



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

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

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

TEMA:

**Diseño de una página web para ventas online de ropa en la
empresa BABALU S.A. de la ciudad de Guayaquil en el año
2018.**

Autor:

Rodríguez Lamilla Robert William

Tutor:

**Tatiana Tapia
Guayaquil, 2018**

DEDICATORIA

Este presente proyecto es dedicado a mis padres (Roció Lamilla y Roberth Rodríguez) y hermanos, por brindarme su motivación, su apoyo incondicional en la formalización de mi carrera profesional, por la paciencia, comprensión y amor en todo lo que hago y haré en el futuro.

A mis tíos Katty y David Jusino por haberme brindado el apoyo tanto emocionales como económicamente para poder culminar una de mis metas, estar siempre conmigo y ser como mis padres.

Rodríguez Lamilla Robert William

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme estar con vida, de tener y poder disfrutar de mi familia, por haberme brindado la fortaleza y sabiduría para la realización de este proyecto, también por protegerme durante todo mi camino darme las fuerzas para superar cada obstáculo y dificultades a lo largo de cada etapa de mi vida.

Gracias a mis padres por apoyarme en cada decisión y brindarme su apoyo fundamental en este proceso de realizar una de mis metas, por ser un ejemplo y enseñarnos a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos, por siempre ser una guía y preocuparse por el bienestar mío y de mis hermanos.

A mis demás familiares por estar motivándome constantemente y así darme las fuerzas para continuar con mi vida personal.

Rodríguez Lamilla Robert William



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

**“Diseño de una página web para ventas online de ropa en la empresa
BABALU S.A. de la ciudad de Guayaquil en el año 2018”.**

Autor: Rodríguez Lamilla Robert William

Tutor: Tatiana Tapia

Resumen

La tecnología a través de los años ha ido avanzando por lo tanto nos permite mejorar ciertas actividades, en este caso a realizar la reservación de mercadería como son las prendas de vestir, por lo cual, hemos creado este proyecto “Diseño de una página web para ventas online de ropa en la empresa BABALU S.A. de la ciudad de Guayaquil en el año 2018” especializada en la consulta, reservación de prendas de vestir para que el cliente se acerque a retirar y pagar la misma, esto con la finalidad de facilitar a las personas realizar sus reservas a través de un computador o teléfono móvil y evitándose pasar tiempo buscando a su líder y elegir la prenda de preferencia. El objetivo principal de este sitio web es brindar facilidades a todos los ecuatorianos, que, a través de este proyecto, puedan gestionar la reservación de las prendas de vestir de su agrado.

Este proyecto está dividido en cuatro partes:

En la primera parte de este documento nos vamos a referir en lo que compete a la problemática que tiene la compañía en la demanda de mercadería vía online.

En la segunda parte sobre el análisis y fundamentos teóricos y técnicos para desarrollar el sitio web, la realización del diseño y la presentación para la implementación de este.

En la tercera parte sobre las muestras y encuestas realizadas para saber sobre el mercado

En la cuarta parte sobre la presentación del proyecto.

Palabras Claves:

Prendas de vestir	Mercado electrónico	Publicidad	Sitio web
-------------------	---------------------	------------	-----------



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

Tema

**“Diseño de una página web para ventas online de ropa en la empresa
BABALU S.A. de la ciudad de Guayaquil en el año 2018”.**

Autor: Rodríguez Lamilla Robert William

Tutor: Tatiana Tapia

Abstract

The technology over the years has been advancing therefore it allows us to improve certain activities, in this case to make the reservation of merchandise such as garments, for which, we have created this project "Design a web page for online sales of clothes in the company BABALU SA of the city of Guayaquil in 2018 "specialized in consultation, reservation of clothing for the client to approach to withdraw and pay for it, this in order to facilitate people to make their reservations through a computer or mobile phone and avoiding spending time looking for your leader and choosing the garment of preference. The main objective of this website is to provide facilities to all Ecuadorians, who, through this project, can manage the reservation of clothing of their liking.

This project is divided into four parts:

In the first part of this document we will refer in what concerns the problematic that the company has in the demand for merchandise via online.

In the second part on the analysis and theoretical and technical foundations to develop the website, the realization of the design and the presentation for the implementation of this.

In the third part about the samples and surveys made to know about the market

In the fourth part about the presentation of the project.

Keywords:

Clothing	Electronic market	Advertising	Website
----------	-------------------	-------------	---------

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	IV
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	VI
Resumen.....	VII
Abstract.....	VIII
INDICE GENERAL.....	IX
Índice de figuras.....	XII
Índice de gráficos.....	XIII
Índice de tablas.....	XIV
CAPITULO I.....	15
1 Planteamiento del problema.....	15
1.1 Diagnostico.....	15
1.2 Ubicación en su contexto.....	15
1.3 Situación.....	16
1.4 Factibilidad de la implementación.....	18
1.4.1 Administrativa.....	18
1.4.2 Técnico.....	19
1.4.3 Presupuestario.....	19
1.5 Delimitación del Problema.....	19
1.5.1 Campo.....	19
1.5.2 Área.....	19
1.5.3 Aspecto.....	19
1.5.4 Tiempo.....	19
1.6 Formulación del problema.....	20
1.7 Definición de variables.....	20
1.7.1 Independiente.....	20
1.7.2 Dependiente.....	20
1.8 Objetivos de la investigación.....	20
1.8.1 Objetivo general.....	20

1.8.2	Objetivos específicos.....	20
1.9	Justificación del proyecto	20
2	CAPITULO II	22
	MARCO REFERENCIAL	22
2.1	Fundamentación Teórica.....	22
2.1.1	Antecedentes del problema	24
2.1.2	Antecedentes referenciales	24
2.1.3	Conceptos técnicos	26
2.2	Sitio Web.....	34
2.2.1	Registro del dominio	35
2.2.2	Dominio	36
2.2.3	Hosting	37
2.2.4	Diseño del sitio web.....	38
2.2.5	Mantenimiento del sitio web	39
2.2.6	Difusión del sitio web	40
2.2.7	Seguridad y control.....	40
2.3	Sistema manejador de base de datos	42
	SQL Server	42
2.4	Fundamentación legal	44
	CAPITULO III	49
3	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	49
3.1	Diseño de la Investigación	49
3.2	Tipos de Investigación.....	49
3.3	Investigación exploratoria.....	49
3.4	Investigación descriptiva	49
3.5	Investigación de Campo.....	50
3.6	Investigación bibliográfica-documental.....	50
3.7	Población y Muestra.....	50
3.7.1	Población.....	50
3.7.2	La Muestra.....	53
3.8	Técnicas e Instrumentos de Investigación	53
3.9	Entrevista	54
3.10	Encuesta.....	54
3.10.1	Instrumentos:.....	55
3.11	Procedimiento de la Investigación:	55

3.12	Presupuesto Económico:	55
3.12.1	Hardware.....	56
3.12.2	Software	56
3.12.3	Personal	56
3.12.4	Personal	57
CAPITULO IV.....		58
4	LA PROPUESTA.....	58
4.1	Análisis de los resultados.....	58
4.2	Descripción de la Propuesta	68
4.2.1	Información general del Sitio web.....	68
4.3	Determinación de Requerimientos	70
4.3.1	Hardware	70
4.3.2	Software	70
4.3.3	Personal	70
4.4	Beneficios de la Propuesta.....	71
4.5	Diseño de la Propuesta	72
4.5.1	Diagrama de Caso de Uso	72
4.5.2	Diagrama	73
4.5.3	Diagrama BPMN (Business Process Model and Notation)	74
4.5.4	Diagrama del Administrador	75
4.5.5	Diagrama del Cliente	76
4.5.6	Diagrama General del Sitio web	77
	Nomenclatura.....	77
4.5.7	Diagrama General	78
4.5.8	Diagrama de Red.....	79
4.5.9	Diagrama de Red.....	80
4.5.10	Diagrama Jerárquico HIPO	81
4.6	Modelo de datos.....	82
4.7	Diseño de Pantallas	91
Bibliografía		99

Índice de figuras

Figura 1. Página web	26
Figura 2. Dominio	37
Figura 3. Tasa de participación Bruta y Global.....	52
Figura 4. Matriz de segmentación	53
Figura 5. Frecuencia para realizar ropa por catalogo.....	58
Figura 6. Medios por lo cual se obtiene información sobre las tendencias de modos en la venta de ropa por catalogo	59
Figura 7. Motivos por el cual se realizan comprar de ropa por catálogos	60
Figura 8. Inconvenientes al momento de comprar ropa por catalogo.....	61
Figura 9. Inconvenientes al momento de realizar comprar por catalogo	62
Figura 10. Diseño de una página web mejoraría la gestión de ventas	63
Figura 11. Beneficios que presentaría al momento de realizar ventas online ..	64
Figura 12. Ventas online permiten aumentar la participación en el mercado de la empresa.....	65
Figura 13. Diseño de una página web reduciría costos para la entidad en inversión de impresión de catálogos	66
Figura 14. Digitalización de catálogo permitirá la gestión de representantes de ventas para clientes	67

Índice de gráficos

Grafico 1. Logotipo de Sublime Text	32
Grafico 2. Logotipo de Notepad++	33
Grafico 3. Logotipo de WordPress	33

Índice de tablas

Tabla 1. Censo de noviembre del 2010.....	51
Tabla 2. Censo por genero del 2010 según el INEC.....	51
Tabla 3. Censo según rango de edades según el INEC	52
Tabla 4. Variables para el cálculo de la muestra.....	53
Tabla 5. Descripción del hardware	56
Tabla 6. Descripción del hardware	56
Tabla 7. Personal especialista del software	56
Tabla 8. Personal especialista del hardware	57
Tabla 9. Frecuencia para realizar ropa por catalogo	58
Tabla 10. Medios por lo cual se obtiene información sobre las tendencias de modos en la venta de ropa por catalogo	59
Tabla 11. Motivos por el cual se realizan comprar de ropa por catálogos.....	60
Tabla 12. Inconvenientes al momento de comprar ropa por catalogo.....	61
Tabla 13. Inconvenientes al momento de realizar comprar por catalogo	62
Tabla 14. Diseño de una página web mejoraría la gestión de ventas	63
Tabla 15. Beneficios que presentaría al momento de realizar ventas online ...	64
Tabla 16. Ventas online permiten aumentar la participación en el mercado de la empresa	65
Tabla 17. Diseño de una página web reduciría costos para la entidad en inversión de impresión de catálogos	66
Tabla 18. Digitalización de catálogo permitirá la gestión de representantes de ventas para clientes	67

CAPITULO I

1 Planteamiento del problema

1.1 Diagnostico

Debido al cambio en las tendencias de compra, que cada vez se posicionan más en ciudades como Quito y Guayaquil, las empresas han tenido la necesidad de innovar, realizando una mezcla entre lo físico y digital para alcanzar un mayor segmento de mercado. El internet representa una herramienta diversa para alcanzar servicios o realizar compras basado en los cambios del mercado, pero sin duda, uno de los sectores económicos que ha reaccionado de manera más evidente al cambio es el comercio mediante el e-Commerce.

De acuerdo a cifras proporcionadas por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, para el 2016, la interacción comercial generada por medio de sitios web o redes sociales manejó cifras por alrededor de los \$600 millones de dólares, mostrando un crecimiento para el 2017, con un valor de \$800 millones. Entre los artículos más solicitados por medio digital están los servicios de: compra de pasajes aéreos, dispositivos electrónicos, bienes personales, y dentro de todos se destaca la venta de ropa.

A pesar de que, en comparación a mercados desarrollados como el estadounidense, asiático y europeo, en Latinoamérica, el comercio electrónico no ha tenido un elevado crecimiento, en el Ecuador, alcanza un 25% del comercio en general, lo que es una de las cifras más altas de la región. Por lo que se busca aprovechar esta tendencia, para posicionar a la empresa BABALU S.A. con respecto a sus competidores para mejorar sus ventas.

1.2 Ubicación en su contexto

En la actualidad las herramientas tecnológicas han evolucionado constantemente, tanto así, que se convirtió en una revolución en la vida cotidiana, teniendo un desarrollo económico abismal en diferentes ramas de la sociedad, como: cultural, social y económico. Una herramienta que hace posible comprar y vender artículos, así como información.

Los espacios web, existen con la finalidad de brindar información sobre las distintas paginas publicitarias que existen como, páginas de índole educativa, informativas, de servicios, entre otras. Por medio del internet, es posible la

comunicación más rápida entre la radio, la prensa, la televisión y otros medios de comunicación, mediante las páginas web, se dan a conocer toda clase de información rumbo hacia la comunidad.

Los recursos tecnológicos como el internet, ayudan a las empresas a desarrollarse, evolucionar y posicionarse en el mercado de una manera más rápida, tornándose entidades competitivas y rentables en un mundo globalizado, además, la inversión en dichos avances tecnológicos es mínimo.

En cuanto al tipo de negocios que se manejan en la red denominados online, han tomado peso con el pasar de los años. Actualmente se dispone de diferentes tipos de páginas web que cualquier negocio puede implementar, sobre todo al querer expandirse a nuevos horizontes y captar nuevos mercados.

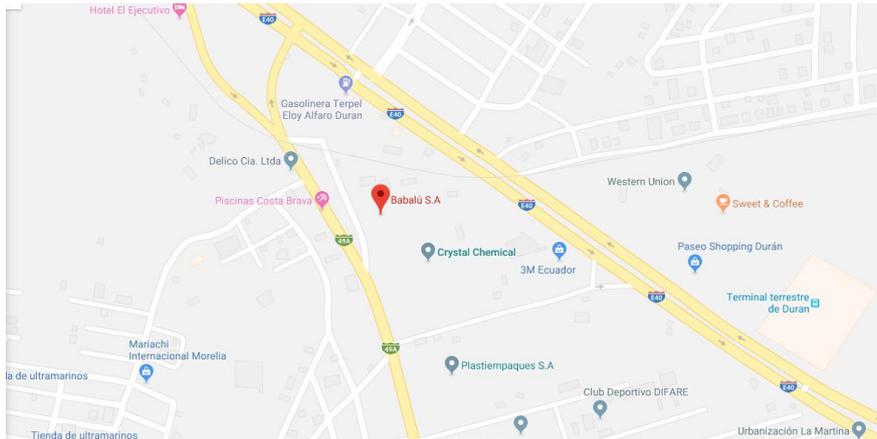
Se puede realizar una mejor comunicación para mantener informados a los clientes de la empresa BABALU S.A., lo cual es de gran importancia debido a que manteniendo una publicidad de las noticias o eventos que se realizan dentro de la empresa, lograría aumentar el volumen de ventas; por otra parte, se la preferida de los clientes debido a que pueden revisar los productos disponibles mediante la página web.

Por lo tanto, la implementación de nuevas tecnologías o herramientas las cuales permitan mejorar los procesos que se realizan dentro de la empresa; por eso es fundamental la implementación de dicha página web.

1.3 Situación

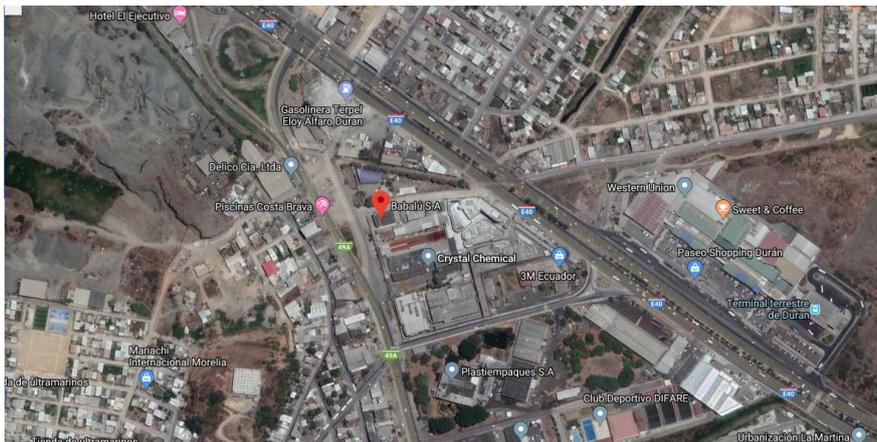
En el año 2005 la empresa BABALU S.A. abrió sus puertas al mercado local, se dedica al negocio de ropa, está ubicada en la ciudad de Guayaquil. Dicha empresa no cuenta con una herramienta tecnológica para realizar los procesos de venta online. Sin embargo, la tecnología cuenta con diversas herramientas de las cuales la empresa BABALU S.A. puede incorporar para actualizarse, expandirse y darse a conocer en el mercado.

Ilustración 1: Ubicación de la Empresa BABALU S.A.



Fuente: Google Maps

Ilustración 2: Ubicación de la Empresa BABALU S.A.



Fuente: Google Maps

La sociedad se ve involucrada con el avance tecnológico, es decir, hace uso de dichas herramientas para que sus negocios tengan ese plus que un negocio normal no tendría, invierten una mínima cantidad utilizando tecnología para el incremento de sus ventas en un mediano a corto plazo.

Por otra parte, los dueños de la empresa, estipula que invertir en una herramienta tecnológica, implica un gasto excesivo de inversión. Debido a tal desconocimiento, no se inclinan por dicha opción, perdiendo la oportunidad de

tener una mejora en el negocio tanto de publicidad, de expandirse y económicamente.

Pero sin duda alguna, el mayor motivo por el cual no se invierte en herramientas tecnológicas es por la falta de ayuda monetaria, es decir, no todos tienen la disponibilidad o probabilidad de adquirir conocimientos para diseñar o desarrollar medidas tecnológicas, sin embargo, en la sociedad, la tecnología evoluciona constantemente en las ventas online, por lo cual, la empresa debería de aprovechar dicha modalidad e incorporarla al negocio.

1.4 Factibilidad de la implementación

A inicio del año 2000, pocas empresas disponían de páginas web, situación que cambio a medida que paso el tiempo, y ya para el 2010, eran pocas aquellas que no tenían sitios web informativos. Sin embargo, la compra online se retrasó debido a la falta de desarrollo de medidas de seguridad y políticas de respaldo para el pago en línea. Sin embargo, actualmente se estima, que más del 20% de los comercios ecuatorianos tienen habilitados canales online de ventas, sea en páginas de eCommerce propias o a través de plataformas complementarias.

Es por ello que, la factibilidad de la creación de una página web para la empresa BABALU S.A. se considera alta, debido a que, es evidente que, el comercio electrónico no es una tendencia pasajera sino un nuevo canal de distribución que las empresas deben considerar al momento de diseñar sus estrategias para el posicionamiento de sus marcas.

1.4.1 Administrativa

El aspecto sobre la parte administrativa concierne a quienes van a ser los encargados del mantenimiento de la página web o dentro de los empleados a quienes designen para esa función. Por lo tanto, según el presente autor bajo las técnicas que se aplicaron en la investigación argumenta que dichos funcionarios están capacitados para el manejo adecuado del CMS para realizar el mantenimiento que la página web necesita.

1.4.2 Técnico

En términos técnicos no requiere mayor implementación que unos computadores para visualizar los pedidos, los mismos que ya cuenta la empresa; solo se debe instalar el sistema y poder capacitar al personal que estará a cargo para que logren el manejo adecuado y obtener los beneficios al máximo.

1.4.3 Presupuestario

El desarrollo del presente proyecto, se lo debe acoplar dentro del presupuesto que maneja la empresa BABALU S.A., por lo tanto, para ajustar a ese valor económico se va a utilizar software libre para no tener que cubrir ningún tipo de licencia.

Por la parte del hardware, como ya se mencionó la empresa cuenta con computadoras con los requerimientos necesarios.

Siendo así, la propuesta tiene un costo accesible para BABALU S.A., el Diseño de una página web para ventas online cubrirá las necesidades que tienen en la actualidad.

1.5 Delimitación del Problema

1.5.1 Campo

Comercio electrónico

1.5.2 Área

Ventas online

1.5.3 Aspecto

Página web

1.5.4 Tiempo

La presente investigación se realizará en el año 2018, en un periodo aproximado de 5 meses.

1.6 Formulación del problema

¿Cómo influye la falta de un canal de venta online de ropa en el aumento de los ingresos de la empresa BABALU S.A. en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2018?

1.7 Definición de variables

1.7.1 Independiente

Diseño de un canal de ventas online de ropa en la empresa BABALU S.A.

1.7.2 Dependiente

Mejora en las ventas de la entidad y el aumento de su participación de mercado gracias al posicionamiento de la marca en el comercio electrónico.

1.8 Objetivos de la investigación

1.8.1 Objetivo general

Diseñar un sitio web para ventas online de ropa en la empresa BABALU S.A. de la ciudad de Guayaquil en el periodo 2018

1.8.2 Objetivos específicos

- Identificar la información científica para la implementación del canal de venta online de ropa.
- Diagnosticar el estado en que la empresa BABALU S.A. se encuentra en la actualidad, teniendo en cuenta la necesidad de la falta de un canal de ventas online que ayude a mejorar las ventas.
- Diseñar un canal de venta online de ropa que permita a la empresa BABALU S.A. mejorar sus ventas en el periodo 2018

1.9 Justificación del proyecto

En base a lo que se ha estipulado con anterioridad, para las empresas de venta de ropa en la actualidad es muy importante implementar nuevas herramientas que permitan competir y poder posicionarse entre las primeras en el mercado; porque de otra manera quedarías por debajo y las ventas se reducen. Por lo tanto con la implementación de una página web se puede ver beneficiado los clientes y lograr que la empresa BABALU S.A. sea la preferida por los clientes que desean adquirir vestimenta desde la comodidad de su hogar o trabajo.

Conveniencia: Con el diseño de un canal de venta online de ropa, se incrementarán las ventas, de tal manera los clientes podrán acceder al catálogo de la vestimenta de la empresa en mención, dando la posibilidad a los clientes acceder a ella desde la comodidad de su hogar.

Relevancia Social: Se quiere lograr un mejor servicio para los clientes fijos, así como los nuevos clientes, por medio del diseño de un canal de venta online de ropa que ayudara a minimizar recursos como el tiempo en que los usuarios tendrían que ir al establecimiento para realizar algún tipo compra.

Implicaciones Prácticas: Mediante una investigación que se realizó con anterioridad, se precisó la incorporación del diseño de un canal de venta online en beneficio de la empresa BABALU S.A. para la venta online de ropa y así incrementar las ventas y la clientela.

Utilidad Metodológica: Actualmente se pudo evidenciar en los establecimientos de la ciudad de Guayaquil, vale la pena hacer uso de dicha herramienta tecnológica para mejorar las ventas y su posicionamiento en el mercado, es por ellos que la empresa BABALU S.A. adopta esta medida en son de evolucionar junto con la tecnología que lo permite.

2 CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Fundamentación Teórica

2.1.1 Antecedentes históricos

A lo largo del tiempo, las ventas por catálogo de ropa se realizan por medio de una revista, ya sea que el personal que forma parte de alguna entidad, se dirija puerta a puerta a promocionar el producto bajo pedido, o si se dispone de un local para poder realizar la misma gestión.

Por varios años se ha realizado de esa manera, el cliente mira una revista en la cual contiene diferentes prendas de vestir, cuando haya seleccionado las de su preferencia, el vendedor anota su pedido y le comunica al comprador la fecha aproximada de entrega, pueden haber dos formas de entrega del pedido que el cliente se acerque a la dirección acordada con el vendedor, y recibir en domicilio y/o oficina lo que toma un tiempo de uno o dos días.

Sin embargo, con el pasar de los años y la evolución de la tecnología, ahora se dispone de herramientas tecnológicas que ayudan a facilitar la gestión de ventas bajo pedido de ropa por catálogo, y de otro tipo de negocios.

Es por esta razón, que la mayoría de las empresas grandes y pequeñas han optado por incorporar herramientas tecnológicas, algunas usan una computadora con acceso a internet, mientras que otras agregan un dispositivo celular, de acorde a la evolución que han tenido en la era actual para beneficiarse por medio de la tecnología, no obstante, es importante recalcar que la página web representa uno de los instrumentos más utilizados para todo tipo de negocio y una eficiente presentación de todo lo que ofrece al usuario.

Para la implementación, se debe de tomar en cuentas ciertos aspectos según sus funcionalidades, las cuales se mencionan a continuación:

- Se debe de disponer de un canal de comercialización en el cual se permita adquirir los productos.
- Las compras se tienen que poder realizar de manera ágil, sencilla y facil.
- Prever algún tipo de inconveniente al momento de la entrega de la mercadería.

- Poder apreciar un catálogo conciso y preciso, sin la necesidad de abombar al usuario a un sinnúmero de páginas.
- Poder adquirir alguna prenda sin tener algún tipo de altercado con el vendedor.
- Poder realizar las compras a cualquier hora, sin restricciones y desde la comodidad de su hogar.

De la misma manera en que se debe de tomar en cuenta los aspectos antes mencionados, también es necesario tomar en cuenta otros aspectos más funcionales que tienen que ver con la empresa netamente dicha, por ejemplo:

Al momento de que la empresa se incline por algún proveedor, se debe de preparar para ofrecer a los clientes una alternativa de adquirir ropa muy variada para poder diferenciarse de las demás entidades dedicadas a este tipo de negocio. Sin embargo para la empresa es importante reducir los costos de ventas, así como mejorar la relación entre comercio, comerciante, proveedor y servicio.

Cuando se desea adquirir un plus tecnológico la consola administrativa en conjunto con la tienda virtual deberán analizar ciertos puntos como:

- Se debe personalizar y realizar la respectiva publicidad al catálogo de productos.
- Cuando el cliente navegue por el sitio web, es importante diferencial claramente las categorías de vestimenta.
- El carrito virtual a de compras debe ser visible y de fácil acceso para que cuando el cliente desea finalizar su compra, lo pueda realizar de manera sencilla.
- Cuando el cliente gestiona un pedido, este, generara un e-mail a la empresa.
- Y por último, constatar tanto al comprador como al vendedor de la transacción realizada.

Con los puntos mencionados anteriormente la empresa vendedora y los usuarios tendrán una buena relación compra-venta, y entre las características a rescatar de dicha relación se quiere lograr una ventaja competitiva frente a otras

entidades, así como ampliar el mercado captando más adeptos que quieran formar parte de la adquisición de nuevas prendas.

Otro punto a tratar, es la seguridad tanto del sitio como para la persona que gestiona la compra, es decir, el sitio web, deberá ser lo bastante seguro, siguiendo los protocolos respectivos para evitar que terceras personas quieran malograr la gestión (hackers), caso contrario, evitar algún tipo de estafa e inconformidad para ambas partes (Bunces, Guerrero, Neira, Suarez, & Olaya, 2003).

2.1.1 Antecedentes del problema

La Empresa BABALU S.A se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, abrió sus puertas al mercado en el año 2005 dedicándose a la venta de ropa tanto de hombre, mujer y niños.

Cuenta con una línea femenina de tipo casual, deportiva, moda, íntima y accesorios, en cuanto a la línea masculina tiene Casual, deportiva, bóxer y formal, además de una línea infantil.

La empresa BABALU S.A cuenta con 24 vendedores por catálogo, 3 personas encargadas de realizar los procesos de compra-venta, 1 persona encargada de supervisar, 3 personas que entregan los pedidos y 1 gerente, dando un total de 32 colaboradores que forman parte de dicha entidad.

En el presente trabajo de investigación surge la necesidad de utilizar una herramienta web para solventar los procesos manuales con que en la actualidad la empresa BABALU S.A cuenta, dando cierta inconformidad por el retraso de pedidos así como en los registros de ventas y la manera en que los usuarios realizan dichos pedidos, de tal manera que se plantea la necesidad de incorporar una herramienta tecnológica que ayuda a optimizar los procesos antes mencionados.

2.1.2 Antecedentes referenciales

En el proyecto de titulación de Javier Alejandro Frías Navas (2012) que corresponde al DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA PLATAFORMA VIRTUAL DE VENTAS EN ESHOP DESIGN COMO ESTRATEGIA DE E-COMMERCE menciona que “pretende crear una plataforma virtual de ventas, en

la cual se reduzcan los malos imaginarios que la gente posee al realizar las transacciones en línea y tengan una completa información de los productos que van a adquirir” (Frías, 2012).

Por lo tanto, por medio de interfaces graficas e interactivas se ofrece al usuario, experiencias que no son comunes online, aquello se debe a la interacción que poseen las paginas al momento de realizar algún tipo de pedido, de tal manera que se logra visualizar el sitio web como si se estuviese realizando la actividad de algún juego (Frías, 2012).

En el proyecto de Cecilia Bunces, Helen Guerrero, Douglas Neira, Larry Suárez y Jorge Olaya (2003) dan a conocer su propuesta de negocios “denominada Pedidos Online, la misma que permitirá a los clientes personalizar los catálogos a nivel de producto y gestionar los pedidos en línea”.

El proyecto de investigación de los autores antes mencionados, tiene como objeto la comercialización y distribución de las prendas por catálogo a las empresas que se dedican a dicho tipo de eventos, mostrando un servicio que permitirá incrementar las ventas, así como el portafolio de clientela y de proveedores (Bunces, Guerrero, Neira, Suarez, & Olaya, 2003).

En el proyecto de titulación de Antonio Macian Ruíz (2012) DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL, menciona que “una aplicación Web desde la cual, una empresa pueda ampliar sus ventas mediante el comercio electrónico de manera fácil, rápida y sencilla” (Ruiz, 2012).

Con la opción de realizar las compras y los pedidos sin tener la necesidad de salir del domicilio, basta con una computadora conectada a internet, para poder visualizar los productos, consultar si así lo desean o adquirirlos.

Sin embargo, por parte de la tienda, el personal autorizado dispondrá de algún tipo de modificación de pedidos a través de la misma vía, es decir, se pondrá en contacto con el cliente que solicito el pedido según sea el caso, ya sea para confirmarlo, o para realizar algún tipo de promoción por la compra de determinado artículo de vestimenta (Ruiz, 2012).

Cada una de las referencias presentadas, han logrado ampliar la propuesta de la presente investigación, de tal forma que enriqueció substancialmente el diseño del mismo.

2.1.3 Conceptos técnicos

2.1.3.1 Aplicación web

Según el portal web QueesInfo (2016) “Una página web se define como un documento electrónico el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores. (Quees info, 2016)”

Figura 1. Página web



Fuente: <https://quieroun.files.wordpress.com/2012/05/pagina-web-definicion-y-estructura.png>

La página web, se considera como una unidad, siendo la recolección o el conjunto de páginas web, se las denomina sitio web, que tiene otros atributos como seguido de un nombre de dominio y un hosting. La creación de una página web tiene varias maneras, debido a que existen una gran cantidad de lenguajes de programación en intérpretes que facilitan su creación (Quees info, 2016).

2.1.3.2 Páginas web dinámicas y estáticas

La página web que se pretende realizar para el presente proyecto, es de tipo dinámica, ya que facilita la interacción con los usuarios.

Páginas web dinámicas

El portal web Creatiburón (2017) menciona que “Se construyen usando además otros lenguajes de programación como PHP que permiten programar en ellas aplicaciones para todo tipo de funciones” (Creatiburón, 2017).

Entre las ventajas que ofrece una página web dinámica se mencionan las siguientes a continuación:

- Las posibilidades de llegar al mercado son infinitas debido a que mediante la página web se puede hacer prácticamente lo que sea, desde lo más simple como página informativa, hasta una tienda online, haciendo reservaciones, avances, etc.
- Cuando se establece un nombre estratégico, este, se posiciona en los buscadores de google, mostrando como primera opción a las personas que usan el internet.
- Resulta más fácil añadir información o modificarla en cualquier momento, por ellos es importante contar con un buen gestor de contenido el cual permite dicha gestión incorporar, modificar o eliminar un nuevo contenido.
- La creación de una página web dinámica permite al usuario tener una mayor interacción con la misma (Creatiburon, 2017).

Páginas web Estáticas

En el portal web CEFIRE (2015) menciona que “una Web estática es aquella página enfocada principalmente a mostrar una información permanente, donde el navegante se limita a obtener dicha información, sin poder interactuar con la página web visitada (Cefire, 2015)”.

Las páginas web estáticas son informativas, es decir, el navegante no puede interactuar con la misma, solo se limita a obtener información de ella o visualizarla, es una información que se encuentra permanentemente en dicha página web (Cefire, 2015).

Para el presente proyecto de investigación, la página a usar es una página dinámica, debido a que el usuario tenga la posibilidad de interactuar con la misma.

2.1.3.3 Sistemas de información

En la actualidad, la mayoría de negocios, disponen de un sistema de información digital, es decir, los datos que eran ingresados manualmente en físico, ahora son ingresados por medio de una computadora, que a su vez realiza un análisis e

informes que ayudan a la toma de decisiones de la entidad en cuestión en son de una mejora (Kyocera, 2017).

Entre los elementos que forman parte del proceso son:

- Elemento humano
- Hardware y software
- Redes
- Procedimientos y datos.

El conjunto de dichos elementos conforma los sistemas de información, sin embargo, existe algunos que se nombran a continuación, entre los más relevantes:

- **Sistema de procesamiento de transacciones**
Constituyen la parte operacional de una empresa, en él se registran procesos rutinarios que se dan diariamente que consisten en el mejoramiento de la entidad.
- **Sistema de control de procesos de negocios**
Son los que se encargan de llevar el control y monitoreo de los procesos concernientes a la industria o físicos, por ejemplo, la refinación del petróleo.
- **Sistemas de colaboración empresarial**
Este tipo de sistemas son los más utilizados, debido a que los grandes ejecutivos hacen uso de él, porque les facilita la labor de llevar la información de manera controlada.
- **Sistemas de información de gestión**
Son las que se encargan de recopilar toda la información, analizarla y posteriormente tomar una decisión que facilite la gestión de la organización de la entidad.
- **Sistemas de apoyo a la toma de decisiones**
Es el que se encarga de resolver una problemática mediante toda la información que se encuentra en todos los ordenadores de la empresa, es de tipo organizacional y semiestructurada.
- **Sistemas de información ejecutiva**

Se encuentra toda la información de la empresa, y si se requiere, se puede adquirir la información de manera detallada tanto de la información interna, así como de la información externa de la entidad (Kyocera, 2017).

Se utilizará el sistema de información de gestión, debido a que la información recopilada es analizada y puesta en marcha para una toma de decisión de la entidad en cuestión.

2.1.3.4 Ciclo de vida de los sistemas

Según el portal web LIFEDER (2016) “el ciclo de vida de un sistema de información comprende todos los procesos que ocurren desde que nace la necesidad de un sistema hasta que surge otro que lo sustituye” (Lifeder, 2016).

Es decir, el ciclo de vida de los sistemas se refiere a todas las formas de desarrollo de un software, en dichos sistemas se toman en cuenta el personal humano, las herramientas tecnológicas y los métodos que se usan para la recopilación de la información.

Existen varios modelos de sistemas de información de los cuales se mencionan los siguientes:

- El modelo de cascada
- El modelo en espiral
- Modelo de programación extrema conocido como Extreme Programming
- Modelos basados en transformaciones
- RUP que significa Proceso unificado de desarrollo del software de Rational
- Modelos alternativos

Tomando en cuenta el proyecto de investigación, el modelo adecuado que se adapta es el modelo de cascada, por lo que se analiza una etapa, se la desarrolla y consecuentemente, una vez desarrollada la etapa, continua con la siguiente etapa.

El ciclo de vida de los sistemas de información siempre se vive actualizando e innovando en cuestión de información, se mencionan a continuación:

Investigación preliminar

Corresponde al primer paso en el cual se identifican las actividades, necesidades y los problemas relacionados con la organización del proyecto. También se toma en cuenta la reseña bibliográfica, así como algún tipo de entrevista según sea el caso, que se vaya a utilizar, tratando de seleccionar toda la información que sea útil para el proyecto.

Análisis de la información

Cuando el primer paso este completado, es decir, la investigación preliminar esté concluida, se procede a organizar toda la información recopilada que servirá para la siguiente fase que corresponde al diseño. Se pueden usar flujogramas o gráficos para optimizar y minimizar la información.

Diseño del nuevo sistema

Se basa en la etapa anterior, se diseña un nuevo sistema el cual dependerá del conocimiento que tenga el usuario, debido a que este, tendrá que familiarizarse con el contenido y los procedimientos utilizados en los mismos.

Desarrollo y documentación del nuevo sistema

En esta fase, se empieza a desarrollar el sistema, es decir, empieza la programación para desarrollar un nuevo software. Sin embargo, en ocasiones, se adquiere el programa, y cuando es ese el caso, solo se tiene que realizar la documentación del mismo, es decir, el manual de usuario.

Implementación del sistema de información

Corresponde a la fase práctica, en el cual se establecen pruebas para determinar su punto crítico y corregir cualquier anomalía que se presenta en dichas pruebas, antes de continuar con la siguiente fase. Se lo puede realizar de dos maneras, en paralelo o por partes.

Mantenimiento del sistema

Se la denomina como una fase continua, porque se trata de que el sistema esté en constante funcionamiento de manera que no arroje ningún error. Corresponde al uso del más de la mitad de los recursos del sistema, teniendo un tiempo de duración hasta que quede obsoleto (Lifeder, 2016).

2.1.3.5 Metodología para el desarrollo de aplicación web

Entre las metodologías más usadas para el desarrollo de aplicaciones web, a continuación, se nombran las más relevantes:

RMM. - Significa Relationship Management Methodology que corresponde al desarrollo de aplicaciones hipermedia, es decir, el análisis, su diseño y desarrollo. Dicho método se usa comúnmente para la programación orientada a objetos y cuando las clases están relacionadas entre ellas (Instituto Tecnico de Matehuala, 2014).

OOHDM. - Por sus siglas en inglés, Object Hypermedia Desing Method, corresponde al desarrollo de aplicaciones hipermedia, pero a diferencia el primero, este, lo realiza de manera compuesta y dividida en cuatro procesos (Instituto Tecnico de Matehuala, 2014):

- Diseño conceptual
- Diseño navegacional
- Diseño de interfaz abstracta
- Implementación

UML. - Basado en la programación a objetos, dicho método plantea un enfoque iterativo, debido a sus componentes, navegación, presentación y clases de manera dinámica, dicho proceso se divide en 4 actividades (Instituto Tecnico de Matehuala, 2014):

- Análisis de requisitos
- Diseño conceptual
- Diseño navegacional
- Diseño de presentación (Instituto Tecnico de Matehuala, 2014).

Para el presente proyecto de investigación se utilizará la programación orientada a objetos debido a que la página web necesita ser dinámica y es necesario que interactúe con los clientes, y las personas que acceden al sitio web.

2.1.3.6 Herramientas para el desarrollo y diseño de páginas web

Existen muchas aplicaciones que facilitan el desarrollo y diseño de una página web, la mayoría de ellas, ya se incluye la programación, es decir, el usuario solo

tendrá que incorporarlo que vea necesario a la página para que esta, se torne atractiva y funcional, a continuación se nombran algunas herramientas (Community Manager, Marketing de Contenidos, Blogs y SEO, 2017):

- **Sublime Text.** - Es un editor d código compatible con HTML, JavaScript, CSS, entre otros lenguajes. Sublime Text, presenta una interfaz amigable para el usuario, sin interrupciones para la programación, así como HTML, también utiliza etiquetas, es sumamente ordenando y usado por la mayoría de los diseñadores de páginas web en la actualidad.

Grafico 1. Logotipo de Sublime Text



Fuente: <https://cnpagencykeycdn-75c5.kxcdn.com/wp-content/uploads/st3.png>

- **Notepad++.** - Es similar a Sublime Text, este tipo de editor de código sustituye a aplicaciones como WordPress o Joomla. Lo que diferencia a Notepad++ es su sistema de sintaxis y coloreado, a medida de la utilización del lenguaje y códigos, la herramienta predetermina un juego de colores que resalta ante la vista humana, denotando la facilidad de encontrar errores de sintaxis o de programación.

Grafico 2. Logotipo de Notepad++



Fuente: <https://cdn.enterinit.com/wp-content/uploads/2017/01/15111214/Best-Notepad-Alternatives.jpg>

- **WordPress.** - Es una herramienta que utiliza plantillas predeterminadas, sin embargo, el usuario también puede crear sus propias plantillas personalizadas, debido a que WordPress ofrece muchas alternativas para que el diseñador pueda ir seleccionando la herramienta más vistosa y funcional para el sitio web en construcción. WordPress es una herramienta netamente de diseño con plantillas prediseñadas (Community Manager, Marketing de Contenidos, Blogs y SEO, 2017).

Grafico 3. Logotipo de WordPress



Fuente: <https://s.w.org/style/images/about/WordPress-logotype-alternative.png>

La herramienta web que usara en el presente proyecto es Wordpress, debido a su diversificación y personalización de plantillas determinadas a usar, es

compatible con la mayoría de los programas y de fácil manejo, se adapta a las necesidades y la implementación de la empresa BABALU S.A.

2.1.3.7 Herramientas case

Las herramientas CASE conocida por sus siglas en inglés como Computer Aided Software Engineering, abarcan un conjunto de aplicaciones informáticas que ayudan al desarrollo y productividad de un software, reduciendo su costo y tiempo. Sugiere una estructura que varía de acuerdo a la complejidad del proyecto que se piensa realizar, la cuales son de alto nivel, bajo nivel y de tipo cruzado implementado a lo largo del ciclo de vida del sistema (EcuRed, 2017).

Entre las herramientas Case más utilizadas se nombran a continuación:

- Erwin
- EasyCase
- Oracle Designer
- Power Designer
- System Architect
- SNAP

Todas las nombradas anteriormente corresponden al modelamiento de datos, a su construcción, a su diseño y estructura en cuanto al diseño de proyectos, costes del proyecto y la implementación de código (EcuRed, 2017).

Entre las herramientas case que se han nombrado, para el presente proyecto, no se usaran este tipo de instrumentos debido a que se necesita un modelamiento de datos optando por SQL Server.

2.2 Sitio Web

Para la elaboración de un sitio web, es necesario considerar algunas características, como qué tipo de página se desea crear, ¿para qué? y ¿por qué motivo? Una vez identificado los factores externos para el desarrollo de la página web, la estructura física encierra 6 etapas que se nombran a continuación (Verisign, 2014):

Primera etapa corresponde a la recopilación y aprendizaje, es decir, se trata de recolectar toda la información necesaria para la elaboración del sitio, así como tomar en cuenta los lenguajes de programación que se piensa utilizar para la construcción.

Segunda etapa es la planificación, es decir toda la información que se recopiló en la etapa uno, será de utilidad para:

- La creación del mapa sitio
- Decisión sobre las tecnologías requeridas
- Determinación de las resoluciones compatibles
- La creación de bocetos
- Y finalmente, la planificación

Tercera etapa corresponde al diseño, establecer la página de inicio, fotografías, videos audios, banner textos y demás elementos que se van a usar como primera portada para tratar de que el usuario quede impactado mediante la vista por el diseño del sitio con colores vistosos y fácil de manejar.

Cuarta etapa empieza el desarrollo del sitio, es decir el diseñador, tomara todos los elementos preseleccionados en la etapa anterior, para empezar a armar la página, creando un sitio visualmente atractivo y sobre todo funcional, haciendo uso de formularios u otros elementos que el diseñador vea conveniente.

Quinta etapa la Prueba, entrega y lanzamiento son propias del desarrollo del sitio web, como lo indica en su contexto, se realizan algunas pruebas para determinar que el sitio funcione correctamente y que cumpla con los estándares para la cual fue diseñada.

Sexta etapa, la de mantenimiento, es decir, cada cierto tiempo realizar un chequeo de la funcionalidad del sitio, sus elementos y demás características, comprobando de que funcione correctamente (Verisign, 2014).

2.2.1 Registro del dominio

El registro de dominios es el proceso de inscribir un nombre de dominio web para que esté disponible en la red y sea asequible a los usuarios de Internet. Todo dominio en Internet posee un número o dirección IP única, que se encuentra asociada a un servidor. Con la ayuda de un sistema de registro de dominios o

DNS (Domain Name Service) es posible registrar el nombre del dominio en la red con la dirección IP.

Los datos necesarios para registrar un dominio son:

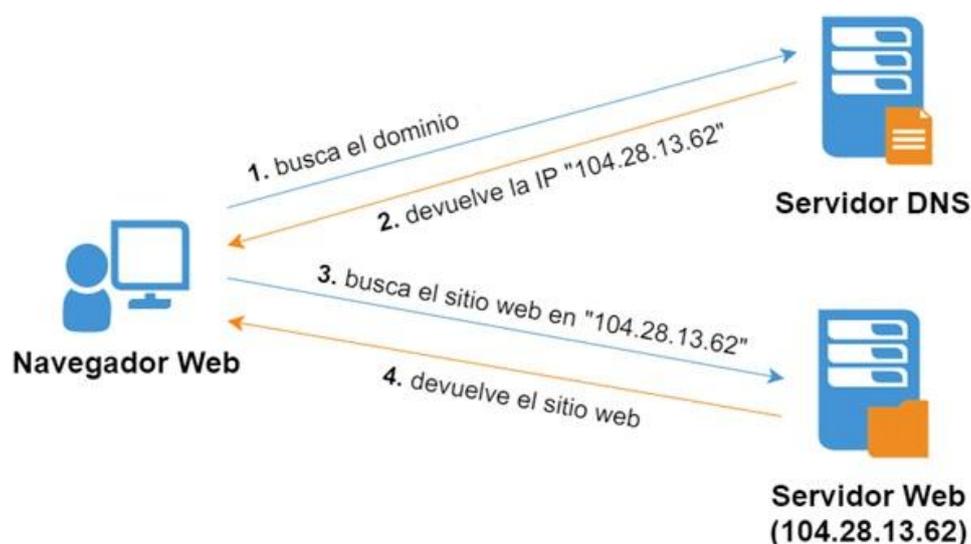
1. **Registrador oficial de dominios:** Empresa registradora oficial encargada de preservar los datos de los registros.
2. **Propietario del dominio:** Propietario y legítimo dueño por el periodo de registro.
3. **Contacto administrativo:** Administrador de los datos del dominio en favor del propietario.
4. **Contacto técnico:** Encargado del mantenimiento funcionamiento del sitio web.
5. **DNS (Domain Name Servers):** Muestra las direcciones IPs de los servidores (Cavsi, 2017)

Debido a que el dominio es un registro único, su registro es indispensable puesto que es la identidad de la corporación ante los usuarios de internet, además que es la manera de posicionar a la marca en las búsquedas realizadas por medio de páginas como Bing o Google.

2.2.2 Dominio

De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española (RAE), el dominio “es la denominación que identifica a un sitio en la red y que indica su pertenencia a una categoría determinada”. Sin embargo, el tener un dominio no significa que se pueda acceder de manera inmediata a la página web asociada al mismo. Este dominio se debe enlazar a una dirección IP, para que, al momento de ingresar dicho dominio, el navegador pueda traducirlo por medio del DNS y lo enlace al sitio (Alonso, 2016)

Figura 2. Dominio



Fuente: <https://cdn.miposicionamientoweb.es/wp-content/uploads/2017/10/sistema-de-nombres-de-dominio-DNS.png>

El dominio del presente proyecto será: www.babalusa.com.ec

2.2.3 Hosting

Como punto inicial se establece que la palabra *Hosting*, posee como significado la palabra “alojamiento”, y considerando su aplicación en el ambiente tecnológico, esto se refiere a un espacio en internet para que los usuarios puedan almacenar la información relacionada con sus sitios web, tales como videos, imágenes, datos de clientes, entre otros (HostingRed, 2017)

Este servicio que muchas empresas ofrecen se destina, en su mayoría, a las entidades que requieren mantener en constante actualización los datos de los productos o servicios que ofertan a sus clientes, durante las 24 horas del día con el fin de que revisen todas las características de sus requerimientos desde cualquier lugar y a cualquier hora.

Sin embargo, no solo se orienta a esta necesidad, sino que permite guardar todo tipo de datos o información como servicio de correos institucionales, bases de datos, aplicaciones, por lo que es una herramienta indispensable para todos aquellos usuarios que requieran almacenar por medio de un proveedor externo. Existen 3 tipos de hosting básicos detallados a continuación:

- **Hosting compartido:** Esta modalidad de hosting permite el acceso de múltiples usuarios a un mismo servidor, con la finalidad de almacenar sus

datos. Es una opción viable si se maneja un bajo presupuesto, puesto que, debido al volumen de usuarios registrados, sin embargo, es un poco inestable y posee alto nivel de riesgo con respecto a la seguridad de los datos (HostingRed, 2017).

- **Cloud Hosting:** Esta versión se considera nueva tecnología y se maneja en múltiples servidores en configuración de Cluster y permite migración en (HostingRed, 2017) caliente.
- **Hosting dedicado:** En esta modalidad de hosting, el cliente posee un espacio exclusivo en el cual, el 100% de los recursos son para el usuario o empresa que lo obtiene. (HostingRed, 2017)

Se utilizar un hosting con servidor en la nube, debido a estas características:

- Optimización en la red.
- Garantía ultrarrápida.
- Ofrece un dominio de por vida.
- Certificado SSL (Mochahost, 2018).

2.2.4 Diseño del sitio web

No solo es importante contar con un dominio web distintivo para la empresa o un hosting seguro y con múltiples características adaptables a las necesidades de la entidad, sino también, conseguir un diseño para el sitio web que atraiga al usuario y le brinde la información o los servicios que requiere, debido a que este es un punto más de comunicación entre la entidad y sus clientes, y puede marcar la diferencia con respecto a la imagen de la misma (Yeeply, 2015)

El diseño, debe ir acorde a las estrategias de marketing que la entidad maneja con el fin de que, se brinde la máxima experiencia de calidad al usuario. Por tal motivo, se requiere cumplir con los siguientes pasos:

- **Concepción de la idea:** La empresa o los encargados del área de creación para el sitio web deben conceptualizar la idea de la página, identificando sus características, lo que necesita que presente, y el orden.
- **Prototipo de tu página web:** Se requiere realizar un pequeño bosquejo del aspecto que se requiere que tenga el sitio web, el cual se puede

realizar en papel y lápiz, pues es solo una guía previa a la realización digital.

- **Mockup de la web:** En este punto se debe realizar un bosquejo más detallado, determinando en el título, el menú, el contenido y los demás elementos que conforman la página web.
- **Diseñador web:** En caso de que la empresa no cuente con un diseñador interno, este es el momento de contactar con un diseñador experto externo, con el fin de presentarle la idea central para realizar el diseño web. El analizará la idea y hará que el sitio tenga el mejor aspecto posible, analizando el estilo de letra, colores y tipos de imágenes.
- **Testing de la web:** En este paso, se probará el sitio web antes de ofrecerla al público con el fin de identificar los problemas existentes, armar una solución y ver que todo marche de acuerdo a lo planeado.
- **Análisis de la web:** En este punto final, se ofrecerán ideas de mejora para el sitio en caso de requerirlos y optimizando todos los aspectos del SEO de la web con el fin de obtener los primeros puestos de los buscadores (Yeeply, 2015)

2.2.5 Mantenimiento del sitio web

El mantenimiento del sitio web es un requisito fundamental para que pueda cumplir sus funciones durante largos periodos de tiempo, y varía de acuerdo al tamaño del mismo, a la cantidad de servicios que se ofrecen, el server donde esté alojado, la tecnología que se usó para crear el sitio, el diseño y sus características, entre otros factores, para garantizar que el sitio sea cómodo y sencillo de navegar y que la información es útil y relevante para el cliente. Entre los aspectos que se revisan en el mantenimiento están (NetCommerce, 2017):

- **Enlaces:** En el mantenimiento se debe garantizar que los archivos alojados en el sitio web funcionan correctamente, así como las estructuras y los directorios.
- **Software:** Se debe siempre mantener al tanto de las nuevas actualizaciones de las tecnologías que se utilizan en el sitio.
- **Contenido:** Es importante que la información del sitio esté actualizada: que tus datos de contacto sean correctos, lo mismo con la ubicación, agregar los nuevos productos o servicios, eliminar los productos que ya

se tiene o los servicios que ya no se ofrece, ofertas, promociones, cambios en los precios, entre otros.

- **Diseño:** También es importante que el diseño del sitio concuerde con la imagen de tu empresa, y que tenga estilos actuales (NetCommerce, 2017)

Para dar mantenimiento al sitio web, se procederá a realizarlo de manera quincenal, es decir, cada quince días, se dispondrá a realizar un seguimiento del sitio, para optimizarlo y corregir alguna anomalía en tal caso existiera.

2.2.6 Difusión del sitio web

La publicación de un proyecto puede venir acompañada por una gran cantidad de actividades para difundir el mismo y darle la mayor visibilidad posible. En esta fase es necesaria la mayor cantidad de publicidad por diferentes vías y aquellos que presentaran al público su sitio web deben tener en cuenta porque canales quieren difundirlo y con el presupuesto que cuentan (Portal Programas, 2016).

Es muy importante ir actualizando el portal web, es decir, cada vez que surja un acontecimiento, se vaya publicando periódicamente, de tal manera que se supere las expectativas proyectadas al inicio de la investigación.

También se considera factible si se explicara el proyecto web frente a los posibles clientes, mostrando lo atractivo del proyecto, los puntos fuertes, las ventajas formas en que se debe de desarrollar para posicionarse dentro de las primeras páginas del buscador de Google. No hay que olvidar que la publicidad es un medio por el cual subsiste el servicio, en este caso, la página web.

2.2.7 Seguridad y control

Una de estas acciones consiste en obtener un certificado de seguridad SSL, con este método se asegura que la información que las personas ven o introducen en la web se maneja de forma cifrada. Algunos datos que la gente introduce pueden ser: nombre de usuario, contraseñas, números de tarjeta, código pin, entre otros (Zitelia, 2017)

Sin embargo, existen otros puntos detallados a continuación:

- **Primer paso:** Una contraseña segura para aumentar la seguridad de una página web, puesto que tienen una administración a la que se accede por medio de usuario y contraseña para realizar cambios de contenidos,

entradas de blog y/o fotografías. Una contraseña compleja es el primer paso para aumentar la seguridad de una página web.

- **Segundo paso:** Actualizar el software para mejorar la seguridad de una página web con el fin de aplicar los últimos parches correspondientes. Si se usa un sistema de gestión de contenido (CMS tipo WordPress, Prestashop, etc.) o complementos en tu página web, se deben mantener estas herramientas y plugins actualizados con las últimas versiones.
- **Tercer paso:** Si se usa un sistema de gestión de contenido (CMS tipo WordPress, Prestashop, etc.) a veces traen el sistema de personalización de la dirección de acceso a la administración, aunque también hay módulos específicos que permiten ocultar la administración de la web y sistemas que hacen que a nivel interno no se pueda acceder.
- **Cuarto paso:** La política sobre seguridad y limpieza de páginas web comprometidas es un factor importante que tener en cuenta a la hora de escoger un proveedor de alojamiento. Es recomendable ponerse en contacto con el proveedor del alojamiento con el fin de informarse sobre cómo solucionan y eliminan los problemas de los sitios pirateados y conocer la asistencia que ofrecen.
- **Quinto paso:** Contrata profesionales webs solventes y con amplia experiencia que se encargue de reducir la probabilidad de que esto suceda, aproximándola lo más posible a cero (Zitelia, 2017).

Para llevar un control adecuado, es importante que la página web este desarrollada de acuerdo a lo planteado por el usuario respondiendo a ciertas interrogantes bases como: ¿Para qué?, ¿Por qué motivo?, de la creación de una página web, solo así, se establece la funcionalidad de la misma.

En cuanto a la seguridad, es necesario tomar las medidas pertinentes en cuanto a los procesos que realiza el portal web, así como proteger de los denominados “hackers”, es decir, salvaguardar la información personal de los usuarios, así como las transacciones que se realizan mediante la página web.

Por tal motivo se adaptará al proyecto en tema de seguridad y control de información por medio de un correo de verificación.

Sin embargo, para mejorar la seguridad en una página web se sugiere:

- Actualizar el software para evitar que sea vulnerable ante software malicioso.
- Es necesario ingresar al sitio web mediante contraseña de administración.
- Tener en cuenta un alojamiento adecuado para albergar la información, se recomienda tener la información en varios hostings, debido a que, si se tiene en un solo servidor, es propensa a grandes ataques.
- Tener acceso limitado, sobre todo si es un cliente.
- Es necesario cambiar la contraseña que viene por default en la CMS, debido a que los ataques son más propensos conociendo la contraseña inicial por software automatizados.
- Es necesario tener una extensión, sin embargo, se recomienda actualizarla para evitar vulnerabilidades.
- Es necesario realizar copias de seguridad, pero es importante elegir un medio adecuado para realizar dichas copias de seguridad.
- Se debe conocer los archivos de configuración del servidor porque permiten ejecutar reglas, mejorando la seguridad del sitio web.
- Instalar SSL para mejorar la seguridad, se debe encriptar la comunicación entre el servidor y el navegador para darle un plus al sitio en cuanto a seguridad.
- Los permisos son muy importantes en el sitio web, debido a que se estable las limitaciones del usuario a acceder hasta cierto punto de la información en cuestión (Desailly, 2015).

2.3 Sistema manejador de base de datos

El sitio web ECURED (EcuRed, 2017) se refiere a un “software que permite la definición de bases de datos; así como la elección de las estructuras de datos necesarios para el almacenamiento y búsqueda de los datos, ya sea de forma interactiva o a través de un lenguaje de programación”.

SQL Server

Es una herramienta correspondiente a la familia de Microsoft, que presenta una variedad de características necesarias para un rendimiento mejor y avanzado de los análisis de manera más completa e integrada. La base de datos está

diseñada para consultar, modificar, agregar o eliminar datos según crea conveniente el usuario. Cuando se quiere crea una base de datos no es necesario ser un programador experto debido a que se tiene una guía del mismo programa para proceder con la elaboración de los mismos.

Cuando se implementó SQL Server, se cambió los planes de plataforma de datos, debido a la tecnología actualizada de los servidores y sobre todo las instalaciones en la nube que se dio en la nueva versión de SQL Server 2016 (EcuRed, 2017).

Esta herramienta servirá para llevar el control de los pedidos, tanto cuando ingresan, así como los que se venden y adquieren los usuarios, de tal manera que, si se desea consultar sobre la cantidad de determinada prenda de vestir, el sistema arroje dicho número.

ORACLE

Como se menciona en PANDORAFMS (2016) “se destaca la abundancia de perfiles con experiencia en esta tecnología y la gran cantidad de herramientas que hay para su administración y monitorización” (Pandorafms, 2016).

Corresponde a una herramienta cliente/servidor que enmarca y globaliza toda la base de datos, se vende y se comercializa a nivel mundial debido a su gran potencia como producto de calidad, sin embargo, por su precio muy elevado, solo las grandes empresas y multinacionales optan por adquirirlo (Pandorafms, 2016).

IBM DB2

Como se menciona en PANDORAFMS (2016) “es claramente un indiscutible ganador en Mainframe. Hay perfiles profesionales para DB2 pero no tanto como para Oracle. Por otro lado, el perfil de DB2 Mainframe no tiene por qué saber moverse en DB2 linux/unix” (Pandorafms, 2016).

Siendo la segunda base de datos más usada por su rendimiento y estabilidad en el entorno de Linux, para los amantes de la plataforma madre o mayormente usada, no es muy amigable, por lo que descartan su uso a pesar de tener muchos beneficios entre ellos la migración de datos entre local y cloud (Pandorafms, 2016).

MySQL Server

El sitio web “ESEPE Estudio” menciona que (2005) “es un sistema de gestión o administración de bases de datos relacionales, que puede ejecutar muchas tareas simultáneamente con otras tareas y es accesible a muchos usuarios a la hora de obtener información que se encuentra almacenada”.

Entre sus características destacan:

- Software libre
- Licencia GNU/GPL
- Velocidad de accesibilidad a los datos
- Múltiples motores de almacenamiento
- Agrupación de transacciones, reuniendo múltiples transacciones de varias conexiones para incrementar el número de transacciones por segundo, etc.

Se utilizará el sistema de base de datos MySQL Server, debido a que es el que se usa mayormente por los programadores y es un motor de base de datos relacional y transaccional sin licencia.

2.4 Fundamentación legal

El aspecto legal sobre esta página web para la venta de productos de la empresa BABALU S.A., se rige a la ley de comercio electrónico que está vigente en el país por lo tanto no está fuera del margen de la ley y no mantendrá ningún tipo de problema al ser implementado por parte de la empresa para mejorar el desempeño y poder lograr el crecimiento deseado en sus ventas.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS ELECTRONICAS Y MENSAJES DE DATOS

Art. 1.- Incorporación de archivos o mensajes adjuntos. - La incorporación por remisión a la que se refiere el artículo 3 de la Ley 67, incluye archivos y mensajes incorporados por remisión o como anexo en un mensaje de datos y a cuyo contenido se accede indirectamente a partir de un enlace electrónico directo incluido en el mismo mensaje de datos y que forma parte del mismo.

La aceptación que hacen las partes del contenido por remisión deberá ser expresada a través de un mensaje de datos que determine inequívocamente tal aceptación. En el caso de contenido incorporado por remisión a través de un enlace electrónico, no podrá ser dinámico ni variable y por tanto la aceptación expresa de las partes se refiere exclusivamente al contenido accesible a través del enlace electrónico al momento de recepción del mensaje de datos.

Art. 2.- Accesibilidad de la información. - Se considerará que un mensaje de datos, sus anexos y remitidos, son accesibles para consulta posterior cuando se puede recuperar su contenido en forma íntegra en cualquier momento empleando los mecanismos y procedimientos previstos para el efecto, los cuales deberán detallarse y proporcionarse independientemente del mensaje de datos a fin de garantizar el posterior acceso al mismo.

Art. 3.- Información escrita.- Se entiende que la información contenida en un mensaje de datos es accesible para su posterior consulta cuando: a) Ha sido generada y puede ser almacenada en un lenguaje electrónico/informático y formato entendibles por las partes involucradas en el intercambio de información y sus respectivos sistemas informáticos de procesamiento de la información, pudiéndose recuperar su contenido y el de los remitidos o anexos correspondientes en cualquier momento empleando los mecanismos previstos y reconocidos para el efecto; y, b) Se puede recuperar o se puede acceder a la información empleando los mecanismos previstos al momento de recibirlo y almacenarlo, y que deberán detallarse y proporcionarse independientemente del mensaje de datos a fin de garantizar el posterior acceso al mismo.

Art. 10.- Elementos de la infraestructura de firma electrónica. - La firma electrónica es aceptada bajo el principio de neutralidad tecnológica. Las disposiciones contenidas en la Ley 67 y el presente reglamento no restringen la autonomía privada para el uso de otras firmas electrónicas generadas fuera de la infraestructura de llave pública, ni afecta los pactos que acuerden las partes sobre validez y eficacia jurídica de la firma electrónica conforme a lo establecido en la ley y este reglamento. Los principios y elementos que respaldan a la firma electrónica son: a) No discriminación a cualquier tipo de firma electrónica, así como a sus medios de verificación o tecnología empleada; b) Prácticas de certificación basadas en estándares internacionales o compatibles a los

empleados internacionalmente; c) El soporte lógico o conjunto de instrucciones para los equipos de cómputo y comunicaciones, los elementos físicos y demás componentes adecuados al uso de las firmas electrónicas, a las prácticas de certificación y a las condiciones de seguridad adicionales, comprendidas en los estándares señalados en el literal b); d) Sistema de gestión que permita el mantenimiento de las condiciones señaladas en los literales anteriores, así como la seguridad, confidencialidad, transparencia y no-discriminación en la prestación de sus servicios; y, e) Organismos de promoción y difusión de los servicios electrónicos, y de regulación y control de las entidades de certificación (Republica del Ecuador, 2002).

LEY DEL SOFTWARE LIBRE

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

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

Estos programas de computación tienen las siguientes libertades:

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

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

Art. 4: Se faculta la utilización de software propietario (no libre) únicamente cuando no exista una solución de software libre que supla las necesidades requeridas, o cuando esté en riesgo de seguridad nacional, o cuando el proyecto informático se encuentre en un punto de no retorno (Congreso Nacional, 2007).

LEY ORGÁNICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Art 1. Principio de Publicidad de la Información Pública.

Toda la información que emane o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONGs), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública, salvo las excepciones establecidas en esta Ley (Congreso Nacional, 2007).

Art. 147.- Acceso al código fuente. - Las entidades contratantes del sector público deberán poner a disposición del público, a través del sistema de Información de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales, el código fuente del software de código abierto contratado o desarrollado.

Se podrá mantener en reserva el código fuente del software contratado o desarrollado por instituciones públicas en los siguientes casos:

- a) Por razones de seguridad nacional;
- b) Por pertenecer a sectores estratégicos; y,
- c) Por considerarse por parte del ente de regulación en materia de gobierno electrónico la existencia de componentes críticos dentro del código, conforme la normativa vigente y lo que determine el reglamento de este código.

En estos casos, en procura de salvaguardar el principio de transparencia y acceso, el código fuente de la versión inmediata anterior será accesible de forma restringida conforme las condiciones que el ente de regulación en materia de gobierno electrónico establezca para el efecto.

Art. 148.- Prelación en la adquisición de software por parte del sector público. - Para la contratación pública relacionada a software, las entidades contratantes del sector público deberán seguir el siguiente orden de prelación:

1. Software de código abierto que incluya servicios de desarrollo de código fuente, parametrización o implementación con un importante componente de valor agregado ecuatoriano;
2. Software en cualquier otra modalidad que incluya servicios con un componente mayoritario de valor agregado ecuatoriano;
3. Software de código abierto sin componente mayoritario de servicios de valor agregado ecuatoriano;
4. Software internacional por intermedio de proveedores nacionales; y,
5. Software internacional por intermedio de proveedores extranjeros.

En caso no sea posible por el órgano público o pertinente la adquisición o desarrollo de software de código abierto con servicios, con un importante componente de valor agregado ecuatoriano, el órgano público involucrado en la adquisición deberá justificar la adquisición de otras tecnologías de otras características ante el ente de Regulación en materia de Gobierno Electrónico que determine el Presidente de la República mediante reglamento (Congreso Nacional, 2007)

CAPITULO III

3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Diseño de la Investigación

Como diseño de la investigación se consideran los siguientes métodos como necesarios para su desarrollo y la elaboración del presente proyecto, debido al problema que se vive diariamente en la empresa BABALU S.A en la ciudad de Guayaquil, como es un problema palpable y visible se tomaran los estudios investigativos pertinentes, los cuales se mencionan en el siguiente punto.

3.2 Tipos de Investigación

El tipo de investigación aplicado para el presente documento tendrá un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, el cual se verá reflejado en la obtención de datos sobre la percepción de los trabajadores de la empresa BABALU S.A ubicada en Guayaquil y los datos estadísticos, al analizarlos en porcentajes para su fácil comprensión

Es un estudio transversal, debido a que se presenta de una manera observacional y descriptiva, pues ayudará a medir el proceso que se maneja en la empresa BABALU S.A

3.3 Investigación exploratoria

Este método se aplica al momento de recolectar datos relevantes directamente de la fuente de la problemática de estudio con el fin de determinar las causas y consecuencias que presenta y si estas son consistentes con los datos descritos. El estudio se considera exploratorio debido a que se preguntará directamente a la población de estudio sobre sus preferencias con respecto al manejo de una herramienta web en las empresas antes mencionada (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991)

3.4 Investigación descriptiva

Esta metodología se basa en el estudio de las diversas variables que interactúan dentro de un fenómeno específico con el fin de analizar la dinámica que efectúa los resultados encontrados. El presente estudio se considera descriptivo, pues se detallará el nivel de formalidad en la cual las empresas que se dedican a la

venta de ropa online manejan las herramientas administrativas necesarias para mejorar su gestión (Briones, 1996)

En el proyecto se establecieron las variables que se establecieron en la investigación científica tomando en cuenta las referencias cuantitativas del proceso que se realizó en las encuestas.

3.5 Investigación de Campo

Para determinar las variables, se emplea la investigación de campo, ya que serán objeto de estudio por medio de las técnicas y estadísticas en forma descriptiva,

Es fundamental analizar la problemática en el sitio, es decir, conocer las deficiencias y necesidades de la empresa BABALU S.A. para poder determinar algún tipo de solución mediante la recopilación de información 100% acertada.

3.6 Investigación bibliográfica-documental

Se realizará consultas de documentos, con el objetivo de recaudar información relacionada al tema objeto de estudio con la finalidad de establecer los respectivos respaldos bibliográficos.

Para respaldar la investigación y validarla, se la realizo mediante libros, biblioteca online, blog, artículos digitales y sitios web necesarios para documentarla y seleccionar solo la que tiene más relevancia.

3.7 Población y Muestra

3.7.1 Población

Según el último censo que se realizó en Guayaquil el 28 de noviembre del 2010, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la población es de (Alcaldia de Guayaquil, 2018) 2'350.915 habitantes:

Tabla 1. Censo de noviembre del 2010

Habitantes	Zonas
2'350.915	Urbana 2'278.691 hab. Rural 72.224 hab.

Fuente: INEC

Población entre hombres y mujeres en Guayaquil según El INEC en el censo del 2010:

Tabla 2. Censo por genero del 2010 según el INEC

Genero	Cantidad
Hombres	1'158.221
Mujeres	1'192.694

Fuente: INEC

Para el presente proyecto de investigación se tomará en cuenta a la población de mujeres según el rango de edades entre 15 a 64 años, siendo esta cifra 1'473.336 habitantes como se muestra a continuación:

Tabla 3. Censo según rango de edades según el INEC

Rango de edades	Cantidad
0 – 4 años	676.842
15 – 64 años	1 473.336
65 – 100 años	136.577

Fuente: INEC

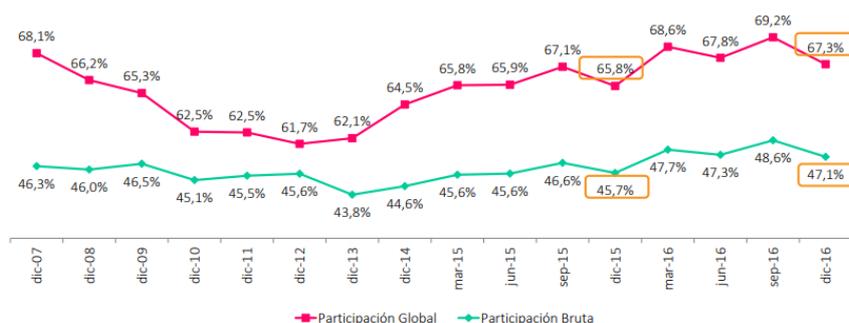
La población de mujeres es de 1 192.694 habitantes, siendo el 50.73% de la población total, mientras que por rango de edades de mujeres entre 15 a 64 años es de 747.470 habitantes. La población económicamente activa en el Ecuador es DEL 47.1% según la base de datos del INEC del año 2018, lo que significa que la población objetivo del presente proyecto es de 352.058 habitantes (Inec, 2018):

Figura 3. Tasa de participación Bruta y Global

Variación estadísticamente significativa

Evolución de la Participación Bruta y Global: Total nacional

En diciembre 2016, la tasa de participación global y participación bruta se ubicaron en **67,3%** y **47,1%** respectivamente, las diferencias son estadísticamente **significativas**.



Tasa de Participación Bruta= Población Económicamente Activa(PEA) /Población Total(PT)
Tasa de Participación Global= Población Económicamente Activa(PEA) /Población en Edad de Trabajar(PET)

Fuente: INEC

Figura 4. Matriz de segmentación

Población de Guayaquil	2'350.915
Mujeres	1'192.694
Edad: (15-64)	50.73%
PEA	47.1%
Población Objetivo	352.058

Fuente: INEC

Elaborado por: Robert Rodríguez

3.7.2 La Muestra

La muestra representa una parte de la población objetivo, mediante una formula específica, la cual contiene algunas variantes, fijas y variables, se realiza el respectivo cálculo y se obtiene la muestra, la cual servirá para las encuestas.

Tabla 4. Variables para el cálculo de la muestra

VARIABLES PARA EL CALCULO			
n/c=	95%		
z=	1,96	n=	338.116,50
p=	0,50		881,10
q=	0,50		
N=	352.058	n=	384
e=	5%		
n=			

Elaborado por: Robert Rodríguez

Como se presenta en la tabla anterior, la muestra es de 384, lo que significa que esa cantidad será usada para la realización de las encuestas.

3.8 Técnicas e Instrumentos de Investigación

Entre las técnicas de recolección de datos que se utilizarán, están:

La observación

Observación Directa:

Se utilizará al momento de constatar los problemas descritos acudiendo al lugar de los hechos, para que de acuerdo a esta técnica se pueda establecer una opinión personal de los acontecimientos, de modo que puedan ser

complementados con los criterios de los segmentos antes mencionados.

Observación Indirecta:

Zulay Nelly menciona en su blog que (Zulay, 2017) “consiste en tomar datos del sujeto(s) a medida que los hechos se suscitan ante los ojos del observador, quien desde luego podría tener algún entrenamiento a propósito de esa actividad”, tomando en cuenta a los trabajadores terciarios de la empresa BABALU S.A que actuaron como observadores indirectos (Zulay, 2017).

3.9 Entrevista

(Concepto de entrevista, 2017) “es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar” (Concepto de entrevista, 2017).

La entrevista es recíproca, y se refiere a que el entrevistado tiene la facilidad de conversar libremente con el entrevistador, donde el entrevistador realizo previamente un listado de preguntas relevantes para la investigación, las cuales serán respondidas por el entrevistado de manera libre, debido a que se tratan de preguntas abiertas y Se la realizara al dueño de la empresa BABALU S.A.

3.10 Encuesta

La encuesta es una herramienta muy confiable que se emplea de forma representativa para lograr un determinado concepto, por medio del tamaño de la muestra referente a la población que interviene en la investigación a realizar

Será la principal técnica utilizada en este trabajo investigativo, ya que se acopla fácilmente, es breve y muy útil para determinar un criterio bastante acertado de la opinión de la muestra.

3.10.1 Instrumentos:

Fichas de Observación Directa:

CRITERIO	OBSERVACIÓN
<i>Frecuencia con que se realizan compras por catalogo</i>	
<i>Tendencias de moda de ropa por catalogo</i>	
<i>Finalidad con que se adquiere vestimenta por catalogo</i>	
<i>Compras de ventas por catalogo</i>	
<i>Criterios de diseño web para la venta de ropa por catalogo</i>	
<i>Beneficios de ventas online</i>	

Elaborado por: Robert Rodríguez

3.11 Procedimiento de la Investigación:

El proceso de investigación se realizara en base a las técnicas usadas como la encuesta, las cuales se las analizara de la siguiente manera:

- **Tabulación y distribución de la información:** Este paso se realizará conociendo el tamaño de la población de estudio, y considerando en porcentajes su opinión de acuerdo a las respuestas obtenidas por medio de la encuesta.
- **Interpretación gráfica de resultados:** Al convertir los datos obtenidos en porcentajes ajustados al total de la población examinada, esta será convertida en gráficos que los representen con el fin de mostrar de manera visual la opinión de los encuestados.
- **Análisis de los resultados:** El análisis se realizará considerando las respuestas con el entorno investigado para dar una mayor perspectiva sobre la situación actual de la gestión que se realiza en la empresa BABALU S.A (Arias, 2010).

3.12 Presupuesto Económico:

Detalle de lo que se va a utilizar relacionado con materiales de oficina, transporte, luz, etc.

3.12.1 Hardware

Tabla 5. Descripción del hardware

Cantidad	Equipo	Valor Unitario	Valor Total
1	Computador central Core i7	\$1200,00	\$1200,00
3	Computador básico Core i3	\$400,00	\$1200,00
1	Router 10/100 Tp-Link	\$50,00	\$50,00
1	Cable UTP 100m	\$0,45	\$45,00
Total			\$2.495,00

3.12.2 Software

Tabla 6. Descripción del hardware

Cantidad	Programa	Valor Unitario	Valor Total
4	Licencias de Windows 10	\$180,00	\$720,00
4	Google Chrome	\$0,00	\$0,00
1	Dominio (.com)	\$48,00	\$48,00
1	Hosting	\$116,00	\$116,00
1	Notepad++	\$0,00	\$0,00
Total			\$884,00

3.12.3 Personal

Tabla 7. Personal especialista del software

Cantidad	Especialista	Valor Unitario	Valor Total
1	Analista de Sistemas	\$0,00	\$0,00
1	Programador junior	\$500,00	\$500,00
Total			\$500,00

3.12.4 Personal

Tabla 8. Personal especialista del hardware

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Hardware	\$2495,00	\$2495,00
1	Software	\$884,00	\$884,00
1	Personal	\$500,00	\$500,00
Total			\$3.879,00

CAPITULO IV

4 LA PROPUESTA

4.1 Análisis de los resultados

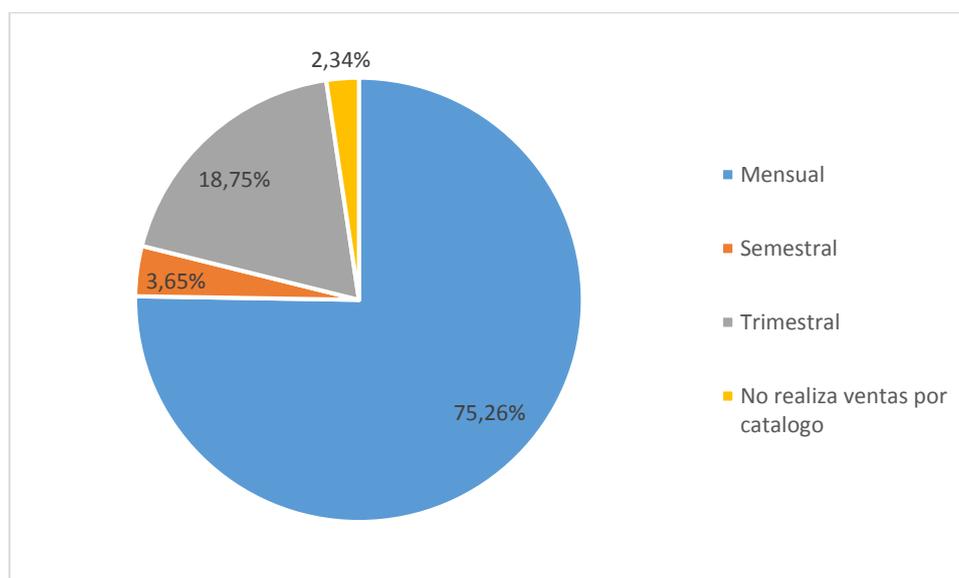
1. ¿Indique que tan frecuentemente hace compras por catálogo?

Tabla 9. Frecuencia para realizar ropa por catalogo

Opción	Cantidad	Porcentaje
Mensual	289	75,26%
Semestral	14	3,65%
Trimestral	72	18,75%
No realiza ventas por catalogo	9	2,34%
Total general	384	100,00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 5. Frecuencia para realizar ropa por catalogo



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 75% de los encuestados mencionaron que realiza compras por catálogo de manera mensual, el 18% lo realiza de manera trimestral, el 3% semestral mientras que el 2% no realiza compras por catálogo.

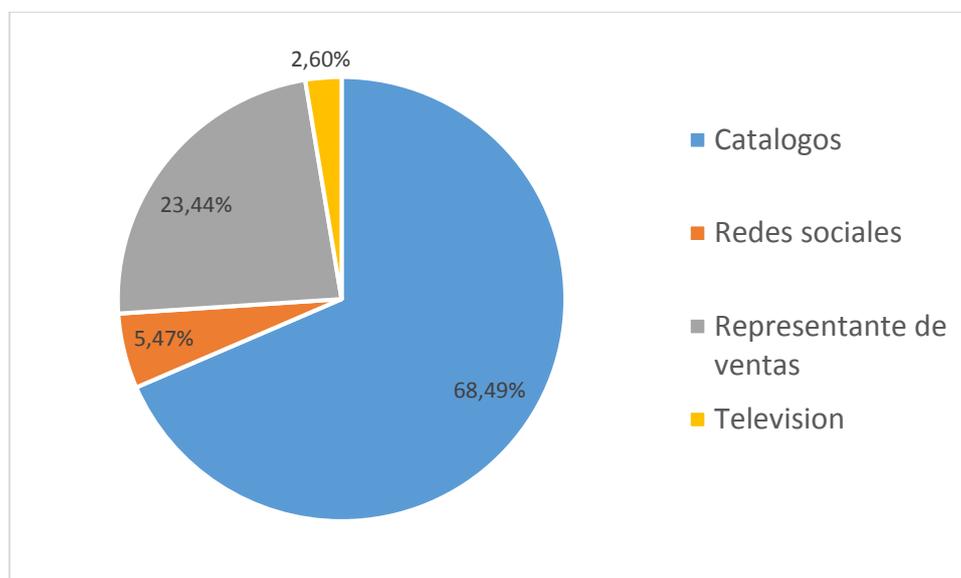
2. ¿Por qué medios Ud. se entera sobre las tendencias y la moda en venta de ropa por catálogo?

Tabla 10. Medios por lo cual se sobre la venta de ropa por catalogo

Opción	Cantidad	Porcentaje
Catálogos	263	68,49%
Redes sociales	21	5,47%
Representante de ventas	90	23,44%
Televisión	10	2,60%
Total general	384	100,00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 6. Medios por lo cual se sobre la venta de ropa por catalogo



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 68% de los encuestados mencionaron que reciben información sobre las tendencias de moda únicamente en los catálogos, el 23% se entera mediante los representantes de ventas, el 5% lo hace mediante el acceso de las redes sociales, mientras que solo el 2% se entera por medio de la televisión.

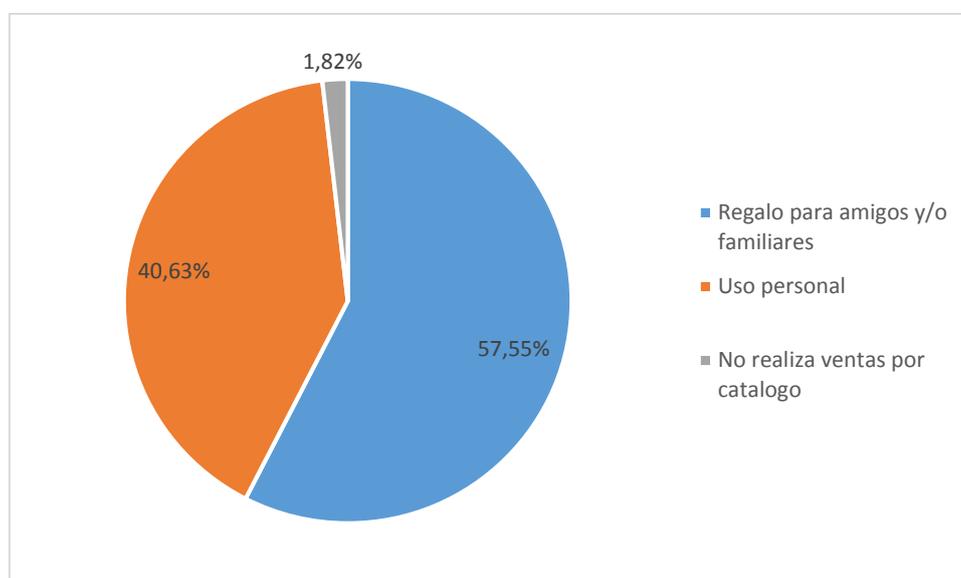
3. ¿Con que finalidad usted realiza compra de ropa por catálogos?

Tabla 11. Motivos por el cual se realizan comprar de ropa por catálogos

Opción	Cantidad	Porcentaje
Regalo para amigos y/o familiares	221	57,55%
Uso personal	156	40,63%
No realiza ventas por catalogo	7	1,82%
Total general	384	100,00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 7. Motivos por el cual se realizan comprar de ropa por catálogos



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 57% de los encuestados mencionaron que no realiza ventas por catálogo, el 40% opina que realiza comprar para uso personal, mientras que el 1% lo hace como medios para obsequio hacia un amigo o familiar.

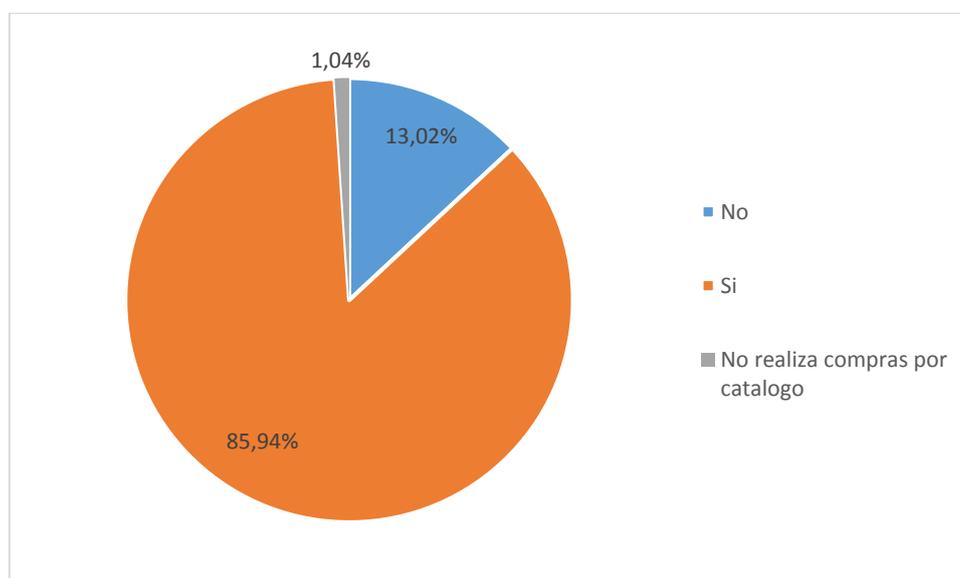
4. Al momento de realizar compras por catálogo, ¿Ha presentado inconvenientes?

Tabla 12. Inconvenientes al momento de comprar ropa por catalogo

Opción	Cantidad	Porcentaje
No	50	13.02%
Si	330	85.94%
No realiza compras por catalogo	4	1.04%
Total general	384	100.00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 8. Inconvenientes al momento de comprar ropa por catalogo



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 85% de los encuestados se refirieron a que si se tiene inconvenientes en la compra por catálogo, el 13% menciona que no ha presentado problemas al momento de solicitar una compra por catálogo, mientras que el 1% opino que no realiza compras por catálogo.

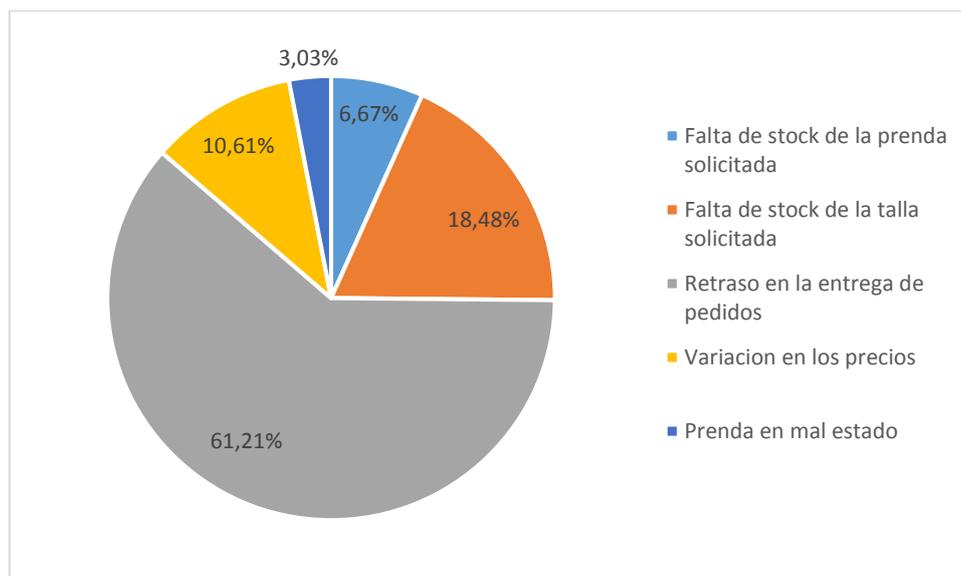
5. En caso de responder positivamente a la pregunta 4, continuar con la encuesta, ¿Al momento de realizar compras de ropa por catálogo que inconvenientes ha tenido?

Tabla 13. Inconvenientes al momento de realizar comprar por catalogo

Opción	Cantidad	Porcentaje
Falta de stock de la prenda solicitada	22	6,67%
Falta de stock de la talla solicitada	61	18,48%
Retraso en la entrega de pedidos	202	61,21%
Variación en los precios	35	10,61%
Prenda en mal estado	10	3,03%
Total general	330	100,00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 9. Inconvenientes al momento de realizar comprar por catalogo



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 61% de los encuestados mencionaron el retraso en la entrega de pedidos, el 18% sobre la falta de stock de la talla solicitada, el 10% en la variación en los precios, el 6% en las prendas en mal estado, mientras que solo el 3% en la falta de stock de la prenda solicitada.

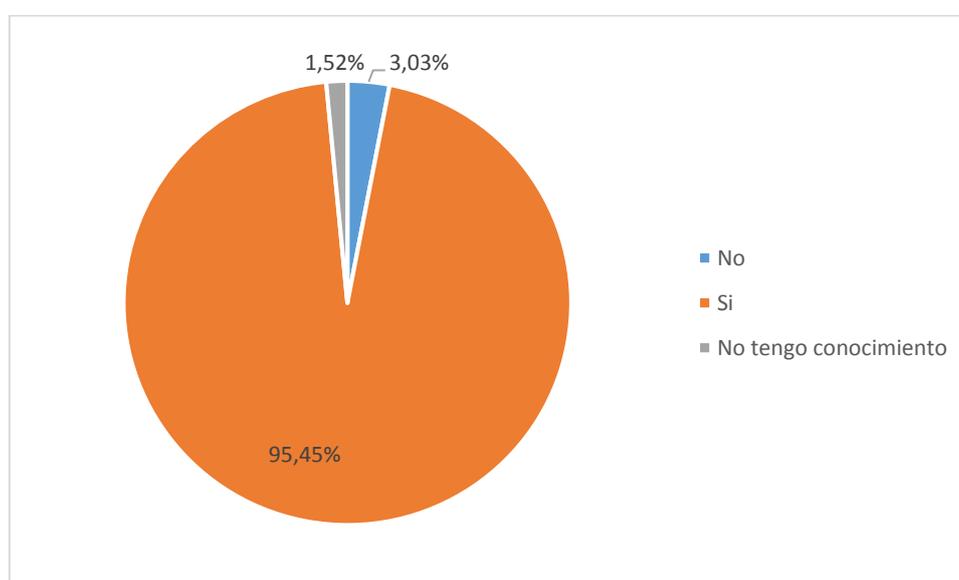
6. ¿Está de acuerdo que el diseño de una página web ayudaría a mejorar gestión de las ventas?

Tabla 14. Diseño de una página web mejoraría la gestión de ventas

Opción	Cantidad	Porcentaje
No	10	3,03%
Si	315	95,45%
No tengo conocimiento	5	1,52%
Total general	330	100,00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 10. Diseño de una página web mejoraría la gestión de ventas



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 95% de los encuestados se refirieron a una afirmación, es decir, que la inclusión de una página web ayudaría a mejorar la gestión de ventas en la entidad, el 3% no estuvo de acuerdo, mientras que solo un 1% no tuvo conocimiento frente a la pregunta planteada.

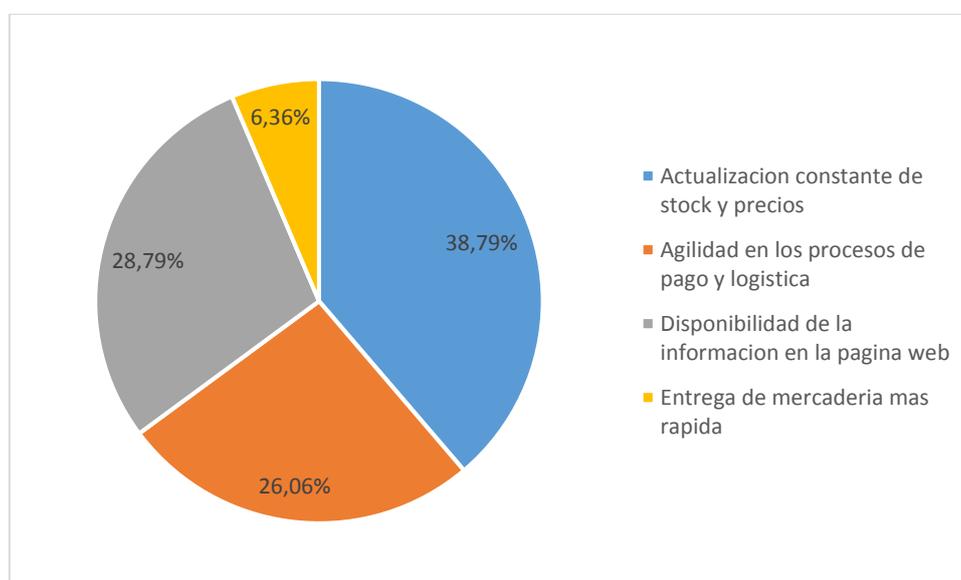
7. De los siguientes beneficios ¿Cuáles considera beneficiosos para la venta online en la empresa BABALU S.A.?

Tabla 15. Beneficios que presentaría al momento de realizar ventas online

Opción	Cantidad	Porcentaje
Actualización constante de stock y precios	128	38,79%
Agilidad en los procesos de pago y logística	86	26,06%
Disponibilidad de la información en la página web	95	28,79%
Entrega de mercadería más rápida	21	6,36%
Total general	330	100,00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 11. Beneficios que presentaría al momento de realizar ventas online



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 38% de los encuestados mencionaron la constante actualización del stock y precios, el 28% se inclinó por la disponibilidad de la información en la página web, un 26% a la agilidad en los procesos de pago y logística, mientras que el 6% opinó sobre la entrega, la cual será más rápida.

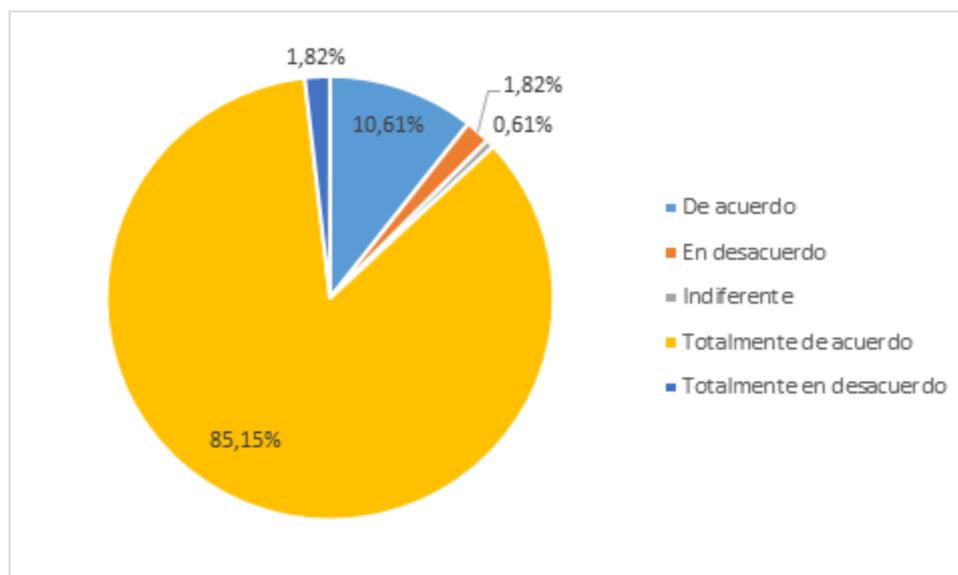
8. ¿Ud. Considera que con la incorporación de las ventas online permitirán aumentar la participación en el mercado de la empresa BABALU S.A.?

Tabla 16. Ventas online permiten aumentar la participación en el mercado de la empresa

Opción	Cantidad	Porcentaje
De acuerdo	35	10,61%
En desacuerdo	6	1,82%
Indiferente	2	0,61%
Totalmente de acuerdo	281	85,15%
Totalmente en desacuerdo	6	1,82%
Total general	330	100,00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 12. Ventas online permiten aumentar la participación en el mercado de la empresa



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 85,15% y el 10,61% de los encuestados mencionan estar totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente en que las ventas online permitirán aumentar la participación en el mercado, por otro lado, el 1,82 % mencionaron estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, mientras que el menos del 1% opinaron estar indiferentes frente al tema planteado.

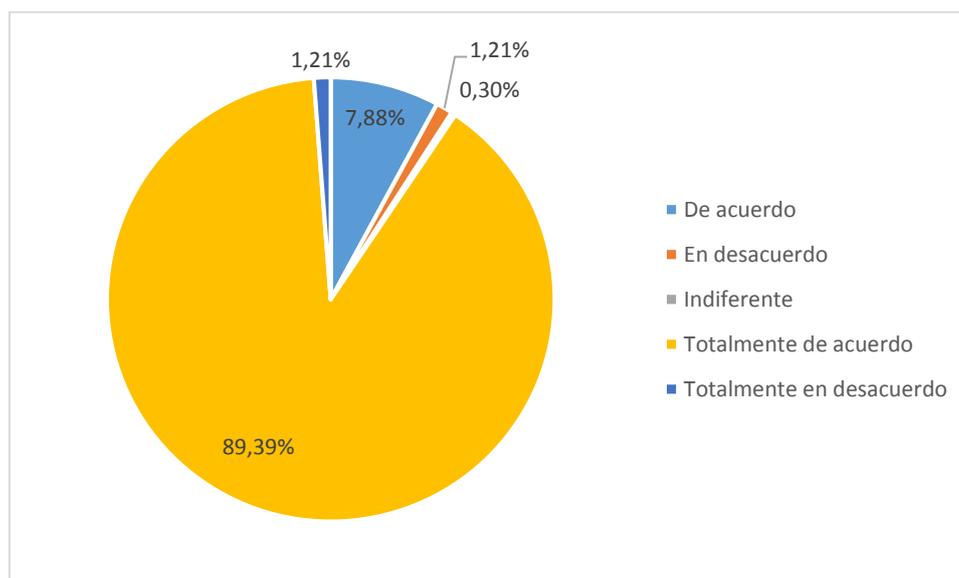
9. ¿Considera que el diseño de una página web reducirá costos para la entidad al reducir la inversión en impresión de catálogos?

Tabla 17. Diseño de una página web reduciría costos para la entidad en inversión de impresión de catálogos

Opción	Cantidad	Porcentaje
De acuerdo	25	7,58%
En desacuerdo	5	1,52%
Indiferente	3	0,91%
Totalmente de acuerdo	292	88,48%
Totalmente en desacuerdo	5	1,52%
Total general	330	100,00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 13. Diseño de una página web reduciría costos para la entidad en inversión de impresión de catálogos



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 89% y el 7.88% de los encuestados mencionan estar totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente en que el diseño de una página web reduciría los costos en cuanto a la inversión generada por la impresión de los catálogos, por otro lado, el 1% mencionaron estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, mientras que el menos del 1% opinaron estar indiferentes frente al tema planteado.

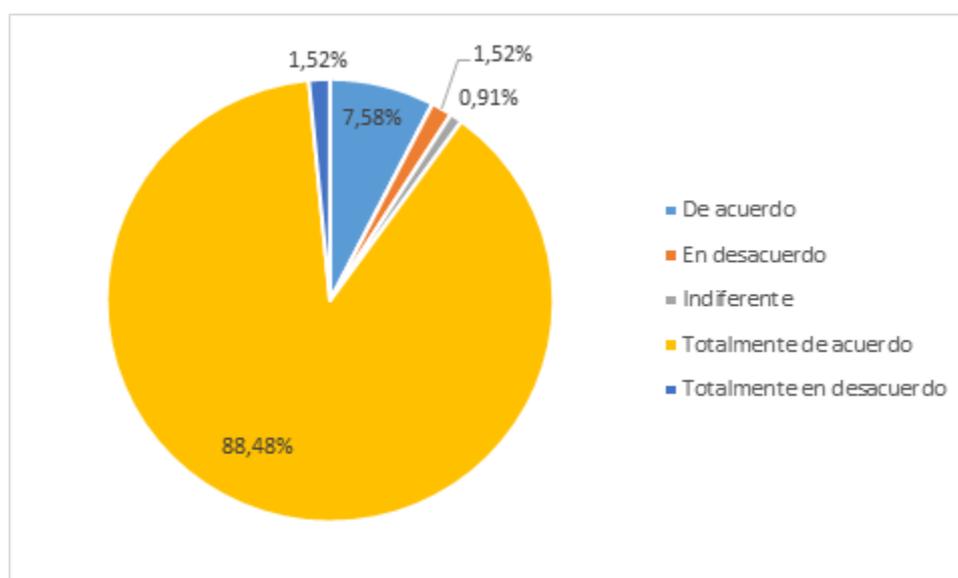
10. ¿La digitalización del catálogo de la empresa permitirá una mejor gestión de las representantes de ventas con sus clientes?

Tabla 18. Digitalización de catálogo permitirá la gestión de representantes de ventas para clientes

Opción	Cantidad	Porcentaje
De acuerdo	25	7,58%
En desacuerdo	5	1,52%
Indiferente	3	0,91%
Totalmente de acuerdo	292	88,48%
Totalmente en desacuerdo	5	1,52%
Total general	330	100,00%

Elaborado por: Robert Rodríguez

Figura 14. Digitalización de catálogo permitirá la gestión de representantes de ventas para clientes



Elaborado por: Robert Rodríguez

El 84% y el 7% de los encuestados mencionan estar totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente en que la digitalización del catálogo permitirá realizar una mejor gestión de ventas en beneficio de los clientes, por otro lado, el 1% mencionaron estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, mientras que el menos del 1% opinaron estar indiferentes frente al tema planteado.

4.2 Descripción de la Propuesta

Las empresas distribuidoras de ropa como BABALU S.A., en los últimos años han empezado a implementar sitios web para mejorar su gestión de ventas e incrementar sus ingresos económicos publicitando los productos de manera masiva mediante la web. Por lo tanto, la implementación de un sistema web con un carrito de compra para realizar pedidos a BABALU S.A. es de suma importancia debido que ayudará a mejorar el servicio para los clientes y a la vez a los dueños ya que incrementara las ganancias debido a que tendrán aumento en los pedidos porque les ahorrará tiempo a los clientes poder gestionar el pedido por internet.

4.2.1 Información general del Sitio web

Con las nuevas herramientas que oferta la tecnología se puede lograr automatizar procesos facilitándole a los usuarios de estos un mejor servicio y haciéndole sentir satisfechos; por lo tanto cubrir la necesidad de comunicación entre cliente – proveedor es esencial en el proceso de realizar un pedido en la empresa BABALU S.A., debido que los clientes para solicitar un pedido deben acudir a la instalaciones que se encuentran en Duran, a muchos de los clientes se les dificulta el traslado a ese cantón lo que genera un nivel óptimo de ingresos económicos deseados, pero con la implementación de un sitio web donde pueda realizar su pedido le ahorra el tiempo de acudir a las instalaciones y recibir el pedido en la comodidad de su hogar.

El diseño que va a tener el sitio web va desglosado en varias secciones, donde va estar estipulado información de la empresa como días de atención y horarios; los productos que se encuentran disponible, la sección para hacer los pedidos y como toda página tradicional una sección de contacto; a continuación se muestra de manera más detallada:

Sitio web BABALU S.A.		
Sección	Contenido	Descripción
Inicio	Resumen de secciones del sitio web	Portada del sitio web
Negocio →	Visión y Misión	Visión y Misión de la empresa
	Nosotros	Quien es la empresa
	Estructura	Organigrama de la empresa
Servicios →	Registro cliente	Formulario para crearse un usuario
	Login	Inicio de sesión
	Pedido	Para que el cliente realice el pedido
	Productos	Puede visualizar y escoger lo que desea
Galería	Fotos e imágenes	Galería de fotos de la empresa
Contáctenos		Contarse para mayor información

4.3 Determinación de Requerimientos

4.3.1 Hardware

Cantidad	Equipo	Ubicación
1	Computador central Core i7	Rack
3	Computador básico Core i3	Ventas
1	Router 10/100 Tp-Link	Rack
1	Cable UTP 100m	Rack

4.3.2 Software

Cantidad	Programa	Detalles
4	Licencias de Windows 10	Para los computadores de la empresa
4	Google Chrome	Navegador para abrir el sitio web
1	Dominio (.com)	Dominio para página web comercial
1	Hosting	Servidor web Linux

4.3.3 Personal

Cantidad	Especialidad	Etapa
1	Analista de Sistemas	Análisis
1	Analista de Sistemas	Diseño
1	Programador junior	Desarrollo
1	Analista de Sistemas	Capacitación
1	Analista de Sistemas	Implementación

4.4 Beneficios de la Propuesta

Al momento de que este diseño de propuesta de la página web para la empresa BABALU S.A., sea aceptada para implementar se verán reflejados una serie de beneficios para los clientes como para la empresa por lo tanto el valor del costo tiene que ser tomado como una inversión.

- Ahorro de tiempo para los clientes
- Ahorro de papel en los pedidos
- Mejora en la atención al cliente
- Evitar pérdidas de los pedidos
- Aumento en los ingresos económicos para la empresa
- Mejor desenvolvimiento de los trabajadores

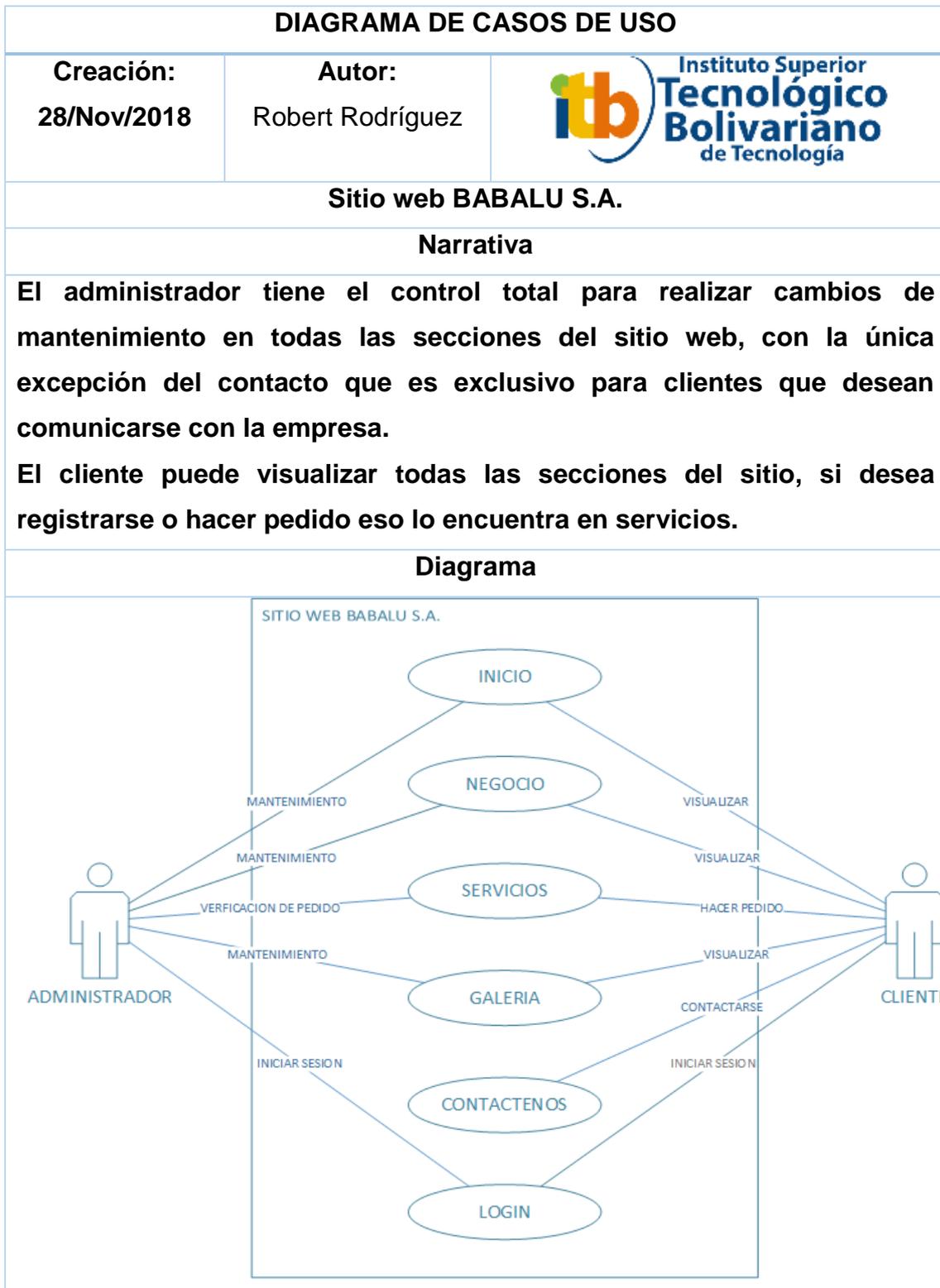
4.5 Diseño de la Propuesta

4.5.1 Diagrama de Caso de Uso

Nomenclatura

Símbolo	Descripción
	Actor
	Caso de Uso
	Flujo de datos (Asociación)
	Limitador del Sistema

4.5.2 Diagrama

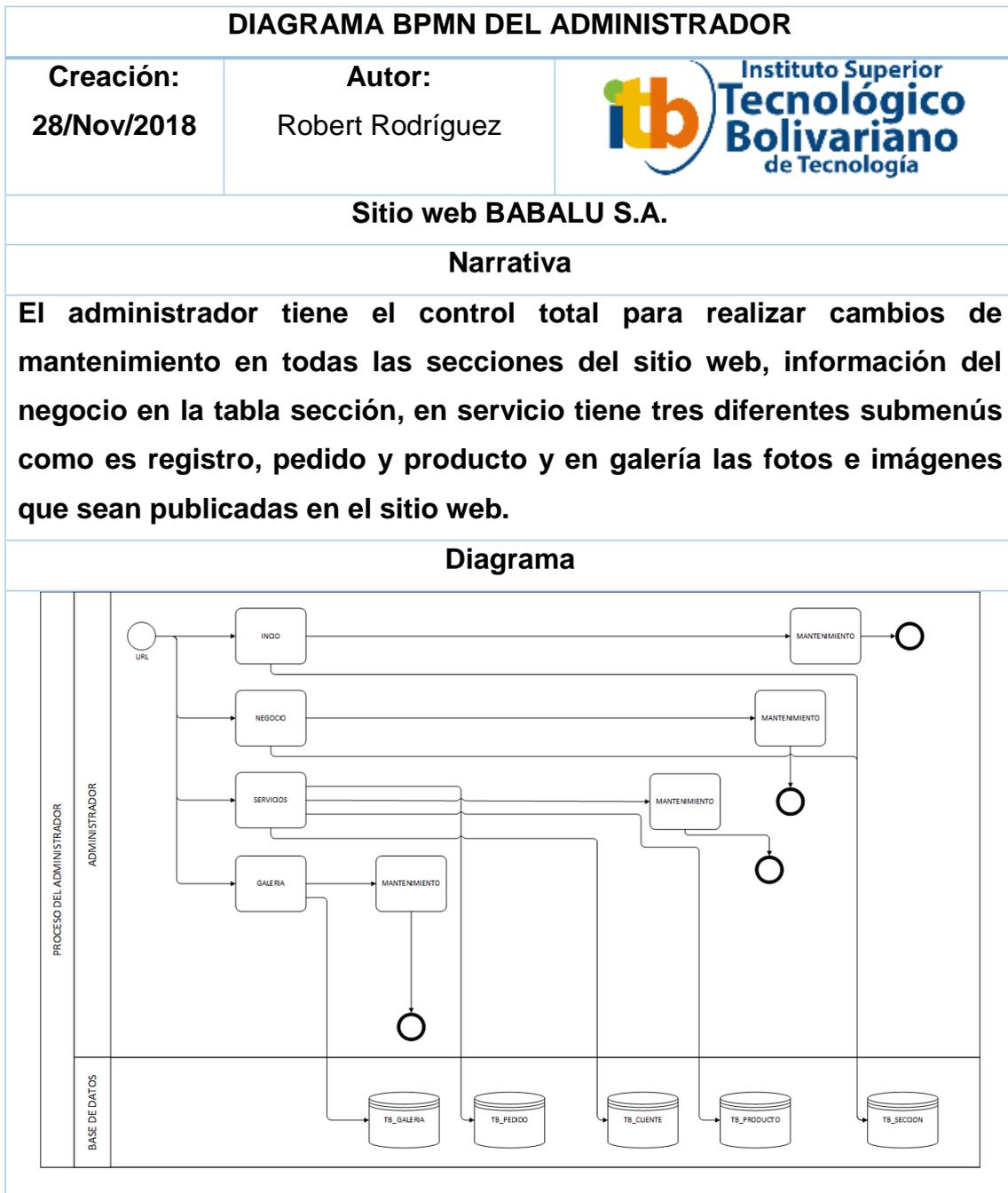


4.5.3 Diagrama BPMN (Business Process Model and Notation)

Nomenclatura

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

4.5.4 Diagrama del Administrador



4.5.5 Diagrama del Cliente

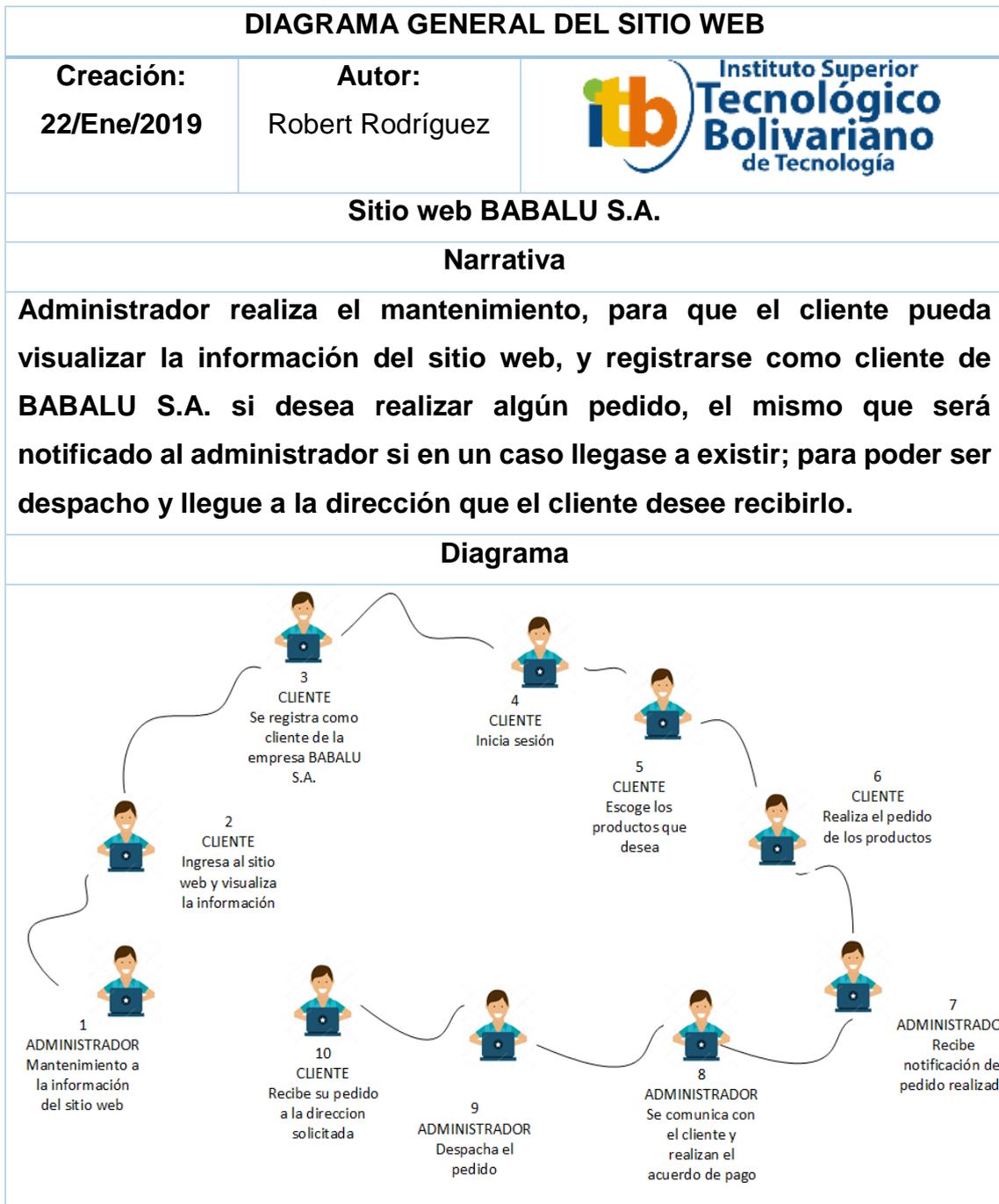


4.5.6 Diagrama General del Sitio web

Nomenclatura

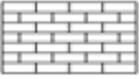
Símbolo	Descripción
 An illustration of a person with brown hair, wearing a blue shirt, sitting at a desk and using a blue laptop. The laptop has a white star on its lid. The entire icon is enclosed in a light gray dashed-line square.	Proceso
 A simple black icon of a curved arrow pointing upwards and to the right.	Enlace

4.5.7 Diagrama General

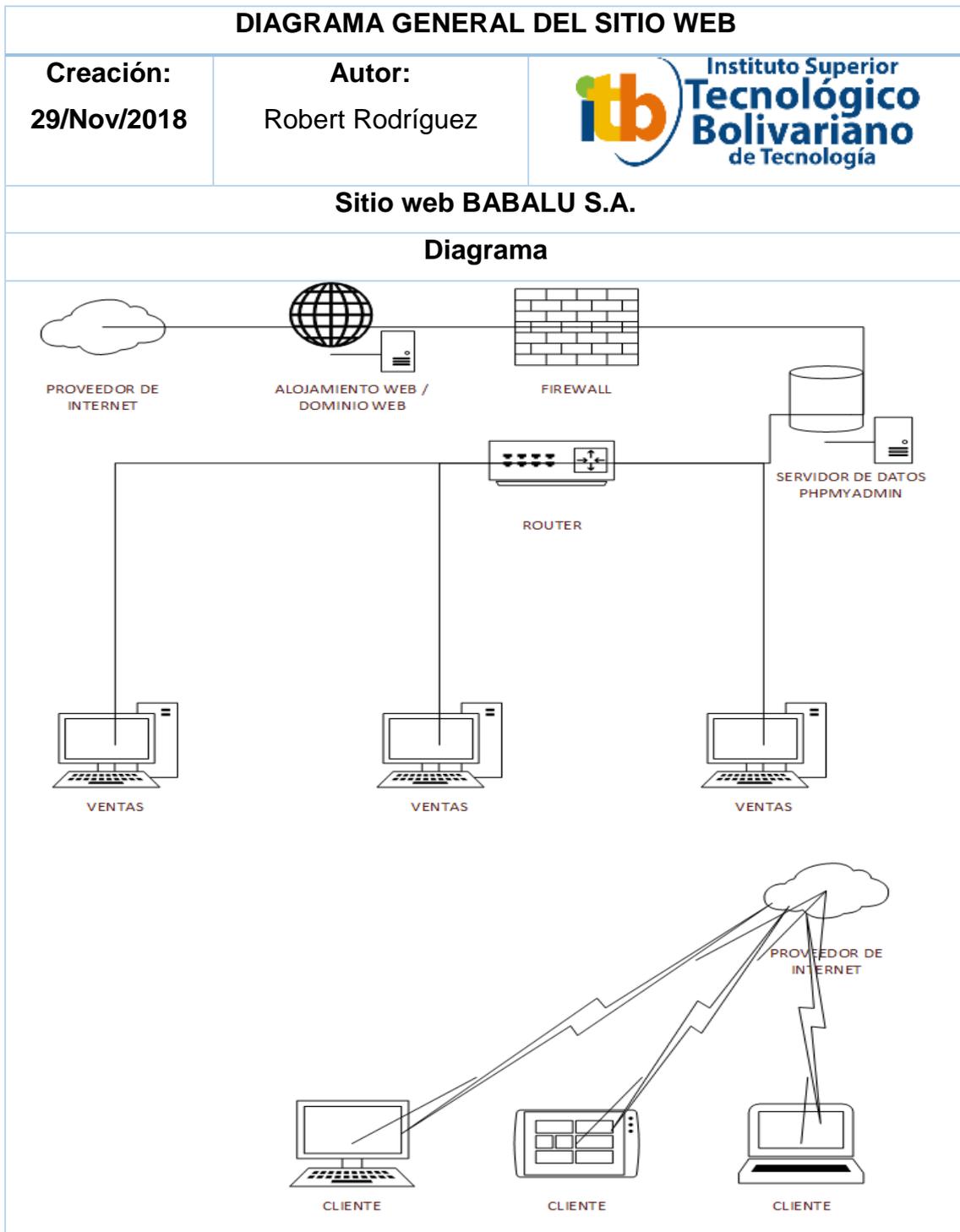


4.5.8 Diagrama de Red

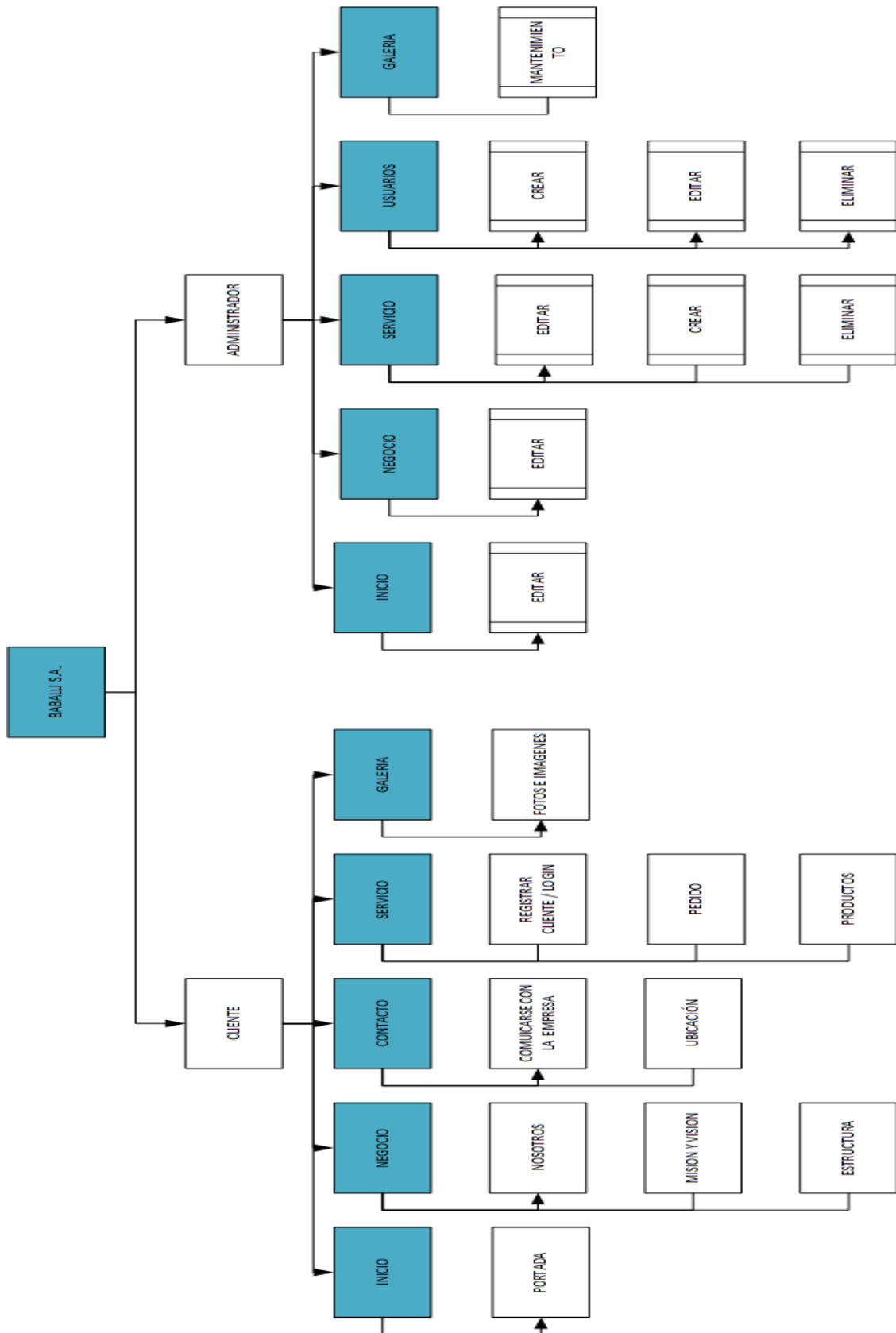
Nomenclatura

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

4.5.9 Diagrama de Red



4.5.10 Diagrama Jerárquico HIPO



Diccionario de datos

Tabla: TB_pedido		Descripción: Registro de los pedidos				
Creación: 22/Ene/2019		Autor: Robert Rodríguez			Sitio web BABALU S.A.	
Clave	Nombre del Campo	Tipo de Dato	Tamaño	Permisos de Valor Nulo	Detalle (Opcional)	
PK	ped_idpedido	autonumeración	4	NO	identificador	del pedido
FK	id_cliente	autonumeración	4		identificador	del cliente
	ped_fecha	Fecha/hora	8		fecha del pedido	
	ped_formadepago	texto corto	20		forma de pago del pedido	
	ped_total	texto corto	8		total a pagar del pedido	

Tabla: TB_cliente		Descripción: información de los clientes			
Creación: 22/Ene/2019		Autor: Robert Rodríguez			Sitio web BABALU S.A.
Clave	Nombre del Campo	Tipo de Dato	Tamaño	Permisos de Valor Nulo	Detalle (Opcional)
PK	cli_id_cliente	autonumeración	4	NO	identificador del cliente
	cli_correo	hipervinculo	100		correo del cliente
	cli_nombre	texto corto	100		nombre complete del cliente
	cli_nombre_usuario	texto corto	100		nombre de usuario del cliente
	cli_contraseña	texto corto	8		contrasena del cliente
	cli_telefono	texto corto	10		telefono del cliente
	cli_direccion	texto corto	100		direccion del cliente
	cli_estado	texto corto	10		estado del cliente (activo – inactivo)

Tabla: TB_articulo		Descripción: información de los artículos			
Creación: 29/Nov/2018		Autor: Robert Rodríguez			Sitio web BABALU S.A.
Clave	Nombre del Campo	Tipo de Dato	Tamaño	Permiso de Valor Nulo	Detalle (Opcional)
PK	art_idarticulo	autonumeración	4	NO	identificador del artículo
	art_nombre	texto corto	20		nombre del artículo
	art_descripcion	texto corto	100		
	art_urlimagen	image	1000		imagen del artículo
	art_precio	moneda	8		precio del artículo
	art_descuento	moneda	8		descuento del artículo
	art_iva	moneda	8		impuesto del artículo
	art_estado	texto corto	8		estado del artículo (activo – inactivo)

Tabla: TB_seccion		Descripción: información del negocio			
Creación: 29/Nov/2018		Autor: Robert Rodríguez			Sitio web BABALU S.A.
Clave	Nombre del Campo	Tipo de Dato	Tamaño	Permisos de Valor Nulo	Detalle (Opcional)
PK	sec_idseccion	autonumeración	4	NO	identificador de la seccion
FK	usu_idusuario	autonumeración	4		identificador del usuario
	sec_titulo	texto corto	20		titulo de la informacion
	sec_descripcion	texto largo	200		
	sec_urlimagen	dato adjunto	8		imagen de la información

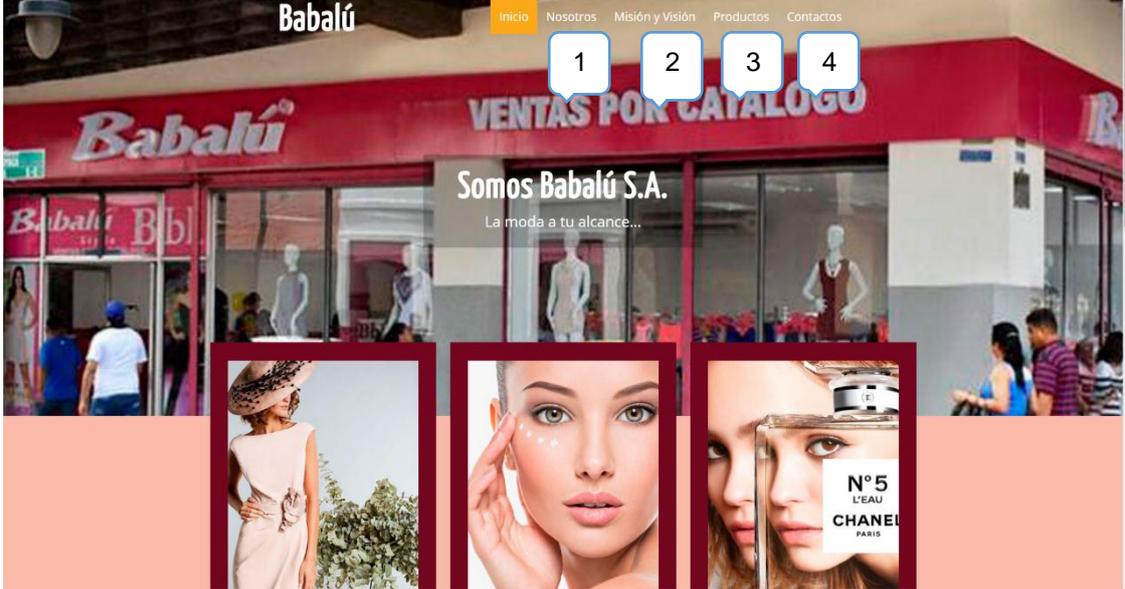
Tabla: TB_usuario		Descripción: información de los usuarios			
Creación: 29/Nov/2018		Autor: Robert Rodríguez			Sitio web BABALU S.A.
Clave	Nombre del Campo	Tipo de Dato	Tamaño	Permisos de Valor Nulo	Detalle (Opcional)
PK	usu_idusuario	autonumeración	4	NO	identificador del usuario
	usu_nombre_usuario	texto corto	20		nick del usuario
	usu_contraseña	texto corto	8		contraseña del usuario
	usu_nombre	texto corto	100		nombre completo del usuario
	usu_correo	hipervinculo	100		
	usu_telefono	texto corto	10		numero de telefono del usuario
	usu_direccion	texto corto	100		direccion de la casa del usuario
FK	tusu_idtipousuario	autonumeración	4		identificador del tipo de usuario
	usu_estado	texto corto	8		estado del usuario

Tabla: TB_contacto		Descripción: información de los tipos de usuarios			
Creación: 29/Nov/2018		Autor: Robert Rodríguez			Sitio web BABALU S.A.
Clave	Nombre del Campo	Tipo de Dato	Tamaño	Permiso de Valor Nulo	Detalle (Opcional)
PK	con_idcontacto	autonumeración	4	NO	identificador del contacto
	con_nombre	texto corto	100		nombre de la persona
	con_asunto	texto corto	100		asunto del mensaje
	con_correo	hipervinculo	100		correo de la persona
	con_telefono	texto corto	10		numero de telefono de la persona
	con_mensaje	texto largo	200		

Tabla: TB_pedidoxarticulo		Descripción: detalle de los pedidos			
Creación: 29/Nov/2018		Autor: Robert Rodríguez			Sitio web BABALU S.A.
Clave	Nombre del Campo	Tipo de Dato	Tamaño	Permiso de Valor Nulo	Detalle (Opcional)
PK	id_pedidoarticulo	autonumeración	4	NO	identificador del detalle
FK	ped_idpedido	autonumeración	4		identificador del pedido
	Cantidad	número	4		cantidad del articulo
FK	art_idarticulo	autonumeración	4		identificador del articulo

Tabla: TB_tipousuario		Descripción: información de los tipos de usuarios			
Creación: 29/Nov/2018		Autor: Robert Rodríguez			Sitio web BABALU S.A.
Clave	Nombre del Campo	Tipo de Dato	Tamaño	Permiso de Valor Nulo	Detalle (Opcional)
PK	tusu_idtipousuario	autonumeración	4	NO	identificador del tipo de usuario
	tusu_descripcion	texto corto	100		(administrador – operador)
	tusu_estado	texto corto	8		estado del tipo de usuario

4.7 Diseño de Pantallas

DISEÑO PANTALLA PORTADA		
Fecha de Creación: 26/12/2018	Autor(es): Robert Rodríguez	
Página web: babalusa.com		
Descripción: Pantalla principal de la página web		
Pantalla		
		
LISTADO DE ELEMENTOS		
ITEM	COMPONENTE	CONTENIDO
1	Enlace	Para ir a la seccion nosotros
2	Enlace	Para ir a la seccion Mision y vision
3	Enlace	Para ir a la seccion de productos
4	Enlace	Para ir a la seccion de contacto

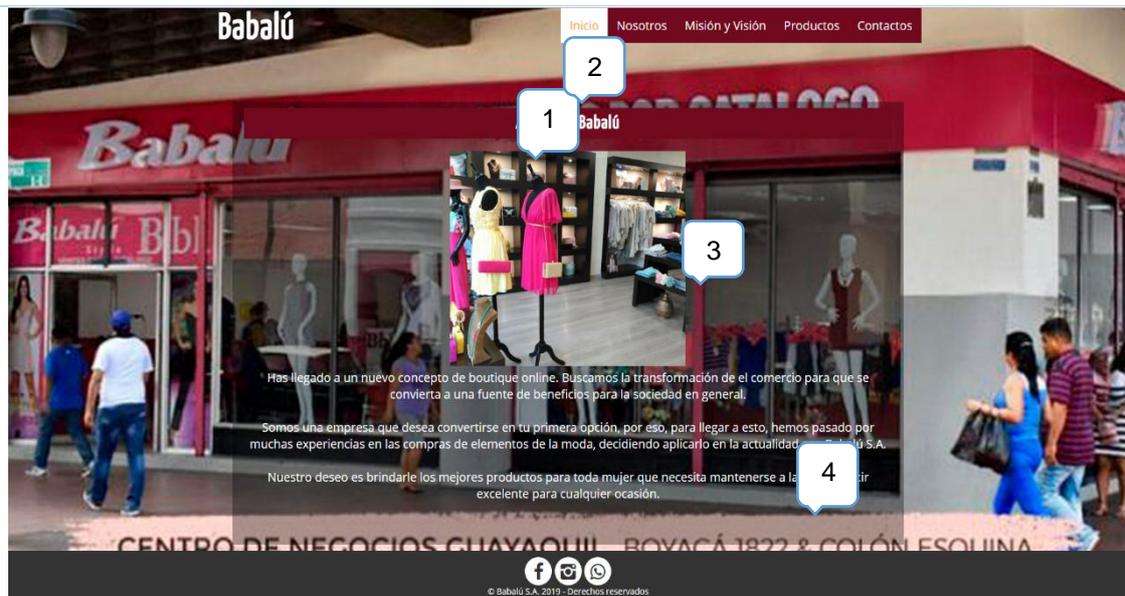
DISEÑO PANTALLA NOSOTROS

Fecha de Creación: 26/12/2018	Autor(es): Robert Rodríguez
Página web: babalusa.com	

Descripción:

Pantalla de la sección nosotros con la información respectiva

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS

ITEM	COMPONENTE	CONTENIDO
1	H2	Título de la seccion
2	Enlace	Para dirigirse a la seccion inicio
3	Imagen	Imagen de la seccion nosotros
4	Caja de texto	Caja de texto para la descripcion del negocio

DISEÑO PANTALLA MISION Y VISION

Fecha de Creación:
26/12/2018

Autor(es):
Robert Rodríguez

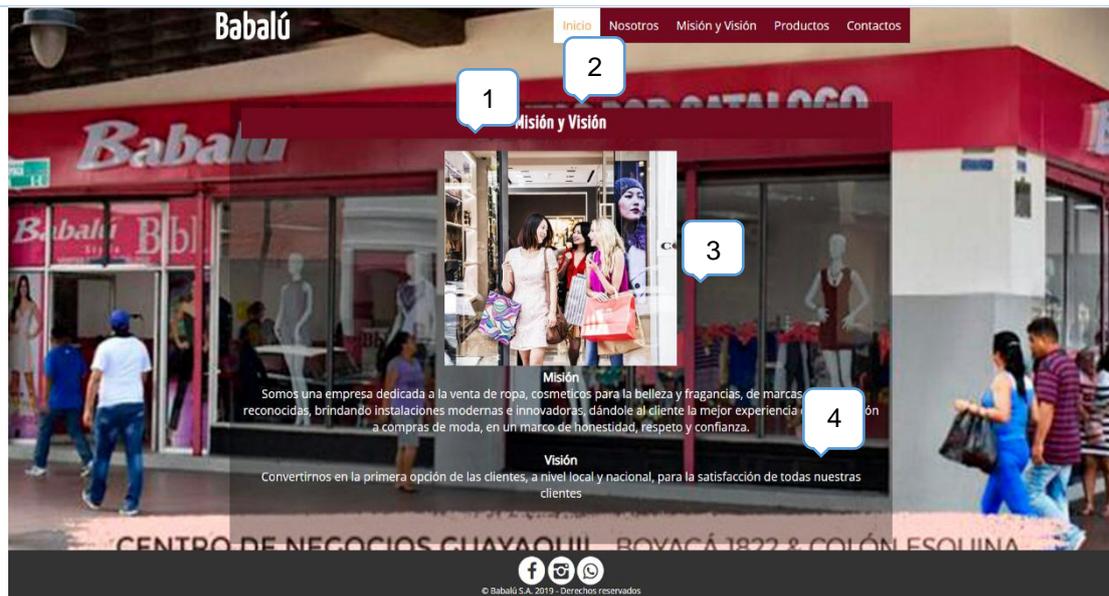
Página web:
babalusa.com



Descripción:

Pantalla de la sección misión y visión con la respectiva información

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS

ITEM	COMPONENTE	CONTENIDO
1	H2	Título de la seccion
2	Enlace	Para dirigirse a la seccion inicio
3	Imagen	Imagen de la seccion mision y vision
4	Caja de texto	Caja de texto para la descripcion de mision y vision

DISEÑO PANTALLA PRODUCTOS

Fecha de Creación:
26/12/2018

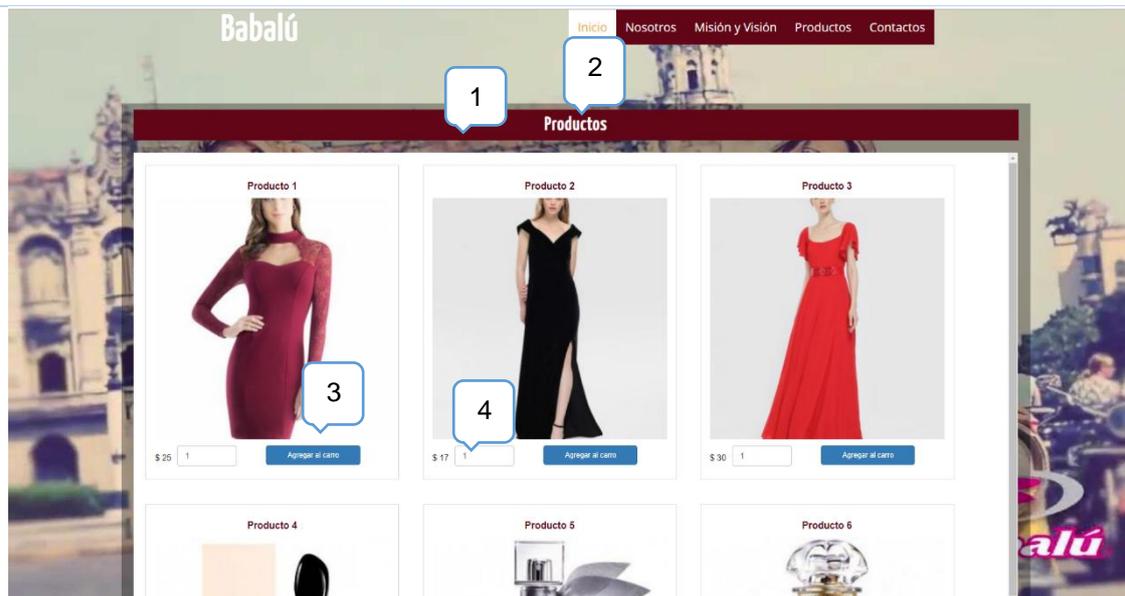
Autor(es):
Robert Rodríguez

Página web:
babalusa.com



Descripción:
Pantalla para visualizar los productos de babalu s.a.

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS

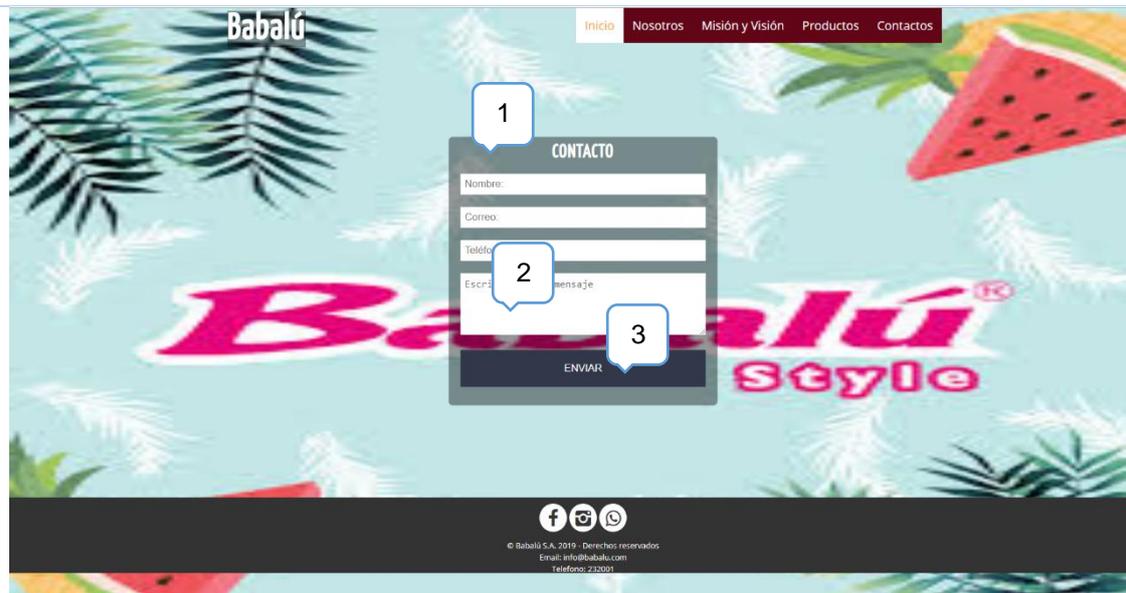
ITEM	COMPONENTE	CONTENIDO
1	H2	Título de la seccion
2	Enlace	Para dirigirse a la seccion inicio
3	Boton	Para agregar al carrito
4	Caja de texto	Para indicar la cantidad que desea

DISEÑO PANTALLA CONTACTO

Fecha de Creación: 26/12/2018	Autor(es): Robert Rodríguez
Página web: babalusa.com	

Descripción:
Pantalla de la sección contacto

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS

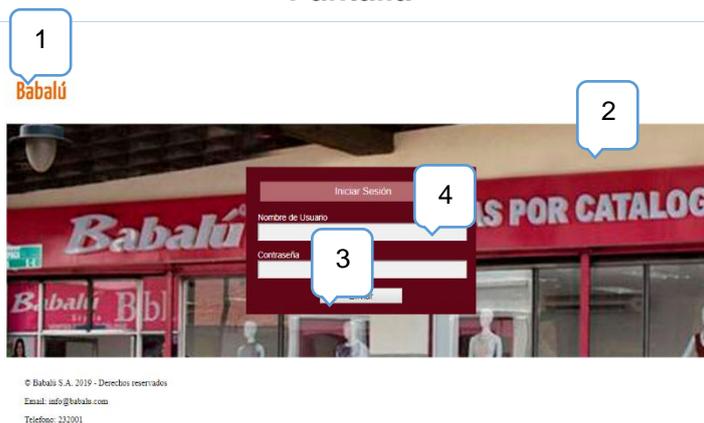
ITEM	COMPONENTE	CONTENIDO
1	Formulario	Formulario de la sección contacto
2	Caja de texto	Caja de texto para ingresar el mensaje
3	Botón	Botón para enviar el mensaje

DISEÑO PANTALLA INICIO SESION

Fecha de Creación: 04/03/2019	Autor(es): Robert Rodríguez
Página web: babalusa.com	

Descripción:
Pantalla de inicio de sesion

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS

ITEM	COMPONENTE	CONTENIDO
1	H2	Título del nombre del negocio
2	Formulario	Formulario de inicio de sesion
3	Boton	Para iniciar sesion
4	Caja de texto	Caja de texto para nombre de usuario

DISEÑO PANTALLA CARRITO

Fecha de Creación:
26/12/2018

Autor(es):
Robert Rodríguez

Página web:
babalusa.com



Descripción:
Pantalla del carrito de compra

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS

ITEM	COMPONENTE	CONTENIDO
1	Enlace	Para dirigirse a los productos
2	Boton	Para eliminar un producto seleccionado
3	Boton	Para procesar la venta
4	Caja de texto	Caja de texto para el correo del cliente

DISEÑO PANTALLA SEGUIMIENTO DE VENTA POR INVOICE

Fecha de Creación:
26/12/2018

Autor(es):
Robert Rodríguez

Página web:
babalusa.com



Descripción:

Pantalla del correo de la empresa, de las notificaciones de las ventas por medio de Invoice

Pantalla

Invoice #000-001-21122018 generado por Babalú S.A. ▶ Recibidos x

Babalú S.A. Web

para mí ▾

email emisor: info@babalu.com

Datos Comprador:

email receptor: azambrano1985@gmail.com

Nombre: Alberto

Apellidos: Zambrano Vera

Fecha: 21 de diciembre del 2018

Ciudad: Guayaquil

Dirección: Alborada 8va etapa mz. 305 villa 15

Referencia: Cerca de la iglesia

Productos:

Producto 1: \$25

Producto 4: \$30

Total de la Compra: \$55

Bibliografía

- Alcaldía de Guayaquil. (2018). *Demografía de Guayaquil*. Obtenido de <https://www.guayaquil.gob.ec/demograf%C3%ADa-de-guayaquil>
- Alonso, R. (2016). *¿Qué es un dominio en Internet?* Obtenido de <https://miposicionamientoweb.es/que-es-un-dominio/>
- Briones, G. (1996). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá: ICFES.
- Bunces, C., Guerrero, H., Neira, D., Suarez, L., & Olaya, J. (2003). *Plan de negocios, análisis, diseño e implementación de un sitio web para personalización de catálogos y gestión de pedidos en línea*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/174/1/258.pdf>
- Cavsi. (2017). *¿Qué es el registro de dominios?* Obtenido de <http://www.cavsi.com/preguntasrespuestas/que-es-el-registro-de-dominios/>
- Cefire. (2015). *Comunicación y apertura de centro a través de internet*. Obtenido de http://cefire.edu.gva.es/file.php/1/Comunicacion_y_apertura/B3_Pagina_Web/pgina_web_esttica_vs_dinmica.html
- Chauvin, S. (2013). *¿Qué Es Una Tienda Virtual?* Obtenido de <http://www.muieresdeempresa.com/que-es-una-tienda-virtual/>
- Community Manager, Marketing de Contenidos, Blogs y SEO. (24 de julio de 2017). *Herramientas para el diseño web*. Obtenido de <https://aulacm.com/herramientas-diseno-paginas-web-blog/>
- Concepto de entrevista. (2017). *Entrevista*. Obtenido de <https://concepto.de/que-es-entrevista/>
- Congreso Nacional. (1 de AGOSTO de 2007). *LEY DEL SOFTWARE LIBRE*. Obtenido de http://www.estebanmendieta.com/blog/wp-content/uploads/Decreto_1014_software_libre_Ecuador.pdf
- Creatiburón. (24 de enero de 2017). *¿Qué son las páginas web dinámicas?* Obtenido de <https://www.creatiburon.com/que-son-las-paginas-web-dinamicas/>
- EcuRed. (2017). *Herramienta CASE*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Herramienta_CASE
- Frias, J. (2012). *DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA PLATAFORMA VIRTUAL DE VENTAS EN E-SHOP DESIGN COMO ESTRATEGIA DE E-COMMERCE*. Obtenido de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/16279/FriasNavasJavierAlejandro2012.pdf?sequence=1>

Hernández, Fernández, & Baptista. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

HostingRed. (2017). *Información de Hosting*. Obtenido de <https://www.hostingred.com/hosting/informacion-hosting/>

Inec. (2018). *Encuesta Nacional de Empleo y Subempleo*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Diciembre-2016/122016_Presentacion_Laboral.pdf

Instituto Tecnico de Matehuala. (2014). *Metodologías para el desarrollo de aplicaciones Web*. Obtenido de <https://programacionwebisc.wordpress.com/2-5-metodologias-para-el-desarrollo-de-aplicaciones-web/>

Kyocera. (19 de julio de 2017). *Los 6 principales tipos de sistemas de información*. Obtenido de <http://smarterworkspaces.kyocera.es/blog/los-6-principales-tipos-sistemas-informacion/>

Lifeder. (2016). *Ciclo de Vida de un Sistema de Información: 6 Fases Principales*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/ciclo-vida-sistema-informacion/>

Mochahost. (2018). *Web Hosting*. Obtenido de https://mochahost.com/es/webhosting.php?gclid=EAIaIQobChMIhu2qj4_I3gIVy5-zCh38uAgbEAAYAAEgKuD_D_BwE

NetCommerce. (15 de Noviembre de 2017). *Mantenimiento de sitios Web*. Obtenido de <https://info.netcommerce.mx/blog/mantenimiento-sitios-web/>

Pandorafms. (2016). *Tipos de bases de datos y las mejores bases de datos del 2016*. Obtenido de <https://blog.pandorafms.org/es/tipos-de-bases-de-datos-y-las-mejores-bases-de-datos-del-2016/>

Portal Programas. (2016). *Publicación y difusión de un sitio Web*. Obtenido de <https://www.portalprogramas.com/milbits/informatica/publicacion-difusion-web.html>

Quees info. (2016). *¿Qué es una página web?* Obtenido de <https://www.quees.info/que-es-una-pagina-web.html>

Republica del Ecuador. (17 de abril de 2002). *REGLAMENTO A LA LEY DE COMERCIO ELECTRONICO*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Reglamento-a-la-Ley-de-Comercio-Electronico.pdf>

Ruiz, M. (2012). *DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL*. Obtenido de

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/8634/Memoria%20proyecto.pdf>

Universitat Pompeu Fabra. (12 de agosto de 2015). *¿Qué es E-commerce o comercio electrónico?* Obtenido de <https://marketingdigital.bsm.upf.edu/e-commerce-comercio-electronico/>

Verisign. (2014). *Las seis etapas de la creación de un nuevo sitio web*. Obtenido de https://www.verisign.com/es_LA/website-presence/online/creating-a-website/index.xhtml

Yeeply. (2015). *¿Cómo diseñar una página web?* Obtenido de <https://www.yeeply.com/blog/como-disenar-una-pagina-web/>

Zitelia. (2017). *Aumentar la seguridad de una página web*. Obtenido de <https://www.zitelia.com/seguridad-pagina-web-seis-pasos/>

Zulay, N. (7 de febrero de 2017). *Observación directa e indirecta*. Obtenido de <https://nvega2015.wordpress.com/2017/02/07/observacion-directa-e-indirecta/>