



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

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

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

DISEÑO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**FUNCIONALIDAD DE PEDIDOS ONLINE CON ABONOS A LA
PÁGINA WEB DE VENTA DE PRODUCTOS DE LA
EMPRESA SKYTEC DE GUAYAQUIL EN 2019**

Autor:

MENDOZA CANTOS JAIRO MARCELO

Tutor:

Ph.D. Iván Darwin Tutillo Arcentales

Guayaquil, Ecuador

2019

DEDICATORIA

Este proyecto esta dedicad primero a Dios quien ha guiado mis pasos hacia el conocimiento y crecimiento profesional durante este periodo a lo largo de 3 años de la carrera de tecnología en análisis de sistema del Instituto Tecnológico Bolivariano.

A mi esposa Alexandra e hijos Alexa, Alison y Alex por ser el motor y apoyo día a día e incondicional y por estar ahí durante mi proceso estudiantil los cuales son quienes me han impulsado en mi lucha constante, a mi madre y padre hermanos demás familiares por brindar con ese pequeño impulso para lograr.

Jairo Marcelo Mendoza Cantos

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer el presente trabajo de tesis primero a Dios por todas sus bendiciones recibidas llenando de conocimiento y sabiduría, para alcanzar el primer paso hacia una vida profesional.

Agradezco al Instituto tecnológico Bolivariano por haberme acogido en su institución a todos los docentes quienes fueron parte durante la etapa de preparación de estudio y por tener oportunidad y llegar formar parte de una vida profesional.

A mi esposa e hijos quienes fueron el motor día a día durante todo es proceso de estudio para seguir llegar a la cúspide con el propósito de graduarme. Agradezco a mis padres y hermanos familiares, amigos y compañeros y de clase por el apoyo brindado en esta etapa de superación hacia el éxito y seguir el camino siempre a conquistar nuevos retos.

Agradezco a mi tutor Ph.D. Ivan Darwin Tutillo Arcentales quien me guido la última etapa, aportando con la experiencia y conocimiento para este proyecto.

Jairo Marcelo Mendoza Cantos



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **FUNCIONALIDAD DE PEDIDOS ONLINE CON ABONOS A LA PÁGINA WEB DE VENTA DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA SKYTEC DE GUAYAQUIL EN 2019**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ANÁLISIS DE SISTEMA

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo influye la falta de verificación de stock en la generación de pedidos y recepción de abonos que se acople a la página web de ventas de la empresa “SKYTEC S. A.” de la Ciudad de Guayaquil del año 2019?**, el mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Jairo Marcelo Mendoza Cantos

PhD. Iván Darwin Tutillo Arcentales

Egresado

Tutor

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Mendoza Cantos Jairo Marcelo en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de FUNCIONALIDAD DE PEDIDOS ONLINE CON ABONOS A LA PÁGINA WEB DE VENTA DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA SKYTEC DE GUAYAQUIL EN 2019, de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de tecnología en análisis en sistemas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cédula: 1310522881

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS P*ROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGECIT

Firma



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

TEMA: FUNCIONALIDAD DE PEDIDOS ONLINE CON ABONOS A LA PÁGINA WEB DE VENTA DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA SKYTEC DE GUAYAQUIL EN 2019.

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Tutor: PhD. Iván Darwin Tutillo Arcentales

RESUMEN

Para el presente proyecto se tomó en cuenta varios temas de investigación. Para presentar una propuesta ideal, en el presente proyecto se lo realizó en la ciudad de Guayaquil en la empresa Skytec S.A. En un entorno global los pedidos y las ventas de productos se hacen utilizando páginas web con verificación del stock, esto ha permitido optimizar a través del comercio electrónico la interoperabilidad entre dos sistemas diferentes como es, un sistema contable desarrollado por software y una página web. Las tiendas electrónicas han logrado más presencia a través de los pedidos y compras online obteniendo una comunicación en la sociedad alcanzado en los sistemas comerciales la variedad de productos esto ha hecho posesionarse en mercados online a una escala de nivel competitivo mejorando la calidad de las personas gracias al uso de la tecnología. La empresa logro introducirse con gran éxito los GPS en el mercado de Ecuador con las bondades tecnológicas, calidad y facilidad de uso de los equipos Garmin. En esta presentación de proyecto la propuesta mediante requerimientos consultas e investigación utilizando análisis, técnicas e instrumentos con la realización de la propuesta donde se utilizará encuestas y entrevistas al personal de la empresa y clientes los cuales acudan a la misma para conocer la opinión de cada uno de ellos. Finalmente presentara la propuesta del rediseño de la página web de la empresa Skytec el cual beneficiara a la empresa como la interacción con los clientes generando un mayor interés en la compra de los productos.

Palabras clave

optimizar	Cientes satisfechos	Productos de calidad	Información y compra
------------------	----------------------------	-----------------------------	-----------------------------



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

**TEMA FUNCIONALIDAD DE PEDIDOS ONLINE CON ABONOS A LA
PÁGINA WEB DE VENTA DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA SKYTEC DE
GUAYAQUIL EN 2019**

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Tutor: PhD. Ivan Darwin Tutillo Arcentales

ABSTRACT

For this project, several research topics were taken into account. To present an ideal proposal, this project was carried out in the city of Guayaquil in the company Skytec S.A. In a global environment, orders and sales of products are made using web pages with stock verification, this has allowed us to optimize interoperability between two different systems, such as an accounting system developed by software and a web page. Electronic stores have achieved more presence through online orders and purchases by obtaining a communication in society reached in commercial systems, the variety of products has made it possible to take possession of online markets at a competitive level scale, improving the quality of people thanks to the use of technology. The company successfully introduced GPS in the Ecuador market with the technological benefits, quality and ease of use of Garmin equipment. In this project presentation, the proposal through consultations and research requirements using analysis, techniques and instruments with the realization of the proposal where surveys and interviews will be used to the staff of the company and customers who come to the same to know the opinion of each from them. Finally, we will present the proposal for the redesign of the Skytec company website which will benefit the company as the interaction with customers generating a greater interest in the purchase of products.

Keyword

Optimize	Satisfied customers	Quality products	Information and purchase
-----------------	----------------------------	-------------------------	---------------------------------

CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	4
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	5
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
Índice de Tablas	11
Índice de Gráfico	11
Índice de Anexo	12
TEMA:	13
1. CAPITULO I	1
1. PROBLEMA	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.3.1 VARIABLE DEPENDIENTE	3
1.3.2 VARIABLE INDEPENDIENTE	3
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	3
1.4.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS	3
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.5.1 CONVIVENCIA	4
1.5.2 RELEVANCIA SOCIAL.....	4
1.5.3 IMPLICACIONES PRÁCTICAS	4
1.5.4 UTILIDAD METODOLOGÍA.....	4
2. CAPÍTULO II	5
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. FUNDAMENTACION TEORICA.....	5
2.1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS	5
2.1.2. ANTECEDENTES REFERENCIALES.....	7
2.2 FUNDAMENTACION LEGAL	9
2.3 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
2.4 ANTECEDENTES CONCEPTUALES.....	11
3. CAPITULO III.....	17
3. METODOLOGIA.....	17
PRESENTACION DE LA EMPRESA	17

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	18
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
3.1.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	19
3.2 POBLACION Y MUESTRA	20
3.2.1 POBLACION.....	20
3.2.2 MUESTRA	21
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE INVESTIGACION	22
3.3.1 TECNICA	22
3.3.2 ENTREVISTA	23
3.3.3 ENCUESTA.....	23
3.3.4 METODOLOGÍA SCRUM.....	24
4. CAPITULO IV.....	26
4. PROPUESTA.....	26
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	26
4.2 ANALISIS DE LA INFORMACION DE LA ENCUESTA.....	27
4.2.1 ANALISIS ESTADISTICO	27
4.3 ANALISIS DE ENTREVISTA.....	33
4.3.1 PREGUNTAS Y RESPUESTAS.....	33
4.4 PLAN DE MEJORAS	34
4.4.1 OBJETIVO DE PLANA DE MEJORAS	34
4.5 CRONOGRAMA.....	35
4.6.1 REQUERIMIENTOS PARA DESARROLLO.....	36
4.6.2 RECURSOS	36
4.6.3 DIAGRAMA DE CASO DE USO FUNCIONALIDAD PEDIDO ONLINE.....	46
4.6.3.1 DIAGRAMA DE BLOQUES	47
4.6.4 DIAGRAMA HIPO	48
4.6.5 MER MODELO ENTIDAD RELACION.....	49
4.6.6 DICCIONARIO DE DATOS.....	50
4.6.7 DICCIONARIO DE DATOS TABLAS	62
4.7 CONCLUSIONES.....	70
4.8 RECOMENDACIONES.....	70
4.9. BIBLIOGRAFIA.....	71

Índice de Tablas

Tabla No. 1 Delimitación del problema	3
Tabla No. 2: Población.....	21
Tabla No. 3: Muestra	22
Tabla No. 4: Muestra de los productos en la pagina	27
Tabla No. 5: Compra de los productos	28
Tabla No. 6: Toma de pedido	29
Tabla No. 7: Realizar compra de los productos por la página web	30
Tabla No. 8: Funcionalidad de pedidos online.....	31
Tabla No. 9: Realizar pedido online	32
Tabla No. 10: Python.....	37
Tabla No. 11: JavaScript	38
Tabla No. 12: HTML.....	39
Tabla No. 13: PostgreSQL	39
Tabla No. 14: CSS – Hojas de estilo de cascada	40
Tabla No. 15: Aplicación ODOO.....	41
Tabla No. 16: Características del servidor	42
Tabla No. 17: Servido Dedicado en la Nube.....	43
Tabla No. 18: Costo de Análisis.....	43
Tabla No. 19: Costo de Diseño de la Propuesta.....	44
Tabla No. 20: Costo de la funcionalidad	44

Índice de Gráfico

Gráfico 1: Proceso de pedido Online interacción entre empresa y usuario	14
Gráfico 2: Método de Scrum.....	24
Gráfico 3: Muestra de productos página web.....	27
Gráfico 4: Compra de los productos	28
Gráfico 5: Toma de pedido	29
Gráfico 6: Es ágil realizar la compra de productos mediante la página web.....	30
Gráfico 7: Funcionalidad de pedidos online con abonos	31
Gráfico 8: Le gustaría realizar pedido online con abonos.....	32
Gráfico 9: Diagrama de Gantt.....	35
Gráfico 10: Diagrama de caso de uso	46
Gráfico 11: M.E.R. Modelo entidad relación	49
Gráfico 12: Diagrama de Bloques	50
Gráfico 13: Diagrama hipo.....	51
Gráfico 14: Estructura organizacional de la empresa.....	77

Índice de Anexo

Imagen 1: Ubicación de la empresa.....	76
Imagen 2: Imagen de la entrada de la empresa Skytec	76
Imagen 3: Logotipo de la Empresa.....	77
Imagen 4: GPS para auto	78
Imagen 5: GPS para auto con tv.....	78
Imagen 6: GPS para moto	79
Imagen 7: Cámara para auto	79
Imagen 8: Binocular para Golf	80
Imagen 9: Ciclo computador para bicicleta.....	80
Imagen 10: Reloj para correr	81
Imagen 11: Reloj Multisport	81
Imagen 12: GPS para topografía y medición.....	82
Imagen 13: GPS para rastreo.....	82
Imagen 14: GPS para pesca.....	83
Imagen 15: Reloj gps para aviación.....	83

TEMA:
FUNCIONALIDAD DE PEDIDOS ONLINE CON ABONOS A LA PÁGINA
WEB DE VENTA DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA SKYTEC DE
GUAYAQUIL EN 2019

1. CAPITULO I

1. PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA

Sin duda en los últimos años la tecnología ha dado un gran avance pisando fuerte a nivel global dentro de los sistemas comerciales para dar a conocer infinidad de productos llegando a posesionarse en mercados de forma potente causando una expansión en el desarrollo llegando a muchas empresas generando cambios significativos con los software de comercio electrónico. Según Nuria (2009) "Entre empresa y consumidor o business to consumers: Las empresas venden sus productos y prestan sus servicios a través de un sitio Web- a clientes que los utilizarán para uso particular" (Nuria, 2009) En cada uno de los rincones a un mayor volumen de expansión llevando todo a una era digital.

Este sistema comercial comenzó abriéndose paso en el desarrollo del internet y desde sus inicios ha estado relacionado directa o indirectamente a la sociedad a una escala global, y es que el nivel competitivo en los Marketplace online (mercados en línea) ha trascendido las barreras gracias a la llegada de la web ocupando toda una posición estratégica y eficaz. La apropiada orientación de la tecnología en los negocios ha producido satisfacción que ha transcurrido en los últimos años un cambio en todo el mundo por las grandes industrias dando paso a una propuesta de era digital, teniendo los más altos estándares y estrategias de integración a través de los grandes servicios que provee la web.

En un entorno global las empresas enfrentan los desafíos por ganar posición a través de las ventas de los productos que se muestran dentro de las páginas web dando al usuario la facilidad de poder realizar antes una verificación del stock para luego acceder a la compra del producto que está solicitando por medio de la página web independientemente de que es lo que busques desde la computadora, tablet o teléfono móvil el cliente escogerá su producto con un clic generando el pedido.

La empresa SKYTEC S.A. representante en Ecuador para la marca Garmin GPS internacional se caracteriza por su excelentes equipos con GPS como son

los relojes, Echomap, navegadores para vehículos, rastreo, outdoor portátiles, cámaras para las diferentes actividades del usuario en el deporte, pesca, paseo, esto permite que la clientela tenga una reacción gustosa por la calidad y variedad al momento de escoger el producto para su uso requerido.

1.1.2 SITUACIÓN DEL CONFLICTO

En la actualidad la empresa SKYTEC S.A., representante oficial de GARMIN en Ecuador y con actividad comercial ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil en el sector de Urdesa central, realizan ventas de navegadores para vehículos, relojes, rastreo, outdoor portátiles, cámaras con GPS para diferentes actividades, el cliente ingresa a la página web para adquirir el producto y proceder a cancelarlo para el uso cotidiano, y si el producto requerido no se encuentra disponible tiene que dar de baja su pedido esto ocurre por la falta de sistema de inventario de productos en el sitio web. Para conocer que el pedido tiene disponibilidad de inventario es que se debe verificar stock en los pedidos On line, esto permite soportar el recibir abonos por los pedidos realizados.

Esto implica que los usuarios al realizar la compra de los productos GPS o relojes sea automática para que tengan que realizar llamadas a la oficina central consultar la disponibilidad del producto que están adquiriendo y poder ser atendidos de forma rápida para no tener que acercarse hasta el local aunque en ocasiones prefieran comprar en los website "sitio web" de la competencia esto es un factor de riesgo para la rentabilidad de la empresa SKYTEC. Hoy en día las nuevas alternativas tecnológicas que permite optimizar a través del comercio electrónico la interoperabilidad entre dos sistemas diferentes como es, un sistema contable desarrollado por software y un página web en la nube con un nivel competitivo en los mercado en línea una mejor atención al cliente con agilidad y eficacia para tomar una buena decisión. Una vez definido el problema se busca mejorar la atención al usuario mediante la página web de la empresa SKYTEC, teniendo en stock los productos y ofrecer información detallada para que el cliente pueda visualizar desde la comodidad de su hogar u oficina sin necesidad de visitar el local.

1.1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Aspecto	E - commerce
Campo	Ventas de productos
Área	Pedidos on-Line
Periodo	2019

Tabla No. 1 Delimitación del problema

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye la falta de verificación de stock en la generación de pedidos y recepción de abonos que se acople a la página web de ventas de la empresa “SKYTEC S. A.” de la Ciudad de Guayaquil del año 2019?

1.3 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 VARIABLE DEPENDIENTE

Pedidos online con abono

1.3.2 VARIABLE INDEPENDIENTE

Verificar de stock

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Adicionar la funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en el 2019

1.4.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Identificar la información científica con respecto a los pedidos online con abono y la verificación de stock
- Diagnosticar el proceso actual con respecto a pedidos con abonos que se realiza en la página web para el sistema de ventas online de la empresa SKYTEC.
- Proponer la funcionalidad de pedidos online de la página web que verifique stock de los productos para mejorar el sistema de ventas de la empresa SKYTEC.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 CONVIVENCIA

Con este diseño se busca la optimización en el comercio electrónico mediante la web se determina la importancia para mejorar la comunicación de los clientes mediante una competencia potencial de la página web con la oportuna satisfacción de orientar a los usuarios el cual permitirá que puedan acceder al sitio web de la empresa realizando la compra de los productos en línea sin solicitar ninguna información al local acerca de la disponibilidad.

1.5.2 RELEVANCIA SOCIAL

En la actualidad la tecnología ha abarcado todo en el crecimiento del campo informático dando paso a la infinita cantidad de usuarios realizando estructuramientos y estrategias de búsquedas a las necesidades dando soluciones con sus diferentes actividades, este diseño de servicio web ofrece un enfoque claro del beneficio que recibe la empresa Skytec S.A. gestionando la agilidad con cada ingreso de clientes por la compra de los productos en línea sin tener que acercarse al lugar donde está ubicada la empresa.

1.5.3 IMPLICACIONES PRÁCTICAS

La solución que brinda la página sitio web en el ámbito del comercio electrónico es algo real donde se ofrece la variedad de los productos mediante la disponibilidad y consulta con una agilidad en la adquisición de la compra en línea el cual evitará una deficiente caída en las ventas lo que favorece al proceso continuo y estratégico mediante publicaciones en línea brindar así un servicio de calidad y excelencia en la página web de la empresa.

1.5.4 UTILIDAD METODOLÓGICA

La funcionalidad de la herramienta en la página web con la finalidad de brindar a la sociedad u otros negocios el desarrollo de un mercado con un margen productivo y competitivo para el consumidor con un servicio que facilite la consulta y la posibilidad de la adquisición del producto efectuándose mediante un buen control interno del inventario y regulando el flujo de las ventas con una información rápida y eficaz para aquellas empresas que dispongan con comercio electrónico.

2. CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACION TEORICA

2.1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS

Actualmente las páginas web son herramientas que interactúan de forma segura en relación con bases de datos en las páginas web mediante el comercio electrónico, por esta razón se garantiza la seguridad al estar conectados a una base de datos dando agilidad de la consulta de inventario para la compra del producto en línea.

Según el sitio web (Lynkoo, 2017) “A finales de los años 90 con el internet funcionando, el comercio electrónico creció como nunca antes la había hecho. Se crearon portales exclusivamente dedicados a esta actividad tales como eBay y Amazon, los cuales se mantienen operativos y en pleno crecimiento hasta el día de hoy” (Lynkoo, 2017).

En la actualidad la tecnología mediante el uso del internet ha permitido crecer organizar, publicar la información y consultar los diferentes productos mediante una verificación del stock al momento de realizar el pedido a través de las páginas web de las empresas relacionada con el comercio electrónico esto nos ha permitido comunicación con el uso de las aplicaciones ya sean que estén hecho en cualquier tipo de lenguaje de programación el cual se pueda ejecutar sobre cualquier plataforma diferente y con acceso a, servicios bancarios, ventas en línea, integración entre aplicaciones empresariales.

Según (Ferrer & Del Rey Tapia, 2004) “Los Marketplace, e-Marketplace, e-Markets o mercados electrónicos Business to Business son lugares en internet donde se citan los proveedores y los compradores de productos y servicios. Allí, ambas partes intercambian información, realizan transacciones comerciales y acceden a servicios añadidos” (Ferrer & Del Rey Tapia, 2004).

Dentro del comercio electrónico el avance de la informática ha conseguido expandirse a través de las páginas web con una globalización económica que se ha convertido en una respuesta rápida a la comercialización y competitividad de manera que realizar los pedidos en línea de los productos hoy en día es muy sencillo generado una competencia en los mercados electrónicos con una gran modernización de la web en las empresas.

“Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son consideradas como un elemento vital para impulsar la productividad de las empresas en medio de la sociedad del conocimiento. En este estudio se presentan cuantitativamente los impactos de la implementación de estas tecnologías” (Peñaloza & Pacheco, 2015, pág. 4).

En una página web no solo basta mostrar sus diferentes productos sino que también contar con una verificación del stock de los productos ofertados de acuerdo a lo solicitado por la empresa el cual va a permitir ver la información y características sobre la existencia de los mismos que se encuentran en la página web. Por lo tanto es bueno mantener una disponibilidad y consulta del stock esto va a permitir a quienes visitan la página web.

Según (Krajewski, 2008) “Los inventarios son importantes para todo tipo de organizaciones y sus empleados. Los inventarios afectan en gran medida las operaciones cotidianas porque deben contarse, pagarse, usarse en las operaciones, usarse para satisfacer a los clientes y administrarse” (Krajewski, 2008, pág. 462)

A través de los años los inventarios han ido mejorando mediante el control y las operaciones cotidianas que las empresas junto con los empleados realizan, sin duda mantener un buen stock o través de una página web que pueda contarse y pagarse esto hace que los cliente puedan consultar y verificar la existencia del mismo para luego adquirir dicho producto que la empresa oferta en su página web.

Según el sitio web (Español, 2011) “En 1994, cuando Internet estaba en sus primeros años de vida, fue cuando se produjo la primera venta online. Fue en el servicio Net Market, cuando su fundador Dan Kohn fue testigo de primera

mano de cómo su amigo compraba un CD de Sting con su tarjeta de crédito. Desde entonces la tecnología ha mejorado, sobre todo en lo que respecta a la seguridad” (Español, 2011).

Las ventas online mediante las relaciones con el usuario a través de las páginas web usando el internet mediante un ordenador surge una de las primeras venta en línea, el cual realizando intercambio transaccionales de compra o pedido siendo esto el avance para las primeras compras realizadas en línea, según los acontecimiento de la historia en el año de 1994 se da la primera venta online mediante un sistema de compras en línea. Después de esto comienzan con más presencia las tiendas electrónicas tales como son Amazon e eBay creando un gran flujo de compras en línea a través de una página web.

2.1.2. ANTECEDENTES REFERENCIALES

Título.- “Implementación de un sistema vía web con aplicación móvil para la reserva y pedidos en línea de restaurantes” (MACAVILCA & GRANDE, 2014), escrita por Macavilca González, María Aurea Estrella; Grande, Joel Andrés Saraza de la Universidad San Martín de Porres.

Este trabajo de titulación presento como propuesta realizar para realizar pedido en línea desde una aplicación móvil de manera que clientes tengan un acceso rápido al momento de realizar la compra o el pedido el cual están solicitando, en donde los restaurantes mostraran tendrán la variedad de opciones de platos y así el cliente pueda escoger a gusto la mejor oferta de comida.

Se tomó esta tesis como referencia en la manera que se presentó el proyecto mediante una aplicación móvil la cual puede ser tomada para realizar la venta de los productos en línea mediante abonos en la página web de la empresa Skytec dando al cliente una opción más óptima al momento de comprar el producto.

Título.- “Desarrollo de un sistema web para la gestión de pedidos en un restaurante aplicación a un caso de estudio” (XAVIER, 2015), escrita por Carlos Xavier Burgos Cando de la escuela Politécnica Nacional.

Esta tesis consistió en un plan de estudio consistió mediante un sistema web llamado sysper para la cadena de restaurantes gourmet de la ciudad de Quito teniendo como objetivo minimizar el tiempo de los meseros en dicho restaurantes ante la influencia de clientes lo cual permitió a los usuarios realizar sus pedidos a través del sistema web pudiendo así escoger el plato o producto que se mostrase y guardo los datos del cliente para mejor automatización.

En esta tesis se menciona la forma en que los clientes toman sus pedidos mediante un sistema web llamado sysper (sistema de pedidos para restaurantes) por tal se tomó como referencia para mediante el abono de tal manera que la empresa obtenga resultados favorables, sino que los clientes puedan realizar sus pedidos o compras sin tener que visitar el local.

Título.- “Implementación de sistema para restaurantes para gestión de pedidos y facturación electrónica (ambiente móvil & sistema administrable desde una pc)” (RIVAS & QUIÑONEZ, 2015), escrita por Roberto Carlos Espinosa Rivas, Juan Carlos León Quiñonez Universidad Politécnica Salesiana De Sede Guayaquil.

Esta tesis se presenta con una propuesta de ámbito tecnológico para pequeños y medianos y restaurantes donde el proceso para generar los pedidos resulta muy provechoso para el cliente ya que cuenta con una herramienta lo bastante útil al momento de generar su pedido contando con una gran ventaja de un ambiente móvil y brindar así a sus usuarios una atención rápida y segura.

Se tomó esta tesis como referencia de la forma que presenta un modelo de comercialización para los negocios de restaurantes a través de una gestión de pedidos mediante un ambiente móvil y de esa manera el cliente obtenga su pedido ya que en muchas ocasiones al llegar a un local y hasta hacer el pedido toma mucho tiempo mientras que desde un celular el cliente pueda ingresar a la aplicación y generar su pedido en menos tiempo brindado un buen servicio.

2.2 FUNDAMENTACION LEGAL

2.2.1 Base Legal

2.2.2 Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor

En función de proteger el derecho al consumidor en este trabajo de investigación, se presenta la Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor en sus artículos pertinentes:

“La presente Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor en el capítulo II de los Derechos Y Obligaciones De Los Consumidores del artículo 4 numeral 2 y 4, en el artículo 5 de los numeral 4 dice:

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.

4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presenta.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse”. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2000, pág. 3;4)

En la presente ley orgánica en defensa al consumidor mantiene los derechos u obligaciones como lo indican en los artículos 4-5, que hacen referencia a los derechos y obligaciones, ofertar los bienes con información completa y una verificación de stock completo de los productos y calidad del mismo, con el uso y condiciones de garantías de los productos ofertados en la página web, el cual se mantendrá por alguna mal defecto de fabricación mas no por un mal uso por parte del cliente y así obtengan un buen servicio.

B.- Ley de Propiedad Intelectual

En función de proteger el derecho de autor de este trabajo de investigación y posterior desarrollo de la solución informática, se presenta la Ley de Propiedad Intelectual en sus artículos pertinentes:

“En el registro oficial en el Órgano del Gobierno del Ecuador en la administración de Expresidente Constitucional Dr. Alfredo Palacios mediante el Congreso Nacional y la Comisión de Legislación y Codificación determinan en la sección I de los preceptos generales los artículos 4, 5 y 7 los Derechos de Autor y Derechos de Conexos los siguiente:

De los Derechos de Autor y Derechos Conexos

Capítulo I Del Derecho de Autor

Sección I

Preceptos generales

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

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

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

Autor: Persona natural que realiza la creación intelectual.

Productor: Persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad en la producción de una obra, por ejemplo, de la obra audiovisual, o del programa de ordenador.

Programa de ordenador (software): Toda secuencia de instrucciones o indicaciones destinadas a ser utilizadas, directa o indirectamente, en un dispositivo de lectura automatizada, ordenador, o aparato electrónico o similar con capacidad de procesar información, para la realización de una función o tarea, u obtención de un resultado determinado, cualquiera que fuere su forma de expresión o fijación. El programa de ordenador comprende también la documentación preparatoria, planes y diseños, la documentación técnica, y los manuales de uso” (Intelectual, 2006).

En la presente ley de propiedad intelectual las personas están con la protección de los derechos aquellos que mediante sus propios medios y esfuerzo hayan logrado crear o formado el desarrollo de algo en particular, por lo tanto se debe realizar el debido registro para la protección de los derechos en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)

2.3 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable Dependiente:

Pedidos online con abono

Es un proceso de compra de un producto por parte del consumidor el cual se realiza a través de un sitio web donde se realiza un abono por el producto al cual va hacer adquirido quedando en constancia un documento tanto para la empresa como para el usuario siendo una orden de pedido.

Hoy en día es evidente que son más los usuarios quienes deciden realizar compras o pedidos en línea a través de las páginas web, mejorando la información, modalidad y entrega de los productos dándole al cliente nuevas formas de pago en línea.

Variable Independiente:

Verificar de stock

Es el proceso que se realiza para revisar la existencia y disponibilidad de mercadería o productos existentes al momento de realizar un pedido ya sean estos que estén dentro de bodega o alojados en sitio web.

La tecnología ha permitido manejar grandes cantidades de productos almacenados en una bodega o un sitio web logrando gestionar con agilidad y eficaz la revisión constante de los movimientos de los artículos.

2.4 ANTECEDENTES CONCEPTUALES

Comercio Electrónico

El comercio electrónico, también es conocido como e-commerce que inglés (electronic commerce) es más bien el proceso de compra y venta de productos que una empresa da a conocer por medios electrónicos, ya sean desde aplicaciones móviles o comercio por Internet o en línea, tales como las redes sociales y otras páginas web.

Según Gariboldi, 1999 “La potencialidad del desarrollo del comercio electrónico ha incentivado el perfeccionamiento de diversas herramientas que facilitan una interacción entre partes. De esta manera se coordinan las actividades del ciclo de producción (operaciones de recepción de insumos, manejo de inventarios y distribución de bienes, etc.)Logrando mayor nivel de eficiencia y recortando el ciclo en términos de consumo de tiempo”. (Gariboldi, 1999, pág. 10)

El comercio electrónico ha generado tendencias como son la gestión de pagos en línea desde su aparición mediante el uso del internet. Los pagos mediante el código QR o a través de aplicaciones móvil es una forma de realizar compras fácil y segura usando el código QR solo se necesita pasar el lector sobre el código QR e ingresan los datos requeridos de la tarjeta de crédito la aplicación de la misma manera se ingresa los datos de la tarjeta de crédito en la aplicación móvil y esta aprueba el monto por el producto adquirido.

Website

Una website o un sitio web como se conoce, son documentos o conjunto de archivos imágenes de textos el cual se componen mediante los código HTML para conformar una página web relacionada o que se alojado o se encuentra en Internet a la podemos identificar mediante un nombre de dominio el cual se visualiza en la World Wide Web o más como es conocida como www siendo una red informática mundialmente conocida desde su aparición en la década de los 80 permitiendo así a los a miles de usuarios en la actualidad navegar por internet usando distintos tipos de navegadores como Google Chrome, Mozilla FireFox, Internet Explorer, Safari y Edge.

Según (Pastor, 2011) “No hace muchos años, allá por la década de 1980, fueron muchos los que vaticinaron un nuevo mundo. En esa visión tal vez fundamentaba la aparición de la informática personal, los seres humanos tendrían acceso a grandes repositorios de información. La puerta de entrada sería el ordenador, y los datos, almacenados en soportes de gran capacidad, ofrecían nuevas posibilidades de integración”. (Pastor, 2011, pág. 3)

Esto nos ha llevado ser grandes cosas con el internet no solo desde almacenamientos de datos sino hasta realizar compras en línea así mismo creando diferentes sitios web como son las páginas web. Los Sitios personales conocidos como redes sociales, son los más aprovechados por los diferentes usuarios para mostrar información sobre sí mismos y para interactuar con otros usuarios estos sitios o redes son Twitter, Facebook e Instagram y Whatsapp los más conocidos. Asimismo sitios web donde se adquieren productos o se subastan en la red como son EBay, Amazon, Alibaba.

Verificar Stock

Comprobar o ratificar Stock es un término de la lengua inglesa que, en nuestro idioma, refiere a la cantidad de bienes o productos que dispone una organización o un individuo en un determinado momento para el cumplimiento de ciertos objetivos.

Según (Amaya & Cevallos, 2012) “Desde tiempos inmemorables, los egipcios y demás pueblos de la antigüedad, acostumbraban almacenar grandes cantidades de alimentos para ser utilizados en los tiempos de sequía o de calamidades”. (Amaya & Cevallos, 2012)

Y es que por la época del año 3000 a.C. los egipcios tenían por llevar un control de todo sus bienes desde los alimentos hasta las armas, esto se vino dando a través de los tiempos con los romanos, los griegos sin duda no se sabe quién inicio el inventario per hoy en nuestra actualidad para hacer frente a esto; así se idea un mecanismo de control para su reparto donde aparecieron con la necesidad que tuvo el hombre de almacenar y llevar un orden o control en sus bienes mientras que para la empresa verificar el stock mediante el programa que permite tener un control completo sobre la mercadería, mediante la realización de listados, controles y pedidos.

Pedidos On Line

En materia de comercio electrónico un pedido online es la formalización de la intención de un consumidor (el comprador online) de comprar un producto o contratar un servicio, a un vendedor (la tienda online). Una tienda en línea se refiere a un tipo de comercio que usa como medio principal para realizar sus transacciones un sitio web o una aplicación conectada a Internet.

Según Fernández en 2014 “Mediante la conexión a internet, las empresas puedan consultar a sus proveedores acerca de su disponibilidad de existencia y efectuar un seguimiento de los pedidos online a lo largo de la cadena de suministro (FERNÁNDEZ, 2014, pág. 7)

Una tienda en línea o tienda virtual, es página una web que permite la actividad del comercio mediante las compras o ventas en línea ya sea estos entre empresas o usuarios a través de Internet, en pocas palabras: es un sitio web

que nos permite vender o comprar. Los ofertantes de los productos y servicios ponen a disposición de los clientes un sitio web donde puedan observar videos e imágenes del producto, leer las características y especificaciones técnicas incluyendo los manuales de usuario para que el cliente finalmente tenga una idea delo que está adquiriendo. Lo pedidos online en su mayoría se realizan por una página web o desde un aplicación móvil para realizar una compra y se realiza el pago mediante una tarjeta de crédito usando botones pago como son PayPal PayClub.

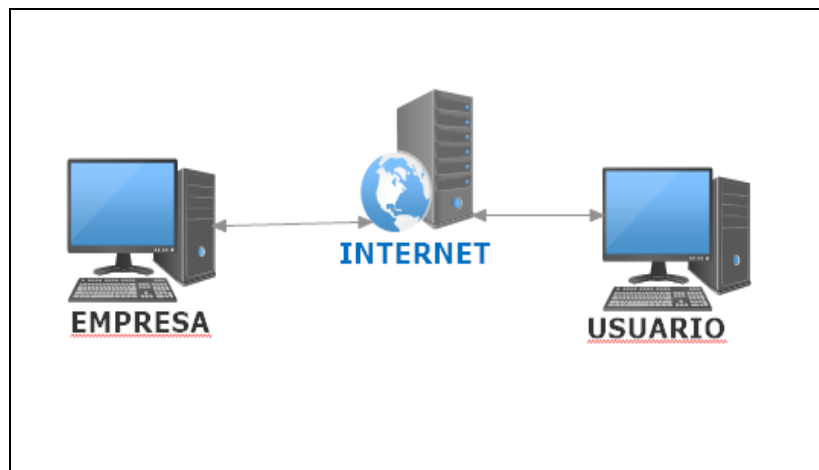


Gráfico 1: Proceso de pedido Online interacción entre empresa y usuario

Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Marketplace On Line

Según el sitio web Cetelem “El Marketplace se posiciona claramente como canal de compra preferido para realizar la gran parte de las compras online, en muchos casos muy por encima de la web de las propias tiendas” (Cetelem, 2017)

Un Marketplace online es un sitio web que permite, tanto a las empresas quienes ofertan sus productos y los usuarios quienes realizan las compras ya que ambas partes les permite relacionarse entre sí para efectuar una transacción comercial.

Como afirma la asociación española de la economía (Digital, 2012) “Los Marketplace en Internet podríamos asemejarlos a las ferias de ganado o agricultura de nuestros antepasados o a los mismos mercados y ferias actuales

de venta al por mayor o al detalle. Por tanto, las ventajas de los Marketplace siguen siendo las mismas que en el mercado físico, sólo que con la ventaja añadida de que no necesitamos desplazarnos a un lugar determinado para cerrar una transacción comercial”. (Digital, 2012, pág. 21)

Es que los Marketplace online nos han llevado a ganar ventajas sobre la competencia tanto en agilidad como en precio con una visibilidad de la empresa y sus productos con un análisis de oferta. En este tipo de mercado en línea o Marketplace online se ha convertido en las plataformas para los compradores y vendedores que permanecen en un entorno a través del internet comercial hasta llegar a la transacción que finaliza con la compra del producto.

Portal Web

Según la universidad de (Cataluña, 2008) “Portal web es un nuevo termino, comúnmente sinónimo de puerto, que se utiliza para referirse a un sitio web que sirve de punto de partida para iniciar actividades de navegación en internet, el cual se visita con frecuencia y al que generalmente se designa como página de inicio del navegador” (Cataluña, 2008, pág. 9)

Portal es un término que proviene de puerta en la Internet y el campo de la construcción, el portal web es conocido como sitio web el cual permite navegar mediante el uso el internet el portal es como la primera pieza de la casa, que presenta la puerta principal y que permite acceder al resto de ella.

Según (Peraza, 2014) “Un portal de Internet es un sitio web que ofrece al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema. Incluye: enlaces, buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica, etc. Principalmente un portal en Internet está dirigido a resolver necesidades de información específica de un tema en particular” (Peraza, 2014, pág. 2)

Un portal de Internet es un Sitio web cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada el acceso a una serie de recursos y servicios, entre los que suelen encontrarse Buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica.

Aplicación Móvil

Según Posted “Las primeras aplicaciones móviles datan de finales de los años 90, estas eran lo que conocemos como la agenda, arcade games, los editores de ring toné, etc. cumplían funciones muy elementales y su diseño era bastante simple” (Posted, 2018)

Como dice Macero Posted las aplicaciones móviles surge por el año de 1990 con funciones básicas para facilitarle al usuario el uso de la agenda, pero hoy en día se han convertido en nuestro diario vivir desde pequeños juegos hasta aplicaciones de películas, noticias, deportes ganado todo el espacio en los mercados siendo una aplicación informática diseñadas para celulares, tablet.

Según Navarro (2014) “Una aplicación (también llamada app) es simplemente un programa informático creado para llevar a cabo o facilitar una tarea en un dispositivo informático. Cabe destacar que aunque todas las aplicaciones son programas, no todos los programas son aplicaciones” (Navarro, 2014, pág. 3)

Las aplicaciones móviles han logrado ganar territorio haciendo más fácil la utilidad para los usuarios facilitando el uso de las aplicaciones. La aplicación móvil no está sujeta hablar dentro del presente proyecto solo se hace referencia a su uso así mismo como las redes sociales por el cual se nombra en partes del tema ya que son un medio de interacción hoy en día para los usuario o quienes usan estas aplicaciones en diferentes medios.

Lenguaje De Programación

Según (LAROUSSE, 1999) “Un lenguaje de programación consiste en un conjunto de ordenes o comando que describe el proceso deseado. Cada lenguaje tiene sus instrucciones y enunciados verbales propios, que se combinan para formar los programas de cómputo. Los lenguajes de programación no son aplicaciones, sino herramientas que permiten construir y adecuar aplicaciones” (LAROUSSE, 1999, pág. 3)

En acuerdo con Larousse el lenguaje de programación es parte de la construcción de programas y enunciados siendo un lenguaje diseñado para realizar diferentes procesos y ser llevado a cabo por computadoras donde realizan diferentes actividades.

3. CAPITULO III

3. METODOLOGIA

PRESENTACION DE LA EMPRESA

Reseña histórica sobre la empresa Skytec S.A.

La empresa Skytec S.A. se fundó el 02 de agosto en el año de 1984 en la ciudad de Guayaquil de la provincia del Guayas, la compañía se constituye mediante las disposiciones de las Ley y Normas de Compañías y Derecho Positivo Ecuatoriano por lo Estatus Sociales como Compañía Anónima la denominación finalidad duración y domicilio de la compañía se constituye en esta ciudad el cual se denominara SKYTEC S.A. la misma que se registró por las leyes de Ecuador la compañía tendrá por objeto dedicarse a la importación, exportación, distribución, compra, venta, comercialización y ensamblaje de aviones. La empresa SKYTEC CENTRO GPS, en la actualidad los representantes de GARMIN para el Ecuador, se inicia en el año 1984, se toma el desafío de traer al Ecuador la línea de aviación deportiva.

Por el año de 1996, con el desafío de realizar una gira a los Estados Unidos en busca de un proveedor de GPS el cual no encontraba en Ecuador toma la decisión de realizar la primera importación de un GPS portátil el modelo al cual realiza la importación es el Garmin GPS 45, después de este suceso decide tomar la representación de la marca GARMIN de manera directa convirtiéndose en el pionero el representante de la marca para el Ecuador. Desde que se tomó la representación de la marca la empresa comenzó a dar a conocer las bondades del GPS y sus utilidades en el mercado convirtiéndose en un artículo de alta tecnología obteniendo hoy en día el manejo de todas las líneas de la marca tales como la deportiva, marina, aérea, vehicular, portátil.

Sin duda la empresa Skytec logro introducirse con gran éxito los GPS en el mercado de Ecuador, con las bondades tecnológicas, calidad y facilidad de uso de los equipos Garmin, manteniendo una constante dinámica de modelos y tecnología.

MISIÓN

Ser una empresa duradera mediante la creación de productos superiores para automóviles, aviación, marinos, exteriores y deportes que son una parte esencial de la vida de nuestros clientes.

VISIÓN

Seremos el líder mundial en todos los mercados que atendemos, y nuestros productos serán buscados por su diseño convincente, calidad superior y mejor valor.

VALORES

La base de nuestra cultura es la honestidad, la integridad y el respeto por los asociados, clientes y socios comerciales. Cada asociado está totalmente comprometido a atender a los clientes y compañeros asociados a través de un desempeño sobresaliente y de lograr lo que decimos que haremos.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizativa de la empresa Skytec define las características y división de las todas actividades que se agrupan para organizar las áreas o departamentos y establecer una organización y coordinación para alcanzar los objetivos. Está compuesta por la dirección general, administración, marketing, informática y departamento contable donde el grafico se encuentra en el anexo 4.

En la organización la parte de dirección general es un proceso administrativo que se fundamenta en el rumbo hacia donde se encamina la empresa, mientras que la parte de administrativa de la empresa es la que realiza la organización, dirección y control, al igual que el departamento contable lleva los registros adecuados de las operaciones financieras de la empresa. Así mismo el departamento de informática esta para mantener los sistemas de información de la empresa. Dentro de la estructura organizativa de la empresa el área de marketing donde más resalta es conformada por la Directora de marketing y la asesora comercial, por la función de manejar y coordinar las estrategias de ventas con el objetivo de darle una mejor ubicación y posición en el mercado a la empresa con el ingreso de las ventas.

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Según afirma (Tamayo, 2004) “Conviene anotar que los tipos de investigación difícilmente se presentan puros; generalmente se combinan entre si y obedecen sistemáticamente a la aplicación de la investigación”. (Tamayo, 2004, pág. 43)

La investigación es un metodo que nos ayuda a mejorar para alacanzar un nivel de estudio el cual permite establecer y conocer a profundidad las teorías de la realidad con el fin de incrementar nuevos conocimientos; para mejorar planes de estudio en con el fin de desarrollar una investigación científica mediante proceso y metodos de informacion procurando obtener una recopilacion de manera clara y precisa para una buena interpretacion en la busqueda de conocimeintos.

Investigación Descriptiva

Según (Sampieri, 2014) “Los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (Sampieri, 2014, pág. 92)

La investigación descriptiva permite realizar mediante un análisis de estudio a conocer las actitudes predominantes de una población o a su vez un a grupo de personas para analizar de manera cuidadosa la recolección de información y llegar al objetivo el cual contribuya a la realización del seguimiento y consulta de información realizado a través de la página web con la finalidad dar al usuario en un tiempo estimado la información y verificación de consultar de stock para la compra de los productos que allí se exponen mejorando la atención al cliente.

Investigación Explicativa

Según (Sampieri, 2014) “Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables” (Sampieri, 2014, pág. 95)

Mediante el análisis realizado en la empresa Skytec S.A. la siguiente investigación es explicativa encontrando el problema de la compra en línea de la consulta de stock de los productos de forma automática, debido al no tener una herramienta de servicios web que facilite al usuario la información, consulta y compra del producto que está adquiriendo.

Investigación Correlacional

Como afirma (Sampieri, 2014) “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variable” (Sampieri, 2014, pág. 93)

En esta técnica de investigación la relación de contar con una página web con una verificación del stock es adquirir ventas en la página de la empresa una mejor satisfacción donde los clientes puedan efectuar de manera segura la compra del producto sin necesidad de realiza una llamada al local. Permite desarrollar las categorías que se involucran en el modelo entidad relación.

3.2 POBLACION Y MUESTRA

3.2.1 POBLACION

Según (Wigodski, 2010) “Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación

debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio” (Wigodski, 2010)

La población es un conjunto de individuos que determinan de manera representativa un análisis para los resultados correspondiente de esta investigación de estudio no abarca a los empleados, 1 directivo de ventas, 1 director de TIC por que la experiencia de ellos se ve reflejada en la propuesta. La muestra va con los clientes de la empresa Skytec para evaluar la pertinencia de la propuesta.

Tabla No. 2: Población

ÁREA	PERSONAS
Clientes	117
Total	117

Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

En esta propuesta se consideran 117 clientes porque ese es el promedio mensual de clientes facturados en los últimos 3 meses.

3.2.2 MUESTRA

Según (Sampieri D. R., 2014) “El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra se generalicen o extrapolen a la población (en el sentido de la validez externa que se comentó al hablar de experimentos). El interés es que la muestra sea estadísticamente representativa” (Sampieri R. H., 2014, pág. 173)

La muestra es una porción representativa de la población donde se podrá determinar la problemática el cual dependerá del proceso de estudio con la técnica de muestreo donde se tomara en cuenta la investigación de la recolección de la información.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} =$$

Dónde cada una de las letras se va a ver reflejado en la formulación de los datos de la siguiente manera:

N: Donde N es la cantidad de clientes considerado de la población de este proyecto.

Z_a= Donde Z se mide el nivel de confianza de la población considerado de este proyecto con un valor de 1.96

p = Donde P es el porcentaje considerado que existe de la población de este proyecto con un (5% = 0.05)

q = Donde Q es nuestra expectativa considerado de la población de este proyecto dado que 1 – p sería 1 – 0-05 = 0.95

d = Donde D es la inexactitud máximo considerado de la población de este proyecto con un 5%

Mediante los datos se procede al reemplazo de las variables obteniendo como resultado:

$$\frac{85 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (85 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 59,1868 = 60$$

De esta manera logramos obtener la muestra que se reduce a la siguiente tabla:

Tabla No. 3: Muestra

ÁREA	PERSONAS
Cientes	60
Total	60

Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

3.3.1 TECNICA

Según afirma (Morone, 2013) “Las técnicas son los procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento. Encuestas, entrevistas, observaciones todo lo que se deriva de ellas”. (Morone, 2013, pág. 2)

Es un procedimiento de recolección de datos que permite la aplicación de un método de investigación en diferentes técnicas del proyecto que se utilizara mediante entrevista no estructurada al personal de la empresa para recolectar datos de información.

3.3.2 ENTREVISTA

Según (Noguera & Castellano, 2011) “Es una técnica de estudio y de recolección de información caracterizada por el diálogo entre dos personas como mínimo. Es un instrumento flexible, donde el entrevistador y el entrevistado interactúan construyendo una realidad intersubjetiva que permite reconocer los mundos e imaginarios de los agentes que participan en ella”. (Noguera & Castellano, 2011, pág. 13)

En esta técnica de estudio pretende a través de la entrevista con el objetivo de la recolección de datos sobre la venta de productos de la página web de la empresa Skytec, la información registrada mediante la entrevista realizada tanto director del área de TIC como a la persona del departamento de comunicación y marketing quienes son encargados de brindar una atención al cliente, las preguntas que se hicieron tanto al director de TIC como al personal de comunicación y marketing constan en el Anexo 7.

3.3.3 ENCUESTA

Según (Anguita, 2003) “Se puede definir la encuesta, como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”. (Anguita, 2003, pág. 143)

Esta técnica de investigación y recopilación de datos para obtener información mediante preguntas realizadas a los clientes el cual se le realizo a 117 de ellos por medio de llamadas telefónicas, el cual se obtuvo con datos estadísticos del último mes de las ventas en la empresa, para saber si la creación de funcionalidad de pedidos online para realizar compras de productos que ofrece

la empresa Skytec en la página web. La encuesta para corroborar la pertinencia de la propuesta fue realizada a los clientes y las preguntas constan en el Anexo 8.

3.3.4 METODOLOGÍA SCRUM

Como afirma (Schwaber & Sutherland, 2013) “Scrum es un marco de trabajo de procesos que ha sido usado para gestionar proyectos para el desarrollo software de productos complejos desde principios de los años 90” (Schwaber & Sutherland, 2013, pág. 4)

El uso de la metodología de ágil Scrum es empleada para gestionar procesos para el desarrollo de software, el cual muchas empresas están empleando siendo tendencias para gestión de proyectos al momento de levantar la información. El Scrum se caracteriza por la estrategia de desarrollo y planificación de los proyectos donde aplica reglas definidas para el comienzo de un proyecto por tanto, al obtener los resultados o requisitos obtenidos atreves de las entrevistas o encuestas se determina un análisis a cada una de las tareas para ser aplicadas en esta propuesta del proyecto.

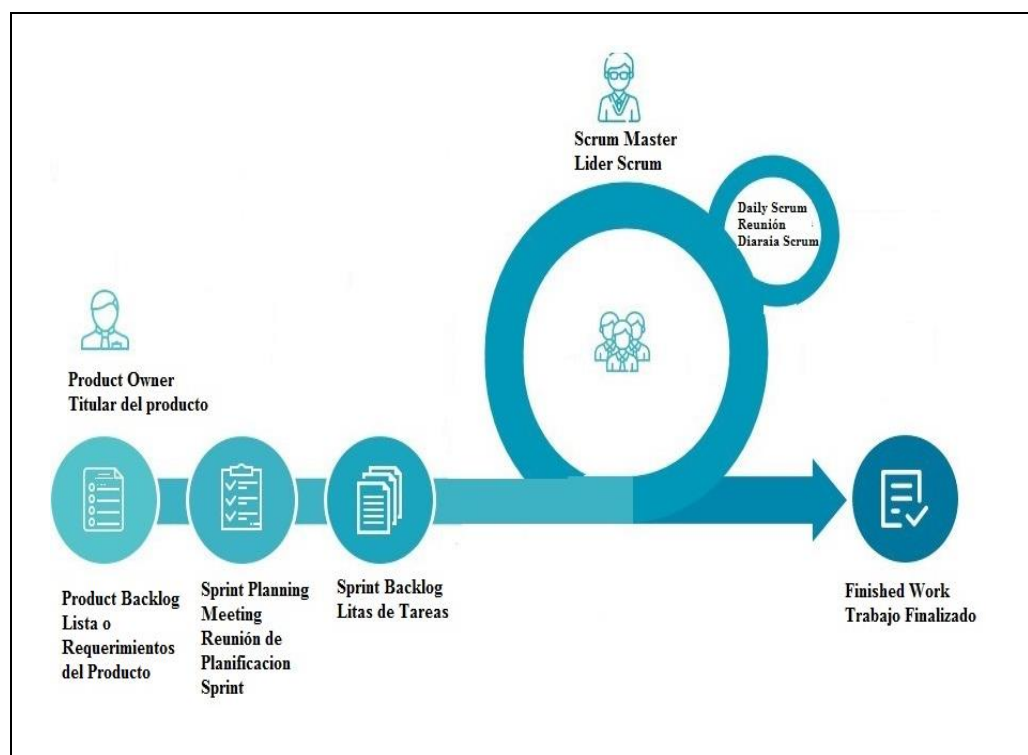


Gráfico 2: Método de Scrum
Elaborado: Jairo Mendoza Cantos

El levamiento y la recopilación de la información utilizando la metodología Scrum la cual tiene roles y responsabilidades, para esto la reunión realizada con el director de TIC para la propuesta de este proyecto se llevan a cabo mediante los siguientes procesos:

- **Producto Owner**

Es el encargado clave para que exista una priorización clara de los objetivos a conseguir y definir los criterios que se deben cumplir para el proceso del proyecto y coloca las historias de usuarios en el **Product Backlog** para realizar la lista de tareas.

- **Product Backlog**

Es la lista de tareas o características que contienen requerimientos funcionales junto con las determinadas condiciones necesarias, especificaciones y documentación requerida para la propuesta del proyecto.

- **Sprint Planning Meeting**

Es Planificar las acciones estratégicas convenientes para un enfoque efectivo para determinar las actividades y los objetivos satisfaciendo las necesidades del sistema considerado, los cuales intervendrán eficazmente para la realización del proyecto.

- **Sprint Backlog**

Es lista de tareas de interacción ordenada y planificación táctica del trabajo a realizar que se obtuvo mediante el sprint planning esta lista permite al equipo de desarrollo definir lo que debe hacer mediante la revisión, ejecución, del trabajo requerido para lograr el objetivo del sprint.

- **Development Team Member:** Son aquellos que se encargan de crear de desarrollar el producto con los requerimientos obtenidos.

- **Scrum Master**

Es el facilitador que lidera el equipo de trabajo y elimina obstáculos con asesoramiento, asegurando que exista la lista de requisitos para el equipo de desarrollo cumpla con los objetivos. Adicional el Scrum master deberá considerar y determinar con mayor precisión de las fases para la prueba del producto junto con su equipo.

4. CAPITULO IV

4. PROPUESTA

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este proyecto mediante los métodos e instrumentos de investigación que se aplicaron el cual obtendremos los resultados que nos ayudara con la propuesta para mejorar la atención con el cliente y obtener nuevas ventas para la empresa mediante la página web en la actualidad.

El proceso realizado con el personal de que realiza la atención al cliente y el especialista de TIC, con el líder y el cuerpo de venta con quienes se trabajó mediante la entrevista para obtener la información requerida.

Se mostraran los requerimientos del análisis obtenido mediante cada pregunta de las encuestas y entrevistas realizadas al cual se procederá con una funcionalidad para poder generar los de pedidos de forma online en la página web de la empresa Skytec. Mediante la extracción de la información a través de las encuestas realizadas en el anexo # 6 se describe que la interpretación obtenida es favorable para proceder con el planteamiento de la funcionalidad de pedidos con abono en la página web siendo significativo y aceptable los resultados obtenidos.

4.2 ANALISIS DE LA INFORMACION DE LA ENCUESTA

4.2.1 ANALISIS ESTADISTICO

- 1) ¿Está conforme con la forma de cómo se muestran los productos en la página web que ofrece la empresa Skytec?

Gráfico 3: Muestra de productos página web



Tabla No. 4: Muestra de los productos en la pagina

Respuesta	Si	No	Total
Cantidad	60	0	60
Porcentaje	100%	0%	100%

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Objetivo: es importante saber la conformidad que el cliente al momento de comprar o visualizar los productos en la página web.

Interpretación: En la gráfica podemos ver que el 100% considera que le gusta comprar en la página web.

Análisis: se puede observar que los encuestados decidieron comprar por la página web

2) ¿Ha tenido problemas al momento de realizar la compra de los productos en la página web?

Gráfico 4: Compra de los productos

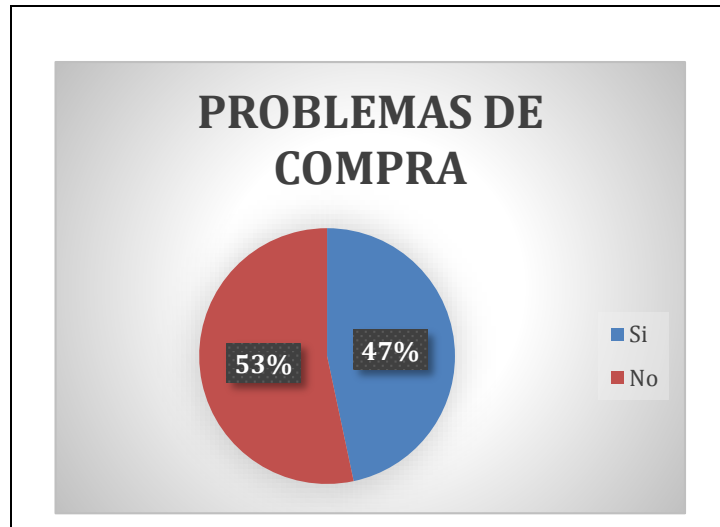


Tabla No. 5: Compra de los productos

	Si	No	Total
Cantidad	28	32	60
Porcentaje	45%	55%	100%

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Objetivo: saber si ha tenido problemas al momento de realizar un pedido en la página web por la compra de un producto.

Interpretación: en esta gráfica podemos observar que el 55% de los clientes no han tenido problema al realizar una compra.

Análisis: mediante los resultados obtenidos a los encuestados se pudo apreciar que la mayoría de los clientes pudieron realizar su compra sin problema.

3) ¿Cómo califica el proceso de la toma de pedido al momento de buscar el producto en la página web?

Gráfico 5: Toma de pedido

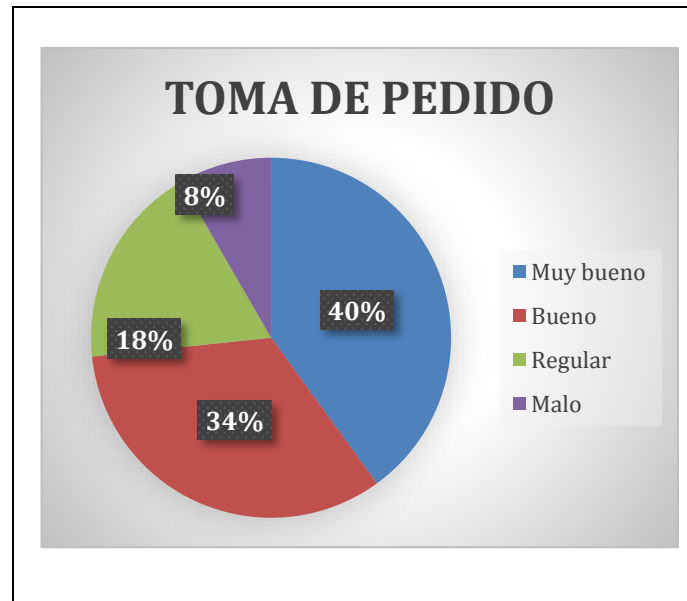


Tabla No. 6: Toma de pedido

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Total
Cantidad	26	19	10	5	60
Porcentaje	47%	35%	15%	3%	100%

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Objetivo: el objetivo de esta pregunta es para poder saber si a los clientes a quienes se encuestaron como les parecía la toma de pedido al momento de buscar el producto en la página web.

Interpretación: en la gráfica podemos observar que el 47% de los clientes les pareció muy bueno, mientras que el 35% estuvo de acuerdo, y el 15% lo tomó de forma regular, sin embargo, el 3% no le gustó fue malo.

Análisis: gracias al resultado obtenido se determina que los clientes encuestados si les parece muy bueno el que se tengan disponibilidad del stock.

4) ¿Considera usted que es ágil realizar la compra de productos mediante la página web que dirigirse al local?

Gráfico 6: Es ágil realizar la compra de productos mediante la página web

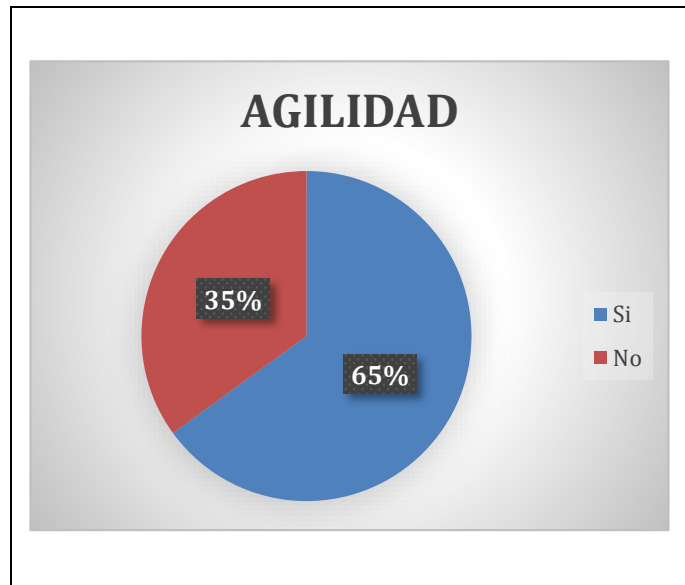


Tabla No. 7: Realizar compra de los productos por la página web

	Si	No	Total
Cantidad	39	21	60
Porcentaje	62%	38%	100%

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Objetivo: es poder observar a cuantos clientes se les hizo fácil poder realizar la compra de los productos mediante la página web

Interpretación: como se aprecia en la gráfica a los 60 clientes encuestados del cual el 62% les pareció que, si se les hace fácil realizar la compra mediante la página web, mientras que el 38% dijo no estar de acuerdo.

Análisis: al analizar los resultados que se hizo mediante la pregunta se pudo saber que al realizar las compras mediante la página web es de mucha utilidad para los clientes.

5) ¿Ve útil la funcionalidad de pedidos online con abonos en la página web para realizarla la compra de productos que ofrece Skytec?

Gráfico 7: Funcionalidad de pedidos online con abonos

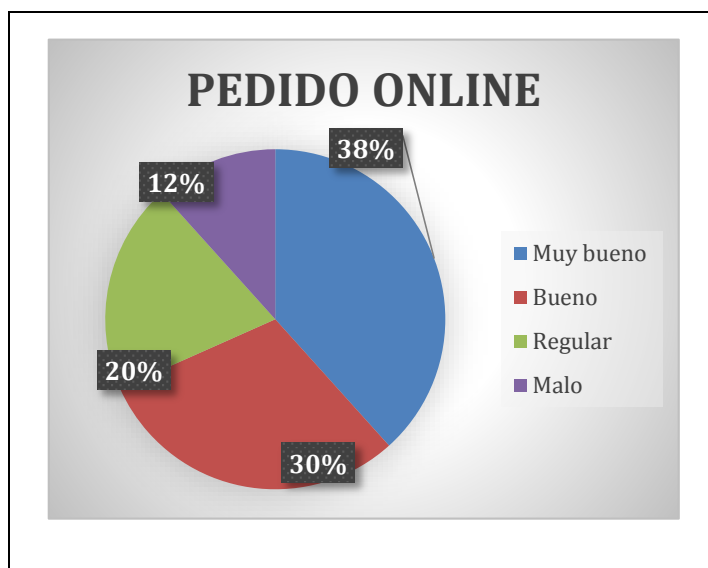


Tabla No. 8: Funcionalidad de pedidos online

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Total
Cantidad	23	18	12	7	60
Porcentaje	40%	30%	22%	8%	100%

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Objetivo: en esta pregunta el objetivo es saber si los clientes les gustaría realizar sus pedidos online con abono en la página web.

Interpretación: observamos que en la gráfica realizado a los encuestados podemos apreciar que el 40% estuvo de acuerdo con la funcionalidad de pedidos online con abonos en la página, mientras que el 30% les pareció bueno, y el 22% les pareció regular, mientras que el 8% no le gusto fue malo.

Análisis: gracias a estos resultados obtenido mediante esta pregunta se pudo saber que la totalidad de los clientes encuestados les gusto la funcionalidad de pedidos online con abonos en la página web.

6) ¿Le gustaría realizar pedido online con abonos para los productos en la página web?

Gráfico 8: Le gustaría realizar pedido online con abonos

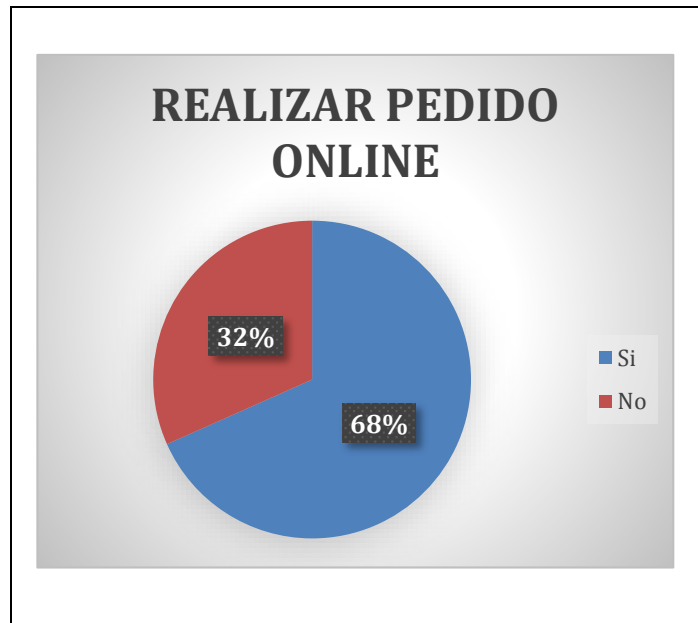


Tabla No. 9: Realizar pedido online

	Si	No	Total
Cantidad	41	19	60
Porcentaje	72%	28%	100%

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Objetivo: observar la importancia de los clientes encuestados que les gustaría realizar su pedido online con abonos para poder adquirir su producto.

Interpretación: cómo podemos ver reflejado en la gráfica del 100% el 72% le gustaría realizar sus pedidos online con abonos, mientras que el 28% no le gusto.

Análisis: observamos que a todos los encuestados la mayoría estuvo de acuerdo en realizar sus pedidos online con abonos en la página web.

4.3 ANALISIS DE ENTREVISTA

4.3.1 PREGUNTAS Y RESPUESTAS

- **¿Cree usted que el proceso de ventas en la actualidad en la página web es lento?**

Regular, porque hay personas que no confían en las compras por Internet. Así mismo tenemos clientes que sus compras siempre han sido a través de nuestra web.

- **¿Cómo considera usted que influirá, en los clientes realizar pedidos online con abonos en la página web?**

De buena manera ya que se le facilitará al cliente 'separar' su equipo con cierto porcentaje del costo total y que éste sea entregado en cuanto llegue a nuestro local.

- **¿Qué problema ha identificado en la actualidad que tiene la empresa con relación a la compra de productos en la página web?**

En ciertas ocasiones no se ha puesto varios productos en stock 0 y hemos tenido clientes que los han comprado, por lo que se tiene llamar y comentar la falta de existencia del equipo y dar una fecha considerable para la respectiva entrega.

- **¿Cuál cree usted que sería la opinión de los clientes, el poder realizar los pedidos online con abonos de los productos en la página web?**

El cliente se sentirá mejor atendido, al saber que puede realizar la adquisición del producto sin que haya disponible en stock, así se obtendrá una mejor atención sin perder la venta.

- **¿Qué usted Que realizar pedidos online con abonos de los productos en la página web, el cliente obtendrá una mejor atención?**

Sí, porque al realizar el abono se separa los pendientes de entrega y al llegar la mercadería serían los primeros en entregarse una vez que el cliente haya hecho el pago total del equipo.

4.4 PLAN DE MEJORAS

El plan de mejoras está orientado hacia la página web y generar cambios que beneficien el desarrollo y rendimiento a la empresa con lo que se pretende facilitar al cliente el que pueda hacer la reservar o compra del producto que está buscando y a su vez gestionar el proceso de ventas en la página web de la empresa Skytec. Mediante las técnicas de investigación metodológicas aplicadas se permitió alcanzar los resultados apropiados para el proyecto.

4.4.1 OBJETIVO DE PLANA DE MEJORAS

- Facilitar al cliente el abono por el producto en la página web al cual va adquirir y separar el mismo.
- Mejorar la agilidad para los clientes al momento de realizar sus pedidos con abonos en la página web.
- La funcionalidad de pedidos online con abonos en la página web es aumentar el nivel de ventas para la empresa Skytec.

En este proyecto el propósito de propuesta es presentar una alternativa adicional para el cliente, mediante el uso de la página web con la finalidad de obtener ventas a través de los usuarios y de esta manera mantenerlo interesado el cual pueda obtener el apoyo necesario al momento que tenga que escoger un producto en la página sin la necesidad de acercarse al local, y así poder facilitar la adquisición de cualquier producto mediante un pedido online en la página web y evitar de esta manera que el cliente termine adquiriendo el producto en la competencia.

4.6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.6.1 REQUERIMIENTOS PARA DESARROLLO

Para los requerimientos de este proyecto se contara con los recursos necesarios que están en el contenido de la documentación.

4.6.2 RECURSOS

¿Recursos que se necesita?

Para la creación de la funcionalidad de pedidos con abonos online en la página web se necesita lo siguiente:

- ❖ 1 programador
- ❖ 1 diseñador web master
- ❖ 1 hosting o servidor
- ❖ 1 Implementos de computación
- ❖ 1 lenguaje de programación Python, JavaScript-JS
- ❖ 1 hojas de estilos CSS, HTML
- ❖ 1 base de datos PostgresQL

Python lenguaje de programación

Para lograr funcionalidad del proyecto acorde con la necesidad que tiene la empresa Skytec S.A. se trabajará con el lenguaje de programación Python 3.0, el cual cuenta con una licencia libre y se la puede utilizar sin restricción alguna para el desarrollo de la funcionalidad, se trabajara con un IDE de desarrollo PyCharm con la última versión disponible.

Python dentro de sus características es de tipado fuerte dinámico y multiplataforma. En Python las ventajas de usar este lenguaje es que se muestra con una simplicidad al momento de usarlo se evidencia la flexibilidad y rapidez al escribir código, es elegante e interactivo y se muestra de manera limpio y ordenad, lo que hace que sea agradable a los usuarios el cual le permita a otros programadores poderlo leer y trabajar sobre el programa escrito.

Tabla No. 10: Python

ARTICULO	DESCRIPCIÓN
	Nombre: Python Empresa: Jet Brains Tipo de Licencia: Licencia Open Source código abierto.

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos
Fuente: www.python.org

JS – JavaScript

Este lenguaje de programación lo utiliza desarrolladores a quienes les permite crear o diseñar páginas web dinámicas para mejorar la experiencia con los usuarios al momento que acceden a la web.

Las páginas web dinámicas son aquellas que permiten una interactividad amigable mostrando efectos en el texto animaciones en las imágenes y notificaciones de tipo ventanas para el usuario al pulsar botones, dentro de las características de JavaScript es de lenguaje tipado dinámico funcional ya que puede ejecutarse el programa sin compilar.

Este lenguaje de programación lo pueden usar ser tanto aquellos profesionales o quienes inician en diseño de páginas web o desarrollo, lo que hace que este lenguaje sea aplicable tanto a navegantes o múltiples navegadores quien interpreta estos códigos, recalcar algo común es no confundir JavaScript con java estos lenguajes son diferentes pero poseen características similares.

Tabla No. 11: JavaScript

ARTICULO	DESCRIPCIÓN
 The image shows the JavaScript logo, which consists of a yellow shield-like shape with a white 'J' and 'S' inside, and the word 'JavaScript' written below it.	<p>Empresa: Oracle Corporation Nombre: JavaScript Tipo de Licencia: Licencia Open Source código abierto.</p>

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos


Fuente: www.csi-internet.fr

HTML – LENGUAJE DE MARCAS

Trata de lenguaje de marcado o formato abierto de siglas HyperText Markup Language “lenguaje de marcas de hipertexto” que se utiliza para el desarrollo de páginas web, el cual define una estructura básica y un código con las marcas de hipertexto o etiquetas que nos ayudan a definir el orden de una lista con este lenguaje de marcado de hipertexto nos permite ver desde un navegar página web elaborada.

En este lenguaje conocido como marcado hipertexto es de gran utilidad en la página web momento de ordenar el contenido del documento mediante las etiquetas para la página web, es utilizado por muchos usuarios al ofrecer una gran adaptabilidad y de fácil interpretación usando un editor de textos. Estas etiquetas de marcado consisten en breves instrucciones sobre su estructura al final o al comienzo el cual determina la forma como aparece en el navegador con una variedad de objetos como imágenes animaciones por medio del internet.

Tabla No. 12: HTML

ARTICULO	DESCRIPCIÓN
	<p>Nombre: HTML</p> <p>Empresa: CERN</p> <p>Organización Europea para la Investigación Nuclear</p> <p>Tipo de Licencia: Código abierto.</p>

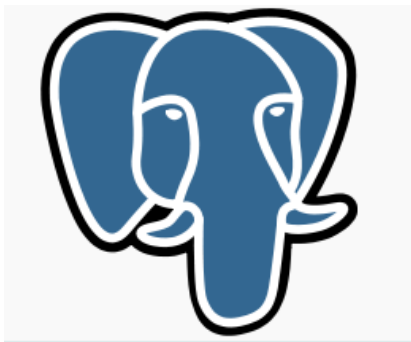
Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Fuente: www.codigofacilito.com

PostgresQL Base de datos

Para el almacenamiento de la información y llevar un orden todo estará alojado en una base de datos relacional, el motor de base la cual a usar es PostgresQL con la versión 9.5 esta base de datos es de licencia open Source o código abierto y multiplataforma para que sea trabajada por la comunidad de desarrolladores.

Tabla No. 13: PostgresQL

ARTICULO	DESCRIPCIÓN
	<p>Nombre: BD PostgresQL</p> <p>Empresa: The PostgresQL Global Development Group</p> <p>Tipo de Licencia: Open Source Código abierto.</p>

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Fuente: <https://www.postgresql.org>


CSS – Hojas de estilo en cascada

El CSS es un lenguaje más de programación de siglas Cascading Style Sheets - Hojas de Estilo en Cascada, enfocado en la presentación de documentos HTML para las páginas web el cual nos permite organizar la presentación y darle un aspecto más dinámico a la página web dando a los navegantes una mejor experiencia al momento de navegar en la web.

Este lenguaje consiste en un grupo de reglas que interpretan a nivel de los navegadores web, puede ser utilizado por quienes empiezan a diseñar pequeñas páginas web o aquellos profesionales con mayor conocimientos y definir una presentación del diseño visual del documento con lenguaje marcado.

El lenguaje de CSS nos da una combinación con el JavaScript y HTML para ser utilizada en muchos sitios web y crear páginas visuales atractivas e interfaces con usuarios para aplicaciones móviles permitiendo un manejo simple con alternativas de flexibilidad y accesibilidad mejorando la utilidad de las páginas web para los navegantes.

Tabla No. 14: CSS – Hojas de estilo de cascada

ARTICULO	DESCRIPCIÓN
	<p>Empresa: Opera Software Nombre: CSS Hojas de Estilo en Cascada Tipo de Licencia: Código abierto.</p>

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos
Fuente: <https://www.postgresql.org>


APLICACIÓN – ODOO

Odoo como se lo conocía anteriormente OpenERP es un software de aplicación integrado ERP (planificación de recursos empresariales) bajo una licencia LGPLV3 cuenta con versión comunitaria open source o código abierto, adicional cuenta con un sistema de gestión empresarial completo bajo una licencia comercial, con una edición completamente comunitaria.

La empresa Odoo S.A. siendo el fabricante indica que el producto es de alternativa de código abierto y cuenta con características comerciales, abierta para otras aplicaciones como SAP ERP y Microsoft Dynamics con una fluidez e integración y flexibilidad cuenta con plantillas propias para que los desarrolladores quienes puedan hacer modificaciones y crear nuevas opciones de la aplicación.

La aplicación Odoo es de instalación sencilla y rápida siendo multiplataforma el cual se puede realizar su instalación sobre el ambiente Linux entre sus características es que los módulos del servidor están escritos en lenguaje Python donde se comunican a través de un interfaz XML-RPC y JSON, con su motor base de datos en PostgreSQL.

Tabla No. 15: Aplicación ODOO

ARTICULO	DESCRIPCIÓN
	<p>Empresa: Odoo S.A. Nombre: Odoo ERP Tipo de Licencia: Open Source o Código abierto.</p>

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos
Fuente: [https:// www.odoo.com](https://www.odoo.com)

HARDWARE SERVIDOR DEDICADO EN LA NUBE


Para realizar el despliegue de la funcionalidad dentro en la página web de la empresa se utilizara la tecnología del hosting que está habilitada en la nube, el cual nos ofrece bondades de arquitectura con un buen funcionamiento y un sencillo alojamiento con la accesibilidad de la información.

La funcionalidad estará alojada en la nube el cual se realizará la prestación de este servicio de host con las siguientes características:

Tabla No. 16: Características del servidor

ARTICULO	CARACTERISTICA
HARDWARE DEL HOST	-Memoria: 4GB RAM dual core -Unidad de disco: 1TB HDD -Sistema Operativo: Linux
SERVIDOR DE RED DEDICADO	-Velocidad de Puerto: 100 Mbps -Transferencias de datos: Ilimitado -Ancho de banda: Ilimitado -Conexiones externas: 10GB
BENEFICIOS	-Ancho de banda/dominios/email ilimitados -Tutoriales en vídeo -Acceso desde internet -Asistencia telefónica/chat en directo/email 24/7 -Ayuda de configuración -Centro de soporte técnico -Garantía de reembolso
COSTO POR AÑO	-Valor: \$200.00

Tabla No. 17: Servido Dedicado en la Nube

ARTICULO	DESCRIPCIÓN
	Nombre: Host Hosting Empresa: Endurance International Group, Inc. La Tipo de Licencia: Paid Source for year o fuente pagada por año.

Autor: Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Fuente: [https:// www.justhost.com](https://www.justhost.com)

Tabla No. 18: Costo de Análisis

ANALISIS		
Detalle	Costo mes	Total
Programador	600.00	\$600.00
MATERIALES		
Implementos Computación	100.00	\$100.00
ECONÓMICOS		
Gastos	\$15.00 x 5 meses	\$75.00
TOTAL		\$695.00

Tabla No. 19: Costo de Diseño de la Propuesta

ANALISIS		
Detalle	Costo mes	Costo total
Diseñador Web Master	250.00	\$250.00
MATERIALES		
Implementos de Oficina	\$10.00 x 5 meses	\$50.00
TOTAL		\$300.00

Tabla No. 20: Costo de la funcionalidad

ANALISIS		
Descripción	Costo mes	Costo total
Diseñador Web Master	250.00	250.00
Programador	600.00	600.00
ECONOMICOS		
Descripción	Costo	
Hosting por año	\$200.00	
Gastos	\$130.00	
Implementos de computación	\$100.00	
Implementos de Oficina	\$50.00	
Imprevistos	\$50.00	
TOTAL	\$1380.00	

En la siguiente tabla de desarrollo se aprecia el costo por la funcionalidad de pedidos online en la página web de la empresa Skytec S.A.

SEGURIDAD

Entre las características lo más importante de todo programa o aplicación es la seguridad en ayudar a las grandes y pequeñas empresas a obtener un éxito en línea y proteger la información que se genera en las empresas ya sean estas en diferentes actividades diarias, la confiabilidad de un entorno de alojamiento seguro con soluciones mediante a cualquier ataque el cual se remedirá algunas de las vulnerabilidades al momento que sea atacada por hacker o personas desconocidas con fines de obtener información, la protección a brindar será:

- Descargas de sitios no oficiales para evitar cualquier ataque de virus.
- Vulnerabilidad de la página web.
- Confiabilidad de los datos del lado del cliente. Esto quiere decir evitar una inyección de código a la página web con la finalidad de obtener respuestas del usuario.
- Proteger contra la inyección de códigos maliciosos al sitio web explotando la vulnerabilidad mediante carrito de compras, galería de fotos, de esta manera se evitara extraer toda información.
- Proteger contra la introducción de XSS Cross Site Scripting sitios de comandos cruzados, se evita la inyección de códigos que se ejecuta del lado del servidor como cliente mediante el uso del navegador web por parte del usuario, este código es JavaScript y se ejecuta en las páginas web lo cual permite a un tercer individuo introducir código y extraer la información.
- Proteger contra la introducción de código SQL (lenguaje de consultas de base de datos) para que se evite la introducción de código para generar alguna consulta para obtener información o modificar la base de datos.

4.6.3 DIAGRAMA DE CASO DE USO FUNCIONALIDAD PEDIDO ONLINE

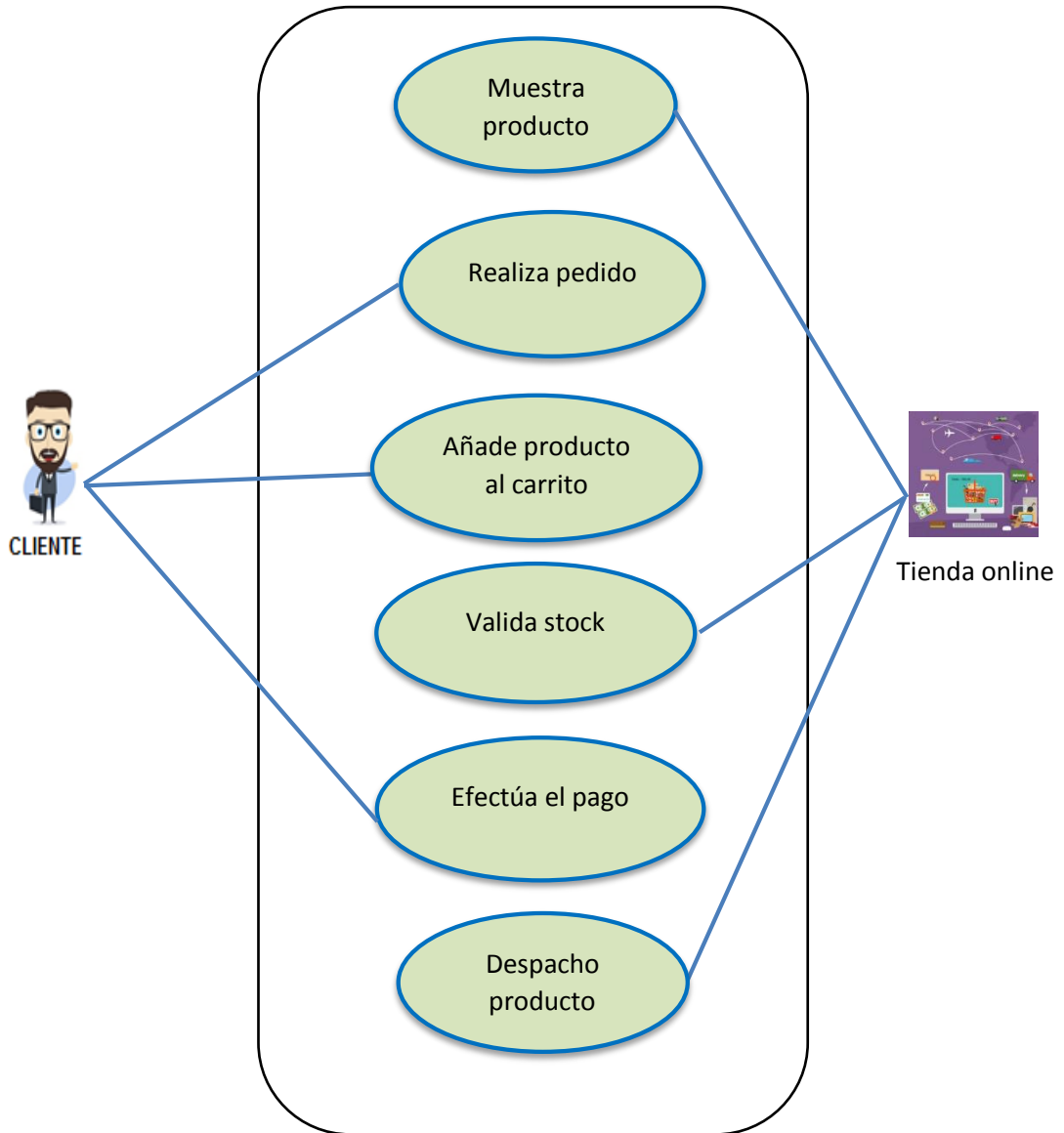


Gráfico 10: Diagrama de caso de uso

4.6.3.1 DIAGRAMA DE BLOQUES

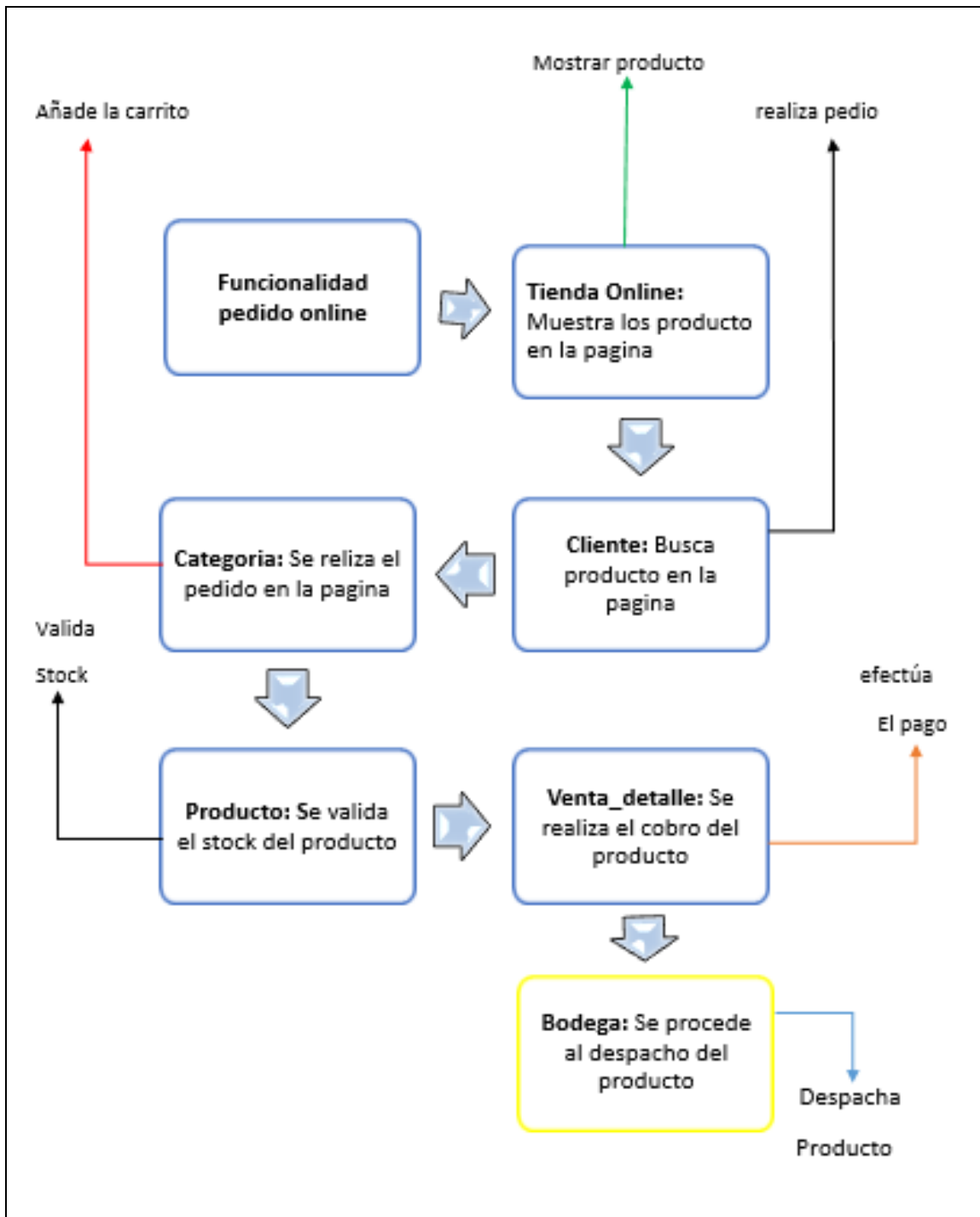


Gráfico 11: Diagrama de Bloques

4.6.4 DIAGRAMA HIPO

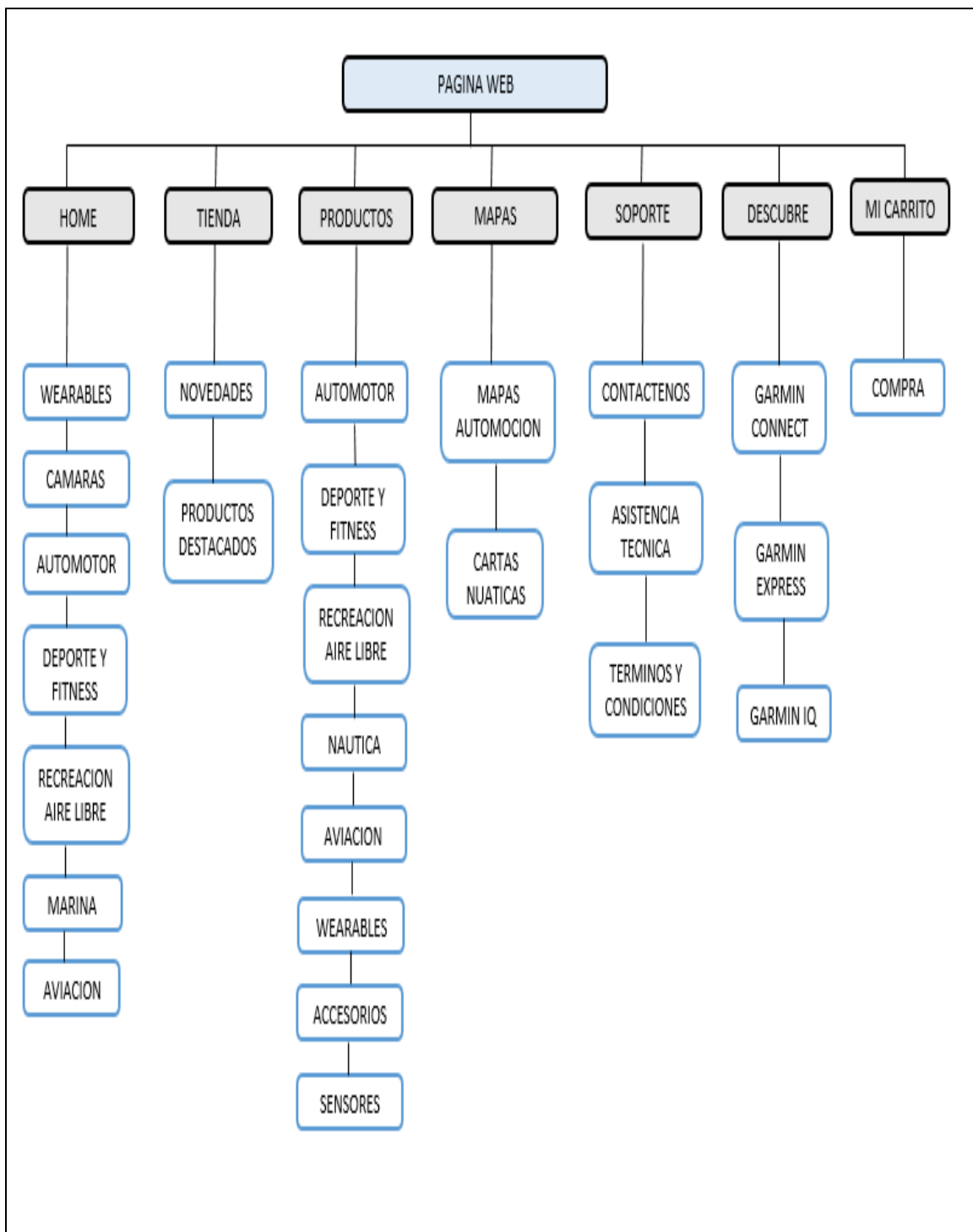


Gráfico 12: Diagrama Hipo

4.6.5 MER MODELO ENTIDAD RELACION

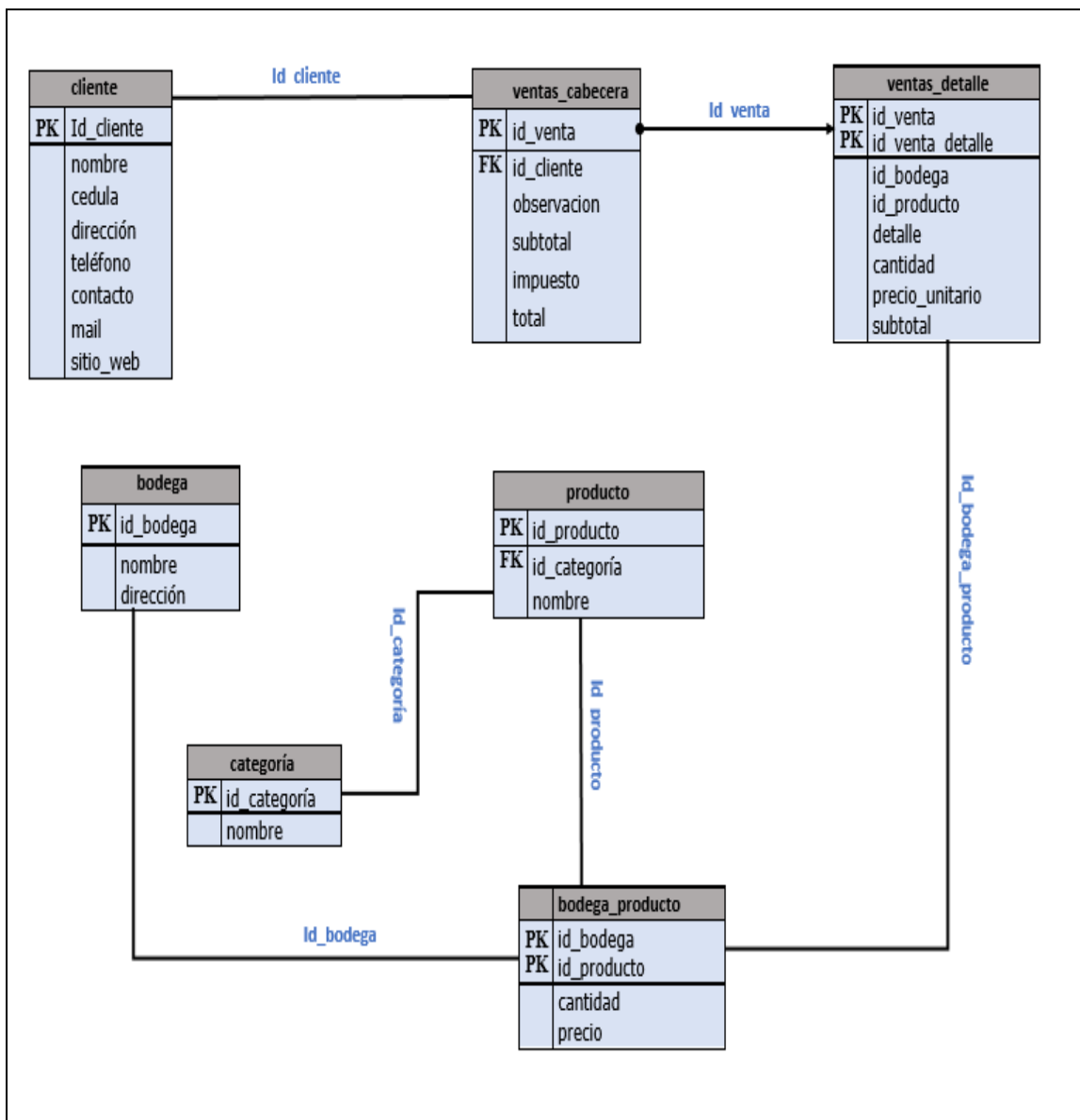
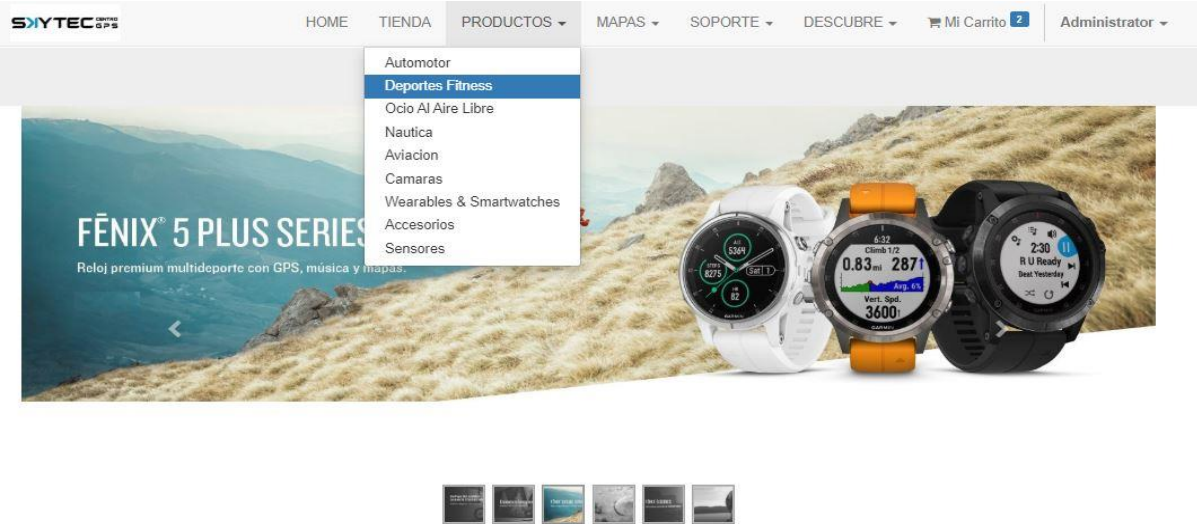



Gráfico 13: M.E.R. Modelo entidad relación

4.6.6 DICCIONARIO DE DATOS

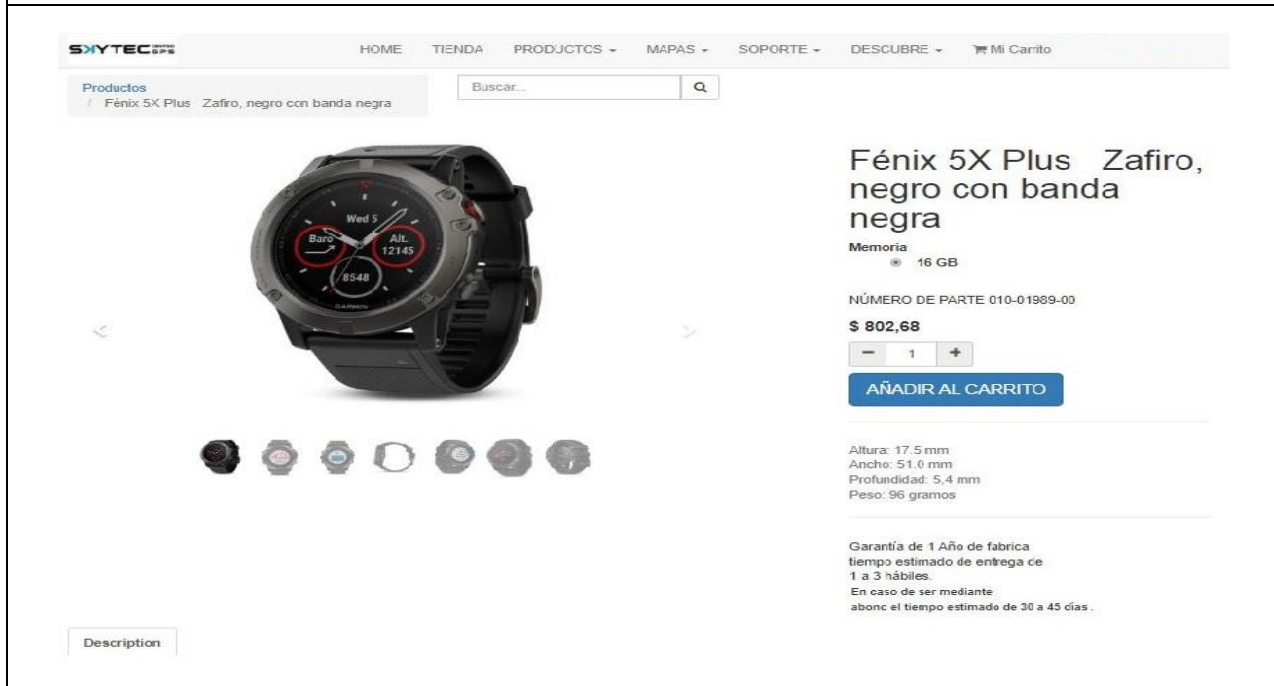
	Diseño de las pantallas: Ingreso a la Página Web	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	
Descripción: PANTALLA DE INICIO PAGINA WEB		
		
<p>Aquí en esta pantalla se muestra la vista de la página web general donde se encuentra las vistas de cada uno de los modelos como cámaras, automotor, deportes fitness, recreación al aire libre, marina y aviación</p>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Home *La vista general de los productos para vehiculos, deportivos, marinos, motos, ciclismo, aviacion. 2. Tienda *Muestra las novedades y modelos de los productos para comprar. 3. Productos *Aquí se escoge la categoria del producto deportivo, marino, portatil, automotor, aviacion, ciclismo. 4. Mapas * Muestra los mapas carta nauticas y mapa vehicular 5. Soporte * Aquí se muestra la asistencia tecnica y se ven los terminos y condiciones 6. Descubre * En esta opcion se encuentran las aplicaciones Garmin Connect, Express y Garmin IQ para los todos los modelos. 7. Mi Carrito * En este carrito se realiza el pago por el modelo que se escoja 		
Algoritmo general		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresa a la pagina web 2. Ingresa a productos 		

	Diseño de las pantallas: Selección de la Línea del Producto	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	
Descripción: Selección de línea del producto		
		
<p>En esta pantalla después de revisar la página home se escoge la línea del producto desde automotor para vehículos, deportes fitness, náutica, marina, accesorios y sensores.</p>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Productos * En esta opción se despliega las categorías de los productos 2. Automotor * muestra los modelos para autos y motos 3. Deportes fitness * muestra todos los modelos para los diferentes deportes ciclismo correr, natación, gimnasio, cardiovascular HR, V2O max, golf y mas. 4. Ocio al Aire Libre * Aquí se ven los dispositivos para medición de terrenos y cálculo de áreas 5. Náutica * Me muestra los modelos marinos para la pesca y batimetría del fondo marino 6. Aviación * Aquí se pueden ver los modelos radares y consolas para aviones 7. Wearables & Smartwatches * En esta opción se precian los modelos elegantes de actividad 8. Accesorios * Aquí se muestra todos los accesorios para cada uno de los modelos en general 9. Sensores * se muestran los diferentes sensores para cada modelo. 		
Algoritmo general		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresa a producto 2. Busca la línea del producto 3. Selección de la línea de producto 4. Escoje Deportes Fitness 		

	Diseño de las pantallas: Pantallas de productos	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	
Descripción: BUSCA EL PRODUCTO		
		
En esta pantalla de deportes fitness se muestra los modelos de relojes para las diferentes actividades.		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Deportes Fitness 2. Reloj Forerunner 945 3. Reloj Fenix 5s 4. Reloj Fenix 5x Pus 		
Algoritmo general		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresar a deportes fitness 2. Buscar el producto 3. Seleccionar el producto 		

	Diseño de las pantallas: Pantalla de inicio página web	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	

Descripción: SELLECCION DEL PRODUCTO




En esta pantalla solo se muestra el producto seleccionado para agregar al carrito con numero de parte garantía de fábrica y características como altura, ancho, peso del modelo también se puede apreciar la descripción del y video.

1. Deportes fitness
2. Fénix 5 Plus
3. Precio
4. Descripcion
5. Añadir al carrito

Algoritmo general

1. Selección del producto
2. Revisa el modelo del producto
3. Verifica el valor
4. Verifica la descripcion del producto
5. Añade al carrito de compras

	Diseño de las pantallas: Pantalla del carrito	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	

Descripción: CARRITO DE COMPRAS


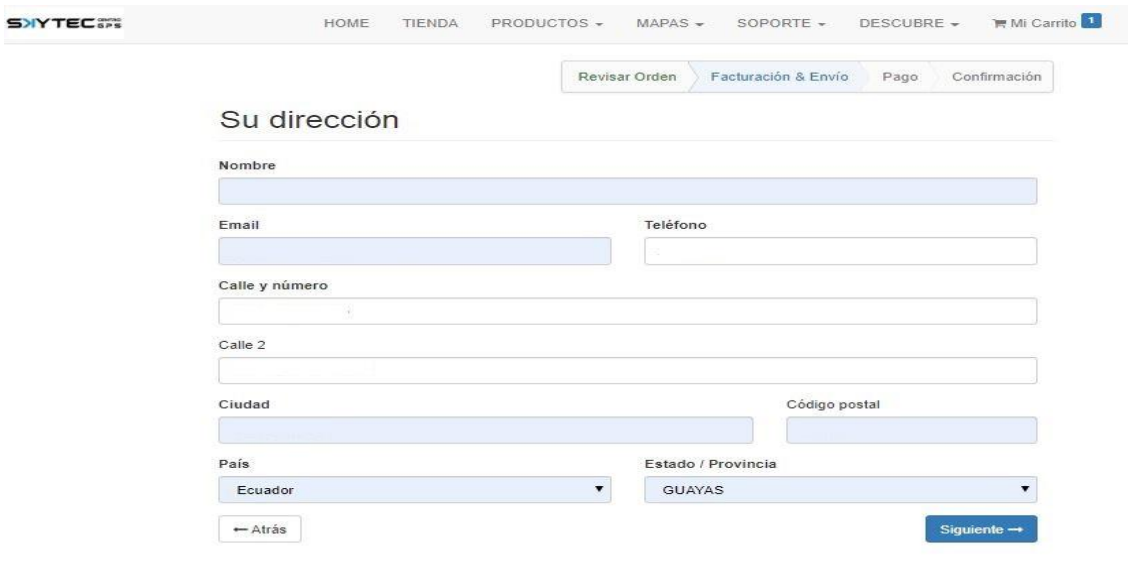



En esta pantalla se muestra el carro de compras, donde se agregó el modelo del producto se escoge el porcentaje de abono la cantidad y el precio. Se continúa con el proceso de pago.

1. Carro de compras
2. **Revisar orden**
3. Producto * el modelo que se escoge para abonar
4. Abono * el porcentaje del abono
5. Cantidad * del producto escogido
6. Precio * del producto seleccionado
7. Continuar comprando * si se desea adquirir otro producto para agregar al carro
8. Proceso de pago * se continua con el proceso para pagar

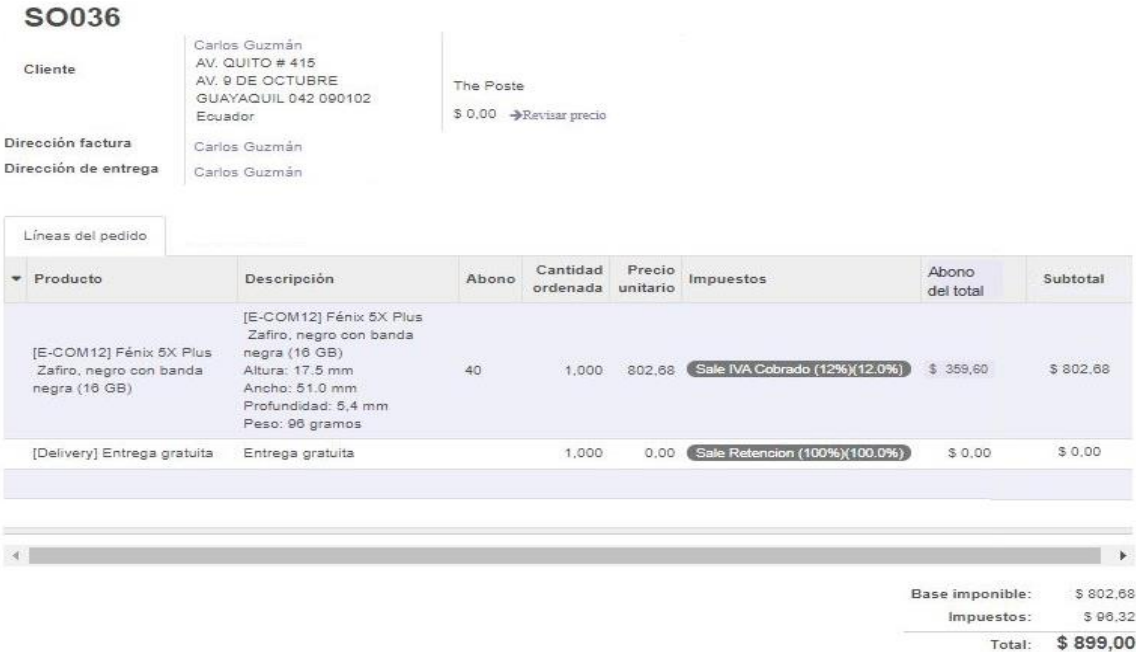
Algoritmo general

1. Ingresar al carro de compras
2. Revisar orden compra del producto que se escogió
3. Se escoge el porcentaje que se va a abonar
4. Verificar la cantidad del producto
5. Verificar el precio del producto
6. Se procede a realizar el proceso de pago

	Diseño de las pantallas: Pantalla facturación y envío	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	
Descripción: DETALLES DEL USUARIO O CLIENTE		
		
<p>Aquí en esta pantalla el cliente llena los datos como son nombre, mail, teléfono, dirección, ciudad, código postal, País y Provincia necesarios para continuar con el pago por el equipo</p>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Facturación y envío 2. Nombres 3. Email 4. Telefono 5. Dirección calle y numero y calle2 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Ciudad 7. Código postal 8. País 9. Provincia 10. Siguiente 	
Algoritmo general		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se llenan los datos el cliente 2. Ingresa nombre 3. Ingresa mail 4. Ingresa numero para contacto 5. Ingresa dirección 6. Ingresa nombre de la ciudad 	<ol style="list-style-type: none"> 7. Ingresa código postal 8. Ingresa País y provincia 9. Continuar con el proceso 	

	Diseño de las pantallas: Pantalla de la orden de compra	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	

Descripción: ABONO DEL PRODUCTO



SO036

Ciudad: QUITO

Ciudad destino: QUITO

Código postal: 170100

Código postal destino: 170100

País: Ecuador

País destino: Ecuador

Nombre cliente: Carlos Guzmán

Dirección factura: Carlos Guzmán

Dirección de entrega: Carlos Guzmán

Empresa: The Poste

Costo envío: \$ 0,00 → Revisar precio

Producto	Descripción	Abono	Cantidad ordenada	Precio unitario	Impuestos	Abono del total	Subtotal
[E-COM12] Fénix 5X Plus Zafiro, negro con banda negra (16 GB)	[E-COM12] Fénix 5X Plus Zafiro, negro con banda negra (16 GB) Altura: 17,5 mm Ancho: 51,0 mm Profundidad: 5,4 mm Peso: 96 gramos	40	1,000	802,68	Sale IVA Cobrado (12%)(12.0%)	\$ 359,60	\$ 802,68
[Delivery] Entrega gratuita	Entrega gratuita		1,000	0,00	Sale Retencion (100%)(100.0%)	\$ 0,00	\$ 0,00

Base imponible: \$ 802,68
Impuestos: \$ 96,32
Total: \$ 899,00


Aquí en esta pantalla se muestra el número de la orden del pedido, la línea del producto, la descripción el abono la cantidad el subtotal y total del producto.

<ol style="list-style-type: none"> Orden de compra Cliente Dirección Producto Descripción Porcentaje de abono 	<ol style="list-style-type: none"> Cantidad ordenada Precio unidad Impuesto Abono del total Subtotal Total
--	--

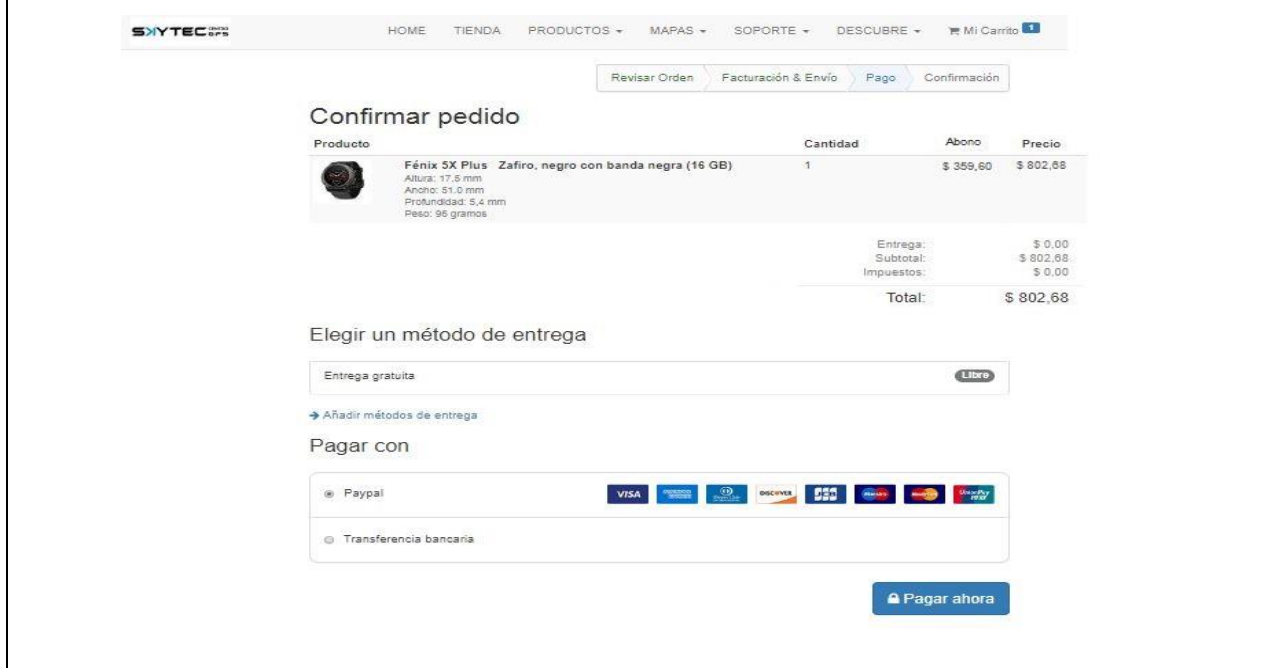
Algoritmo general

<ol style="list-style-type: none"> Se Ingresa a la orden de compra Se Revisa los datos del cliente y dirección Se verifica el producto seleccionado Vemos la descripción del producto que coincidan con lo seleccionado 	<ol style="list-style-type: none"> Se verifica el porcentaje de abono "40 %" y la cantidad del producto Se verifica el precio y el impuesto Se verifica el total del producto seleccionado
---	---

	Diseño de las pantallas: Pantalla de confirmación de cantidad disponible del producto	Fecha de elaboración 06/06/2019						
Autor:	Proyecto:							
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.							
Descripción: CANTIDAD DISPONIBLE DEL PRODUCTO								
<div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>INV: [E-COM12] INVENTARIO Fénix 5X Plus Zafiro, negro con banda negra (16 GB)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>Inventario de Sólo un producto</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>Fecha del inventario 09/11/2019 07:15:23</p> <p>Fecha de contabilización forzoza</p> <p>Producto inventariado [E-COM12] Fénix 5X Plus Zafiro, negro con banda negra (16 GB)</p> </div> </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p> Detalles del inventario Ajustes de inventario </p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%;">Producto</th> <th style="width: 15%;">Cantidad teórica</th> <th style="width: 15%;">Cantidad real</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>[E-COM12] Fénix 5X Plus Zafiro, negro con banda negra (16 GB)</td> <td style="text-align: center;">0,000</td> <td style="text-align: center;">15,000</td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>			Producto	Cantidad teórica	Cantidad real	[E-COM12] Fénix 5X Plus Zafiro, negro con banda negra (16 GB)	0,000	15,000
Producto	Cantidad teórica	Cantidad real						
[E-COM12] Fénix 5X Plus Zafiro, negro con banda negra (16 GB)	0,000	15,000						
Esta pantalla se muestra el producto y los detalles del mismo la cantidad del producto real.								
<ol style="list-style-type: none"> 1. Producto 2. Inventario del producto 3. Detalles de inventario del producto 4. Cantidad del producto 								
Algoritmo general								
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se muestra la cantidad del producto 2. Verifica la disponibilidad del producto 								

	Diseño de las pantallas: Pantalla de confirmación de pedido	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	

Descripción: REALIZA TRANSACCION DE PAGO


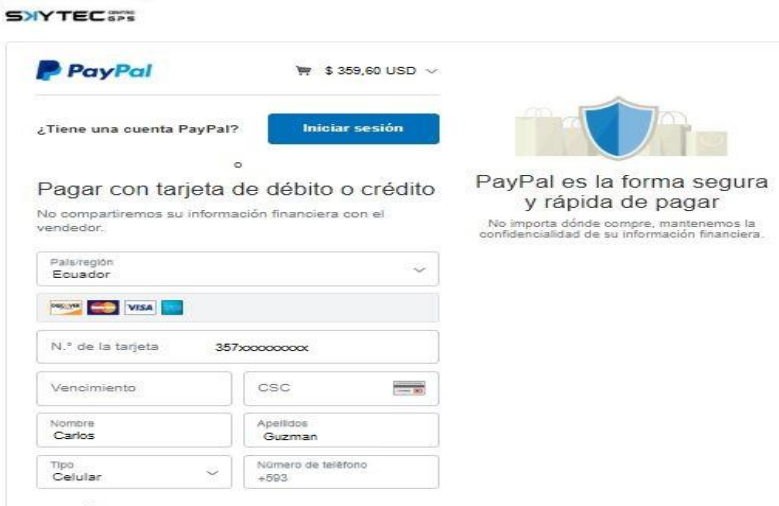


En está pantalla se confirma el pedido del producto y se escoge el método de pago ya sea este por pago de tarjeta de crédito en PayPal o transferencia bancaria y pagar ahora.


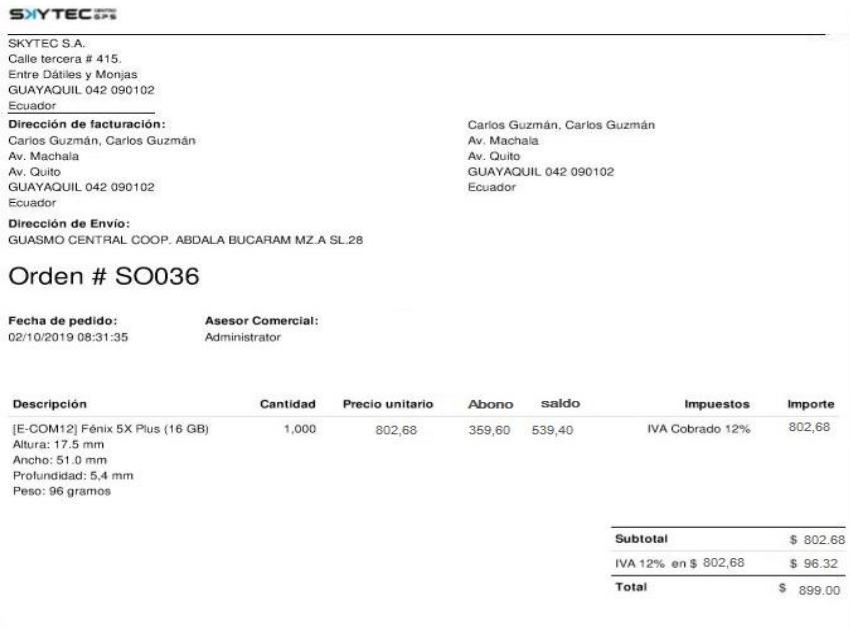
<ol style="list-style-type: none"> 1. Productos 2. Mi Carrito 3. Pago 4. Confirmar pedido 5. Producto 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Cantidad del producto 7. Abono 8. Percio 9. Metodo de pago 10. Pagar ahora
--	---

Algoritmo general

<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingres a la pagina web 2. Ingres a la carro de compras 3. Ingres a pago 4. Verifica la cantidd del producto 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Verifica la cantidad del abono 6. Verifica el valor a pagar 7. Escoje el metodo de pago Paypal o transferencia bancaria
---	--

	Diseño de las pantallas: Pantalla de ingresa a PayPal	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	
Descripción: PAGO CON PAYPAL		
		
<p>En esta pantalla el cliente llena los datos de su cuenta en PayPal e ingresa el número de tarjeta, vencimiento el código.</p>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cantidad de pago 2. Cuenta PayPal 3. Pais 4. Tarjeta de credito 5. Numero de tarjeta 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Vencimiento 7. Codigo seguridad tarjeta 8. Nombre 9. Apellido 10. Telefono 	
Algoritmo general		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingreso a PayPal 2. Verifica la cantidad para abonar 3. Ingres a la cuenta de PayPal 4. Escoje el país 5. Ingres a el numero de tarjeta 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Ingres a la fecha de vencimiento 7. Ingres a el codigo de seguridad de la tarjeta 8. Ingres a nombre y apellidos 9. Ingres a número de telefono 10. Realiza el pago 	

	Diseño de las pantallas: Pantalla de transacción de PayPal	Fecha de elaboración 06/06/2019
Autor:	Proyecto:	
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.	
Descripción: TRANSACCION PAYPAL		
<div style="text-align: center;">  <p>Su transaccion ha sido realizada con exito</p> </div> <p>Esta pantalla muestra la transacción de PayPal final realizada por el usuario.</p>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Confirmacion de pago 2. Transaccion 		
Algoritmo general		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mensaje de Paypal 2. Transacción realizada con exito 		


	Diseño de las pantallas: Pantalla de inicio página web	Fecha de elaboración 06/06/2019																																			
Autor:	Proyecto:																																				
Jairo Mendoza	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019.																																				
Descripción: ORDEN DE ABONO																																					
 <p> SKYTEC S.A. Calle tercera # 415. Entre Dátiles y Monjas GUAYAQUIL 042 090102 Ecuador Dirección de facturación: Carlos Guzmán, Carlos Guzmán Av. Machala Av. Quito GUAYAQUIL 042 090102 Ecuador Dirección de Envío: GUASMO CENTRAL COOP. ABDALA BUCARAM MZ.A SL.28 Orden # SO036 Fecha de pedido: 02/10/2019 08:31:35 Asesor Comercial: Administrator </p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Abono</th> <th>saldo</th> <th>Impuestos</th> <th>Importe</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>[E-COM12] Fénix 5X Plus (16 GB) Altura: 17.5 mm Ancho: 51.0 mm Profundidad: 5.4 mm Peso: 96 gramos</td> <td>1,000</td> <td>802,68</td> <td>359,60</td> <td>539,40</td> <td>IVA Cobrado 12%</td> <td>802,68</td> </tr> <tr> <td colspan="6">Subtotal</td> <td>\$ 802,68</td> </tr> <tr> <td colspan="6">IVA 12% en \$ 802,68</td> <td>\$ 96,32</td> </tr> <tr> <td colspan="6">Total</td> <td>\$ 899,00</td> </tr> </tbody> </table>			Descripción	Cantidad	Precio unitario	Abono	saldo	Impuestos	Importe	[E-COM12] Fénix 5X Plus (16 GB) Altura: 17.5 mm Ancho: 51.0 mm Profundidad: 5.4 mm Peso: 96 gramos	1,000	802,68	359,60	539,40	IVA Cobrado 12%	802,68	Subtotal						\$ 802,68	IVA 12% en \$ 802,68						\$ 96,32	Total						\$ 899,00
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Abono	saldo	Impuestos	Importe																															
[E-COM12] Fénix 5X Plus (16 GB) Altura: 17.5 mm Ancho: 51.0 mm Profundidad: 5.4 mm Peso: 96 gramos	1,000	802,68	359,60	539,40	IVA Cobrado 12%	802,68																															
Subtotal						\$ 802,68																															
IVA 12% en \$ 802,68						\$ 96,32																															
Total						\$ 899,00																															
En esta pantalla se muestra el número de orden por el cual el cliente realizo su abono por el producto.																																					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nota de pedido 2. Ubicacion 3. Cliente 4. Direccion 5. Orden 6. Descripcion 	<ol style="list-style-type: none"> 7. Cantidad 8. Precio unitario 9. Abono 10. Saldo 11. Impuesto 12. total 																																				
Algoritmo general																																					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se revisa la nota de venta generada al abono del producto 2. Revisa el abono del valor total y el saldo a cancelar 																																					

4.6.7 DICCIONARIO DE DATOS TABLAS

De la funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de la empresa Skytec

IDENTIFICACION DE LOS NOMBRES DE TABLAS	
CAMPO	DESCRIPCIÓN
cliente	Tabla cliente
producto	Tabla producto
bodega	Tabla bodega
bodega_producto	Tabla bodega producto
categoría	Tabla categoría
venta_cabecera	Tabla ventas cabecera
venta_detalle	Tabla venta detalle

Módulo de Identificación	Descripción
fl	Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de la empresa Skytec

 <p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología <small>Registro de CONESUP 09-030</small></p>		DICCIONARIO DE DATOS		Fecha de elaboración 06/06/2019		
Autor:		Proyecto:				
Jairo Mendoza		Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos				
NOMBRE DE LA TABLA						
funcionalidad_cliente						
DETALLE DEL REGISTRO						
Nº	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIP O	FORMATOS		VALIDACIÓN
1	Id	Id de cliente	PK	I		NOT NULL
2	Cliente	Nombre cliente		VC		NULL
3	Cedula	Cedula o ruc		N		NOT NULL
4	Dirección	Ubicación		VC		NOT NULL
6	Phone	teléfono		N		
7	Contacto	Nombre del contacto		VC		
8	Email	Correo electrónico		VC		
9	Website	Sitio web		VC		
OBSERVACIONES						
TIPO		PK Calve Primaria		FK Calve Foránea		
FORMATO GNERAL		B Boolean C char N NUMERICO	VC varchar D date			
FORMATO NUMERICO				I integer	DC decimal	

 <p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología <small>Registro de CONESUP 09-030</small></p>		DICCIONARIO DE DATOS		Fecha de elaboración 06/06/2019	
Autor:		Proyecto:			
Jairo Mendoza		Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos			
NOMBRE DE LA TABLA funcionalidad_producto					
DETALLE DEL REGISTRO					
Nº	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATOS	VALIDACIÓN
1	Id_producto	Id de producto	PK	I	NOT NULL
2	Producto	Nombre producto		VC	NULL
3	Bodega	Bodega producto		N	NOT NULL
4	Categoría	Línea producto		VC	NOT NULL
6	Precio_venta	Precio producto		VC	NOT NULL
7	Cantidad	Cantidad producto		VC	NOT NULL
8	Descripción	Descripción producto		VC	NOT NULL
OBSERVACIONES					
TIPO		PK Calve Primaria		FK Calve Foránea	
FORMATO GNERAL		B Boolean C char N numérico	VC varchar D date		
FORMATO NUMERICO				I integer	DC decimal

 <p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Registro de CONESUP 09-030</p>		DICCIONARIO DE DATOS		Fecha de elaboración 06/06/2019	
Autor:		Proyecto:			
Jairo Mendoza		Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos			
NOMBRE DE LA TABLA funcionalidad_bodega					
DETALLE DEL REGISTRO					
Nº	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIP O	FORMATOS	VALIDACIÓN
1	id_bodega	Id bodega	PK	I	NULL
2	Nombre	Nombre bodega		VC	NOT NULL
3	Dirección	Ubicación bodega		VC	NOT NULL
OBSERVACIONES					
TIPO		PK Calve Primaria		FK Calve Foránea	
FORMATO GNERAL		B Boolean C char N numérico	VC varchar D date		
FORMATO NUMERICO				I integer	DC decimal

 <p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Registro de CONESUP 09-030</p>		DICCIONARIO DE DATOS		Fecha de elaboración 06/06/2019	
Autor:		Proyecto:			
Jairo Mendoza		Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos			
NOMBRE DE LA TABLA funcionalidad_categoria					
DETALLE DEL REGISTRO					
Nº	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIP O	FORMATOS	VALIDACIÓN
1	id_categoria	Id categoría producto	PK	I	NULL
2	nombre	Nombre categoría		VC	NULL
OBSERVACIONES					
TIPO		PK Calve Primaria		FK Calve Foránea	
FORMATO GNERAL		B Boolean C char N numérico	VC varchar D date		
FORMATO NUMERICO				I integer	DC decimal

 <p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Registro de CONESUP 09-030</p>		DICCIONARIO DE DATOS		Fecha de elaboración 06/06/2019		
Autor:		Proyecto:				
Jairo Mendoza		Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos				
NOMBRE DE LA TABLA funcionalidad_venta_cabecera						
DETALLE DEL REGISTRO						
Nº	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIP O	FORMATOS		VALIDACIÓN
1	Id_venta	Id ventas	PK	N		NULL
2	Id_cliente	Nombre cliente		VC		NULL
3	Observación	Observación ventas		VC		NULL
4	Subtotal	Subtotal venta		FL		NULL
5	Iva impuesto	Iva venta		FL		NULL
6	total	Total venta		FL		NULL
OBSERVACIONES						
TIPO		PK Calve Primaria		FK Calve Foránea		
FORMATO GNERAL		B Boolean	VC varchar			
		C char	D date			
		N numérico	FL float			
FORMATO NUMERICO				I integer	DC decimal	

 <p>Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Registro de CONESUP 09-030</p>		DICCIONARIO DE DATOS		Fecha de elaboración 06/06/2019	
Autor:		Proyecto:			
Jairo Mendoza		Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos			
NOMBRE DE LA TABLA funcionalidad_venta_detalle					
DETALLE DEL REGISTRO					
Nº	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATOS	VALIDACIÓN
1	Id_venta_detalle	Id venta detalle	PK	N	NULL
2	Id_venta	Id Venta detalle	FK	VC	NULL
3	Id_bodega	ubicación bodega	FK	VC	NULL
4	Id_producto	Producto venta	FK	N	NULL
5	Detalle	Detalle venta		VC	NULL
6	Cantidad	Cantidad venta		FL	NULL
7	Precio_unitario	Precio venta		FL	NULL
8	Subtotal	Subtotal venta		FL	NULL
OBSERVACIONES					
TIPO		PK Calve Primaria		FK Calve Foránea	
FORMATO GNERAL		B Boolean	VC varchar		
		C char	D date		
		N numérico	FL float		
FORMATO NUMERICO				I integer	DC decimal

 <p>Instituto Superior Tecnológico Boliviano de Tecnología <small>Registro de CONESUP 09-030</small></p>		DICCIONARIO DE DATOS		Fecha de elaboración 06/06/2019	
Autor:		Proyecto:			
Jairo Mendoza		Funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos			
NOMBRE DE LA TABLA funcionalidad_bodega_producto					
DETALLE DEL REGISTRO					
Nº	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATOS	VALIDACIÓN
1	id_bodega_pro	Id bodega producto	PK	I	NULL
2	Id_producto	Id de producto	FK	I	NULL
3	Precio	Precio venta		FL	NULL
OBSERVACIONES					
TIPO		PK Calve Primaria		FK Calve Foránea	
FORMATO GNERAL		B Boolean C char N numérico	VC varchar D date		
FORMATO NUMERICO				I integer	DC decimal

4.7 CONCLUSIONES

En esta propuesta del presente trabajo el estudio se pudo identificar mediante una información oportuna recolectada según los objetivos obtenidos en la investigación y así para realizar las compras a través de los pedidos online con abonos pudiendo cumplir con lo propuesto.

Tras el diagnóstico realizado de la situación actual de la empresa se logró determinar la problemática que tenía el cual se realizaba a través de sus ventas en línea. Para resaltar los objetivos se realiza el levantamiento de información con el método de la entrevista al director de TIC y a la persona encarga del departamento de comunicación y marketing para el desarrollo de la investigación.

A partir del análisis obtenido se cumple con establecer la propuesta del diseño de la funcionalidad de pedidos online con abonos, logrando la gestión de los resultados a la problemática presentada en la página web efectuando la solución tecnológica.

4.8 RECOMENDACIONES

Para este proyecto se recomiendan los siguientes puntos:

- Se recomienda mantener la página web activa para generar más ventas y atraer clientes.
- Realizar un constante mantenimiento al servidor para evitar posibles ataques de hacker y puedan extraer información.
- Se recomienda realizar mantenimiento al servidor en la nube y evitar que colapse el sistema.
- Se recomienda actualizar la página web, cada mes mostrando los nuevos productos y promociones.
- Se recomienda el monitoreo del motor de base de datos para evitar inyección de códigos y obtener información.

4.9. BIBLIOGRAFIA

- Amaya, M., & Cevallos, M. J. (2012). *ESTRUCTURACIÓN Y REGISTRO CONTABLE DE LOS INVENTARIOS PARA EMPRESAS PRIVADAS*. CUENCA: UUNIVERSIDAD DE CUENCA. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1355/1/tcon652.pdf>
- Américas, P. B. (27 de Diciembre de 2008). *PDBA UNIVERSIDAD DE GEORGETOWN*. (PDBA, Ed.) Obtenido de pdba.georgetown.edu: <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf>
- Anguita, C. (31 de agosto de 2003). La encuesta como técnica de investigación. *Aten Primaria*, 527. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Cataluña, U. A. (14 de Noviembre de 2008). *ri.ufg.edu.sv*. (B. V. UOC, Editor) Obtenido de ri.ufg.edu.sv: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7302/3/972.84-M972d-Capitulo%20II.pdf>
- Cetelem, O. (10 de Mayo de 2017). *El observatorio de Cetelem*. (G. Zeitoun, Editor) Obtenido de El observatorio de Cetelem: <https://elobservatoriocetelem.es/wp-content/uploads/Informes/observatorio-cetelem-ecommerce-2017.pdf>
- Digital, A. E. (2012). *Libro Blanco del Comercio Electronico* (www.herreraconsultants.com ed., Vol. Edición 2). (Adigital, Ed.) Madrid, España: Adigital. Obtenido de <http://documentos.camarazaragoza.com/comercio-electronico/destacados/Libro%20Blanco%20Comercio%20Electr%C3%B3nico%20a%20Edici%C3%B3n%202012.pdf>
- Español, E. (05 de 04 de 2011). *Omicromo El Español*. (E. L. S.L, Editor, & E. L. S.L, Productor) Obtenido de Omicromo El Español: <https://omicrono.espanol.com/contacto/>
- FERNÁNDEZ, S. C. (2014). *Venta Online* (Vol. VENTA ONLINE). (E. P. S.A., Ed.) Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=2pGLBAAQBAJ&dq=pedidos+online&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Ferrer, A., & Del Rey Tapia, J. (2004). *Gestionando empresas en la sociedad de la información: pymes e Internet*. España: Fundacion EOI.
- Gariboldi, G. (1999). *Comercio electrónico: conceptos y reflexiones básicas* (Vol. Volumen 4 de Documento de divulgación). (BID-INTAL, Ed.) Buenos Aires, Argentina: Institute for the Integration of Latin America and the Caribbean. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=bdBuE46EmFMC&dq=sistemas+de+comercio+electr%C3%B3nico&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Georgetown. (24 de Julio de 2008). *Pdba Georgetown Edu*. Obtenido de [Pdba Georgetown Edu](http://pdba.georgetown.edu): <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf>
- Henst, C. V. (21 de Diciembre de 2005). *Qué es la Web 2.0*, 15. Recuperado el 2005, de *Qué es la Web 2.0*: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33054442/Queeslaweb2.0.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1557183997&Signature=fr0V>

bAfURzMXPuykeJPoFL5J8SM%3D&response-content-
disposition=inline%3B%20filename%3DQue_es_la_Web_2.0.pdf

- Intelectual, L. d. (28 de Diciembre de 2006). *OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec031es.pdf>
- Krajewski, L. J. (2008). *Administracion De Operaciones* (Octava Edicion ed., Vol. Octava Edicion). (L. M. Castillo, Ed., & M. d. Villarreal, Trad.) Mexico, Mexico: Pearson. Obtenido de https://www.academia.edu/8583854/Administracion_De_Operaciones_-_LEE_J._KRAJEWSKI_1_
- LAROUSSE, E. P. (1999). *LENGUAJE DE PROGRAMACION*. MEXICO: LAROUSSE. Obtenido de http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/informatica_4.pdf
- LEXISFINDER. (16 de Diciembre de 2005). *LEXISFINDER Plataforma Profesional de Investigacion Juridica*. (LEXISFINDER, Editor) Obtenido de LEXISFINDER Plataforma Profesional de Investigacion Juridica: <https://drive.google.com/drive/folders/1SJ9ZNg-Wtojdt2GA3tZ84tr2OBzG5DOQ>
- Lopez, J., & Sandulli, F. (2002). *EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS EN INTERNET: SITUACION ACTUAL EN ESPAÑA DE LA ECONOMIA DIGITAL*. Madrid: researchgate.net. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Jose_Lopez-Sanchez3/publication/28174135_Evolucion_de_los_modelos_de_negocios_en_internet_situacion_actual_en_Espana_de_la_economia_digital/links/0deec52414eca08083000000.pdf
- Luján, S. (2002). *Programación de aplicaciones web: historia, principios básicos y clientes web*. (E. C. Universitario, Ed.) España: Editorial Club Universitario. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10045/16995>
- Lynkoo. (20 de Agosto de 2017). *Lynkoo Lov E-commerce*.
- MACAVILCA, M. A., & GRANDE, J. A. (2014). *Implementación de un sistema vía web con aplicación móvil para la reserva y pedidos en línea de restaurantes*. LIMA: Universidad San Martin de Porres. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1202/3/gonzalez_mmae.pdf
- Ministerio de Industrias y Productividad. (10 de julio de 2000). *Industrias.gob*. (LEXISFINDER, Ed.) Obtenido de Industrias.gob: <https://www.industrias.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Morone, G. (2013). *Métodos y técnicas de la investigación*. Chile: Universidad Catolica de Valparaiso. Obtenido de http://colegioebenezer.net/wp-content/uploads/2015/04/metodologias_investigacion.pdf
- Navarro, R. L. (2014). *DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES*". Peru: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA. Obtenido de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4515/Robertho_Tesis_Titulo_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Noguera, D. C., & Castellano, J. A. (2011). *El Papel de la entrevista en la investigación sociolingüística*. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Colombia: Cuadernos de Lingüística Hispánica. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3964362.pdf>
- Nuria, V. (01 de 11 de 2009). Las nuevas tecnologías: El comercio electrónico. *El Fisco*, Revista 157. Obtenido de <http://elfisco.com/?s=Las+nuevas+tecnolog%C3%ADas%3A+El+comercio+electr%C3%B3nico>
- Pastor, J. A. (2011). *Tecnologías de la web semántica* (Vol. 1). (2. Editorial UOC, Ed.) Barcelona, España: UOC El Ciervo 96. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=dNAtAwAAQBAJ&pg=PT77&dq=definicion+de+web&lr=&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false
- Peñaloza, B., & Pacheco, C. (2015). Análisis empresarial de la influencia de las TIC en el desempeño de las empresas de servicios en Colombia. *Revista Virtual Católica del Norte*, 3. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194239783002.pdf>
- Peraza, S. F. (2014). *PORTALES EN INTERNET*. TABASCO: UINVERSIDAD AUTONOMA DE TABASCO. Obtenido de <http://galeon.com/siomariscanabal/t8.pdf>
- Posted, M. (05 de Julio de 2018). *Arte Interactivo HISTORIA DE LAS APLICACIONES MÓVILES*. Obtenido de Arte Interactivo HISTORIA DE LAS APLICACIONES MÓVILES: <https://arteint.com/historia-las-aplicaciones-moviles/>
- Pressman, R. S. (2010). *Ingeniería de Software* (Septima Edicion ed., Vol. Septima Edicion). (V. C. Olgúin, & J. E. Brit, Trads.) Mexico: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de http://artemisa.unicauca.edu.co/~cardila/Libro_Pressman_7.pdf
- Productividad, M. d. (10 de julio de 2000). *Industrias.gob*. (LEXISFINDER, Ed.) Obtenido de Industrias.gob: <https://www.industrias.gob.ec/valores-mision-vision/>
- RIVAS, R. C., & QUIÑONEZ, J. C. (2015). *Implementación de sistema para restaurantes para gestión de pedidos y facturación electrónica (ambiente móvil & sistema administrable desde una pc)*. Guayaquil: UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA DE SEDE GUAYAQUIL. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10329/1/UPS-GT001240.pdf>
- Roca, A. F. (2018). *www.muypymes.com*. Obtenido de www.muypymes.com: <https://www.muypymes.com/images/stories/recursos/marketing/web20.pdf>
- Sampieri, D. R. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION* (Sexta Ediccion ed., Vol. Sexta Ediccion). (S. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) MEXICO: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta Edicion ed., Vol. Sexta Edicion). (S. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) Mexico: MCGRAW-HILL /

INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Obtenido de
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Schwaber, K., & Sutherland, J. (2013). *La Guía de Scrum*. Wheaton: La Guía de Scrum.
Obtenido de <https://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v1/scrum-guide-es.pdf>

States, O. O. (27 de Julio de 2008). *OAS Organization of American States*. (O. O. States, Ed.)
Obtenido de OAS Organization of American States:
https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf

Tamayo, M. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica*. Mexico: Limusa Noriega Editores. Obtenido de
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BhymmEqkkJwC&oi=fnd&pg=PA11&dq=tipos+de+investigacion&ots=TraB6kV9jN&sig=p60aaRW0NoyxcbkZhcaW201Yxl#v=onepage&q=tipos%20de%20investigacion&f=false>

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

XAVIER, B. C. (2015). *Desarrollo de un sistema web para la gestión de pedidos en un restaurante aplicación a un caso de estudio*. Quito: Escuela Politecnica Nacional.
Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/10337/3/CD-6157.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: La empresa Skytec en la ubicación de la vista satelital S.A.

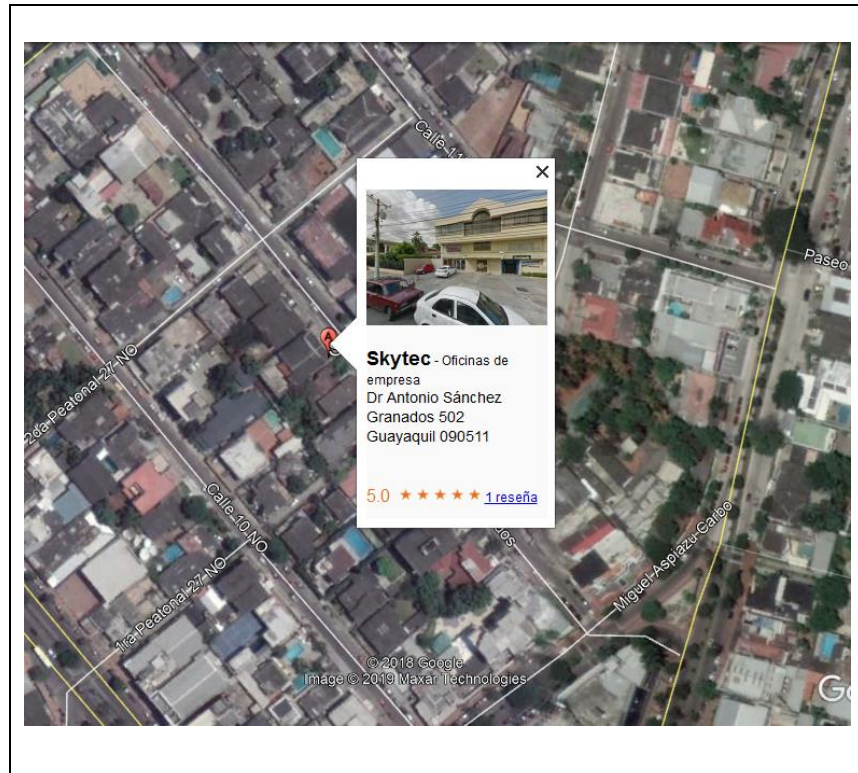


Imagen 1: Ubicación de la empresa
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Anexo 2: Imagen Exterior de la empresa

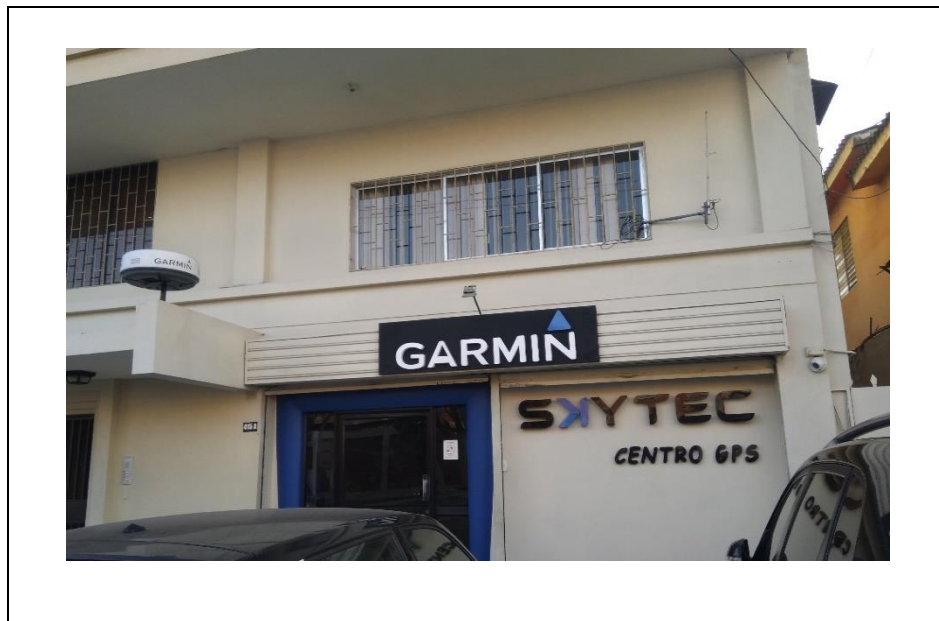


Imagen 2: Imagen de la entrada de la empresa Skytec
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Anexo 3: Logotipo de la empresa



Imagen 3: Logotipo de la Empresa
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Anexo 4: Estructura Organizacional de la empresa

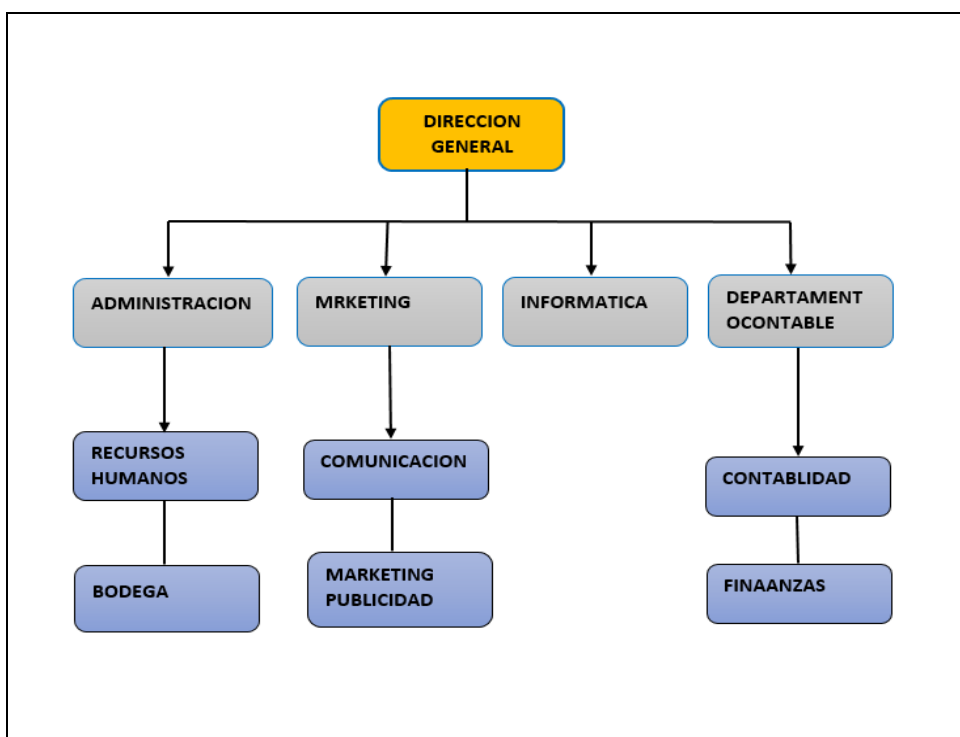


Gráfico 14: Estructura organizacional de la empresa
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Anexo 5: Productos que vende la empresa Skytec

Automóvil



Imagen 4: GPS para auto
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos



Imagen 5: GPS para auto con tv
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Moto



Imagen 6: GPS para moto
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Cámaras Registro



Imagen 7: Cámara para auto
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Binocular de Golf



Imagen 8: Binocular para Golf
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Ciclo computador

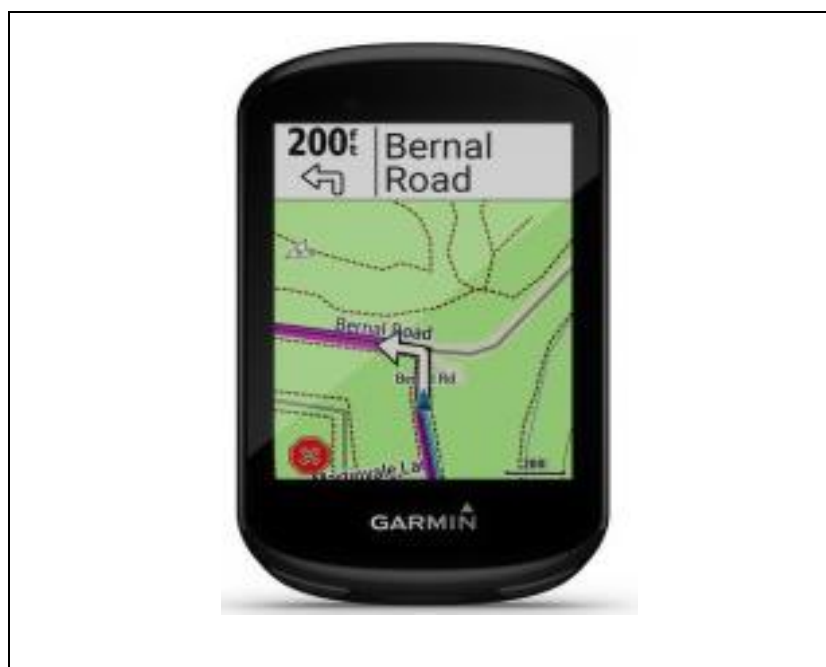


Imagen 9: Ciclo computador para bicicleta
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Reloj



Imagen 10: Reloj para correr
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Reloj Fénix



Imagen 11: Reloj Multisport
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Portátiles de Medición



Imagen 12: GPS para topografía y medición
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Mensajería Satelital



Imagen 13: GPS para rastreo
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Náutica Pesca



Imagen 14: GPS para pesca
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Aviación Delta X



Imagen 15: Reloj gps para aviación
Elaborado por: Jairo Mendoza Cantos

Anexo 6: Encuesta

1. **¿Está conforme con la forma de comprar los productos actualmente en la página web que ofrece Skytec?**

Si	
No	

2. **¿Ha tenido problemas al momento de realizar la compra de los productos en la página web?**

Si	
No	

3. **¿Cómo califica el proceso de compra en la toma de pedido mediante la disponibilidad del stock en la página web?**

Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

4. **¿Considera usted que es ágil realizar la compra de productos mediante la página web que dirigirse al local?**

Si	
No	

5. **¿Ve útil la realizar de pedidos online con abonos en la página web para realizarla la compra de productos que ofrece Skytec?**

Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

6. **¿Le gustaría realizar sus pedidos online con abonos, para adquirir los productos en la página web?**

Si	
No	

Anexo 7: Entrevista

1. **¿Cree usted que el proceso de ventas en la actualidad en la página web es lento?**

2. **¿Cómo considera usted que influirá, en los clientes realizar pedidos online con abonos en la página web?**

3. **¿Qué problema ha identificado en la actualidad que tiene la empresa con relación a la compra de productos en la página web?**

4. **¿Cuál cree usted que sería la opinión de los clientes, el poder realizar los pedidos online con abonos de los productos en la página web?**

5. **¿Qué usted Que realizar pedidos online con abonos de los productos en la página web, el cliente obtendrá una mejor atención?**



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

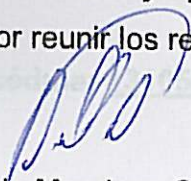
En mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **FUNCIONALIDAD DE PEDIDOS ONLINE CON ABONOS A LA PÁGINA WEB DE VENTA DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA SKYTEC DE GUAYAQUIL EN 2019**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ANÁLISIS DE SISTEMA

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo influye la falta de verificación de stock en la generación de pedidos y recepción de abonos que se acople a la página web de ventas de la empresa "SKYTEC S. A." de la Ciudad de Guayaquil del año 2019?**, el mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.


Jairo Marcelo Mendoza Cantos

Egresado


PhD. Iván Darwin Tutillo Arcentales

Tutor

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, JAIRO MARCELO MENDOZA CANTOS en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de **“funcionalidad de pedidos online con abonos a la página web de venta de productos de la empresa Skytec de Guayaquil en 2019”**, de la modalidad de **Semipresencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Análisis en Sistemas**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

JAIRO MARCELO MENDOZA CANTOS

Nombre y Apellidos del Autor



Firma

No. de cédula: **1310522881**





Factura: 001-004-000031064

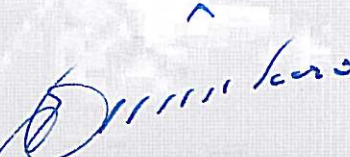


20190901013D01148

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901013D01148

Ante mí, NOTARIO(A) VIRGILIO ANTONIO JARRIN ACUNZO de la NOTARÍA DÉCIMA TERCERA , comparece(n) JAIRO MARCELO MENDOZA CANTOS portador(a) de CÉDULA 1310522881 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CARTA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 22 DE NOVIEMBRE DEL 2019, (10:03).

JAIRO MARCELO MENDOZA CANTOS
CÉDULA: 1310522881


NOTARIO(A) VIRGILIO ANTONIO JARRIN ACUNZO
NOTARÍA DÉCIMA TERCERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN




CÉDULA DE CIUDADANÍA No. **131052288-1**

APELLIDOS Y NOMBRES
MENDOZA CANTOS
JAIRO MARCELO

LUGAR DE NACIMIENTO
MANABI
PORTOVIEJO
PORTOVIEJO

FECHA DE NACIMIENTO 1982-06-19
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO M

ESTADO CIVIL Casado
ALEXANDRA REBECA
LEON SANCHEZ

INSTRUCCIÓN BACHILLERATO
PROFESIÓN / OCUPACIÓN EMPLEADO PRIVADO

V4343V2222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
MENDOZA MOREIRA SEGUNDO ADAN

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
CANTOS LOOR SIRENA AUXILIADORA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
GUAYAQUIL
2011-09-09

FECHA DE EXPIRACIÓN
2021-09-09

000575720





DIRECTOR GENERAL **FIRMA DEL CEDULADO**



CERTIFICADO DE VOTACIÓN
24 - MARZO - 2019

0005 M JUNTA No. 0005 - 047 CERTIFICADO No. 1310522881 CÉDULA No.

MENDOZA CANTOS JAIRO MARCELO
APELLIDOS Y NOMBRES

PROVINCIA: GUAYAS
CANTÓN: GUAYAQUIL
CIRCUNSCRIPCIÓN: 1
PARROQUIA: XIMENA
ZONA: 9





ELECCIONES SECCIONALES Y CPCCS
2019

CIUDADANA/O:
ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

Andrés Montoya
F. PRESIDENTA/E DE LA JRV



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS P*ROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES* del ITB.

RICHARD SAN LUCAS UANOZAS

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGECIT



Firma