



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

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

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNOLÒGIA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

**DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB COMERCIAL PARA RESERVAS ONLINE
Y SEGUIMIENTO DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA
ECOODRIM DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL 2019**

AUTOR:

ARANA PEÑAFIEL SAILY YAMILED

TUTOR:

PHD. IVÁN DARWIN TUTILLO ARCENTALES

GUAYAQUIL, ECUADOR

2019

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico a mis padres que son la pieza fundamental en mi vida los que cada día se han esforzado para que yo pueda seguir adelante en mi carrera profesional brindándome su confianza y apoyo en cada paso que decido dar, sin ellos nada de esto fuera posible ya que ellos han sabido guiarme por el camino del bien, sobre todo me brindaron esas palabras de apoyo cuando más la necesitaba.

Saily Arana Peñafiel

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme tener vida y haber podido culminar con satisfacción una etapa más de mi vida, a mi familia por apoyarme cada día, son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional, a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida.

Saily Arana Peñafiel

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN ANALISIS DE SISTEMAS

TEMA: Diseñó de una página web comercial para reservas online y seguimiento de ventas de los productos de la empresa EcooDrim de la ciudad de Guayaquil en el 2019

Autora: Saily Yamiled Arana Peñafiel

Tutor: PHD. Iván Tutillo Arcentales

RESUMEN

En el mercado global, las empresas dan a conocer sus actividades, productos y servicios usando las páginas web para vincular los visitantes, es en Europa donde empieza la modalidad de hacer reservaciones vía internet para elevar el volumen de clientes. EcooDrim vende artículos de plásticos reciclados manufacturados y permite modificaciones de color y tamaño tomando pedidos en papel que suele deteriorarse o perderse, creando una mala impresión, confusión y rechazo, algunas veces la reservación es por vía telefónica pero así no se pueden visualizar los productos, por lo que se investiga la incidencia de la reserva online para el seguimiento de las ventas de los productos. Para lo cual se diseña una página web comercial que permita la visualización del producto fabricado la reserva online y un seguimiento de venta donde el cliente pueda solicitar modificaciones a su entera satisfacción. La página web tiene el objetivo planteado que es brindar información contenidos del producto de manera agradable y eficiente que permita a los clientes visualizar los productos que se manufacturan en la empresa para que así puedan reservar el producto que elijan y enviar a manufacturar el producto escogido ya sea tal y cual como lo observo o agregar modificaciones de color y tamaño ya que con el seguimiento de venta la empresa podrá confirmar las modificaciones que desea el cliente y enviar a manufacturar el pedido seguros de que no abra inconformidades ya que el cliente estará satisfecho con el pedido realizado.

Página web	Reservas online	Control Ventas	EcooDrim
------------	-----------------	----------------	----------

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA: Diseñó de una página web comercial para reservas online y seguimiento de ventas de los productos de la empresa EcooDrim de la ciudad de Guayaquil en el 2019

Autora: Saily Yamiled Arana Peñafiel

Tutor: PHD. Iván Tutillo Arcentales

ABSTRACT

In the global market, companies publicize their activities, products and services using web pages to link visitors, it is in Europe where the mode of making reservations via the Internet to increase the volume of customers begins. EcooDrim sells manufactured recycled plastic items and allows changes in color and size by taking orders on paper that usually deteriorate or get lost, creating a bad impression, confusion and rejection, sometimes the reservation is by telephone but the products can not be viewed, therefore, the incidence of online booking is investigated to monitor product sales. For which a commercial web page is designed that allows the visualization of the manufactured product the online reservation and a sale tracking where the client can request modifications to his entire satisfaction. The web page has the stated objective that is to provide product content in a pleasant and efficient way that allows customers to visualize the products that are manufactured in the company so that they can reserve the product they choose and send to manufacture the chosen product. be as I see it or add changes in color and size because with the sales tracking the company can confirm the changes that the client wants and send to manufacture the order sure that does not open nonconformities as the customer will be satisfied with the order placed.

Web Page	Online Reservations	Sales Control	EcooDrim
----------	---------------------	---------------	----------

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INDICE DE CONTENIDO.....	3
INDICE DE GRAFICOS	7
INDICE DE TABLAS	8
INDICE DE ANEXO.....	9
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	10
1.1 Ubicación del problema en un contexto.....	10
1.2 Situación del conflicto.....	11
1.3 Planteamiento o formulación del Problema.....	11
1.4 Delimitación del Problema.....	12
1.5 Evaluación del Problema.....	12
1.5.1 Delimitado.....	12
1.5.2 Claro	12
1.5.3 Evidente.....	12
1.5.4 Relevante	12
1.5.5 Factible	12
1.6 Objetivos de la Investigación.....	13
1.6.1 Objetivo General.....	13
1.6.2 Objetivos Específicos	13
1.7 Justificación e Importancia del Problema.....	13
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	14
2.1 Fundamentación teórica.....	14

2.1.1	Antecedentes Históricos	14
2.1.2	Antecedentes Referenciales	16
2.2	Fundamentación Legal.....	18
2.2.1	Título I.....	18
	DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL	18
2.2.2	Título I.....	18
	AMBITO Y PRINCIPIOS DE LA GESTION AMBIENTAL.....	18
2.3	Variables de Investigación.....	19
2.4	Definiciones conceptuales.....	19
	Página Web.....	19
	Página Web comercial	19
	Diseño Web.....	19
	Características del producto.....	19
	Gestión de las ventas.....	20
	Manufactura	20
	Stock de los productos	20
	Reservaciones	21
	Seguimiento de Ventas	21
	HTML	21
	SQL.....	21
	CRM.....	21
	CAPÍTULO III: LA METODLOGÍA	22
3.1	Presentación del Negocio.....	22
	Nombre del Negocio	22
	EcooDrim	22
	Misión.....	22
	Visión	22

Logotipo del Negocio	22
Ubicación del Negocio.....	23
Organigrama de EcooDrim.....	24
3.2 Diseño de la Investigación.....	24
3.2.1 Cuantitativa.....	24
3.2.2 Cualitativa.....	25
3.3 Metodologías de Investigación.....	25
3.3.1 Descriptiva	25
3.3.2 Explicativa	25
3.3.3 Correlacional.....	26
3.4 Población y Muestra.....	26
3.4.1 Población.....	26
3.4.2 Muestra.....	27
3.5 Técnicas de Investigación.....	27
3.5.1. Encuesta.....	27
3.5.2. Entrevista.....	28
CAPITULO IV: LA PROPUESTA.....	29
4.1. Análisis e Interpretación de los Resultados.....	29
4.2. Análisis de la Situación Actual.....	29
4.3. Análisis de la información de la encuesta.....	30
4.3.1. Análisis estadístico	30
4.4. Plan de Mejoras.....	40
4.4.1. Tema.....	40
Fundamentación.....	40
Justificación	40
4.4.2 Objetivos de la Propuesta.....	41
General.....	41
Específicos	41

4.4.3	Estudio de Factibilidad.....	41
	Administrativo	41
	Legal.....	41
	Presupuestaria	42
	Técnica.....	42
4.4.4	Descripción de la Propuesta	42
4.4.5	Beneficios de la Propuesta	43
4.4.6	Cronograma de Trabajo.....	43
	CONCLUSIONES.....	45
	RECOMENDACIONES	46
	BIBLIOGRAFÍA	47
	ANEXOS	50

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: Pregunta #1	30
Grafico 2: Pregunta #2	31
Grafico 3: Pregunta #3	32
Grafico 4: Pregunta #4	33
Grafico 5. Pregunta #5	34
Grafico 6: Pregunta #6	35
Grafico 7: Pregunta #7	36
Grafico 8: Pregunta #8	37
Grafico 9. Pregunta #9	38
Grafico 10: Pregunta #10	39

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de EcooDrim	26
Tabla 2: Muestra de EcooDrim.....	27
Tabla 3: Pregunta #1	30
Tabla 4: Pregunta #2.....	31
Tabla 5: Pregunta #3.....	32
Tabla 6: Pregunta #4.....	33
Tabla 7: Pregunta #5.....	34
Tabla 8: Pregunta #6.....	35
Tabla 9: Pregunta #7	36
Tabla 10: Pregunta #8.....	37
Tabla 11: Pregunta #9.....	38
Tabla 12: Pregunta #10.....	39

INDICE DE ANEXO

Anexo 1: Determinación de Requerimientos.....	51
Anexo 2: Costo y Presupuesto	52
Anexo 3 : Modelo de Entidad- Relación	53
Anexo 4: Diccionario de datos.....	54
Anexo 5: Diseño de la Propuesta.....	60
Anexo 6: Diagrama General	66
Anexo 7:Pantallas del Sitio Web.....	77
Anexo 8: Modelo de Encuesta.....	77
Anexo 9: Modelo de Entrevista.....	78
Anexo 10: Fotografías.....	79

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Ubicación del problema en un contexto

En la actualidad “la sociedad está cambiando y lo está haciendo a una velocidad tan increíblemente vertiginosa y de una manera tan profunda que seguramente no somos todavía conscientes” (Javier Celaye, 2011).

La tecnología ha facilitado y ayudado la vida de los seres humanos para mejorar el rendimiento de las actividades, “una de ellas es el acceso a la internet que contienen información específica de algún tema, esta se ha convertido en una pieza fundamental para incrementar las reservas y ventas de artículos, mostrar información y realizar marketing sobre el producto” (Gàzquez, 2014) o empresa ya que procede a tener “un espacio en el mercado global dando a conocer sus contenidos actividades como imágenes, videos, formas de contacto, producto y servicios relacionados con la empresa, en la actualidad es muy necesario usar herramientas informáticas que le permitan a los establecimientos comerciales dar a conocer los productos y servicios que ofrecen al cliente, la publicidad es algo estratégico y creativo que ha abierto nuevos caminos a la sociedad”.

“Actualmente, la Web es un espacio preparado para el intercambio de información diseñado para el consumo humano. Las páginas web son creadas con fines a que las personas puedan ver de una mejor manera publicidad en internet” (Ruiz Olabuénaga, 2012).

Según (Subirats1, 2003) “una página web tiene la misión esencial de vincular los visitantes con el vasto mundo de la información de un modo agradable y eficiente las reservaciones a nivel mundial, se han empezado a manejar vía internet, en los países más desarrollados como el continente europeo es donde comenzó esta modalidad del comercio para elevar el volumen de clientes”.

1.2 Situación del conflicto

EcooDrim es una empresa que se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil; Se dedica a la venta de una nueva línea de artículos de plásticos reciclados, cuenta con maquinaria especializada para la elaboración de estos productos manufacturados. El proceso de venta consiste en que el cliente se acerca al establecimiento, observa los productos ya fabricados si le gusta alguno lo adquiere pero también existen modificaciones de color tamaño y diseño de acuerdo al gusto del cliente para ello se procede a realizar una reserva que son agendadas de manera tradicional anotadas en un papel para proceder a cumplir la reserva y realizar el artículo de acuerdo a lo pre establecido por el cliente fijando una fecha de retiro porque los artículos son manufacturados y conlleva a la realización en dos días hábiles para poder cumplir los datos de la reservación del nuevo producto, los problemas que se originan en ocasiones es que se suele perder o deteriorarse el papel donde se llevaba la reserva o registro de lo que se debía cumplir, siendo esto un malestar para el cliente por no poder obtener lo que deseaba generando que el consumidor se lleve una mala impresión de la empresa.

La empresa tiene algunas falencias como el proceso actual de cómo se lleva a cabo las reservaciones que realizan los clientes, llevar este proceso de forma manual es muy tedioso porque en ciertas ocasiones existen pérdidas de información y los pedidos se retrasan, o se realizan con registros incorrecta por no llevar la información y control de una manera ordenada también el hecho de no contar con planes y estrategias de publicidad ha provocado el decrecimiento del negocio, Los clientes cuando se acercan al negocio comentan o realizan la pregunta si no tienen alguna otra forma de realizar alguna reservación, la cual se comenta que por vía telefónica pero siendo esta no muy efectiva porque no se puede visualizar los productos que ofrece siendo este un problema al momento de poder realizar una elección del producto.

1.3 Planteamiento o formulación del Problema

¿Cómo incide la reserva online para el seguimiento de las ventas de los productos de la empresa EcooDrim en el año 2019?

1.4 Delimitación del Problema

ASPECTO	CAMPO	ÁREA	PERIODO
Diseño web	Página web	Reserva para venta de artículos	2019

1.5 Evaluación del Problema

1.5.1 Delimitado

El problema existe en la reservación manual de los productos de la empresa EcooDrim ya que supone una elección de características que deben ser cumplidas para que se proceda a realizar la venta.

1.5.2 Claro

Se observa que la selección de las características del producto debe ser cumplida en la elaboración con riesgo a que los productos sean rechazados.

1.5.3 Evidente

Es evidente que el cliente debe tener la información precisa e inmediata antes de realizar la reserva del producto de modo que no haya confusión al momento de elaborarlo y entregarlo.

1.5.4 Relevante

La forma de coordinar entre los procesos de ventas y el de elaboración permite errores debido a que todo se maneja de manera manual y no tiene un detalle de las características de los productos. Para los involucrados es estas dos tareas, la coordinación es realmente importante.

1.5.5 Factible

Diseñar una página web para la reserva y registro de la gestión de las ventas es factible ya que se puede utilizar el material de la campaña de marketing y las características intrínsecas a cada productos para realizar un trabajo de producción, fidelizando las reservaciones mediante un proceso online.

1.6 Objetivos de la Investigación

1.6.1 Objetivo General

Diseñar una página web comercial para reservas online y seguimiento de ventas de los productos de la empresa EcooDrim de la ciudad de Guayaquil en el 2019.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Identificar teóricamente la reserva online y el seguimiento de las ventas de productos manufacturados.
- Diagnosticar la reserva online y el seguimiento de las ventas de los productos de EcooDrim.
- Proponer el diseño de página web comercial para reserva online y seguimiento de ventas para la empresa EcooDrim.

1.7 Justificación e Importancia del Problema

El propósito de este análisis es diseñar una página web para que los clientes obtengan la visualización del producto fabricado y conozcan la variedad de productos que se manufacturan, el objetivo es diseñar un proceso de reserva online y un seguimiento de venta diseñado dentro de una página web. El cliente mediante la visualización de los productos en la página web procede a realizar la reserva de un producto el siguiente proceso será el seguimiento de venta es decir que suelen haber clientes que desean el producto pero con modificaciones de color este procesó ayuda a cumplir la satisfacción del cliente para proceder a realizar la venta de acuerdo a los requerimientos y reservaciones del cliente. La página web permitirá acceder a la información actualizada de los productos fabricados, permitiendo que la empresa EcooDrim acceda al mercado virtual, fortalezca el alcance de los ingresos y sobretodo le dé un mejor servicio al cliente más rápido y efectivo.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación teórica

2.1.1 Antecedentes Históricos

“El internet dio indicios para que se lo use con fines comerciales y es ahí donde empezó el comercio electrónico en 1991 desde ese año las empresas empezaron a crear sitios webs una de las primeras compañías en utilizar el comercio electrónico fue Amazon, fue fundada en 1994 por Jeff Bezos” (Azálgara Bedoya) “nació en Albuquerque, Estados Unidos, el 12 de enero de 1964. Es un ingeniero electrónico con énfasis en informática de la Universidad de Princeton. Luego de trabajar en diversos lugares, como D. E. Shaw una empresa de Wall Street” (Portal de Historias, 2017). Amazon está establecida en EE.UU., fue la primera en vender productos a través de internet.

(Osorio, 2016) “El proceso de negocio o modelo de ventas que utilizo Amazon fue que el cliente pueda visualizar un amplio catálogo seleccione el producto que necesita generando crecimiento para disponer de mejores precios dando una excelente experiencia al cliente lo que origino que Amazon” sea una de las mejores compañías en aplicar el comercio electrónico, “también conocido como e-commerce (eletronic commerce), consisten en la compra de productos a través de medios electrónicos y otras redes informáticas, lo que obliga a diseñar una página web que permita al usuario seleccionar sus productos a su gusto” (Asociación Española de la Economía Digital, 2012).”Si extendemos los límites de este término, nos referimos a ecommerce cuando se llevan a cabo estrategias de reservas online, pre-venta, seguimiento de venta y post-venta, utilizando los beneficios que ofrece la Red Internet” (Bassi & Vera, 2000).

Según (Lic. Jorge Luis P, 2003) “Una página web tiene la misión esencial de vincular los visitantes con el vasto mundo de la información de un modo agradable y eficiente. Los contenidos deben ser atractivos con un formato realizado de acuerdo a los intereses que se desean mostrar en la página web, en el caso de esta investigación se deben desplegar galerías de grupos de productos y alguna que otra facilidad que brinda la hipermedia como los links a

páginas de detalle que permiten acceder a la información de un modo entretenido para satisfacer los requerimientos y gustos de los usuarios”.

El internet puede ser aprovechado por cualquier empresa, siempre que se personalice el producto y la vía de comercialización, EcooDrim puede usar el internet para mostrar sus productos y empezar un proceso de reserva para que el personal de ventas contacte al cliente en vías de concretar la venta.

La Página web de EcooDrim podría realizar su función de mostrar información de las características de los productos que ofrece como tal. ” Se utilizará el lenguaje HTML (HyperText Markup Language, Lenguaje de Marcas Hipertexto). HTML” que según (Castillo, 2006) “es un lenguaje muy sencillo que permite describir documentos hipertexto. La descripción se basa en especificar en el texto la estructura lógica del contenido así como los diferentes efectos que se quieren mostrar “

Según (Lic. Jorge Luis P, 2003) “Una página web tiene la misión esencial de vincular los visitantes con el vasto mundo de la información de un modo agradable y eficiente. Los contenidos deben ser atractivos con un formato realizado de acuerdo a los intereses que se desean mostrar en la página web”, es por esto que la página web que se espera diseñar para la empresa EcooDrim debe tener un contenido amigable para con quien visita la página web. (Espinoza1, 2009) también indica que “Las empresas e instituciones deben entender actuar en el entorno. Es más importante comprender cómo comunicar de manera efectiva. Porque cada acción en la comunicación de una persona o de una empresa dice mucho más que en el pasado.”

Por lo cual es importante entender y comprender los comentarios que se debe tener con el cliente para tener una mejor comunicación y poder saber actuar cuando se le está ofreciendo el producto. Las posibilidades con las que podemos conectarnos al mundo a través de la red son muy sencillas no cabe duda de que Internet ha revolucionado la comunicación en general y la publicidad en particular. “Como medio publicitario, el valor más destacable de Internet es que ha permitido el acceso a todo tipo de anunciantes sin importar el tamaño o naturaleza del mismo; es decir, una pequeña o mediana empresa, o multinacionales puede planificar sus campañas y reservas on-line con las mismas herramientas y consiguiendo resultados muy similares en cuanto a efectividad” (Molina, 2008).

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Las siguientes tesis se utilizan como antecedentes referenciales en torno al tema principal porque aportan ideas importantes para el diseño de página web comercial que se pretende realizar para EcooDrim.

TITULO: “Estudio del comercio electrónico como estrategia de negocios dentro de las empresas que brindan servicios de hospedaje en el Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena”, de la Universidad Católica del autor (Mateo López, 2015).

“Este trabajo propone analizar los mecanismos de comercialización de los establecimientos que brindan servicios de hospedaje para obtener nuevos clientes y posicionarse en el mercado en un entorno económico global basado en estrategias de innovación tecnológica motivo por el que se presenta una propuesta de estrategias de negocios digitales, que incluye sugerencias de implementación de ecommerce, creando valor para los empresarios de los hoteles de Salinas, conforme los resultados de los datos investigados.

El estudio se basa en la implementación de comercio electrónico aplicando un negocio digital es decir que se inserta en el mercado virtual y podrá obtener nuevos clientes con nuevas herramientas inmersas en la tecnología como un sitio web generando reservas y disponiendo los servicios al alcance de un nuevo publico digital.”

TITULO: “Desarrollo de un portal para el comercio electrónico basado en herramientas de software libre y estándares” (Lopez Morales , 2008)

“Este trabajo propone crear un portal web que incluya una herramienta dinámica de catálogo de productos online Ésta herramienta debe ser capaz de mantener y actualizar tanto el catálogo de productos online, como los principales procesos de compra y venta electrónica. Para ello, se utilizará un Sistema de Gestión de Contenidos (CMS - Content Management System) como herramienta de software libre. La selección del CMS deberá tener en cuenta las últimas tendencias web, así como los estándares marcados por el W3C

Este portal web incluye una serie de módulos funcionales que son similares con

los módulos que deseamos seguir para EcooDrim con un catálogo online de productos, proceso de compra guiado, seguimiento de clientes”.

TITULO: “Diseño e implementación de un sistema de reserva y venta de entradas en línea para eventos artístico/culturales utilizando comercio electrónico “ (Santander Sepúlveda, 2002)

“Este proyecto permite que se realice la venta y reserva de entradas en línea para la sala de eventos de las diferentes instituciones o centros en general para poder ejecutar lo dicho debe considerar el comercio electrónico y las características para las transacciones teniendo en cuenta las formas de pago a través de la web y el sistema que se ajuste más para el problema que se desea resolver , establecen las principales características para realizar un sistema de reserva en línea, analizando el proceso anterior que era por la boletería y telefónica los procedimientos del cliente para implementarlo en el nuevo sistema lo cual se desea entregar un sistema que permita omitir los procesos manuales y sean ahora digitales como la compra y venta de entradas en línea, a los eventos organizados por las instituciones y centros.

Este trabajo propone diseñar una página web lo que ayudara a que ya no exista el trabajo manual está referenciado a la solución que se pretende dar en esta tesis eliminar los procesos manuales con herramientas rápidas y sencillas.

Los conceptos que se encuentran relacionados en estos trabajos han aportado al crecimiento de esta investigación, EcooDrim tiene similares situaciones procedimentales que se pueden resolver tal cual se han resuelto en los trabajos referenciados”.

2.2 Fundamentación Legal

“La Constitución de la República del Ecuador en sus artículos 204, 211 y 212, caracteriza a la Contraloría General del Estado como un organismo técnico de control dotado de personalidad jurídica y autonomía, financiera, presupuestaria y organizativa, dirigido y representado por el Contralor General del Estado. Tiene atribuciones para controlar la utilización de los recursos estatales, y la consecución de los objetivos de las instituciones del Estado y de las personas jurídicas de derecho privado que dispongan de recursos públicos”. (Pólit Faggioni , 2008)

2.2.1 Título I

DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Art. 1.

“El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) ejercerá las atribuciones y competencias establecidas por la Ley de Propiedad Intelectual”. (Mahuad Wit , 1998)

La propiedad Intelectual debe ser establecida para que no existan posibles problemas ya que es la creación de una nueva idea o proyecto por lo cual EcooDrim se acoge a esta ley porque debe tener un derecho de autor.

2.2.2 Título I

AMBITO Y PRINCIPIOS DE LA GESTION AMBIENTAL

Art. 2

- “La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales”. (NACIONAL, 2004) EcooDrim se sujeta específicamente a esta ley por que cumple con los parámetros estipulados en la ley de principios de gestión ambiental.

2.3 Variables de Investigación

Variable Independiente: Reservas online

Variable Dependiente: Seguimiento de ventas

2.4 Definiciones conceptuales

Página Web

“Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos” (Pérez Porto & Merino , Definición de página web , 2009).

Página Web comercial

“Una página web comercial es fidelizar y convencer a tus clientes potenciales. Y para conseguirlo, es necesario ofrecerles una buena experiencia de usuario; un diseño atractivo y efectivo es necesario, pero no suficiente: también debemos ofrecerles contenido relevante a través de una estructura clara” (Overalia, 2019)

Diseño Web

“Actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios y páginas Web. No es simplemente una aplicación del diseño convencional sobre Internet. ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y video. Se lo considera dentro del diseño multimedia” (ecured, 2005)

Características del producto

“Las características pueden ser tangibles e intangibles, como su nombre lo indica: tangible que puede ser palpable a los sentidos como lo son el peso, forma, color, textura, etc., e intangibles que no se pueden palpar por ejemplo, imagen de la marca, garantía, servicios, beneficios.” (Reales, 2003)

Las características del producto que se va a manufacturar en la empresa EcooDrim son el tamaño y diversos colores dependiendo de los gustos del cliente.

Gestión de las ventas

“La gestión de ventas está interesada en el aspecto de la dirección del personal de ventas y de las operaciones de marketing de una compañía. Una buena gestión de ventas nos llevará a conseguir los objetivos que nos hemos propuesto. Por ello, la Administración de Ventas, cobra una importancia mayor si además la empresa está en proceso de crecimiento”. (Cortiñas, 2004)

El tipo de gestión que se llevara a cabo es la gestión de todo el personal para que puedan administrar y adaptarse a los nuevos procesos que se van a realizar.

Manufactura

“Es la fase de la producción económica de los bienes. Consiste en la transformación de materias primas en productos manufacturados, productos elaborados o productos terminados para su distribución y consumo. También involucra procesos de elaboración de productos semi-manufacturados o productos semielaborados” (Ecured, 2018)

Productos manufacturados llevados a cabo por diferente proceso dependiendo de la elaboración y calidad que se desee obtener.

Stock de los productos

“Se puede definir stock como las existencias de un determinado producto almacenados en una determinada organización. La gestión de stocks comprende la gestión de todos los elementos relacionados con el almacenamiento de productos (inventarios, valoración, etc.)” (Coello, 2018)

Productos que ya están elaborados y a disposición de poder venderse.

Reservaciones

“Es la acción de destinar una cosa o un lugar para un uso exclusivo o para una persona determinada” (Pérez Porto & Gardey, Definición de reserva, 2011).

En esta investigación se utiliza la reservación porque en la empresa EcooDrim se realizan productos manufacturados y la reservación va tomar en cuenta los pedidos conjuntamente con la reservación para proceder a realizar el producto.

Seguimiento de Ventas

“El vendedor ha de intentar transmitir una imagen fiel del producto que intenta vender, de esta forma el consumidor tendrá unas expectativas realistas y, por tanto, se sentirá satisfecho en caso de realizar la compra porque comprobará que sus expectativas se cumplen” (La venta y la negociacion , 2012).

HTML

“Es un lenguaje de marcado que se utiliza para el desarrollo de páginas de Internet. Se trata de la sigla que corresponde a HyperText Markup Language, es decir, Lenguaje de Marcas de Hipertexto, que podría ser traducido como Lenguaje de Formato de Documentos para Hipertexto” (Pérez Porto & Gardey, Definición de html, 2008).

SQL

“Corresponde a la expresión inglesa Structured Query Language (entendida en español como Lenguaje de Consulta Estructurado), la cual identifica a un tipo de lenguaje vinculado con la gestión de bases de datos de carácter relacional que permite la especificación de distintas clases de operaciones entre éstas. Gracias a la utilización del álgebra y de cálculos relacionales, el SQL brinda la posibilidad de realizar consultas con el objetivo de recuperar información de las bases de datos de manera sencilla” (Pérez Porto & Gardey, Definición de SQL, 2010).

CRM

“Es un software / programa / herramienta / aplicación en el que cualquier conversación que un compañero de tu empresa tenga con un cliente (o potencial cliente) se guarda en una zona común y accesible para todo el mundo en tu empresa. Estas conversaciones son los emails, llamadas, reuniones, notas y tareas que surgen del día a día en la relación con los clientes” (Tomás, 2009).

CAPÍTULO III: LA METODLOGÍA

3.1 Presentación del Negocio

Nombre del Negocio

EcooDrim

Misión

EcooDrim está dirigido a reciclar de una manera diferente para reducir la contaminación del plástico Pet está constituida por personas con un claro compromiso ecológico generando conciencia social reutilizando y creando productos de calidad.

Visión

Consolidarnos como una empresa líder en reciclar y utilizar el plástico Pet brindando productos de calidad.

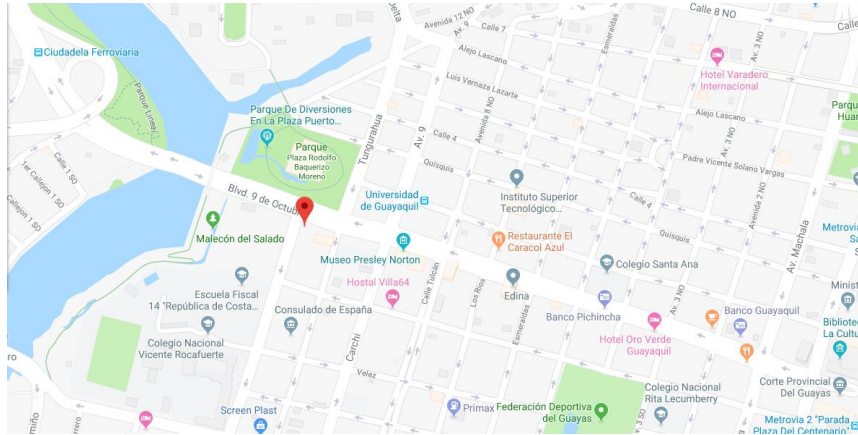
Logotipo del Negocio



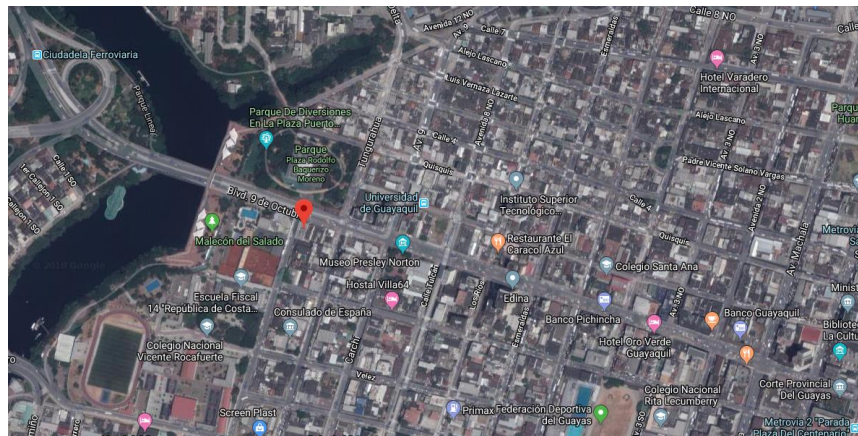
Fuente: EcooDrim

Ubicación del Negocio

Le Empresa EcoDrim se encuentra ubicado en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas; Av. Nueve de Octubre y Lizardo García

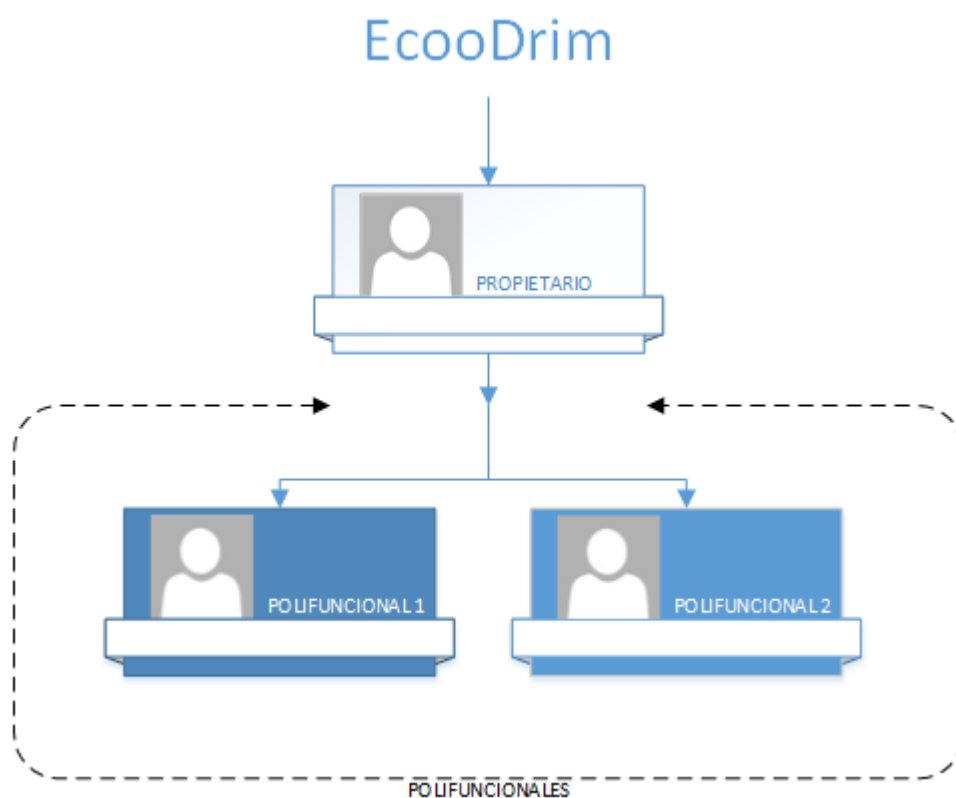


Fuente: Google Maps



Fuente: Google Maps

Organigrama de EcooDrim



Fuente: EcooDrim

3.2 Diseño de la Investigación

3.2.1 Cuantitativa

“Hay numerosos tipos de investigaciones cuantitativas que resultan de la aplicación de uno o más criterios de clasificación” (Briones, 1996, pág. 37). Según como lo define Briones existen varios tipos para aplicar el diseño cuantitativo, por aquello en esta investigación bajo el criterio de la autora se aplicara en para medir con cantidades los resultados y luego poder describirlos o a su vez realizar una breve explicación para ir detallando de forma ordenada el problema y a su vez ir encontrando la solución respectiva. De tal forma que la técnica de la encuesta pueda der presentada con estadísticas es decir en forma numéricas las opiniones o pensamiento de los clientes.

3.2.2 Cualitativa

El diseño de investigación cualitativa, se diferencia porque aborda de manera diferente el tema pero a su vez por el mismo se puede realizar las evaluaciones si se cumplen los objetivos de la propuesta; dejando un campo más abierto así como lo indica Salgado en el 2007.

“investigación cualitativa se refiere al abordaje general que se utiliza en el proceso de investigación, es más flexible y abierto, y el curso de las acciones se rige por el campo (los participantes y la evolución de los acontecimientos)” (Salgado Lévano, 2007).

Por lo tanto indagar en la situación del problema más a fondo, saber qué es lo que necesitan los clientes para las ventas por internet o poder reservar un producto; debido que el método cualitativo no tiene limitaciones para llegar hasta el objetivo.

3.3 Metodologías de Investigación

3.3.1 Descriptiva

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

Se escogieron objetos de paginas similares a la que se quiere construir de modo que sean utiles para describir los productos y el mecanismo de reserva.

3.3.2 Explicativa

Los estudios que se van a realizar a la empresa EcooDrim de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación ya que se debe manifestar las relaciones tomadas para poder determinar los resultados y dar una posible solución (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2004).

3.3.3 Correlacional

“Es el estudio de saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada por lo que se evalúan el grado de relación entre dos variables ahí se va a ver si están o no relacionadas” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2004).

Por lo tanto para el presente proyecto se han establecido dos variables en el capítulo II, y por medio del tipo correlacional es que se mide el comportamiento de cada una de ellas, para saber que es lo más factible para EcooDrim y eso es lo que sea presentado para el propietario de dicho negocio.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

“La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar” (Ventura León, 2017).

La población es de todo individuo el cual puede intervenir o al cual se le puede extraer información para el presente trabajo investigativo, como se trata de un emprendimiento que está comenzando lo cual la población se aplicara con un promedio aproximado de las diversas ferias que se han asistido obteniendo datos concretos apuntando a un mercado específico que son las mujeres, con productos manufacturados para damas.

Tabla 1: Población de EcooDrim

Grupo	Cantidad	Técnica
Feria 1	25	ENCUESTA
Feria 2	11	ENCUESTA
Propietario	1	ENTREVISTA
Trabajadores	2	ENTREVISTA
TOTAL	39	

Elaborado por: Saily Arana

Fuente: Trabajadora de EcooDrim

3.4.2 Muestra

“La representatividad de una muestra, permite extrapolar y por ende generalizar los resultados observados en ésta, a la población accesible” (Otzen & Manterola, 2017).

La muestra no es nada más que un extracto o pequeña porción del total de la población; el cual se obtiene aplicando una respectiva formula llamada “muestreo de población finita” es decir una cantidad que se encuentra definida y es de conocimiento de la presente autora para poder calcular. Debido a que se trata de una cantidad no mayor a 100 individuos, entonces la muestra es igual a la población como lo describe la tabla 2.

Tabla 2: Muestra de EcoDrim

Grupo	Cantidad	Técnica
Feria 1	25	ENCUESTA
Feria 2	11	ENCUESTA
Propietario	1	Entrevista
Trabajadores	2	Entrevista
TOTAL	39	

Elaborado por: Saily Arana

La encuesta es particularmente a mujeres, debido que es un negocio que vende productos manufacturados exclusivos para damas, por el momento.

3.5 Técnicas de Investigación

3.5.1. Encuesta

Son las técnicas que ayudan a la recopilación de información dentro de un proyecto de investigación es decir; luego de encontrar el problema y tener bien detallada las causas del mismo se le debe verificar las posibles propuestas soluciones para de esa forma proponer la más acertada que vaya acorde con las necesidades que ha dicho el mercado objetivo, estos son a quienes fueron aplicadas las técnicas y de donde se extrajo la información para el proyecto.

“El cuestionario se diseñó de tal manera que aportara información comparable” (Albala, y otros, 2005).

Según varios autores para la investigación la mejor forma de recopilar información a muestras grandes es mediante encuesta en base a un cuestionario elaborado donde las respuestas pueden ser comprables de tal manera que quedará evidenciado si es factible la aplicación de la propuesta solución que se desea implementar para el negocio. Las preguntas de la encuesta constan en el anexo 8.

3.5.2. Entrevista

“Se aplica en forma rígida a todos los sujetos del estudio. Tiene la ventaja de la sistematización, la cual facilita la clasificación y análisis, asimismo, presenta una alta objetividad y confiabilidad” (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruíz, 2013, pág. 163).

La misma que debe ser aplicada a quien este estipulado en la muestra para obtener la información requerida y poder realizar el análisis de la situación en la cual se encuentra la empresa. Esta técnica se lo hace en forma de conversa pero a diferencia es que tiene claro un objetivo y con preguntadas determinadas o estructuradas. Las preguntas de la entrevista se definen en el Anexo 9.

CAPITULO IV: LA PROPUESTA

4.1. Análisis e Interpretación de los Resultados

Se realizaron encuestas a los clientes que acudieron a las dos ferias que se realizaron por parte del negocio EcooDrim para promocionar su productos, de manera física con 10 preguntas estructuradas y cerradas para que no existan desviación del tema para conocer la visión del clientes con el fin de desarrollar la propuesta adecuada.

En el presente capítulo se realizará el análisis de cada una de las preguntas que son parte de la encuesta aplicada a los clientes en las ferias para tomar la decisión más adecuada para el diseño del sitio web para el seguimiento de las ventas de EcooDrim y publicitar sus productos; se estipulara un objetivo e interpretación en cada pregunta con la respectiva tabulación de las cantidades. Para posterior dejar en claro los objetivos y la descripción de la propuesta.

4.2. Análisis de la Situación Actual

Por la presente investigación realizada se ha podido lograr como resultado todo lo necesario para el realizar el diseño del sitio web para el seguimiento de las ventas de EcooDrim el cual no mantiene este servicio y que sería de gran utilidad para incrementar su clientela dándose a conocer mediante el internet, con la información que se obtuvo de las encuestas realizadas a los clientes de la muestra; y revisar varios tipos de metodologías de investigación y desarrollo para de esa manera escoger la adecuada con el presente proyecto de investigación y realizar la respectiva propuesta.

4.3. Análisis de la información de la encuesta

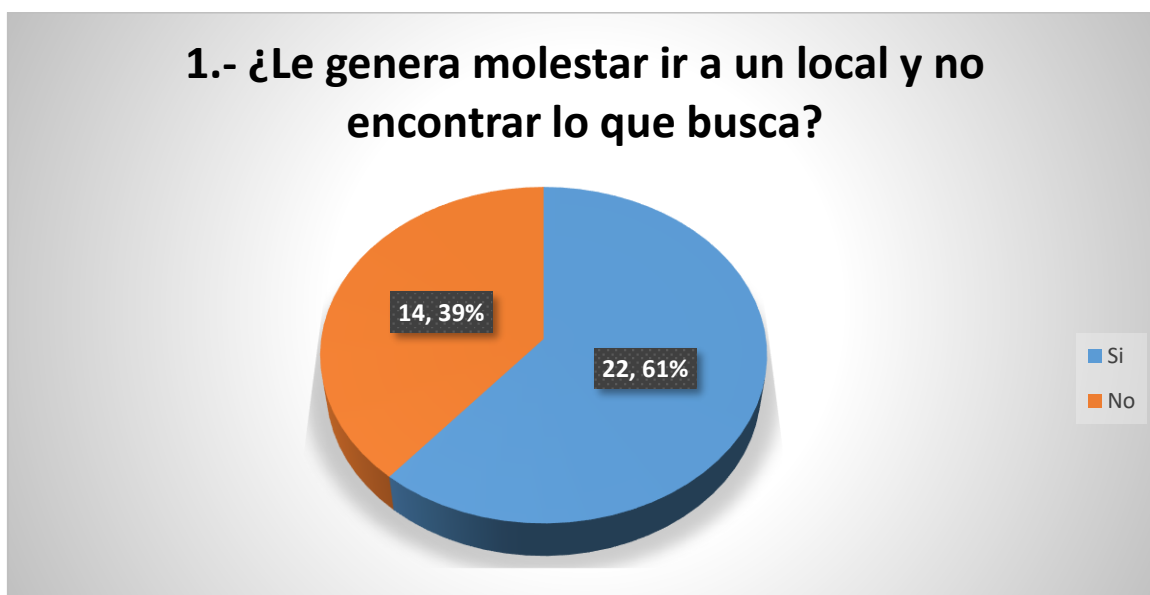
4.3.1. Análisis estadístico

1.- ¿Le genera malestar ir a un local de productos y no encontrar lo que busca?

Tabla 3: Pregunta #1

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
Si	22	61%
No	14	39%
TOTAL	36	100%

Grafico 1: Pregunta #1



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Determinar el malestar de las personas cuando acuden a un local y no encontrar lo que desean.

Interpretación: En la gráfica se refleja que el 61% si le genera malestar y al 39% que no.

Análisis: Debido a esto si es necesario un sitio que muestre los productos que se ofrecen y estén disponibles en el local EcooDrim.

2.- ¿Le gustaría conocer los productos que ofrece un local antes de ir?

Tabla 4: Pregunta #2

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
Si	33	92%
No	3	8%
TOTAL	36	100%

Grafico 2: Pregunta #2



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Determinar el malestar a las personas que desean visualizar un catálogo online del negocio antes de ir.

Interpretación: En la gráfica se refleja que el 92% si le gustaría visualizar los productos online del negocio y al 8% que no.

Análisis: Por lo tanto se cuenta con un margen alto para la aceptación de la página publicitaria de lo que oferta el negocio EcooDrim.

3.- ¿Cuánto tiempo le toma dirigirse a un local de productos manufacturados: 1 hora, 2 horas o más?

Tabla 5: Pregunta #3

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
1 hora	2	6%
2 horas	25	69%
o más	9	25%
TOTAL	36	100%

Grafico 3: Pregunta #3



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Determinar el tiempo en el que encuentran un local de productos manufacturados.

Interpretación: En la gráfica se refleja que con un 25% afirman que dirigirse a un local le toma 3 horas regularmente debido a que no encuentran alguna con facilidad o incluso no conocen de lo que vende; con el 69% dicen que solo dos horas y a un margen bajo de tan solo el 6% se le lleva una hora del día poder realizar dicha actividad.

Análisis: Por ende debido a que a la mayoría de la población le toma mayor tiempo si es recomendable tener un sitio web para alcanzar mayor incremento en las ventas.

4.- ¿Debe dejar de hacer otra actividad por ir a comprar productos de manufactura?

Tabla 6: Pregunta #4

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
Si	29	81%
No	7	19%
TOTAL	36	100%

Grafico 4: Pregunta #4



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Saber si las personas debe de dejar de realizar alguna actividad para ir a adquirir productos manufacturados.

Interpretación: En la gráfica con un 81% aseguran que si deben de dejar de realizar sus actividades para ir a un producto o algún local comercial y tan solo un 18% opino que no tal vez porque no generan o realizan alguna actividad obligatoria en el día.

Análisis: Por lo tanto para la mayoría de las personas encuestadas le vendría bien poder adquirir este tipo de productos manufacturados online.

5.- ¿Con qué frecuencia usted compra productos manufacturados: 15 días, 1 mes o más?

Tabla 7: Pregunta #5

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
15 días	4	11%
1 mes	10	28%
o más	22	61%
TOTAL	36	100%

Grafico 5. Pregunta #5



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Conocer cada que tiempo las personas compran productos manufacturados.

Interpretación: En la gráfica con un 11% están las personas que compran productos manufacturados cada 15 días, con el 28% los que lo hacen una vez al mes y el mayor porcentaje se sitúa con el 61% los que no lo hacen con mayor frecuencia.

Análisis: Esto indica que si las personas no adquieren estos productos con mayor frecuencia es debido a que no conocen de algún negocio o tal vez de los productos que estén en nuevo lanzamiento.

6.- ¿Tiene tiempo en su jornada para ir a un local de productos manufacturados?

Tabla 8: Pregunta #6

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
Si	16	44%
No	20	56%
TOTAL	36	100%

Grafico 6: Pregunta #6



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Determinar si las personas tienen tiempo de acudir a un local de productos manufacturados.

Interpretación: En la gráfica con un 56% no tiene tiempo dentro de su jornada cotidiana para ir a realizar compras a un local, pero el 44% afirma que tiene el tiempo respectivo para realizar dicha actividad mencionada.

Análisis: Población dividida pero que para las personas que no poseen el tiempo, implementar el sitio web para que pueden adquirir productos le incrementaría los ingresos a EcooDrim.

7.- ¿Le generaría comodidad poder visualizar una tienda de productos manufacturados online?

Tabla 9: Pregunta #7

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
Si	31	86%
No	5	14%
TOTAL	36	100%

Grafico 7: Pregunta #7



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Determinar la comodidad que les genera a las personas poder visualizar un catálogo online.

Interpretación: En la gráfica con el 86% que si les genera comodidad que los locales tengan una tienda online donde poder visualizar los productos que ofertan y al otro 14% asegura que no siendo indiferente el tema para aquellos.

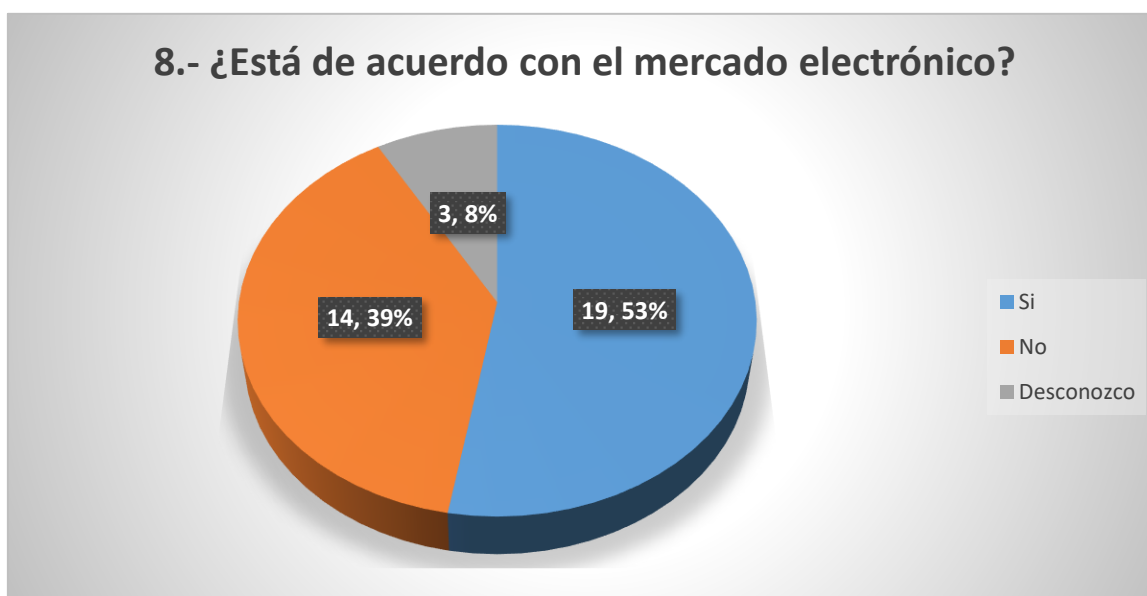
Análisis: Los clientes se sentirán a gusto con un catálogo online de los productos manufacturados del negocio EcooDrim.

8.- ¿Está de acuerdo con el mercado electrónico?

Tabla 10: Pregunta #8

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
Si	19	53%
No	14	39%
Desconozco	3	8%
TOTAL	36	100%

Grafico 8: Pregunta #8



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Saber si las personas se encuentra de acuerdo con el mercado electrónico.

Interpretación: En la gráfica con el 53% de las personas encuestadas son las que están de acuerdo con el mercado o comercio electrónico el que se da vía internet; un 39% asegura que no comparten esa idea y un 8% desconoce sobre el tema.

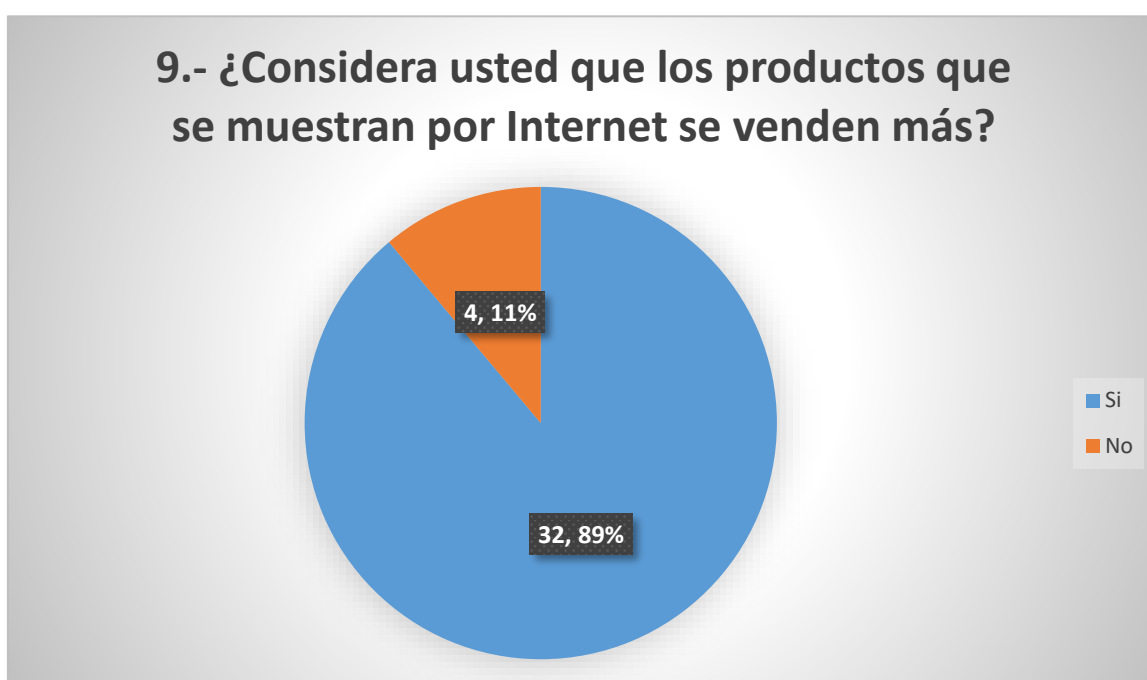
Análisis: Por lo tanto sobre este tema se encuentra una población muy dividida por ende se sugiere realizar capacitaciones del tema y tener una mejor afinidad sobre este tipo de negocio.

9.- ¿Considera usted que los productos que se muestran por Internet se venden más?

Tabla 11: Pregunta #9

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
Si	32	89%
No	4	11%
TOTAL	36	100%

Grafico 9. Pregunta #9



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Determinar si los productos publicitados por internet se venden en mayor cantidad.

Interpretación: En la gráfica con el 89% considera que si, que los productos o tiendas que ofertan su productos o servicios por internet si venden más; pero un solo 11% son los que opinan de manera diferente.

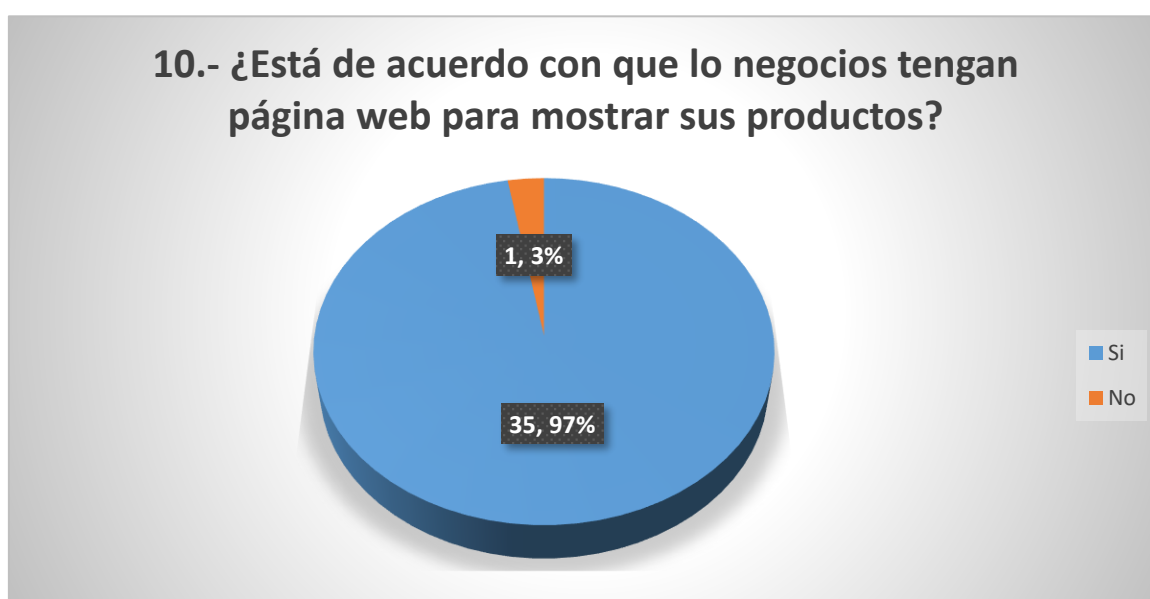
Análisis: Por qué en la actualidad el internet es un medio de comunicación masivo en el cual se puede captar mayor cantidad de personas y convertirlos en clientes del negocio.

10.- ¿Está de acuerdo con que lo negocios tengan página web para mostrar sus productos?

Tabla 12: Pregunta #10

OPCIONES	RESULTADOS EN NUMEROS #	RESULTADOS EN PORCENTAJE %
Si	35	97%
No	1	3%
TOTAL	36	100%

Grafico 10: Pregunta #10



Elaborado por: Saily Arana

Objetivo: Conocer si las personas se encuentran de acuerdo con la implementación de la página web.

Interpretación: En la gráfica con el 97% si prefieren que los negocios tengan un sitio web donde brinden toda la información que necesitan para acudir al sitio indicado a realizar sus compras, y el 3% afirma que no.

Análisis: Por lo tanto para el negocio EcooDrim contar con un sitio web será de total aceptabilidad por parte de la clientela.

4.4. Plan de Mejoras

4.4.1. Tema

Diseño de una página web comercial para reservas online y seguimiento de ventas de los productos de la empresa EcooDrim de la ciudad de Guayaquil en el 2019

Fundamentación

Con respecto a la investigación que se ha llevado a cabo del negocio EcooDrim con la población más cerca al mismo o que intervienen como clientes; lo cual se percibe la conclusión que para el propietario es recomendable tener distintos modelos de negocios para incrementar sus ventas. Por lo tanto con la implementación de un sitio web para el negocio que se encuentra en pleno posicionamiento del mercado, si es necesario darse a conocer por medios masivos como es el internet y a su vez permitiendo el servicio de poder realizar reservaciones o compra de algún artículo que se desee. Y para el propietario monitorear aquellas ventas y poder visualizar la rentabilidad del negocio.

Justificación

Con un sitio web para el negocio EcooDrim que se dedica a vender bisutería a base del reciclaje, no solo se prevé el aumento en las ventas sino también generar un mayor alcance de clientes que conozcan los productos que se ofertan; promocionar productos nuevos o destacados para conocimiento inmediato de los clientes, siendo el internet un medio masivo y el modelo de negocio más acogido en la actualidad. Buscando un diseño de forma sencilla para el manejo de los usuarios con pocos conocimientos tecnológicos y por otra parte la ayuda a los propietarios y empleados del negocio los cuales podrán monitorear las ventas desde un sistema administrador del dicho sitio web; para poder saber de las reservaciones o comprar y así poder tener por separado aquel artículo.

4.4.2 Objetivos de la Propuesta

General

Diseñar una página web que permita realizar reservaciones o ventas vía internet de los artículos del negocio EcooDrim con el respectivo administrador del contenido para el monitoreo adecuado de las ventas en el año 2019

Específicos

- Establecer la información que desea mostrar en el sitio web
- Diseñar un MER que soporte la información del sitio web
- Establecer el lenguaje de desarrollo
- Definir el motor de base de datos
- Definir los tipos de usuarios
- Diseñar el sistema administrador del contenido
- Realizar el diseño del sitio web

4.4.3 Estudio de Factibilidad

Administrativo

Sobre el estudio que se genera o realiza a la parte administrativa del negocio EcooDrim, en donde lo que se necesita es encontrar la manera de que la propuesta sea viable para aquello al propietario se le debe mostrar el estudio que se ha realizado mediante la técnica utilizada como es la encuesta para que el mismo acceda viendo los beneficios que le va a generar realizar dicha implementación en su negocio dejando en claro que el costo de aquello será una inversión mas no un gasto.

Legal

Este es un factor delicado el cual no se lo puede dejar de lado, debido que se debe manejar el derecho de autor para demostrar la originalidad del tema, por otra parte debido a que es un sitio para ventas se debe regirse a las normas del comercio electrónico es decir toda transacción que realice va en base a aquello y por último el tema de licencias debido a que un software o tecnología debe definirse, en este caso será desarrollado netamente en software libre.

Presupuestaria

La propuesta que le brindará la solución al problema que se le está presentando al negocio EcooDrim debe ir dentro del presupuesto o inversión que esté dispuesto a realizar el propietario del mismo por ende se busca realizar el sistema con la menor cantidad de recursos; es decir adquirir lo netamente necesario; por otra parte abaratar el costo con el tema de licencias usando software libre al momento del desarrollo.

Técnica

Sobre los recursos técnicos que manejan en el negocio según el criterio del presente autor en la visita al negocio se vio evidenciado la falta de herramientas tecnológicas, pero en la entrevista realizada al propietario está consciente de que él cómo sus empleados están al nivel de poder manejar un sistema administrador de sitio web para el mantenimiento respectivo de la información que será mostrada a los cliente.

4.4.4 Descripción de la Propuesta

El presente proyecto de investigación se establece en realizar una propuesta de diseño adecuada o acorde a las necesidades que se presentan en el negocio con la finalidad de resolver la problemática del mismo por ende la propuesta del sitio web es que presente los servicios de mostrar la información del negocio, es así que el modelo entidad relación se presenta en el anexo 3, su diccionario de datos en el anexo 4; y los procesos de forman detalladas en los diagramas en el diseño de página web en el anexo 5, y a su vez el diseño de las pantallas disponibles en el anexo 6 donde se podrá visualizar portada, catálogo de productos y seguimiento de ventas además una forma de contactarse y también para beneficio del cliente que pueda reservar o comprar en línea algún artículo del que requiera; dejando todo archivado y direccionando cada una de las reservaciones o ventas en el administrador para que el propietario pueda visualizar aquello.

Por otro lado el gestor del contenido del sitio es para poder crear nuevas secciones de artículos o cambiar los productos a si también como para editar información del negocio ya sean días u horarios de atención; también noticias de

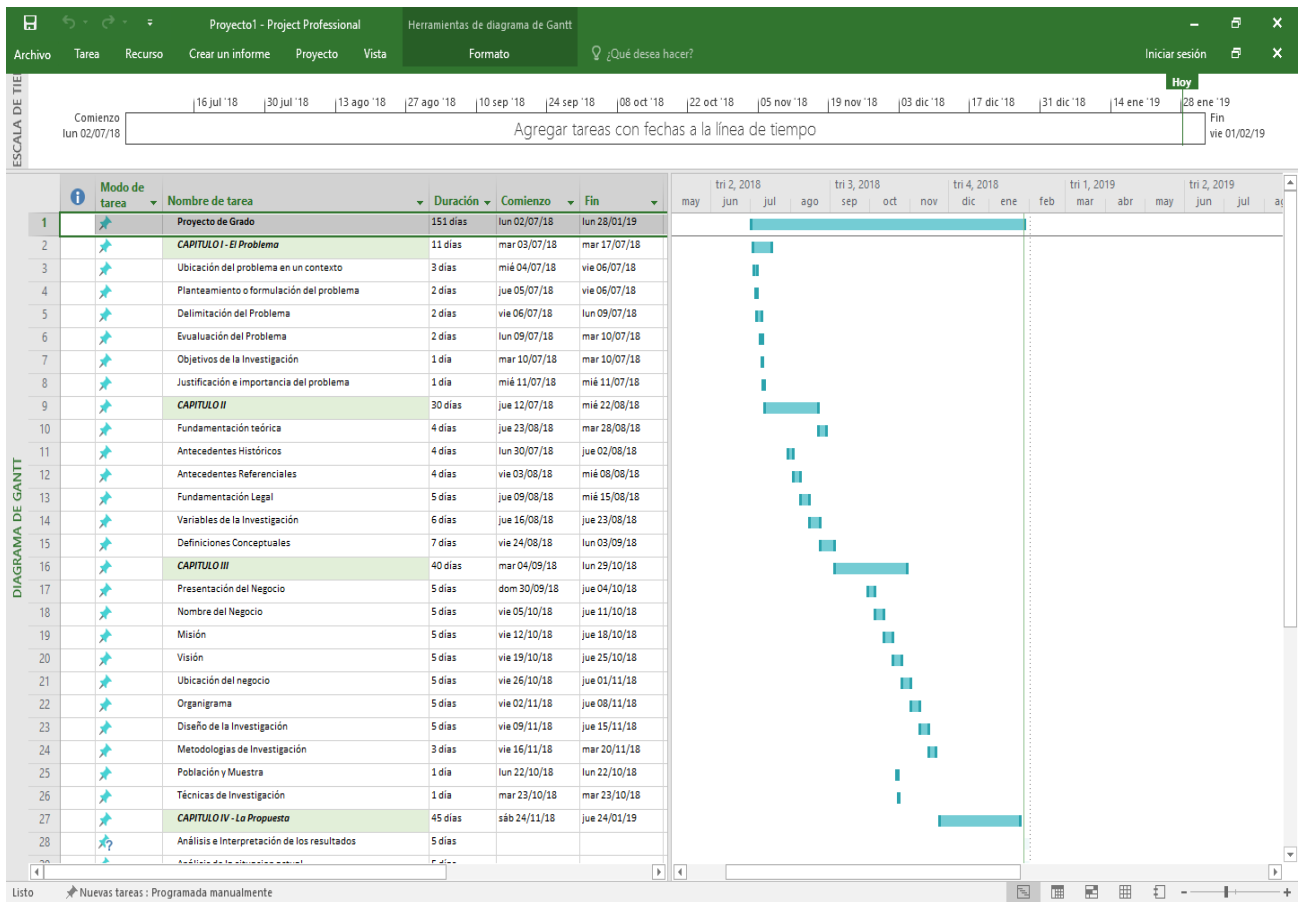
eventos que se vayan a generar el mismo, promover el reciclaje debido a que el negocio sus artículos son en base al reciclaje.

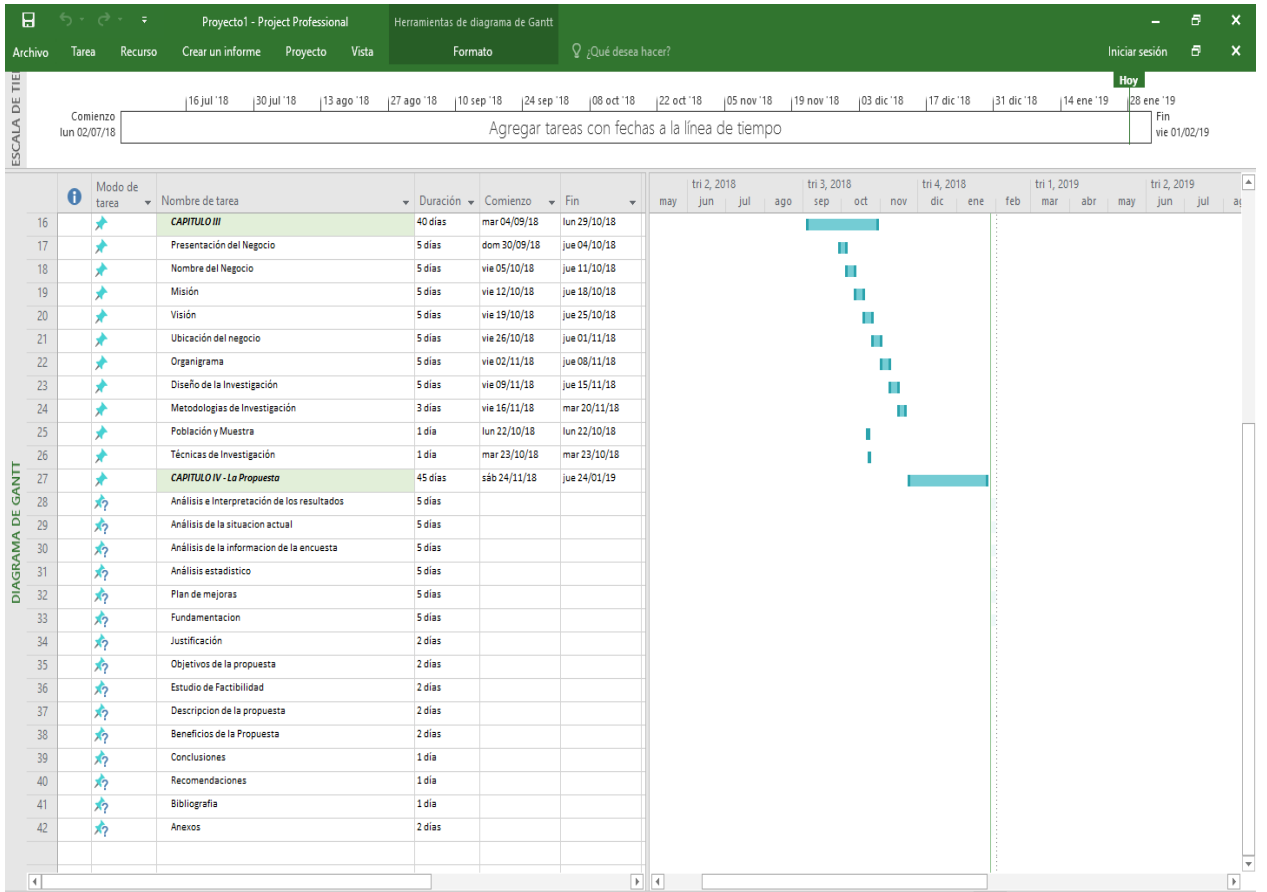
4.4.5 Beneficios de la Propuesta

Con la implementación del sitio web para el negocio EcooDrim, obtendrá una serie de beneficios los mismos que son de intereses para ambas partes tanto como propietario, empleados y clientes.

- Aumento de ventas
- Mayor alcance de clientes
- Mejor control de los productos
- Trabajo eficiente por parte de los empleados
- Ahorro de tiempo para los clientes
- Ahorro de papel con la publicidad digital

4.4.6 Cronograma de Trabajo





CONCLUSIONES

Se identifica teóricamente la reserva online y el seguimiento de las ventas de productos manufacturados, mediante la búsqueda de conceptos de estos términos y socialización con los empleados y propietario para que todos hablemos en un solo sentido estos términos.

Se diagnostica la reserva online y el seguimiento de las ventas de los productos de EcooDrim, mediante la entrevista al propietario y empleados, además se observó el trabajo cotidiano.

Se propone el diseño de página web comercial para reserva online y seguimiento de ventas para la empresa EcooDrim considerando las mejoras con lo planteado en la justificación del proyecto.

RECOMENDACIONES

Cada semana o cuando inicia una promoción se debe actualizar información sobre los productos manufacturados que dispone la empresa EcooDrim, así mismo insertar un casillero donde las personas que compren vayan dejando sugerencias o información para seguir mejorando la página web.

BIBLIOGRAFÍA

1. Azálgara Bedoya, M. (s.f.). *Amazon.Com - Un modelo de referencia del comercio electrónico en la Red*. Monografias.com S.A.
2. Pérez Porto , J., & Merino , M. (2009). *Definición de página web* . Copyright © 2008-2018 - Definicion.de .
3. Pérez Porto , J., & Gardey, A. (2010). *Definición de SQL*. Copyright © 2008-2018 - Definicion.de .
4. Pérez Porto , J., & Gardey, A. (2008). *Definición de html*. Copyright © 2008-2018 - Definicion.de.
5. Santander Sepúlveda, L. R. (2002). *Diseño e implementación de un sistema de reserva y venta de entradas en línea para eventos artísticos/culturales utilizando comercio electrónico* . Chile Valdivia : UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE.
6. (2012). *La venta y la negociacion* . Consejería de Empleo .
7. Albala, C., Lebrao, M. L., León Díaz, E. M., Ham-Chande, R., Hennis, A., Palloni, A., y otros. (2005). The Health, Well-Being, and Aging ("SABE") survey: methodology applied and profile of the study population. *Revista Panamericana de Salud Pública*, XVII(5-6), 307-322.
8. Asociación Española de la Economía Digital. (2012). *Libro blanco del comercio electrónico*. España: adigital.
9. Bassi, R., & Vera, C. (2000). *Internet y comercio electrónico*. E-commerce Comercio Electronico .
10. Briones, G. (1996). *Investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá, Colombia: ARFO Editores e Impresores Ltda.
11. Castillo, C. (2006). *MANUAL BÁSICO DE CREACIÓN DE PÁGINAS WEB*. Chile : Área de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Aplicadas.
12. Coello, C. (2018). *Gestión de Stock*. Asociación Española para la calidad .
13. Cortiñas, J. L. (2004). *Gestión de Ventas* . Apuntes de Ventas .
14. Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruíz, M. (Julio-Septiembre de 2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, II(7), 162-167.

15. ecured. (2005). *Diseño Web*. Cuba : Ecured conocimientos con todos y para todos .
16. Ecured. (2018). Manufactura . *ecured@idict.cu*.
17. Espinoza1, L. Á. (2009). Comunicación Efectiva para el Logro de una Visión Compartida . *Culcy t //Comunicación* , 1-9.
18. Gàzquez, J. (2014). Las claves para el éxito de los negocios en Internet. *elmundo.es*, 5.
19. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2004). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
20. Javier Celaye. (2011). *La empresa en la web 2.0* (Primera edición en libro electrónico ed.). Barcelona España: Centro Libros PAPP, S. L. U., 2011.
21. Lic. Jorge Luis P. (2003). Diseño informacional de los sitios web . *Scielo* , 19-21.
22. Lopez Morales , A. N. (2008). *Desarrollo de un portal para el comercio electrónico basado en herramientas de software libre y estándares*. Cartagena: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA.
23. Mahuad Wit , J. (1998). REGLAMENTO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL . *Ministerio de Comercio Exterior* (pág. 20). Quito: propiedadintelectualgob.ec.
24. Mateo López, B. (2015). *Estudio del comercio electrónico como estrategia de negocios dentro de las empresas que brindan servicios de Hospedaje en el cantón de salinas provincia de santa elena*. Guayaquil: UNIVERSIDAD CATÓLICA.
25. Molina, C. M. (2008). *La publicidad en Internet*. Revista de Estudios de Comunicación.
26. NACIONAL, C. (2004). LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION. *LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION* (pág. 14). QUITO: eSilec Profesional.
27. Osorio, V. M. (2016). *Las claves del éxito de Amazon* . Madrid : Unidad Editorial Información General, S.L.U.
28. Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, XXXV(1), 227-232.

29. Overalia. (2019). *Webs Comercial* . Barcelona : Overalia @ San Sebastián - Oficina central.
30. Pérez Porto , J., & Gardey, A. (2011). *Definición de reserva*. Copyright © 2008-2018 - Definicion.de .
31. Pólit Faggioni , C. (2008). *Fundamentación legal* . Ecuador : Investigación Técnica Normativa y de derecho Administrativo .
32. Portal de Historias, B. y. (2017). *Historia de Amazon*. Historia Biografia.com .
33. Reales, H. (2003). *Características del producto. El Product Mix*. Chicago: gestiopolis.
34. Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa* (Quinta ed., Vol. XV). Bilbao, España: Deusto.
35. Salgado Lévano, A. C. (2007). Quality investigation, designs, evaluation of the methodological strictness and challenges. *XIII*(13).
36. Subirats1, L. J. (2003). Diseño informacional de los sitios web. *SciELO - Scientific Electronic Library Online*, 8.
37. Tomás. (2009). *Qué es CRM*. sumacrm.
38. VariEduca. (2008). *La investigación descriptiva*. Obtenido de <https://varieduca.jimdo.com/art%C3%ADculos-de-inter%C3%A9s/la-investigacion-descriptiva/>
39. Ventura León, J. L. (Octubre-Diciembre de 2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, *XLIII*(4).

ANEXOS

Anexo 1: Determinación de Requerimientos

Requerimiento de Hardware

CANTIDAD	DESCRIPCION	CARACTERISTICAS	UBICACIÓN
1	Computadora de escritorio	Monitor de 19" Intel Core-i7 Windows 10 Memoria RAM de 8GB Disco duro 2TB	Negocio

Requerimiento de Software

CANTIDAD	PROGRAMA	USO
1	Navegador web	Para ingresar al sitio web
1	Dominio web	Opciones recomendables: .com Debido a que es página comercial
1	Hosting	Para el alojamiento del sitio web
1	Notepad++	Para el desarrollo del sitio
1	MySQL Server	Motor de base de datos

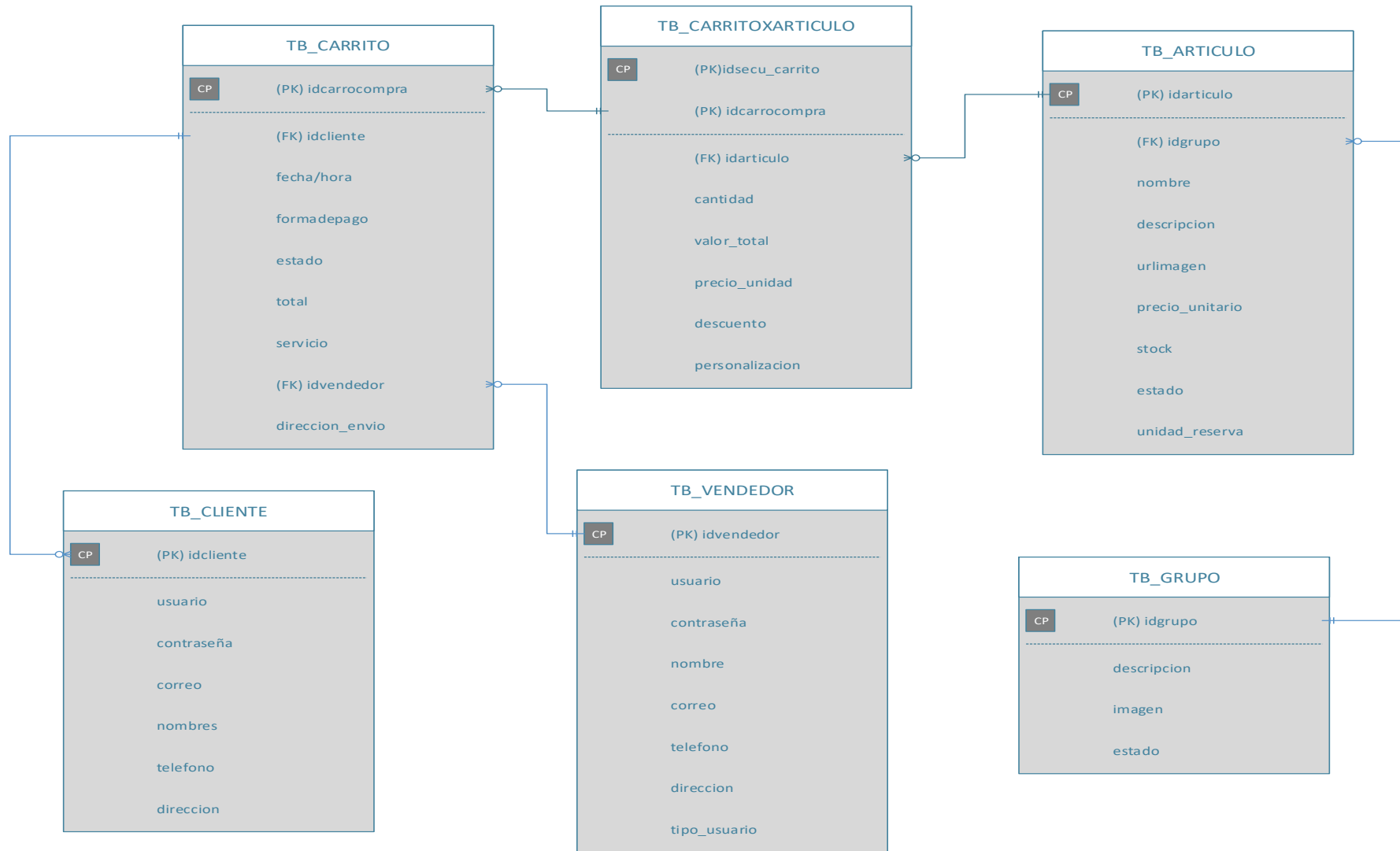
Requerimiento de Personal

ETAPA	PERSONAL
Análisis	1 Analista de Sistema
Diseño	1 Analista de Sistema

Anexo 2: Costo y Presupuesto

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora de escritorio	\$550,00	\$550,00
1	Dominio web	\$150,00	\$150,00
1	Hosting	\$120,00	\$120,00
2	Personal	\$300,00	\$600,00
TOTAL			\$1.420,00

Anexo 3: Modelo de Entidad- Relación



Anexo 4: Diccionario de datos

Tabla Grupo

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_GRUPO		Versión:		1.0
Autor:		Saily Arana		Fecha Creación:		5/01/2019
CAMPOS DE LA TABLA						
#	Clave	Nombre de Columna	Tipo	Tamaño	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idgrupo	INT	4	NOT NULL	Identificador del grupo del articulo
2		descripcion	VARCHAR	200		Descripción del grupo
3		imagen	VARCHAR	2000		imagen del grupo
4		estado	VARCHAR	10		estado del grupo activo / inactivo

Tabla Vendedor

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_VENDEDOR		Versión:		1.0
Autor:		Saily Arana		Fecha Creación:		5/01/2019
CAMPOS DE LA TABLA						
#	Clave	Nombre de Columna	Tipo	Tamaño	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idvendedor	INT	4	NOT NULL	Identificador del vendedor
2	IX	usuario	VARCHAR	100		Nick
3		contrasena	VARCHAR	100		Contraseña
4		nombre	VARCHAR	200		Nombre
5		direccion	VARCHAR	200		Dirección
6		correo	VARCHAR	200		Correo
7		telefono	VARCHAR	10		Teléfono convencional
8		tipo_usuario	VARCHAR	10		Tipo de usuario vendedor / administrador

Tabla Cliente

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_CLIENTE		Versión:		1.0
Autor:		Saily Arana		Fecha Creación:		5/01/2019
CAMPOS DE LA TABLA						
#	Clave	Nombre de Columna	Tipo	Tamaño	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idcliente	INT	4	NOT NULL	Identificador del cliente
2		contrasena	VARCHAR	100		Contraseña del cliente
3		correo	VARCHAR	200		Correo del cliente
4		usuario	VARCHAR	50		Nick del cliente
5		nombres	VARCHAR	100		Nombre complete del cliente
6		telefono	VARCHAR	20		telefono del cliente
7		direccion	VARCHAR	200		direccion del cliente

Tabla Carrito

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_CARRITO		Versión:		1.0
Autor:		Saily Arana		Fecha Creación:		5/01/2019
CAMPOS DE LA TABLA						
#	Clave	Nombre de Columna	Tipo	Tamaño	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idcarrocompra	INT	4	NOT NULL	Identificador de la compra
2	FK	idcliente	INT	4		identificador del cliente
3		Fecha/hora	DATE	10		Fecha y hora de la Compra
5		formadepago	VARCHAR	100		Forma de Pago de la Compra
6		estado	VARCHAR	10		estado de la compra
7		total	MONEY	8		Precio total de la compra
8		servicio	INT	4		tipo de servicio de la compra
9	FK	idvendedor	INT	4		identificador del vendedor
10		direccion_envio	VARCHAR	100		direccion del envio de la compra

Tabla Artículo

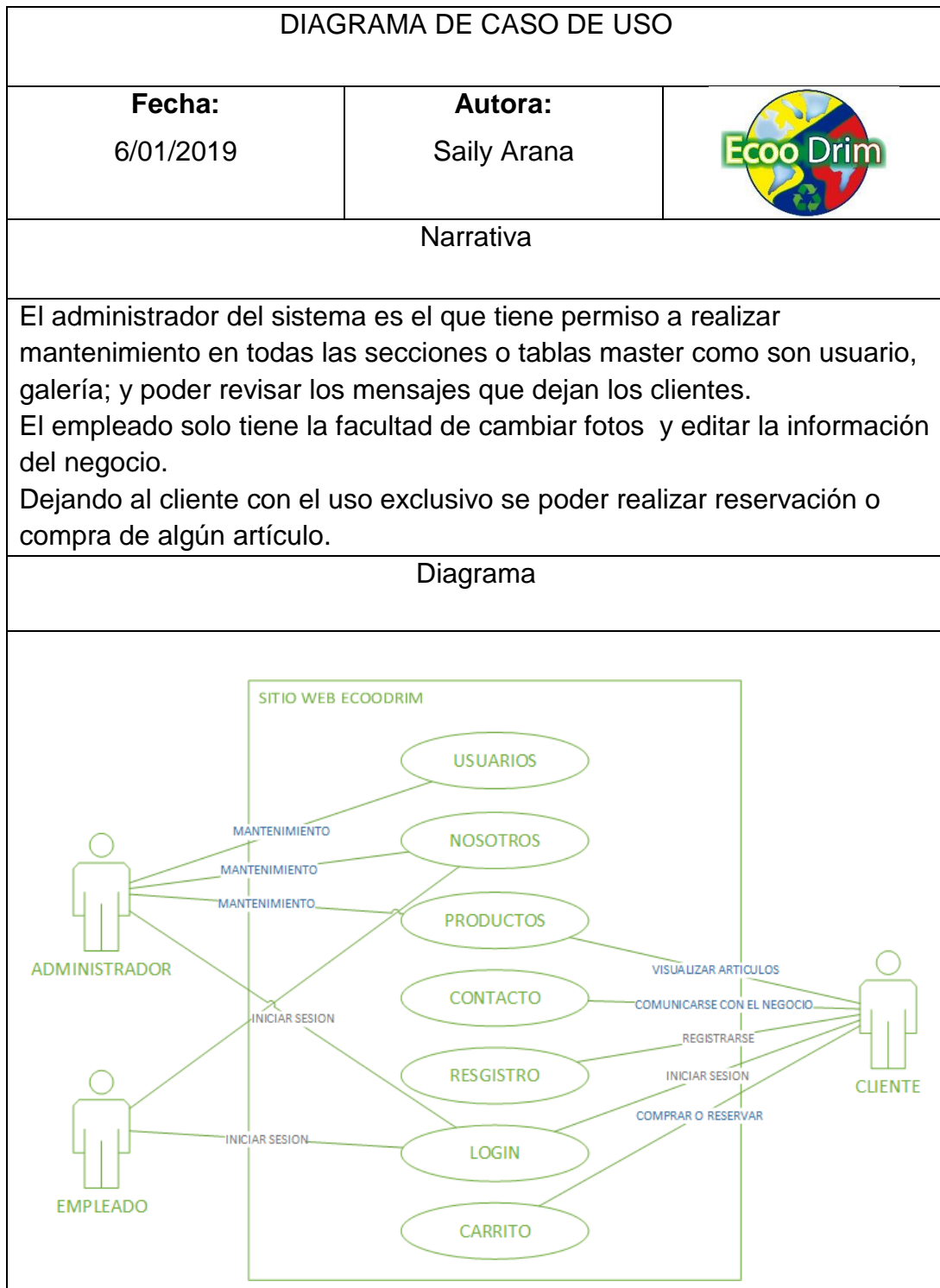
DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_ARTICULO		Versión:		1.0
Autor:		Saily Arana		Fecha Creación:		5/01/2019
CAMPOS DE LA TABLA						
#	Clave	Nombre de Columna	Tipo	Tamaño	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	idarticulo	INT	4	NOT NULL	Identificador del articulo
2	IX	nombre	VARCHAR	100		Nombre del articulo
3	FK	idgrupo	INT	4		identificador del grupo
4		precio_unitario	MONEY	8		Precio del articulo
5		descripcion	VARCHAR	2000		Descripción del articulo
6		urlimagen	VARCHAR	100		Imagen del articulo
7		stock	INT	4		stock del articulo
8		estado	VARCHAR	10		estado del articulo
9		unidad_reserva	INT	4		cantidad reservada del articulo

Tabla Carrito x Articulo

DATOS DE LA TABLA						
Nombre de la tabla:		TB_CARRITOXARTICULO		Versión:	1.0	
Autor:		Saily Arana		Fecha Creación:	5/01/2019	
CAMPOS DE LA TABLA						
#	Clave	Nombre de Columna	Tipo	Tamaño	Permiso Valores Nulos	Descripción
4	PK	idcarrocompra	INT	4		Identificador de la compra
1	PK	idsecu_carrito	INT	4	NOT NULL	Identificador del detalle de la compra
2	FK	idarticulo	INT	4		Identificador del articulo
3		cantidad	INT	4		Cantidad del articulo a comprar
5		valor_total	MONEY	8		Valor total de la compra
6		precio_unidad	MONEY	8		precio unidad del articulo
7		descuento	MONEY	8		descuento del articulo
8		Personalización	VARCHAR	100		asunto del descuento

Anexo 5: Diseño de la Propuesta

Diagrama de Caso de Uso



ALGORITMO DE COMO EL USUARIO DEBE ACTUAR EN LA PANTALLA

Fecha:

6/01/2019

Autora:

Sally Arana



Narrativa

- 1.- El cliente ingresa al sitio lo visualiza, y se registra en EcooDrim.
- 2.- El cliente escoge los productos que desea comprar de su preferencia y le pone el color y el tamaño en el campo observación, todo esto va al carrito de compra.
- 3.- El cliente llena el formulario de compra y confirmar el pedido.
- 4.- Una vez aceptado el pedido por el cliente, al administrador le llega un correo.
- 5.- El administrador recibe la notificación.
- 6.- El administrador lee la bandeja de pedidos de los clientes y gestiona el pedido por teléfono.
- 7.- El cliente recibe la respuesta de su compra y se pone de acuerdo con el administrador.
- 8.- El cliente se acerca al local a realizar la compra o pacta la entrega a domicilio.
- 9.- Se realiza la facturación física y entrega del pedido.

DIAGRAMA GENERAL DEL SITIO WEB

Fecha:
6/01/2019

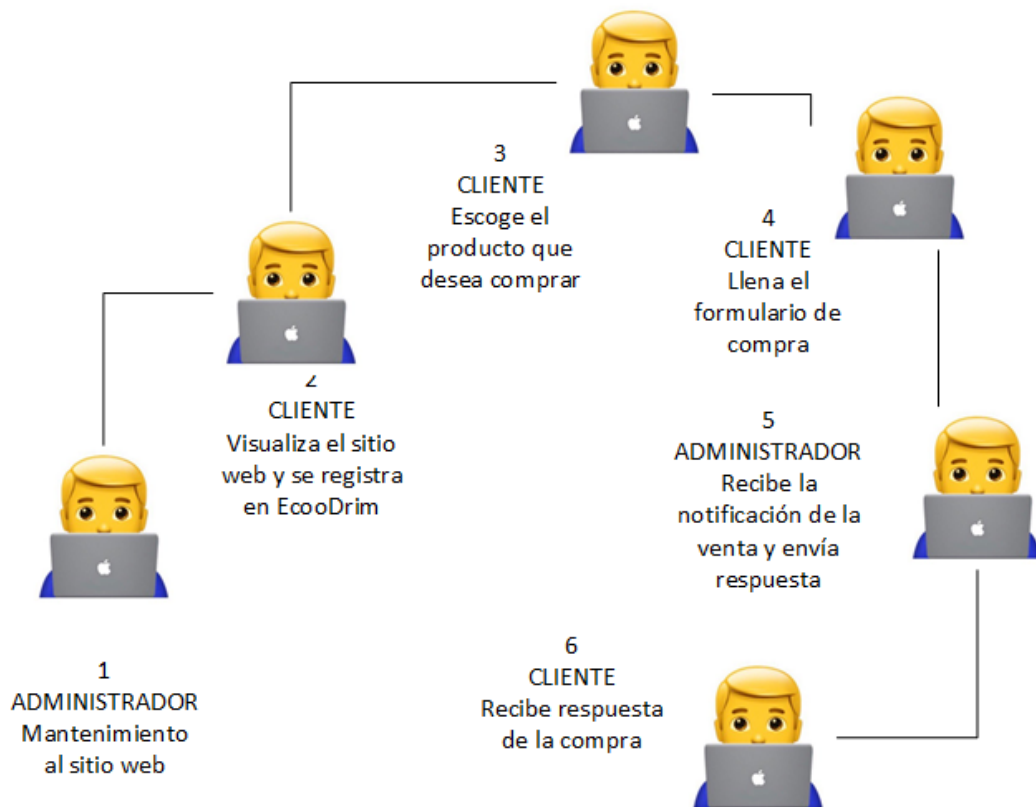
Autora:
Sally Arana



Narrativa

- 1.- El administrador realiza el mantenimiento del sitio web
- 2.- El cliente ingresa al sitio lo visualiza, y se registra en EcooDrim
- 3.- El cliente escoge el productos que desea comprar
- 4.- El cliente llena el formulario de compra
- 5.- El administrador recibe la notificación
- 6.- El cliente recibe la respuesta de su compra

Diagrama



Anexo 6: Diagrama General Hipo

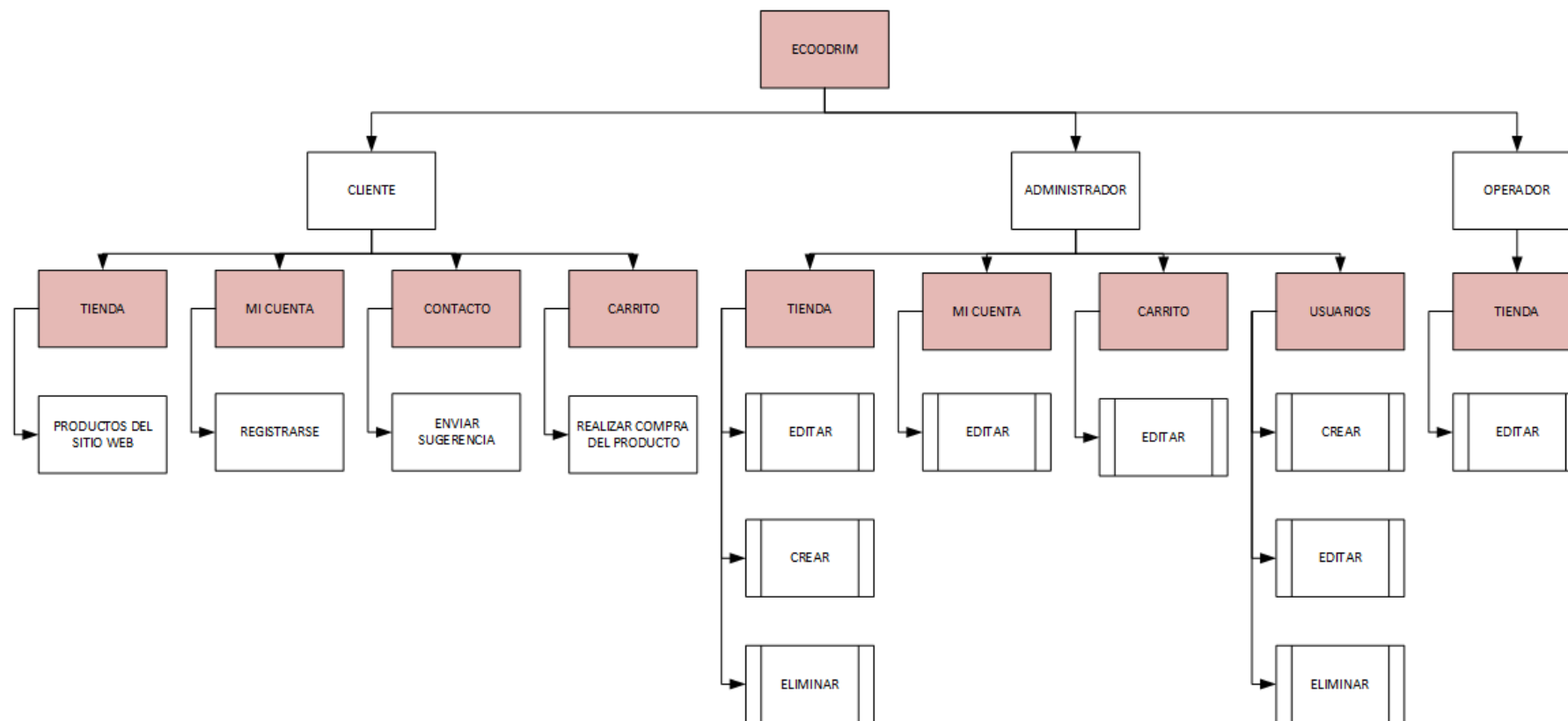


Diagrama IPO del Cliente

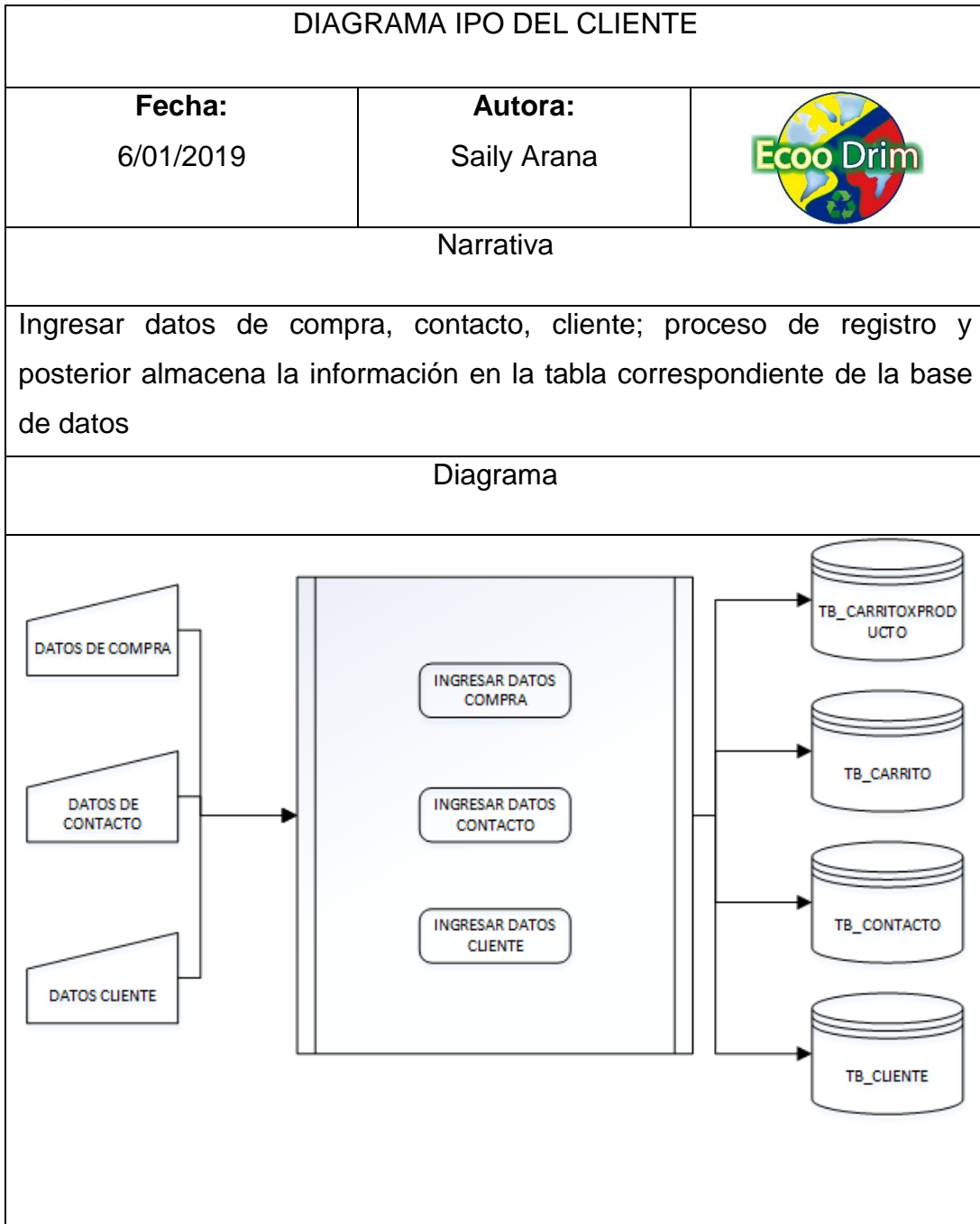
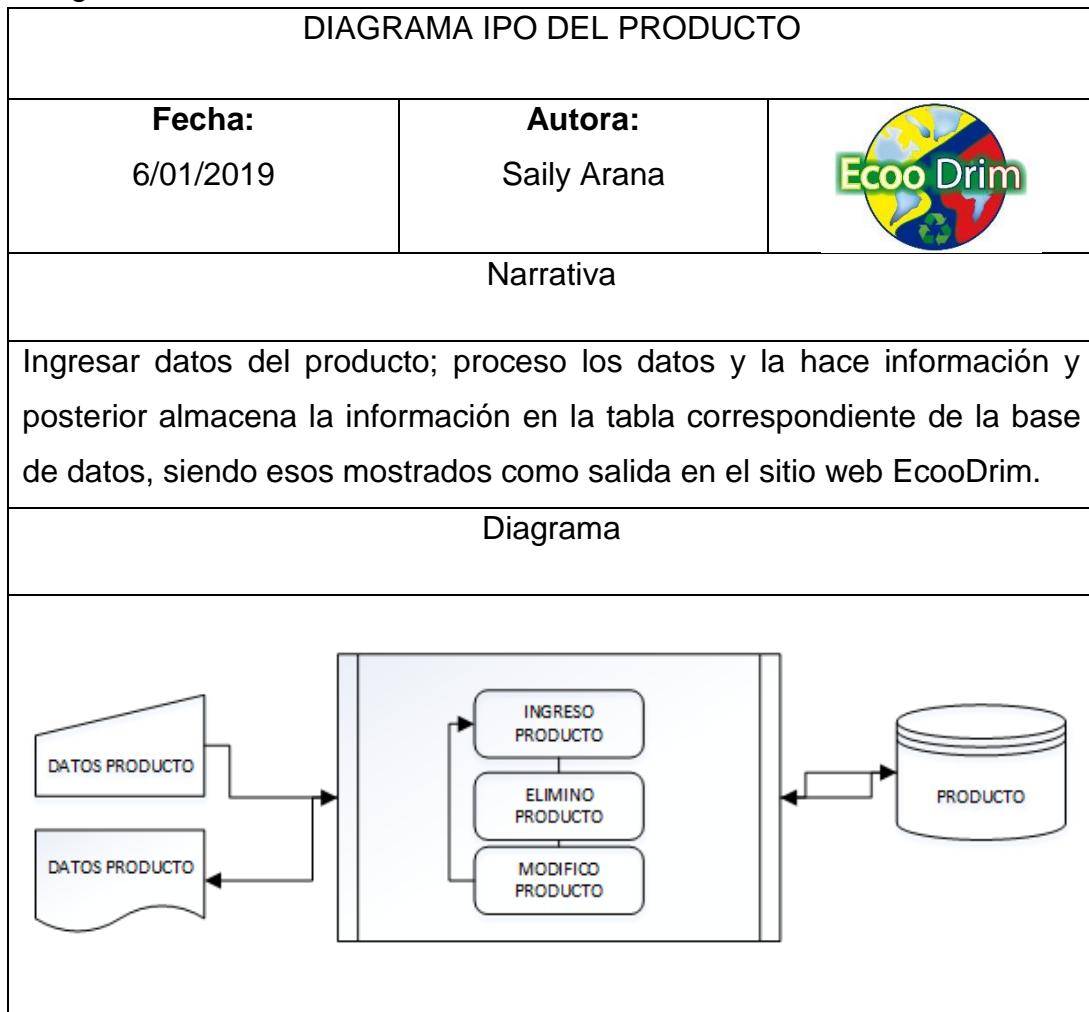


Diagrama IPO Producto



Anexo 7: Pantallas del Sitio web

PANTALLA DE PORTADA DEL SITIO WEB		
Fecha: 10/01/2019	Autora: Saily Arana	
Pantalla		
		
Controles		
1	h2	Etiqueta de EcooDrim
2	Enlace "Carrito"	Enlace a la seccion carrito de compra
3	ptbProduc3	Imagen 3 de novedades

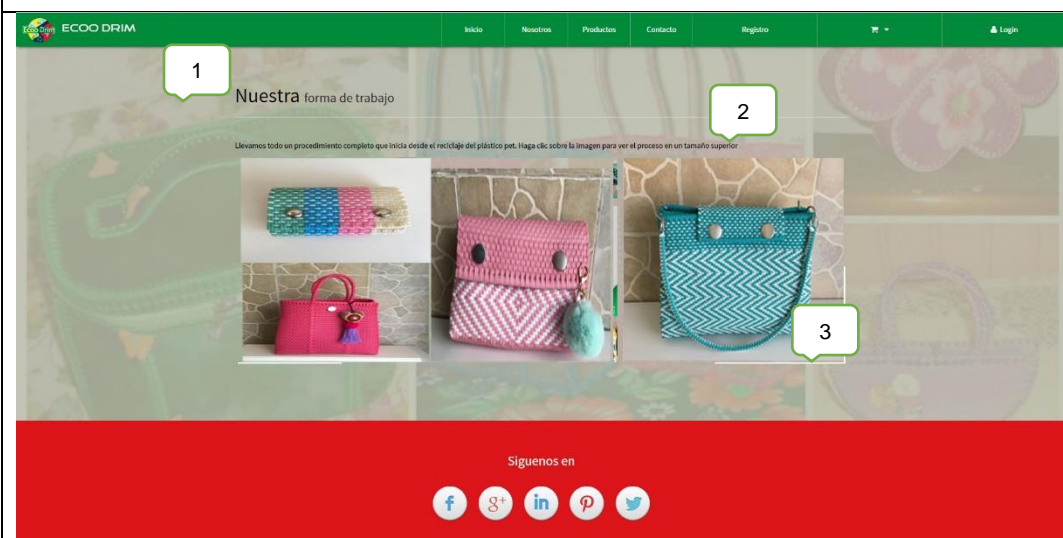
PANTALLA DE PORTADA PARTE BAJA

Fecha:
10/01/2019

Autora:
Saily Arana



Pantalla



Controles

1	h2	Etiqueta de Nuestra
2	txtFormaPago	Caja de texto para descripcion
3	ptblImagen	Imagen

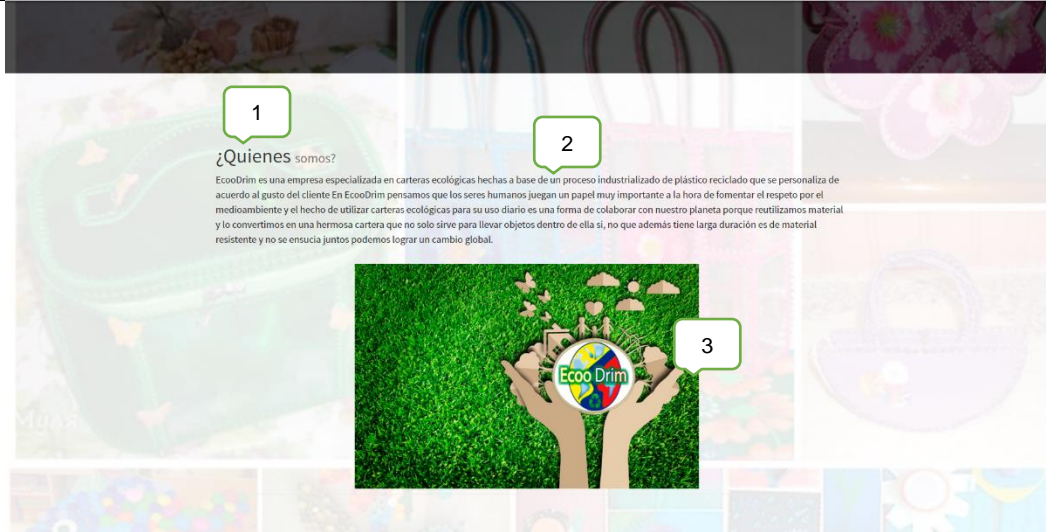
PANTALLA DE SECCION NOSOTROS

Fecha:
10/01/2019

Autora:
Saily Arana



Pantalla



Controles

1	h2	Etiqueta de Seccion Nosotros
2	txtQuienesS	Caja de texto para descripcion
3	ptbQuienesS	Imagen de quienes somos

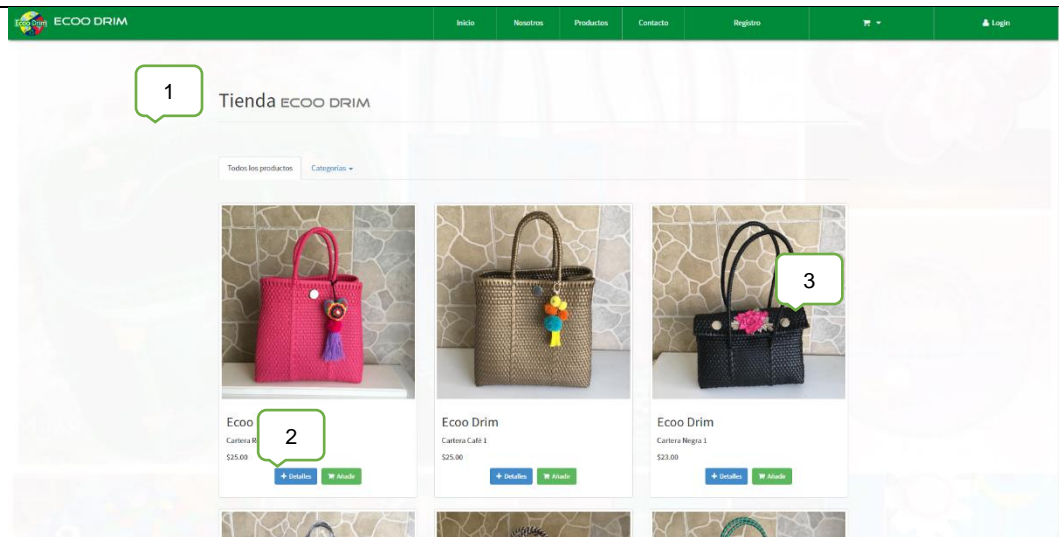
PANTALLA DE SECCION PRODUCTOS

Fecha:
10/01/2019

Autora:
Saily Arana



Pantalla



Controles

1	h2	Etiqueta de Seccion Productos
2	btnDetalles	Muestra descripcion del producto
3	ptbProducto3	Imagen de la cartera 3

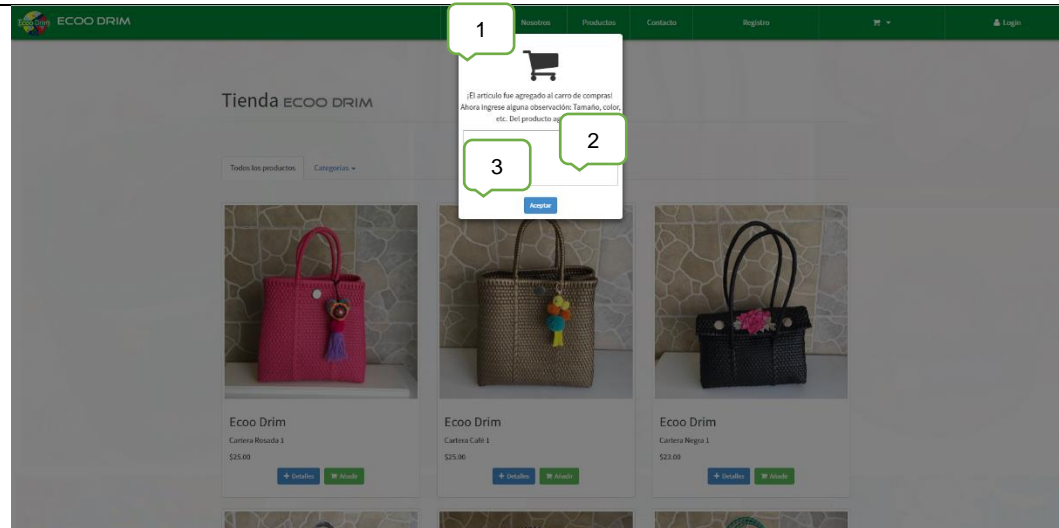
PANTALLA DE OBSERVACION DEL PRODUCTO

Fecha:
10/01/2019

Autora:
Saily Arana




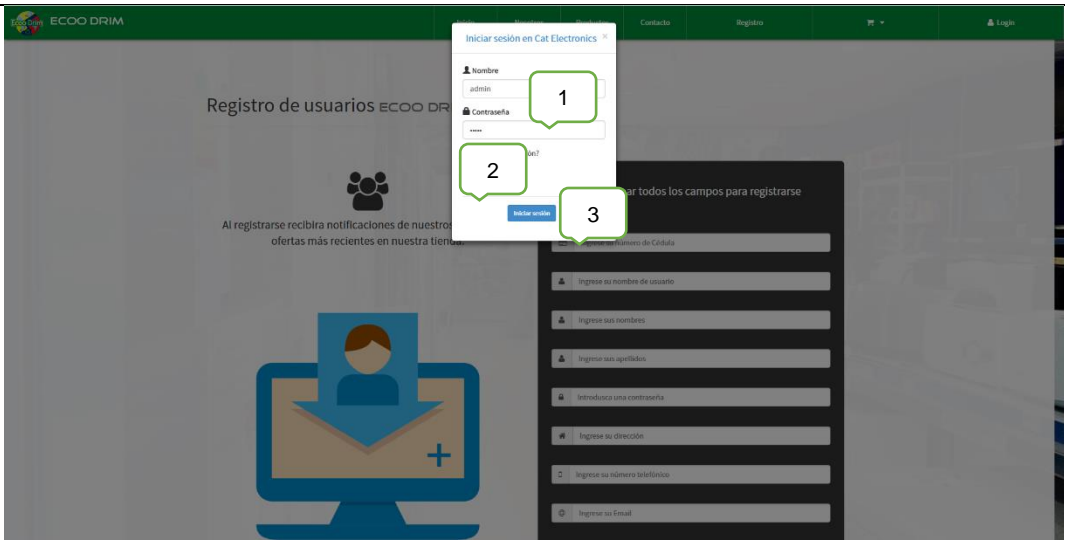
Pantalla



Controles

1	Formulario emergente	Formulario para ingresar la observacion
2	txtObservacion	Caja de texto para la observacion
3	btnAceptar	Boton de aceptar

PANTALLA DE SECCION REGISTRO		
Fecha: 10/01/2019	Autora: Saily Arana	
Pantalla		
		
Controles		
1	h2	Etiqueta de Seccion Registro
2	txtNombreU	Caja de texto para el nombre de usuario
3	btnRegistrar	Boton para registrar la informacion ingresada

PANTALLA DE LOGIN		
Fecha: 10/01/2019	Autora: Saily Arana	
Pantalla		
		
Controles		
1	txtUsuario	Caja de texto para usuario
2	rdbTipo	Seleccionario tipo de usuario
3	btnCancelar	Boton si desea cancelar

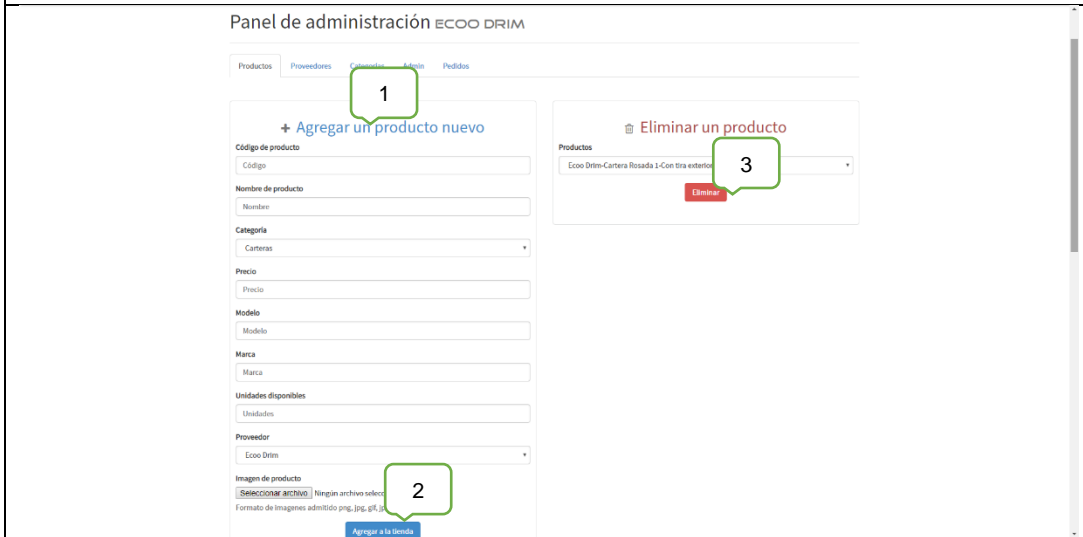
PANTALLA DE AGREGAR PRODUCTO

Fecha:
10/01/2019

Autora:
Saily Arana



Pantalla



Controles

1	h2	Etiqueta de Agregar producto
2	btnAgregar	Boton de agregar producto
3	btnEliminar	Boton para eliminar producto

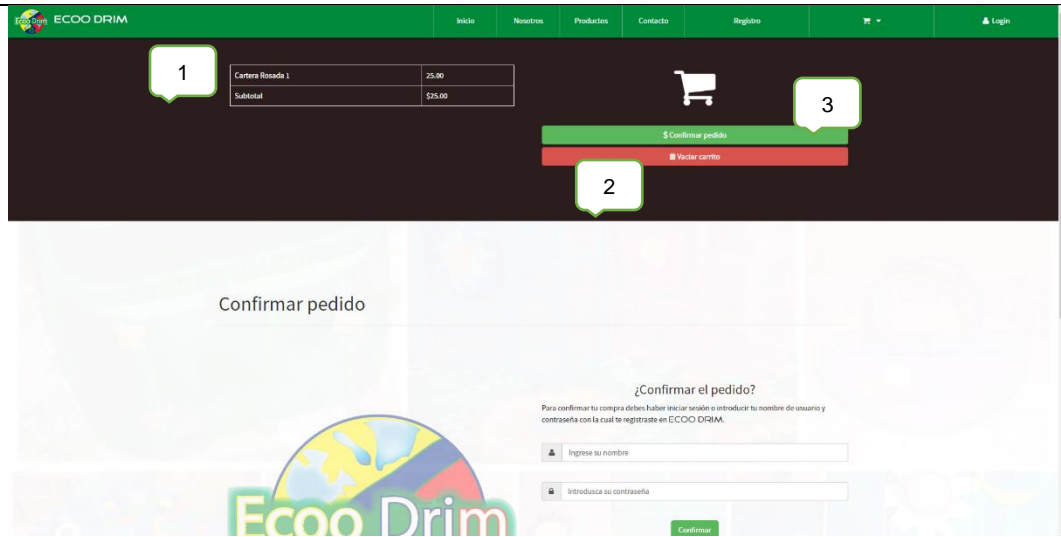
PANTALLA DE CARITO DE COMPRA

Fecha:
10/01/2019

Autora:
Saily Arana



Pantalla



Controles

1	dgvCarrito	Tabla de detalle
2	btnVaciar	Boton de vaciar carrito
3	btnConfirmar	Boton de confirmar compra

PANTALLA DE NOTIFICACION DE LA VENTA

Fecha:
10/01/2019

Autora:
Saily Arana



Pantalla

← 📧 🗑️ 🕒 📧 📧 ⋮ 1 de 504 < > ⚙️ 📧

Compra Online hecho el 26/12/2018 a través de ecoodrim.com ▶️ Recibidos x

📧 Marcia Vera <veramarcia439@gmail.com> 13:07 (hace 5 minutos) ☆ ↶ ⋮


para mí ▾

Datos del Comprador
.....
NOMBRE: MARCIA
APELLIDOS: VERA
CORREO: veramarcia439@gmail.com
CIUDAD: GUAYAQUIL
DIRECCION: Av. Quito y Luque esq.

Datos de Compra
.....
1 Cartera Rosada 1 \$25
TOTAL: \$25

¡Listo! Ok. ¡Gracias!

↶ Responder 📧 Reenviar

PANTALLA DEL SEGUIMIENTO DE LA VENTA																							
Fecha: 10/01/2019	Autora: Sally Arana																						
Pantalla																							
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px;"> <p style="margin: 0;">Panel de administración ECOO DRIM</p> <p style="margin: 5px 0 0 20px;"> Productos Proveedores Categorías Admin Pedidos </p> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;"> 🗑 Eliminar pedido </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0;"> Pedidos Pedido #5 - Estado(Pendiente) - Fecha(24-11-2018) <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> 1 Eliminar pedido </div> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;"> ↻ Actualizar estado de pedido </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 5px 0;"> <thead> <tr> <th>#</th> <th>Fecha</th> <th>Cliente</th> <th>Descuento</th> <th>Total</th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>24-11-2018</td> <td>apiguave</td> <td>0%</td> <td>25.00</td> <td>Pendiente</td> <td style="text-align: center;"> 3 Actualizar 2 </td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>24-11-2018</td> <td>apiguave</td> <td>0%</td> <td>25.00</td> <td>Pendiente</td> <td style="text-align: center;"> Actualizar </td> </tr> </tbody> </table> </div>			#	Fecha	Cliente	Descuento	Total			5	24-11-2018	apiguave	0%	25.00	Pendiente	3 Actualizar 2	6	24-11-2018	apiguave	0%	25.00	Pendiente	Actualizar
#	Fecha	Cliente	Descuento	Total																			
5	24-11-2018	apiguave	0%	25.00	Pendiente	3 Actualizar 2																	
6	24-11-2018	apiguave	0%	25.00	Pendiente	Actualizar																	
Controles																							
1	btnEliminar	Boton para eliminar el pedido del cliente																					
2	btnActualizar	Boton de actualizar el estado de la venta																					
3	cmbEstado	Combo box para el estado de la venta																					

Anexo 8: Modelo de Encuesta

1.- ¿Le genera malestar ir a un local de productos y no encontrar lo que busca?

SI () NO ()

2.- ¿Le gustaría conocer los productos que ofrece un local antes de ir?

SI () NO ()

3.- ¿Cuánto tiempo le toma dirigirse a un local de productos manufacturados: 1 hora, 2 horas o más?

SI () NO ()

4.- ¿Debe dejar de hacer otra actividad por ir a comprar productos de manufactura?

SI () NO ()

5.- ¿Con qué frecuencia usted compra productos manufacturados: 15 días, 1 mes o más?

SI () NO ()

6.- ¿Tiene tiempo en su jornada para ir a un local de productos manufacturados?

SI () NO ()

7.- ¿Le generaría comodidad poder visualizar una tienda de productos manufacturados online?

SI () NO ()

8.- ¿Está de acuerdo con el mercado electrónico?

SI () NO ()

9.- ¿Considera usted que los productos que se muestran por Internet se venden más?

SI () NO ()

10.- ¿Está de acuerdo con que lo negocios tengan página web para mostrar sus productos?

SI () NO ()

Anexo 9: Modelo de Entrevista

1.- ¿Cómo realizan la publicidad del negocio?

2.- ¿Asisten a ferias que se realizan en la ciudad para dar a conocer el negocio?

3.- ¿Qué tipo de productos nomas son los que venden?

4.- ¿Cuál es la principal materia prima de los productos?

5.- ¿Está de acuerdo con implementar un sitio web para el seguimiento de las ventas y promocionar los productos online?

Anexo 10: Fotografías



