



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

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

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

DISEÑO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**DISEÑO DE UNA TIENDA ONLINE PARA LA VENTA DE PRENDAS DE
VESTIR EN EL ALMACÉN DE CONFECCIONES VANESSA DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2019**

Autor:

FUENTES RAMOS DAISY ANDREA

Tutor:

Ph.D. IVÁN DARWIN TUTILLO ARCENTALES

Guayaquil-Ecuador

Año 2019

DEDICATORIA

Dando primeramente las gracias a Dios, porque por su gran misericordia me ha permitido llegar hasta donde estoy, poder haber logrado y seguir logrando mis metas, dándome la sabiduría y salud no solo a mí, sino a todos aquellos estudiantes y demás personas que lo han necesitado ya que por su infinito amor estamos aún de pie pasando pruebas que solo Él es capaz de ayudarnos a solucionarlas, ya que sin Dios nada somos.

A mis Padres, por su apoyo absoluto, pues siempre estuvieron cuanto más los necesite, ellos me brindaron de su amor, como todo padre tiene que dar a su hijo, depositaron confianza, corrección y enseñanza pacífica y cristiana; le agradezco mucho a Dios por la vida de mis padres y aunque no serán eternos siempre los llevo en mi mente y corazón.

A mi abuelita, por su valentía y consejos día a día porque me ha dado ejemplos y ha brindado de su amor hacia mí, gracias abuelita.

A mi novio, por su gran ayuda, comprensión y cariño incondicional, siempre estuvo allí cuanto más lo necesite, por los consejos sabios que me ha dado y ejemplos de la vida que me ha compartido, es una persona muy especial para mí, con un gran privilegio de ser cristiano ya que eso es muy importante en nuestra relación, tener a Dios en su corazón, gracias mi amor.

Fuentes Ramos Daisy Andrea.

AGRADECIMIENTO

De ante mano deseo primeramente agradecer a Dios por todas sus bendiciones, al actual proyecto por haberlo finalizado cuidadosamente y honradamente.

Al prestigioso INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA, sus autoridades y maestros profesionales que han compartido de sus conocimientos ante el trayecto de los estudiantes y por haberme dado la oportunidad de culminar esta carrera y ser una profesional.

De igual manera agradecer a mi tutor Ph.D. Iván Darwin Tutillo Arcentales por su perspectiva crítica ante muchos aspectos frecuentes que suceden en el mundo actual, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarme como persona e investigador.

Para todas las autoridades que conformen este prestigioso Instituto, Gracias y que Dios los bendiga grandemente.

Fuentes Ramos Daisy Andrea.



**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN ANÁLISIS DE SISTEMAS.**

TEMA: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de confecciones Vanessa de la ciudad de Guayaquil en el año 2019.

Autor: Daisy Andrea Fuentes Ramos.

Tutor: Ph.D. Iván Darwin Tutillo Arcentales.

RESUMEN

En el primer capítulo se detalla el problema principal que posee el almacén de confecciones Vanessa, que se trata de la parte visual de la mercadería lo que provoca que no existan muchos clientes y que no hagan pedidos personalizados. Este almacén se enfoca en la venta de ropa de gala para mujer en la calle Chimborazo 1034 y Ayacucho de la ciudad de Guayaquil. De acuerdo con el problema que presenta se plantearan objetivos que cubrirán este problema usando una plataforma que sea de gran ayuda como soporte para las ventas, es por eso que este proyecto tiene como objetivo plantear un diseño de una tienda online para mejorar esa parte visual que provoca otros problemas secundarios y así la trayectoria del almacén sea ágil y productiva. Con respecto a lo que va dentro del marco teórico se investiga el proceso del diseño de una tienda online para las ventas de ropa, realizando también una encuesta y una entrevista al propietario y a los ayudantes y clientes del almacén de confecciones Vanessa. El proyecto contiene un ambiente de trabajo para un buen administrador en ventas incluyendo pequeños pasos de seguimiento que lo ayudaran a realizar un buen manejo de la tienda online. Los pasos que comprende el proyecto van desde la toma del pedido de lo solicitado del cliente hasta la entrega de lo pedido de forma virtual para más claridad y apreciación del producto por parte de la persona encargada de este trámite.

Palabras clave:

Tienda Online	Ventas Online	Diseño	Prendas de vestir
----------------------	----------------------	---------------	--------------------------



PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

TECNÓLOGO EN ANÁLISIS DE SISTEMAS.

TEMA: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de confecciones Vanessa de la ciudad de Guayaquil en el año 2019.

Autor: Daisy Andrea Fuentes Ramos.

Tutor: Ph.D. Iván Darwin Tutillo Arcentales.

ABSTRACT

The first chapter details the main problem that the Vanessa clothing store has, which is the visual part of the merchandise, which means that there are not many customers and that they do not make personalized orders. This store focuses on the sale of gala clothing for women in street Chimborazo 1034 and Ayacucho in the city of Guayaquil. According to the problem presented, objectives will be set that will cover this problem using a platform that will be of great help as sales support, that is why this project aims to propose a design of an online store to improve that visual part that causes other secondary problems and thus the trajectory of the warehouse is agile and productive. With respect to what goes within the theoretical framework, the process of designing an online store for clothing sales is investigated, also conducting a survey and an interview with the owner and the assistants and customers of the Vanessa clothing store. The project contains a work environment for a good sales administrator including small follow-up steps that will help you to make good use of the online store. The steps included in the project range from taking the order of the client's request to the delivery of the order in a virtual way for more clarity and appreciation of the product by the person in charge of this process.

Keywords

Online store	Online sales	Design	Garments of clothing
---------------------	---------------------	---------------	-----------------------------

Contenido

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	vi
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
CAPÍTULO I.....	1
1 PROBLEMA	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 Ubicación del Problema en un contexto	1
1.1.2 Situación Conflicto.....	2
1.1.3 Delimitación del problema	3
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Variables de investigación.....	4
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Justificación e importancia	4
CAPÍTULO II.....	6
2 MARCO TEÓRICO	6
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
2.1.1 Antecedentes históricos	6
2.1.2 Antecedentes referenciales	8
2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	10
2.2.1 Variables de la investigación	12
2.2.2 Definiciones conceptuales.....	13
CAPÍTULO III.....	25

3	METODOLOGÍA.....	25
3.1	PRESENTACION DE LA MICRO EMPRESA	25
3.1.1	Misión.....	26
3.1.2	Visión	26
3.1.3	Estructura Organizativa.....	26
3.2	Tipos de investigación	28
3.3	Población.....	30
3.4	Muestra	30
3.5	Instrumentos de investigación.....	31
	CAPÍTULO IV	33
4	PROPUESTA.....	33
4.1	ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	33
4.2	ANALISIS DE SITUACION ACTUAL	34
4.3	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA.....	34
4.3.1	ANÁLISIS ESTADISTICO	34
4.4	ANÁLISIS DE ENTREVISTA	43
4.4.1	PREGUNTAS Y RESPUESTAS.....	43
4.5	PLAN DE MEJORAS	45
4.6	CRONOGRAMA	48
4.6.1	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	49
4.7	DIAGRAMA DE GANT	50
4.8	RECURSOS	51
4.9	CONCLUSIONES	53
4.10	RECOMENDACIONES.....	53
5	Bibliografía	54

Tabla de Gráficos

Gráfico 1: Organigrama Estructural del Almacén de confecciones Vanessa	26
Gráfico 2: Conocimiento de tienda online	34
Gráfico 3: Implementar tienda online	35
Gráfico 4: Exhibición y aumento de mercadería en Internet.....	36
Gráfico 5: Capacidad de abrir una tienda online	37
Gráfico 6: Implementación de chat en línea	39
Gráfico 7: Pedidos personalizados vía chat	40
Gráfico 8: Confiabilidad de uso de tienda online	41
Gráfico 9: Manejo de tienda online para control de ventas.....	42

Contenido de Tablas

Tabla 1: Listado de trabajadores.....	27
Tabla 2: Tipos de Prendas de Vestir	28
Tabla 3: Población	30
Tabla 4: Muestra.....	31
Tabla 5: Conocimiento de tienda online:	34
Tabla 6: Implementar tienda online	35
Tabla 7: Exhibición de mercadería en Internet.....	36
Tabla 8: Capacidad de abrir una tienda online	38
Tabla 9: Implementación de chat en línea	39
Tabla 10: Pedidos vía chat	40
Tabla 11: Confiabilidad de uso de tienda online.....	41
Tabla 12: Manejo de tienda online para control de ventas	42
Tabla 13: Cronograma	48
Tabla 14: Recursos de la Fase de Análisis	51
Tabla 15: Recursos de la Fase de Diseño	51
Tabla 16: Recursos de la Fase de Desarrollo e Implementos de Hardware y Software	52
Tabla 17: Costo total de las Fases.....	52

Tabla de Anexos

ANEXO 1: Logotipo de Confecciones Vanessa	60
ANEXO 2: Almacén de confecciones Vanessa	60
ANEXO 3: Prendas de vestir del almacén confecciones Vanessa	61
ANEXO 4: Croquis del Almacén de Confecciones Vanessa	62
ANEXO 5: Diagrama de caso de uso aplicado al Vendedor.....	63
ANEXO 6: Diagrama de caso de uso aplicado al Administrador	63
ANEXO 7: Diagrama de caso de uso aplicado al cliente.....	64
ANEXO 8: Diagrama de actividades	65
ANEXO 9: Diagrama Hipo	66
ANEXO 10: Modelo Entidad Relación del almacén de confecciones Vanessa	67
ANEXO 11: Formato de tabla Usuario	68
ANEXO 12: Formato de tabla Cliente	69
ANEXO 13: Formato de tabla Producto	70
ANEXO 14: Formato de tabla Categoría.....	71
ANEXO 15: Formato de tabla Carrito.....	72
ANEXO 16: Formato de tabla Intermedia.....	73
ANEXO 17: Encuesta de la entrevista al administrador del almacén de confecciones Vanessa.....	74
ANEXO 18: Encuesta a los trabajadores y clientes del almacén de confecciones Vanessa.....	75
ANEXO 19: Diseño de pantalla 1.....	76
ANEXO 20: Diseño de pantalla 2.....	77
ANEXO 21: Diseño de pantalla 3.....	79
ANEXO 22: Diseño de pantalla 4.....	80
ANEXO 23: Diseño de pantalla 5.....	82
ANEXO 24: Diseño de pantalla 6.....	84
ANEXO 25: Diseño de pantalla 7.....	85
ANEXO 26: Diseño de pantalla 8.....	87
ANEXO 27: Diseño de pantalla 9.....	88
ANEXO 28: Diseño de pantalla 10.....	89
ANEXO 29: Diseño de pantalla 11	90
ANEXO 30: Diseño de pantalla 12.....	91
ANEXO 31: Diseño de pantalla 13.....	93
ANEXO 32: Diseño de pantalla 14.....	94
ANEXO 33: Diseño de pantalla 15.....	95
ANEXO 34: Diseño de pantalla 16.....	96

TEMA:

**DISEÑO DE UNA TIENDA ONLINE PARA LA VENTA DE PRENDAS DE
VESTIR EN EL ALMACÉN CONFECCIONES VANESSA DE LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2019.**

CAPÍTULO I

1 PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Ubicación del Problema en un contexto

El internet es una herramienta que permite contener una base de información y comunicación para abordar las nuevas tecnologías en innumerables dispositivos que pueden conectarse a la red, estas posibilidades requieren que se establezcan requisitos de accesibilidad de formas cada vez más amigables e intuitivas por tanto al diseño y desarrollo de alguna herramienta web. La valoración de las páginas web sean buenas o malas, el cliente que lo visite, será atraído con impresión, pero este proceso debe tener algunos aspectos como: competente, creativo y estratégico. (Valdes-Miranda, 2013)

Actualmente a través del uso de la red por medio de un sitio web se puede hacer cualquier tipo de compra en cualquier lugar del mundo al cual se encuentre el consumidor, tienen conocimiento de los productos que desean adquirir, estas compras vía internet, paginas comerciales, tienen muchas ventajas que una tienda normal. El Ecuador ha demostrado tener mucha acogida en cuanto al comercio electrónico lo que provoca una creciente demanda del servicio en línea. Dicho lo anterior existen grandes ciudades en las cuales se realiza este tipo de compras como en: Guayaquil, Quito y Cuenca, según la información y datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC). (Paredes Panchana , 2016)

El almacén de confecciones Vanessa, es un negocio variado que trae buena vibra al apreciar buenas prendas y con un precio cómodo, brindando prendas de vestir como ropa de gala para mujer, de tal manera que cuenta con un local donde se presenta la mercadería que varía cada mes. El almacén se preocupa por tratar de vender más sus productos y adquirir más clientela por lo que no dispone de buena vista siendo un local no bien ubicado para su crecimiento. El proyecto actual aclara el desarrollo a una solución al problema, es decir en la parte visual de los productos como ya se lo había mencionado, ya que existen comentarios de la clientela por este problema.

Por tanto se deberá pensar en una alternativa que centre la atención en observar la conducta del comprador y su utilización hacia la herramienta creada, para implementar desarrollos que den facilidades de venta y distribución, favoreciendo así mejoras en el ámbito comercial, brindando seguridad, como punto importante, al momento en que la clientela realice la compra ofreciendo ofertas ya que dependiendo de su respuesta se obtienen información para confeccionar la mercadería acorde a la tendencia.

1.1.2 Situación Conflicto

El almacén de ropa de confecciones Vanessa se caracteriza en el mercado por ser económico y variado y con una buena atención a la clientela; se encuentra ubicado en la calle Chimborazo 1034 y Ayacucho de la ciudad de Guayaquil, el almacén fue inaugurado hace 10 años. El local brinda productos de calidad como vestidos de gala de todo modelo para mujer siendo esto favorecedor para el agrado de los compradores e interesados, siendo estos, pocos por su ubicación.

El proceso de las ventas se realiza de forma sencilla como todo local inicia de forma comunicativa, es decir, atrayendo a los clientes vía oral, anunciando desde el local lo que se ofrece; las prendas que posee el almacén de confecciones Vanessa son de muy buena calidad, son variados y adquieren de un precio cómodo para los consumidores, en cuanto a la labor,

los ayudantes se acercan al cliente a atenderlo, dando referencia de las características de las prendas, existen vestidores y el ambiente es tranquilo, este proceso es básico de todo almacén.

Con respecto al local donde sitúa el almacén este es un lugar de bajo flujo de personas, por su alrededor, por no ser tan visto y apreciado por más clientela; aunque su espacio es mediano para los consumidores, las pocas personas que lo visiten salen con una sonrisa, con interés y confianza por la buena atención que se les brinda, porque las prendas que se exhiben son variadas, económicos y de buena calidad.

Debido a la baja inversión en publicidad, las prendas que se ofrecen junto con las promociones, no se difunden lo suficiente para que sean vistos y apreciados por los consumidores. Esta falta de visualización de las prendas propende a que el almacén siga en las condiciones que esta, sumado a los comentarios de los clientes acerca de la necesidad de poder observar con más claridad y comodidad lo que se tiene en el almacén de confecciones Vanessa, confirmando en sí que se necesita de más esfuerzo en la parte visual de lo que se venda.

Hasta el momento la publicidad se realiza con tickes, por recomendaciones de amigos y conocidos, pero lo que hace que estas ventas sean posibles, es la trayectoria del almacén. La visualización que los consumidores tienen de las prendas que se comercializan es de máxima importancia para sumar nuevos clientes, lo que conlleva a pensar en una solución que abarque nuevos mercados.

1.1.3 Delimitación del problema

Campo: Comercio online
Área: Tienda online
Aspecto: Sitio web
Periodo: 2019

1.2 Formulación del problema

¿Cómo incide la visualización de las prendas de vestir en las ventas online del almacén de confecciones Vanessa de la ciudad de Guayaquil en el año 2019?

1.2.1 Variables de investigación

Variable independiente: Promoción de prendas de vestir

Variable dependiente: Ventas online

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Diseñar una tienda online para la venta de prendas de vestir para el almacén de confecciones Vanessa en el año 2019.

1.3.2 Objetivos específicos

- Describir teóricamente la promoción de prendas de vestir y ventas online de prendas de vestir.
- Diagnosticar el proceso actual de la promoción y ventas de las prendas de vestir del almacén de confecciones Vanessa.
- Proponer el diseño de una tienda online para las ventas de prendas de vestir del almacén de confecciones Vanessa.

1.4 Justificación e importancia

Conveniencia

El actual proyecto de desarrollo permitirá la mejora en la visualización de las prendas a través de una tienda online que cederá al cliente el acceso rápido al menú de elección y detalles de toda la ropa confeccionada para mujer que se encuentre a la disponibilidad del almacén (stock) o puedan personalizarse según los detalles que el cliente desea para su prenda; de esta forma se optimizaran las ventas, pues así los consumidores podrán elegir, requerir y

hacer pedidos de confección según su gusto vía chat con más facilidad las prendas deseadas de modo que el pedido online pueda ser realizado.

Relevancia Social

Teniendo en cuenta la relevancia, la mayoría de los consumidores actualmente necesitan de una atención rápida para adquirir la prenda deseada, por lo que los administradores de pequeñas y grandes empresas buscan acceder a una herramienta de uso satisfactorio y fácil, por lo que las publicidades hacen que este aumento de productividad suba de nivel y sean vistas por sus clientes; por lo tanto el diseño del sitio web crea una estructura confiable y fácil que será de gran apoyo para el administrador, supervisor, cajera y los ayudantes que intervengan en la labor de dicho local.

Implicaciones prácticas

El diseño de la tienda online admitirá manejar de manera confiable y eficiente todas las prendas confeccionadas e información que se tiene en el almacén así evitando la confusión de esta. Mediante este diseño plasmado el usuario podrá visualizar las distintas prendas que se han confeccionado y con los que cuente el almacén, dándolos a conocer, accediendo a nuevos mercados, propendiendo a brindar un nuevo servicio al cliente.

Utilidad metodológica

La importancia del comercio conlleva a las empresas a dirigir la mercancía en base a la tecnología y sitios web personalizados, por lo que se asume que el diseño de la tienda online que se encuentra en proceso en el almacén de confecciones Vanessa incluye las características que todos aquellos negocios pequeños o microempresas desearían como herramienta publicitaria a fin de poder ser vistos por más clientela.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Antecedentes históricos

El comercio electrónico y las tiendas online han ido evolucionando en algunas ocasiones dando pasos grandes; la necesidad por la que esta actividad surgió, es por el hecho de que el hombre tuvo y tiene esa autosuficiencia para lograr y sacar al mundo una nueva propuesta de manejo. En los Estados Unidos se indica que hacia el año de 1920 fue que nació el comercio electrónico en donde apareció la venta por catálogo y en el año de 1993 empezaron a crearse los sitios web posterior a eso comenzaron a realizar catálogos por red, por la cual se contactaban vía online. (Castañeda Torres & Zavala Guerra, 2012)

Para los consumidores en ese momento comprar por catálogo era una nueva revolución, por lo que se podía visualizar el producto en las páginas sin antes de verlo, siendo también una gran ventaja de que esta actividad comercial se podía vender en zonas campestres difíciles de acceder; pero todo comenzó en el año de 1960 en donde aparece el EDI Electronic Data Interchange (Intercambio electrónico de datos) que es el que permite efectuar actividades comerciales electrónicas e intercambio de información comercial.

En el año de 1980 el comercio por catálogo se modernizó, gracias a la televisión ya que hacía resaltar las características de los productos y por eso se renombró como “tele ventas”. Esta transacción directa se realizaba a través de llamadas telefónicas y su pago era a través de tarjetas de crédito. El comercio electrónico fue creciendo y a finales de los años 90 se crearon los nuevos portales para esta clase de rol tales como eBay y Amazon que hasta el día de hoy se mantienen operativas.

Actualmente la publicidad y compraventa de la mercadería disponible se gestiona por medio de internet, es decir, en el mundo del comercio electrónico y tiendas online, en donde el comprador visualiza el artículo, puede agregar y quitar al carrito de compra y realiza su respectiva compra a través de su cuenta bancaria de las tarjetas accesibles. Según Juan Antonio Pachano Pesantez autor de tesis de la Universidad de San Francisco de Quito del año 2013. Los compradores de hoy en día buscan información de distintos precios de internet, recomendaciones de consumidores fijos y comparan productos con otras líneas antes de tomar una decisión. (Pachano Pesantez, 2013)

Las ventas de prendas de vestir han llevado a cambios importantes en sus formas tradicionales de comercio, el internet ha impactado en los medios de publicidad y la venta por catálogos han globalizado sus ventas, acceder a plataformas y páginas web para visualizar estos catálogos permiten la concepción de las ventas online, aún la industria presenta dificultades en torno a las tallas y medidas, ya que una prenda adquirida en una plataforma web puede no servirle la talla al usuario lo que significa generar posibilidades de reintegros o cambios, generando costos extras de envío y demás. (Santillan, 2018)

De acuerdo con los grandes beneficios que el comercio electrónico ha producido en la actualidad de la compraventa de productos y artículos en línea, esta transacción se ha ido desarrollando en países de crecimiento

como Ecuador. Según Patricia Carolina González Periodista del artículo de periódico El Comercio. Cuatro de cada 10 ecuatorianos que adquieren de productos por internet tienen entre 26 y 33 años; el 60% son estudiantes universitarios de nivel socioeconómico medio y a la hora de comprar las mayorías son las mujeres. (Gonzalez , 2017)

2.1.2 Antecedentes referenciales

Trabajo de tesis: De la autora Ana Lucia Guanotasig Chitupanta, con el tema: Desarrollo e implementación de una tienda online para incrementar el flujo de venta de servicios informáticos en la empresa Corse Solution's, de la Universidad Técnica de Cotopaxi del año 2010.

Una tienda online debe ser diseñada acorde con las demandas, necesidades de los consumidores, a aquellas personas involucradas en el mundo de la informática, la interfaz que tiene el administrador para manejar el sitio web comercial y a la perfil representativo de la empresa, almacén o local que se maneje. (Guanotasig, 2010)

Las herramientas de desarrollo en las que se ha basado este proyecto para la implementación de una tienda online es buena gracias a su funcionamiento en donde se involucran las necesidades e interfaces que esta debe poseer, existe diferencia y explicación entre otros tipos de tiendas en la que la tienda online supera a las otras por su seguridad y demás características que esta presenta.

Finalmente es muy importante como manejan el desarrollo de un sitio web para la compraventa de los consumidores actuales.

Trabajo de tesis: De la autora Rosa Elisabeth Palacios Bustamante, con el tema: Desarrollo e implementación de una tienda online para una empresa de distribución de productos tecnológicos, de la Universidad Católica de Cuenca del año 2015.

Una tienda online tiene la necesidad de perfeccionar métodos efectivos como reglamento para alcanzar el objetivo planteado, permitiendo al consumidor realizar una transacción de compra nacionalmente o hasta el punto requerido el cual el sitio web sea visible, satisfaciendo sus requerimientos, en cuanto a publicidad y ejecución esta debe ser eficaz, fácil, segura y dinámica. La estructura de una tienda online debe permitir al usuario suplir todas sus demandas, manejando la información siempre actualizada para dar seguridad al encargado de su uso. (Palacios Bustamante, 2015)

La aplicación de métodos investigativos utilizados, implementan méritos para alcanzar los objetivos dependiendo de qué tipos de investigación se basan; en el caso de la tienda online muestran capas de presentación, de negocio y de persistencia la que es satisfactoria para que los administradores de negocio sepan y establezcan este tipo de reglamentos basándose en la plataforma que vayan a utilizar.

Trabajo de tesis: Del autor Antonio Macian Ruiz, con el tema: Diseño e implementación de una tienda online general, de la Universidad Politécnica de Valencia.

El diseño y el posicionamiento de una tienda online obtiene como resultado una aplicación web, por la cual, un negocio pueda ampliar sus ventas a través del comercio electrónico de una manera más sencilla; aun así dándole la opción a los consumidores a realizar sus compras sin tener que salir de sus casas y al personal poder realizar la acción de modificar los pedidos realizados o la agregación de nuevos ítems y mercadería a la base de datos. (Macian Ruiz, 2010)

De acuerdo con la motivación y la mezcla de descubrimientos que se aprecian en este proyecto, se puede entender los requerimientos necesarios al crear un diseño e implementación de una tienda online, ya que explica los estándares establecidos por el World Wide Web, las obligaciones del diseño, los atributos, el análisis, diagramas y otros requerimientos basados al mundo

del comercio electrónico. La información desarrollada en el documento es de favor para muchas empresas, locales y negocios que deseen acceder a conocer sobre las tiendas online, por su información general.

Opinión General

Lo que se destaca como novedad al acceder a un sitio web, es que han logrado automatizar el proceso de las ventas que se realizan, demostrando que es un paso más sencillo para que los clientes lo adquieran desde su propio domicilio, es por esto que es necesario promover la visualización de las prendas de vestir a un nivel mayor, caracterizando la mercadería disponible, ofreciendo las promociones necesarias y reglamentando métodos investigativos acorde con la plataforma a regir. Siendo de esta manera un punto accesible para las ventas, por lo que el almacén de confecciones Vanessa ve con agrado tener presencia en el internet para promover su mercadería en ella, ofreciendo sus prendas de vestir en el mercado nacional y poder ser vistos.

2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano) es un sistema que permite facilitar el pago de impuestos y del IVA por medio de cuotas mensuales en donde los beneficiarios pueden entregar solo tickets autorizada por el SRI sin estar entregando facturas. ((RISE), 2017)

Según el tríptico que muestra el RISE para sus beneficios dice que con respecto a la inscripción al RISE solo podrán inscribirse los pequeños negocios con ventas al año menores a \$60.000 y menos de 10 empleados y los propietarios que obtengan los ingresos anuales propios, menores a la fracción del IVA, en relación con las ventas del negocio no deben sobrepasar los \$60.000 cada año.

El RISE también ofrece beneficios para los usuarios que estén inscritos en este sistema, como el de ya no tener que usar formularios sino directamente

puede realizar el pago en cualquier sistema financiero, no tendrán que pagar en exceso, sus cuentas llevaran un control, los comprobantes de ventas se llenaran de una forma más fácil y habrá un descuento del 5% por cada trabajador nuevo. (Simplificado), 2014)

Octava Sección: Labor y protección social

Art. 33.- Un deber social se realiza mediante bases y a toda persona que labora respetando su dignidad. El país ofrece de acuerdo a sus leyes que los laborantes tengan una vida respetable, pagos y salarios francos y la destacación de un trabajo saludable.

Según la ley de Régimen Tributario Interno dado en el artículo 97.6 establece las categorías que se establecen al RISE, organizado por 7 categorías de pago que poseen las tablas según cada acción. (Dirección Nacional Jurídica Dpto, 2016), dado en la página 128. En el caso de la empresa Vanessa, se considera como relevante una de estas categorías:

La categoría: Acciones de comercio, es la categoría en la que se basa la labor que se realiza en el almacén de confecciones Vanessa y en ella se encuentra el trabajo autónomo.

Un trabajo autónomo lo realizan aquellas personas que llevan adelante un negocio desde abajo, son dueños y se hacen a cargo de la función que se lleve. Según Discapnet, sitio web de innovación y empleo al trabajo autónomo, Los laborantes autónomos deben obligatoriamente cancelar una cuota principal a la seguridad social pero tienen de la ayuda para que puedan cancelar sus cuotas de acuerdo como lo dicen las leyes. (Discapnet, 2013)

La mayoría que labora en esta actividad son las mujeres que los hombres y la otra mitad se acoge a las ventas en prendas de vestir, productos de limpieza y otros artículos para el comercio, en este sector son los jóvenes los que laboran esta destreza en ventas de este estilo inclusive hasta menores de edad pueden realizarlo. (Benitez Once, 2014)

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual dicha sus siglas (IEPI), se trata de una organización justa que se encarga de promover, informar, resguardar y de defender al Estado Ecuatoriano junto con lo que se realiza en ello. Según el reglamento de leyes del IEPI, se dice que, la ley del IEPI dado en el decreto No.508 del art.2, se perfeccionaran los servicios que se dirijan a universidades, centros tecnológicos, escuelas y demás industrias. (Intelectual, 2013)

Factura Electrónica

Este documento cumple requisitos y campos obligatorios para comprobante de ventas, un comprobante electrónico se toma cuando tenga una firma electrónica, algunos de sus beneficios son: Posee validez al igual que los documentos físicos, se ahorra tiempo al momento de enviar comprobantes, su seguridad ante los documentos es muy confiable, se ahorran papeles ya que esto ayuda al medio ambiente, es más seguro que ya no sucedan falsificaciones y como último punto los procesos administrativos son más eficientes.

2.2.1 Variables de la investigación

Variable Independiente: Promoción de prendas de vestir

Los consumidores actualmente utilizan sitios web publicitarios con carritos de compra para observar y adquirir productos y artículos de su elección con todas las características que poseen las tiendas online que se exhiben, ya que de esa forma los artículos se pueden apreciar de una manera más organizada, más cómoda y rápida para el pedido del consumidor, es por esa razón que los compradores acuden a las llamadas tiendas virtuales. (Suarez Choez, 2018)

Los medios de comunicación para atraer clientes a los pequeños negocios se basa en la motivación de empezar desde una volante hasta una herramienta en donde se vea crecer el porcentaje de las ventas, no solamente en las

herramientas de apoyo si no en la capacidad que tienen los laborantes del negocio para atraer a más clientela, proponiéndose a objetivos exitosos que se cumplan para su emprendimiento laboral. (Montero Montes, 2018)

Variable Dependiente: Ventas online

La web de ventas online es como la muestra de una tienda real en la calle. Incita a entrar, pero el negocio se hace cuando el cliente entra a la tienda, atraído por lo que ha visto en la exhibición y se convierte en comprador. Es necesario renovar el escaparate y conservarlo activo, sus tácticas de venta online deben ser muy flexibles y crecer constantemente si la empresa quiere ser profesional en Internet. (Laza, Venta Online, 2016)

Los primordiales causas por las cuales los compradores usan Internet como medio de adquisición de algún artículo son la comodidad y los bajos costos. De tal motivo existen maneras de buscar hallar más favor y menos valor, lo que nos lleva a pensar que el objetivo de compensar las expectativas de los consumidores, implique un mayor esfuerzo para el vendedor. (Equipo, 2017)

Actualmente, los clientes imponen las pautas de compra y el donde, cuando y como hacer sus actividades comerciales. De tal manera, los negocios físicos perennemente se enfrentan a más dificultades para satisfacer las necesidades del cliente frente a la diversidad de artículos, precios, la comodidad o las destrezas de los negocios online, los cuales crecen en presencia y número cada día. (Montero Muradas, 2018)

2.2.2 Definiciones conceptuales

Proceso de ventas

El proceso de ventas o post-venta se rige a una serie de pasos que la empresa o negocio realiza al instante en que atrae la atención de un cliente hacia la mercadería disponible hasta que se dé la compra final, es decir, que se realice una venta efectiva de algún artículo. Estas fases por las que pasa

el proceso de venta son: **La atención**, es donde la empresa o negocio llama la atención de sus clientes hacia el producto o artículo. **El interés**, una vez captada la atención del cliente se debe despertar su interés, explicando lo que se ofrece, toda la información que necesite saber y mostrar ofertas si es que se tienen. **Deseo**, si se han logrado las dos primeras fases anteriores, es probable que el cliente tenga el deseo de adquirir ese producto. **Acción**, en caso de que el cliente ha logrado pasar por las fases anteriores, es momento de la acción, es decir, que está seguro de lo que quiere y entonces se produce la compra del producto.

Un proceso de ventas define el trabajo que se realiza en el ciclo o etapas de las ventas de un negocio, mediante ese proceso se debe aceptar, localizar, analizar y medir las oportunidades para lo cual cederá al paso del cierre del negocio siendo este alineado en su procedimiento. (Bravo Leon , 2010)

Proceso de compra

El proceso de compra se rige a un número de fases por las que una persona se ve con la necesidad de adquirir un producto o artículo hasta adquirirlo para poder resolver su problema. Estas fases por las que pasa el proceso de compra son: **Concienciación**, la persona se da cuenta de que tiene una necesidad que desea solucionar. **Investigación**, una vez que la persona se da cuenta de su necesidad, recopila información acerca de su problema. **Decisión**, la persona ya hizo su investigación, toma la decisión del proceso de compra ante su necesidad. **Acción**, como última fase la persona tiene en claro el producto o artículo que desea adquirir y toda su información y finalmente realiza la transacción o la compra.

Comercio online

El comercio online involucra procesos de compraventa apoyados por medios electrónicos, principalmente por Internet. Estos mercados online ofrecen su mercadería en línea incluyendo compras electrónicas. Las compras por

internet ayudan de diferentes maneras a los consumidores tanto a los finales como a los empresariales ya que es una manera más cómoda de adquirir en el caso del almacén de Confecciones Vanessa los artículos de vestir. Los compradores de ahora buscan más información y más referencias de tiendas online que contengan artículos de calidad con más visitas y a un precio cómodo a su alcance.

El avance del comercio online es un hecho innegable que seguirá creciendo en los siguientes años proveiendo ingresos a través del internet ejerciendo impactos en las transacciones económicas incorporando nuevos beneficios en el ciclo de producción, su potencial se encuentra tanto a nivel económico como a nivel social. (Gariboldi, 2001)

El comercio online presenta ventajas para los clientes como el de permitir el acceso a toda la información necesaria facilitando investigación y comparación de mercados y aminorando los costos de la mercadería disponible. Acorde con lo anterior también existen ventajas para las empresas o negocios que son las de obtener mejoras en la distribución de los artículos de venta, comunicación y actualización de mercadeo.

Tienda online

El objetivo de una tienda online conlleva en otorgar una buena plataforma comercial para el buen desarrollo de su estructura, su contenido, diseño y demás características comerciales que permitan obtener mejoras en los procesos por los que vaya a trabajar la empresa o negocio, ofreciendo un buen aspecto y visualización de los artículos hacia los consumidores, facilitando de una forma más ágil el uso del sitio web al administrador o dueño del local, para así ofrecer ofertas a mayor tendencia; cada vez que se realicen estas promociones se ira también actualizando en la tienda online, según las ideas que lo motive al encargado.

Por tal razón existen algunas razones por las que los clientes buscan comprar más vía online que física; la capacidad de atención es uno de los puntos que poseen las tiendas virtuales porque pueden recibir hasta 1.000 clientes al mismo tiempo, en cambio una tienda local, depende la capacidad de espacio que posea para que visiten los clientes; otra razón es la accesibilidad que tiene ya que cualquier usuario puede visitar los productos o artículos desde su hogar o donde se encuentre y una razón muy importante es que gracias al internet, una tienda online puede estar disponible nacionalmente dependiendo hasta que capacidad de usuarios el administrador desea que se aprecien y se venda la mercadería disponible.

Sitio web

La Word Wide Web (Red Mundial – www) llamada web, opera a través de la gran red de redes ya que es un sistema de hipertexto que trabaja con clientes y servidores de las diferentes páginas, el cliente web es el encargado de consumir todos los recursos por los que brinda el servidor, en las que se pueden visualizar usando navegadores web que dan el permiso para abrir los links. Los sitios web poseen de una estructura con toda la información posible y demás características que aportan a la hipertextualidad, con respecto a su contenido, la web incorpora material gráfico y auditivo, entre otros; en cuanto a la seguridad existen páginas públicas y otras privadas que se dirigen en cuanto al margen que posee según su presentación y el lenguaje o tipo de información que posea.

Por otra parte los sitios web comerciales consideran primeramente las herramientas de uso asegurando las aplicaciones que admitan todas las funciones, gestión de contenidos y la base de datos, tomando en cuenta explorar otros sitios web para analizar su estructura. Su funcionalidad se basa en idear nuevas tendencias, promociones, ofrecer buena mercadería, dar una buena imagen corporativa y obtener una buena plataforma comercial.

Los sitios web también poseen de un dominio que hacen parte principal para acceder a la información que se busca. Según Fernando Medina, Javier Padilla y José Pérez estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid. Los nombres de dominio o DNS ayudan a los usuarios a navegar en internet de una forma más fácil, cada computadora tiene una única dirección IP como dominio, pero estas son difíciles de recordar, el nombre de dominio se compone de una extensión seguido de un punto que lee el tipo de dominio al que pertenece, como por ejemplo: "Amazon.com". (Medina, Padilla, & Perez, 2016)

Lenguajes de Programación

HTML5

Lenguaje de marcado, creado en el año 1990, el definido objetivo de HTML impulso a distintas asociaciones a que desarrollen nuevos lenguajes y programas para implementar características a la web; estos procesos crecieron hasta ser reconocidos, simples juegos animados se convirtieron en sofisticadas aplicaciones iniciando experiencias que cambiaron el concepto de la web perpetuamente y uno de estos lenguajes creados para iniciar páginas web es HTML que se usa para efectuar la estructura y presentación de contenido en la web, los contenidos de las aplicaciones web pueden incluso usarse sin necesidad de estar conectado a internet y de tal forma es compatible con el almacenamiento en la memoria cache de contenido.

El escritor de libros y novelas Juan Gauchat dice que: La web pretende en un futuro adquirir evolución y una mezcla de tres tecnologías como: (HTML, CSS y JavaScript) convirtiéndose así en una gran especificación que vuelve al Internet una plataforma grande en el desarrollo que tiene (Gauchat, 2012). HTML contiene de tres características básicas que son: estructura, estilo y funcionalidad. Este lenguaje altamente dependiente actúa organizadamente y está a cargo de toda la estructura y su contenido estimulando nuevas etiquetas y editores de texto ya que su función depende del bloc de notas de

Windows o cualquier otro editor de texto grabándose así con la extensión .html y el nombre que el usuario desee como (por ejemplo código.html).

Por otra parte al ejecutar los códigos de las últimas versiones de lenguajes se los debe abrir por medio de los navegadores tales como Google Chrome y Firefox ya que son los más recomendados al momento de querer ejecutar el desarrollo planteado porque son buenas plataformas como soporte para HTML5 y otros lenguajes de programación. Con respecto al uso que se brinda a los usuarios para adquirir una prueba de los códigos muchos de los desarrolladores prefieren utilizar Firefox por su excelente manejo y soporte; dentro del grupo de personas que tuvieron que ver con la tendencia estuvo Tim Berners-Lee quien dio la idea del HTML en el año de 1989 proponiendo dos tecnologías para optimizar el mundo de la web: HTTP y el HTML.

Características de HTML5

Una de sus características es que el desarrollo de su proceso es público. Html5 maneja de una manera mejorada los errores posee soporte de almacenamiento local, aminora los plugins externos de acuerdo a su necesidad y posee complejas plataformas de contenido que le permite al usuario acceder la ejecución. Citado anteriormente por Gauchat en el año 2012.

CSS3

Es el lenguaje que permite dar el formato a algunas funciones del html5 como los colores, los fondos, los márgenes, las posiciones y los controles por los cuales éste posee. Css3 realiza otras funciones como la manipulación visual de elementos que posee html además de esto manipula también el volumen haciendo profundidad a las cajas de sonido; elimina información del formato de los audios que los consumidores utilizan siendo esto una manera más posible de limpiar elementos con un sistema de lectura.

Los selectores que contiene Css3 deben ser dominados con inteligencia de una forma eficaz y escalable ya que representa una estructura en la que se identifica que elementos deben ser formateados y cuando no, estos están agrupados por la misma base, existen dos tipos de selectores como: el selector encadenado y el selector agrupado como por ejemplo:

La etiqueta `div b strong a {color: black;}` que pertenecen al selector encadenado.

El patrón `[atr]`, el cual se le agrega un atributo como: `[atr="x"]` que pertenecen al selector agrupado.

Características de CSS3

Según Paredes Flores y Sulca Villamarin CSS3, soporta una gran cantidad de definiciones de colores como RGBA, HSL, entre otras. También permite colocar múltiples columnas y crea sombras para texto utilizando Foshops y Fireworks. (Paredes Flores & Sulca Villamarin, 2016), sus funciones y características se encuentran en la página 42.

JavaScript

Desarrollado por Netscape, Javascript es un lenguaje de programación completo que se ejecuta en Mozilla e Internet Explorer, sus scripts realizan funciones en html cuando suceden eventos de tal forma que añaden efectos al pulsar en cualquier enlace. JavaScript es utilizado también para crear aplicaciones de cualquier tipo dentro de html, en él se utilizan variables numéricas o booleanos asignándolos directamente a un valor como por ejemplo:

`x= 35` utilizando `var: var x= 35`, por lo cual esta sintaxis es igual que la de Java como la de C, cada uno consta de un estructura de control.

Características de JavaScript

Según Sánchez Maza Miguel Ángel JavaScript, es compatible con la estructura de programación de sentencias y bucles de C, además se ejecuta en navegadores web como Mozilla Firefox e Internet Explorer y es el lenguaje de scripting más usado por su mecanismo. (Sánchez Maza, 2012)

PHP

El lenguaje PHP (Hypertext Preprocessor), surgió a mediados de 1994, con el nombre de Personal Home Page Tools, creado por Rasmus Lerdorf; PHP es un lenguaje de código abierto y desarrollo que no requiere de sangrado, es decir indentación para ser interpretado, este lenguaje procesa la información de formularios y puede ser manejado en cualquiera de los principales sistemas operativos incluyendo a Linux. En cuanto a su desarrollo, éste se ve centrado en la programación de scripts del lado del servidor. El propósito principal del lenguaje de dominio específico PHP es el de efectuar soluciones web veloces, simples y eficientes que se ejecute en cualquier lugar.

Según el escritor de libros Beati Hernán, Php amplía perspectivas profesionales como diseñadores o programadores llevándonos al mundo del comercio electrónico, redes sociales, portales de información, entre otros entretenimientos a los que se pueda acceder, abriendo nuevos mercados y la clientela se encuentra más interesado en las funcionalidades que pueda realizar un sitio web. (Beati, 2015)

Los scripts son documentos que tienen instrucciones pero escritas en códigos de programación, estos ejecutan varias funciones en el interior de un programa de computadora como el de interactuar con el sistema operativo, controlar un programa o una aplicación en específico, incluso puede configurar o instalar sistemas operacionales.

Características de Php

Según el autor Paredes Flores y Sulca Villamarin las características del lenguaje de Php poseen: Alerta a los informes de errores, su programación está orientada a objetos además tiene la capacidad de soportar distintas base de datos como: MySQL, PostgreSQL, Oracle, entre otras. Posee mayor extensión de documentación como PDF y como punto final es multiplataforma y totalmente libre. (Paredes Flores & Sulca Villamarin , 2016), página 43.

Base de datos

Almacén de datos, el que permite guardar gran cantidad de información de una manera bien organizada en archivos electrónicos, un registro es un sistema de campos y un archivo es una colección de registros. La información es el conjunto de datos significativos que describen hechos o entidades y sus datos son requeridos para responder una pregunta disponible.

Sistema de Gestión de Base de datos

Según Camps Paré y otros autores, el SGBD es la colección de datos relacionados entre sí, estructurados y organizados que acceden a esos datos, también permite actualizar los datos por muchos usuarios, tiene como objetivo enviar al usuario las herramientas necesarias para almacenar en la BD los datos desconocidos, esta información no se verá hasta cuando el usuario acceda al dato que se encuentre almacenado. (Camps Paré, y otros, 2010), se encuentra en la página 15 de 460.

Bases de Datos

MySQL

SGBD (Sistema de gestión de base de datos) relacional de código abierto y con licencia publica GNU, su información se almacena en tablas que consta

de campos y registros que se enlazan entre sí; es escalable pueden haber millones de registros, su conexión con sockets TCP/IP (protocolos de internet o transmisión de datos entre computadoras) permite que se pueda conectar con casi cualquier plataforma. MySQL almacena las BD en la carpeta data que se encuentra en la raíz del programa, las BD se crean en una carpeta en la que aparecen archivos necesarios para el buen funcionamiento de la aplicación.

Características de MySQL

Según Camps Paré y otros autores, el sistema de almacenamiento es transaccional y no transaccional, dispone lenguajes como: C++, C, Php, Java, entre otros. Es portable entre sistemas y mantiene buen nivel de seguridad en los datos para los usuarios. (Camps Paré R. , y otros, 2010), las características se encuentran en la página 438 de 460.

Hosting

Es el significado de alojamiento u hospedaje web donde se coloca toda la información o elementos que se desea subir a un sitio web a través de un dominio para poder ser vistos alrededor del mundo en internet.

Existen varias opciones a la hora de elegir un hosting, pero se debe elegir el hosting que se ve necesario o este acuerdo con la web, entre los tipos que existen son: Hosting compartido, hosting dedicado, hosting elástico, hosting en la nube.

Dominio

Según los autores Inmaculada Elum y Juan Pardo, se le llama dominio a toda página web que posea de un nombre o una dirección para que se encuentre disponible ante los usuarios que lo visiten. Como por ejemplo los dominios de los sitios web más usados como: google.com, Facebook.com, entre otros. El nombre de un dominio es único, ya que no puede existir el mismo nombre

para otras empresas, esta es una de sus características más principales. (Inmaculada & Pardo, 2015), página 12 en adelante.

El dominio de la página web es mucho más sencilla de recordar que la dirección IP. Se pueden compartir la misma IP en donde se encuentren hospedados de todas formas el dominio sabe de dónde se accedió y al momento de alojarse a otro sitio web su dominio será el mismo que el del anterior sitio.

Red

Sistema de comunicación entre equipos para la transportación de datos de un ordenador a otro, en la que se intercambia toda la información necesaria compartiendo también recursos accesibles, una red se conecta a través de un nodo como el punto de partida de la comunicación de equipos. Existen distintos tipos de redes que son:

LAN (Red de área local), es una red pequeña que hace una interconexión en varios equipos y periféricos.

MAN (Red de área metropolitana), es una red con una extensión mayor que abarca una población determinada hasta una ciudad.

WAN (Red de área Extensa), su conexión es geográfica, es decir que se da en países, regiones, continentes, entre otras partes extensas.

Router

Es un aparato específico que permite realizar la conexión ágil y segura de usar; este hardware nos permite tener señal para acceder a internet desde cualquier dispositivo, su configuración es fácil de manejar y normalmente el puerto en el cual se conecta el cable de red es en el puerto LAN4.

Servicio de internet

Los servicios que ofrece el internet sirven para acceder información de la red en cualquier parte del mundo, sin importar donde se encuentre la persona que quiere hacer contacto con otra persona y cada servicio tiene un determinado formato al cual se accede toda la información. Entre sus principales servicios de internet tenemos:

El correo electrónico: Es donde se envían mensajes, archivos y todo tipo de documentos personales desde una computadora a través del internet.

La World Wide Web (www): Es la unión de varios archivos multimedia que existen mediante URL (Universal Resource Locator) (Localizador de recursos universal) lo que permite que los enlaces sean directos con otros archivos.

El FTP (File Transfer Protocol) (Protocolo de transferencia de archivos): Es el que envía ficheros, es decir bits que están almacenados en un dispositivo a través de internet, lo que ya no es necesario guardar datos en un disquete.

El servicio IRC (Internet Relay Chat): Este servicio permite realizar una conversa con una o varias personas a través de texto.

Servicio de Telefonía: Permite hacer conexión entre dos personas hablando en cualquier parte del mundo haciendo llamadas internacionalmente conectadas a internet sin ningún costo.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 PRESENTACION DE LA MICRO EMPRESA

La metodología utilizada en la presente investigación se basa en las herramientas de exploración como entrevistas y encuestas usadas para obtener piezas y necesidades del almacén, también se basa en las interpretaciones bibliográficas de los diferentes autores que toman como verificación, conceptos encontrados en la propuesta del proyecto con el fin de obtener mejores resultados.

El almacén de confecciones Vanessa es un negocio independiente ecuatoriano aprobada el 20 de Marzo del año 2008 por el ministerio público SRI, el local tiene 11 años vendiendo prendas de vestir, como vestidos de gala cortos y largos, brinda una atención rápida y cómoda en su local.

En este trabajo se desarrolla la idea de proporcionar una tienda online que atienda a los clientes, donde se visualice y pueda adquirir con más tranquilidad la mercadería que se encuentre a la venta, el diseño de esta tienda online es para que puedan ver las prendas, quitar y agregar al carrito de compra lo que deseen adquirir digitalmente.

Logo de la empresa



3.1.1 Misión

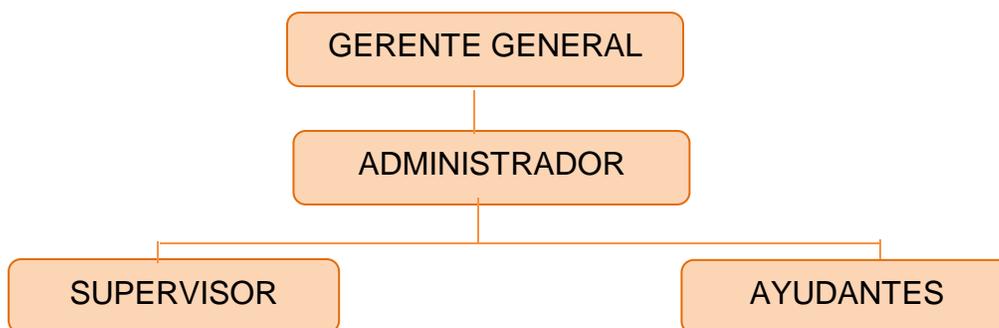
El almacén de confecciones Vanessa se dedica a la venta de prendas de vestir como ropa de gala para mujer, siempre brindando la buena atención para los clientes y la comodidad de comprar prendas de vestir variadas, de buena calidad y a un buen precio.

3.1.2 Visión

La visión del almacén de confecciones Vanessa es de poder crecer en las ventas, innovando día a día la variedad de las prendas de vestir con la ayuda del personal capacitado, promoviendo la atención de sus prendas teniendo presencia en el internet para poder satisfacer a más clientela a nivel nacional.

3.1.3 Estructura Organizativa

Gráfico 1: Organigrama Estructural del Almacén de confecciones Vanessa



Elaborado por: Daisy Fuentes Ramos

Tabla 1: Listado de trabajadores

Apellidos	Nombre	Cargo
De la Cruz Vera	Jorge	Gerente General
Vera Moreno	Wilson	Administrador
Miranda Baque	Elvio	Supervisor
Medina Burgos	Jessica	Cajera
Bedolla Zúñiga	Karina	Ayudante 1
Contreras Benítez	Laura	Ayudante 2
Martínez Vera	Martha	Ayudante 3
Cedeño Macías	Andrea	Ayudante 4

Elaborado por: Daisy Fuentes Ramos

Cantidad de trabajadores por actividad ocupacional

Gerente general: Es aquella persona responsable de dirigir de manera prestigiosa su grande empresa para que la pequeña empresa que creó, avance de acuerdo a la dirección y control de las ventas que maneje el administrador y sus trabajadores.

Administrador: Es aquella persona encargada de dirigir el almacén de confecciones Vanessa, llevar a cabo las operaciones, supervisar que todos los laborantes realicen bien su trabajo sin ningún problema o inquietud de falta de mercadería, en otras palabras, se encarga de que su negocio funcione sin ningún problema.

Supervisor: Es aquella persona encargada de observar que exista orden, que no haya ningún tipo de problema que ponga en riesgo la mercadería y si lo hay se encarga de avisar al administrador para solucionar dicho problema.

Cajera: Es la persona encargada de recepcionar, cobrar dinero en efectivo y entregar el pedido a la clientela, protegiendo el dinero a fin de recolectar todo el ingreso de cada día laborable, contabilizarlo y registrarlo en caja.

Ayudantes: Es la persona que brinda información y atención a la clientela, dirigiéndole a los prendas que buscaba y hacer sentir seguridad, motivándolo a que pueda volver a visitar el almacén sin ningún compromiso.

Los clientes más habituales del Almacén de confecciones Vanessa son 35, pero en total en el último año son 60. Los proveedores de insumo y de telas son 7, en especial de materia prima. El competidor más importante es: Jorge De la Cruz, el cual tiene la empresa de confeccionaria Evetelli Moda ubicado en el norte de Guayaquil Av. Juan tanca marengo con ventas estimadas superiores al 100% de lo que el almacén de confecciones Vanessa tiene.

Tabla 2: Tipos de Prendas de Vestir

No.	Prendas de Vestir
1	Vestidos de gala cortos
2	Vestidos de gala largos

Elaborado por: Daisy Fuentes Ramos

3.2 Tipos de investigación

Exploratorio

Los estudios exploratorios se efectúan cuando el objetivo es inspeccionar aquello que no conoces, obtener la posibilidad de recolectar información completa hacer preguntas sobre: ¿Qué hacer? o ¿A dónde ir?, aumentando el grado de familiaridad de fenómenos desconocidos. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Pilar, 1997) Pag.13.

En la presente investigación se procura examinar el problema central en todos los ámbitos laborales del almacén, pues la información sobre las

ventas actuales, se exploró a través de las encuestas que se les realizaron a los laborantes del área administrativa y a los clientes. Dicho lo anterior las herramientas como la entrevista y la encuesta son una parte muy importante que el investigador utiliza al momento de recolectar información útil para la solución al problema crítico.

Explicativa

Se plantean objetivos, se analizan causa-efecto para relacionarlas entre variables, hechos, fenómenos o situaciones y demás conclusiones para establecer teorías y poder estudiar el porqué. (Psic. Sierra Guzman , 2012) Pag.10.

Se pretende en la investigación planteada ostentar el problema principal o la causa en la que se ve afectado el almacén pues éste no posee de una herramienta web que ayude a visualizar de mejor manera la mercadería, viéndose afectada por ventas mínimas y pocos ingresos, si se pudiera tener prendas variadas se podría observar la diferencia de los ingresos, siendo entonces el caso que se necesita de un sitio web para aclarar y ofrecer mejor y en detalle para satisfacción y comodidad de la distinguida clientela.

El método de investigación explicativa responde a la relación que se tiene entre las dos variables, dos puntos importantes que se toma en cuenta para el análisis y resultado del problema principal a solucionar, dados en el capítulo II de este documento.

Descriptivo

Pretende describir situaciones como, que tan automatizadas están las empresas y locales, sus diferencias, metas, decisiones y medidas para innovar cambios que se realicen en los métodos de trabajos a través del estudio que ha realizado el investigador. (Sampieri, Collado C., & Baptista, 2014, pág. 13)

La base para medir características entre las principales variables que tiene el problema del almacén se encuentra en la exploración, ya que sin exploración profunda no puede formularse una descripción. A través de los resultados de las herramientas de investigación se ha descrito que es lo que se tiene y que es lo que hace falta en el almacén, dado los puntos claves de las variables y su concepto se obtiene una salida como solución.

3.3 Población

En esta parte de la investigación, se determinara el número de personas que se encuentran involucradas a la zona de estudio que son las que laboran y hacen participe al trabajo que realiza el almacén de prendas de vestir confecciones Vanessa, como población, tal como se muestra en la tabla # 3.

Se toma la cantidad de población de 60 clientes, debido a que son los clientes que han tenido almacenes Vanessa en los últimos 7 meses.

Tabla 3: Población

PERSONAL	CANTIDAD
Personal Administrativo	3
Ayudantes	4
Clientes	60
TOTAL	67

Elaborado por: Daisy Fuentes Ramos

3.4 Muestra

La muestra es un subgrupo de elementos que pertenecen a ese mismo conjunto y sus características de la población en la cual se ha realizado el caso de estudio, todas las muestras deben estar representativas según la selección de elementos. (Sampieri, Collado C., & Baptista, 2014). El tipo de muestra es por lo tanto Aleatoria Simple porque se extrae de una población finita.

Tabla 4: Muestra

PERSONAL	CANTIDAD
Personal Administrativo	3
Ayudantes	4
Clientes	60
TOTAL	67

Elaborado por Daisy Fuentes Ramos

3.5 Instrumentos de investigación

Entrevista

La entrevista no es nada más ni nada menos que una herramienta utilitaria para la recolección de datos y toda la información que se quiera obtener del sujeto entrevistado, también se obtienen aspectos conocidos acerca de los factores sociales o personales que conllevan a la realidad. (Troncoso Pantoja & Amaya Placencia, 2016)

En este método de investigación se entrevistara al encargado y dueño del almacén de confecciones Vanessa para obtener toda la información necesaria y llevar a cabo el diseño de la tienda online como apoyo y motivación para una nueva etapa en las ventas, teniendo en claro que la entrevista es una herramienta muy buena para obtener principios y relativos acerca del manejo del negocio. La lista de preguntas de la entrevista esta descrita en el anexo 18.

Encuesta

El profesor García Fernando dice que, Una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. (Ing. Torres & Ing. Paz, 2014) Pag.5.

La encuesta es un segundo método que se utilizara al realizarles preguntas cerradas a los clientes que frecuentemente visitan el almacén de confecciones Vanessa y a los trabajadores del área administrativa para conocer su lado de aceptación o negación, según la información del diseño de la tienda online en base a la preguntas y obtener análisis y resultados de sus respuestas. La lista de preguntas de la encuesta esta detallada en el anexo 19.

CAPÍTULO IV

4 PROPUESTA

4.1 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Lo que se propone es crear un sitio web que permita a los clientes adquirir de la mercadería a través de una tienda online, ver los productos variados desde cualquier lugar y agregarlos al carrito de compra, haciendo esto más fácil y rápido para el que lo consuma.

Al desarrollar y analizar profundamente los resultados de las herramientas de investigación que se plantearon, se obtendrá aquella información necesaria que se busca para llegar a una conclusión del problema según el diseño de la tienda online del almacén de prendas de vestir confecciones Vanessa.

Se dirigió las encuestas de las preguntas necesarias al personal administrativo del almacén de prendas de vestir confecciones Vanessa y a los clientes más habituales a éste, conforme se dieron sus respuestas se obtendrá resultados mediante gráficos estadísticos, el cual mostrara el porcentaje de cada respuesta según las preguntas con el fin de desarrollar la propuesta y aclarar la elaboración del diseño a mostrar.

El objetivo en sí es de reunir todos los resultados obtenidos desde las encuestas y la entrevista hasta el más mínimo detalle de los programas que se utilizan para crear un buen diseño de ventanas de la tienda online que se propone.

4.2 ANALISIS DE SITUACION ACTUAL

De acuerdo con la implementación de las investigaciones realizadas hechas a la población y sus procedimientos, se ha detectado que el almacén carece de un sitio web, lo que permitirá que la mercadería sea vista por más clientela y haya esa facilidad de que el administrador del almacén maneje con más seguridad su propia tienda online y haya esa organización de pedidos según la época de las estaciones.

4.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA

4.3.1 ANÁLISIS ESTADISTICO

1. ¿Conoce algún sitio web de una tienda de ropa online?
(Para trabajadores y clientes)

Gráfico 2: Conocimiento de tienda online



Tabla 5: Conocimiento de tienda online:

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	50	76%
No	16	24%
Total	66	100%

Objetivo: Diagnosticar el conocimiento que tienen los trabajadores y clientes sobre el uso de un sitio web de una tienda online.

Interpretación: De acuerdo al grafico#2 se puede observar que el 76% de los trabajadores y de la clientela han visitado y conocen el uso de una tienda online, mientras que el 24% no han tenido la oportunidad de visitar dicho sitio web de tienda online de ropa.

Análisis: Los usuarios que ingresan a una tienda online tiene mayores ventajas al hacer la compraventa ya que tienen el conocimiento de cómo funcionan las ventas en cuanto a los trabajadores y las compras en cuanto a los clientes.

2. ¿Está de acuerdo en que la tienda de confecciones Vanessa tenga su propio sitio web de ventas en internet? (Para trabajadores y clientes)

Gráfico 3: Implementar tienda online



Tabla 6: Implementar tienda online

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	57	86%
No	9	14%
Total	66	100%

Objetivo: Determinar si la clientela está de acuerdo en que el almacén de confecciones Vanessa pueda obtener su propia línea de ropa en internet.

Interpretación: Se ha diagnosticado que el 86% de los encuestados si les gustaría que el almacén de confecciones Vanessa obtenga su propia tienda online, mientras que el 14% no se encuentra de acuerdo en que el almacén posea de una tienda online.

Análisis: Para las microempresas sería de gran beneficio poder abrir una tienda online, el almacén confecciones Vanessa se ve necesitado de un sitio web y la gran mayoría de la población está de acuerdo en que el almacén abra su propia tienda online.

3. Usted piensa que si las prendas de vestir se exhibieran en internet ¿existirían más consumidores de los que tienen actualmente? (Para trabajadores y clientes)

Gráfico 4: Exhibición y aumento de mercadería en Internet



Tabla 7: Exhibición de mercadería en Internet

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	65	98%
No	1	2%
Total	66	100%

Objetivo: Conocer si los trabajadores y clientes aceptan o no que el almacén de confecciones Vanessa pueda exhibir su mercadería en internet y a la vez si éste proceso haga que los consumidores aumenten.

Interpretación: Por medio del gráfico#4 se observa que el 98% de los encuestados aceptan que la mercadería del almacén confecciones Vanessa se exhiba y que si pueden aumentar más clientes, pues al contrario, el 2% no se encuentra de acuerdo en que se exhiban y aumenten más consumidores.

Análisis: La exhibición y el aumento de clientela es muy importante para toda microempresa, en el caso del almacén confecciones Vanessa la gran parte de la población aprueba en que si se presenta la mercadería en internet pues habrá más clientela y será vista por más personas, pues la otra parte mínima de la población no lo acepta.

**4. ¿Cree usted que el almacén de confecciones Vanessa tenga todas las capacidades de abrir su propia tienda online?
(Para trabajadores y clientes)**

Gráfico 5: Capacidad de abrir una tienda online



Tabla 8: Capacidad de abrir una tienda online

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	57	86%
No	9	14%
Total	66	100%

Objetivo: Diagnosticar a los trabajadores y clientes si creen que el almacén de confecciones Vanessa tenga todas las posibilidades de forma general de poder abrir su propia tienda de ropa en línea.

Interpretación: Se puede apreciar que en el gráfico#6, el 86% de los trabajadores y clientes si creen que el almacén de confecciones Vanessa tenga todas las capacidades de abrir una tienda online para más seguridad de su mercadería, tanto que el 14% no está de acuerdo en que el almacén pueda tener todas las capacidades para abrir el sitio web.

Análisis: Es necesario que cuando se tiene la idea de abrir un sitio web se debe analizar si la microempresa, en el caso del almacén confecciones Vanessa tenga todas las capacidades y recursos para poder empezar a utilizar el sitio web en este caso una tienda online de ropa.

5. ¿Usted cree importante que todas las tiendas online deberían tener un chat en línea? (para trabajadores y clientes)

Gráfico 6: Implementación de chat en línea

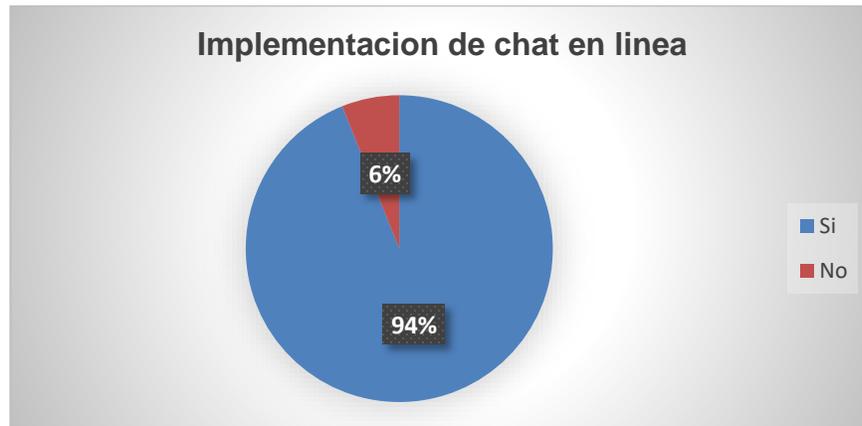


Tabla 9: Implementación de chat en línea

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	62	94%
No	4	6%
Total	66	100%

Objetivo: Preguntar a los trabajadores y clientes si para ellos sería importante y a su vez motivador que las tiendas online tuvieran un apartado de chat en línea para mayor comunicación y dudas de los productos y así estar al contacto con los trabajadores que manejen el sitio web.

Interpretación: En el grafico #7 se puede observar que el 94% de la población si está de acuerdo en que las tiendas online deberían tener un chat en línea para mayor comunicación y un 6% no está de acuerdo porque no les parece muy importante.

Análisis: Seria necesario y productivo que toda tienda online tuviera su propio chat en línea ya que sería de gran apoyo para las ventas y el almacén confecciones Vanessa tiene la idea de implementar un chat en línea para tener más provecho y satisfacción para el momento en que el usuario lo use.

6. ¿Le gustaría poder hacer pedidos de confección según su gusto vía chat? (Para clientes)

Gráfico 7: Pedidos personalizados vía chat

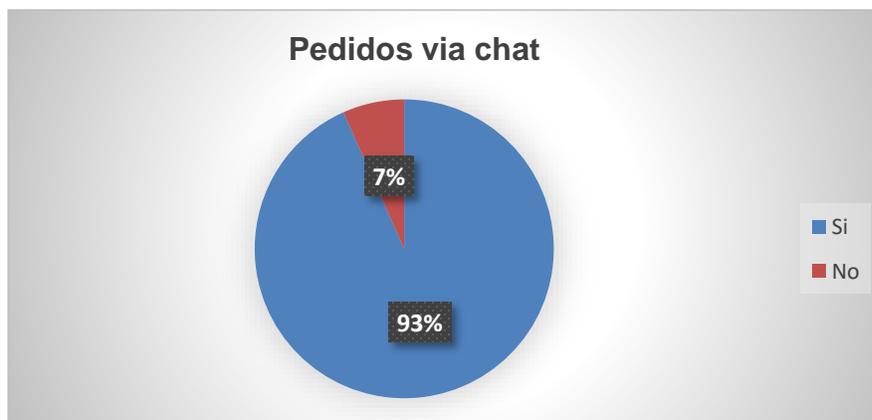


Tabla 10: Pedidos vía chat

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	56	93%
No	4	7%
Total	60	100%

Objetivo: Encuestar a los clientes habituales del almacén para saber si les gustaría que el almacén confecciones Vanessa implementara en la tienda online un chat en línea para que puedan hacer pedidos extras, es decir pedidos de confección personalizados, que puedan tener comunicación y enviar datos de todas las especificaciones que deseen que lleve el atuendo que vayan a adquirir.

Interpretación: Luego de haber encuestado a los clientes se detectó que el 93% si desea poder hacer pedidos a su gusto por medio de un chat y el 7% no está muy interesado.

Análisis: La gran parte de los usuarios actualmente se encuentran provechosos de poder tener la libertad de chatear con el encargado del sitio

web, ya que así se sienten más atendidos y pueden pedir especificaciones y todo tipo de detalles del producto que deseen y el almacén de confecciones Vanessa se ve con la idea de implementar el chat en línea para que sus usuarios puedan hacer pedidos personalizados ya que su función es de hacer confecciones de ropa para mujer.

7. ¿Cree que el uso de la tienda online sea confiable? (Para trabajadores y clientes)

Gráfico 8: Confiabilidad de uso de tienda online



Tabla 11: Confiabilidad de uso de tienda online

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	58	88%
No	8	12%
Total	66	100%

Objetivo: Diagnosticar a los trabajadores y clientes si tienen esa confiabilidad y esa seguridad de hacer uso de la tienda online que vaya a implementar el almacén confecciones Vanessa.

Interpretación: Dado los resultados de sus respuestas se dice que el 88% de los trabajadores y clientes tienen esa confianza y seguridad de poder hacer uso de la tienda online, mientras que el 12% no se encuentra seguro

de hacer uso de la tienda online, porque no tienen todo el conocimiento necesario.

Análisis: Según la plataforma que se utilice en una tienda online y que sea de conocimiento sobre su definición puede sentirse seguro y confiable de que con tranquilidad se haga su uso, en el caso del almacén confecciones Vanessa la mayoría de los trabajadores y clientes se sienten confiados de poder hacer uso de la tienda online, pero para más seguridad se les recomienda de capacitación.

8. ¿Ve usted fácil el manejo de una tienda online para el control de las ventas? (Para trabajadores)

Gráfico 9: Manejo de tienda online para control de ventas



Tabla 12: Manejo de tienda online para control de ventas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	5	83%
No	1	17%
Total	6	100%

Objetivo: Preguntar a los trabajadores del almacén confecciones Vanessa que si encuentran fácil el manejo de la tienda online para poder enfrentar todos los procesos de las ventas que se den y que su control sea eficiente.

Interpretación: Dada la encuesta a los trabajadores se supo que el 83% ve fácil su manejo para poder enfrentarse a el control de ventas por conocimiento y uso, mientras que el 17% lo ve complicado ya que necesita de capacitación constante para poder manejarlo.

Análisis: Todo usuario administrativo y sus laborantes secundarios deben tener conocimiento profundo del manejo de una tienda online para poder enfrentarse al control de las ventas y en el almacén confecciones Vanessa la gran parte de sus laborantes conocen y ven fácil el uso de la tienda online pero aun asi tanto para los trabajadores que sepan cómo manejarlo y los que no sepan, deben recibir constante capacitación para tener mayor beneficio en sus ventas.

4.4 ANÁLISIS DE ENTREVISTA

4.4.1 PREGUNTAS Y RESPUESTAS

1. ¿Cómo funciona actualmente el proceso de ventas en el almacén de confecciones Vanessa?

Respuesta: Actualmente el proceso de las ventas es regular, ya que se le da atención a poca clientela, la atención que se le ofrece es muy buena, las prendas se actualizan cada mes, la ropa es variada y económica; al hacer publicidad en el local, no es de mucha ayuda para que todos puedan ver las prendas de vestir y si hace falta mayor exhibición para que puedan existir más consumidores por lo que también el local no se encuentra bien ubicado.

2. ¿Usted ha tenido la oportunidad de visitar una tienda online de ropa? En caso de haberla visitado ¿Cuál ha sido su experiencia?

Respuesta: Si he visitado y en cuanto a mi experiencia al visitar el sitio web es muy buena en cuanto al diseño y al uso que se le puede dar para que los clientes puedan adquirir del producto, además se aprecia toda la mercadería disponible y se nota claro que puede dar excelentes resultados.

3. ¿Qué es lo que más le llamo la atención al visitar un sitio web de venta de ropa online?

Respuesta: El gran servicio que tiene para despachar con más rapidez y agilidad los pedidos de la clientela y más aún si es a domicilio ya que se ganaría un bono extra.

4. ¿Aplicaría un sitio web para tener presencia de sus prendas de vestir en internet? ¿Por qué?

Respuesta: Si aplicaría porque llegarían más personas y es a nivel mundial e internacional.

5. Si administraría una tienda online ¿Cree que ayudaría a mejorar el proceso de las ventas? ¿Por qué?

Respuesta: Si, ayudaría porque de esa manera se agiliza mejor las cosas, porque lo único que se hace es despachar el producto, porque aparte de que haya clientes que vienen al local, si se tendría una tienda online habría más clientela de las que se tiene actualmente.

6. ¿Aplicaría chat en línea en caso de administrar una tienda online? ¿Por qué?

Respuesta: Si, claro, porque aparte de exhibir las prendas de vestir, los clientes pueden hacer comentarios, se pueden comunicar con nosotros, el almacén y así podemos confeccionar hasta más prendas por que por medio del chat pueden pedirnos pedidos a su gusto y pueden darnos especificación

de todos los detalles que deseen en la prenda, les daríamos una fecha de entrega, dependiendo el estado de fechas, sería de gran beneficio, entonces si aplicaría un chat en línea.

7. ¿Qué desventajas cree que tendría al implementar el chat en línea?

Respuesta: Por lo que he visto en otros sitios web, a las empresas que lo tienen implementado no les ha ido mal, así que no le veo por el momento ninguna desventaja.

8. ¿Qué ventajas cree que tendría al administrar una tienda online?

Respuesta: Como ventajas: Aumentarían las ventas, obtuviera un servicio de tarjetas de crédito, el sistema lo verían más personas.

9. ¿Qué desventajas cree que tendría al administrar una tienda online?

Respuesta: Como desventaja: Que existan clientes que no estén cómodos con el sistema, se quejen y esparcen comentarios inadecuados a demás personas que suelen comprar en tiendas online.

4.5 PLAN DE MEJORAS

El plan de mejoras que se muestra a continuación, permitirá a los clientes poder observar con más tranquilidad y detalles, desde cualquier lugar que se encuentre, las diferentes prendas que se exhiben en la sección de inicio y sus categorías, siendo esto la iniciativa, los resultados que se desean obtener mediante este proyecto son:

- Implementar el diseño de una página web para obtener mejor visibilidad de la mercadería obteniendo más clientela.
- Darles la facilidad a los trabajadores de realizar las ventas de una manera rápida y cómoda a su servicio.

- Adquirir la comodidad de que el usuario esté al tanto del stock contactándose directo con sus proveedores.
- Ver las opiniones, dudas y pedidos personalizados de los clientes vía chat.

Dado el desarrollo y proceso de investigación se generan dificultades dentro del almacén Confecciones Vanessa por la poca visibilidad de su mercadería pero en el plan de mejoras que se desarrolla se cubrirán estas fallas y se obtendrá resultados para realizar la propuesta del diseño de la tienda online.

El plan de mejoras consiste en identificar mediante el diagrama de uso dado en los anexos 6-7-8, las actividades que realizan ventas y atención al cliente anexo 9, el diagrama hipo en el anexo 10, el modelo entidad relación anexo 11, en el anexo 12 al 17 se detalla el diccionario de datos de esta propuesta, en el anexo 18 y 19 se muestran la entrevista y la encuesta y en el anexo 20 al 29 se observan las pantallas del diseño de la tienda online.

Oportunidad de Mejora: Mejorar el proceso de visualización de mercadería para obtener más clientela.

Lo que se desea: Que el proceso de ventas sea más fácil y rápido.

Responsable: Daisy Fuentes Ramos

¿QUÉ?	¿POR QUÉ?	¿CÓMO?	¿CUÁNDO?	¿QUIÉN?	¿DÓNDE?
Mejorar el proceso de ventas y su visualización	<ul style="list-style-type: none"> • Para obtener un proceso de ventas ágil y fácil de manejar. • Obtener mejor visualización y detalles de la mercadería. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementando un diseño de tienda online • Correcta visualización de mercadería 	Antes de hacer la correcta implementación	Administrador	Sitio web público con Lenguajes abiertos en HTML5, CSS3, JavaScript, PHP, MySQL.

La propuesta indicada cumple con las actividades y desarrollo del Capítulo I, ya que muestra la pregunta problema, el problema principal, su situación y en el Capítulo II, el desarrollo de lenguajes y base de datos que se utilizaran para obtener resultados en el diseño de la página web.

4.6 CRONOGRAMA

A continuación se muestra el cronograma de todas las fases según el desarrollo del Proyecto de investigación que se realiza que es el siguiente:

Tabla 13: Cronograma

No.	Nombre de la Tarea	Duración	Comienzo	Fin
1	Análisis del Proyecto			
2	Fase 1	61 días		
3	Capacitación de tesis	12 días	16/06/2018	30/06/2018
4	Seminario de tesis	22 días	01/07/2018	28/07/2018
5	Aprobación de tema de tesis	12 días	29/07/2018	12/08/2018
6	Inicio de la tesis	6 días	13/08/2018	20/08/2018
7	Revisión de anteproyecto	1 día	05/10/2018	05/10/2018
8	Desarrollo del Capítulo I	1 día	06/10/2018	06/10/2018
9	Revisión del Capítulo I	1 día	07/10/2018	07/10/2018
10	Fase 2	13 días		
11	Desarrollo del Capítulo II	6 días	08/10/2018	13/10/2018
12	Revisión del Capítulo II	6 días	14/10/2018	19/10/2018
13	Aprobación del Capítulo II	1 día	20/10/2018	20/10/2018
14	Fase 3	10 días		
15	Desarrollo del Capítulo III	5 días	21/11/2018	27/11/2018
16	Revisión del Capítulo III	4 días	28/11/2018	03/11/2018
17	Aprobación del Capítulo III	1 días	12/12/2018	12/12/2018
18	Fase 4	51 días		

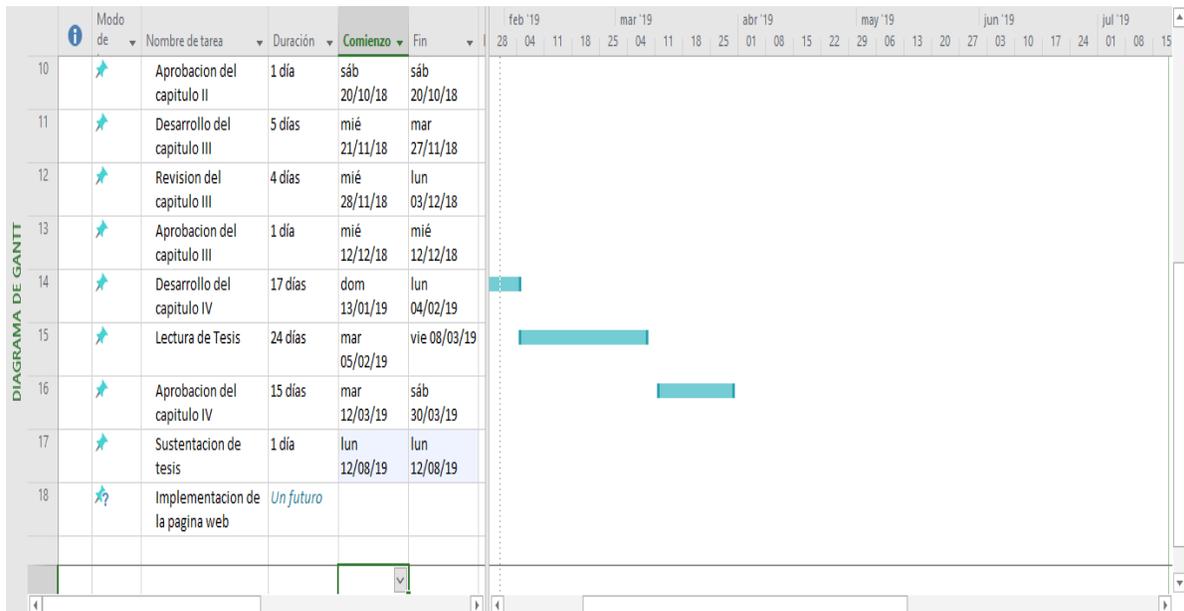
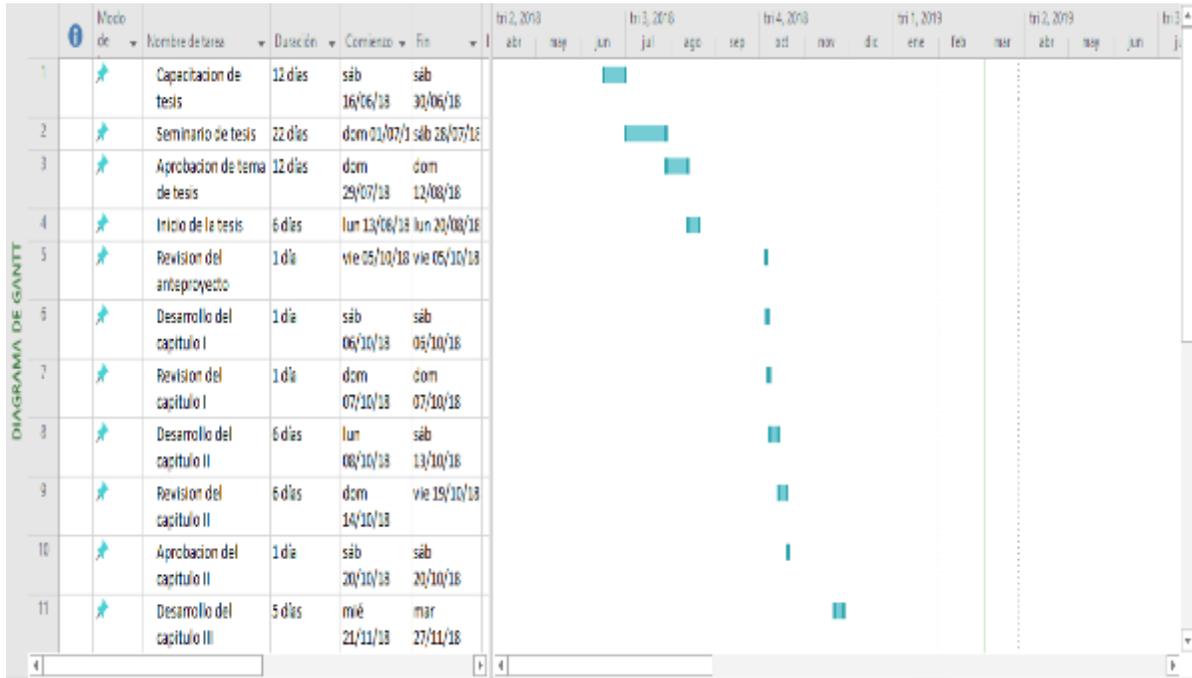
19	Desarrollo del Capítulo IV	17 días	13/01/2019	04/02/2019
20	Lectura de Tesis	16 días	05/02/2019	08/03/2019
21	Aprobación del Capítulo IV	17 días	12/03/2019	30/03/2019
23	Sustentación de tesis	1 día	12/08/2019	12/08/2019
25	Desarrollo e Implementación de la página web	En un futuro en un plan de dos meses		

4.6.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Dada la investigación que se ha planteado, se presenta en el cronograma las actividades desarrolladas y las fechas de inicio y fin, en donde se planteara el diseño de la página web en cuanto a su entrega, en el diagrama de Gantt se observara lo planteado según su duración; Lo que se utilizara para el diseño se muestra en el anexo 11 (Modelo Entidad Relación) que será la base principal con todos los requerimientos que se utilizaron en la página web de una tienda online.

Las herramientas en las que se basa el proyecto para la propuesta es principalmente el análisis y la examinación de toda la información de la empresa, por lo cual se realizó la entrevista y la encuesta para poder tomar mayor descripción de lo que está ocurriendo en la empresa de confecciones Vanessa, lo que ayudará para sacar conclusiones e implementar el diseño como resultado de la propuesta dada.

4.7 DIAGRAMA DE GANTT



4.8 RECURSOS

Para el desarrollo e implementación del diseño de la página web de una tienda online, se muestran los gastos de acuerdo a la investigación del proyecto, lo cual se mostraran los recursos de lo siguiente: el análisis, el diseño, la programación, el uso de herramientas de hardware y software utilizados para la creación de la propuesta.

Se apartaran tres tablas que mostraran: el análisis, el diseño, el desarrollo e implementación.

Tabla 14: Recursos de la Fase de Análisis

Personal			
Descripción	Meses	Costo mensual	Costo total
1 Analista	0	\$400.00	\$400.00
Implementos			
	Cant.	Costo mensual	Costo total
Resma de Hojas A4 Xerox papel bond 500 hojas	1	\$03.15	\$03.15

Tabla 15: Recursos de la Fase de Diseño

Personal			
Descripción	Meses	Costo mensual	Costo total
1 Diseñador Analista	0	\$400.00	\$400.00

Tabla 16: Recursos de la Fase de Desarrollo e Implementos de Hardware y Software

Personal			
Descripción	Meses	Costo mensual	Costo total
1 Programador	0	\$400.00	\$400.00
Implementos de Hardware y Software			
	Tipo		
Impresora Epson L4150	Hardware	\$258.04	\$258.04
Laptop Hp (64 bits MR)	Hardware	\$00.00	\$00.00
HTML5 (framework)	Software	\$00.00	\$00.00
Css3	Software	\$00.00	\$00.00
JavaScript	Software	\$00.00	\$00.00
Php	Software	\$00.00	\$00.00
MySQL Server	Software	\$00.00	\$00.00
Costo total			\$258.04

Tabla 17: Costo total de las Fases

Descripción	Costo Total
Recursos de la fase de Análisis	\$403.15
Recursos de la fase de Diseño	\$400.00
Recursos de la fase de Desarrollo	\$400.00
Recursos de la fase de Hardware y Software	\$258.04
Costo Final de Recursos	\$1,461.19

Dado a conocer las tablas de recursos de las 3 fases, en la tabla de costo total se muestran los costos totales y el costo final que fue la cantidad que se observa.

4.9 CONCLUSIONES

Se describió teóricamente las tiendas y ventas online de prendas de vestir, así también cada punto de la problemática del almacén por medio de entrevista y encuestas esto se hizo mediante el análisis de las investigaciones y hechos sobre páginas web.

Se diagnosticó el proceso actual de la promoción y ventas de las prendas de vestir en el almacén de confecciones Vanessa, mediante técnicas de investigación como la entrevista al administrador del almacén y la encuesta a sus trabajadores y clientes para conocer cómo se encuentra la situación y que es lo que se desea implementar para un futuro, así poder diagnosticar cada punto máximo para solucionar el problema.

Se propone el diseño de una tienda online para las ventas de prendas de vestir del almacén de confecciones Vanessa, donde se consideran puntos importantes y especializados que llevan a conclusiones dando como resultado la página web de una tienda online que se ve necesario en el almacén para mayor prioridad de trabajo en el área administrativa y laboral.

4.10 RECOMENDACIONES

Se recomienda construir el sitio web en la plataforma de código libre, Xampp, para mayor seguridad de la página web propuesta para evitar cualquier problema o fallo al momento de su uso y que sea de confianza.

También se recomienda que el administrador del almacén debe estar atento y actualizar la mercadería cada vez que se fabrique una nueva prenda o a su vez que no estén disponibles. Dicho esto, la tienda online contiene de un chat disponible para los clientes que lo visiten, esto, con el fin de que si alguna prenda aun siga en pantalla pero no disponible y el cliente lo desea, este pueda escribirle al propietario de las prendas y comunicarle que desea tal prenda o viceversa puede hacer un pedido personalizado para tal fecha.

5 Bibliografía

- (RISE), R. I. (07 de Junio de 2017). *SRI.gob.ec*. Obtenido de SRI (SISTEMA DE RENTAS INTERNAS): <http://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>
- Beati, H. (2015). *PHP Creacion de paginas web dinamicas*. Buenos Aires: Grupo Argentino S.A.
- Benitez Once, L. J. (05 de Agosto de 2014). *Repositorio de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio UG: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6255/1/Tesis%20EL%20RISE.pdf>
- Bravo Leon , L. (08 de Octubre de 2010). *El Blog de Luis Bravo*. Obtenido de <http://luisbravoleon.blogspot.com/2010/10/la-importancia-del-proceso-de-ventas.html>
- Camps Paré, R., Casillas Santillán, L. A., Costal Costa, D., Ginesto, M. G., Escofet, C. M., & Pérez Mora, O. (12 de Noviembre de 2010). *UOC Formación Posgrado*. Obtenido de UOC.edu.ec: <https://www.uoc.edu/masters/oficiales/img/913.pdf>
- Camps Paré, R., Casillas Santillán, L. A., Costal Costa, Ginesta, M. G., Escofet, C. M., & Pérez Mora, O. (12 de Noviembre de 2010). *UOC Formación de Posgrado*. Obtenido de UOC: <https://www.uoc.edu/masters/oficiales/img/913.pdf>
- Castañeda Torres, D. H., & Zavala Guerra, J. (25 de Junio de 2012). *eumed.net Comercio Electronico*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2012/tcgz.pdf>
- Dirección Nacional Jurídica Dpto, d. n. (30 de 11 de 2016). *Ley de Régimen Tributario Interno*. Obtenido de Ley de Régimen Tributario Interno. Lorti: [file:///C:/Users/Municipio%20de%20Gye/Downloads/LEY%20DE%20R%C3%89GIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO%20-%20LORTI%2061%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Municipio%20de%20Gye/Downloads/LEY%20DE%20R%C3%89GIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO%20-%20LORTI%2061%20(1).pdf)
- Discapnet. (26 de Julio de 2013). *Discapnet.es*. Obtenido de El portal de las personas con discapacidad (DISCAPNET):

<https://www.discapnet.es/areas-tematicas/innovacion-y-empleo/fomento-del-empleo/trabajo-autonomo>

Equipo, E. (2017). *UF0032 - Venta Online*. Elearning, S.L. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=p15WDwAAQBAJ&pg=PA2&dq=Venta+Online+Editorial+Equipo+Elearning&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwij7YfNzIneAhUrq1kKHwYqC7IQ6AEIJTAA#v=onepage&q=Venta%20Online%20Editorial%20Equipo%20Elearning&f=false>

Gariboldi, G. (2001). *Comercio Electronico: Conceptos y Reflexiones Basicas*. BID - INTAL Casa del Libro. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=bdBuE46EmFMC&printsec=frontcover&dq=el+comercio+online+conceptos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjou7L-zYveAhUGrIkKHbnkBXyQ6AEIJTAA#v=onepage&q=el%20comercio%20online%20conceptos&f=false>

Gauchat, J. D. (2012). *EL GRAN LIBRO DE HTML5, CSS3 Y JAVASCRIPT*. España, Barcelona: MARCOMBO.S.A.

Gonzalez , P. C. (11 de Noviembre de 2017). Actualidad (I). *El Comercio*. Recuperado el 15 de Octubre de 2018, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatorianos-compras-internet-comercio-electronico.html>

Guanotasig, A. L. (10 de Febrero de 2010). *Repositorio Institucional de la Universidad Tecnica de Cotopaxi*. Obtenido de <http://181.112.224.103/handle/27000/1148>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Pilar, L. (20 de Fegrero de 1997). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://josetavarez.net/Compendio-Methodologia-de-la-Investigacion.pdf>

Ing. Torres, M., & Ing. Paz, K. (16 de Febrero de 2014). *amazonaws.com* . Obtenido de Facultad de Ingenieria - Universidad Rafael Landivar: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33095415/METODOS_DE_RECOLECCION_DE_DATOS_PARA_UNA_INVESTIGACION.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1540508268&Signature=i3cO%2BKzqLfXj8ARIUPabd%2F7P%2FOI%3D&response-content-disposition=inline%3

- Inmaculada, E., & Pardo, J. A. (2015). Los dominios en internet. En J. L. Colvée, *Los dominios en internet anetcom* (pág. 66). España: Anetcom. Recuperado el 05 de Marzo de 2019, de <https://www.filmac.com/wp-content/uploads/librodominios.pdf>
- Intelectual, L. d. (15 de Agosto de 2013). *propiedadintelectual.gob.ec*. Obtenido de Reglamento de la Ley de Propiedad Intelectual: https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/reglamento_ley_propiedad_intelectual.pdf
- Laza, C. A. (2016). *Venta Online*. Tutor informacion. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=K4h7CwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Online+Shop+Plaza+Carmen+Arenal&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwit37mOy4neAhWQpFkKHQ-JDPEQ6AEIJTAA#v=onepage&q&f=false>
- Macian Ruiz, A. (26 de Septiembre de 2010). *Universidad Politecnica de Valencia*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/8634/Memoria%20proyecto.pdf>
- Medina, F., Padilla, J., & Perez, J. (15 de Julio de 2016). *Proteccion de dominios en internet de la Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de <http://gpd.sip.ucm.es/sonia/docencia/master/Trabajos%20Alumnos/Dominios%20en%20internet/PISAProteccionDeDominiosEnInternet.pdf>
- Montero Montes, H. (Octubre de 2018). Visualizacion de articulos para vestir. (D. Fuentes Ramos, Entrevistador)
- Montero Muradas, I. (2018). El Comercio Electronico de Ropa y Calzado en Canarias. (*Trabajo de Grado, Administracion y Direccion de empresas*). Universidad de la Laguna, Isla Canarias.
- Palacios Bustamante, R. E. (16 de Enero de 2015). *Repositorio - Universidad Catolica de Cuenca - Sede San Pablo de la Troncal*. Obtenido de <http://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/reducacue/7224/3/tesis%20ELISABETH%20PALACIOS%20BUSTAMANTE.pdf>

- Panchano Pesantez, J. A. (15 de Mayo de 2013). *Repositorio de la Universidad San Francisco de Quito*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1834/1/106484.pdf>
- Paredes Flores, M. G., & Sulca Villamarin , G. S. (11 de Noviembre de 2016). *Repositorio Institucional de la Universidad de las fuerzas armadas ESPE*. Obtenido de Repositorio,espe,edu,ec: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11722/1/T-ESPE-053151.pdf#page=40&zoom=100,0,298>
- Paredes Flores, M., & Sulca Villamarin, G. S. (11 de Noviembre de 2016). *Repositorio Institucional de la U de las fuerzas armadas ESPE*. Recuperado el 04 de Marzo de 2019, de Repositorio ESPE.edu.ec: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11722/1/T-ESPE-053151.pdf>
- Paredes Panchana , J. S. (28 de Noviembre de 2016). *dspce.ups.edu.ec*. Obtenido de *Habitos de compra de productos a traves de internet en Guayaquil*: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12797/1/UPS-GT001710.pdf>
- Psic. Sierra Guzman , M. P. (Enero-Junio de 2012). *uaeh.edu.mx*. Obtenido de *Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo*: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/tipos_investigacion.pdf
- Sampieri, H., Collado C., F., & Baptista, L. (15 de Noviembre de 2014). *sined.uaem.mx. La Seleccion de la muestra*. Obtenido de http://sined.uaem.mx:8080/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1
- Sánchez Maza, M. Á. (2012). *Innovación y Cualificación en Javascript*. España: Innovación y cualificación,S,L. Recuperado el 04 de Marzo de 2019, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=3x09sewjaHIC&oi=fnd&pg=PA7&dq=caracteristicas+de+javascript&ots=YfMDPGvTzD&sig=Xblf4JWanTKJQhA-VB4RqJL0Ss#v=onepage&q=caracteristicas%20de%20javascript&f=false>

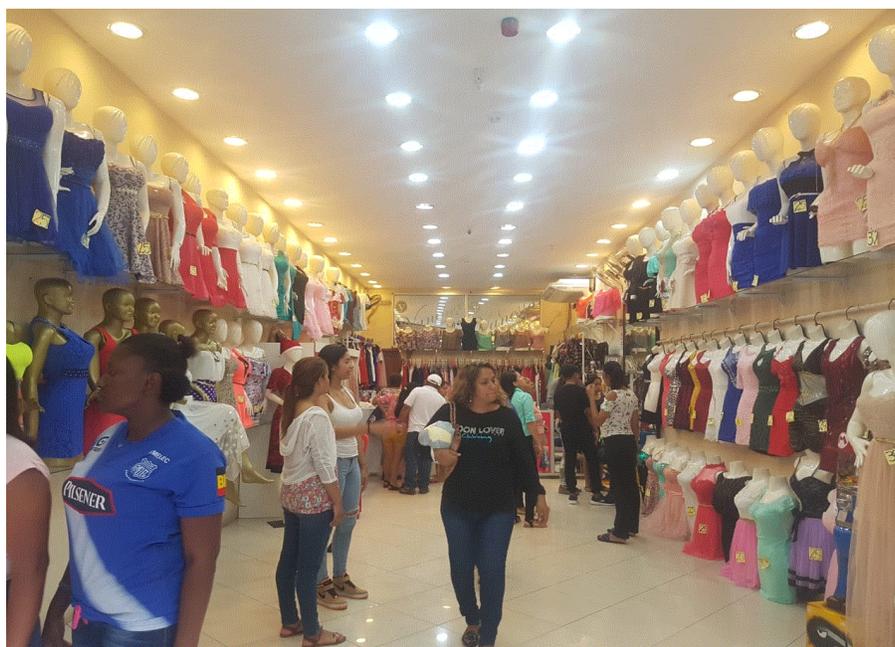
- Santillan, S. (5 de Octubre de 2018). Entrevista a la dueña del Almacén Carlita. (D. Fuentes, Entrevistador)
- Simplificado), R. (. (31 de Diciembre de 2014). *Triptico RISE*. Obtenido de Triptico RISE:
file:///C:/Users/Municipio%20de%20Gye/Downloads/Triptico%20RISE.pdf
- Suarez Choez, C. M. (Septiembre de 2018). La visualizacion de los articulos de vestir|. (D. A. Fuentes Ramos, Entrevistador)
- Troncoso Pantoja, C., & Amaya Placencia, A. (30 de Octubre de 2016). *Scielo.org - Entrevista: Guia practica para la recoleccion de datos cualitativos en investigacion de salud*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>
- Valdes-Miranda. (23 de Enero de 2013). *Universidad Europea de Madrid*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/38814746.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: Logotipo de Confecciones Vanessa



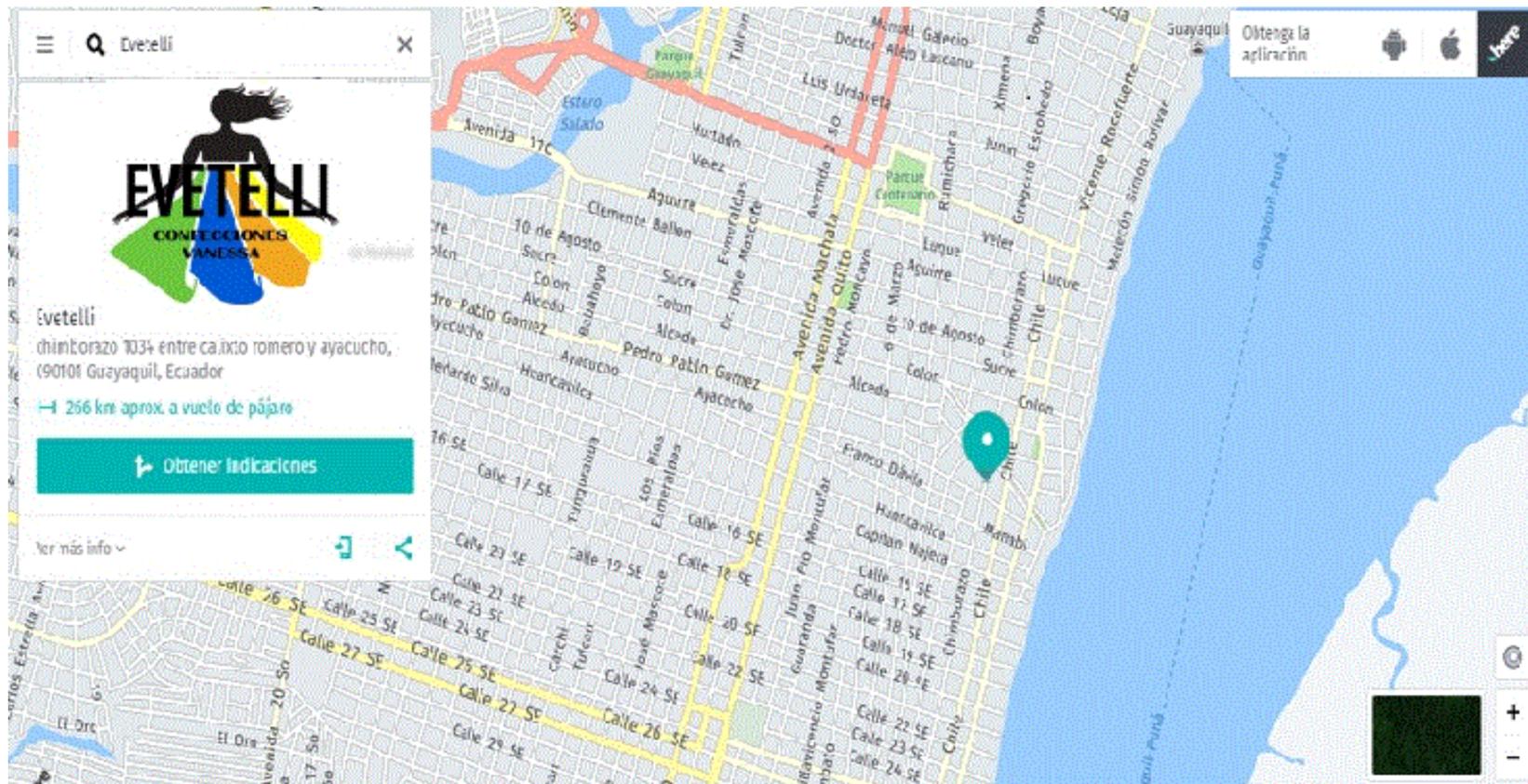
ANEXO 2: Almacén de confecciones Vanessa



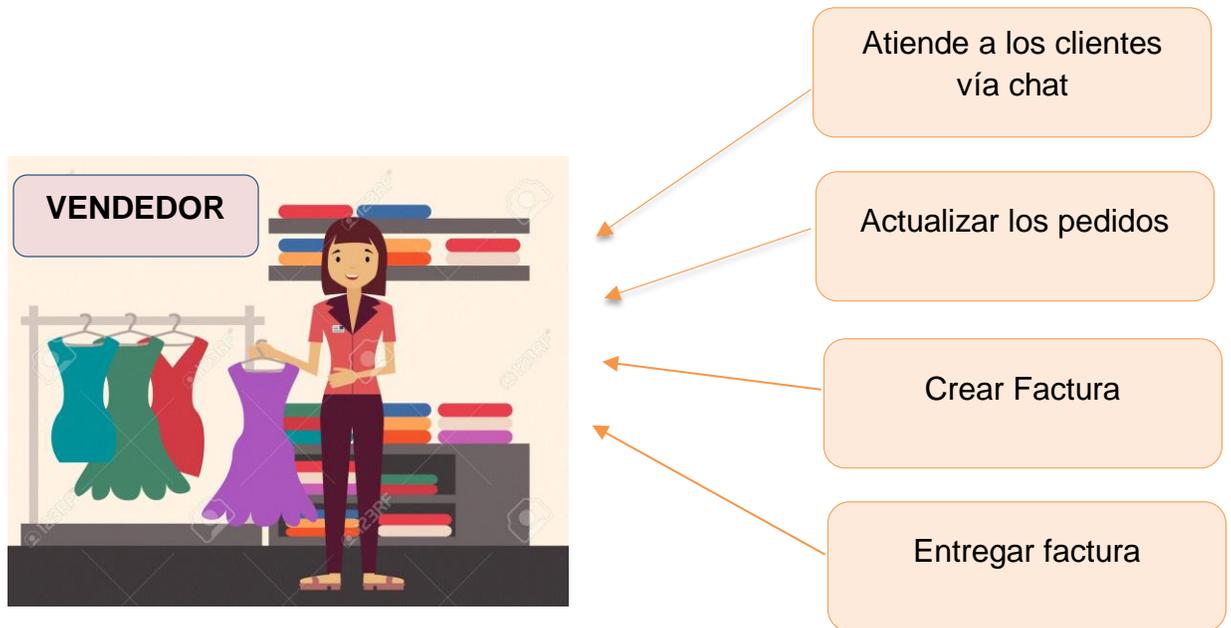
ANEXO 3: Prendas de vestir del almacén confecciones Vanessa



ANEXO 4: Croquis del Almacén de Confecciones Vanessa



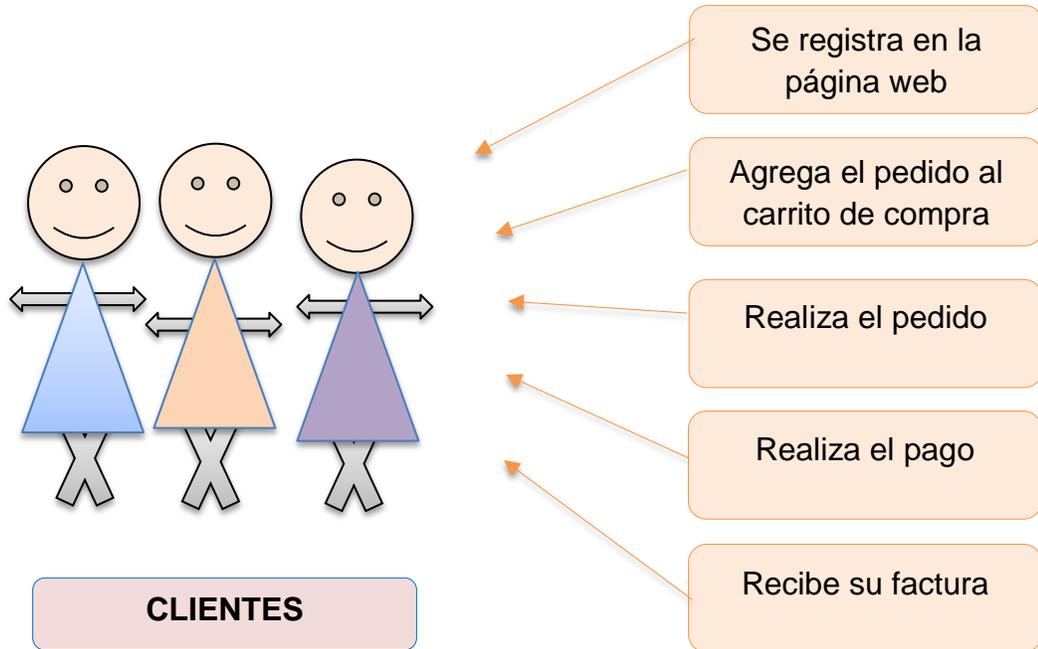
ANEXO 5: Diagrama de caso de uso aplicado al Vendedor



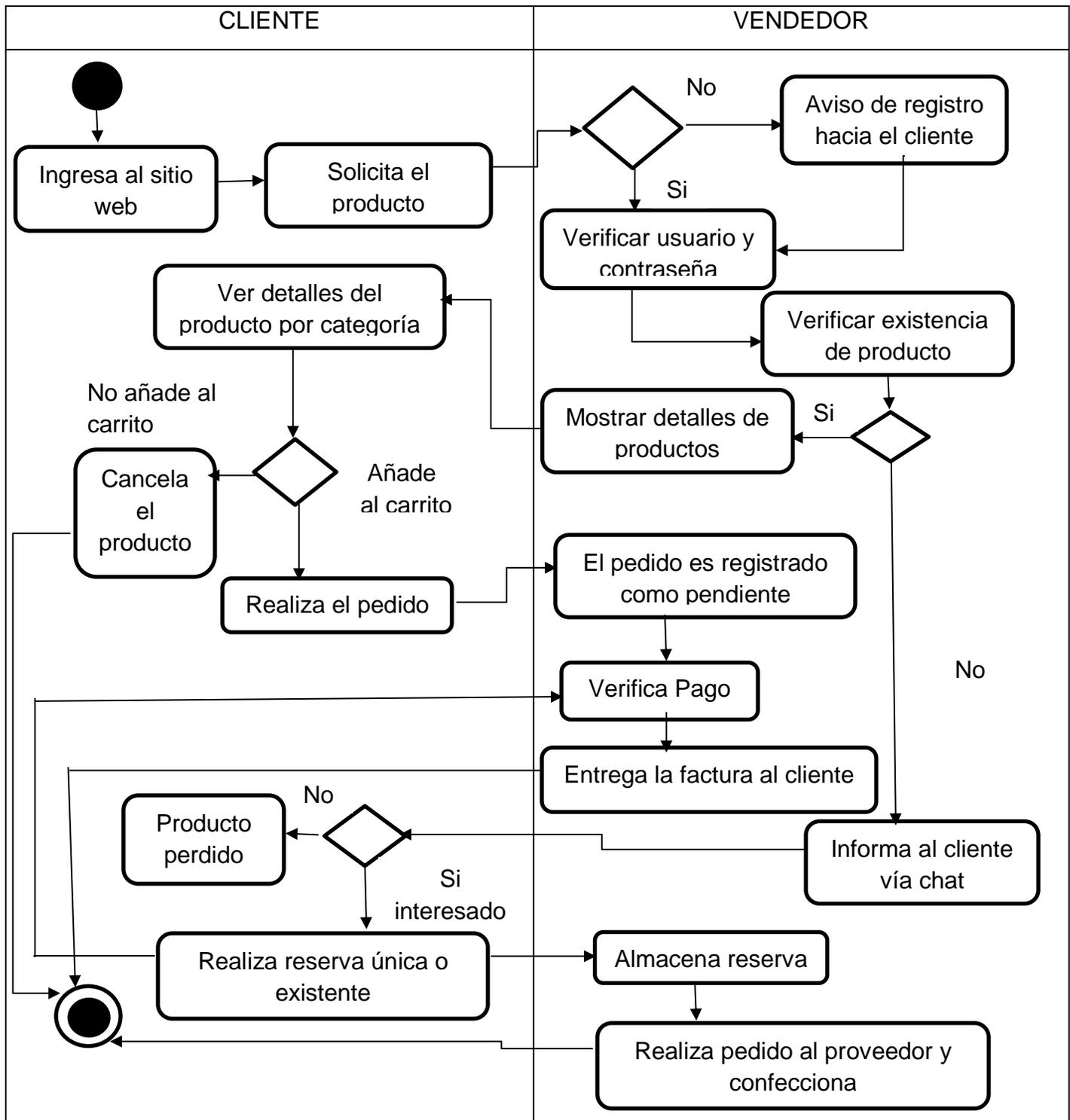
ANEXO 6: Diagrama de caso de uso aplicado al Administrador



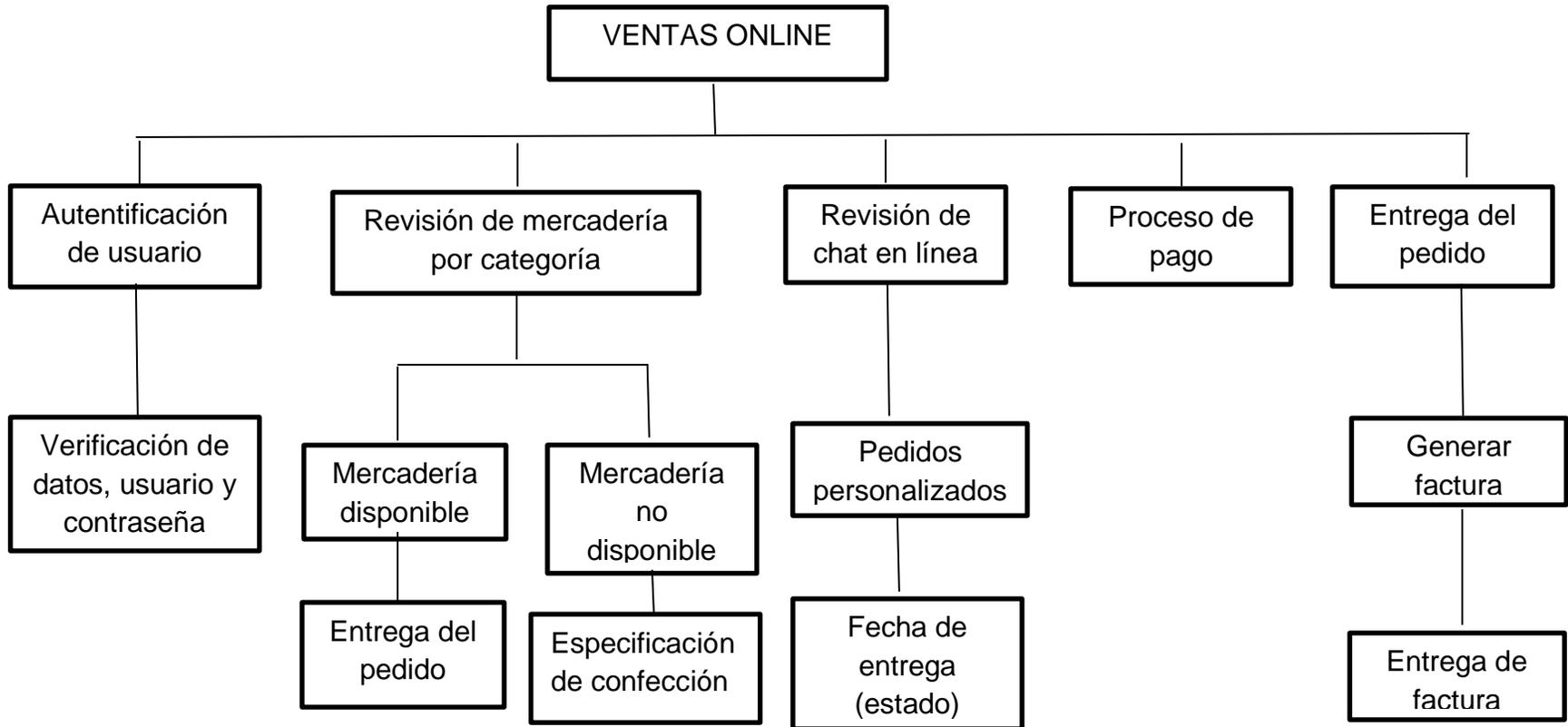
ANEXO 7: Diagrama de caso de uso aplicado al cliente



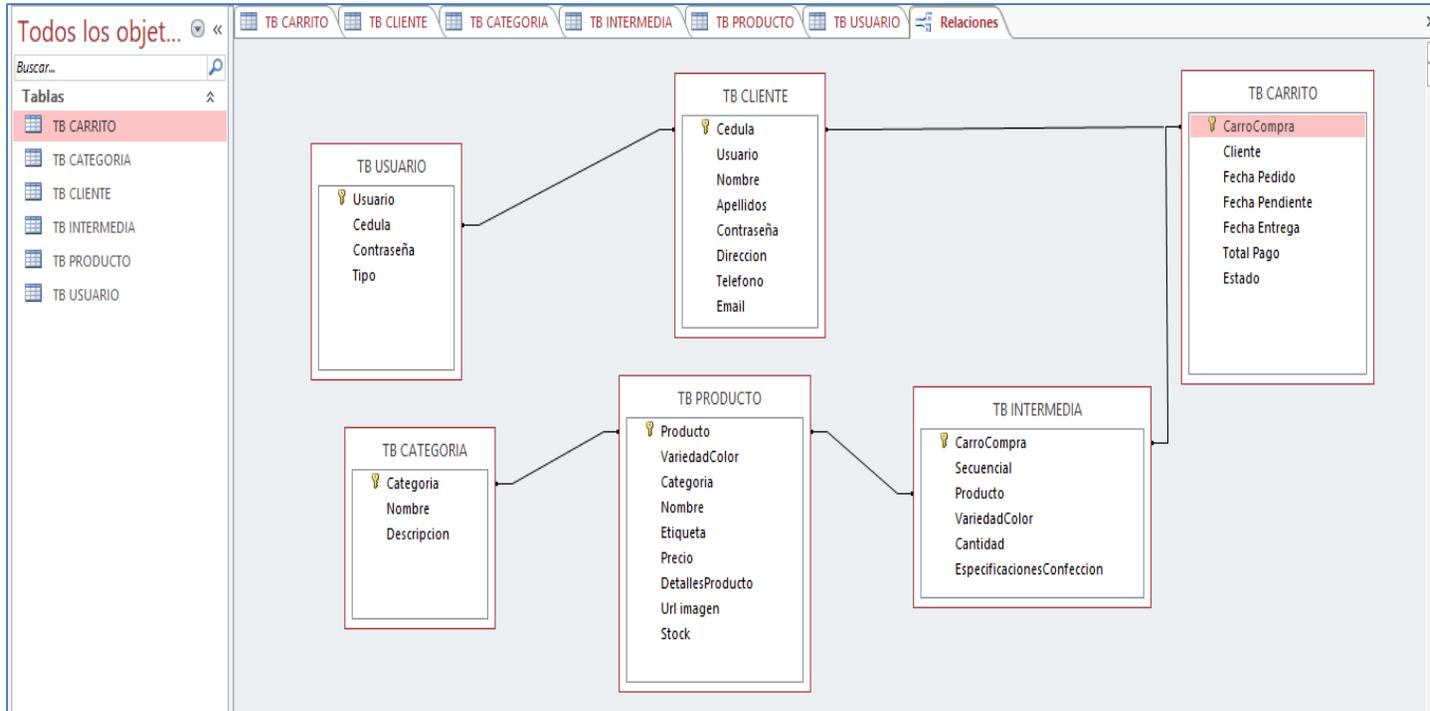
ANEXO 8: Diagrama de actividades



ANEXO 9: Diagrama Hipo



NOTA: La factura es entregada cuando se realice la entrega de la compra.



ANEXO 10: Modelo Entidad Relación del almacén de confecciones Vanessa

ANEXO 11: Formato de tabla Usuario

		DICCIONARIO DE DATOS FORMATO PARA EL DISEÑO DE TABLAS			
Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos		Tema: Diseño de una tienda online para las ventas del almacén de confecciones Vanessa			
Nombre de la Tabla: Tb_Usuario		Fecha del Diseño: año 2019			
Descripción: Ingreso de datos del usuario e ingreso de usuario y contraseña.					
No.	Campo	Descripción	Tipo	Formato	Observación
1	Usuario	Identificación del usuario	PK	C	Obligatorio
2	Cedula	Correo personal	FK	I	Obligatorio
3	Contraseña	Dato clave del usuario	E	I	Obligatorio
4	Tipo de usuario	Tipo de usuario_ingreso	E	C	Obligatorio
TIPO		FORMATO GENERAL		FORMATO NUMERICO	
PK Clave Primaria FK Clave Foránea E Elemento secundario		C char N numérico D fecha T texto H hora B binario		M money I integer S smallint D decimal	

ANEXO 12: Formato de tabla Cliente

		DICCIONARIO DE DATOS FORMATO PARA EL DISEÑO DE TABLAS			
Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos		Tema: Diseño de una tienda online para las ventas del almacén de confecciones Vanessa			
Nombre de la Tabla: Tb_Cliente		Fecha del Diseño: año 2019			
Descripción: Registra a los clientes que ingresan a la página de tienda online.					
No.	Campo	Descripción	Tipo	Formato	Observación
1	Id Cedula	Cédula del cliente	PK	I	Obligatorio
2	Usuario	Usuario que desee el cliente	E	C	Obligatorio
3	Nombre	Nombre del cliente	E	C	Obligatorio
4	Apellidos	Apellidos del cliente	E	C	Obligatorio
5	Contraseña	Contraseña que desee el cliente	E	C	
6	Dirección	Dirección del cliente	E	T	Obligatorio
7	Teléfono	Teléfono del cliente	E	N	Obligatorio
8	Email	Correo del cliente	E	C	Obligatorio
TIPO		FORMATO GENERAL		FORMATO NUMERICO	
PK Clave Primaria FK Clave Foránea E Elemento secundario		C char N numérico D fecha T texto H hora B binario		M money I integer S smallint D decimal	

ANEXO 13: Formato de tabla Producto

		DICCIONARIO DE DATOS FORMATO PARA EL DISEÑO DE TABLAS			
Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos		Tema: Diseño de una tienda online para las ventas del almacén de confecciones Vanessa			
Nombre de la Tabla: Tb_Producto		Fecha del Diseño: año 2019			
Descripción: Muestra los detalles del producto.					
No.	Campo	Descripción	Tipo	Formato	Observación
1	Id Producto	Cód. del producto	PK	I	Obligatorio
2	Variedad color	Tipos de colores	PK	C	Obligatorio
3	Id Categoría	Categoría del producto	FK	I	Obligatorio
4	Nombre	Nombre del producto	E	C	Obligatorio
5	Etiqueta	Presentación del producto	E	C	Obligatorio
6	Precio	Costo del producto (PV)	E	M	Obligatorio
7	Detalles del producto	Detalle del producto	E	C	Obligatorio
8	Url imagen	Marca del producto	E	C	Obligatorio
9	Stock	Límite de cant.producto	E	N	Obligatorio
TIPO		FORMATO GENERAL		FORMATO NUMERICO	
PK Clave Primaria FK Clave Foránea E Elemento secundario		C char N numérico D fecha T texto H hora B binario		M money I integer S smallint D decimal	

ANEXO 14: Formato de tabla Categoría

		DICCIONARIO DE DATOS FORMATO PARA EL DISEÑO DE TABLAS			
Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos		Tema: Diseño de una tienda online para las ventas del almacén de confecciones Vanessa			
Nombre de la Tabla: Tb_Categoría		Fecha del Diseño: año 2019			
Descripción: Posee las categorías del producto para elección de compra del cliente.					
No.	Campo	Descripción	Tipo	Formato	Observación
1	Id Categoría	Categoría del producto	PK	I	Obligatorio
2	Nombre	Nombre de las categorías existentes	E	C	Obligatorio
3	Descripción	Detalles de cada categoría	E	C	Obligatorio
TIPO		FORMATO GENERAL		FORMATO NUMERICO	
PK Clave Primaria FK Clave Foránea E Elemento secundario		C char N numérico D fecha T texto H hora B binario		M money I integer S smallint D decimal	

ANEXO 15: Formato de tabla Carrito

		DICCIONARIO DE DATOS FORMATO PARA EL DISEÑO DE TABLAS			
Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos		Tema: Diseño de una tienda online para las ventas del almacén de confecciones Vanessa			
Nombre de la Tabla: Tb_Carrito		Fecha del Diseño: año 2019			
Descripción: Posee carritos de compra para agregación del producto.					
No.	Campo	Descripción	Tipo	Formato	Observación
1	Id CarroCompra	Cód. de CarroCompra	PK	I	Obligatorio
2	Id Cliente	Cód. del cliente	FK	I	Obligatorio
3	Fecha de pedido	Fecha del pedido del cliente	E	D	Obligatorio
4	Fecha de pendiente	Fecha pendiente del pedido	E	D	Obligatorio
5	Fecha de entrega	Fecha de entrega del pedido	E	D	Obligatorio
6	Total pago	Pago final	E	M	Obligatorio
7	Estado	Fechas y cantidades de pedido actual	E	D	Obligatorio
TIPO		FORMATO GENERAL		FORMATO NUMERICO	
PK Clave Primaria FK Clave Foránea E Elemento secundario		C char N numérico D fecha T texto H hora B binario		M money I integer S smallint D decimal	

ANEXO 16: Formato de tabla Intermedia

		DICCIONARIO DE DATOS FORMATO PARA EL DISEÑO DE TABLAS			
Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos		Tema: Diseño de una tienda online para las ventas del almacén de confecciones Vanessa			
Nombre de la Tabla: Tb_Intermedia		Fecha del Diseño: año 2019			
Descripción: Posee de Ofertas las veces que sean necesarias					
No.	Campo	Descripción	Tipo	Formato	Observación
1	Id CarroCompra	Cód. de carro compra	PK	I	Obligatorio
2	Id Secuencial	Actualizaciones	PK	I	Obligatorio
3	Id Producto	Cód. del producto	FK	I	Obligatorio
4	Variedad Color	Tipo de colores	E	C	Obligatorio
5	Cantidad	Cantidad de producto	E	N	Obligatorio
6	Especificaciones	Descripción personalizada	E	C	Obligatorio
TIPO		FORMATO GENERAL		FORMATO NUMERICO	
PK Clave Primaria FK Clave Foránea E Elemento secundario		C char N numérico D fecha T texto H hora B binario		M money I integer S smallint D decimal	

ANEXO 17: Encuesta de la entrevista al administrador del almacén de confecciones Vanessa

1. ¿Cómo funciona actualmente el proceso de ventas en el almacén de confecciones Vanessa?

2. ¿Usted ha tenido la oportunidad de visitar una tienda online de ropa? En caso de haberla visitado ¿Cuál ha sido su experiencia?

3. ¿Qué es lo que más le llamó la atención al visitar un sitio web de venta de ropa online?

4. ¿Aplicaría un sitio web para tener presencia de sus prendas de vestir en internet? ¿Por qué?

5. Si administraría una tienda online ¿Cree que ayudaría a mejorar el proceso de las ventas? ¿Por qué?

6. ¿Aplicaría chat en línea en caso de administrar una tienda online ¿Por qué?

7. ¿Qué desventajas cree que tendría al implementar el chat en línea?

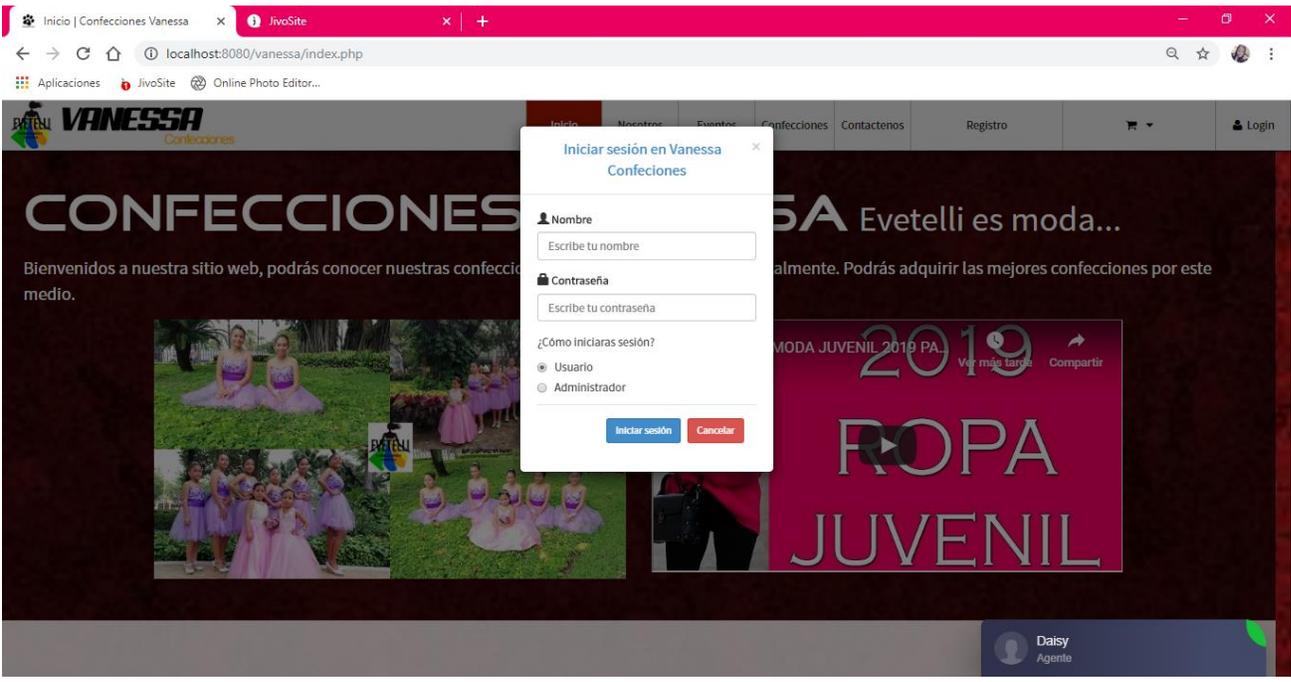
8. ¿Qué ventajas cree que tendría al administrar una tienda online?

9. ¿Qué desventajas cree que tendría al administrar una tienda online?

ANEXO 18: Encuesta a los trabajadores y clientes del almacén de confecciones Vanessa

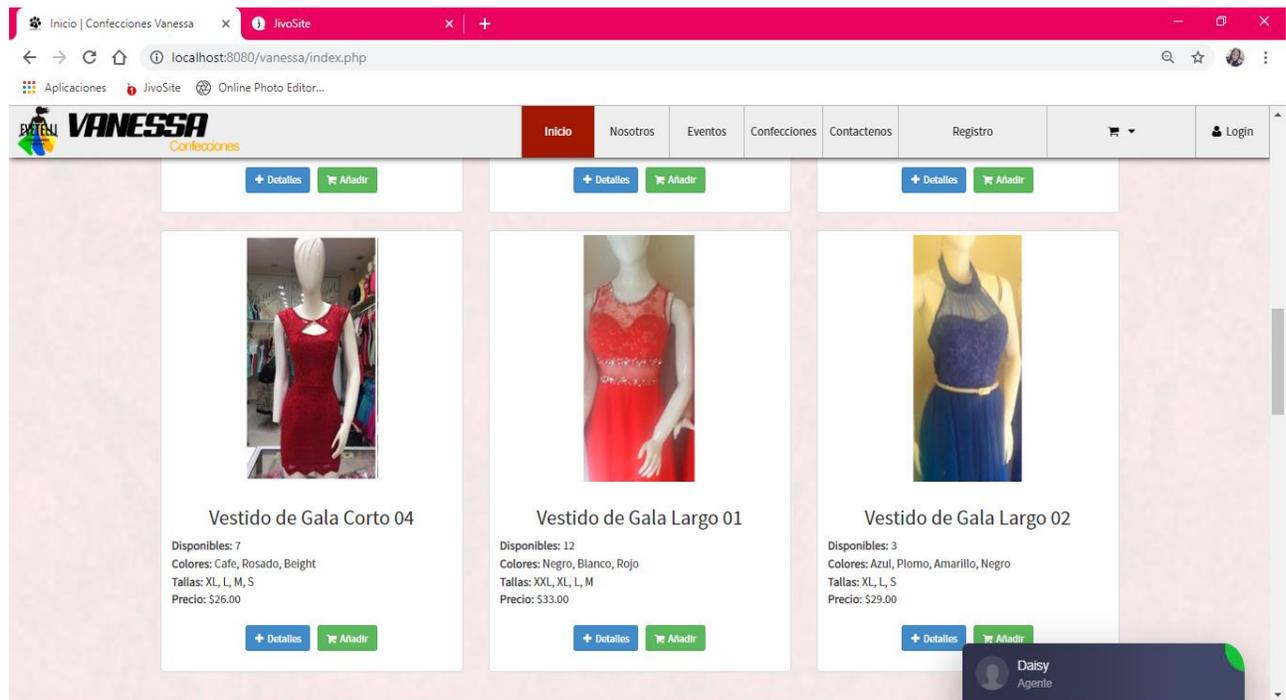
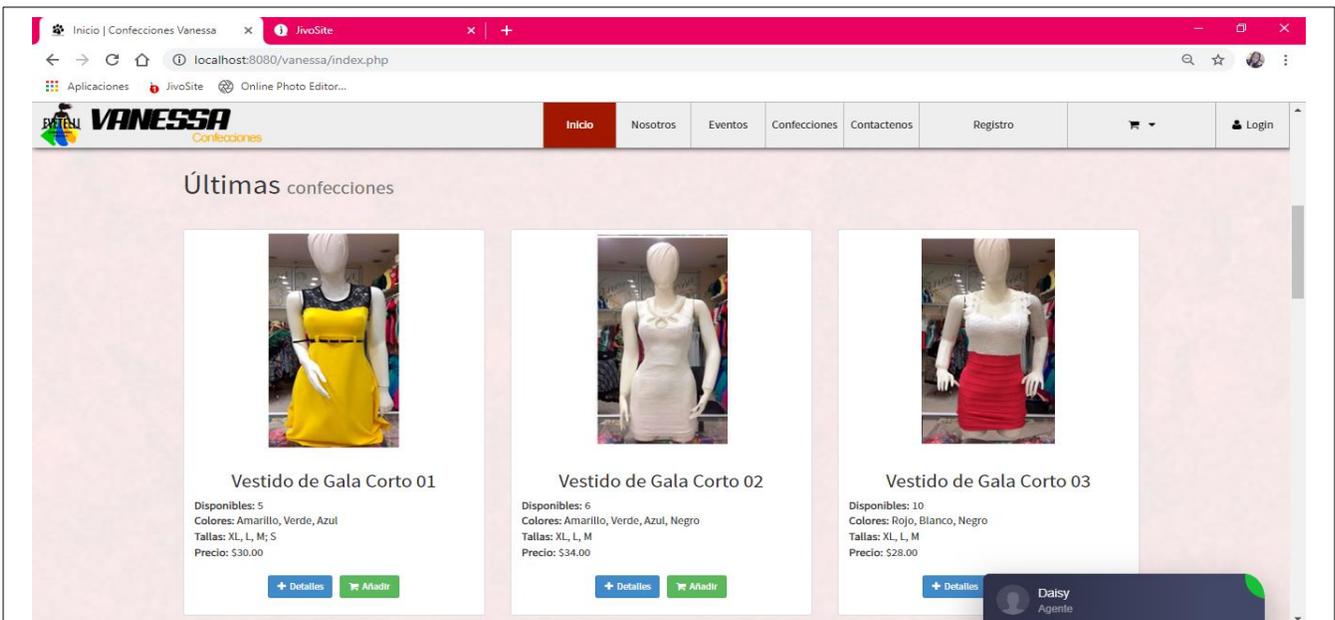
1. ¿Conoce algún sitio web de una tienda de ropa online? (para trabajadores y clientes)
Sí No
2. ¿Está de acuerdo en que la tienda de Confecciones Vanessa tenga su propio sitio web de ventas en internet? (para trabajadores y clientes)
Sí No
3. Usted piensa que si las prendas de vestir se exhibieran en internet ¿existan más consumidores de los que tienen actualmente? (para trabajadores y clientes)
Sí No
4. ¿Cree usted que el almacén de confecciones Vanessa tenga todas las capacidades de abrir su propia tienda online? (para trabajadores y clientes)
Sí No
5. ¿Usted cree importante que todas las tiendas online deberían tener un chat en línea? (para trabajadores y clientes)
Sí No
6. ¿Le gustaría poder hacer pedidos de confección según su gusto vía chat? (para clientes)
Sí No
7. ¿Cree que el uso de la tienda online sea confiable? (para trabajadores y clientes)
Sí No
8. ¿Ve usted fácil el manejo de una tienda online para el control de las ventas? (para trabajadores)
Sí No

ANEXO 19: Diseño de pantalla 1

 <p style="text-align: right;">Diseño de Pantalla 1: Ingreso a iniciar sesión</p>	
<p>Fecha de elaboración: año 2019</p>	<p>Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos</p>
<p>Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.</p>	
<p>Descripción corta: El personal o cliente inicia sesión para ingresar al sitio web ingresando usuario y contraseña.</p>	<p>Inicio de Sesión</p>
	
<p>Descripción: El usuario ya registrado cumplido todos sus datos, da clic en la opción de login y se abrirá la pantalla superior que muestra los campos para ingresar el usuario y contraseña respectivos dados por su correo y una contraseña a su gusto identificándose como usuario (cliente) o administrador.</p>	

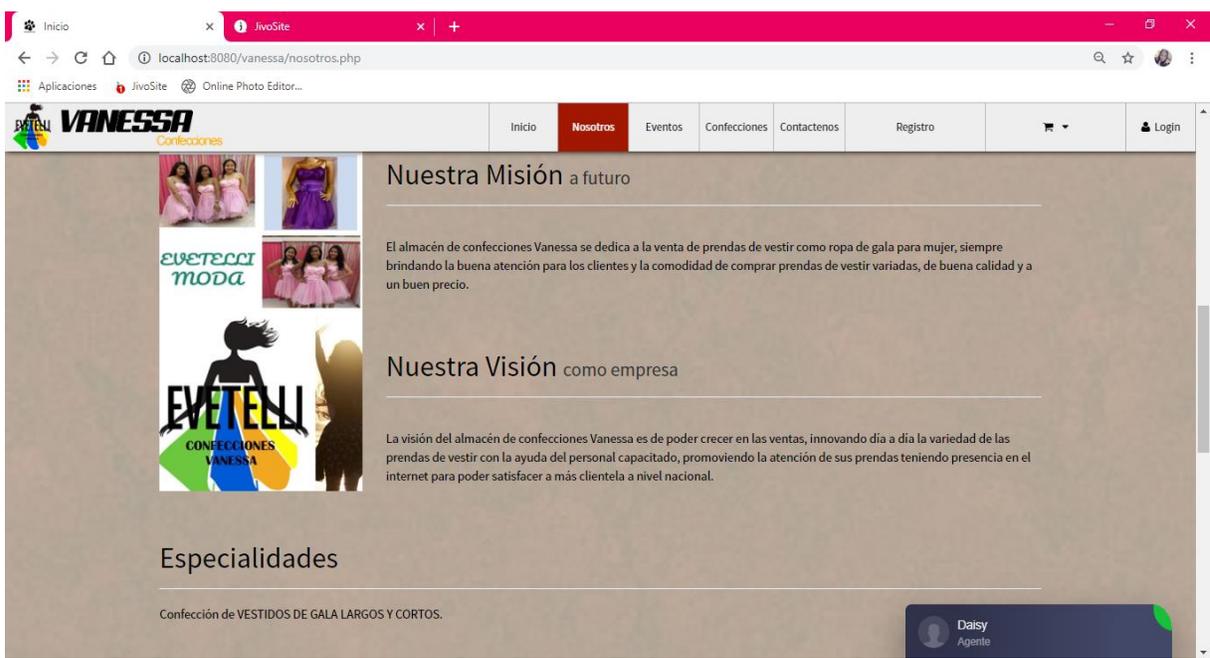
ANEXO 20: Diseño de pantalla 2

		<p>Diseño de Pantalla 2: Ingreso a la opción del menú</p>	
<p>Fecha de elaboración: año 2019</p>		<p>Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos</p>	
<p>Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.</p>			
<p>Descripción corta: El menú contiene todas los apartados de lo que contiene la tienda online</p>		<p>Menú Principal</p>	
			
<p>Descripción: La portada principal muestra el logo, su descripción de bienvenida, un pequeño video sobre la moda del 2019 y todos los apartados para iniciar y disfrutar de la vista de todas las prendas confeccionadas.</p>			

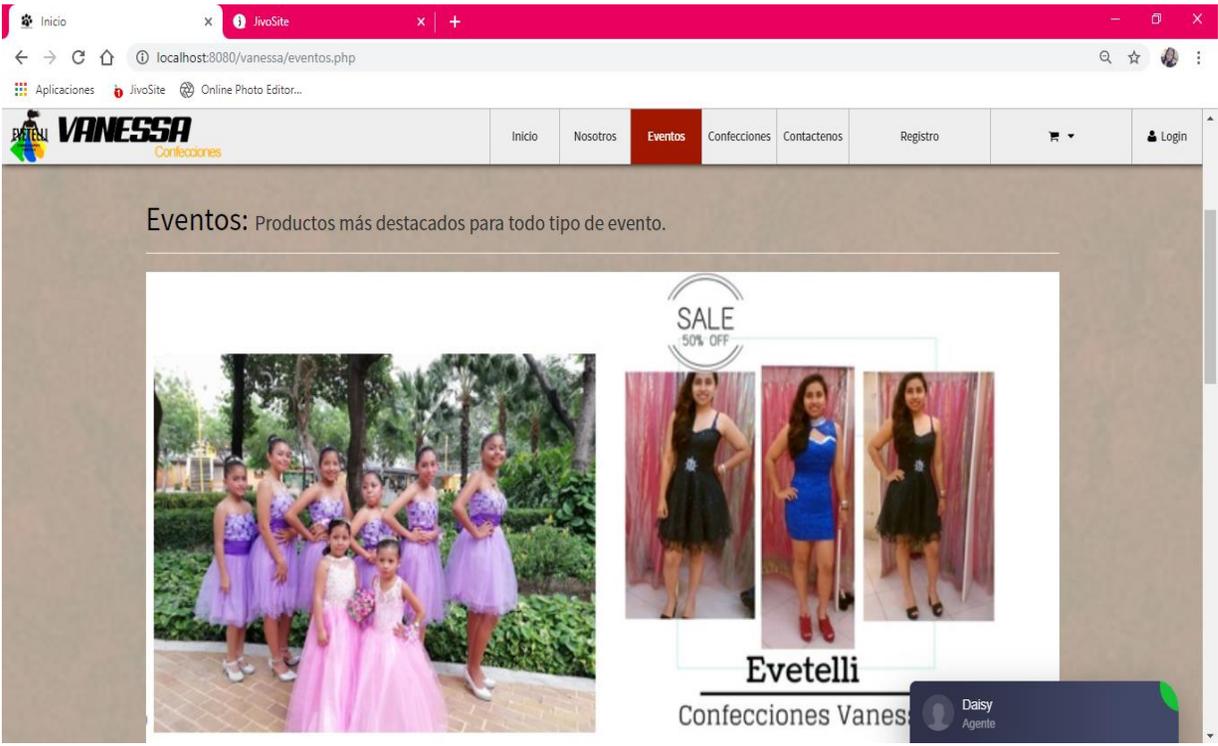


Descripción: En el mismo apartado de inicio en la parte inferior de la portada, se mostrarán las últimas confecciones como presentación principal de las prendas a adquirir.

ANEXO 21: Diseño de pantalla 3

 <p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Codigo: SENESCYT 2397</p>		<p>Diseño de Pantalla 3: Ingreso a la opción de nosotros</p>	
<p>Fecha de elaboración: año 2019</p>		<p>Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos</p>	
<p>Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.</p>			
<p>Descripción corta: El perfil de la empresa, la misión que cumplen y su visión.</p>		<p>Nosotros (Misión y Visión)</p>	
			
<p>Descripción: En esta opción se observa el perfil de la empresa dado a la función que desempeña mostrándose la misión, a lo que se dedica a vender y la visión.</p>			

ANEXO 22: Diseño de pantalla 4

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Código: SENESCYT 2.397		Diseño de Pantalla 4: Ingreso a eventos	
Fecha de elaboración: año 2019		Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos	
Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.			
Descripción corta: Se muestran prendas de vestir para todo tipo de evento.		Eventos	
			

Inicio x JivoSite x +

localhost:8080/vanessa/eventos.php

Aplicaciones JivoSite Online Photo Editor...

VANESSA
Confecciones

Inicio Nosotros **Eventos** Confecciones Contactenos Registro Login



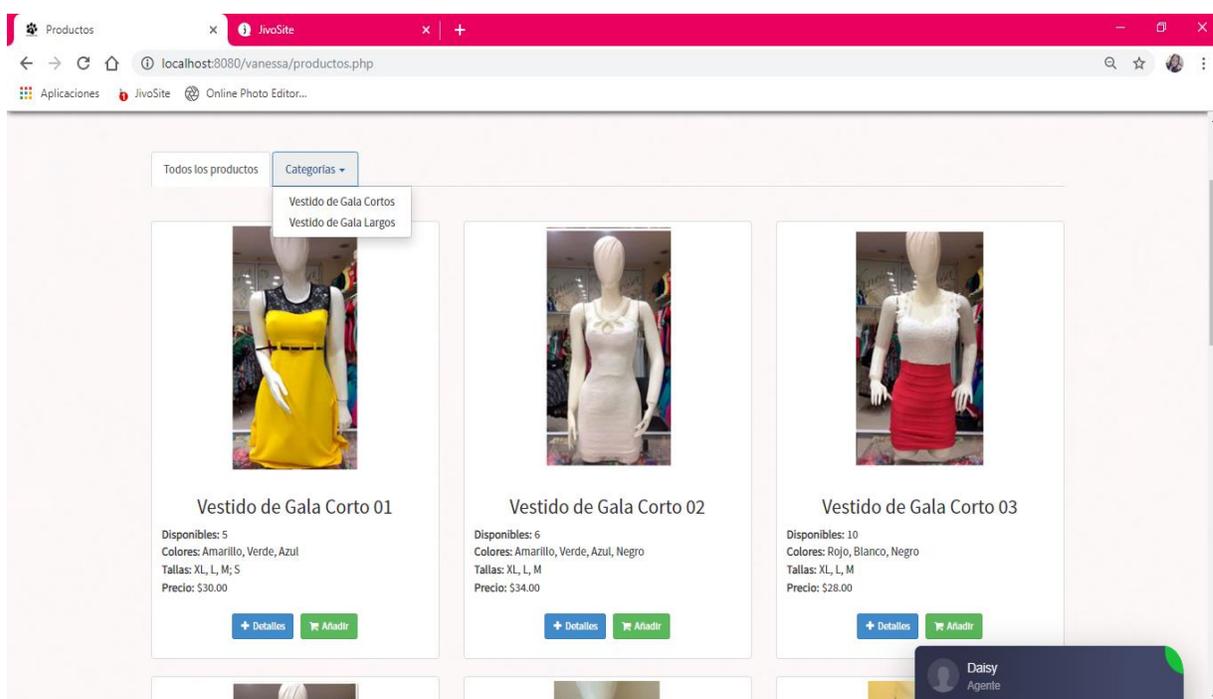
Evetelli
Confecciones Vanessa

Daisy
Agente

Descripción: En este apartado se mostraran todas las prendas destacadas para todo tipo de evento.

ANEXO 23: Diseño de pantalla 5

 Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Código: SENESCYT 2.192		Diseño de Pantalla 5: Ingreso a Confecciones y categorías
Fecha de elaboración: año 2019	Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos	
Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.		
Descripción: Detalles de toda la ropa confeccionada y en sus categorías.	Confecciones según sus categorías	



Descripción: En la opción de confecciones aparecerán todas las prendas confeccionadas que posea el almacén en donde podrán elegir por categoría las prendas que desee gustar, en este caso se presenta la categoría, vestidos de gala cortos.

The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost:8080/vanessa/productos.php`. The browser tabs include 'Productos' and 'JivoSite'. The website header features the 'VANESSA Confecciones' logo and navigation links: 'Inicio', 'Nosotros', 'Eventos', 'Confecciones' (highlighted), 'Contactenos', 'Registro', and 'Login'. The main content area displays three product cards:

- Vestido de Gala Corto 04**: Disponibles: 7, Colores: Cafe, Rosado, Beight, Tallas: XL, L, M, S, Precio: \$26.00.
- Vestido de Gala Largo 01**: Disponibles: 12, Colores: Negro, Blanco, Rojo, Tallas: XXL, XL, L, M, Precio: \$33.00.
- Vestido de Gala Largo 02**: Disponibles: 3, Colores: Azul, Plomo, Amarillo, Negro, Tallas: XL, L, S, Precio: \$29.00.

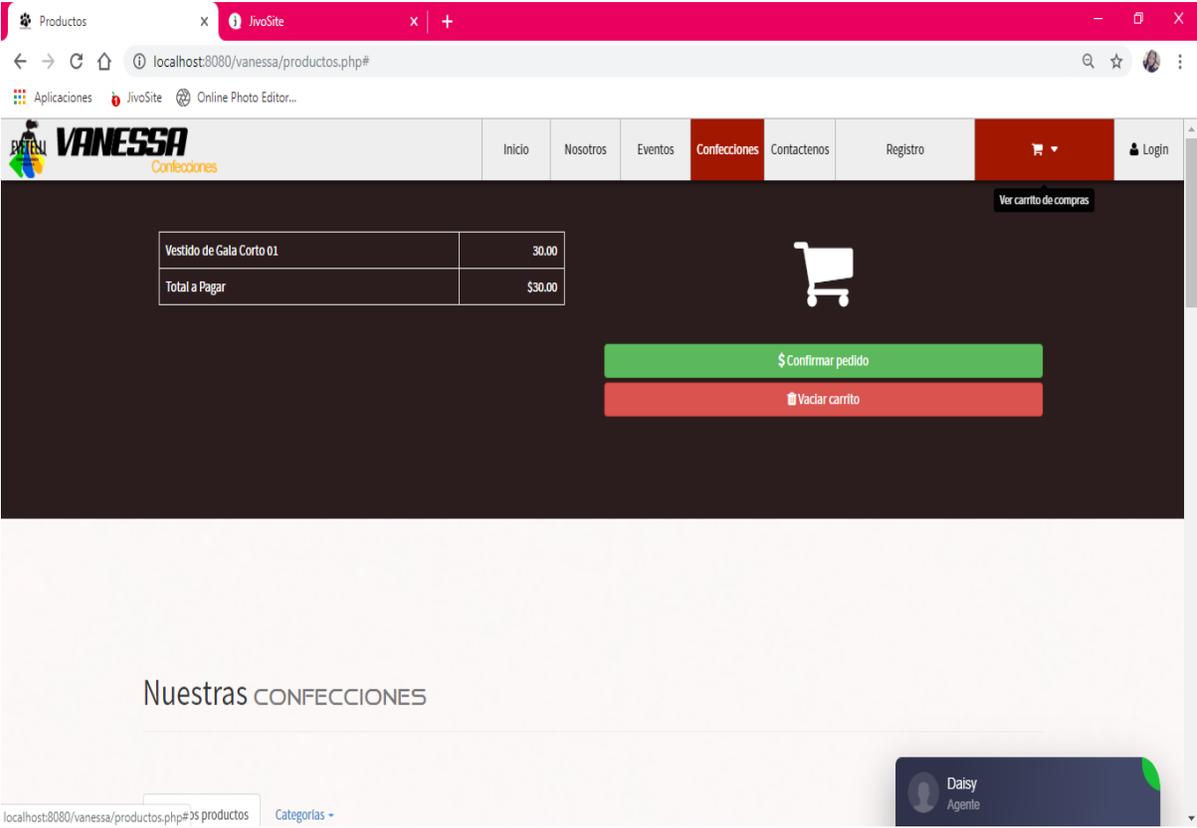
Each card includes a '+ Detalles' button and a green 'Añadir' button. A user profile 'Daisy Agente' is visible in the bottom right corner.

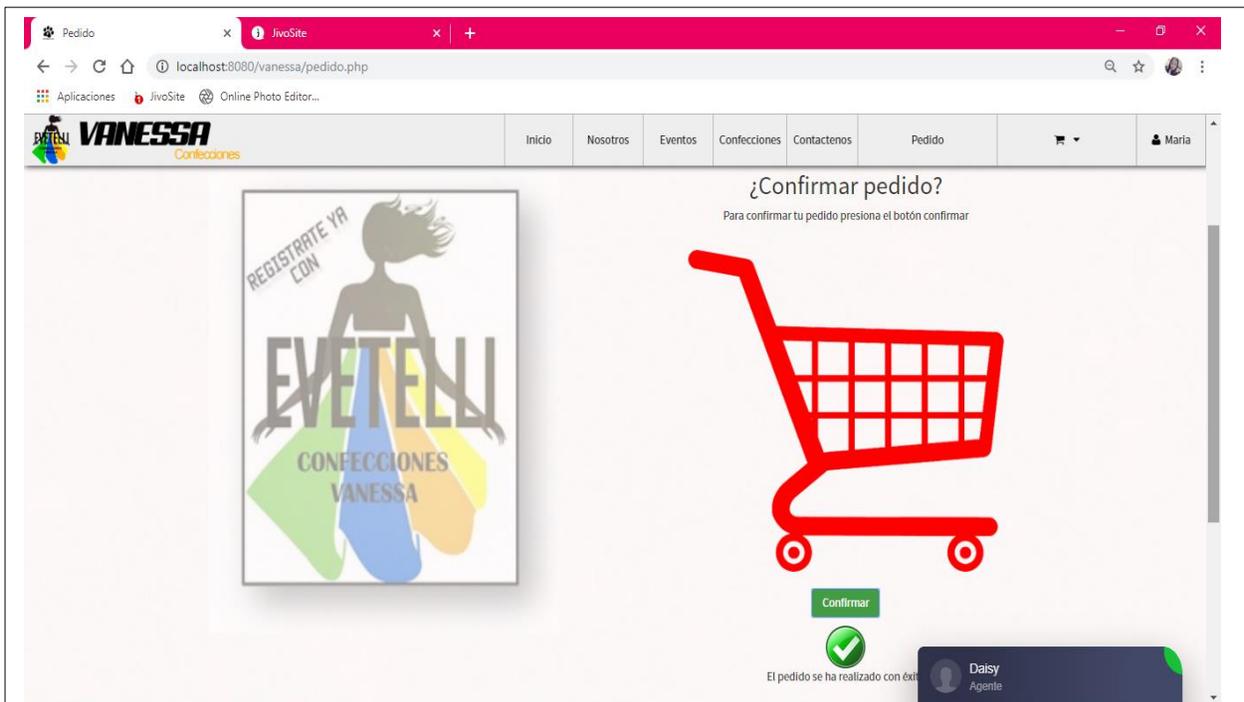
Descripción: La categoría en la que se presenta en pantalla es la de vestidos de gala largos.

ANEXO 24: Diseño de pantalla 6

 Diseño de Pantalla 6: Ingreso a descripción del producto	
Fecha de elaboración: año 2019	Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos
Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.	
Descripción: Se muestra la descripción corta y larga.	Descripcion del producto
	
<p>Descripción: Cada imagen de las prendas posee una descripción corta que son los detalles principales de la prenda y si el usuario o administrador desea observar la descripción completa solo debe dar clic en la opción “+ Detalles” y para volver solo debe dar clic en la opción regresar a la tienda.</p>	

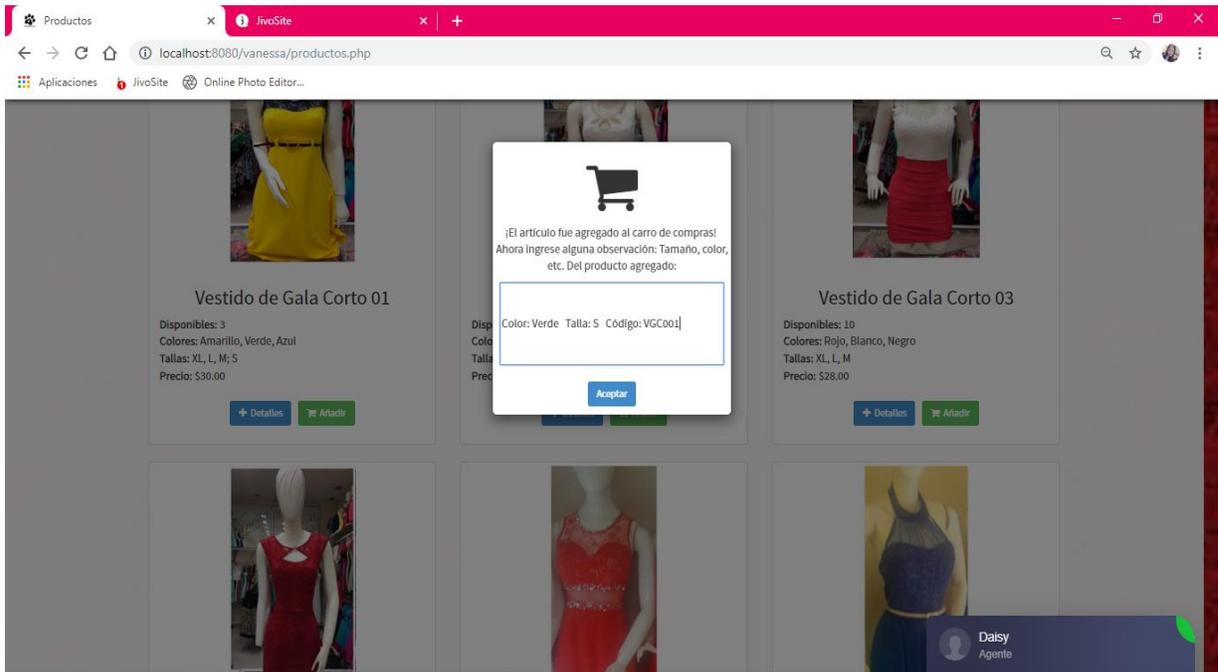
ANEXO 25: Diseño de pantalla 7

		Diseño de Pantalla 7: Ingreso a la agregación de carro compra	
Fecha de elaboración: año 2019		Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos	
Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.			
Descripción: Se agrega al carrito el producto deseado, confirma y realiza el pago.		Agregar a carro compra	
			

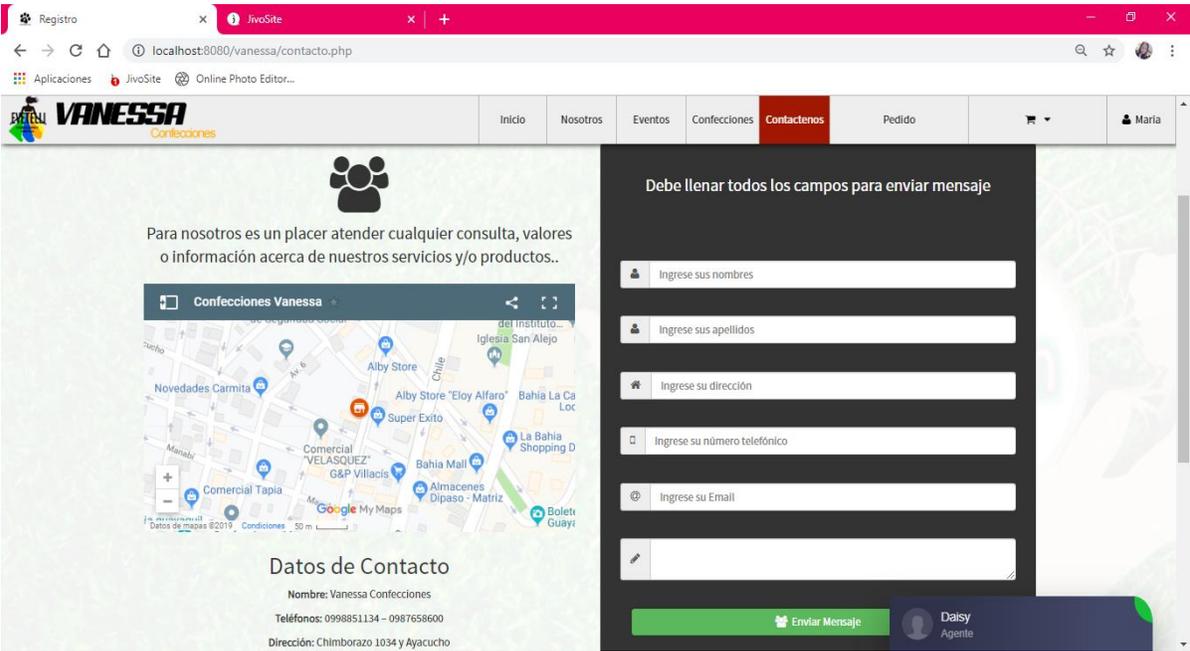


Descripción: Se debe dar clic en el botón añadir al carrito, luego aparecerá una ventana de confirmación del pedido del carrito y aceptar, una vez confirmado aparecerá el pago total de confirmación del pago o a su vez vacía el carrito.

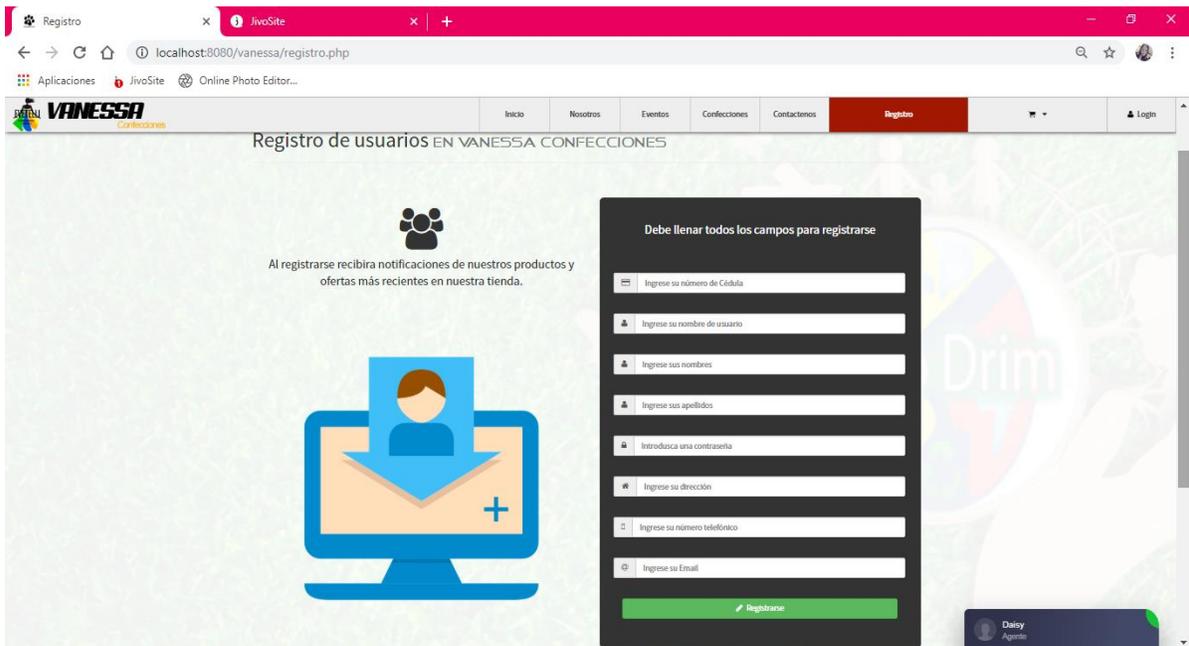
ANEXO 26: Diseño de pantalla 8

		Diseño de Pantalla 8: Ingreso al stock en 0	
Fecha de elaboración: año 2019		Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos	
Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.			
Descripción: Si la prenda no está disponible el cliente agrega al carro deja su descripción completa y envía.		Stock de la mercadería	
			
Descripción: En caso de no estar disponible una prenda de vestir y el cliente la desea se debe agregarlo al carro de compras y poner los detalles completos de la prenda que desee en cuanto a su código para que le puedan confeccionar y aceptar.			

ANEXO 27: Diseño de pantalla 9

 Diseño de Pantalla 9: Ingreso a la opción contactos	
Fecha de elaboración: año 2019	Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos
Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.	
Descripción: El cliente o usuario llena los campos si desea dejar su mensaje como contacto, en caso de que no pueda comunicarse enseguida.	Contáctenos
	
Descripción: En este apartado el cliente podrá contactarse con el administrador llenando todos los campos y alguna descripción en común y enviar el mensaje, además de eso aparece en la parte izquierda la información y la ubicación del almacén.	

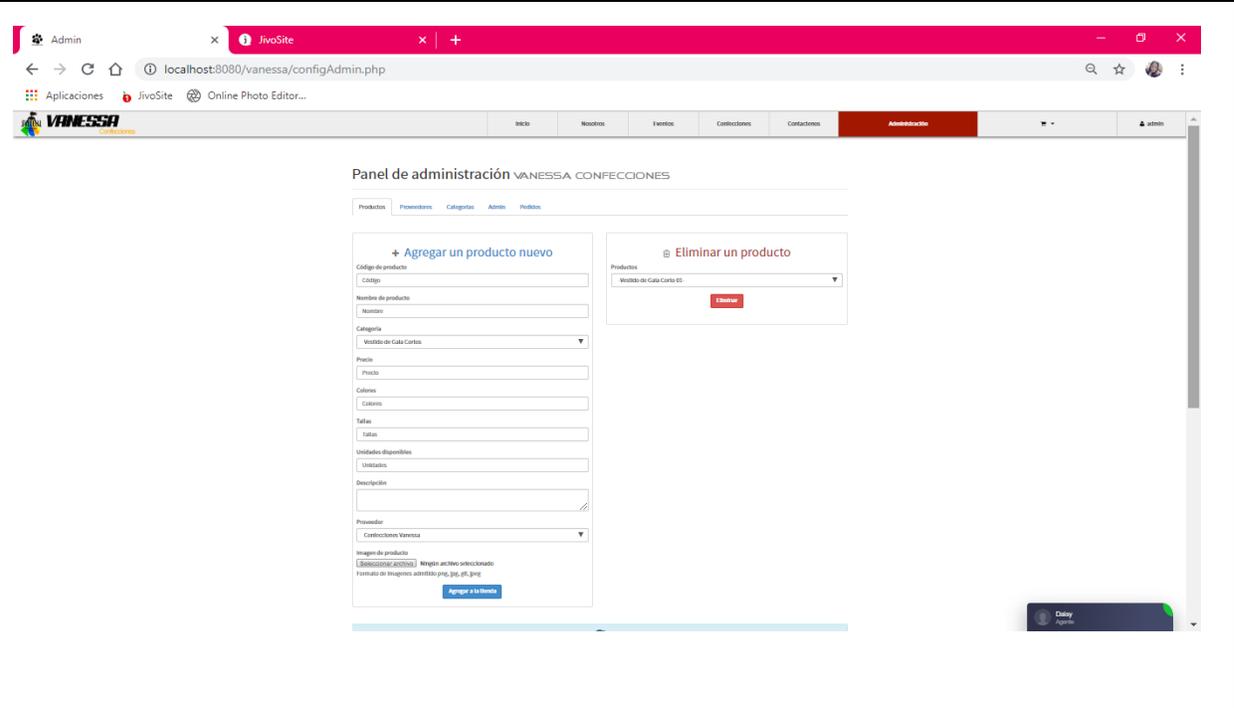
ANEXO 28: Diseño de pantalla 10

 <p>Diseño de Pantalla 10: Ingreso a la opción de registro</p>	
<p>Fecha de elaboración: año 2019</p>	<p>Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos</p>
<p>Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.</p>	
<p>Descripción: Los clientes se registran llenando los campos obligatorios.</p>	<p>Registro de clientes</p>
	
<p>Descripción: En este apartado el cliente podrá registrarse llenando todos los campos obligatorios y grabarlos, una vez registrado podrá acceder con su propia cuenta a la tienda online.</p>	

ANEXO 29: Diseño de pantalla 11

	<p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Código: SENESCYT 2.397</p>	<p>Diseño de Pantalla 11: Ingreso a la opción de chat y mensaje e-mail</p>
<p>Fecha de elaboración: año 2019</p>		<p>Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos</p>
<p>Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.</p>		
<p>Descripción: Los clientes y usuarios podrán escribir y tener una conversa con el administrador en directo.</p>	<p>Chat vía online</p>	
<p>Descripción: El chat permitirá a los clientes y usuarios conversar libremente sobre los detalles y demás información que desee saber sobre el almacén.</p>		

ANEXO 30: Diseño de pantalla 12

 <p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Código: SENESCYT 2397</p>	<p>Diseño de Pantalla 12: Ingreso a la opción de Administración, panel de Productos</p>
<p>Fecha de elaboración: año 2019</p>	<p>Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos</p>
<p>Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.</p>	
<p>Descripción: Aparecerán paneles administrativos, en este caso el administrador podrá agregar, actualizar y eliminar un producto.</p>	<p>Paneles de Administración Panel de Productos</p>
 <p>The screenshot shows a web browser window with the URL localhost:8080/vanessa/configAdmin.php. The page title is 'Panel de administración VANESSA CONFECCIONES'. It features a navigation menu with 'Admin' selected. The main content area has two panels: '+ Agregar un producto nuevo' and 'Eliminar un producto'. The 'Agregar' panel includes input fields for 'Código de producto', 'Nombre de producto', 'Categoría' (dropdown), 'Precio', 'Colores', 'Tallas', 'Unidades disponibles', 'Descripción', and 'Proveedor'. There is also a section for 'Imagen de producto' with a file upload button. The 'Eliminar' panel has a dropdown for 'Productos' and an 'Eliminar' button.</p>	
<p>Descripción: En este apartado aparecen los paneles de administración, en este punto está la opción de productos la cual el administrador podrá agregar, actualizar y eliminar un producto, si desea agregar un nuevo producto solo debe llenar los campos dados.</p>	

Admin x JivoSite x +

localhost:8080/vanessa/configAdmin.php

Aplicaciones JivoSite Online Photo Editor...

VANESSA Confecciones

Inicio Nosotros Eventos Confecciones Contactenos **Administración** admin

Agregar a la tienda

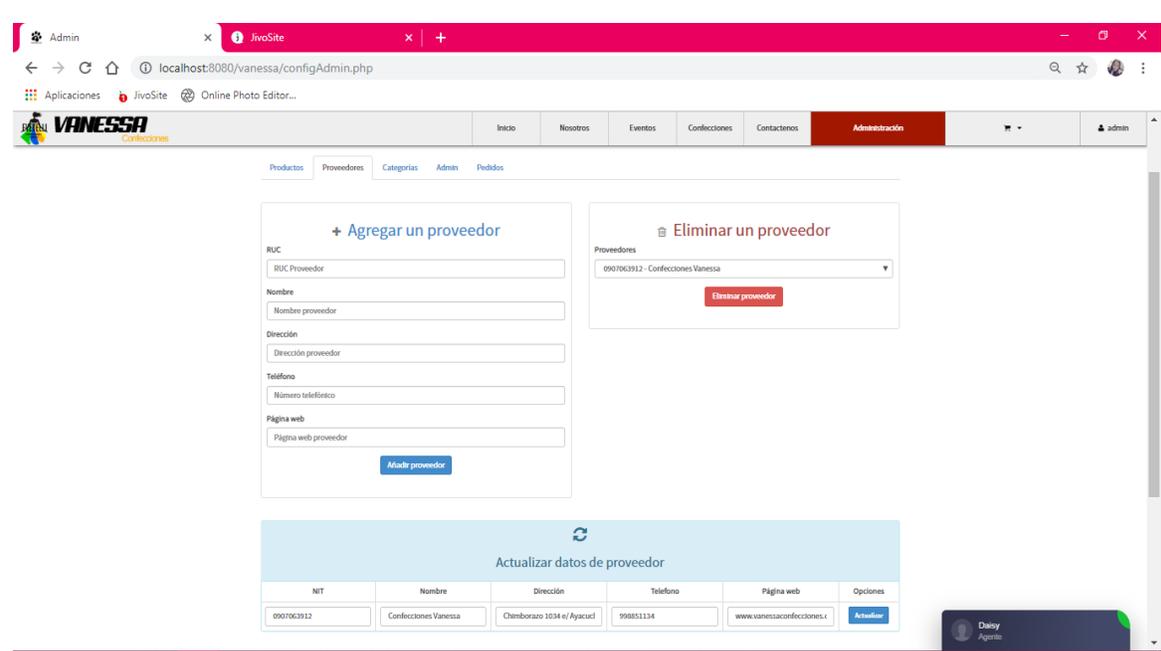
Actualizar datos de producto

Código	Nombre	Categoría	Precio	Colores	Tallas	Unidades	Descripción	Proveedor	Opciones
VGC001	Vestido de €	Vestido de	30.00	Amarillo, Ve	XL, L, M, S	3	Lorem ipsum	Confeccio	Actualizar
VGC002	Vestido de €	Vestido de	34.00	Amarillo, Ve	XL, L, M	6	Lorem ipsum	Confeccio	Actualizar
VGC003	Vestido de €	Vestido de	28.00	Rojo, Blanc	XL, L, M	10	Lorem ipsum	Confeccio	Actualizar
VGC004	Vestido de €	Vestido de	26.00	Cafe, Rosad	XL, L, M, S	7	Lorem ipsum	Confeccio	Actualizar
VGL001	Vestido de €	Vestido de	33.00	Negro, Blanc	XXL, XL, L, M	12	Lorem ipsum	Confeccio	Actualizar
VGL002	Vestido de €	Vestido de	29.00	Azul, Plomo	XL, L, S	3	Lorem ipsum	Confeccio	Actualizar
VGL003	Vestido de €	Vestido de	35.00	Cafe, Verde,	L, M, S	9	Lorem ipsum	Confeccio	Actualizar

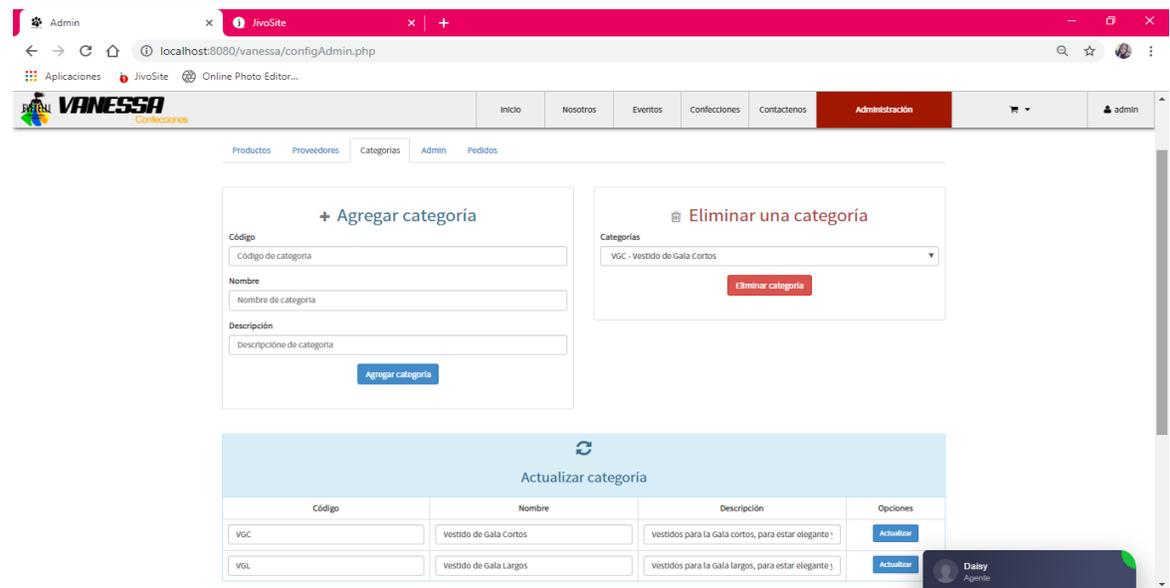
Daisy Agente

Descripción: Los productos que se encuentran en la tienda son actualizados por el administrador en caso de que se confeccionen más prendas, se eliminen o se agreguen.

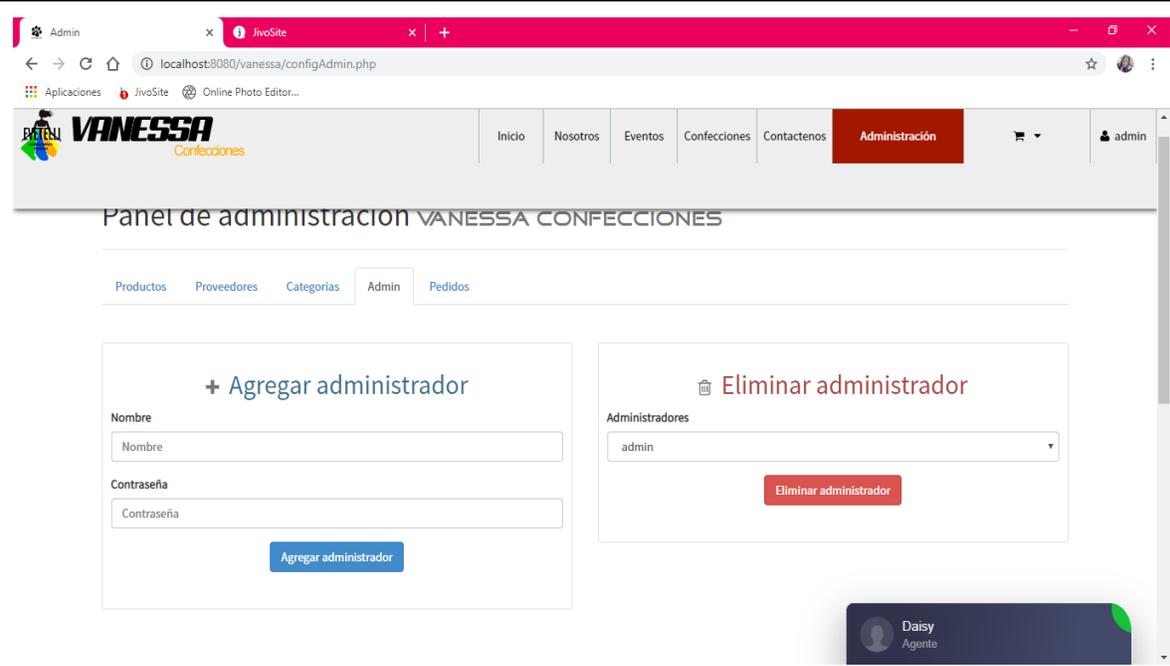
ANEXO 31: Diseño de pantalla 13

 <p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología <small>Código: SENESCYT 2.3197</small></p>	<h3 style="margin: 0;">Diseño de Pantalla 13: Ingreso al panel de Proveedores</h3>
<p>Fecha de elaboración: año 2019</p>	<p>Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos</p>
<p>Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.</p>	
<p>Descripción: El administrador podrá agregar, actualizar y eliminar un proveedor.</p>	<p style="text-align: center;">Panel de Proveedores</p>
	
<p>Descripción: En este punto está la opción de proveedores la cual el administrador podrá agregar, actualizar y eliminar un proveedor, si desea agregar un nuevo proveedor solo debe llenar los campos dados. También son actualizados por el administrador en caso de contratación.</p>	

ANEXO 32: Diseño de pantalla 14

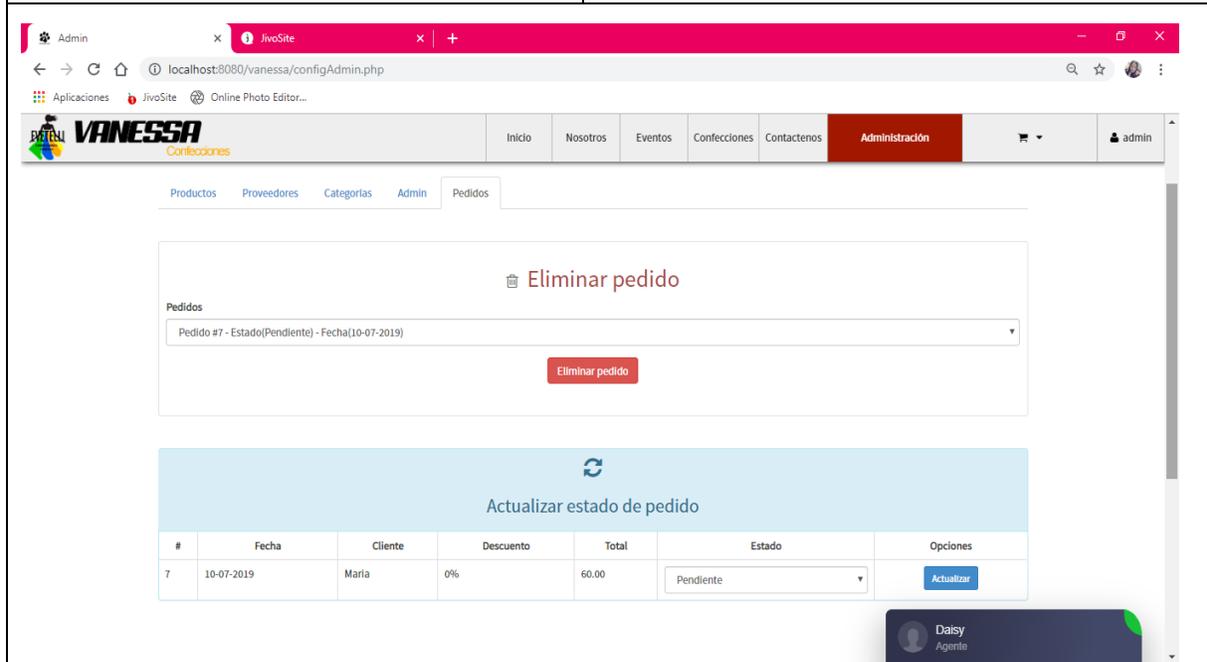
 Diseño de Pantalla 14: Ingreso al panel de Categorías	
Fecha de elaboración: año 2019	Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos
Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.	
Descripción: El administrador podrá agregar, actualizar y eliminar una categoría.	Panel de Categorías
	
Descripción: En este punto está la opción de categorías la cual el administrador podrá agregar, actualizar y eliminar una categoría, si desea agregar una nueva categoría solo debe llenar los campos dados. También son actualizados por el administrador en caso de agregar o eliminar.	

ANEXO 33: Diseño de pantalla 15

 Diseño de Pantalla 15: Ingreso al panel de Administrador	
Fecha de elaboración: año 2019	Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos
Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.	
Descripción: El gerente general podrá agregar, actualizar y eliminar un administrador.	Panel de Administrador
	
Descripción: En este punto está la opción de administrador la cual el administrador podrá agregar, actualizar y eliminar un administrador, si desea agregar una nueva administrador solo debe llenar los campos dados. También son actualizados por el administrador en caso de agregar o eliminar.	

ANEXO 34: Diseño de pantalla 16

 Diseño de Pantalla 16: Ingreso al panel de Pedidos	
Fecha de elaboración: año 2019	Autora: Srta. Daisy Fuentes Ramos
Proyecto: Diseño de una tienda online para la venta de prendas de vestir en el almacén de Confecciones Vanessa.	
Descripción: El administrador podrá agregar, actualizar y eliminar un pedido.	Panel de Pedidos



Descripción: En este punto está la opción de pedidos la cual el administrador podrá agregar, actualizar y eliminar un pedido, si desea agregar un nuevo pedido solo debe llenar los campos dados. También son actualizados por el administrador en caso de agregar, de entregar pedidos según el estado y eliminar.