPUTO*. Obtenido de http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cdocentes_y_directivos%5Carticulos/5817_TRECALDE_00227.pdf
- Registro oficial organo del gobierno del Ecuador. (28 de Diciembre de 2006). *CODIFICACION DE LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL*. Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec031es.pdf>
- Registro oficial Organo del Gobierno del Ecuador. (30 de Noviembre de 2006). *Ley de la propiedad intelectual*. Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec031es.pdf>
- República. (2014). *Resolucion número 1995 de 1999*. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%201995%20DE%201999.pdf
- Revuelta, F., & González, L. (2013). *La integración de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la escuela*. Obtenido de https://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_03/n3_art_gargallo-suarez.htm
- Reyes, A. (18 de Noviembre de 2011). *Administracion y Lenguaje*. Obtenido de <http://administracionylenguaje.blogspot.com/>
- Ricci, F. (2004). *Administración de Centros de Computo*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/3081866/Administracion-de-Centros-de-Computo>
- Roca, E. (2014). *PROYECTO REPOSTERÍA CREATIVA ONLINE*. Obtenido de https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6442/YZAGUI_RREBORJAZARELLY.pdf?sequence=1

- Rojas, M. (2015). *Administración de Empresas de Comunicación en Bolivia*. Obtenido de <http://admidemedios.blogspot.com/2015/04/planeacion-aspecto-importante-en-la.html>
- Roncancio, M., Cuevas, J., Diovely, J., & Aguirre, C. (Mayo de 2011). *La Kardex*. Obtenido de <http://mugetsu-tribus-urbanas.blogspot.com/2011/05/el-kardex-y-su-importancia-en-los.html>
- Ruíz, R. (2013). *Historia y evolución del pensamiento científico*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>
- Salazar, B. (2016). *Mejora continua*. Obtenido de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/gesti%C3%B3n-y-control-de-calidad/kaizen-mejora-continua/>
- Sampieri. (2011). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7841/5/362.829%20-B467f-CAPITULO%20IV.pdf>
- Sampieri, & Batista. (2006). *Metodología III*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/fonseca_g_a/capitulo3.pdf
- Sanchez, J. (10 de febrero de 2015). *Breve historia del diseño grafico*. Obtenido de <https://www.freelancer.ec/community/articles/breve-historia-del-diseno-grafico>
- Santos, M. M. (2013). Obtenido de <file:///C:/Users/Diana/Downloads/uso%20de%20tic%20en%20adolescentes.pdf>
- Siegel. (1997). Obtenido de http://www.hipertexto.info/documentos/diseg_web.htm
- Smackwagon. (2015). *¿por que es importante tener un sitio web hoy en dia?* Obtenido de <http://smackwagonnicaragua.com/porque-es-tan-importante-tener-una-pagina-web-hoy-en-dia/>
- Solorio, M. (16 de Abril de 2013). *Metodología en cascada*. Obtenido de <http://metodologiaencascada.blogspot.com/>
- Space. (2016). *Fundamento de Redes*. Obtenido de <https://fundamentosderedesenero7422.wikispaces.com/1.+ANTECEDENTES+HISTORICOS>
- SRI. (2016). *REGISTRO ÚNICO CONTRIBUYENTE*. Obtenido de <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/REQRUCMAY2006.pdf>
- Tamaño de la muestra. (2010). *Tamaño de la muestra*. Obtenido de Tamaño de la muestra: <https://explorable.com/es/tamano-de-la-muestra>

- Timerime. (2011). *Cuando surgio el internet*. Obtenido de <http://timerime.com/es/evento/2949110/Cuando+surgio+el+internet/>
- Tizón, G. (2008). *Las TIC en la educación*. Lulupress inc.
- UDENENITASFACEA. (Junio de 2011). *Relacion Administracion Contable*. Obtenido de <https://udenenitasfacea.wordpress.com/>
- UNICEF. (Diciembre de 2013). *La situación de niños, niñas y adolescentes en las instituciones de protección y cuidado de América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://www.unicef.org/lac/UNICEF_Estudio_sobre_NNA_en_instituciones.pdf
- UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA . (Noviembre de 2004). *SISTEMA COMPUTARIZADO PARA EL MANEJO DE INVENTARIO Y CONTROL DE PEDIDOS EN UNA INDUSTRIA DE ELABORACIÓN DE PERFUME* . Obtenido de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1277_IN.pdf
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2013). *Ingeniería Investigación y Tecnología*. Obtenido de <http://www.ingenieria.unam.mx/~revistafi/ejemplares/V14N4.pdf>
- Universidad Nacional Experimental Simon Rodriguez. (2007). *Procesos Administrativos*. Obtenido de <http://tecnicas-de-decision-unesr.blogspot.com/2007/12/unidad-6-procesos-administrativos-la.html>
- Universidad Politécnica de Valencia. (2014). *Proceso de desarrollo de software*. Obtenido de <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http://users.dsic.upv.es/asignaturas/facultad/lsi/doc/IntroduccionProcesoSW.doc>
- Universidad San Francisco Gavidia. (2014). *Tecnología Innovación y calidad*. Obtenido de <http://www.ufg.edu.sv/su.ie.rynccyle.html#.WNBHZ1WGNdj>
- Universidad Técnica del Norte. (1998). *ORGANIZACION Y GESTION DEL DEPARTAMENTO DE INFORMATICA*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/968/1/Estructuracion%20del%20Departamento.pdf>
- uvmsistemas. (2009). *Organización de un Centro de Cómputo*. Obtenido de https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http://uvmsistemas.webly.com/uploads/2/5/5/4/2554403/sesion_3_orgcentros.pptx
- VariEduca. (2008). *La investigacion descriptiva*. Obtenido de <https://varieduca.jimdo.com/art%C3%ADculos-de-inter%C3%A9s/la-investigacion-descriptiva/>
- Velez, W. (2008). *ADMINISTRACION DE CENTROS DE COMPUTO*. Obtenido de <http://waltervelezmorop.blogspot.es/>

Anexos

Formato de encuesta

Lo que se espera lograr con las encuestas que se realizará en la pastelería es que cuando los clientes acudan al lugar les daré a conocer detalles de la página web.

A. PERFIL GENERAL DEL CLIENTE

1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de Pastelería “Lupita”?

Menos de 6 meses ()

Entre 6 meses y 1 año ()

Entre 2 y 3 años ()

Más de 3 años ()

2. ¿Con que frecuencia realiza sus compras en pastelería “Lupita”?

Todos los días ()

De 4 a 6 veces por semana ()

De 2 a 3 veces por semana ()

1 vez por semana ()

3. ¿Cuál es el monto promedio que gasta en las compras semanales en la Pastelería “Lupita”?:

Menor de \$1 ()

Entre \$1 y \$2 ()

Entre \$3 a \$5 dólares ()

Más de \$5 ()

4. ¿Cuál es el factor que logra su preferencia por Pastelería “Lupita”?

Calidad de productos ()

Precio ()

Atención recibida ()

Cercanía ()

**B. EVALUACIÓN DEL POSICIONAMIENTO DE LA PASTELERÍA
LUPITA**

**5. Indique el grado de satisfacción que posee con respecto a la
Pastelería “Lupita”:**

Muy satisfecho ()

Satisfecho ()

Indiferente ()

Poco Satisfecho ()

Insatisfecho ()

**6. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted se informa sobre los
productos, precios y promociones de Pastelería “Lupita”?**

Volantes ()

Acercándose al local ()

Página de FACEBOOK u otra red social ()

Ninguno ()

**7. ¿Qué factor considera que la Pastelería “Lupita” debería mejorar
para que usted se mantenga realizando sus compras en ella?**

Imagen Corporativa ()

Nuevos productos ocasionalmente ()

Precios competitivos ()

Mayor promoción por medio digital ()

Entrega a domicilio ()

8. ¿Qué elemento considera usted que es más relevante o que capta su atención con respecto a la imagen de la Pastelería “Lupita”?

Presencia en redes sociales ()

Sitio web ()

Publicidad en general ()

9. ¿Considera usted que la Pastelería “Lupita” requiere el uso de un sitio web comercial para diferenciarse de la competencia?

Muy de acuerdo ()

De acuerdo ()

Indiferente ()

Desacuerdo ()

Muy en desacuerdo ()

10. ¿Considera usted que la Pastelería “Lupita” debería contar con una sección de sugerencias en su sitio web?

Muy de acuerdo ()

De acuerdo ()

Indiferente ()

Desacuerdo ()

Muy en desacuerdo ()

Anexo 1. Foto de anexo 1



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 2. Foto de anexo 2



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 3. Foto de anexo 3



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 4. . Foto de anexo 4



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 5. Foto de anexo 5



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 6. Foto de anexo 6



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 7. Foto de anexo 7



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 8. Foto de anexo 8



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 9. Foto de anexo 9



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 10. Foto de anexo 10



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 11. Foto de anexo 11



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 12. Foto de anexo 12



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 13. Foto de anexo 13



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 14. Foto de anexo 14



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 15. Foto de anexo 15



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 16. Foto de anexo 16



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 17. Foto de anexo 17



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 18. Foto de anexo 18



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 19. Foto de anexo 19



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 20. Foto de anexo 20



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 21. Foto de anexo 21



Fuente: Pastelería Lupita

Anexo 22. Foto de anexo 22



Fuente: Pastelería Lupita