



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO

DE TECNOLOGÍA

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNOLOGA EN ANALISIS DE SISTEMAS**

TEMA:

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB

PARA VENTAS DE PRODUCTOS – ONLINE EN EL MINIMARKET

“EL ÚNICO”

AUTORA: BEATRIZ DAYANNA MAZAMBA JORDÁN

TUTORA: M.A.E. TATIANA TAPIA

GUAYAQUIL, ECUADOR

2017 - 2018

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios y a mi familia por haber permitido lograr mis objetivos, siempre guiándome y apoyándome económicamente para ser una profesional, a mis compañeros por el apoyo a mis estudios Y Profesores que día a día con su enseñanza han impartido sus conocimientos, los cuales he puesto en práctica; a mis amigas; Norma, Rosa y Mariel los cuales me han inculcado a seguir adelante con mis estudios y seguir hasta el final.

Beatriz Mazamba Jordán

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme por darme unos padres que me apoyaran hasta el final, sobre todo guiarme en mi carrera y llenarme siempre de bendiciones.

A mi Papa Eduardo Mazamba y mi mama Beatriz Jordán por brindarme el apoyo en todo momento, por brindarme una educación en el trayecto de mi vida diaria para ser una profesional en mi carrera.

A mis compañeros por compartir 3 años grandes momentos, que siempre me enseñaron a nunca rendirme y dar lo mejor para mis padres.

A mis amigas Norma, Rosa y Mariel quienes han estado en los momentos difíciles.

A mi tutora Lcda. Tatiana Tapia que me ayudo en la elaboración de mi proyecto de tesis.

Beatriz Mazamba Jordán



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGIA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO**

DE: TECNOLOGÍA EN ANALISIS DE SISTEMAS

Tema: Diseño de una Página Web para ventas de productos – online en el miniMarket “El Único”

Autor: Beatriz Mazamba Jordán

Tutor: Lcda. Tatiana Tapia B.

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo desarrollar una página web para ventas de productos on-line que permita dar soporte a la gestión de los pedidos que se realizan al mini Market “El único” vía online.

Este proyecto incluye un entorno de trabajo para un administrador con módulos pequeños que ayudaran a realizar un mejor funcionamiento y mantenimiento de la página, teniendo como finalidad la venta de productos, desde la creación de un pedido y sus posteriores fases hasta la finalización.

Por medio de la siguiente información obtenida por encuestas aplicadas a toda la población familiar del sector se determinó que existe una alta aceptación de clientes que necesitan la prestación de servicios, compras a domicilio, por esta razón la implementación de la presente investigación resulta muy significativa.

Palabras Claves:

| | | |
|------------|--------------------|------------|
| Página Web | Ventas a Domicilio | Tecnología |
|------------|--------------------|------------|



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGIA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO**

DE: TECNOLOGÍA EN ANALISIS DE SISTEMAS

Tema: Diseño de una Página Web para ventas de productos – online en
el miniMarket “El Único”

Autor: Beatriz Mazamba Jordán

Tutor: Lcda. Tatiana Tapia B.

Abstract

The objective of this project is to develop a web page for on-line product sales that will allow the management of the orders that are made to the “The only” online mini market.

This project includes a work environment for an administrator with small modules that will help to improve the functioning and maintenance of the page, with the purpose of selling products, from the creation of an order and its subsequent phases to completion.

By means of the following information obtained by surveys applied to the entire family population of the sector, it was determined that there is a high acceptance of clients that need the provision of service, home purchases, for this reason the implementation of this research is very significant.

KEYS WORDS:

| | | |
|----------|------------|------------|
| Web Page | Home Sales | Technology |
|----------|------------|------------|

INDICE GENERAL

| | |
|--|----|
| DEDICATORIA | 2 |
| AGRADECIMIENTO | 3 |
| CERTIFICACIÓN DE ACEPTACION DEL TUTOR | 4 |
| CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT | 6 |
| Resumen..... | 7 |
| Abstract | 8 |
| INDICE GENERAL..... | 9 |
| INDICE DE TABLAS | 13 |
| INDICE DE GRAFICO | 14 |
| CAPITULO I..... | 15 |
| 1. Planteamiento Del Problema..... | 15 |
| 1.1 Ubicación Del Problema | 15 |
| 1.2 Situación Conflicto | 16 |
| 1.3 Formulación Del Problema | 17 |
| 1.4 Delimitación Del Problema | 18 |
| 1.5 Variables De La Investigación | 18 |
| 1.6 Evaluación Del Problema | 18 |
| 1.7 Objetivos De La Investigación | 19 |
| 1.7.1 Objetivos General..... | 19 |
| 1.7.2 Objetivos Específicos..... | 19 |
| 1.8 Justificación | 19 |
| 1.9 Viabilidad..... | 21 |
| CAPITULO II | 22 |
| 2. Marco Teórico..... | 22 |
| 2.1 Fundamentación Teórica..... | 22 |

| | |
|--|----|
| 2.1.1 Antecedentes Históricos..... | 26 |
| 2.1.2 Antecedentes Referenciales..... | 28 |
| 2.2 Sitio web..... | 30 |
| 2.2.1 Principales necesidades para una página web..... | 31 |
| 2.2.2 Hosting..... | 34 |
| 2.2.3 Diseño web y características..... | 35 |
| 2.2.4 Mantenimiento de sitio web..... | 36 |
| 2.3 Bases teóricas..... | 38 |
| 2.3.1 Aplicación web..... | 42 |
| 2.4 Ciclo de Vida de los Sistemas..... | 43 |
| 2.5 Definición y Concepto Tecnológicos..... | 45 |
| 2.6 Fundamentación Legal..... | 51 |
| CAPÍTULO III..... | 58 |
| 3. METODOLOGÍA..... | 58 |
| 3.1 Diseño Metodológico de la Investigación..... | 58 |
| 3.2 Tipo de Investigación..... | 59 |
| 3.2.1 Descriptiva..... | 59 |
| 3.2.2 Explicativa..... | 59 |
| 3.2.3 Correlacional..... | 60 |
| 3.3 Técnicas e Instrumentos de la Investigación..... | 60 |
| 3.3.1 Recolección de la Información..... | 60 |
| 3.3.2 Técnica de la Encuesta..... | 61 |
| 3.3.3 Técnica de la Entrevista..... | 62 |
| 3.4 Población y Muestra..... | 62 |
| 3.4.1 Población..... | 62 |
| 3.5 Análisis de la encuesta realizada a los clientes..... | 65 |
| 3.6 Conclusiones de manera general sobre la encuesta y entrevista..... | 79 |
| 3.6.1 Conclusión de la entrevista realizada a los dueños del supermercado..... | 79 |
| 3.6.2 Conclusión de la encuesta realizada a los clientes del supermercado..... | 79 |
| 3.7 Conclusiones Generales sobre las encuestas..... | 80 |

| | |
|---|-----|
| 3.8 Recomendaciones Generales sobre las encuestas..... | 80 |
| 3.9 Presupuestos y Costos | 81 |
| 3.9.1 Costo de Hardware | 81 |
| 3.9.2 Costo de Software | 82 |
| 3.9.3 Costo total..... | 82 |
| CAPITULO IV..... | 83 |
| LA PROPUESTA | 83 |
| 4.1 Objetivos | 83 |
| 4.1.1 Objetivo General de la propuesta | 83 |
| 4.1.2 Objetivos Específicos de la propuesta | 83 |
| 4.2 Descripción de la Propuesta | 83 |
| 4.2.1 Información general del Proyecto | 84 |
| 4.3 Pasos o procedimientos de la compra en línea del mini Market..... | 85 |
| 4.3.1 Pasos a seguir para realizar una compra en línea..... | 85 |
| 4.3.4 Políticas de Devolución y Cambios | 87 |
| 4.3.5 F.A.Q Frequently Asked Questions (Preguntas Frecuentes) | 88 |
| 4.4. Plan de mejoras | 90 |
| 4.5 Plan de Ejecución | 92 |
| 4.6 Beneficios:..... | 93 |
| 4.7 Determinación de Requerimientos..... | 93 |
| 4.8 Diseño de la propuesta | 96 |
| 4.8.1 Diagrama de la página web | 98 |
| 4.8.2 Diagrama Modelo Entidad..... | 99 |
| 4.9 Diseño de Pantallas..... | 101 |
| 4.9.1 Pantallas del visitante | 101 |
| 5. Conclusión del diseño de pantallas..... | 111 |
| 6. Bibliografía | 112 |
| Anexos | 118 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Delimitación del problema..... | 18 |
| Tabla 2: Población y muestra | 64 |
| Tabla 3: Uso del Internet | 65 |
| Tabla 4: Compra por internet..... | 66 |
| Tabla 5: Comprar o no en internet | 67 |
| Tabla 6: Preferencia de Compras | 68 |
| Tabla 7: Compra en mini market..... | 69 |
| Tabla 8: Pensamientos de mini market en línea..... | 71 |
| Tabla 9: ¿Por qué evitar la compra en internet? | 73 |
| Tabla 10: Tipos de compra en línea | 75 |
| Tabla 11: Características positivas | 77 |
| Tabla 12: Presupuestos y costos | 81 |
| Tabla 13: Costo de hardware..... | 81 |
| Tabla 14: Costo de software | 82 |
| Tabla 15: Costo Total..... | 82 |

INDICE DE GRAFICO

| | |
|--|----|
| Figura 1: Servicio a Domicilio | 25 |
| Figura 2: Tipos de sitios web | 31 |
| Figura 3: Dominios..... | 33 |
| Figura 4: Tipos de dominio..... | 34 |
| Figura 5: Hosting..... | 35 |
| Figura 6: Mantenimiento del sitio web..... | 36 |
| Figura 7: Tipos de certificados SSL..... | 37 |
| Figura 8: Bases teóricas | 39 |
| Figura 9: Web estática | 40 |
| Figura 10: Web dinámica..... | 41 |
| Figura 11: Sistema de Información | 42 |
| Figura 12: Ciclo de vida de los sistemas | 45 |
| Figura 13: Firewall | 46 |
| Figura 14: Ejemplo de Firewall | 47 |
| Figura 15: HTML | 49 |
| Figura 16: Base de datos | 50 |
| Figura 17: SRI | 55 |
| Figura 18: Población y muestra..... | 63 |

CAPITULO I

1. Planteamiento Del Problema

1.1 Ubicación Del Problema

Hoy en día las herramientas tecnológicas forman parte de nuestro diario vivir ya que son utilizadas en todas nuestras actividades con las herramientas TICS y de más que permitan cumplir la misión. La web es un medio muy importante para visualizar la oferta de productos y servicios con un sin número de negocios, sin embargo, nadie ha tomado la temática de esta perspectiva. Por eso existe la demanda de que se creen plataformas que nos den el acceso para poder optimizar el tiempo en los registro de datos, pedidos, entregas, facilidad de pagos entre otras, se observa hoy en día que estos registros se llevan de manera “manual”.

Sin embargo el inconveniente se encuentra al efectuar el pago y/o pedidos de una orden, donde se producen pérdidas de tiempo por la aglomeración del personal, producto de ello insatisfacción del cliente. Los sitios web han expandido el mercado en los diversos sectores de la economía como ejemplo; comidas ofertadas en nuestra ciudad para la contribución y mejora de las tiendas.

Para la autora, los sitios webs se han orientado a las diversas tienda online, sin embargo muy pocos han establecido el servicio de domicilio en el país.

Estas soluciones deben ser pensadas con una finalidad de que el proceso del diseño integre su proceso formativo a los involucrados de la tienda

realizados por investigadores como (Peralta, 2015), (Ortiz, 2016), (Vera, 2017), afirman que es un problema determinado para mantener al día sus respectivas órdenes.

Por tanto, es necesario implementar un sistema que nos permita realizar una gestión de pedidos por medio de una organización de contenidos establecidos en una orden. Esto, con la finalidad de que sea flexible e innovadora la atención, y así lograr un reconocimiento en la mejoría del servicio y calidad del negocio.

1.2 Situación Conflicto

El mini Market “EL ÚNICO” se encuentra en sector El Fortín, Vía Casuarina Av.56 N.O, es un establecimiento familiar, cuenta con un administrador el dueño del negocio y 2 empleados, los principales productos que se ofrece son artículos de primera necesidad al por mayor y menor, papelería, bazar, confitería, entre otros. Es considerado unos de los negocios grandes del sector cuenta con clientes de todo el barrio.

En la actualidad, presenta problemas en que sus niveles de venta no llegan a satisfacer los estándares de rentabilidad esperados para el mini Market, porque no consta con un retorno de inversión a corto plazo, por falta de publicidad, la cual podría ser masiva usando herramientas tecnológicas; tales como el Internet.

La problemática radica al no tener un control automatizado a sus ventas y productos, ocasiona que haya pérdida de tiempo al atender al cliente, falta de ingreso al historial de ventas y casos perdidas económicas generando incomodidad tanto a los clientes del sector, como a los empleados ya que no pueden optimizar tiempo y no cuentan con un respaldo necesario.

Esto impide el crecimiento de ventas y progresión del micro empresa ya que hacen falta clientes para dar a conocer el producto en el mercado para así poder expandirse, y por falta de uso de la tecnología e internet.

Para la suma de tiendas que posee la ciudad de Guayaquil, al principio de las creaciones de las Tiendas Online en los sitios web, carecían de

aplicaciones dinámicas para hacer publicidad refiriéndose a sus productos. Con una correcta atención la cual existe poca demostración de productos en inclusive poca visualización de precios.

Sin embargo, el servicio que ofrecen estos negocios es necesario realizar el cambio utilizando el internet mediante aplicaciones y sitios web, las cuales ofrecen formas de promoción y ventas. Actualmente, se dispone una gran variedad de aplicaciones, las cuales apoyan los dispositivos móviles para solicitar productos a domicilio. Estas herramientas tecnológicas que han suscitado son potencialmente adquiridas por los sitios de productos, dispuestas a enfrentar demanda por el usuario “Pedidos a Domicilio” que son diariamente solicitadas.

No obstante, un cliente actualmente degusta y disfruta al máximo el consumo y servicio en una tienda, desde una ligera insatisfacción de despacho, a pesar de que hubiere mala atención al servicio y sumando la poca visibilidad de productos de ciertos negocios.

Por lo tanto, se plantea la propuesta de un diseño web en el sector norte de Guayaquil que reúna todos los requisitos necesarios para impulsar a los clientes del negocio.

Con lo expuesto anteriormente el autor de la presente investigación formula el siguiente problema:

1.3 Formulación Del Problema

¿Cómo afecta la necesidad de una herramienta tecnológica que permita realizar pedidos realizados a domicilio para la beneficencia de los clientes del Mini Market “El Único”?

1.4 Delimitación Del Problema

Tabla 1: Delimitación del problema

| ASPECTO | CAMPO | ÁREA | PERIODO |
|----------------------|---------------|------------|---------|
| Comercio Electrónico | Ventas Online | Página Web | 2017 |

1.5 Variables De La Investigación

Variable Independiente:

Herramienta tecnológica que permita realizar pedidos a domicilio.

Variable Dependiente:

Satisfacción de los clientes.

1.6 Evaluación Del Problema

Este proyecto se realizara de acuerdo a los siguientes aspectos:

Delimitado.- Este proyecto de investigación se desarrolla en la provincia del guayas, cantón Guayaquil en el Mini Market “El Único”, el mismo que brinda un servicio exclusivo que se encuentra en el norte de la av. Casuarina en el período 2017 – 2018.

Evidente.- Se ha verificado que dentro del Mini Market no existe un sitio web para dar a conocer todos los productos y ofertas importantes del Mini Market como tampoco poseen el control de stock.

Utilidad.- El contenido debe ser de provecho para el cliente, realizado con su búsqueda y temáticas del sitio.

Este proyecto es de importancia para el mejoramiento de ventas en el Mini Market.

1.7 Objetivos De La Investigación

1.7.1 Objetivos General

Diseñar una página Web para el despacho de pedidos a domicilio online que disminuya los tiempos en el proceso para responder la satisfacción de los clientes del Mini Market “El Único” en el cantón Guayas.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Identificar la información con relación al diseño web de la optimización de tiempo en registro de pedidos, entregas y pagos.
- Determinar el estado actual de pedidos, entregas y pagos por parte del beneficiario y cómo afecta el proceso.
- Presentar el informe del diseño web que nos permita la facilidad del cliente y tiempo de venta por on-line del Mini Market ubicada en Guayaquil.

1.8 Justificación

Conveniencia:

Mediante el uso de las herramientas tecnológicas, hoy en día han permitido que el mercado se vuelva más competitivo, cada vez existen nuevos métodos para hacer esto posible, entre ellos se encuentra la página web, es un medio que permite visualizar los servicios que las empresas ofrecen a sus consumidores.

Por lo tanto el Mini Market “El Único”, se ve en la necesidad de contar con una página web para poder estar adelante en el mercado, esto servirá para aumentar el volumen de las ventas y optimizar de manera más eficiente sus servicios.

Los clientes podrán conocer el producto y sus respectivos precios, es lógico que por medio de las páginas web, se llega con mayor facilidad, esto permite que las empresas logren alcanzar sus metas deseadas de ventas.

Al poner una tienda on-line permite que sea más conocida por todos y de fácil acceso, ya que se visualizará un mapa de ubicación como también los detalles de diferentes productos y forma de “pedidos a domicilio” como una alternativa mucho más factible para realizar los pedidos al Mini Market “El Único”.

Relevancia Social:

Con el diseño se beneficiará particularmente los usuarios, pues se facilita a los clientes detalles de cada producto y para que pueda escoger con mayor precisión, además en la página se visualizará muchos productos de la tienda.

El diseño web, beneficiará particularmente a los usuarios, dueño y empleados de la tienda, en la investigación teórica se realizó en dicho establecimiento se pudo comprobar que no se contaba con un sistema automatizado de los registros los cuales tenían que ser llevado de manera manual lo cual causaba errores involuntarios al tiempo de despachar, realizar nuevas compras, y ventas de la tienda.

Implicaciones prácticas:

Este diseño se hace preciso para que sea aplicado al registro eficiente y confiable de los registros de pedidos. El proyecto web se hace realmente necesario para que sea aplicado al control eficiente y confiable de los registros de pedidos y entregas dentro del Mini Market “El Único”.

Utilidad Metodológica:

Con nuestra investigación se ha podido constatar en diversos lugares del cantón Guayas. Se pretende con la propuesta organizar un presupuesto y orientarlo con el fin social de perfeccionar la calidad que merece un lugar dentro de las actividades con una importancia radical y la manera como llevan el trabajo diario ayudándose de diferentes recursos tecnológicos que actualmente brinda la internet a través de las redes sociales.

1.9 Viabilidad

Para la elaboración de este proyecto contamos con el consentimiento del cliente (propietario), el propio que está convencido que al tener su negocio en un página web, sus productos llegaran a un público mucho más desarrollado y así podrá enfrentar a la competencia en igualdad de condiciones, ya que éste le permitirá estar disponible las 18 horas; y los clientes del sector se contactarán mediante un chat en línea o mediante de un formulario de contacto.

Para los clientes del mini Market “El Único” es una ventaja que los productos que ellos requieren para el hogar lleguen a la puerta de sus casas, con el significativo ahorro de tiempo. Esta información se obtuvo mediante las pláticas con el propietario del negocio y los comentarios obtenidos con los clientes, lo cual demostró que si hay un grupo potencial de personas que necesitan este servicio.

CAPITULO II

2. Marco Teórico

2.1 Fundamentación Teórica

A pesar del progreso de las páginas web, una actividad consiste en tener una gran planificación, de diseño e implementación, comparados con distintos sitios web, no es simplemente una planificación de diseños es el estudio de la sociedad analizar sus planes, objetivos y demás información que necesita ser publicados en el internet.

Nuestro objetivo para la creación de esta página web está centrado al lograr el perfeccionamiento del negocio aumentando considerablemente los usuarios u clientes por ende las ventas, porque hasta en este momento la empresa aún no llega a ser conocida en el mercado.

Según López, hoy en día las empresas tienen una página web, pero esta solo permite visualizar el producto, se pretende que la transacción comercial completa se pueda realizar por este medio desde la visualización, pago y entrega a domicilio, afirma que “en la página del sitio web deberán ser analizadas todos los procesos del diseño y perfeccionamiento del sitio web, estos deben estar conducido por, sus características y objetivos” (López, 2006).

La web tiene beneficios como son: Usabilidad, navegabilidad e interactividad.

Usabilidad.- Según Hassan, “la usabilidad es la facilidad de uso que estudia la forma de diseñar páginas web, para que los usuarios u

beneficiarios puedan interactuar de forma posible e intuitiva” (Hassan, 2012).

Navegabilidad.- Es la facilidad que el usuario puede desplazarse en todas las páginas que se compone en un página web, es por eso que se debe realizar una estrategia de navegación (Sarango L. , 2013)

Interactividad.- Es Uno de los ejes principales que diferencia a internet por medios de comunicación, es la interacción con el usuario, permitan desarrollar contenido, por ejemplo; El perfil de un visitante o la información de datos que completo en dicho formulario (Firtman, 2001).

Se sencillamente al manejar la web que permita comunicarse mediante emails. Los clientes pueden contactarse con el micro empresa para estar al punto de costos de servicios o dudas que tenga el cliente hacia los productos ofrecidos.

El objetivo principal de una web esta específicamente dedicada al crecimiento del cliente y de ventas como se menciona anteriormente.

Según El diseño estructural de entornos de información compartida es la composición de procedimientos de organización, investigación y navegación en sitios web (Naval, 2016) .

En la actualidad se conoce que el comercio nace porque hay necesidades que los usuarios quieren satisfacer, debido a que no todos pueden ser producidos por uno mismo. La tendencia mundial en la comercialización es la Globalización (Fernández, 2016).

Hoy en día la tecnología ha promovido la globalización, y la comercialización de producción de recursos y servicios, mediante la reducción de las restricciones al movimiento de inversión y capital.

Por otra parte, el permitir al usuario ver un catálogo completo de productos online, visualizar descuentos y promociones a usuarios registrados, entre otras cosas; es la característica principal y más atractiva de las ventas on-line, además la codificación y la introducción de información y funcionalidad

de una página web, que va a aprobar que las personas con algún tipo de discapacidad puedan percibir, navegar e interactuar de la forma más efectiva en la web. (Bedoya, 1997)

Un trabajo multidisciplinario podrá alcanzar los objetivos presentados por cada uno de ellos. En conceptos de diseños de la información se benefician la información digital, arquitectura de información. Según (Atience, 2016) un estudio comparado se emprendieron negocios de semejanza de prestación de mercados donde los clientes empezaron a disminuir poco a poco, la competencia contaba con el servicio de Marketing publicitario.

Según López, Afirma que hoy en día la tecnología es un recurso necesario para aprovechar las ventas de los productos en un sitio web (Lopez, 2002).

Los objetivos propuestos por cada uno de ellos son; al momento de analizar los nuevos productos los cuales obtienen nuevas posibilidades de generar nuevos conocimientos para los clientes.

Servicio a domicilio

Ha traído una falta de tiempo en las personas, de esta manera se ha transformado en practicar una necesidad para el negocio y atención al cliente (Atom, 2015).

Los servicios web, tienen como consecuencia resolver de forma eficiente la actividad de entregar un excelente servicio de atención, lo cual esto se consigue por el perfeccionamiento del software, de esta forma pueden ser encontrados en la web, utilizando cambios que se encuentra el pedido.

Figura 1: Servicio a Domicilio



Fuente: <https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/entrega-a-domicilio.html?sti=mju9cxfha3hsoz0o6jl&mediapopup=61867648>

El envío empieza cuando el usuario finaliza el ingreso de su requerimiento ya sea este en un sitio web diseñado o incluso en atención donde solicita el reparto a domicilio. Así es, como en varios almacenes o mini Market de una larga distancia funcionan.

La entrega de servicio a domicilio, sirve para descubrir cuáles son los importantes elementos a tener para brindar un buen servicio. La mejor comodidad de entrega es un elemento percibido de comodidad para los clientes, muchas veces prefieren no salir de sus hogares para formalizar una compra, es una buena opción ofrecer estos beneficios en tu negocio.

Aspectos importantes

- Obtener un sitio web, donde la navegación sea fácil, donde el cliente podrá observar los servicios que ofrece el mini Market.
- Es importante tener un tipo de pago para hacer más eficiente en el despacho de productos al cliente.
- Contará con transporte gratuito para la entrega de pedidos.
- Certificar la disposición del producto que se está ofreciendo, esto da como seguridad al cliente de que recogerá exactamente lo que solicitó.

- Presentar ofertas y descuentos a los clientes por lo que este atraerá a más personas al sitio.

Importancia

Radica en que ofrecer productos con entregas a domicilio una de las principales ventajas para el negocio, hoy en día muchos negocios lo ponen en práctica y esto permite lo siguiente:

- Tener la disponibilidad de ofrecer productos las 18 horas del día.
- Aumento de clientes al adecuarse a sus necesidades.
- El emprendedor requiere una inversión y vendedores para promocionar los servicios de distribución.
- Los negocios on-line están aumentando cada día más, principalmente los jóvenes, que han crecido de la mano de la creación tecnológica y la comunicación.

2.1.1 Antecedentes Históricos

Este negocio empezó con el propósito de compensar las necesidades de compras de los productos y servicios de primera necesidad del sector ya que no se contaba con mini Market alguno u oportunidades de venta de abastos en el mismo.



Por esta razón, el Mini-Market “EL ÚNICO” empezó sus actividades comerciales por primera vez, el 25 de Agosto del 2017, con una atención al

público de lunes a sábado de 07:00 a 21:30 horas. Contando con artículos de bazar, confitería, abasto y legumbres.

El mini Market cuenta con la cooperación de dueño, y del local como administrador del negocio y dos vendedores.

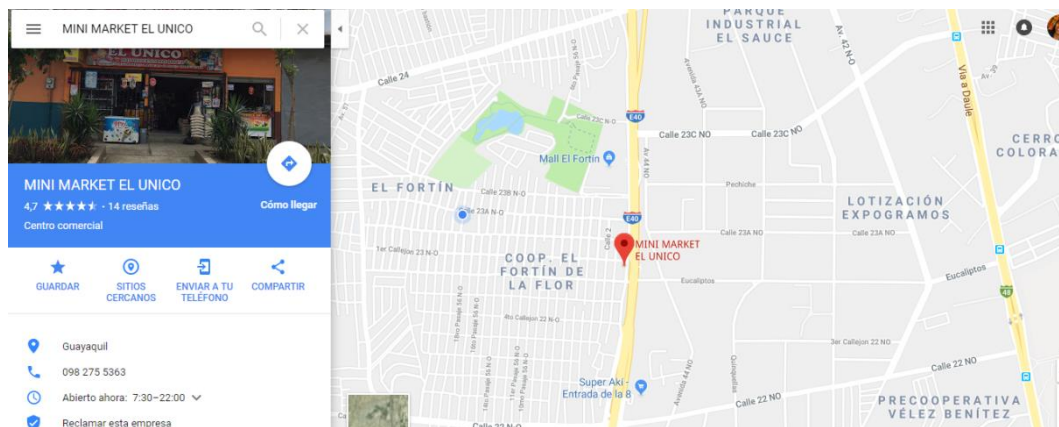
El negocio actualmente cuenta con los siguientes equipos tecnológicos:

- 1 computadora
- 1 impresora de tinta con alimentación continúa.
- 1 teléfono celular

Entre estos; se detalla equipos de línea blanca el cual posee los siguientes:

- 2 nevera grandes
- 2 congeladores
- 1 Vitrinas frigoríficas

Adicionalmente, dentro del local existen perchas distribuidas de forma vertical dentro del local en donde se ponen los productos perecibles y no perecibles, el cual también cuenta con una bodega.



Los servicios de bazar y papelería los exhiben en algunas vitrinas ubicadas con vista a la calle para el usuario observe.

Los conceptos presentados a continuación, constituyen un aporte de la presente investigación para el Mini-Market “EL ÚNICO”

Misión

Ser un negocio reconocido por brindar productos de principal necesidad y recomendable por la calidad a precios asequibles por la población del sector.

Visión

Consolidarse como negocio y tienda online de vanguardia más grande del sector y del cantón Guayaquil, manteniéndose del recurso humano-financiero que conforma el negocio.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

En nuestro país algunos negocios de Mini-Market han ampliado sus ventas innovando las entregas a domicilio que ha representado grandes resultados en sus negocios.

Entre los negocios tenemos Páginas de tiendas grandes como TIA con más y más de 300 puntos de ventas, son un gran ejemplo a seguir ya que son diariamente muy visitadas por sus clientes y el catálogo de servicios y productos que ofrecen son muy destacados. Su sitio web <http://www.corporativo.tia.com.ec/> presenta información de los productos que se ofrece en línea a disposición del usuario y los pagos son realizados por tarjeta de crédito.

Además los emigrantes ecuatorianos pueden adquirir Tarjetas Obsequio, productos de TIA S.A. en el exterior, para poder ser canjeados por artículos en locales de TIA entregados mediante familiares o amigos en Ecuador, teniendo la seguridad del destino de su remesa para la manutención de sus familias.

Esta empresa empezó con el beneficio de contar con un servicio a domicilio en Samborondón.

De lo anteriormente expuesto podemos determinar que la página web de la actual investigación es muy beneficioso para el Mini Market “El único”.

Nelson Market

Don Nelson Decidió probar suerte en la Puntilla montando una pequeña tienda de víveres. Se ubicó en la ciudadela Entre Ríos Samborondón, donde cuenta con una multiplicidad de sucursales entre ellas; urb. Villa Club y en el km 11 vía Daule, esto da facilidad para los moradores o clientes del sector que se sientan más cerca el cual brinda a todos sus usuarios una diversidad de productos (Oñate, 2013).

El negocio familiar participan sus 4 hijos 1 en se encarga en toda la administración de las tiendas y su esposa Margarita se encarga de llevar la contabilidad del negocio incluido el pago a los proveedores y a quien a su esposo atribuye, en ese aspecto, parte del éxito de NelMark, con paciencia e imaginación de aquellos que saben invertir en su micro empresa.

Don Nelson y el administrador, su hijo coincidieron que sus negocios sean miniMarket pequeños en igualdad con las grandiosas cadenas como: **Comisariato o Megamaxi**, que han manejado bien sus ventas.

Nelson Oñate pone de ejemplo a su primer local NelMark, donde además de supermercado, también tienen un restaurante, un cibercafé y una librería, consideran que pueden suplir lo que requieren los habitantes de Entre Ríos, mientras que en Sport Bar Restaurant se orientan moradores de villa club y urbanizaciones privadas cercanas que tienen espacio para compartir en familia.

Su propósito es facilitar a los moradores poder obtener suministros y servicios de primera facilidad o necesidad a extranjeros a buen costo cerca de sus hogares. Se destacó que todos sus negocios ofrezcan servicio a domicilio, cubriendo un amplio sector a todo Samborondón, urbanizaciones de la vía Daule y Salitre.

Cabe recalcar que en pocos meses estrenarán un restaurante y una papelería en la planta alta, además de una farmacia, pero este último emprendimiento dependerá del socio que iniciara un acontecimiento importante.

El cual la clave del triunfo consiste en trabajar uno mismo, seguir adelante siendo humilde, no creerse superior o inferior a los demás. Después de 30 años de convivir con los residentes del sector, se trabaja desde las 7:00 am hasta las 24:00pm “No hay necesidad de irse del país para salir adelante, pero hay que sacrificarse” dicho por Nelson Oñate.

Casa Royal – Despachos

Casa Royal es fundada por el empresario (Baldrich, 1934) con su primera venta de radios marca Royal y Erla.

En www.casaroyal.cl se puede realizar compras online y enviar los pedidos a la dirección donde se encuentre, obteniendo avance a la localidad en que habita.

Tiempos de despacho.- Las compras hechas en la página web serán entregadas al domicilio del cliente, en un tiempo aproximado en la que se realizó el encargo y tiempos del operador DHL E-COMMERCE para su entrega.

Despacho y entrega.- Se podrán elegir las condiciones del envío y entrega, que se encuentra en el sitio. El envío es de suma importancia y que sea facilitado sin ningún inconveniente.

2.2 Sitio web

Es un portal de colección de diseños de páginas web relacionadas al dominio, capaz de contener programas he imágenes, un sitio web puede estar almacenado en un equipo local destacando los sitios de comercio electrónico online, y sitios informativos (Gildardo, 2012).

Amplia gama de servicios en diseño web

Figura 2: Tipos de sitios web



Fuente: <http://ecomercioespe.blogspot.com/2016/05/el-internet-no-siempre-es-igual.html>

2.2.1 Principales necesidades para una página web

Un Sitio o página web conocida como Web Page está desarrollada con un lenguaje de mercado, HTML son conocidos por desarrolladores de dominios, que presentan interesantes diseños para los usuarios, que sea un medio entretenido, educativo y productivo. (Web, 2015)

Dominio.- Se caracteriza fácil de identificar en una página web. Permiten al usuario escribir un nombre determinado para identificar una dirección electrónica, es decir los beneficiarios de la red pueden hallar sitios web sin tener que recordar direcciones numéricas (Dominio, 2014).

Registro de dominio.- por contrato de pago en registro de dominios.

- Dominios pagados tenemos alternativas en poner nuestra misma dirección ejemplo: www.Dayanna.com es una ventaja principal y mucho más seguro para nuestros usuarios.

Clases de Dominios

Su clasificación se dividen por niveles y se leen por el final por ejemplo:

www.Registros.com

- www: Dominio primer nivel
- .registros: Dominio segundo nivel
- .com: Dominio tercer nivel

Al instante de elegir un dominio determinaremos una gran medida el nombre representativo para el progreso de nuestro proyecto, se clasifican en 4 clases:

- Dominios Descriptivos
- Dominios inventados o de marca
- Siglas o acrónimos
- Nombres propios

Dominios descriptivos.- presenta una gran ventaja son fáciles de recordar y ayudan a conseguir visitas obteniendo mayor visibilidad en buscadores mediante publicidad (Domio, 2017)

Dominios inventados o de marca.- Nos permite crear una marca definida, esto nos permitirá ser reconocido. Se considera dominios de marcas que utilizan palabras para referirse a un beneficio, en ellos podemos encontrar dominios como: www.amazon.com y www.apple.com (Dominio, 2017)

Siglas.- Están formados por iniciales ejemplo: DNI documento nacional de Identidad, los dominios están contruidos por siglas una de sus ventajas son fáciles de acceder (Domio, 2017).

Nombres propios.- los dominios están formados por nombres propios.

Figura 3: Dominios



Fuente: <https://www.lcinternet.es/registro-de-dominios-ahora-mas-y-mejor/>

Tipos de dominios

Se dividen: (Dominio, 2017):

- Extensión o área geográfica, sus siglas Gtld y ccTLD estas hacen referencia al lugar de la extensión del dominio.
- **Dominios Genéricos o gTLD (geographical top level domain)**
Estos dominios son conocidos a nivel nacional e internacional, se recomienda actualizar la versión de registro de dominios que se va registrar, sus extensiones .com .org .info, etc.
- **Dominios Territoriales ccTLD (country code top level domain)**
Estos dominios fueron creados para cada país, cada uno de ellos puede definir independientemente los requisitos y precios de dominio de un país.
- **Dominios sTLDs.-** son dominios destinados a ser utilizados por un conjunto de interés, sus principales extensiones .fr .us, etc.
- **Dominio segundo nivel.-** los dominios de 2do nivel deben cumplir con reglas de sintaxis, solo puede contener letras, números y no contener espacios.
- **Dominio de tercer nivel.-** esta denominado como un subdominio, este un sitio web que hace su existencia a un dominio registrado

www.dominio.com : sirve para instalar blogs o anexos dentro de un sitio web.

Figura 4: Tipos de dominio



Fuente: <http://www.comprardominiosok.com/tipos-de-dominios/>

2.2.2 Hosting

Existen servicios de (Hosting, 2012), que soportan sin problemas miles de visitas como ejemplo Web empresa, todo esto es basado en aplicaciones propias de contrato con un servicio de hosting.

Un hosting sirve para almacenar sitios web, en realidad son conjuntos de ficheros con formato HTML son páginas web, el hosting lo pueden utilizar para dar permisos de descarga de cualquier documento en PDF, Vídeo, etc.

Figura 5: Hosting



Fuente: <https://daganet.net/alojamiento-de-paginas-web-en-ecuador/>

2.2.3 Diseño web y características

Consiste en diseñar sitios web, un diseñador web tendrá que desarrollar una página, se requiere a tener en cuenta:

- La Navegabilidad
- Interactividad
- Usabilidad

Estos se consideran diseños multimedia, necesitan crear prototipos.

Características del Diseño Web /web económica

La característica de un diseño es la parte fundamental del diseño que el sitio deberá cumplir (Mendoza, 2014), sus características son:

- Diseño web profesional
- Diseño gráfico.- imagen corporativo
- Hasta 5 páginas.- aquí se podrá ampliar un ilimitado número de hojas y contenidos.
- Diseño accesible.- respeta estándares tecnológicos

- Flexibilidad.- se puede agregar funciones como: carrito de compras, catálogos web, ofertas, etc.
- Web optimizada.- 2 horas para saber administrar nuestra propia web.

2.2.4 Mantenimiento de sitio web

Este mantenimiento permite que el sitio web pueda cumplir con el objetivo o pueda contratar un servicio de mantenimiento para el sitio web. Existen emprendedores y empresas que deciden crear su propio sitio web (Cortés, 2016).

Un buen mantenimiento web se requiere hacer lo siguiente:

- Realizar ajustes en el servidor
- Análisis de funcionalidad
- Actualización de productor o servicios
- Creación de FAQ
- Añadir o sustituir archivos
- Programación de suscripciones
- Modificación de precios

Figura 6: Mantenimiento del sitio web



Fuente: <https://neoattack.com/mantenimiento-web/>

Certificado de Seguridad SSL

Según (CertSuperior, 2011) brinda seguridad al usuario mediante el sitio web, sus siglas (secure socket layer), protocolo de seguridad, navegan de forma segura, entre el servidor y usuario web.

Hoy en día las aplicaciones web soportan un certificado ssl que se recomienda analizar el sitio y haga una excelente decisión, lo cual en nuestra página incluirá el certificado ssl.

Tipos de Certificados SSL

Proporciona privacidad entre 2 aplicaciones utilizando Http, que utiliza ssl. (Noriega, 2015)

Existen 3 tipos de certificados de ssl lo más principales son:

- Certificado ssl con validación de dominio.
- Certificado ssl con validación de organización o empresa.
- Certificado ssl con validación amplia.

Figura 7: Tipos de certificados SSL



Notificaciones ssl de Chrome y Firefox

Fuente: <https://cdn.semrush.com/blog/static/uploads/media/38/7b/387bd02d10ce2cc7f8ab22187705d046.jpg/resize/620x270/>

Certificado ssl con validación de dominio.- son certificados de servidor de seguridad que proporcionan el nivel más bajo de la validación en entidades de certificados comerciales.

Certificado ssl con validación de organización o empresa.- demuestra el derecho del solicitado al usar el nombre de un dominio. Esto aumenta la visibilidad de la empresa del sitio web.

Certificado ssl con validación amplia.- el proceso del certificado con una validación amplia define una forma exhausta en direcciones de una validación amplia, el cual fue formalmente el foro de navegadores y autoridad de certificación.

El certificado a utilizar en la página: certificado ssl con validación de dominio.

2.3 Bases teóricas

Las Tics

Estas tecnologías se la ve representada cada vez más, en el texto del ámbito social donde los cambios y ampliación de conocimientos exigen una enseñanza de alto nivel, tiene que ser constantemente actualizada (Hernández A. G., 1986).

Definición

Se conoce como tecnologías de información y comunicación permiten almacenar, registrar información, también las tics es una plataforma que soporta el progreso de telecomunicación, y el audiovisual (Hernández A. G., 1986).

Se revolucionado los procedimientos de transmisión para la comunicación y desarrollo de las actividades. Las tics involucran un proceso de información, en las tecnologías de investigación.

Figura 8: Bases teóricas



Fuente: <https://www.lifeder.com/historia-tics/>

Páginas web Dinámicas y Estáticas

Aplicación web Estática.- Estos nos permiten crear funcionalidades, se obtienen buenos resultados al ser páginas casi parecidas a las páginas dinámicas cuando su visualización lo requiere (García A. , s.f.).

Están enfocadas a mostrar información permanente, se limita obtener dicha información, ni requiere programación.

El servidor web recibe petición mediante una página estática, lee la solicitud, localiza la página y envía al navegador solicitante.

Figura 9: Web estática



Fuente: <http://www.buyto.es/general-diseno-web/que-es-una-pagina-web-estatica-para-que-sirve-una-pagina-web-estatica.html>

Aplicaciones web dinámicas

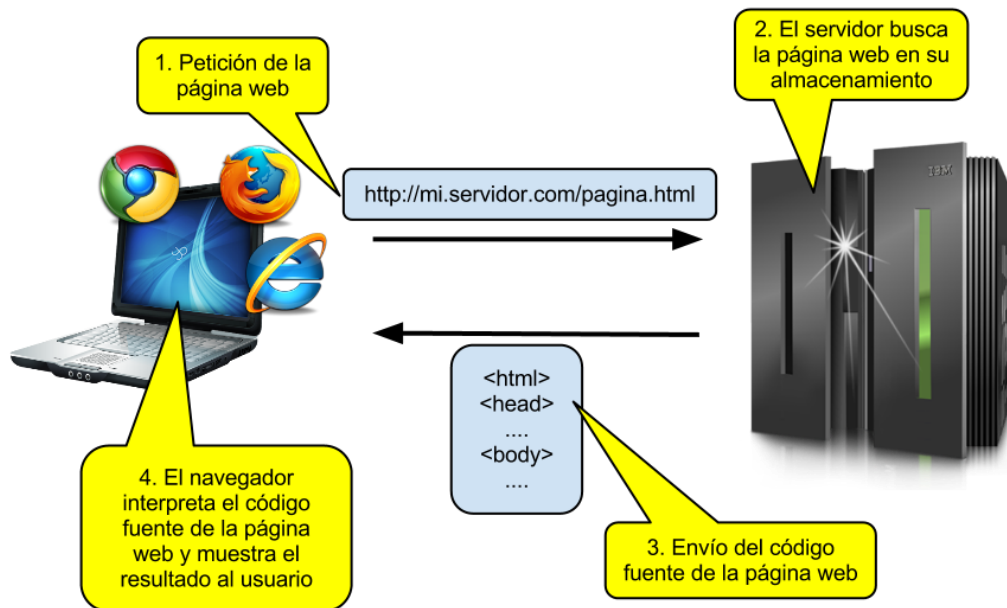
Las páginas dinámicas usan lenguajes de secuencias de comando como PHP y ASP que requieren conocimiento y experiencias en programación. La relativa simplicidad del desarrollo ocasiona cuando las páginas estáticas son atractivas para los que mantienen los costos principalmente bajos.

Es compleja en crear y desarrollar una app web estática, como siguiente tenemos los

- Blogs profesionales
- Blogs personales
- Páginas de noticias y artículos sobre la actualidad

Crean aplicaciones dentro de la página web, permitiendo interactividad una de las grandes ventajas es la versatilidad, la información mostrada, es útil para mostrar una imagen a empresas profesionales ya que permite guardar información y permite mostrar en forma personalizada la página web.

Figura 10: Web dinámica



Fuente: <https://javiergarciaescobedo.es/despliegue-de-aplicaciones-web/76-arquitecturas-web/251-arquitecturas-web>

Nuestro tipo de página web al diseñar es: wix.com, esta página está creada exclusivamente para la creación genuina de páginas webs personales e incluso empresariales, las cuales son administradas por sus autores pudiendo así ellos mismos realizar cambios y reformas de acuerdo a la voluntad del autor. En mi opinión esta página es muy página dinámica y recomendada ya que podemos administrarla y crearla como queramos.

Sistema de Información

Es un conjunto de información que ayuda administrar, recolectar, procesar y almacenar información. Es un sistema de información, que posiblemente intenta englobar las posibilidades variantes del concepto. (Porto, 2008)

Esto ha impulsado también una evolución web, para que estos puedan ser desarrollados, para ofrecer información a los usuarios y construir fundamentalmente.

Figura 11: Sistema de Información



Fuente: <https://definicion.de/wp-content/uploads/2008/03/sistemainformacion-300x261.jpg>

En la actualidad muchos sistemas ofrecen servicios de internet. Hay grandes organizaciones sustituyendo sistemas integrados por redes del negocio, los cuales provee a los demás servicios especializados (Curbera, 2003).

Permiten definir aplicaciones complejas, generalmente los analista o administradores de la pequeña microempresa a menudo, desde un punto de vista económico que implementa procesos a través de servicios web, no es tarea sencilla (Verner, 2004)

2.3.1 Aplicación web

Contiene páginas con contenidos o en su totalidad, se determina cuando el usuario solicita una página del servidor web, se crean en respuesta a diversas necesidades (web, 2017).

Son un tipo de software que codifica un lenguaje de programación por navegadores web.

Uso común de aplicaciones web

Pueden tener cuantiosos usos para los ingenieros de desarrollo de aplicaciones web, (Zarate, 2017) entre otros:

- Permiten a los beneficiarios restringir información de una forma sencilla en un sitio web. Esta aplicación ofrece a los usuarios buscar contenidos y navegar de manera oportuna; ejemplo: Empresas Microsoft MSDN (www.msdn.microsoft.com) y Amazon (www.amazon.com).
- Recoger, analizar y guardar datos correspondientes por los usuarios del sitio. Esta aplicación permite almacenar datos a la base de datos, extraer datos en la web para los análisis. Como ello tenemos: páginas de tiendas on-line, encuestas y con datos almacenados.
- El diseñador web Impide tener que actualizar códigos html del sitio, estos proporcionan el contenido al sitio web; ejemplo: The Economist (www.economist.com) y la [cnn \(www.cnn.com\)](http://www.cnn.com).

Ventajas de aplicaciones web

- Ahorro de tiempo: son aplicaciones fáciles de manejar, que permiten cumplir tareas de forma posible sin instalar o descargar ningún plugin adicional.
- Actualización continua: el desarrollador de aplicación gestiona y maneja el software.
- Recuperación de datos: la mayoría de ocasiones el usuario puede recuperar sus datos, desde cualquier dispositivo con su usuario y password.
- Ahorro de recursos, equipos y dispositivos: tienen un bajo consumo de recursos que se encuentra en el servidor.

2.4 Ciclo de Vida de los Sistemas

El ciclo es la infraestructura y componentes necesarios para compilación de procesamiento, almacenamiento, transmisión e organización de información (Guerrero, 2015).

Percibe una serie de etapas:

- **Planificación.-** realizan series de trabajos previos decisivamente en terminación con éxito del proyecto.
- **Análisis.-** averiguar que exactamente tiene que realizar el sistema.
- **Diseño.-** es complejo al momento de diseñar y de realizar una forma repetida.
- **Implementación.-** estas herramientas acatará una parte las decisiones del diseño que tengamos pensado en que nuestro sistema deberá funcionar.
- **Pruebas.-** Se realizaran pruebas que puedan adaptar distintas representaciones del contenido y fase del proyecto.
- **Instalación o despliegue.-** debemos proyectar que el sistema deba funcionar tanto como hardware y software, dispositivos necesarios, redes y acceso a sistemas externos.
- **Uso y Mantenimiento.-** esta etapa consume un 40% de recursos en el desarrollo del software. Un 60% es posible la importancia del ciclo del software.

Figura 12: Ciclo de vida de los sistemas

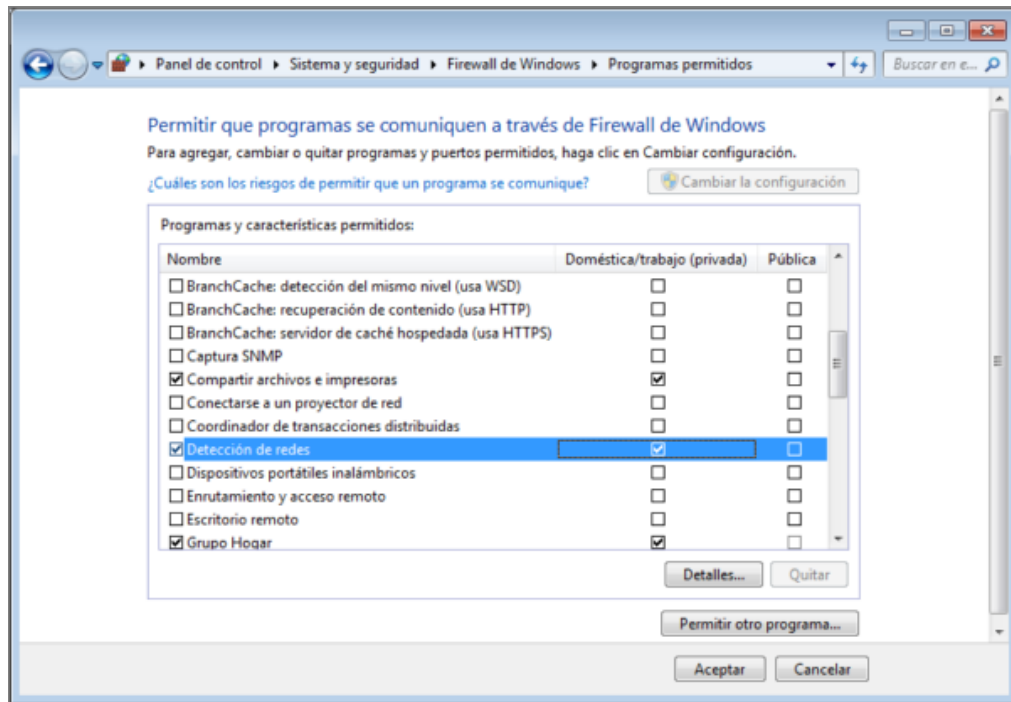


Fuente: <https://www.gestiopolis.com/ciclo-de-vida-de-un-sistema-de-informacion/>

2.5 Definición y Concepto Tecnológicos.

Firewall: Funciona como cortafuegos en redes denegando la transmisión web, incluso protege nuestro sistema o protegen los programas, estos se dedican a enviar o transmitir nuestra información personal (Alvarez, 2001).

Figura 13: Firewall



Fuente: http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/157/cd/m8_seguridad_informatica/firewall_de_windows_7.html

El firewall controla las comunicaciones, puede ser también un dispositivo de hardware y software, un dispositivo que se conecta a la red y cable de conexión vía internet. Que se instalan en un modem que se conecta a internet.

Podemos encontrar ordenadores (computadoras muy potentes) y con un software que hacen manejar los comunicados en las redes.

Recomendación

- Antes de instalar el firewall es recomendable realizar copia de seguridad de nuestro sistema.
- Será necesario desinstalar en nuestro equipo cualquier firewall de terceros, aunque no sea necesario en caso si tenemos un firewall integrado en Windows.

Ejemplos de firewall gratuitos:

- Cómodo Firewall.- mejores cortafuegos disponibles.
- ZoneAlarm Free Firewall 22013.- nos resulta útil que el programa nos indica las medidas de seguridad adicional que nos hace falta instalar.
- Outpost Firewall 7.- puede convencer a los usuarios, una solución fácil y profesional, nos brinda una amplia seguridad con un fácil uso.

Figura 14: Ejemplo de Firewall



Fuente: <http://www.ayudabitorrent.com/asistente-configuracion-azureus-vuze>

HTML: Es el lenguaje creado por (Berners-Lee, 1980) que define el contenido de las páginas web.

Estas etiquetas están formadas por signos “>” mayor que y “<” Menor que”. Las etiquetas o tags permiten interconectar toda la información escrita en lenguaje html, entre conceptos y formatos, ayuda a los buscadores como, Yahoo, search entre otros a encontrar la información por medio de las etiquetas.

Para escribir código HTML solo es necesario:

Es necesario el editor de texto como el bloc de notas aunque hoy en día existen programas específicamente para escribir códigos html.

Un navegador web para ejecutar la página como Firefox o con Chrome (<http://conceptodefinicion.de/html/>)

Estructura de una página HTML

```
<HTML>
```

```
<HEAD>
```

```
<TITLE> Título principal de la página </TITLE>
```

```
<BODY>
```

```
</BODY>
```

Cierre del Encabezado

```
</HTML>
```

PHP.- Según (Ramus, 2010) El nacimiento de la programación Php se ha desarrollado y comercializado a través de Zend.

Php esta sobre java contiene aplicaciones web, para el fundador de Netscape (Marc, s.f.), esta característica se ha transformado en algo complejo en hora de trabajar.

En 1997 la 2da versión de Php dejó como resultado a más de 50 mil dominios en internet, Php 3.0 nació por los desarrolladores (Gutman, s.f.) (Zeev, s.f.), su principal función era la ampliación del núcleo.

Php 4 fue lanzada en 2000 basado en el núcleo (Engine, s.f.), desde entonces php maneja millones sitios, con un 20% de dominios en internet.

Figura 15: HTML



Fuente: <https://www.desarrolloweb.com/articulos/392.php>

Su última versión Php 5 en 2004 su última actualización fue en 2009, gracias a esta renovación posee la capacidad de soportar la programación.

Ventajas de Php

Creado por (Lerdorf, 2012) es un lenguaje de programación con servidor gratuito, y con funciones.

Sus principales ventajas:

- Lenguaje de multiplataforma.
- Completamente desarrollado en aplicaciones web dinámicas con acceso a información almacenada en una base de datos.
- Es libre, se presenta como una alternativa de fácil acceso.
- Permite aplicar técnicas de programación orientada a objetos.
- Es una determinada metodología al momento de programar, el programador aplica el trabajo a cualquier técnica de programación que este permita escribir un código ordenado y estructurado.

Base de Datos

Nos permite guardar información, se encuentra estructurada en un sistema por un conjunto de datos almacenados, que permite el acceso continuo a un conjunto de programas (Valdés, 2007).

Las principales características son:

- Acceso concurrente por usuarios.
- Integridad de datos.
- Independencia lógica de datos.
- Respaldo y recuperación.
- Acceso a través de lenguajes de programación estándar.

Los componentes de una base de datos son:

Hardware: compuesto por dispositivos de almacenamiento; cintas, discos.

Software: un sistema de administrador a la base de datos.

Datos: están almacenados de acuerdo a la estructura externa.

Diseño a la Base de Datos: el diseño se constituye en tres etapas: diseño lógico, global y conceptual.

Figura 16: Base de datos



Fuente: <https://comocrearun.org/base-datos/>

Ventajas de la Base de Datos

Almacenan copias de los mismos datos.

- Perfeccionamiento en el mantenimiento.
- Mejora la accesibilidad a los datos.
- Los sistemas de una base los ficheros están integrados
- No se puede eliminar ya que es necesaria modelar las relaciones entre los datos.
- Progreso en los servicios de copias de seguridad.

2.6 Fundamentación Legal

El dueño de los almacenes, panaderías, licorerías, servicios de hospedaje, Cines, discotecas, establecimientos deportivos, centro de cosmetología y estética, gimnasios, entre otros establecimientos, no necesitan obtener permisos de funcionamiento, informó el control (Arcsa).

Estos establecimientos no están atentos al control & vigilancia, que realiza la agencia de una manera permanente en todo el Ecuador.

Este cambio está contenido en la Resolución ARCSA-DE-040-2015-GGG del 2015, la Dirección Ejecutiva de Arcsa, reforma el acuerdo Ministerial 4712. Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a establecimiento sujetos a vigilancia y control sanitario, publicado en R.O 294 del 2014.

La decisión responde al Decreto Ejecutivo No. 149, art. 5, la reducción de trámites dispone; “Organizar el uso de recursos públicos y reducir costos y pasos de transacción al ciudadano, empresas y administración pública”.

También se establece que los demás microempresarios y trabajadores, de dichos establecimientos estén identificados como unidades de economía, ya que están exentos de pago por derecho y permiso de funcionamiento. Para su actividad, se basan a la ley orgánica de economía popular, según la resolución ARCSA-DE-040-2015-GGG del 21 de mayo de 2015.

Requisitos para un Mini Market

Es importante conocer los requisitos para emprender un mini Market, es de mucha importancia verificar el lugar donde vamos a emprender nuestro negocio, como por ejemplo; un lugar céntrico, Universidades, colegios, empresas entre otros. Además, saber si el negocio se hará en un local propio o alquilado.

Requisito:

- 1.- Crear microempresa como Persona Natural o Jurídica.
- 2.- Acogerse a un régimen tributario.
- 3.- Trabajadores ingresar a planillas iess.
- 4.- Licencia o Permiso Municipal del funcionamiento.
- 5.- Inscripción de la marca comercial en INDECOPI.
- 6.- área de parqueo para la comodidad de los clientes.
- 7.- Contar con servicios sanitarios para clientes.
- 8.- área de bodega con acceso para los proveedores.

Funciones:

- 1.- Administrador o Gerente.
- 2.- Contratación de personal.
- 3.- Personal de Limpieza
- 4.- Encargado de caja
- 5.- Ayudantes

Equipo y Mobiliario

Un Mini Market requiere el siguiente equipo mobiliario:

- 1.- Extinguidor
- 2.- Mostradores
- 3.- Canastas de supermercado

4.- Equipo de refrigeración

5.- Cámaras de seguridad

6.- Caja registradora - impresora

Se detallara un cuadro de una inversión recomendada para invertir en un mini Market.

| Inversión | \$ |
|-------------------|----------------|
| Teléfono | \$25 |
| Internet | \$20 |
| Cajero Automático | \$1500 |
| Total | \$1.545 |

Clave para el éxito de un negocio

Conservar un local de buena imagen

Producto de buena calidad

Sistema de inventario mantener surtido

Atención fines de semana

Que ofrecer al abrir un Mini Market

Un Mini Market deberá ofrecer una gama de productos, entre ellos:

Comida Congeladas (pescado, pollo, Nuggets, chanco, etc.)

Alimentos perecederos (lácteos, frutas y verduras)

Artículos de papelería

Insumos tecnológicos (auriculares, pen drive, Cd, etc.)

Rise

Según el (RISE, s.f.), pagar impuestos por actividad comercial más fácil que el RUC.

El Rise está activo desde el 2008, pero no cualquier negociante que desee podrá acogerse a este método, solo pueden acceder los que efectúen con los siguientes requisitos:

- No ser persona natural.
- No tener entradas mayores a 50,000 \$ al año
- No haber sido funcionario de retención en los últimos 3 años

Acceder al rise no tiene costo, pueden acercarse presentando los requisitos:

- Copia y Original C.I.
- Certificado de votación
- Original y copia de servicios básicos o contrato de arrendamiento.

Los beneficiarios tendrán que presentar facturas a sus consumidores autorizado por el SRI. El pago de impuesto se realizara mensualmente a la cantidad del pago.

El régimen general fue el único sistema en la declaración de impuestos por mucho tiempo en Ecuador en el 2010 el Sri implemento un nuevo régimen en perfeccionar el pago de impuestos a pequeños negocios, se implementó; pago de cuotas mensuales a los contribuyentes para proveer el sistema de pagos de obligaciones tributarias.

Cabe indicar que personas naturales y jurídicas obligadas a llevar contabilidad no pueden estar dentro de este sistema. Básicamente este régimen fue diseñado para promover y facilitar el pago de impuesto a microempresarios.

Impuesto a la renta.- La renta proviene del trabajo o capital que las personal naturales obtengan.

Impuesto valor agregado.- Grava el valor de la transferencia o transacción de bienes en etapas de comercialización, el valor de los servicios prestados y condiciones que provee la LRTI.

Impuesto redimible a botellas plásticas no retornable.- El embotellamiento de bebidas no retornables, utilizadas para contener bebidas alcohólicas, agua con finalidad de disminuir la contaminación ambiental y estimular el avance del reciclaje.

Figura 17: SRI

SRi informa

RISE

RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO ECUATORIANO

¿Qué es?

El RISE es un nuevo régimen del SRI que facilita el pago de impuestos y legaliza tu actividad económica.

No más complicaciones para declarar tus impuestos, ¡ahorra tiempo y dinero!

SRi
¡Te saca de los problemas!

SRi
¡es más fácil cumplir!

¿Quieres más razones para inscribirte?

- ▼ **Olvídate de los formularios.**
Con el RISE no necesitarás usar formularios, por lo tanto ahorrarás el costo por la compra de los mismos y el pago a los tramitadores por el llenado.
- ▼ **Tu negocio mejorará**
Los contribuyentes prefieren acudir a establecimientos que entreguen comprobantes de venta autorizados, porque les permite deducir sus gastos de acuerdo a Ley de Equidad Tributaria.
- ▼ **No necesitarás llevar contabilidad.**
Si te inscribes en el RISE ahorrarás tiempo y dinero, pues no necesitarás un contador que te ayude a llevar registros de tus transacciones.
- ▼ **La tarifa es fija.**
Todos los meses pagarás el mismo valor, por lo tanto podrás planificar tu presupuesto.
- ▼ **Llenar tus comprobantes de venta ahora es más fácil.**
Si te acoges al RISE entregarás a tus clientes comprobantes de venta simples y fáciles de llenar.
- ▼ **Atención focalizada.**
El SRI ofrecerá ventanillas de atención para los inscritos en el RISE y brigadas móviles de capacitación que visitarán las diferentes ciudades y cantones del país.
- ▼ **Se acabaron las retenciones en la fuente.**
Al no estar sujeto a retenciones, evitarás pagos en exceso.

¿Cómo inscribirse?

El SRI informará oportunamente sobre el avance del RISE y los plazos de inscripción.

Buenos días don José, ¿ya se enteró del RISE y cómo me beneficia?

Si de la Bestiza, por ejemplo mi taxi me da un ingreso mensual de 800 dólares, lo que significa que anualmente gano 9600 dólares.

¡Qué bueno! Ahorraré mucho tiempo y dinero. Con el RISE ahora será mucho más fácil cumplir.

...cuando me inscribo en el RISE pagaré un solo 2 dólares mensuales de impuestos y con esto cumpliré con mi pago.

Fuente: <http://www.ecuadornoticias.com/2015/09/como-sacar-el-rise.html>

IEPI

Según el (IEPI, 1998), hay artículos que da ordenanza de ley se debe cumplir paso a paso cada producto o marca registrada que tenga su debida seguridad.

Según lo investigado la Propiedad Intelectual, dice, que la persona natural o jurídica, que cree un programa o producto siendo este parte de su iniciativa contara con la protección dentro o fuera del país, esto evitara que personas ajenas obtengan acceso, del tal forma sin el debido permiso del autor.

Por lo general han tomado 8 artículos con el respectivo contenido y que nos sirve para esta investigación.

Ley de Propiedad Intelectual

(Codificación No. 2006-013)

Art. 1.- El estado da la debida seguridad da reconocimiento y brinda garantía de propiedad intelectual.

Art. 2.- Los derechos conferidos por esta ley se aplican por igual a nacionales y extranjeros, domiciliados o no en el Ecuador.

Art. 3.- El beneficio que brinda este artículo es que contamos con derechos pertenezcamos o no a este país e inclusive ecuatorianos radicados en otro país.

Art. 4.- Se reconoce y se garantiza los derechos de autores y derechos de los demás sobre sus obras.

Art. 5.- El autor protege por el solo hecho de la creación de la obra, de su mérito, destino o modo de expresión. Protegen la interpretación y ejecución. Se reconoce cualquier lugar de publicación.

Una de sus ventajas, nos brinda el art 5 es que tenemos la tranquilidad al patentar algún programa, teniendo en cuenta que nadie más puede tomar uso de ella sin nuestro consentimiento como autores.

Art. 6.- El derecho de autor es independiente, y acumulable con:

Los derechos de propiedad industrial puedan existir sobre la obra.

Los otros derechos de propiedad son reconocidos por la Ley.

Art. 28.- Se consideran obras literarias y protegen como tal. Se otorga que se haya ido incorporando en un ordenador que este expresado, de forma legible (código fuente) o por máquina (código objeto). Ya sea estos programas operativos y programas aplicativos, estos elementos conforman la estructura del programa.

Art. 29.- Un ordenador, toma la responsabilidad de la elaboración de la obra. Se considera titular, a la persona cuyo nombre conste en la obra o sus copias de forma usual.

Art. 30.- La adquisición de un programa, autoriza al propietario realizar exclusivamente:

- Una copia de versión del programa con fines de seguridad y respaldo.
- Fijar un programa en la memoria interna del ordenador, ya sea que dicha fijación desaparezca o no al apagarlo, con el único fin y en la medida necesaria para utilizar el programa.
- Todo autor al registrar su obra tiene la autoridad suficiente para permitir o prohibir la utilización de su programa.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Diseño Metodológico de la Investigación

El Mini Market “El Único”, está ubicado al en la ciudad de Guayaquil, es una microempresa se inició en el 2017 dedicado a las ventas de Bazar y papelería, confitería, Legumbres y ventas en general al por mayor. Con un nivel de alto compromiso compensando la necesidad de sus clientes, ofreciendo productos, atención y a un buen precio de mercado.

En la actualidad tiene un aproximado de 300 habitantes, el mini Market cuenta con 2 empleados con excelente eficacia.

El presente trabajo tiene la orientación de corte cualitativo y cuantitativo ya que con el paso de la investigación se obtuvieron datos numéricos.

Cualitativo.- es la información e observación de respuestas. Unas de las técnicas comenzaron por medio de Sigmund Freud en Europa de 1896, en el siglo XX Marx, su teoría la pusieron en habilidad el método del concepto cualitativo (Ibáñez, 1992).

Es aplicado en estudios relacionados, que existen. El análisis cualitativo tiene a llegar muy profundamente poder comprender el desarrollo, de esta manera el investigador va asumiendo diferentes rol.

Cuantitativo.- el método cuantitativo (Schmelkes, 2012), puede medirse directamente y puede verse como una información objetiva en parte de una

opinión. Es dificultoso argumentar la investigación cuantitativa ya que está basada en hechos.

Cuando el análisis involucra estadísticas, un análisis no numérico se ocupa de la disposición, y asimilación de rasgos, variedades, género, etc. Se considera ejemplos de análisis cualitativos.

Es cualitativa porque se ha considerado en la participación del sector con encuesta, para así poder dar solución en sus propias necesidades.

3.2 Tipo de Investigación

Se dividen en: investigación descriptiva, investigación explicativa e investigación correlacional, estos tipos de investigación nos permiten buscar oportunidades para compensar al usuario y/o cliente.

3.2.1 Descriptiva

Es una técnica para la investigación de temas como antecedentes a los estudios cuantitativos, con el propósito de comprobar cómo se manifiesta el fenómeno. (Hernández Sampieri, 2006) .

En la presente investigación es descriptiva porque se va observar cómo influye en los beneficiarios del mini Market “el único”, esto se va poder evaluar mediante la entrevista, encuesta y observaciones que se realizaran al transcurso de la investigación.

3.2.2 Explicativa

Establece las causas, estableciendo conclusiones para establecer las teorías, no solo representa el problema observado, sino que investiga para explicar los principios que se originó en la situación analizada. (Babbie, 1979)

En la presente investigación, explicativa porque se da conocer al cliente, todos los elementos claves hay que darse cuenta antes de comenzar a diseñar el sitio web.

3.2.3 Correlacional

Afirma que se tiene como propósito calcular la relación que existe entre 2 o más variables o conceptos” (Hernández e. , 2003)

En la presente investigación, al diseñar una página web, puede ser utilizada en cualquier otra empresa para así promocionar sus productos para ser aplicado a la observación de los usuarios.

3.3 Técnicas e Instrumentos de la Investigación

En esta investigación se usara el instrumento de investigación de la encuesta y entrevista, se realizará un acercamiento a los usuarios obtenidos en la muestra de población.

3.3.1 Recolección de la Información

Se elaboró una encuesta para analizar informaciones obtenidas en las entrevista, estos datos han sido analizados y seleccionados, los cuales nos ofrecen información para determinar un análisis.

Debemos considerar la elaboración de técnicas en la recopilación de datos que se define por medio del investigador para conseguir información necesaria y poder lograr los objetivos proyectados en nuestra investigación.

Para la recolección de información tenemos los siguientes puntos:

- **Observación** en buscar la interpretación que se debe plantear en lugares, etapas, personas y sus aspectos a considerar mediante una recopilación que se tomará en la situación de un estudio.

La observación es el elemento fundamental del avance de nuestra investigación donde se pudo obtener una frecuente necesidad de información al momento de entregar los servicios a domicilio en nuestro sector.

- Una **recopilación documental**, técnica o instrumento de investigación social cuya finalidad es la de recolectar información según (Hernández, 2000).

Consiste en consultar bibliografías que parten con conocimientos o información recogidos, son obtenidos mediante documentos que son demostraciones de hechos históricos o pasados.

- **Entrevista** tener contacto con personas a través de conversación bajo preguntas y respuestas. Esto nos permite estar pendiente de la actitud de los informantes en un momento determinada.
- **Encuesta** nos permite obtener datos recopilados de un conjunto de personas relacionadas, mediante se genera las conclusiones que correspondan a los recopilación de datos recogidos.

3.3.2 Técnica de la Encuesta

Es un conjunto de instrucciones de investigación que recoge información mediante un proceso de datos, es una muestra específica de una población más amplio, que se va explorar con una serie de características (García F. , 2003).

Son utilizadas para conseguir información de personas en diversos temas y/o preguntas, las encuestas suelen obtenerse mediante llamadas nacionales e internacionales mediante un sitio web o redes sociales.

Encuesta

Son escasas técnicas que dispone motivos que se adapta a todo prototipo de recopilación este permite recuperar información para un estudio obteniendo una suma total de datos (Ferrado, s.f.).

La encuesta se emplea a una muestra de población para conseguir resultados que logren ser transportados a un conjunto de población.

Esta técnica se basa brevemente a las gestiones que se deberá seguir en las encuestas elaborando un instrumento básico como un cuestionario.

3.3.3 Técnica de la Entrevista

Es una técnica de compilación de datos sobre lo que se averigua esto puede estar bien ordenada mediante un formulario bien elaborado, su principal objetivo es llegar al lugar de vista, donde se requiera profundizar la esencia de la siguiente investigación (Kerlinger, 1997).

En la ciudad de Guayaquil situado en: av. Casuarina se realizará una encuesta a los clientes o visitantes que visitan el mini Market para darles a conocer detalles del sitio web.

Entrevista

Una (Entrevista, 2017) es recíproca, porque el entrevistador utiliza una técnica de recopilación de datos, mediante una estructura totalmente libre que constituye el proceso de análisis, realizándose a distintos niveles de dirección.

En la presente investigación se entrevistara al dueño principal del negocio.

Una entrevista es el cambio de opiniones, mediante un diálogo entre 2 o más, donde el entrevistador es designado en preguntar cualquier información, esta entrevista lo encontraran el anexo 2.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

Una población según (Wigodski, Metodología de la Investigación, 2010), es un conjunto de medidas que posee características frecuentes en un momento determinado. También puede referirse de una localidad u otra división y las consecuencias de poblar.

Figura 18: Población y muestra



Fuente: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

La población que se va a evaluar, es la cifra total de habitantes que integra un pueblo en su totalidad, puede referirse al acto poblacional la problemática originada en el Mini Market.

| Población | Cantidad |
|----------------------------|----------|
| Jefe | 1 |
| Empleado | 2 |
| Bodega | 1 |
| Cliente de establecimiento | 110 |
| Total | 114 |

Muestra

Según (Wigodski, Población y Muestra, 2010), un conjunto representativo de la población, esta muestra dependerá de la disposición el cual será el estudio de la población.

La muestra dependerá del investigador que llevara a cabo el estudio, mientras más grande sea la muestra, mayor la posibilidad de la población definida será.

Se preocupa y se forma una parte pequeña tomada de la población, es una representación significativa de las diferencias de un conjunto poblacional.

El único método que se podrá evaluar en un resultado más cercano o aproximado a la población global, en esto se representa la estadística el cual se agrupa los elementos conseguidos en la población.

- N = Población 110
- p = probabilidad a favor 0.5
- q = probabilidad en contra 0.5
- z = nivel de confianza 1.96% - 95%
- e = Error de muestra 0.05²
- n = tamaño de muestra **86**

Tabla 2: Población y muestra

| | |
|--|----------|
| $n = (110) (0.50)^2 (1.96)^2 / (110 - 1) (0.05)^2 + (0.50)^2 (1.96)^2$ | |
| $n = (110) (0.25) (3.8416) / (110 - 1) (0.0025) + (0.25) (3.8416)$ | |
| $n = (105.644) / (0.2725 + 0.9604)$ | |
| $n = 105.644 / 1.2329$ | |
| $n = 85.6874$ | $n = 86$ |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

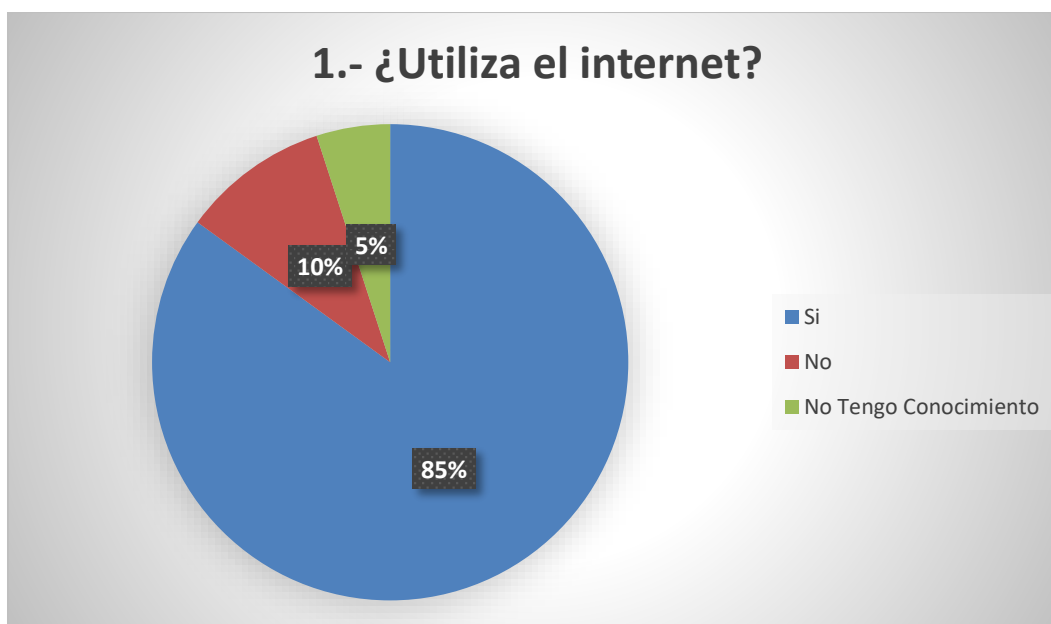
3.5 Análisis de la encuesta realizada a los clientes

1.- ¿Utiliza el internet?

Tabla 3: Uso del Internet

| Alternativas | Cantidad | Porcentaje |
|-----------------------|-----------|------------|
| Si | 75 | 85% |
| No | 10 | 10% |
| No tengo conocimiento | 1 | 5% |
| Total | 86 | 100 |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Análisis e Interpretación

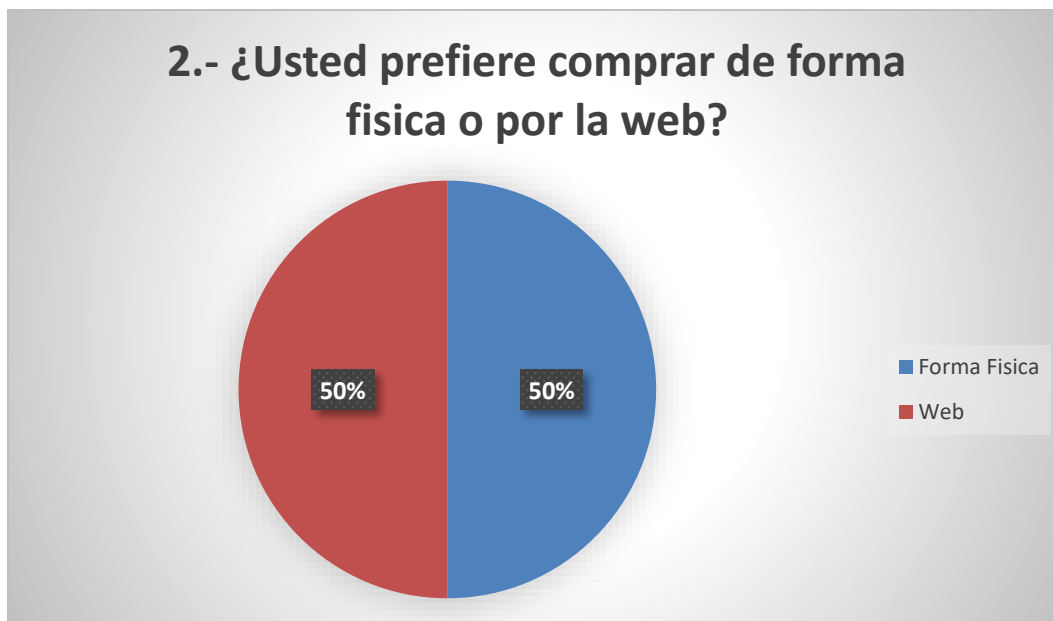
El tamaño de la muestra fue de 100 personas encuestadas, de las cuales 65 fueron hombres y su diferencia, 35, mujeres. Entre aquellas personas encuestadas encontramos que el 85% manifiesta utilizar el acceso a internet de manera diaria, mientras que un 10% lo hace de manera semanal, seguidos por un 5 % lo hace de manera mensual, entre otros.

2.- ¿Usted prefiere comprar de forma física o por la web?

Tabla 4: Compra por internet

| Alternativas | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|------------|
| Forma Física | 36 | 50% |
| Web | 50 | 50% |
| Total | 86 | 100 |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Análisis e Interpretación

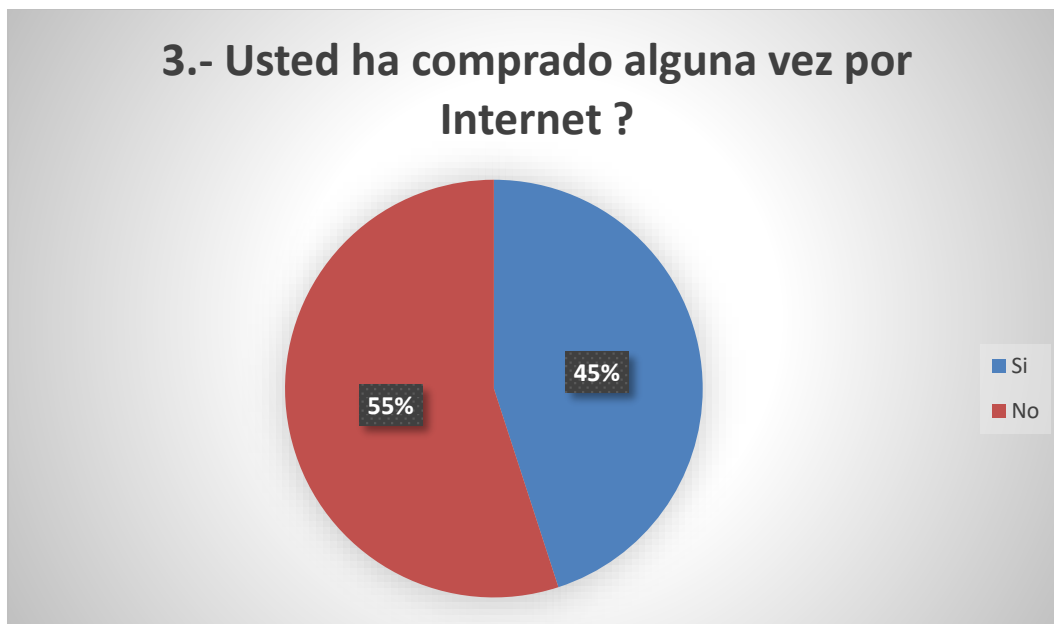
En términos de compra por internet, se encontró que la mayor parte de los encuestados no hacen compras por medio de esta vía (50%), seguida muy de cerca de un 50% de los cuales mencionaron que aquellos sí hacían las compras mediante webs, páginas y toda vía de internet. Finalmente deducimos que tendríamos una buena acogida en el mercado, ya que la diferencia entre ambos valores es minúscula.

3.- ¿Usted ha comprado alguna vez por internet?

Tabla 5: Comprar o no en internet

| Alternativas | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|------------|
| Si | 42 | 45% |
| No | 44 | 55% |
| Total | 86 | 100 |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Análisis e Interpretación

Esta tercera pregunta de la encuesta aplicada a los clientes cercanos al sector nos muestra resultados de la decisión si las personas comprarían o no vía internet, de los cuales encontramos que un 45% de los encuestados afirmó que si lo haría en un futuro, mientras tanto que el 55% de estas dio una respuesta positivas, ya que una de sus razones a la respuesta fue la desconfianza que muchas veces encuentran en la seguridad de sus datos.

4.- ¿Cuál es su mayor preferencia al realizar las compras?

Tabla 6: Preferencia de Compras

| Alternativas | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|------------|
| Forma Física | 66 | 71% |
| Web | 30 | 29% |
| Total | 86 | 100 |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Análisis e Interpretación

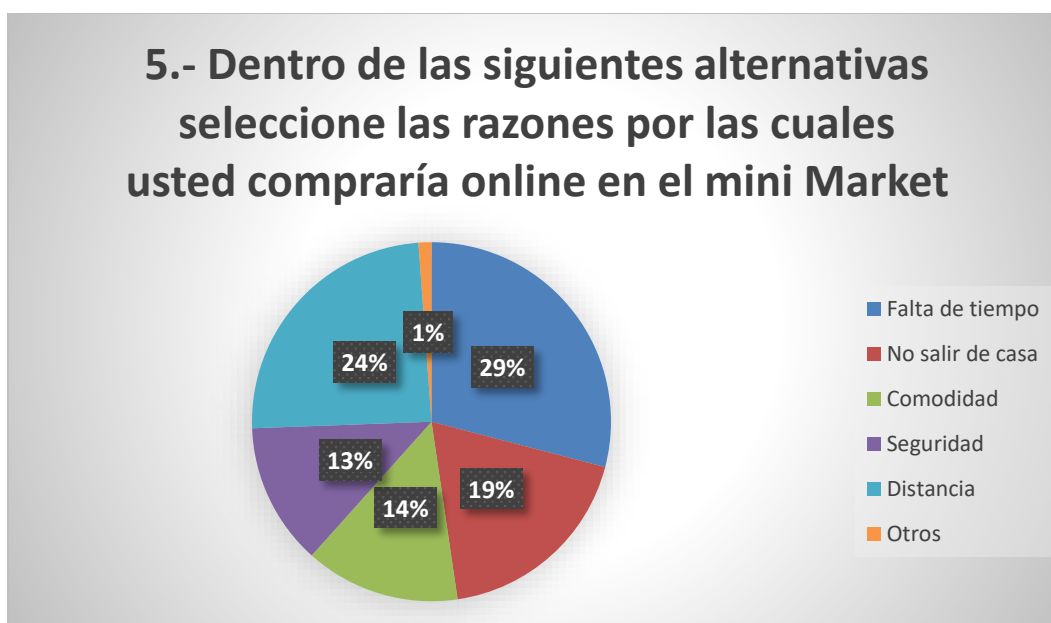
En esta, se preguntó a los encuestados acerca de sus preferencias al momento de realizar sus compras vía internet, en las cuales del total de un 100%, el 71% de aquellos prefieren comprar en tiendas físicas, ya que según sus opiniones, lo quieren así ya que se aseguran que los productos sean escogidos de buena calidad, y, dicen ellos, al momento de comprar en línea no saben si aquellos productos son de la mejor calidad. En tanto que para otra parte, en un 29%, mencionan que en su preferencia esta ir a la tienda online, ya que este valor se da gracias a la rapidez y facilidad al momento de realizar una compra y evitar filas, mencionaron.

5.- Dentro de las siguientes alternativas seleccione las razones por las cuales usted compraría online en el mini Market

Tabla 7: Compra en mini market

| Alternativas | Cantidad | Porcentaje |
|---------------------|-----------------|-------------------|
| Falta de Tiempo | 25 | 29% |
| No salir de Casa | 16 | 19% |
| Comodidad | 12 | 14% |
| Seguridad | 11 | 13% |
| Distancia | 21 | 24% |
| Otros | 1 | 1 |
| Total | 86 | 100% |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Análisis e Interpretación

En una totalización de esta pregunta una serie de encuestados (29%) opinaron que por falta de tiempo desean comprar por internet, ya que esta plataforma les da un acceso rápido y eficaz a sus necesidades, incluyendo a el 19% de los mismos que dijeron que lo hacían ya que preferían no salir de la comodidad de su hogar, de igual manera, por comodidad individual el 14% dijo que lo haría de esa manera. Sin embargo, el 13% de esta encuesta dice que la seguridad en la red es confiable, según su punto de

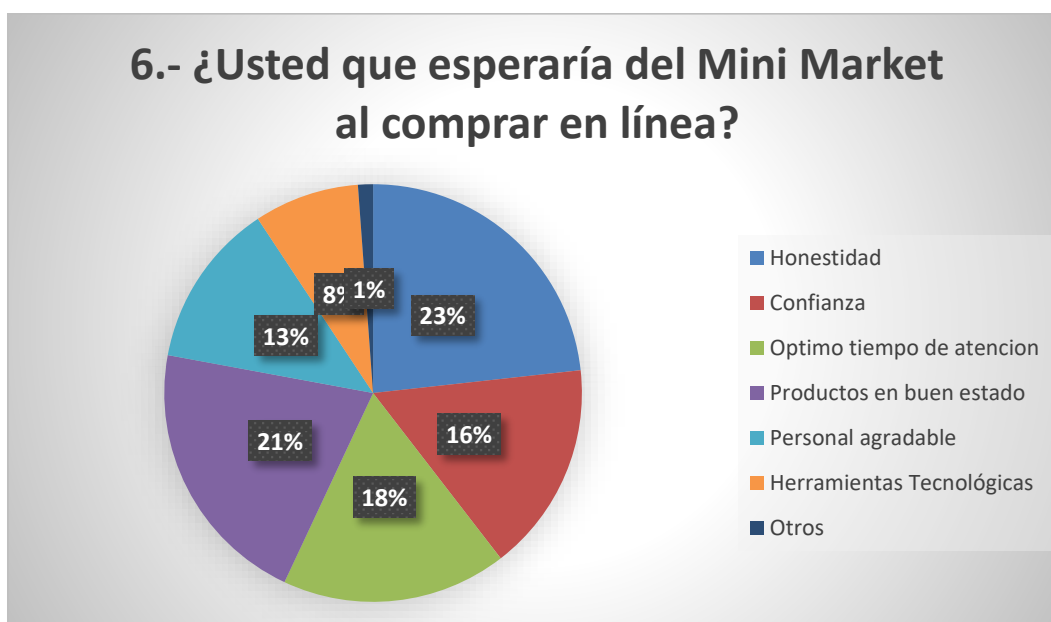
vista, y para ellos no hay inseguridad al momento de poner sus datos, el 24% decidió que hacían dichas compras vía a internet por las distancia que tienen con las tiendas. Finalmente, el 1% de los encuestados dijo que prefería hacerlo por otras medidas como para ahorrar tiempo e incluso porque se lo hace servicio a domicilio.

6.- ¿Usted que esperaría del Mini Market al comprar en línea?

Tabla 8: Pensamientos de mini market en línea

| Alternativas | Cantidad | Porcentaje |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Honestidad | 20 | 23% |
| Confianza | 14 | 16% |
| Optimo tiempo de atención | 15 | 18% |
| Productos en buen estado | 18 | 20% |
| Personal agradable | 11 | 13% |
| Herramientas Tecnológicas | 8 | 9% |
| Otros | 1 | 1% |
| Total | 86 | 100% |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Análisis e Interpretación

Se preguntó a los encuestados acerca de qué esperarían ellos al comprar en línea en el Mini-Market, y en resultado con el 23% de aquellos encontramos que esperarían que la honestidad por medio de los precios sea notable y que no haya cargos por intereses o cosas similares tan altas como en otras plataformas webs, por otra parte, en mención del 20% mencionó que su esperanza estaba dedicada en que los productos que esperan recibir sean de buena calidad y obviamente, que se encuentren en

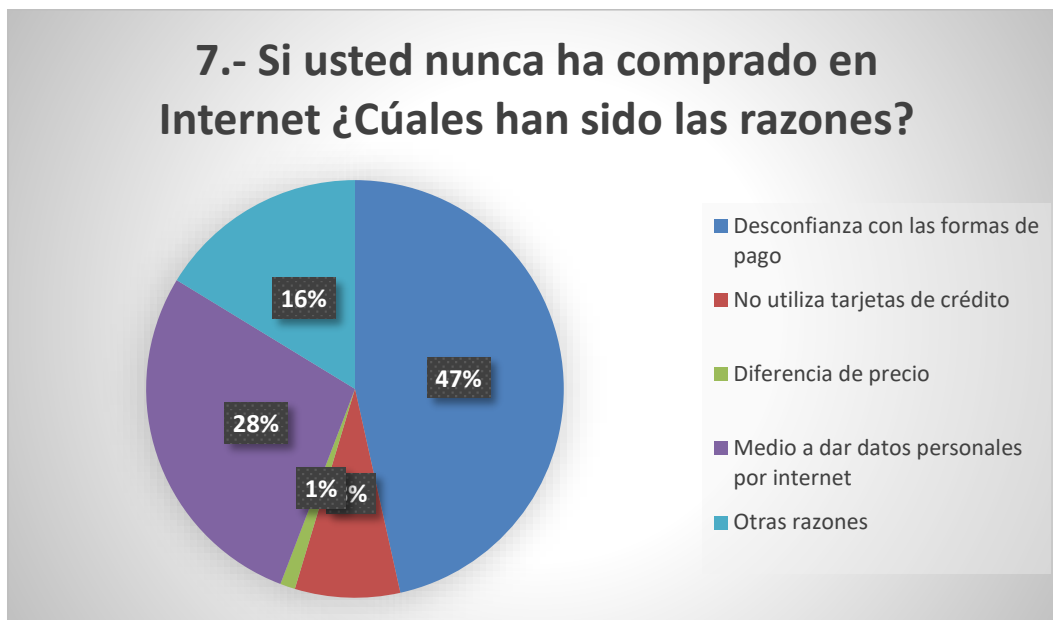
buen estado. Según el valor del 18% de aquellas personas respondió e hicieron énfasis en que el tiempo que se tarda en llegar a su domicilio no sea demasiado tarde, tomando ellos en consideración por tráficos y de más inconvenientes, ellos muchas veces encuentran déficit en este punto, lo cual siempre están a la expectativa que este sea mejorado. De igual manera el 16% mencionó que esperan tener confianza al momento de realizar sus compras, ya que, muchas veces hay una mala atención por parte del establecimiento e incluso mencionan que en ocasiones son agredidos verbalmente, en lo que esperan que frente a esto, al momento de llegar o comprar en línea, reciban una buena atención al cliente. Según 11 personas, evaluadas en el 13%, señalaron que como en el punto anterior, su atención por medio de los empleados sea buena y eficaz, reflejando siempre confianza. Sin embargo, el 9% menciona que también se requiere de mejoramiento en el área tecnológica ya que muchas veces, por ejemplo, tienen facturas mal elaboradas a mano, y esperan que esto se mejore mediante recursos y artículos tecnológicos. En último lugar el 1% dijo que entre todas las anteriores también esperaban otras perfecciones.

7.- Si usted nunca ha comprado en internet ¿Cuáles han sido las razones?

Tabla 9: ¿Por qué evitar la compra en internet?

| Alternativas | Cantidad | Porcentaje |
|---|-----------------|-------------------|
| Desconfianza con las formas de pago | 40 | 47% |
| No utiliza tarjetas de crédito | 7 | 8% |
| Diferencias de precio | 1 | 1% |
| Miedo a dar datos personales por internet | 24 | 28% |
| Otras Razones | 14 | 16% |
| Total | 86 | 100% |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Análisis e Interpretación

Como es evidente, en los resultados de esta pregunta encontramos que frente a las razones que por qué no se compra en internet, una de las principales, denominadas con el 47% de su totalidad, ha sido por la desconfianza en las formas de pago, ya que por la misma denominación aquellos dicen que muchas veces son mal utilizados sus datos y sus derechos son rotos, lo cual honorablemente les hacen mención y mala fama a las formas de pago vía internet. Similar a la respuesta anterior, el 28%

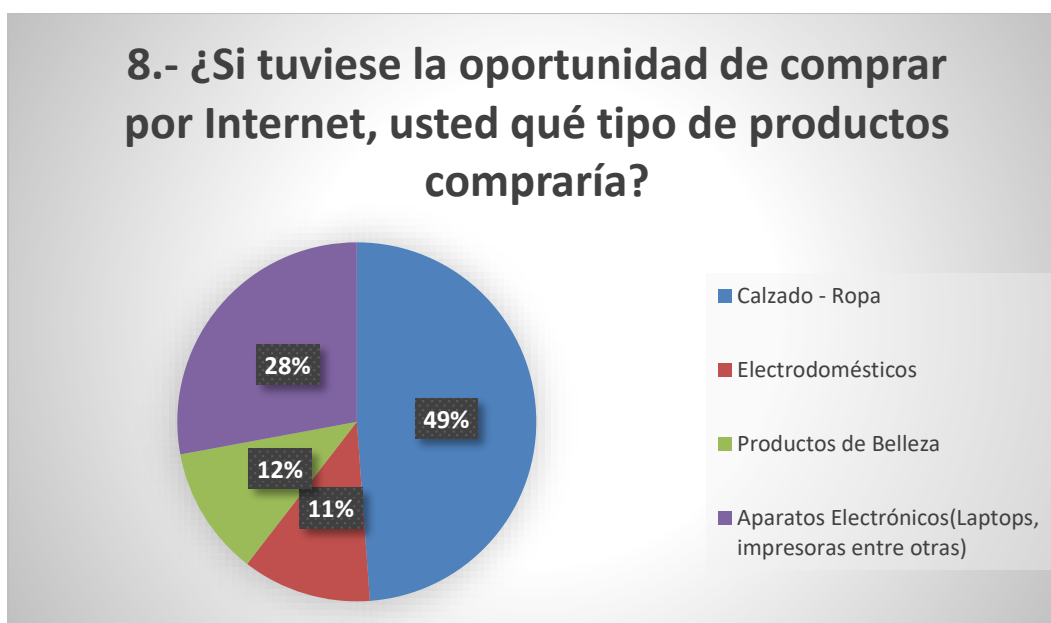
razonó que en sus motivos se incluye el dar datos y que estos sean utilizados y administrados mal e incluso incluyendo los robos y devaluaciones que muchas veces han recibido. Por otra parte, el 16% no quiso mencionar razón alguna por las cuáles no estaban interesados a comprar por esta vía ya que una de las principales razones fue mencionada anteriormente. Pero, al momento de plantear la opción acerca de las tarjetas de crédito, un 8% las mencionó ya que, según sus criterios, nunca estarían dispuestos a poner los datos de las mismas, por desconfianza. El 1% dijo que lo hacían por la diferencia y subidas de precios que se realiza muchas veces, diferenciando el precio en internet y en la tienda física, lo cual les da mal testimonio al momento de comprar en internet.

8.- ¿Si tuviese la oportunidad de comprar por Internet, usted qué tipo de productos compraría?

Tabla 10: Tipos de compra en línea

| Alternativas | Cantidad | Porcentaje |
|--|-----------------|-------------------|
| Calzado – Ropa | 42 | 49% |
| Electrodomésticos | 10 | 11% |
| Producto de belleza | 10 | 12% |
| Aparatos Electrónicos(Laptops, impresoras entre otros) | 24 | 28% |
| Total | 86 | 100% |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Análisis e Interpretación

Existe una serie de tipos de productos de los cuáles tienen mayor volumen de venta en internet. Entre estos, el 49% de la encuesta, la gente respondió que en su preferencia mayor de estos productos está todo lo que se deriva e incluye a calzado y ropas, según opiniones, es así, ya que lo que más presencian, son tiendas de las mismas denominaciones, lo que hace más fluida la venta de estos productos, sin embargo, los aparatos electrónicos como celulares, laptops, computadoras y entre otras, no quedaron atrás, ya

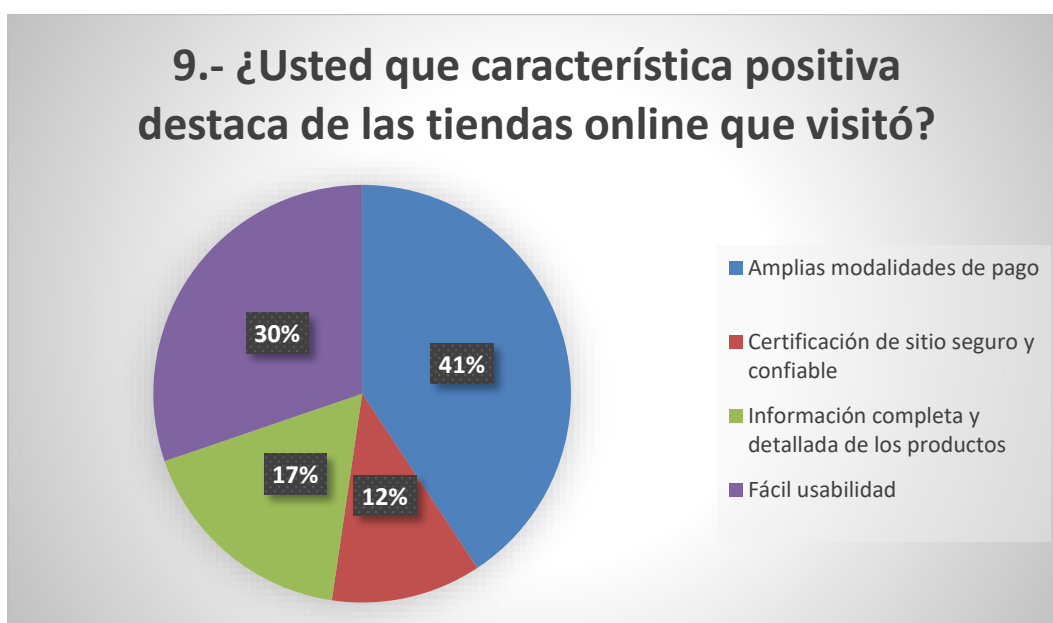
que las personas mencionaron en un 28% que compraban aquellos artículos ya que son necesarios en su diario vivir. Un tanto después de ambos valores anteriores se encuentra también los artículos de belleza, evaluados por un total del 12% de la totalidad de la encuesta, y por supuesto, sin descartar los electrodomésticos, los encuestados declararon que frecuentemente compran en esta área según el 11% de la evaluación total.

9.- ¿Usted que característica positiva destaca de las tiendas online que conoce?

Tabla 11: Características positivas

| Alternativas | Cantidad | Porcentaje |
|---|-----------------|-------------------|
| Amplias modalidades de pago | 35 | 41% |
| Certificación de sitio seguro y confiable | 10 | 12% |
| Información completa y detallada de los productos | 15 | 17% |
| Fácil usabilidad | 26 | 30% |
| Total | 86 | 100% |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Análisis e Interpretación

Finalmente se preguntó acerca de las características positivas que se le darían a las tiendas online y bueno, en un comienzo, las personas empezaron respondiendo, en un 41%, que lo hacían por las amplias formalidades de pagos que encuentran, a diferencia de las preguntas anteriores, en las cuales se hace mención de la desconfianza en las formas de pago. Por otra parte, un 30% dijo que lo haría por la facilidad al momento de hacer su uso y al momento de recibir su pedido y la calidad de los

mismos. Desde otro punto de vista, los encuestados dijeron que valía salvar la opción acerca de la información completa y detallada al momento de llenar el pedido, ya que, dicen ellos, es una mejor manera de guiar al que trae en pedido ya que lo puede hacer de manera directa y confiable. Finalmente, culminando esta encuesta, se hizo mención también acerca de la confiabilidad que se le daría a la página web y la seguridad de la misma, los cuales son de absoluta confiabilidad y confidencialidad en una buena administración de los datos, mencionaron.

3.6 Conclusiones de manera general sobre la encuesta y entrevista

En los resultados conseguidos por las diferentes técnicas de metodologías de la investigación, se pudo observar las necesidades de los usuarios del sector, daremos a mostrar la presentación de datos sobre las encuesta los resultados formados por cada uno de los usuarios.

Como análisis tenemos un resultado donde podemos observar la falta de tiempo que muchos necesitan, como el servicio a domicilio les ayudará a facilitar más rápido un proceso de ahorro de tiempo.

Importancia de la investigación.- es importante, nos permite aprender conocimientos, como los avances tecnológicos que hoy en día se da, la investigación puede darse en algunas formas no solo en el internet también se llevara a cabo la investigación en bibliotecas, encontrar información en periódicos entre otros medios, donde el ser humanitario puede aprender día a día algo nuevo.

3.6.1 Conclusión de la entrevista realizada a los dueños del supermercado

La entrevista se realizó al dueño del Mini Market “El Único”, nos dio como resultado la aprobación del proyecto y el apoyo del mismo.

3.6.2 Conclusión de la encuesta realizada a los clientes del supermercado

La encuesta se realizó a los clientes ya que realizan sus compras en el mini Market, los cuales mostraron un gran interés por el proyecto a realizar.

3.7 Conclusiones Generales sobre las encuestas.

Se puede decir que hoy en día la mayoría de las personas encuestadas hacen uso de la tecnología (INTERNET) y aquí es donde ellos encuentran la satisfacción de las necesidades.

El diseño del sitio web Mini Market “El Único” le permitirá mejorar los procesos económicos para así poder tener una mejor viabilidad al cliente con el ahorro de tiempo.

Con las actividades asignadas se gestionó la comunicación, apoyando la actualización de diferentes medios de comunicación.

Este sitio da la mayor facilidad al llegar al usuario a la entrega con el poder de estar comunicado permitiendo responder y mejorar nuestro sitio web.

3.8 Recomendaciones Generales sobre las encuestas.

- Mejorar la atención al cliente estableciendo un historial de compras para establecer las preferencias
- Se recomienda realizar un estudio de mercado sobre la incidencia del uso de páginas web dedicada al mini Market con el fin de determinar las ventajas en el posicionamiento de las mismas en el mercado.
- Una recomendación para el sitio web puede ser el desarrollo de una app.

3.9 Presupuestos y Costos

Tabla 12: Presupuestos y costos

| Recursos | Detalles | Económicos |
|--------------|---|-----------------|
| Humano | Tutora: M.A.E Tatiana Tapia Autora: Beatriz Mazamba Jordán | \$800 |
| Materiales | Resmas hojas A4 | \$3.00 |
| | Cuaderno | \$1,50 |
| | Bolígrafos | \$1,00 |
| | Impresiones | \$8,00 |
| | Anillados | \$10,50 |
| | Transporte | \$42,00 |
| | | 66.00 |
| Total | | \$866.00 |

3.9.1 Costo de Hardware

Tabla 13: Costo de hardware

| Cantidad | Descripción | Valor Total |
|--------------|---|--------------|
| 1 | Monitor de 19" Memoria Ram 4GB Disco Duro 1TB | \$600 |
| 1 | Impresora Tinta Continua | \$220 |
| Total | | \$820 |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

3.9.2 Costo de Software

Tabla 14: Costo de software

| Cantidad | Descripción | Valor Total |
|-----------------|---------------------------------|--------------------|
| 1 | Licencia Windows 10 Ultimate | \$180 |
| 1 | Dominio Web (.com) | \$ 60 |
| 1 | Servidor Web | \$120 |
| Total | | \$360 |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

3.9.3 Costo total

Tabla 15: Costo Total

| Descripción | Valor Total |
|--------------------|--------------------|
| Costo de Hardware | \$820 |
| Costo de Software | \$360 |
| Costo de Operación | \$866.00 |
| TOTAL | \$2.046.00 |

Elaborador por: Beatriz Mazamba Jordán

CAPITULO IV

LA PROPUESTA

Tema: Diseño de una página web para ventas de productos online en el mini Market “El Único”

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivo General de la propuesta

- Diseñar un sitio web para la admisión de pedidos a domicilio online que disminuya los tiempos en un proceso para garantizar el bienestar de los visitantes del mini Market “El Único”.

4.1.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Presentar el informe de diseño web.
- Facilidad de Compras
- Facilitar a las clientelas el servicio tecnológico.
- Mejorar la eficacia de los empleados, ofreciéndoles un buen trabajo apropiado laboral

4.2 Descripción de la Propuesta

A continuación de haber leído el concepto y características del comercio electrónico, vamos a considerar una página para realización de compras online, el modelo de negocio, puesto que la comodidad está por delante de todo, y no hay nada más sencillo que comprar lo que necesitas desde tu casa, a un costo bastante inferior que el que te encontrarías en la tienda.

4.2.1 Información general del Proyecto

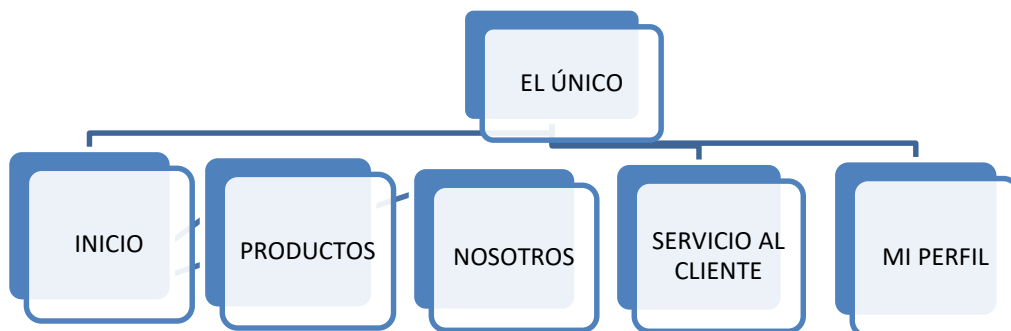
Se plantea el diseño de la página web orientado hacia el incremento en ventas y darse a conocer a más empresas que soliciten los servicios.

Inicio: En esta parte se refleja la forma general que se va vender en la página web www.elunicocomercial.wix.com/inicio

Nosotros: Se desplegará información de misión y visión del negocio www.elunicocomercial.wix.com/inicio/nosotros que se realizará el sitio.

Servicio al Cliente: Muestra a los beneficiarios, datos telefónicos y correo para que los usuarios puedan informarse o dirigirse con sugerencias o llamar si desean adquirir un pedido a domicilio.

Se detalla un mapa conceptual donde se visualiza la página principal.



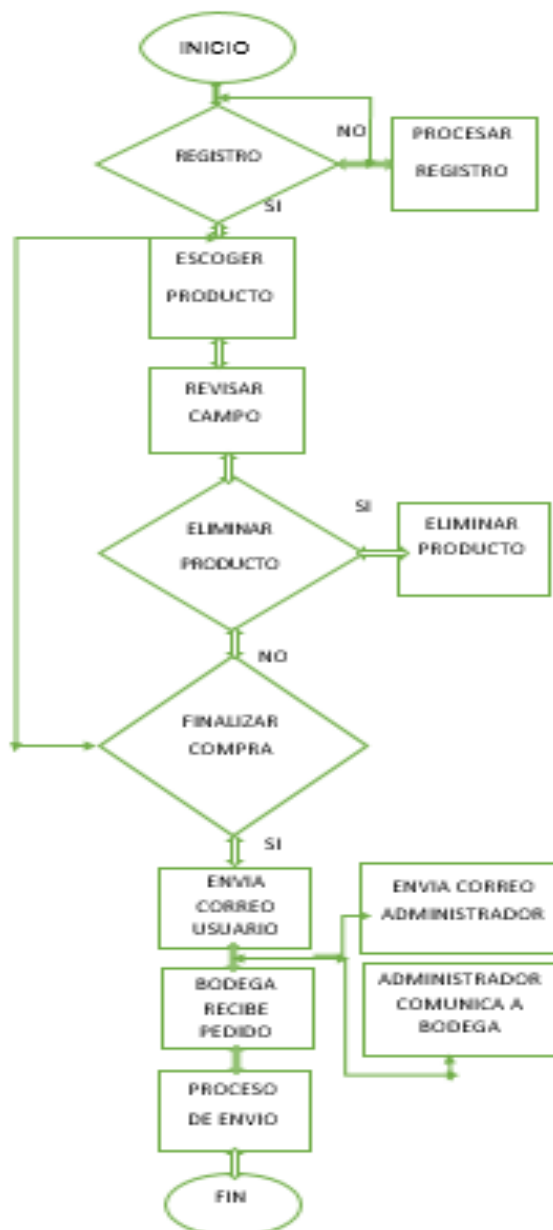
4.3 Pasos o procedimientos de la compra en línea del mini Market.

4.3.1 Pasos a seguir para realizar una compra en línea

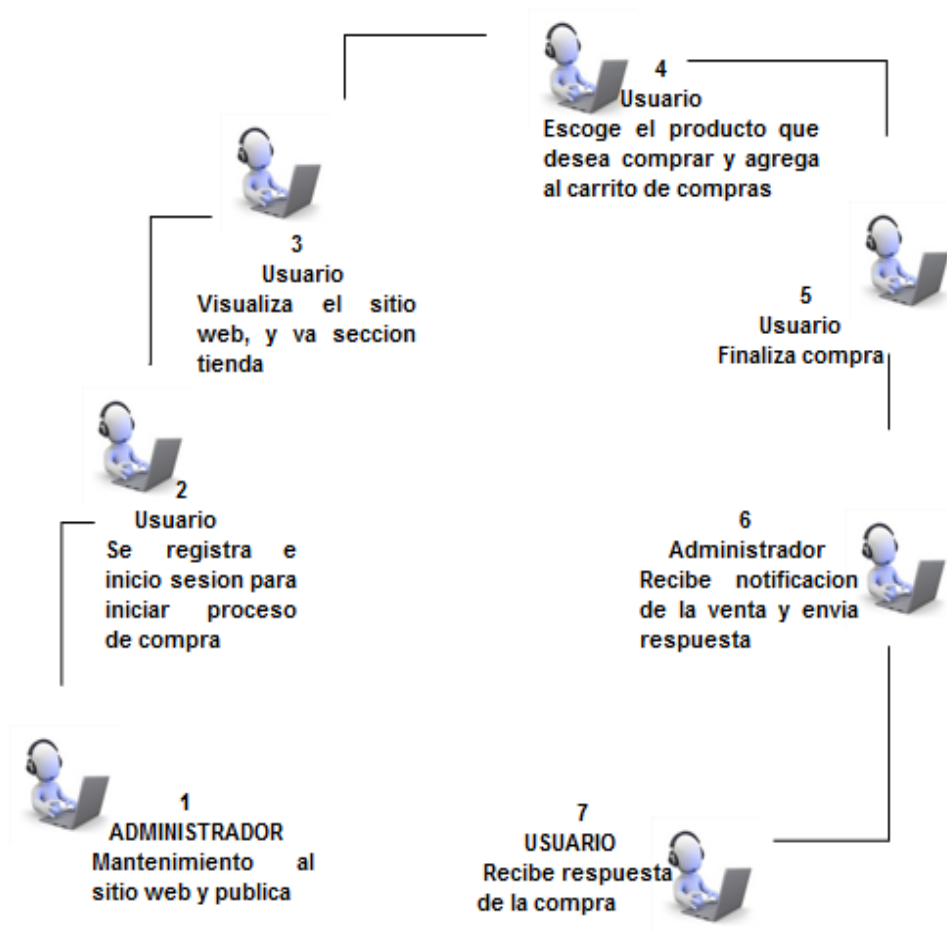
1. Ingresar a la página web, si no está registrado elegir la opción “Mi Perfil” y crear un perfil nuevo el cual será personal caso contrario ingresar con su usuario y contraseña.
2. Si desea realizar el pedido elegir la opción “Productos” en la cabecera.
3. Seleccione los productos que desea adquirir según su clasificación (frutas, vegetales, snacks, perecibles, no perecibles, artículos de bazar) los cuales automáticamente se cargarán al Carrito de Compras.
4. Una vez finalizado el pedido, confirmarlo con la opción Enviar el pedido, si desea eliminar un producto, en la parte superior del mismo hay una letra (X) que es la opción “Eliminar”, para ejecutar esa opción, debe ser presionada caso contrario.
5. Una vez finalizado el pedido elegir la opción Ver Carrito, aquí puede revisar los productos si desea eliminar elegir el botón que se encuentra bajo cada uno de los productos.
6. En el caso de tener un código promocional ingresarlo y se reflejará en la factura como un descuento.
7. Si desea agregar un comentario sobre el pedido puede hacerlo en Agregar una nota.
8. Finalizado el pedido escoger Finalizar la compra, todos los pedidos a domicilio son en efectivo.
9. Para constancia de que la transacción se ha realizado, el cliente recibe un e-mail con un código el cual será para verificación de la autenticidad del pedido y al momento de llegar el producto al domicilio, debe ser presentado, revisada y verificada la orden según el e-mail.
10. El personal de bodega verifica el pedido y lo envía, aquí es donde entra en acción el miniMarket, preparando y equipando el pedido realizado anteriormente.

11. Una vez realizado, el pedido será llevado por un empleado el cual se movilizará vía terrestre en una motocicleta (el envío si tiene un costo, este ya está incluido en la orden con un incremento del 5% en cada producto).

4.3.2 Diagrama de Flujo de pedido en Línea



4.3.3 Diagrama de Flujo de proceso



4.3.4 Políticas de Devolución y Cambios

- **El único**

Es importante que al momento de la recepción de la compra revise el buen estado de los productos antes de firmar el remito de entrega, esto evitará inconvenientes y servirá también para hacer uso de garantía.

No se aceptaran reclamos por daños estético o faltantes una vez firmado el remito conforme.

- **Plazos y requisitos de Cambio/ Devolución**

Se detalla el plazo máximo de días permitidos para que el cliente realice un cambio, según el tipo de producto. En el caso de envíos a domicilio se considera la fecha de entrega del producto.

El cambio de productos se acepta dentro de 2 días después de la compra. En el caso de los alimentos perecibles debe de ser realizado inmediatamente porque en caso de que llegue en peores condiciones no podrá efectuarse una solución.

- **Políticas de Envío**

La entrega de productos incluye el traslado hasta la puerta del domicilio incluyendo en esta un valor por dicho objeto el cual se agrega con el 5% del incremento a la orden realizada.

Cualquier persona mayor de 18 años que se encuentre en el domicilio, puede recibir la entrega acreditando su identidad. Por otra parte, el empleado certificado se presenta con su credencial y con la orden en mano, lo cual certifica la autenticidad del mismo.

4.3.5 F.A.Q Frequently Asked Questions (Preguntas Frecuentes)

Las preguntas se encuentran en la opción Servicio al Cliente, para que el cliente tenga la oportunidad de revisarlas.

Realización de pedidos

1. ¿Cómo hago un pedido?

1.1 selección de dirección de entrega del pedido

Para poder realizar el pedido es necesario ingresar a la página web y direccionarnos a la opción “Productos”, la cual nos mostrará la lista de los productos en stock y en varias clasificaciones. Luego de haber seleccionado el (los) producto(s) se debe verificar la orden y llenar los datos de envío teniendo así por resultado la ventana de entrega del mismo.

1.2 Eliminar producto seleccionado

Para eliminar uno o varios productos que han sido elegido(s) deberás dar clic en la opción “Eliminar” que aparece en la parte de inferior del producto y se eliminara el pedido.

2. ¿Puedo hacer cambios en mi pedido?

Mientras se ejecuta el pedido y la confirmación del mismo, se pueden hacer cambios hasta antes de hacer el envío del pedido. En caso de haber enviado el pedido y querer hacer un cambio inmediatamente el cliente debe contactarse con el local y efectuar el cambio.

2.1 ¿Qué ocurre si no tengo tiempo de terminar mi pedido y lo quiero finalizar más tarde?

Si cierras la web sin salir de tu sesión se te guardará el carrito con los productos añadidos hasta en ese momento.

3. ¿Puede no haber disponibilidad de artículos en la compra online?

Los productos presentados en la plataforma son productos eficaces y son productos seleccionados con los cuales contamos en stock. De igual manera trabajamos para asegurarle que aquel pedido llegue de buena calidad.

3.1 ¿Puedo navegar por la web sin estar registrado?

Sí, de hecho, en nuestra plataforma web no es necesario registrarse en alguna página. El único requisito que pedimos al final de la transacción es el e-mail para poder enviar el respaldo de la orden, en caso de no tener uno, se lo puede crear individualmente, ya que es un requisito obligatorio, ya que si no se lo registra, no se podrá finalizar el pedido.

4.3.6 Política de Privacidad

La política de privacidad de “El Único” (en su plataforma web) está ligada obligatoriamente a los derechos exclusivos de los clientes. Es por esta razón que en el método de pago no es obligatorio hacerlo con tarjeta de

crédito para evitar que el cliente se sienta incómodo y desconfiado. Al momento de llegar a la opción “Verificación de Envío” y se receten los datos personales, estos serán exclusivamente usados para registrar la transacción en el registro contable.

Información que es recogida

Nuestro sitio web podrá recoger información personal por ejemplo:

Nombre, información de contacto como su dirección de correo electrónico e información. Así mismo cuando sea necesario podrá ser requerida información específica para procesar algún pedido o realizar una entrega.

Registro y Administración de la información recogida

La información personal es exclusivamente administrada al momento de registrar la transacción, como se detalló anteriormente. Este es el único uso dado a dichos datos, ya que estamos estrictamente ligados y obedecidos a las políticas de privacidad y a los derechos de los clientes.

Control de su información personal

En cualquier momento usted puede registrar la recopilación o el uso de la información personal que es proporcionada a nuestro sitio web. Cada vez que se le solicite rellenar un formulario, como el de usuario, puede marcar o desmarcar la opción de recibir nuestro boletín o publicidad usted puede cancelarla en cualquier momento

4.3.7 Enlaces a terceros

En la página web de “El único” por el momento no contamos con enlaces a terceros, se permanece exclusivamente en la página de Inicio del mismo, de esta manera evitamos enlaces no deseados para los clientes.

4.4. Plan de mejoras

Para nuestro proyecto debemos tener un buen diseño, a continuación describiremos los principales pasos para la elaboración de plan de mejoras:

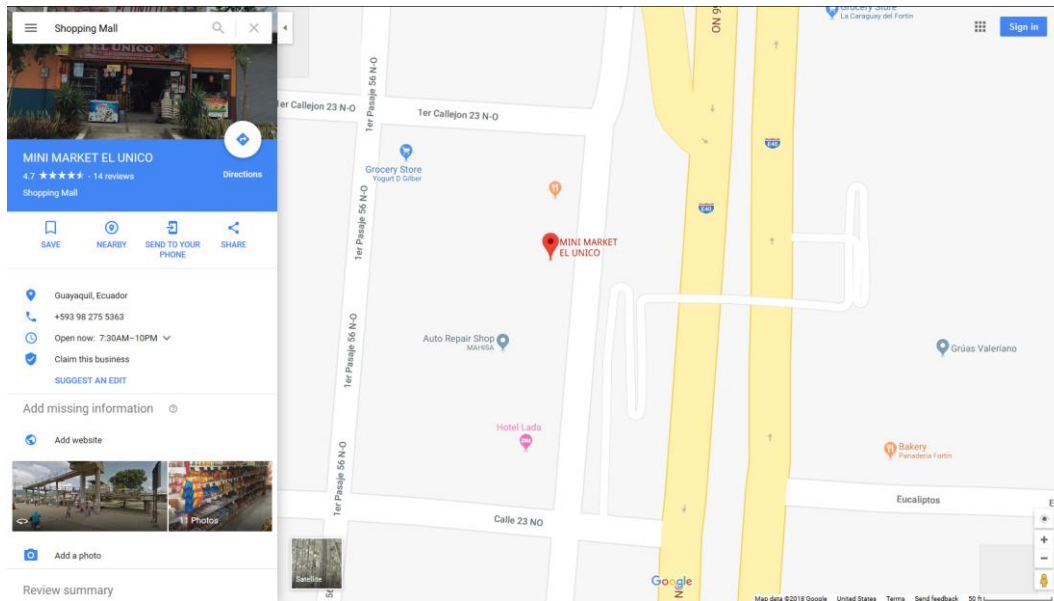
- Identificar el área de mejora

- Detectar las principales causas del problema
- Formular el objetivo
- Realizar una planificación
- Llevar a cabo un seguimiento

Para llevar a cabo la mejora es necesario determinar quién es el responsable de la ejecución de las acciones de mejora, los recursos humanos y materiales necesarios, los responsables de realizar el control y seguimiento de las mismas.

Es posible que este proyecto lleve una negociación, así mismo el hecho de dar el plan de mejoras según las características favorecerá el éxito por lo tanto el objetivo es previamente fijado.

Ubicación del negocio



País: Ecuador

Provincia: Guayas

Espacio: Mini Market “El Único”

Ubicación: Av. Modesto Luque y Av. Casuarina.

Parroquia: Pascuales

El sitio www.elunicocomercial.wix.com/inicio está dirigido en el sector norte de la ciudad.

4.5 Plan de Ejecución

| No | Tareas Especificas | Actividades | Recursos |
|----|-----------------------------|---|---------------------|
| 1 | Recopilación de información | Visita al dueño del Mini Market, Entrevista | Encuesta |
| 2 | Creación de sitio web | Actualizaciones | Analista de sistema |

| | | | |
|----------|----------------------|------------------|------------------------|
| 3 | Consultas e informes | Diseño sitio web | Analista y Programador |
|----------|----------------------|------------------|------------------------|

El diseño web traerá un segmento de usuarios por el uso de la web, sin importar la dimensión o giro, el objetivo de proporcionar una página web consiste en acercarse al mercado logrando ser efectivo en el proceso de ventas, una aceleración en el crecimiento del negocio.

4.6 Beneficios:

Los beneficios del proyecto son:

- Ventas vía On-line
- Publicidad mediante el sitio web para los clientes u usuarios del Mini Market
- Mejorar la recepción y comunicación entre los clientes.

4.7 Determinación de Requerimientos

Se necesita un sistema informático, para el sitio web. Para realizarlo utilizaremos la plataforma de wix.com en la cual realizaremos la creación, organización y administración de la página web.

Para el requerimiento en hardware tenemos una laptop Toshiba con sistema operativo Windows 10, 4 gigabyte de memoria RAM con su respectiva conexión en red, usando wifi. Además los datos y pedidos del cliente serán de absoluta confidencialidad, solo para el uso de la compañía al querer localizar al cliente, estos datos estarán almacenados en nuestra plataforma web en la cual disponemos con un sistema de almacenamiento de la información recopilada.

A continuación nombraremos los principales componentes para que estos equipos sean óptimos:

Requerimiento de Hardware

| Cantidad | Equipos | Descripción | Ubicación |
|----------|--------------------------------------|---|--|
| 1 | Computadora Toshiba Windows 10 | Monitor de 19 “ Memoria Ram 4 Gb Disco duro 1 TB | Mini Market “El Único” El Fortín |
| 1 | Impresora HP | Sistema Tinta Continua | Mini Market “El Único” El Fortín |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

Requerimiento de Software

| Cantidad | Programa | Características |
|----------|---|--|
| 1 | Licencia Windows 10 Ultimate | Profesional |
| 1 | Navegador web: Mozilla Firefox, Google Chrome | Navegador web para poder ingresar al sistema de administración y visualizar el sitio web (de preferencia el navegador de Mozilla Firefox). |
| 1 | Dominio | Obtener un dominio web correcto www.elunicocomercial.wix.com.inicio |

| | | |
|---|---------|---|
| 1 | Wix | Tener activa una cuenta en esta página para su administración |
| 1 | Hosting | Profesional |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



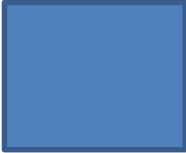

Requerimiento de Personal

| Descripción | Personal |
|----------------------|---------------|
| Análisis en sistemas | 1 analista |
| Diseño | 1 programador |
| Implementación | 1analista |
| Desarrollo | 1 programador |

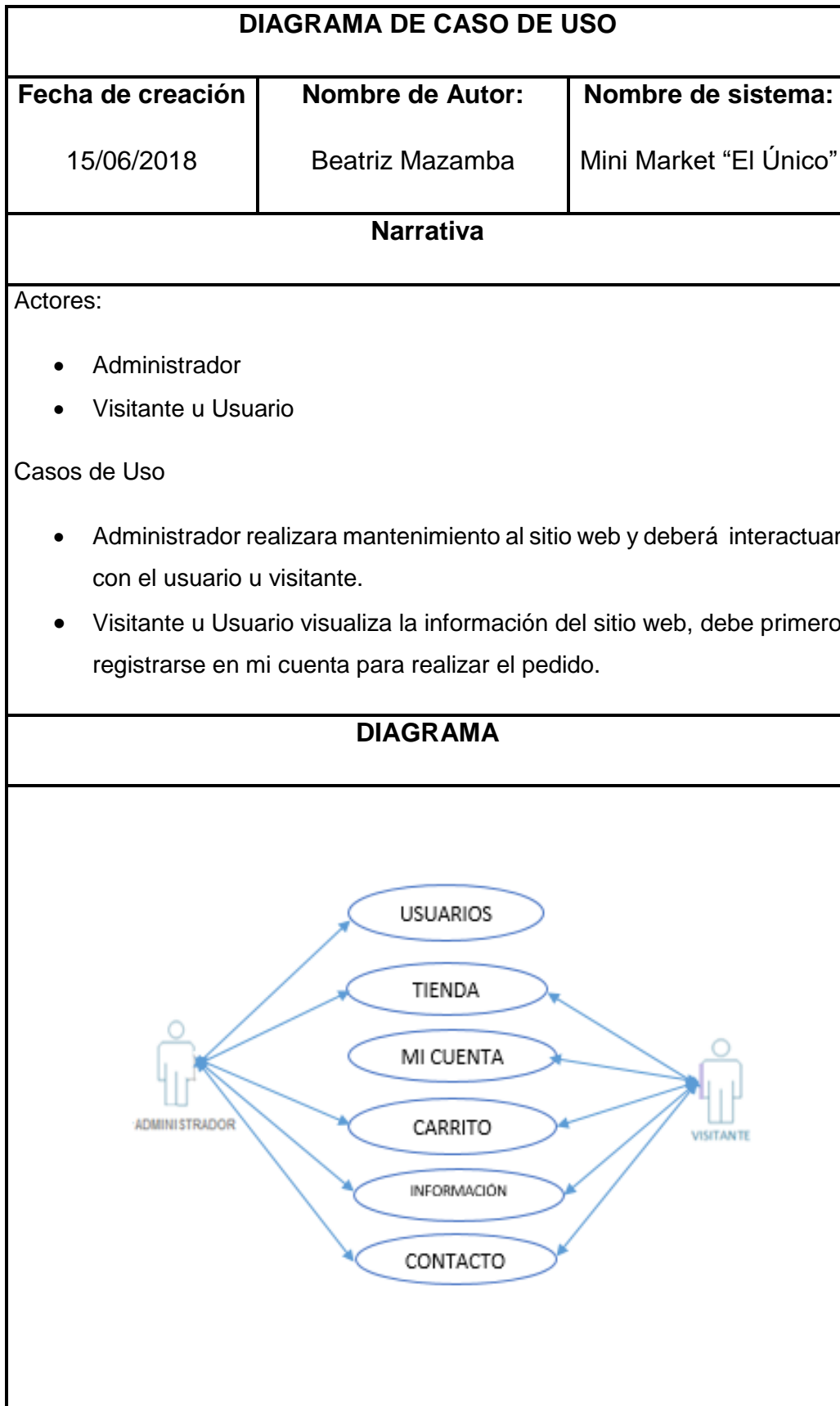
Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

4.8 Diseño de la propuesta

Diagrama de caso de uso



| Descripción | Símbolo |
|----------------------------|--|
| Actor |  A blue stick figure symbol representing an actor in a use case diagram. |
| Caso de Uso |  A blue oval symbol representing a use case in a use case diagram. |
| Limitador del Sistema |  A blue square symbol representing a system boundary or actor in a use case diagram. |
| Asociación de Comunicación |  A blue horizontal line symbol representing an association between elements in a use case diagram. |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



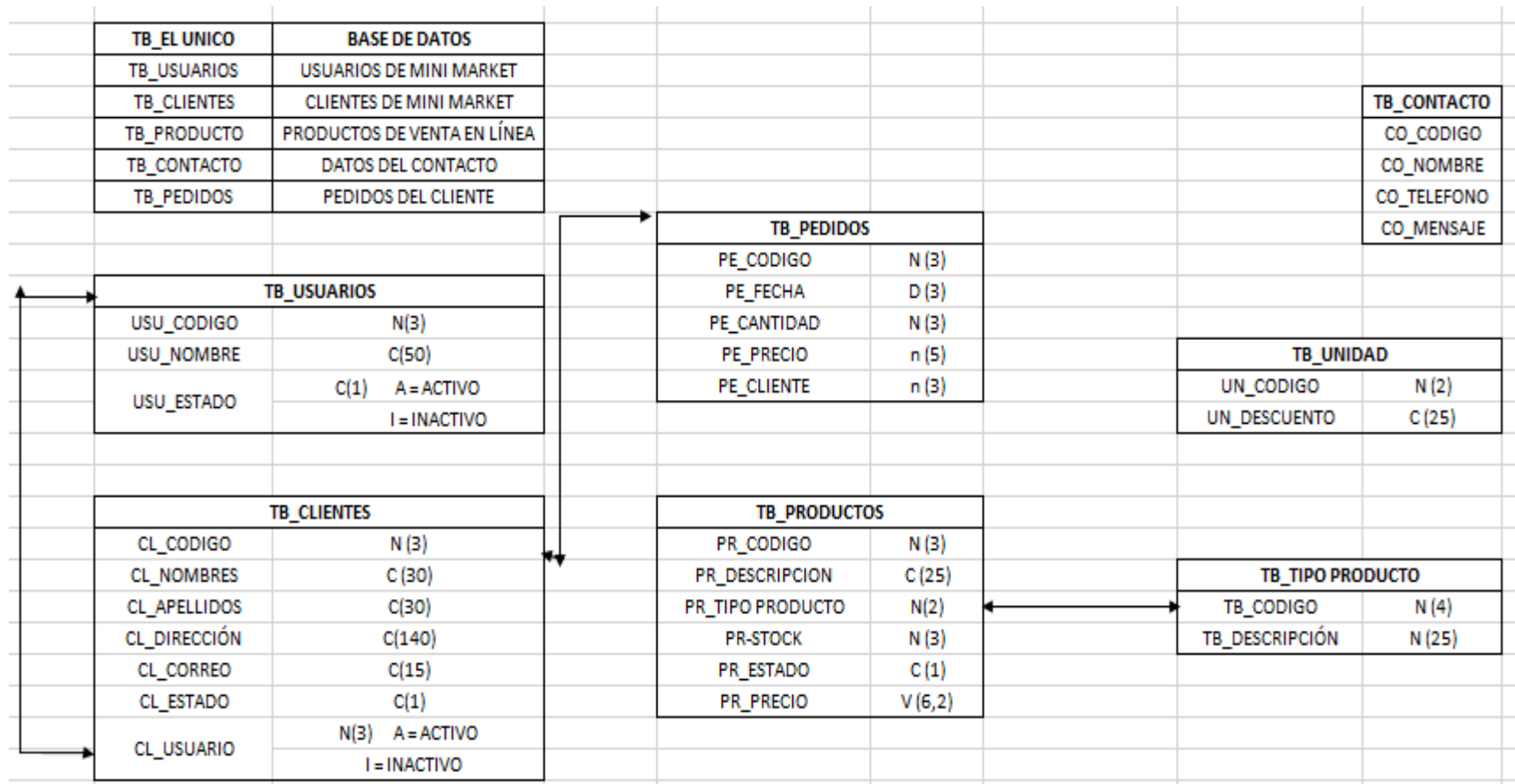
Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

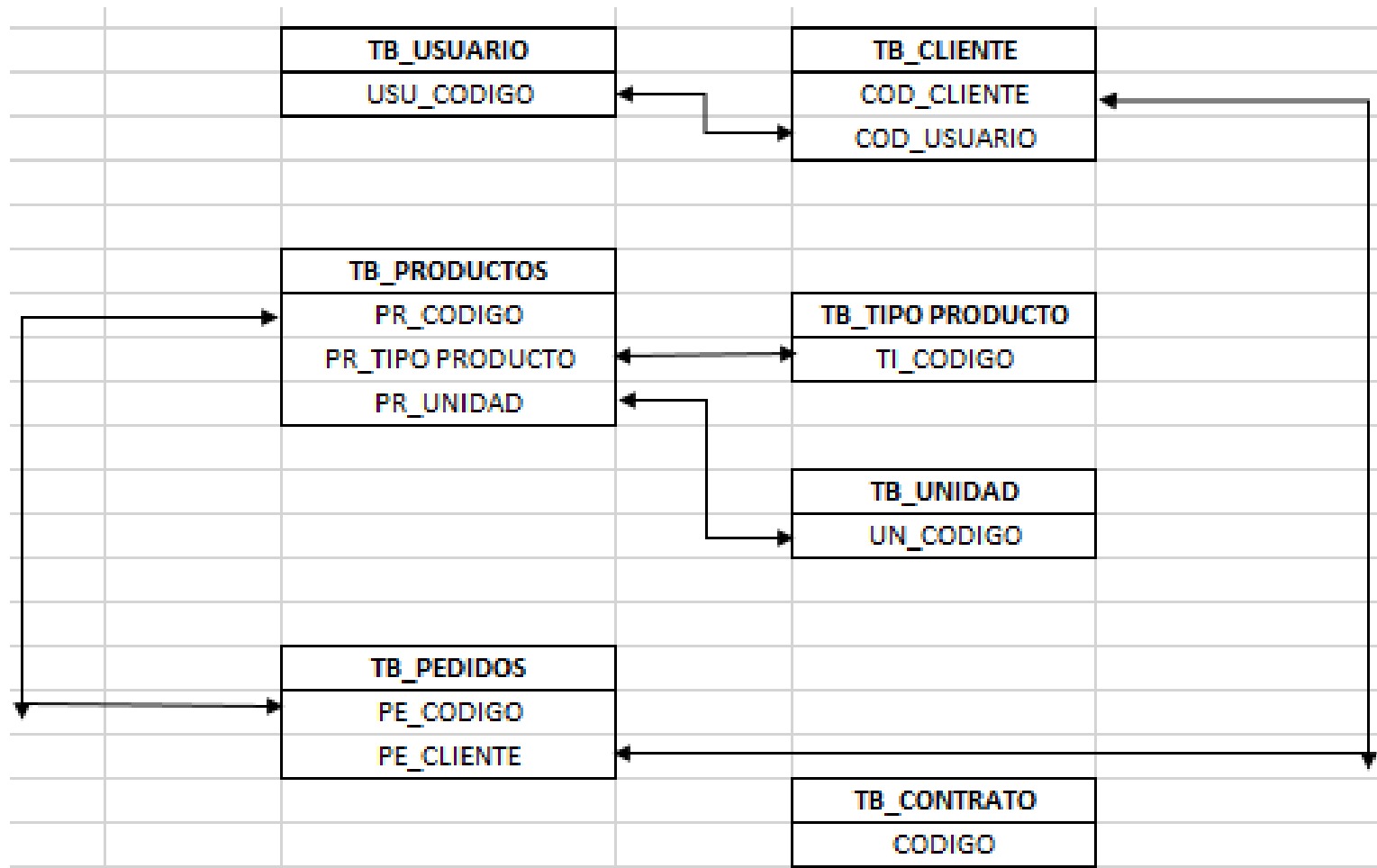
4.8.1 Diagrama de la página web

| Símbolo | Descripción |
|---|-------------|
|  | Proceso |
|  | Enlace |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán



4.8.2 Diagrama Modelo Entidad





4.9 Diseño de Pantallas



4.9.1 Pantallas del visitante

| | | |
|--|--|---|
|  | DISEÑO DE PANTALLA | |
| Fecha de creación 15/06/2018 | Nombre de Autor: Beatriz Mazamba | Nombre de sistema: Mini Market “El Único” |
| Narrativa | | |
| Descripción: Pantalla de inicio del sitio web en donde se encontrara el menú de las opciones que ofrece la página. Inicio Nosotros Productos Servicio al Cliente Mi Perfil | | |
| Pantalla | | |
|  | | |


Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

| | | |
|--|---|---|
|  | DISEÑO DE PANTALLA Misión – Visión | |
| Fecha de creación 15/06/2018 | Nombre de Autor: Beatriz Mazamba | Nombre de sistema: Mini Market “El Único” |
| Narrativa Pantalla Nosotros | | |
| Descripción: Misión y Visión: Luego de presionar la opción “Nosotros”, el cliente tendrá acceso a nuestra información, en especial a nuestra Misión y Visión. | | |
| Pantalla Misión – Visión | | |
|  | | |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

| | | |
|--|--|--|
|  | <h2 style="text-align: center;">DISEÑO DE PANTALLA</h2> <h3 style="text-align: center;">Contacto - Horarios</h3> | |
| <p>Fecha de creación</p> <p style="text-align: center;">15/06/2018</p> | <p>Nombre de Autor:</p> <p style="text-align: center;">Beatriz Mazamba</p> | <p>Nombre de sistema:</p> <p style="text-align: center;">Mini Market “El Único”</p> |
| <p style="text-align: center;">Narrativa Pantalla Servicio al Cliente</p> | | |
| <p>Descripción: Para poder ver nuestra esta información, el cliente debe ir a la opción “Servicio al Cliente” en la cual encontrarán información de cómo visitarnos, incluyendo información como nuestra tienda (dirección), horarios de atención, correo para consultas, una ficha la cual puede llenar para información e incluso un espacio de Google Maps para que el cliente se guíe de cómo llegar. Incluso, contamos con una innovación llamada “Habla con Nosotros” por medio de la cual el cliente puede tener una conversación directa con nuestro negocio.</p> | | |
| <div style="text-align: center;"> <h3>Pantalla Contacto - Horarios</h3>  </div> <p>Nuestra Tienda El Fortín, Guayaquil, Ecuador Vía Palmira # 2029A Calle # 29-410-976</p> <p>Horarios Lunes - Viernes 7:30 - 22:00 Sábado 7:30 - 22:00 Domingo 7:30 - 22:00</p> <p>Consultas elunico.comercial@gmail.com O puedes llenar la siguiente ficha:</p> <p>Nombre: <input type="text"/> Dirección: <input type="text"/> Teléfono: <input type="text"/> Email: <input type="text"/> <input type="button" value="Enviar"/></p> <p>F.A.Q. Preguntas Frecuentes</p> <p>Realización de pedidos</p> <p>1. ¿Cómo hago un pedido? Para poder realizar el pedido es necesario ingresar a la página web y dirigirse a la opción "Productos", la cual nos mostrará la lista de los productos en stock y en varias clasificaciones. Luego de haber seleccionado el (los) productos se debe verificar la opción y llenar los datos de envío haciendo clic por resultado la ventana de entrega del mismo.</p> <p>2. ¿Eliminar producto seleccionado. Para eliminar uno o varios productos que han sido agregados deberá dar clic en la opción "Eliminar" que aparece en la parte inferior del producto y se eliminará el pedido.</p> <p>3. ¿Puedo hacer cambios en mi pedido? Mientras se espera el pedido y la confirmación del mismo, se pueden hacer cambios hasta antes de hacer el envío del pedido. En caso de haber enviado el pedido y querer hacer un cambio, inmediatamente al día siguiente.</p> <p style="text-align: right;">HABLA CON NOSOTROS!</p> | | |

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán

| | | |
|---|--|---|
|  | DISEÑO DE PANTALLA Tienda | |
| Fecha de creación 15/06/2018 | Nombre de Autor: Beatriz Mazamba | Nombre de sistema: Mini Market “El Único” |
| Narrativa Pantalla Productos | | |
| <p>Descripción: En esta opción por la cual el cliente llega presionando la opción “Productos”, el cliente encuentra parte de nuestra disponibilidad de mercado en nuestros productos e incluso podrá encontrar una clarificación de los mismos (Frutas, Vegetales, Snacks, Perecibles, No Perecibles, Artículos de bazar), incluso en la misma ventana podrá ver qué y cuáles productos tienen promoción, descuento, e incluso si hay productos nuevos, incluyendo el valor según el detalle del producto. Para poder escoger la cantidad de este (en caso de ser más de una unidad), la persona deberá presionar y escoger en primer lugar su producto, luego, en la parte derecha del mismo hay un símbolo (+) el cual es para ir sumando los productos necesarios a su disposición (la cantidad máxima a escoger se puede reflejar ya que al momento de exceder el límite de bodega, solo aparecerá la cantidad habida en stock).</p> | | |
| Pantalla Tienda | | |

NUEVAS FRUTAS



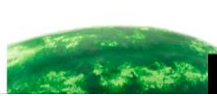
Manzana
\$4.00 \$0,75



Naranja
\$4.00 \$0,75



Sandía
\$1,25



Melón
\$0,50

<https://elunico.comercial.wixsite.com/inicio/productos>

HABLA CON NOSOTROS!

MÁS PRODUCTOS



Doritos
\$0,50



Atún
\$2,25

Cargar más

HABLA CON NOSOTROS!

Elaborado por: Beatriz Mazamba Jordán




DISEÑO DE PANTALLA
Carrito de Compras

| | | |
|---|--|---|
| Fecha de creación 15/06/2018 | Nombre de Autor: Beatriz Mazamba | Nombre de sistema: Mini Market “El Único” |
| Narrativa Pantalla Productos | | |
| <p>Descripción: Luego de elegir la cantidad y la selección del producto, visualizaremos una ventana denominada el “Carrito” la cual nos detallará los detalles del (los) producto(s) seleccionado(s), (en caso de querer eliminar un producto, en la parte inferior del mismo hay una opción llamada “Eliminar”, la cual debe pulsar para que se ejecute esa opción). Luego de haber seleccionado todo el pedido, el cliente debe ir a la opción “Ver Carrito” la cual lo llevará a una nueva ventana de confirmación. (En caso de perder esta tira de Carrito, para poder regresar a esa pestaña tenemos que seleccionar en la parte superior derecha la canasta de compras que aparece en una figura).</p> | | |
| Carrito de Compras | | |

Este página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

EL ÚNICO INICIO PRODUCTOS NOSOTROS SERVICIO AL CLIENTE




Inicio / Productos / Berenjena [←](#) [Previa](#) | [Próximo](#) [→](#)



Berenjena
SKU: EU-VEG-005
\$0,75
Cantidad:
[AGREGAR AL CARRITO](#)


Precio Unitario

Carrito

-  **Manzana**
Cant. 2
~~\$1,00~~ **\$0,75**
-  **Naranja**
Cant. 2
~~\$1,00~~ **\$0,75**
-  **Berenjena**
Cant. 3
\$0,75

Subtotal
\$5,25

[VER CARRITO](#)

| | | |
|--|--|---|
|  | DISEÑO DE PANTALLA Finalización de Compra | |
| Fecha de creación 15/06/2018 | Nombre de Autor: Beatriz Mazamba | Nombre de sistema: Mini Market “El Único” |
| Narrativa Pantalla Productos | | |
| <p>Descripción: Luego de pulsar “Ver Carrito”, el cual nos lleva a otra pestaña, podemos visualizar los detalles de compra finalizada. Una vez verificado y finalizado escoger “Realizar Pedido”, se envía un correo al cliente y al administrador con el detalle del pedido</p> <p>Se empieza a realizar el empaque del mismo y procede a enviar (el envío tiene un precio de 5%, el cual está sumado en los mismos productos), nuestro empleado de entrega también podrá llegar en un tiempo límite de hasta una hora (según la distancia del local a casa del cliente), el mismo se movilizará en una motocicleta, y luego del tiempo estipulado el cliente tendrá su producto en sus manos y podrá efectuar confiablemente el pago al mismo empleado (el cual no puede pedir propina, en caso de ser así, denunciar llamando al local). <i>Este es el detalle específico de comprobación y envío.</i></p> | | |
| Finalización de Compras | | |



SKU: EU-FRU-006

[Eliminar](#)



Naranja

SKU: EU-FRU-005

~~\$1,00~~ \$0,75

\$1,50

[Eliminar](#)



Berenjena

SKU: EU-VEG-005

\$0,75

\$2,25

[Eliminar](#)

[Ingresar código promocional](#)

[Agregar una nota](#)

Subtotal

\$5,25

Envío
Ecuador

GRATIS

Total

\$5,25



[Finalizar la compra](#)

HABLA CON

1 Datos de Envío

*Email para confirmar el pedido

*Nombre

*Apellido

*Dirección

*Ciudad

*País

Resumen del pedido (1)

[Editar carrito](#)



Manzana

~~\$1,00~~ \$0,75

Cant.: 1

[+Más detalles](#)

Subtotal

\$0,75

Envío

Gratis

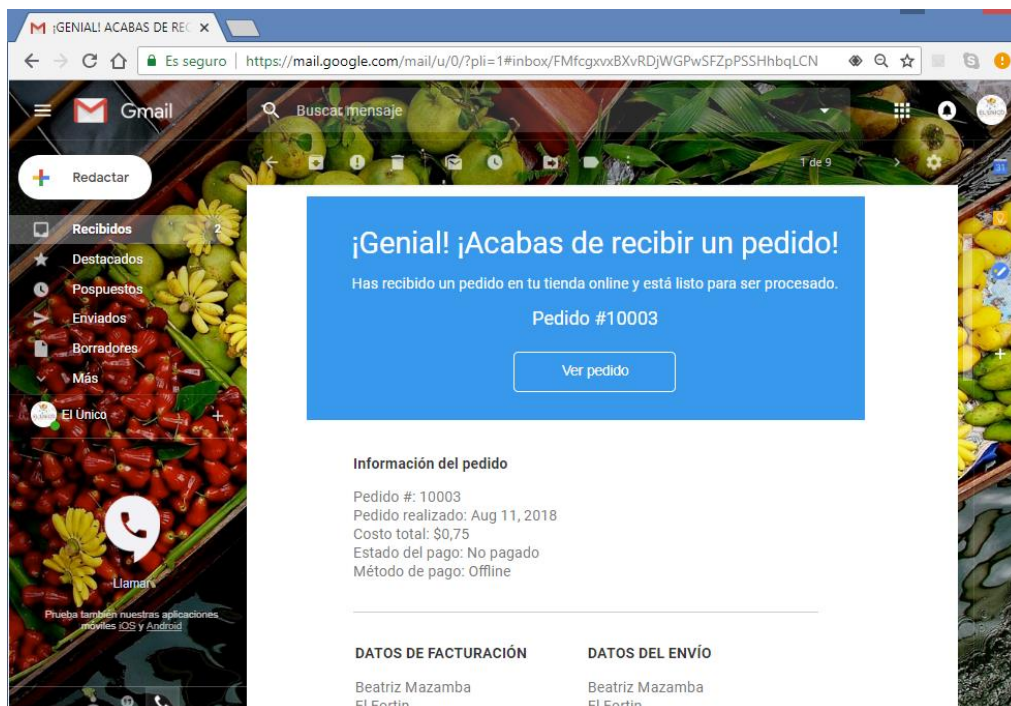
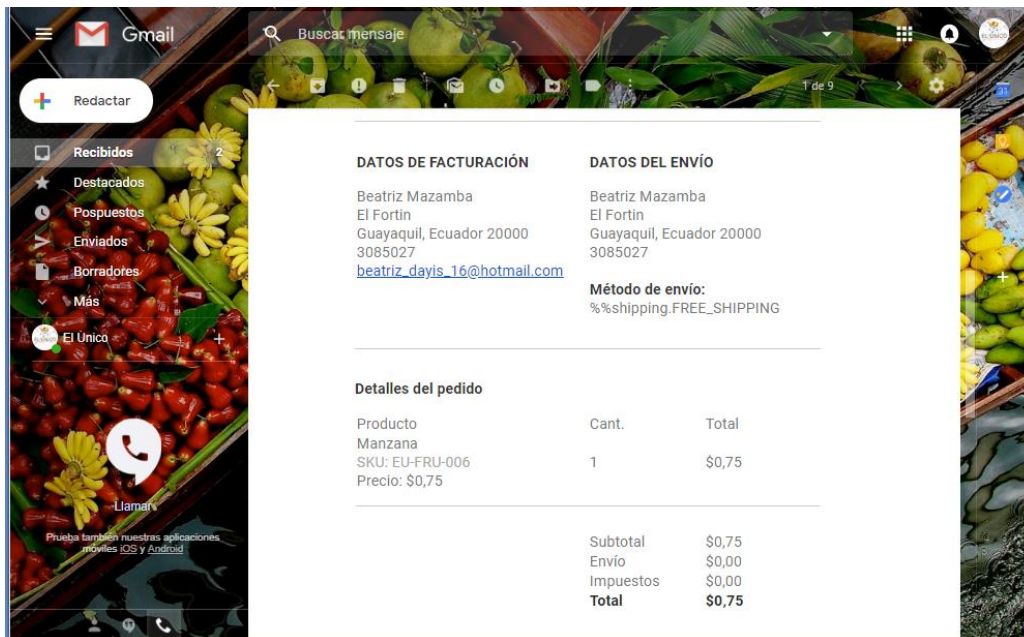
IVA

\$0,00

Total

\$0,75





5. Conclusión del diseño de pantallas

El diseño de pantallas fue elaborado mediante un desarrollo para poder cumplir en el tiempo estimado del proyecto, esto facilita obtener un cliente u usuario satisfecho al momento de obtener su entrega, al cumplir las normas de calidad como la programación que pueda ser entendible por cualquier desarrollador que desea generar el mantenimiento de un futuro.

6. Bibliografía

- (s.f.). Obtenido de <http://shareweb.es/es/disenio-web/desarrollo-dinamico>.
- Alejandro Uribe - Tirado, J.-Q. ((2017)). Estudio métrico de ALFIN en Iberoamérica: de la bibliometría. *Revista Española de Documentación Científica*, 3. Obtenido de , . Obtenido de <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/984/1518>
- Alvarez, M. A. (22 de 08 de 2001). *Desarrollo web* . Obtenido de <https://www.desarrolloweb.com/articulos/513.php>
- Amaya, E. (s.f.). <http://www.1000ideasdenegocios.com/2009/09/servicio-domicilio-para-expandir-tu.html>.
- Arteaga, L. O. (1997). *S.R.I*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Atience. (2016).
- ATIENCIE ALEJANDRO, N. (2016). DISEÑO DE UNA PAGINA WEB PARA LA PUBLICIDAD DE SERVICIO ESTETICO EN EL CENTRO DE BELLEZA "MARY" EN EL CANTON NARANJAL GUAYAQUIL. .
- Atom. (2015). *Megaoffice*. Obtenido de <http://megaofficeve.blogspot.com/2015/08/la-importancia-del-servicio-domicilio.html>
- AYALA BRAVO, D. (2016). DISEÑO DE UN SITIO WEB . PARA EL CONTROL Y MANEJO DE REGISTROS ACADEMICOS EN LA UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SERGIO NUÑES SANTA MARIA, . Obtenido de <https://sga.itb.edu.ec/#>
- Ayala, B. (2016).
- Babbie. (1979). *Monografías*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos58/principales-tipos-investigacion/principales-tipos-investigacion2.shtml>
- Baldrich, C. d. (1934). *Casa Royal*. Obtenido de <https://www.casaroyal.cl/nuestra-historia/>
- Bedoya, A. G. (1997). *Que es Interactividad*. Obtenido de <http://penta3.ufrgs.br/midiasedu/modulo6/etapa1/biblioteca/interactividad.pdf>
- Berners-Lee, T. (1980). *www.tia.com.ec*.
- CertSuperior. (2011). *CertSuperior Que es un certificado sslidigicert*. Obtenido de <https://www.certsuperior.com/QueesunCertificadoSSL.aspx>
- Cortés, M. F. (2016). *Neo Attack*. Obtenido de <https://neoattack.com/mantenimiento-web/>

- Curbera. (2003). <http://www.kybeleconsulting.com/articulos/desarrollo-de-sistemas-de-informacion-web-orientados-a-servicios/>.
- Dominio. (15 de 02 de 2014). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/dominio-web/>
- Dominio. (2017). Obtenido de <http://www.comprardominiosok.com/tipos-de-dominios/>
- Dominio. (Marzo de 2017). Obtenido de <https://www.registros.com/blog/dominios/tipos-de-dominios/>
- Dominio. (03 de 2017). *Registros.com*. Obtenido de <https://www.registros.com/blog/dominios/tipos-de-dominios/>
- Domio. (Marzo de 2017). Obtenido de <https://www.registros.com/blog/dominios/tipos-de-dominios/>
- Engine, Z. (s.f.). <http://www.maestrosdelweb.com/rasmus-lerdorf-php/>. Obtenido de <http://foros.monografias.com/showthread.php/60249-Caracteristicas-del-PHP>.
- Entrevista. (2017). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto de Entrevista: <https://concepto.de/que-es-entrevista/>
- Fernández, E. V. (2016). *Gandhi*. Obtenido de <http://www.gandhi.com.mx/dise-o-y-creacion-de-portales-web>
- Ferrado, G. (s.f.). *Qué es una encuesta*. Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>
- Firtman, M. (17 de 11 de 2001). *Maestro de laWeb*. Obtenido de <http://www.maestrosdelweb.com/intera/>
- García, A. (s.f.). *Complutech*. Obtenido de <https://www.clomputech.com/paginas-estaticas-vs-dinamicas.html>
- García, F. (2003). Técnica de Investigación. *ELSEVIER*. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Gildardo. (Julio de 2012). *Sitios Web o Páginas*. Obtenido de <https://vualaa.com/vocabulario/sitios-web-o-paginas-web-cual-es-el-termino-correcto/>
- Guerrero, A. C. (20 de Julio de 2015). *Ciclo de vida de un sistema de información*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/ciclo-de-vida-de-un-sistema-de-informacion/>.
- Gutman, A. (s.f.).

- Hassan, J. (2012). *Guía Digital*. Obtenido de <http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-la-usabilidad>
- Hernández. (2000). *Metodo de la Investigación*. Obtenido de metodelainv.blogspot.es
- Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://idolotec.files.wordpress.com/2012/04/sampieri-cap-4.pdf>
- Hernández, A. G. (1986). *Monografías* . Obtenido de TICS: <https://www.monografias.com/trabajos89/tics-tecnologias-informacion-y-comunicacion/tics-tecnologias-informacion-y-comunicacion.shtml>
- Hernández, e. (2003). *Espacio Virtual*. Obtenido de <https://espaciovirtual.wordpress.com/2007/08/11/101-terminos-de-investigacion-cientifica/>
- Hosting. (04 de 05 de 2012). *Hosting Diario*. Obtenido de noticias de hosting y dominios: <https://hostingdiario.com/hosting/>
- https://techlandia.com/pagina-web-estatica-info_314661/. (s.f.).
- Ibáñez, J. (1992). *Metodo de Investigacion Cualitativa*. Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>
- IEPI, J. M. (19 de 05 de 1998). *Reglamento de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/reglamento_ley_propiedad_intelectual.pdf
- Información, S. d. (s.f.). *Sistemas de Información*. Obtenido de <https://www.fib.upc.edu/es/estudios/grados/grado-en-ingenieria-informatica/plan-de-estudios/especialidades/sistemas-de-informacion>
- Intelectual, I. E. (s.f.). *Registro Oficial* . Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/>
- Kerlinger. (1997). *Metodoloías de la Investigación*. Obtenido de Técnicas de la encuesta y Técnicas de la entrevista: <https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com/2010/11/19/la-tecnica-de-la-encuesta/>
- lazarro, J. M. (s.f.). Desarrollo Web. Obtenido de <http://www.desarrolloweb.com/articulos/26.php>
- Lerdorf, R. (07 de 2012). *Introduccion al lenguaje php*. Obtenido de <http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/11718/fichero/PFC%252FAnexoIII.pdf>
- Lopez. (2002).

- López. (2006). *Normas Apa*. Obtenido de <http://normasapa.net/fundamentacion-teorica-investigacion/>
- MACIAS CEDEÑO, J. (s.f.). DISEÑO WEB. *DE LA CASA MUSICAL SONICMUSIC*.
- Marc, A. (s.f.). https://www.ecured.cu/Marc_Andreessen. Obtenido de EcuRed.
- Mendoza, J. A. (15 de 07 de 2014). *Informatica Milenium*. Obtenido de <http://www.informaticapavon.com/marketing-internet/disenio-web>:
<https://www.informaticamilenium.com.mx/es/articulos/disenio-web/96-como-disenar-paginas-web.html>
- Naval. (2016). *Maestro de la Web*. Obtenido de <http://www.maestrosdelweb.com/intera/>
- Nielsen, J. (2016). *Principios de Usabilidad web*. Obtenido de Nielsen: <https://es.semrush.com/blog/usabilidad-web-principios-jakob-nielsen/>
- Noriega, S. (27 de 10 de 2015). *CertSuperior*. Obtenido de <https://www.certsuperior.com/Blog/tipos-de-certificados-ssl>
- Oñate, N. (18 de febrero de 2013). *Líderes*. Obtenido de Emprendimiento de Nelsón Oñate: <http://www.nelsonmarket.ec/index.html>
- Ortiz. (2016).
- Peralta. (2015).
- Porto, J. P. (2008). *Definicion de sistema de información*. Obtenido de <https://definicion.de/sistema-de-informacion/>
- RAMÍREZ, D. (s.f.). IMPLEMENTACIÓN DEL PRESUPUESTO POR RESULTADOS .
- Ramos. (2016).
- RAMOS, L. (2016). El uso de las licencias libres en los datos públicos abiertos. *Española de Documentación Científica*, 2. Obtenido de <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/983/1515>
- Ramus, L. (17 de febrero de 2010). *Maestros del Web*. Obtenido de <http://www.maestrosdelweb.com/rasmus-lerdorf-php/>
- RISE. (s.f.). *S.R.I*. Obtenido de <https://declaraciones.sri.gob.ec/rec-declaraciones-internet/publico/consultas/consultaRise.jspa?pathMPT=RISE&actualMPT=Consulta%20cuotas%20RISE>
- Santillán - Aldana, J. (s.f.). Características generales de las revistas científicas peruanas. *Española de Documentación Científica*, 2.

- Sarango, L. (Mayo de 2013). *El diseño web* . Obtenido de <http://blog.espol.edu.ec/ylambert/2013/05/08/el-diseno-web-usabilidad-interactividad-navegabilidad-arquitectura-de-la-informacion-y-la-interaccion-de-medios/>
- Sarango, Y. L. (08 de 05 de 2013). <http://blog.espol.edu.ec/ylambert/2013/05/08/el-diseno-web-usabilidad-interactividad-navegabilidad-arquitectura-de-la-informacion-y-la-interaccion-de-medios/>.
- Schmelkes, C. (2012). *Diferencias de la investigacion cualitativa y cuantitativa*. Obtenido de <https://diferencias-entre.org/diferencia-entre-cualitativo-y-cuantitativo/>
- Senso, J. A. (s.f.). <http://tecnologiasweb.jsenso.es/los-sistemas-informacion-basados-la-web/>.
- Sitios Web*. (s.f.). Obtenido de Informatica Milenium: <http://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-son-los-sitios-web.html?start=20>
- Stable - Rodriguez, C. A. (2015). Evaluación de la accesibilidad web de los portales del Estado en Perú. *Latindex, Peru*. Obtenido de <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/923/1338>
- Tipos de Dominios*. (2017). Obtenido de <http://www.comprardominiosok.com/tipos-de-dominios/>
- Valdés, D. P. (26 de 10 de 2007). *Maestros del Web*. Obtenido de <http://www.maestrosdelweb.com/que-son-las-bases-de-datos/>
- Valeriano Piñeiro-Naval, J. J. (2016). El diseño de las redes sociales web municipales de España. *Española de Documentación Científica*, 3. Obtenido de <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/968/1470>
- Vera. (2017).
- Verner. (2004). <http://www.kybeleconsulting.com/articulos/desarrollo-de-sistemas-de-informacion-web-orientados-a-servicios/>.
- Vigil, S. F. (s.f.). *Desarrollo Web*. Obtenido de <https://desarrolloweb.com/articulos/1784.php>
- Villar. (s.f.). Diseños Web. Obtenido de <https://sga.itb.edu.ec/#>
- web, A. (2017). *Aplicaaciones Web* . Obtenido de <https://wiboomeia.com/que-son-las-aplicaciones-web-ventajas-y-tipos-de-desarrollo-web/>
- Web, P. (10 de 2015). *Que es una página Web*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/pagina-web/>

Wigodski, J. (14 de 07 de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Población y Muestra:
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

Wigodski, J. (14 de 07 de 2010). *Población y Muestra*. Obtenido de
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

Zarate, M. (Febrero de 2017). *Aspectos basicos de una aplicacion web*. Obtenido de
<https://helpx.adobe.com/es/dreamweaver/using/web-applications.html>

Zeev, S. (s.f.). <http://www.maestrosdelweb.com/rasmus-lerdorf-php/>.

Anexos

ANEXO 1 FORMATO DE LA ENCUESTA

Análisis de Encuesta

1.- ¿Utiliza el internet?

- si
- no
- no tengo conocimiento

2.- ¿Usted prefiere comprar de forma física o digital?

- Forma física
- Forma digital – Tienda Online
- no tengo conocimiento

3.- ¿Usted ha comprado algunas en internet? Si su respuesta es “SI” por favor pase a la pregunta “6”

- Si
- No
- No tengo conocimiento

4.- Si usted nunca ha comprado en internet, ¿Lo haría?

- Si
- No

5.- Dentro de las siguientes alternativas seleccione las razones por las cuales usted compraría online en el mini Market

- Falta de tiempo
- No salir de casa
- Comodidad
- Seguridad
- Distancia

- Otros

6.- ¿Usted que esperaría del mini Market al comprar en línea?

- Honestidad
- Confianza
- Óptimo tiempo de atención
- Productos en buen estado
- Personal agradable
- Herramientas Tecnológicas
- Otros

7.- Si usted nunca ha comprado en internet, ¿Cuáles han sido las razones?

- Desconfianza con las formas de pago
- No utiliza tarjetas de crédito
- Diferencias de precio
- Miedo a dar datos personales por internet
- Otras Razones

8.- ¿Si tuviese la oportunidad de comprar por Internet, usted qué tipo de productos compraría?

- Calzado – Ropa
- Electrodomésticos
- Producto de belleza
- Aparatos Electrónicos(Laptops, impresoras entre otras)

9.- ¿Usted qué características positivas destaca de las tiendas Online que visitó?

- Amplias modalidades de pago
- Certificación de sitio seguro y confiable
- Información completa y detallada de los productos
- Fácil usabilidad

ANEXO 2 FORMATO DE LA ENTREVISTA

Análisis de Entrevista

Preguntas y Respuestas

- 1.- ¿Utiliza usted internet?
- 2.- ¿Cómo se siente usted al emprender este nuevo negocio?
- 3.- ¿Compraría usted en una tienda online?
- 4.- ¿Ha comprado alguna vez por internet?
- 5.- Si usted nunca ha comprado en internet ¿Cuáles han sido las razones?
- 6.- ¿Usted qué tipo de productos compra por Internet?
- 7.- ¿Usted que característica destaca de las tiendas online que visitó?