



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÌA**

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

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORAS AL SITIO WEB DE LA EMPRESA
STORE BENE SKY**

Autora: Adrián Cepeda Betsy Daniela

Tutor: Msc. Roosevelt Espinoza Puertas

Guayaquil, Ecuador

2016

DEDICATORIA

Por todo el esfuerzo, durante mis años estudiantiles dedico este proyecto primeramente a Dios, por el tiempo, la sabiduría y salud que me ha brindado hasta este momento.

A mi familia, que ha estado presente durante este largo recorrido en mi vida como estudiante, mis padres que fomentaron las bases del ser humano que hoy soy.

Dedico este proyecto a las personas que ya no se encuentran a mi lado, personas valiosas que ahora me cuidan y velan por mi seguridad, gracias por compartir su tiempo conmigo.

Adrián Cepeda Betsy Daniela

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por bendecirme y guiarme durante este tiempo, permitiéndome cumplir con la culminación de esta meta. A mi familia quien me brindó su apoyo, a mi padre, quien estuvo pendiente de mí y me brindo su amor incondicional

A los docentes de la institución por compartir sus conocimientos En especial al Msc. Roosevelt Espinoza Puertas quien fue docente en algunas asignaturas durante mi etapa estudiantil, por su paciencia, su comprensión y por ser un amigo cuando la situación lo requería. Muchas gracias profesor.

A mis mejores amigos Anabel y Michael, quienes estuvieron en los buenos y malos momentos de mi vida, me apoyaron, aconsejaron y secaron mis lágrimas cuando sentía que no podía avanzar.

A la institución por estar pendiente de nosotros y brindarnos su apoyo incondicional.

Muchas gracias

Adrián Cepeda Betsy Daniela



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

Tema:

Propuesta de mejoras al sitio web de la Empresa Store Bene Sky

Autor(a): Adrian Cepeda Betsy Daniela

Tutor: Msc. Roosevelt Espinoza Puertas

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo mejorar el sitio web de la empresa Store Bene Sky, y así incrementar los pedidos en línea. Para llevar a cabo el objetivo de este proyecto, se procederá a realizar las mejoras al sitio web actual con el que se encuentra trabajando la empresa. Las herramientas que usaremos en el transcurso del proyecto, son software libre, entre ellos tenemos Dreamweaver que nos permitirá dar un nuevo diseño a la página web. Se plantea el problema y las causas por las que se realizan este

trabajo de investigación, así como los objetivos, que se planean llevar a cabo en la culminación del proyecto.

En el capítulo dos daremos un recorrido por la historia de la web, el internet y como el comercio electrónico permite realizar transacciones ágilmente, así como las características de las herramientas que usaremos, finalmente se redactara las bases legales para cumplir con el proyecto.

En el capítulo tres nos centraremos en la historia de la empresa, su estructura organizacional, la metodología que utilizaremos para determinar la viabilidad del proyecto y las técnicas de investigación para la recolección de información.

Finalmente en el capítulo cuatro, analizaremos los resultados de la encuesta realizada, se plateara la propuesta y como se llevara cabo la solución al problema, usaremos un lenguaje técnico para explicar las funciones de la página web, y como está constituida, la importancia de tener un hosting y un dominio para su página, al final de este capítulo escribiremos las conclusiones y recomendaciones para el proyecto.

Sitio web	Tienda virtual	Análisis	Justificación
-----------	----------------	----------	---------------



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

Tema:

Propuesta de mejoras al sitio web de la Empresa Store Bene Sky

Autor(a): Adrian Cepeda Betsy Daniela

Tutor: Msc. Roosevelt Espinoza Puertas

ABSTRAC

This research project aims to improve the website of the company Store Bene Sky, and thus increase online orders. To carry out the objective of this project, we will proceed to make improvements to the current website with which the company is working. The tools that we will use in the course of the project, are free software, among them we have Dreamweaver that will allow us to give a new design to the website. The problem arises and the reasons why this research work is carried out, as well as the objectives, which are planned to be carried out in the culmination of the project.

In chapter two we will take a tour through the history of the web, the internet and how electronic commerce allows transactions to be carried out quickly, as well as the characteristics of the tools we will use. Finally, the legal basis for complying with the project will be drafted.

In chapter three we will focus on the history of the company, its organizational structure, the methodology we will use to determine the feasibility of the project and the research techniques for collecting information.

Finally, in chapter four, we will analyze the results of the survey conducted, the proposal will be presented and how the solution to the problem will be carried out, we will use a technical language to explain the functions of the website, and how it is constituted, the importance of having a hosting and a domain for your page, at the end of this chapter we will write the conclusions and recommendations for the project.

Website	Virtual store	Analysis	Justification
---------	---------------	----------	---------------

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la aceptación del tutor.....	iv
Resumen.....	viii
Abstract.....	x
Índice general.....	xii
Índice de figuras.....	xv
Índice de tablas.....	xvi
Índice de diagramas.....	xvii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Delimitación del problema.....	2
Formulación del problema.....	2
Evaluación del problema.....	3
Objetivos de la Investigación.....	3
Objetivos general.....	3
Objetivos específicos.....	3
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos.....	6
Antecedentes referenciales.....	11
Páginas Web.....	12
Hosting.....	15
Dominio.....	16
Tienda Virtual.....	19
Comercio Electrónico.....	21
Marketing Electrónico.....	25
Ventas.....	26
PHP.....	28
PHPMYAdmin.....	28
Adobe Dreamweaver.....	29
Fundamentación Legal.....	29
Variables de la Investigación.....	30
Definiciones Conceptuales.....	30

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la Empresa.....	33
Estructura Organizativa.....	34
Plantilla de trabajadores	35
Ubicación geográfica.....	35
Diseño de la Investigación.....	36
Métodos de Investigación.....	36
Población y Muestra	37
Técnicas de investigación.....	43

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis e interpretación de los resultados... ..	44
Plan de Mejoras.....	55
Problema Causa Y Efecto.....	57
Solución propuesta	58
Diseño de Propuesta	59
Recursos.....	81
Presupuesto.....	82
Respaldo de Información a Base de Datos.....	83
Medidas de Seguridad para una página web.....	86
Conclusiones.....	87
Recomendaciones.....	87
BIBLIOGRAFÍA.....	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Evolución de la Página Web.....	9
Ilustración 2 Primera compra en línea 1994	10
Ilustración 3 Características de una página web.....	14
Ilustración 4 Web Hosting	16
Ilustración 5 Estructura de un dominio.....	17
Ilustración 6 Negocio a Negocia B2B.....	21
Ilustración 7 Negocio a Consumidor B2C	22
Ilustración 8 Negocio a Empleado B2E.....	23
Ilustración 9 Consumidor a Consumidor C2C.....	23
Ilustración 10 Gobierno a Consumidor G2C	23
Ilustración 11 Organigrama de la empresa Store Bene Sky	34
Ilustración 12 Localización de Store Bene Sky	35
Ilustración 13 Incremento del acceso a internet en Ecuador	37
Ilustración 14 Incremento de computadores portátiles en Ecuador	40
Ilustración 15 Porcentaje de personas que utilizan Internet.....	40
Ilustración 16 Lugar donde se usa Internet.....	41
Ilustración 17 Razones por la que se usa Internet	41
Ilustración 18 Porcentaje de personas que usan celulares y redes sociales ...	42
Ilustración 19 Estadística de la 1° pregunta de la encuesta.....	44
Ilustración 20 Estadística de la 2° pregunta de la encuesta.....	46
Ilustración 21 Estadística de la 3° pregunta de la encuesta.....	47
Ilustración 22 Estadística de la 4° pregunta de la encuesta.....	48
Ilustración 23 Estadística de la 5° pregunta de la encuesta.....	49
Ilustración 24 Estadística de la 6° pregunta de la encuesta.....	50
Ilustración 25 Estadística de la 7° pregunta de la encuesta.....	52
Ilustración 26 Estadística de la 8° pregunta de la encuesta.....	53
Ilustración 27 Estadística de la 9° pregunta de la encuesta.....	54
Ilustración 28 Pantalla principal de la página web	77
Ilustración 29 Pantalla SHOP de la página web	78
Ilustración 30 Pantalla Blog de la página web	79
Ilustración 31 Pantalla Contactos de la página web.....	80
Ilustración 32 Pantalla Login	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de páginas web	13
Tabla 2 Dominios genéricos	18
Tabla 3 Dominios geográficos.....	18
Tabla 4 Plantilla de trabajadores Store Bene Sky.....	35
Tabla 5 Resultados a la pregunta 1 de la encuesta	44
Tabla 6 Resultados a la pregunta 2 de la encuesta	46
Tabla 7 Resultados a la pregunta 3 de la encuesta.....	47
Tabla 8 Resultados a la pregunta 4 de la encuesta	48
Tabla 9 Resultados a la pregunta 5 de la encuesta	49
Tabla 10 Resultados a la pregunta 6 de la encuesta	50
Tabla 11 Resultados a la pregunta 7 de la encuesta	52
Tabla 12 Resultados a la pregunta 8 de la encuesta	53
Tabla 13 Resultados a la pregunta 9 de la encuesta	54
Tabla 14 Nombre de la Base de Datos	65
Tabla 15 Nombre de tablas de Base de Datos	65
Tabla 16 Campos de tablas de la Base de datos.....	66
Tabla 17 Descripción de tabla Empleado	66
Tabla 18 Descripción de tabla Producto	67
Tabla 19 Descripción de tabla Stock.....	67
Tabla 20 Descripción de tabla Pedido	68
Tabla 21 Descripción de tabla Detalle Pedido	68
Tabla 22 Descripción de tabla Carrito.....	69
Tabla 23 Descripción de tabla Cliente	69
Tabla 24 Diccionario de Datos - Tabla Empleado.....	70
Tabla 25 Diccionario de Datos - Tabla Productos.....	71
Tabla 26 Diccionario de Datos - Tabla Stock.....	72
Tabla 27 Diccionario de Datos - Tabla Pedido.....	73
Tabla 28 Diccionario de Datos - Tabla Carrito	74
Tabla 29 Diccionario de Datos - Tabla Cliente.....	75
Tabla 30 Hardware solicitado.....	82
Tabla 31 Software solicitado	82
Tabla 32 Recursos Humanos.....	82
Tabla 33 Presupuesto	83
Tabla 34 Costos de desarrollo del Proyecto	83

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1 Causa y efecto a nivel organizacional	57
Diagrama 2 Causa y efecto a nivel tecnológico	57
Diagrama 3 Solución propuesta a nivel organizacional	58
Diagrama 4 Solución propuesta a nivel tecnológico	58
Diagrama 5 Jerarquía de la tienda online	60
Diagrama 6 Diagrama IPO de la tienda online.....	62
Diagrama 7 Entidad Relación de la página web	76
Diagrama 8 Diseño de diagrama .bat	84
Diagrama 9 Creación de tarea .bat	84

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1. Planteamiento del problema

1.1. Ubicación del problema en un contexto

A partir de la evolución de la era digital, la creación de internet como una herramienta que permita la comunicación entre dispositivos, ha generado una gran aceptación en la población, con el paso del tiempo las empresas comienzan adaptarse al uso de dispositivos tecnológicos como medio para realizar transacciones y negocios.

Guayaquil es una de las ciudades con mayor comercio en Ecuador, la localización de esta ciudad es muy privilegiada, ubicada a las orillas del río Guayas, posee uno de los puertos principales del país, el comercio en dichos puertos permiten la entrada y salida de mercadería (se estima que posee un 83% en ingresos y 70% de salida en mercadería)

Sin embargo, la ciudadanía guayaquileña aun no dispone completamente de las Tecnologías de Información Digital permitiendo la creación de una brecha digital, lo que conlleva a que los usuarios no puedan gozar de las novedades que la tecnología pueda brindarles. En el uso de internet, solo un 44% de la ciudadanía posee acceso a internet en sus hogares, en comparación a los registros de 2013 que presentaba un 40%, podemos inferir que el acceso a internet en Guayaquil en un lapso de tres años ha avanzado de forma lenta, pero esto no impide que la población guayaquileña que tiene acceso a las TICs, explore una gran variedad de oportunidades en cuanto a transacciones y servicios.

En la actualidad, el creciente aumento de locales comerciales en la ciudad ha creado una gran demanda por parte de los propietarios, al observar que sus técnicas tradicionales para atraer a nuevos clientes no dan el resultado que se espera, deciden actualizarse y hacer uso de tecnologías, en un intento por llegar cada vez más a su futura clientela, empleando una nueva técnica de comercio, es así como nacen “las tiendas virtuales” en el “comercio electrónico”, una oportunidad que crece rápidamente en la ciudad de Guayaquil.

Se plantea como objetivo de investigación indagar como la tecnología puede ayudar a mejorar las oportunidades de los negocios, en la ciudad de Guayaquil. Una opción que no solo beneficia al propietario por tener mayor alcance con sus clientes, sino que también beneficia al cliente al poder realizar sus compras a un clic del lugar donde se encuentre, tener conocimiento de la mercadería que se encuentra en stock, el ingreso y venta de mercadería futura además de las ofertas que se puedan ofrecer.

De esta forma la atención que recibirá el cliente será óptima y en un entorno amigable, claro y con información precisa mediante el uso de esta plataforma de pedidos a través del internet. Creando una experiencia innovadora para el cliente.

1.2. Situación conflicto

Con los antecedentes antes mencionados podemos detectar que existen ciertos problemas con el uso y manejo de la página web, que no le permite al usuario realizar sus compras de forma rápida sin tener que pasar por aquellas gestiones manuales, que en algunas ocasiones entorpece los procesos que se debe llevar para realizar una compra exitosa.

Es por eso por lo que este trabajo planea enfocarse en reducir las falencias que la actual página posee, y así contrarrestar los comentarios negativos que se han venido recibiendo por el manejo que llevaba la empresa en cuestión de ventas.

En la actualidad la empresa Store Bene Sky presenta problemas con la página web que está manejando en lo que refiere:

- Carencia en la administración de contenidos en la página web.
- Continuos reclamos por el olvido de los pedidos que se realizan.
- Falta de actualizaciones en precios y productos en stock.

De lo antes mencionado, se puede decir que, si la empresa no realiza los respectivos cambios a estas falencias presentadas, la empresa tendría graves consecuencias en la utilidad, perdiendo así credibilidad y rentabilidad de sus servicios perjudicando a sus clientes y a la empresa como tal, ya que pueden surgir nuevas entidades comerciales que proveen un servicio ágil y ordenado llamando así la atención de los clientes.

1.3. Delimitación del problema

- **Campo:** Diseño Web
- **Área:** Mejoras al Sitio Web
- **Aspectos:** Aumentar los pedidos en línea
- **Tiempo:** Periodo 2016

1.4. Planteamiento o formulación del problema

¿Cómo contribuir a mejorar el Sitio Web para aumentar los pedidos en línea, de la empresa Store Bene Sky ubicado en la ciudad de Guayaquil, año 2016?

1.5. Evaluación del problema

Delimitado: El proyecto de investigación se desarrollará en la Provincia del Guayas en el cantón Guayaquil, en la empresa Store Bene Sky, la misma que brinda sus servicios comerciales desde el 15 de enero del 2000, actualmente ubicada en el centro de la ciudad de Guayaquil en el año 2016.

Claro: Podemos mencionar que el actual sitio web con el que trabaja la empresa Store Bene Sky, no cumple con los medios informativos necesarios para un óptimo desempeño laboral.

Evidente: Se puede evidenciar que el sitio web actual de la empresa Store Bene Sky no cuenta con el personal que administre el contenido informativo de su página web lo que ocasiona confusión por parte de los clientes a la hora de realizar sus compras. Es importante que la página web sea clara y posea palabras claves que le permita al usuario navegar sin problemas, describa claramente los elementos que posea.

Relevante: Puesto que el desarrollo en las mejoras del sitio web permitirá que los clientes tengan información sobre la llegada, actualizaciones y ofertas de los productos que existan en la empresa.

Factible: Que posea un costo estándar, ya que su costo se verá reflejado en lo que necesita el cliente, ya que no se puede cobrar un alto precio en caso de que las necesidades del cliente sean “mínima” en lo que refiere a un portal o entorno amigable. Se busca que el costo por el portal sea a la medida de lo que el cliente requiere y necesite.

1.6. Objetivos de la investigación

1.6.1. Objetivo general

Diseñar las mejoras al sitio web actual, mediante el uso de Dreamweaver, para aumentar los pedidos en línea de la Empresa Store Bene Sky.

1.6.2. Objetivos específicos

- ✓ Diagnosticar la situación actual de los pedidos en línea que se maneja en el Sitio Web actual de la empresa Store Bene Sky.
- ✓ Investigar nuevas opciones para aumentar el pedido en línea
- ✓ Analizar los aspectos teóricos de diseño de sitios web en Dreamweaver y proponer un plan de mejoras.

1.7. Justificación e importancia

En un mundo globalizado, donde la tecnología avanza rápidamente, la competencia crece de acuerdo con las necesidades y exigencia de cada persona, las empresas se han visto en la necesidad de actualizar y desarrollar nuevas estrategias de comercialización que permita llegar a cada persona y cumpla con los requisitos que se tenía previamente establecidos.

La necesidad de rediseñar y mejorar la página web, a partir de la demanda de los clientes, quienes muestran cierta insatisfacción por el manejo actual del web site, al no poder registrar correctamente sus pedidos o la demora de los mismos, beneficiara directamente a la administración dado que podrá comunicarse directamente con sus clientes, de esta forma se reemplazaran los sistemas manuales y directamente se usaría un sistema computarizado, con transacciones electrónicas ágiles y precisas, rápido acceso a la información. La realización de este proyecto contribuirá con el crecimiento de la empresa Store Bene Sky, incrementando los pedidos en línea.

A través de estas mejoras, el cliente podrá tener una mejor información acerca de los productos que se ofrezcan, además de la actualización de nuevos servicios que la empresa este promocionando, las dudas que el cliente pueda tener se podrán resolver de forma rápida dentro de la página o a través de las redes sociales que maneja la empresa.

Otras de las cualidades que se pretende mejorar, es que los productos sean divididos en categorías y cuenten con sus respectivas descripciones y características, así como una palabra clave que servirá de etiqueta para la búsqueda de precisa del producto en cuestión.

Con el alcance de este proyecto se pretende mejorar la atención de los clientes ya que muchos de estos, sean nuevos o ya tengo una trayectoria de compra con la empresa no poseen la información necesaria para saber si su compra se ha realizado con éxito y el costo o llegada de nuevos productos, es por eso que se intentara cubrir estas necesidades en la plataforma para que el cliente solo deba ir al local cuando su pedido esta por ser entregado. La empresa cuenta con el recurso económico necesario para llevar a cabo este proyecto.

Y por último en cuanto al recurso humano, la empresa cuenta con el apoyo de la Sra. Esther Genovez Rosario dueña de la entidad quien será capacitada con el nuevo diseño de la página, para el manejo de tienda donde ella podrá modificar de acuerdo con sus necesidades los productos que se expondrán a la venta y la parte administrativa.

- **Viabilidad técnica**

Es muy factible para la empresa Store Bene Sky el rediseño de su página web, ya que facilitara información a sus clientes, dicha información es importante para realizar el proyecto. Esta Empresa posee una plataforma de Windows 8 que es compatible con Dreamweaver, y de una excelente conexión a internet, y son herramientas que se usaran en este proyecto. Se plantea que este sistema informático sea acorde a las necesidades que presentan la entidad comercial, y los clientes.

- **Viabilidad económica**

El rediseño de la página web de la empresa Store Bene Sky permite que la ejecución de este sistema sea un proyecto de inversión viable, lo que se trata de mejorar con este sistema es la atención y comunicación entre el cliente y el administrador. La inversión que se dará en este proyecto se verá reflejada en la satisfacción de los clientes y en el aumento de ventas dentro de la empresa ahorrando tiempo, dinero y papel.

- **Viabilidad ambiental**

La realización de este proyecto no perjudicará al medio ambiente, ya que se busca minimizar el uso de indevido del papel, las promociones e información que la empresa desee dar a conocer se realizará a través de la página web y en cuanto al seguimiento de cada pedido se dará el aviso correspondiente a través de la cuenta de correo electrónica facilitado por el cliente.

- **Viabilidad institucional**

Se busca optimizar las actividades realizadas en la empresa, ya que se darán a conocer de forma eficaz, eficiente y agilizará los procesos comerciales para realizar una compra, contará con la información necesaria, actualizada y precisa de la mercadería.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2. Fundamentación teórica

2.1. Antecedentes históricos

Con el gran interés y la difusión sobre el mundo informático, se ha permitido la creación del Internet y Web como tecnologías de información, y es que dichas tecnologías han cambiado de forma drástica y sorprendente el entorno en que nos encontramos hoy en día. (Dreyfus, 2003) *Si lo esencial para la tecnología es hacer todo posible y mejorable sin duda internet es su herramienta principal.* Sin duda alguna es el internet una herramienta fundamental para el desarrollo de nuevas tecnologías, sitios y aplicaciones web. Según (Millenium, 2015) *un sitio web es un conjunto de archivos y páginas web que engloba un tema en común y posee una página de inicio.* Los sitios web difieren de acuerdo con la necesidad de cada persona, quien a su vez puede ser el generador de dicho contenido.

Según Miguel A Serrano (2003) El marketing puede evolucionar en el futuro, pero hay ciertos factores que no cambiarán del todo en su evolución, más por el contrario se reafirmarán y desarrollarán.

Según Iver Claros (2006) el comercio electrónico, es un término que define a la compra y venta de servicio y productos a través de medios electrónicos.

- **Páginas web**

La primera versión de web 1.0 según (Graham Cormode, 2008) “los creadores de contenido eran pocos en Web 1.0 con una vasta mayoría de usuarios actuando como consumidores de contenido”, y es que sus páginas eran personales, estáticas, totalmente de lectura cuyo contenido era escrito en HTML y que no se actualizaba, el usuario no podía responder o interactuar dentro de la página. La versión web 2.0 permitía al usuario crear y publicar su

propio contenido sin necesidad de conocimientos previos, puede editar y responder dentro de las páginas, la información fluye de ida y vuelta, deja de ser una página estática para convertirse en una página dinámica. Para la versión 3.0 está relacionada con la web semántica ya que permite la comunicación entre páginas de forma natural, con un software capaz de comprender el lenguaje humano al que se denomina IA –Inteligencia Artificial–



su contenido puede ser visualizados desde otros dispositivos móviles que se encuentren conectados a internet.

Ilustración 1 Evolución de la Página Web

En resumen, podemos decir que con el crecimiento y aceptación que han tenido la tecnología en los últimos años, el ser humano pueda utilizarla para beneficio propio. En las empresas el uso de sitios web ha permitido que tengan mayor aceptación y popularidad entre las personas, ya que no es necesario ir a un local físico para enterarse de los servicios u ofertas que posean. Las ventas en línea permiten que el usuario tenga mayor confianza para realizar su compra, desde el punto de vista de un empresario esto puede ser beneficioso ya que puede estudiar a sus clientes de acuerdo a los productos que consumen. Es cierto, existen negocios y empresas que prefieren ofrecer sus servicios a través de redes social, es válido también este tipo marketing ya que

cumple con el mismo objetivo de un sitio, sin embargo, es limitado, es por eso que los sitios web son la mejor opción para atraer a potenciales clientes.

- **Comercio Electrónico**

Según La Comisión de Comunidades Europea, (Comercio Electronico, 1997) consiste en realizar transacciones electrónicas comerciales, en cualquier actividad donde la empresa o el cliente usen medios electrónicos.¹ En 1979 Michael Aldrich invento la venta online, en el año de 1984 en Reino Unido, la Sra. Jane Snowball realizo la primera compra online, sin embargo no es considerada como tal ya que la forma de pago es a través de contra reembolso. En 1994, cuando recién iniciaba el uso de internet, se realizó la primera venta online donde el fundador del servicio NetMarker fue testigo de cómo se vendía un CD de Sing cuyo pago fue a través de tarjeta de crédito



Ilustración 2 Primera compra en línea 1994

¹ Comisión de comunidades europeas al parlamento europeo. Iniciativa al comercio electrónico, Bruselas, pág. 9-17

2.2. Antecedentes referenciales

Para la comprensión del tema expuesto, es necesario citar trabajos de investigaciones o tesis, cuyos objetivos se adecuen a nuestro proyecto, de esta forma podemos enriquecer nuestro trabajo y porque no también podemos dar a conocer nuestras opiniones.

A continuación, se mencionarán algunos trabajos orientados a nuestra investigación.

Ana Guanotásig C. 2010 En su investigación sostiene que al reconocer los procesos de globalización como una realidad en este mundo nos permitirá desarrollar nuevas estrategias que ayuden a la empresa a enfrentar los retos que se presenten. Dentro de estas estrategias está el uso de TICs como el uso de servicios en tiendas online que le permitirá al empresario ser más competitivo dentro del mercado.² Esta investigación nos ayuda como una guía referencial en los procesos que conlleva realizar una página web, explicando detalladamente cada proceso.

Patricio Toala M 2017 en su proyecto argumenta que el uso de páginas web dentro de una empresa permite el crecimiento y reconocimiento de la misma dentro del mercado.³ Esta investigación se asemeja a nuestro proyecto ya que va dirigido a la importancia del diseño de una página web con el objetivo de incrementar sus ventas dentro de su localidad, además de una guía informativa enriquecida en aspectos teóricos que nos será útil para el manejo de nuestro proyecto de investigación.

² Proyecto de **Ana Guanotásig**: "desarrollo e implementación de una tienda online para incrementar el flujo de venta de servicios informáticos en la empresa corse solution's, ubicada en la ciudad de Latacunga."

³ Proyecto de Toala Medina patricio implementación de una tienda online, mediante plataforma de software libre, para incrementar el flujo de venta de equipos computacionales...

- **Internet**

Según (Castell, 2001) el ser humano ha modificado todas sus actividades para el uso del internet, ya que la comunicación es una parte esencial en la vida humana. Puedo decir que el ser humano al igual que la tecnología ha evolucionado, para complementarse y sacar provecho a las características que la tecnología ofrece.

- **Web**

Según (Berners-Lee, 1989) describe a la web como una forma de observar la información que se encuentra dentro de internet sin rupturas (...) Y es que es cuando se crea la web (WWW) las personas empezaron a acceder a la información que se encontraba en internet.

- **TICs**

Para (Montiel, 2008) asegura que las Tecnologías de Información y comunicación (TICs) constituye una parte esencial tanto en las empresas como en la vida de las personas⁴. Para (Gil, 2002) las TICs son un conjunto de aplicaciones, herramientas y métodos que se asocia a la digitalización de señales analógicas manejables en tiempo real. Citemos a (Strickland, 2004) quien menciona a las TICs como herramientas, dispositivos o componente electrónicos que son capaces del soporte y manipulación de información que permitirá el crecimiento de una organización.

2.2.1. Páginas Web

Es un documento electrónico, que contiene texto, archivos multimedia que se encuentra hospedada en un servidor web, la cual podremos acceder a través de los navegadores web. Para crear y desarrollar páginas web, se realiza bajo lenguaje de programación tales como HTM, PHP; ASP, etc., existen plataformas como Dreamweaver, Mozilla composer o Amaya que permite la creación de páginas web complejas en un entorno de editor de texto.

- **Tipos de páginas web**

⁴ Tecnologías de información y comunicación para las organizaciones del siglo xxi re4dactado por Naya De Vita Montiel de la Universidad Tecnología de Maracaibo

Existen muchos tipos de páginas web, y estas se dividen de acuerdo a las necesidades y el uso que le daremos al sitio, entre ellas tenemos:⁵

Tipos de pagina	Descripción	Herramienta
Paginas Estáticas	Su lenguaje de programación es el HTML, son páginas sencillas.	Dreamweaver
Paginas Dinámicas	Su lenguaje de programación es PHP, la creación de este tipo de páginas es más compleja	Dreamweaver Bluefish Editor
Gestores de contenido o CMS	Es una aplicación que podemos instalar en el servidor, y es capaz de gestionar contenido.	Drupal Joomla
Blogs temáticos	Son creadas como páginas personales y pueden tener archivos multimedia.	Blogpost Blogger
Páginas web corporativas	Se crean estas páginas web sencillas con el fin de mostrar la información necesaria sobre la empresa.	
Tiendas Online	Tiene como objetivo ser creadas para la venta a través de internet y así aumentar los beneficios de la entidad.	

Tabla 1 Tipos de páginas web

- **Características de una página web**

⁵ DISEÑO WEB TOLEDO INFORMACIÓN OBTENIDO EN [HTTP://WWW.DISENOWEBTOLEDO.COM/TIPOS-DE-PAGINAS-WEB](http://www.disenowebtoledo.com/Tipos-de-paginas-web)

Para que nuestra página web tenga éxito, es necesario que cuente con por información y se distribuya correctamente el contenido de imágenes y sonidos para así crear una página armoniosa y no saturada⁶. A continuación, señalaremos algunas características importantes para la creación de páginas web:



Ilustración 3 Características de una página web

- **Usabilidad:** es importante que la página pueda ser visualizada y ser usada desde cualquier dispositivo, navegador y S.O
- **Información:** la información que se presente debe ser distribuido claramente y de forma clara para que el usuario pueda encontrarlo con facilidad.
- **Medios:** la página al ser una plataforma multimedia debe tener medios como imágenes, música y videos.
- **Diseño atractivo:** de acuerdo a las actividades que realiza la empresa, debe tener en cuenta el color, las imágenes que se van a usar.

⁶ Características de una página web ,escrita por : Meritxell Soria (2015) en información obtenida de <https://www.womenalia.com>

- **Empresa:** es importante que en esta sección se describa la información de lo que realiza la empresa, los servicios que ofrecen y su misión, visión, objetivos, con el fin que el cliente se familiarice y sienta confianza.
- **Metadatos:** crear palabras claves o etiquetas que permita la búsqueda de los productos, de esta forma al cliente no le tomaría tanto tiempo a la hora de explorar en la página.
- **Actualizaciones:** se debe actualizar la información de la página para que el cliente pueda estar informado de lo que sucede en la empresa.
- **Comunicación:** se debe responder las inquietudes que el cliente pueda tener.
- **Preguntas frecuentes:** la sección de preguntas frecuentes es muy importante ya que permitirá al usuario satisfacer su curiosidad acerca de alguna cuestión.

Portal web: es un sitio cuya finalidad es permitir el acceso a diferentes recursos y servicios que ofrece la World wide web, permitiendo al usuario encontrar la información que necesita sin tener que salir del portal ya que muestra un abanico de respuestas acorde a la palabra clave con la que ha ingresado en el navegador.

2.2.2. Hosting:

Según **(Hadmin, 2012)**, es el alojamiento u hospedaje web, cuyos servicios son prestados por un ISP o proveedor que permite tener almacenado no solo las páginas web sino también tus archivos, emails, aplicaciones, etc.,

Tipos de hosting:

A continuación, se detallara los tipos de hosting más utilizados:

- **Hosting gratuito:** Es el alojamiento por el cual no pagamos absolutamente nada, sus funciones son muy limitadas además de que se añaden muchas publicidades.
- **Hosting compartido:** Este tipo de hospedaje permite alojar varias páginas en un mismo servidor web y los recursos y costes del servidor se reparten entre ellas.
- **Servidores VPS:** es un tipo de servidor virtual, donde el IPS divide virtualmente un servidor web real en varios servidores virtuales, en este tipo de servicios también compartiremos los recursos con otros servidores virtuales que se encuentren alojados.
- **Servidores dedicados:** Cuando contratemos un servidor dedicado, los recursos serán usado exclusivamente por el usuario que los contrato.



Ilustración 4 Web Hosting

2.2.3. Dominio:

(Anetcom, 2004) Es una dirección de internet, que está compuesto por caracteres alfanuméricos y sirve para identificar un sitio específico dentro de la red, su característica principal es que el nombre de un domino es único, ningún otro sitio va a tener el mismo nombre.

Estructura de un dominio

Los dominios están compuestos por varios elementos separados por un “.” (Punto).

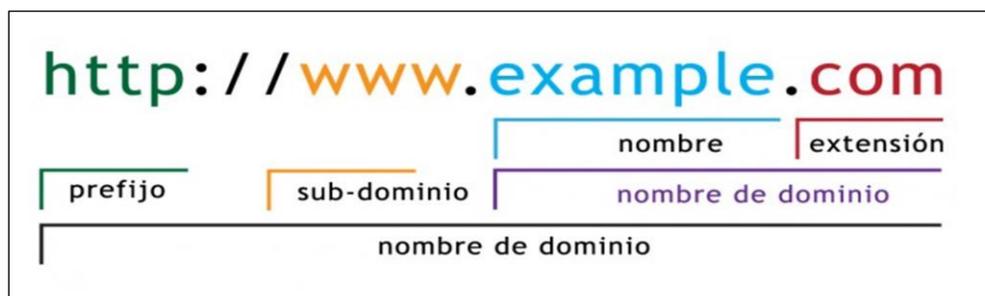


Ilustración 5 Estructura de un

Un dominio está compuesto por:

- Protocolo: `http://`
- WWW: World Wide Web
- Subdominio: `example`, es el nombre o abreviatura de la empresa
- Dominio principal: `com`, es el nombre del dominio e indica la actividad a la que pertenecen

Los dominios principales se dividen en dos categorías

1. Dominios genéricos: son aquellos que fueron creados en la primera etapa de registro de dominios.
2. Dominios geográficos: con una extensión de dos letras, indican el territorio en que la empresa se encuentra laborando.

Dominios genéricos	
Dominio	Descripción
.com	Esta extensión está destinada a fines comerciales.
.net	Previsto para los proveedores de servicios de internet
.org	Usado para grupos, organizaciones y asociaciones.
.info	Sitios web informativos.
.biz	Dominio usado para los negocios en la red.
.name	Domino registrado para el uso de nombres
.gov	Asignado para instituciones del gobierno de un país.
.edu	Uso exclusivo para entidades educativas.
.mobi	Para usar en sitios que sean compatibles con los dispositivos móviles.
.asia	Este tipo de dominio es usado en las compañías localizadas en Asia, el Pacífico y Australia.

Tabla 2 Dominios genéricos

Dominios geográficos	
Dominio	País
.ec	Ecuador
.es	España
.us / .com	Estados Unidos
.eu	Unión europea
.kr	Corea del sur
.jp	Japón

Tabla 3 Dominios geográficos

2.2.4. Tienda virtual:

También conocida como tienda online, se refiere a la actividad comercial de compra o venta en forma virtual a través de internet. Los encargados de manejar la página, pone a disposición de sus clientes, imágenes, descripción y valor del producto o servicio que se ofrece, de esta forma si es del agrado de la persona puede adquirirlo, esto permite que la transacción comercial se realice ágilmente, podemos realizar el pago de esta transacción mediante depósito bancario y tarjeta de crédito. En este mundo globalizado, que una empresa decida crear su tienda en línea significaría una gran inversión, además de un gran alcance para sus clientes e incrementaría su participación en el mercado.⁷

- **Características de una tienda virtual**

Local: el local donde se encontrará nuestra tienda virtual será en páginas web alojada en el servidor web adquirido por la empresa, es importante que el servidor web cumpla con los requisitos necesarios para soportar la tienda, ya que será el que muestre los sucesos dentro de nuestra tienda. Por otro lado, es necesario que se adquiera un dominio propio, en otros términos, dicho dominio sería representado como la “propiedad” donde se encuentra la tienda virtual.

Escaparate: físicamente el escaparate de nuestra tienda son los estantes donde se ofrecen los productos, virtualmente sería la página web, donde ofreceremos los productos y servicios, es recomendable que esta página vaya acorde a los servicios que ofrece la empresa, que exista una armonía de colores y que las funciones que en ella se presente sean usables y cumpla con la expectativa de lo que se desea.

Productos: es la parte importante de nuestra tienda, ya que los visitantes pondrán mucha atención en los bienes y servicios que se ofrecen.

⁷ Información recopilada del sitio web <https://web-gdl.com/servicios/que-es-una-tienda-en-linea/>

Carrito de compras: es una aplicación que se usa dentro de una tienda virtual, donde el cliente puede “poner” los productos que va adquiriendo durante el recorrido por la tienda, mostrando el monto a pagar, en caso de que se adquiera dos o más productos, el carrito va sumando uno a uno el valor de cada producto para mostrar al final el valor a pagar, otra de las ventajas que se obtiene al usar el carrito, es que podemos quitar productos y en algunos casos podemos dejar el carrito lleno, salir de la página y no se presentan cargos.

Medios de pago: al final cuando el cliente ha decidido que productos va a llevar, procederemos a realizar el pago correspondiente, la manera en la que esta transacción será llevada a cabo puede ser: llenando un formulario con tus datos y posteriormente realizar un depósito bancario o pagarlo con tarjeta de crédito. Lo importante es que el cliente se sienta seguro usando uno de estos dos medios de pago.

Servicio: cuando nos encontramos en una situación en la que necesitamos ayuda para resolver nuestras dudas, en una tienda tradicional podemos buscar a un vendedor para que nos preste su ayuda, en el caso de una tienda virtual, se ofrece una sección de su página llamada “preguntas frecuentes”, donde se resuelven inquietudes en general, otra opción es crear videos informativos que cumplen la misma función que el anterior, también se puede preguntar al encargando mediante el chat dentro de la página o en sus redes sociales.

Entrega del pedido: se puede hacer la entrega del producto a través de terceros –compañías de entrega a domicilio- aunque se corre el riesgo de que el paquete entregado llegue en mal estado, se puede fijar un punto de entrega en un lugar estratégico para que el cliente retire el producto, o si la tienda posee un local físico, se puede retirar directamente de ahí.⁸

⁸ Se ha extraído información de Características de una tienda virtual de la página web <http://www.mujeresdempresa.com/que-es-una-tienda-virtual/>

2.2.5. Comercio electrónico

Conocido como e-commerce, era un término que se usaba para realizar transacción a través de medios electrónicos como por ejemplo el intercambio de datos, sin embargo, con la aparición de internet como medio de comunicación este término es usado como la compra o venta de servicios a través de medios electrónicos cuya forma de pago es mediante tarjeta de crédito.

Tipos de comercio electrónico

Para Alexandre (Fonseca, 2013), podemos tipificar el comercio electrónico de acuerdo a las necesidades de cada parte involucrada:

- **Business to Business (B2B):** también conocida como negocio a negocio, este tipo de comercio se realiza únicamente entre empresas, para poder participar en este tipo de comercio debes tener conocimientos acerca del mercado en el que se desenvuelve tu empresa.



Ilustración 6 Negocio a Negocio B2B

- Business to Consumer (B2C): Negocio a consumidor, es decir lo lleva a cabo el negocio o tienda virtual y el consumidor, una de las características que posee este tipo de comercio es que el cliente puede acceder desde cualquier dispositivo y realizar su compra, además de que se pueden actualizar las ofertas y el cliente puede estar al tanto de las novedades.



Ilustración 7 Negocio a Consumidor B2C

- Business to Employee (B2E): Conocido como negocio a empleado, su relación se centra entre una empresa y sus empleados, en donde las empresas ofrecen ofertas a sus empleados, estimulando así su competencia laboral.



Ilustración 8 Negocio a Empleado B2E

- Consumer to Consumer (C2C); De consumidor a consumidor, se refiere a cuando una persona deja de usar un producto o un bien y decide venderlo a otra persona que esté interesada, la ventaja de este tipo de comercio es que puedes adquirir un producto en menor precio.

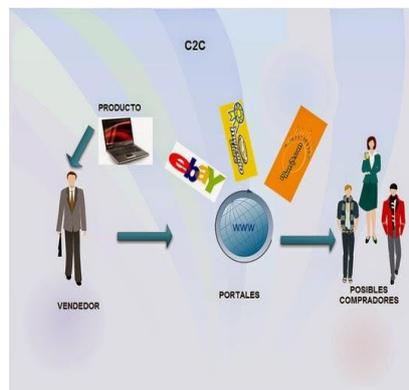


Ilustración 9 Consumidor a Consumidor C2C

- Government to consumers (G2C): De Gobierno a consumidor se relaciona con el pago que el consumidor tiene con el gobierno mientras el gobierno presta su



Ilustración 10 Gobierno a Consumidor G2C

servicio.

Ventajas del comercio electrónico

- **Desaparece las fronteras geográficas para su negocio.**

El negocio ya no depende solo de un lugar físico para ofrecer sus servicios o vender sus productos, el comercio electrónico permite a los dueños de los negocios llegar a potenciales clientes que se encuentren en sus casas en distintos puntos de un país mediante internet como medio de comunicación.

- **Se encuentra disponible las 24/7 durante todo el año.**

Ciertamente cuando se posee un local físico, la disponibilidad que se tiene es restringida, ya que se debe tomar en cuenta algunos factores. El e commerce permite al empresario crear páginas, o tiendas virtuales, donde pueden ofrecer sus servicios y estar disponible en el momento que el usuario lo desee.

- **Proporcionar nuevos medios para encontrar y servir a clientes.**

Para atraer nuevos y potenciales clientes, es necesario encontrar los medios para dar publicidad, una opción puede ser el uso de redes sociales, como Facebook o YouTube, mayor ventaja de este tipo de publicidad es que se puede interactuar directamente con las personas y comprender un poco más sus necesidades.

- **Cercanía a los clientes y mayor interactividad y personalización de la oferta.**

Continuando con el punto anterior, el comercio electrónico no solo usa las redes sociales como medio publicitario para sus negocios, también es usado para “llegar” a las personas y tener un trato directo, permitiéndole interactuar y conocer sus necesidades para ofrecer y personalizar en algunas ocasiones las ofertas que se den.

- **Implantar estrategias en la venta de productos para crear fidelidad en los clientes.**

Para que el negocio tenga éxito, es necesario usar las estrategias que estén al alcance del dueño o empresario, dar un buen servicio al cliente permitirá que este tenga una buena impresión de las actividades que se realizan creando fidelidad entre el cliente y el vendedor, de esta forma nace la confianza entre ambas partes lo que permitirá que en el futuro este cliente pueda recomendar al negocio a su familia o amigos.

- **Agilidad en las compras**

Con la posibilidad de adquirir productos desde el lugar donde se encuentre, el cliente puede evitar realizar “cola” o desplazarse hacia la tienda, además de que el proceso de compra se realiza con agilidad sin necesidad de papeleo por medio, con un par de click la venta queda registrada en el sistema, además de que el cliente puede revisar las opciones y detalle de la mercadería.

2.2.6. Marketing electrónico

Para (Adrian, 2018) el marketing electrónico, consiste en promocionar mediante técnicas, los bienes o servicios de una empresa a través de medios

electrónicos, estos medios pueden ser por vía telefonía, internet, radio, televisión.

El marketing electrónico o *e-marketing* tiene como ventaja al poseer menores costes en la producción de publicidad en masa, ya que, mediante cookies, los anunciantes pueden dirigirse a sus clientes.

Internet es una herramienta que permite llegar a más personas, más hogares, futuros clientes, la adaptación de este medio para realizar publicidad a demostrado que es mucho más elevado en comparación a la publicidad tradicional, por ejemplo: cuando navegamos por internet (visitamos foros o blogs), usamos YouTube, podemos divisar los banners publicitarios, aunque sean un poco molestoso para el internauta, en el momento en que encuentre una publicidad que sea de su agrado ya sea por los servicios que ofrezca inmediatamente dará click sobre el banner publicitario, esto permitirá que el internauta se redirija hacia la página principal de la empresa y posteriormente navegue y proceda a realizar su compra.

Entre las técnicas de marketing digital tenemos el marketing viral, cuyo enfoque es el de generar popularidad a través de redes sociales, la finalidad de esta técnica es, que las personas consigan tener conocimiento de una marca (el bien o servicio que se ofrece) en un tiempo corto, a bajo coste de publicidad y sea visto por muchas personas. Entre las características del marketing viral tenemos la credibilidad, la rapidez con que se difunde la publicidad, la tasa de respuesta y el buen targeting.

Por último, tenemos las promociones de ventas, quienes buscan crear un efecto directo en las ventas en un tiempo limitado, mediante incentivos como descuentos sobre el precio del producto, bonos, cupones, promociones, entre otros. Uno de los medios que se puede usar para dar notoriedad a las promociones que se llevan a cabo, es internet, y las redes sociales.

2.2.7. Ventas

Para la American Marketing Association (Asociación, s.f.), es el proceso en el cual el vendedor conoce las necesidades del comprador, creando confianza entre ellos beneficiándose ambas partes.

El proceso de las ventas está dividido en siete partes, y son las siguientes⁹:

Prospección: el primer paso para realizar una venta es investigar, el vendedor debe tener en cuenta que durante su vida comercial debe estar en constante estudio, indagar y observar quien es un buen prospecto para convertirse en cliente, quien realmente necesita sus servicios.

En esta etapa encontramos tres fases:

- Identificar al cliente.
- Calificar a los clientes según su necesidad de compra.
- Crear una lista de clientes en perspectiva.

Acercamiento: luego de realizar una lista de clientes en perspectiva, el paso que se debe realizar a continuación es el acercamiento con las personas de dicha lista, tener a mano la información necesaria de cada persona en dicha lista, el vendedor debe tener en cuenta que durante la entrevista con el cliente debe crear confianza, vender su imagen como profesional eficiente y experto, vender la idea de lo que realiza, debe entender el vendedor que estudiar el comportamiento y estilo de compra de su cliente lo puede beneficiar en el futuro.

Presentación: una vez que el vendedor tenga la total atención del cliente, y que cuente con el tiempo necesario, procede a dar a conocer el servicio o producto por el cual ha realizado la visita, el vendedor debe tener en cuenta que cada cliente tiene un estilo y una necesidad de compra muy diferente, por

⁹ Etapas del proceso de ventas, información registrada en este blog
<http://missventas.blogspot.com/2012/01/el-proceso-de-ventas.html>

lo cual el vendedor debe adecuarse a esa necesidad y en base a ese conocimiento ir poco a poco dando la información de su producto desde las características generales hasta las específicas, de esta forma conseguiremos que el cliente quede atrapado en la explicación y la necesidad de adquirir aquel producto sea aún más grande.

Manejo de objeciones: durante la presentación del producto, puede ser que existan objeciones por parte del cliente, ya sea porque no está de acuerdo con alguna oferta que se le esté realizando o por los precios o formas de pago, el vendedor debe entender de antemano que se puede suscitar dicho enfrentamiento, por lo cual debe mantener la calma y no discutir con el cliente, tal vez el cliente este muy interesado por el producto pero ante poca información o un malentendido el vendedor con calma puede puntualizar lo que el cliente necesite comprender. Entonces se podrá hacer frente a dicha objeción y ser flexible para el cliente.

Cerrar la venta: Es el paso más importante dentro del proceso de ventas, ya que el cliente consiente o no ha tomado la decisión de comprar el producto que se le ha ofrecido, en este punto el vendedor ha podido persuadir a su futuro cliente, dándole ofertas dentro del límite de opciones que se puede permitir en la venta.

Seguir hasta el final: El proceso no acaba cuando cierras una venta con el cliente, si se desea que el cliente haga referencia de nuestros servicios como proveedor de un producto o se mantenga la relación vendedor-consumidor, es necesario que el vendedor se interese por el cliente que el cliente sienta esa confianza.

2.2.8. PHP

Es el lenguaje de programación interpretado, es decir, que traducen las líneas de código una a una y las ejecuta sin guardar el resultado de dicha traducción, a pesar de que es un proceso un poco lento en comparación del lenguaje de compilación, el lenguaje interprete es mucho más flexible. PHP es creado para

el desarrollo de páginas web, se puede combinar con código tipo HTML, creando páginas web dinámicas, ejecutadas en un servidor web.

Este lenguaje de programación puede ser ejecutado en casi todas las plataformas y Sistemas Operativos ya que forma parte de software libre bajo la licencia de PHP.

PHP permite la conexión a diferentes tipos de base de datos entre ellas tenemos Oracle, Microsoft SQL, MySQL, ODBC, entre otras.

2.2.9. PHPMyAdmin

Es un software libre creado por PHP para la administración de base de datos MySQL, disponible en alrededor de 50 idiomas, esta herramienta permite la creación y modificación de bases de datos, el uso de tablas, índices y campos, crear copias de seguridad e importar y exportar bases de datos. El entorno en que se trabaja esta herramienta es amigable, el usuario puede guardar las bases de datos de los proyectos que realice y dar uso a dichas bases.

2.2.10. Adobe Dreamweaver

Es una aplicación que se enfoca en la creación y edición de aplicaciones y sitios web, podemos usar lenguaje HTML, PHP, ASP entre otros, permite crear sitios gráficamente, mientras esto sucede se va creando el código html, posee conexión a servidores web, usar base de datos y podemos usar archivos multimedia.

2.3. Fundamentación Legal

**Leyes artículos Generales del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes Ancestrales**

Innovación social

Artículo 70: Es el proceso creativo y colaborativo mediante el cual se introduce un nuevo o significativamente mejorado bien, servicio o proceso con valor agregado, que modifica e incorpora nuevos comportamientos sociales para la resolución de problemas, la aceleración de las capacidades individuales o colectivas, satisfacción de necesidades de la sociedad y el efectivo ejercicio de derechos.

De la transferencia de tecnología

Artículo 77: Comprende las actividades para transferir conocimientos, técnicas o procesos tecnológicos que permitan la elaboración de productos, procesos o servicios. La transferencia tecnológica comprende acuerdos contractuales tales como, la prueba de concepto, la validación tecnológica, la transferencia de derechos de propiedad intelectual, concesión de licencias de propiedad intelectual, contratos de saber hacer, capacitación, contratación de mano de obra nacional, entre otros

Artículos de la Gestión de los conocimientos (Propiedad Intelectual)

En el **artículo 81** (SENACYT) **Derechos intelectuales** comprende principalmente a la propiedad intelectual y los conocimientos tradicionales. Su regulación constituye una herramienta para la adecuada gestión del conocimiento. Este derecho asegura un efectivo goce de los derechos fundamentales y contribuirán a una adecuada difusión de los conocimientos en beneficio de los titulares y la sociedad.

Artículo 82 Excepción al dominio público los derechos de la propiedad intelectual constituyen una excepción al conocimiento como bien de dominio público es decir la propiedad intelectual podrá ser pública, privada comunitaria, estatal, asociación, cooperativa y mixta según lo disponga el autor del proyecto innovador.

Artículo 98 De los derechos de autor. - Los derechos de autor nacen y se protegen por el solo hecho de la creación de la obra. La protección de los derechos de autor se otorga sin consideración del género, merito, finalidad, destino o modo de expresión de la obra.

2.4. Variables de la investigación

- Variable dependiente: Aumentar los pedidos en línea.
- Variable independiente: Diseño de mejoras del sitio Web

2.5. Glosario de términos

Web: es la tecnología basada en lenguaje HTML y protocolo HTTP, es un entorno en el que el usuario puede interactuar con archivos de texto o multimedia que se encuentran alojados en sitios web.

Internet: es un conjunto de redes interconectadas entre sí mediante protocolos TCP/IP.

Sitio web: es la composición de muchas páginas web, relacionadas entre sí, cada una de estas páginas poseen archivos multimedia y textos, el sitio web se encuentra alojado dentro de un dominio.

Página web: es un documento que se encuentra dentro de un sitio web, posee un nombre o etiqueta que lo diferencia de las demás páginas, posee una dirección única además de contener archivos multimedia.

HTML: lenguaje de hipertexto, utilizado para la creación de sitios web.

PHP: lenguaje de programación que se introduce dentro del lenguaje HTML, para ejecutarse dentro de un servidor, independiente de la plataforma en que sea usado ya que posee una gran librería de funciones.

MySQL; es gestor de bases de datos, de código abierto para trabajar en entornos de desarrollo web.

E-commerce: es la actividad económica de intercambiar, vender, comprar u ofrecer un servicio a través de internet.

E-marketing: son las técnicas que se pueden usar para atraer a más clientes a través de medio de digitales.

Target: es un grupo de personas (segmento o fracción del mercado), que poseen ciertas características y tienen la necesidad de un producto en específico que se esté ofreciendo dentro del mercado.

Banner: es un formato publicitario que se realiza internet, la cual introduce fragmentos de publicidad en un sitio web, con el propósito de atraer clientes.

Hosting: hospedaje web, que brindan espacio dentro de un servidor.

Dominio: es la dirección física de un ordenador, se las usa para representar la dirección de las páginas web.

URL: cadena de caracteres que forman una dirección única para cada elemento de información disponible en internet.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Presentación de la empresa

Nombre de la empresa: Store Bene Sky

Ubicación: Guayaquil, Guayas

Razón Social: inicia su actividad comercial en el 2011

Competidores más importantes: Empresas dedicadas a la venta de cosméticos, accesorios y ropa asiática.

3.1.1. Misión

Somos una empresa que comercializa productos originales y de calidad totalmente garantizada de origen asiático a precios accesibles. Poseemos un sistema de venta por catálogo ágil y competitivo, con un trato cordial hacia nuestros clientes.

3.1.2. Visión

Ser líderes en el mercado de venta de productos asiáticos en Ecuador, ofreciendo a nuestros clientes una gran variedad de productos de alta calidad, a precios competitivos.

3.1.3. Estructura organizativa



Ilustración 11 Organigrama de la empresa Store Bene Sky

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy Daniela

3.1.4. Plantilla de los trabajadores de la empresa

Trabajadores de la Empresa Store Bene Sky	
Categoría ocupacional	Cantidad trabajadores
Gerente General	2
Administrador	1
Community manager	1
Encargado del mostrador	2

Tabla 4 Plantilla de trabajadores Store Bene Sky

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

3.1.5. Ubicación geográfica

Dirección: Pedro Carbo entre 10 de Agosto y Sucre, frente a Biblioteca Municipal



Ilustración 12 Localización de Store Bene Sky

3.2. Diseño de Investigación

Para la ejecución de este trabajo investigativos se tendrá en consideración el uso de los siguientes métodos de investigación, que son: el método descriptivo, explicativo y correlacional, se procedió a elegir estos métodos en vista de que nuestro proyecto va dirigido a mejorar el sitio web de la empresa Store Bene Sky ya que se complementan con el objetivo que se lleva a cabo.

3.3. Métodos de Investigación

Los métodos que investigación que usaremos en el siguiente trabajo son: métodos descriptivo, explicativo y correlacional, el uso de cada uno de estos métodos nos permitirá investigar, evaluar y seleccionar la información que más se acerque a nuestro proyecto.

3.3.1. Método descriptivo

El proceso de investigación tiene un nivel descriptivo, ya que podemos observar el problema que se desarrolla dentro de la empresa, encontramos las causas, los efectos y las consecuencias que produce dicho problema, problema que afecta al cliente y a las ventas de la empresa Store Bene Sky.

3.3.2. Método explicativo

La investigación tiene un nivel narrativo que expone la situación actual de la empresa, los servicios y productos que se ofrece, la información necesaria para realizar un estudio preliminar de la empresa Store Bene Sky

3.3.3. Método correlacional

La empresa nos muestra que posee un nivel correlacionado entre las actividades que se ofrecen como negocio comercial y la necesidad de tener una página web donde se puedan vender sus productos de forma virtual.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Según (Tamayo, 1997) la población es un conjunto de individuos que poseen características similares, que son estudiadas y así dar origen a los datos de investigación.

Por ejemplo: podemos citar lo siguiente:” El 36% de los hogares ecuatorianos poseen acceso a internet, incrementándose en un 13.5 puntos en los últimos 5 años”, para afirmar la siguiente sentencia, tomamos a la población ecuatoriana como medio para realizar una encuesta que permita registrar los datos de investigación.

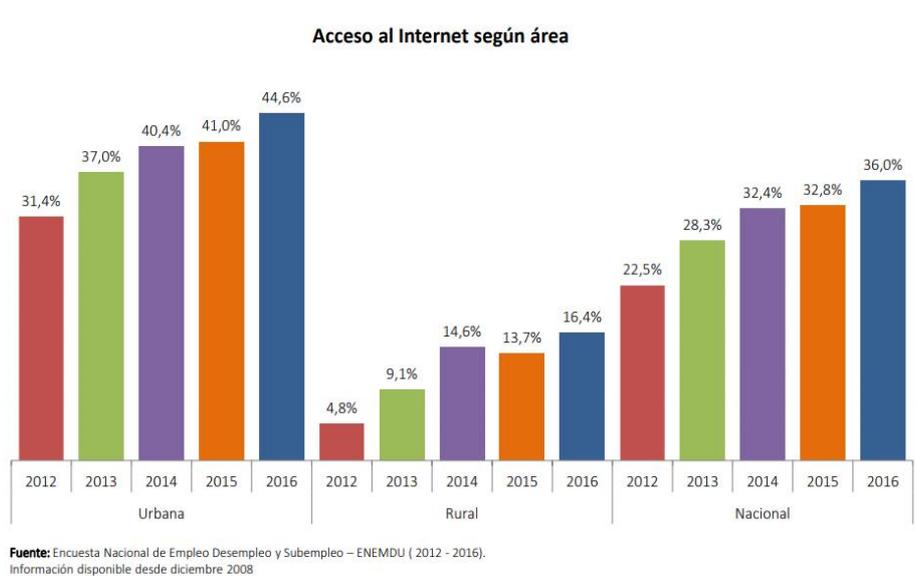


Ilustración 13 Incremento del acceso a internet en Ecuador

Fuente: INEC Ecuador año 2016

3.4.2. Muestra

Según (Adrian), una vez que tenemos definida la población y esta es muy grande para poder ser estudiada, procederemos a tomar una muestra (fracción o grupo de personas más pequeño y manejable) que nos permitirá dar resultados confiables. El tamaño de la muestra depende del criterio del investigador para conseguir una información precisa.

El muestreo es el método que se utilizara para seleccionar los elementos dentro de la muestra, es un conjunto de reglas, criterios y procedimientos que selecciona a un grupo de personas dentro de la población y representara lo que sucede en dicha población. ¹⁰

La unidad muestral permite que el investigador realice sus estudios en menor tiempo, los costos de investigación sean bajos y las variables de estudios sean estudiadas con mayor profundidad.

Para obtener el resultado final de una muestra basado en las encuestas, se utiliza la siguiente formula:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Donde:

n= número de la muestra.

N= población

σ = desviación estándar

Z= es el valor obtenido de los niveles de confianza.

e= error muestral.

¹⁰ Información proporcionada por <http://www.scielo.org.bo>

Entonces, ¿Cuántas personas deben ser estudiadas para ver los resultados en la página web de la empresa?

Datos:

Población: 20.092

Nivel de confianza: 95%

Desviación estándar: 50%

Error de muestra: 13%

$$n = \frac{20.092(0.50)^2(1.96)^2}{20.092(0.13)^2 + 0.50(3.5)^2}$$

$$n = \frac{20.092 * 0,25 * 3,8416}{20.092 * 0,0169 + 0,25 * 12,25}$$

$$n = \frac{19296.3568}{339.5548 + 3,0625}$$

$$n = \frac{19296.3568}{528,5004}$$

$$n = 37.8368$$

$n = 38$ El tamaño de la muestra redondeado

Los datos aquí presentados, refiere a una encuesta efectuada a 31.092 hogares ecuatorianos, esta información fue extraída del INEC estadísticas del 2016.

Cabe resaltar que existe un buen material informático en este censo nacional, a continuación, se mostrara información relevante para nuestro proyecto, extraído de la página principal del INEC

- Incremento de equipamiento de computadores portátiles en un 13.7 puntos en los hogares, mientras que las computadoras de escritorio obtuvieron un incremento del 0.3 puntos.

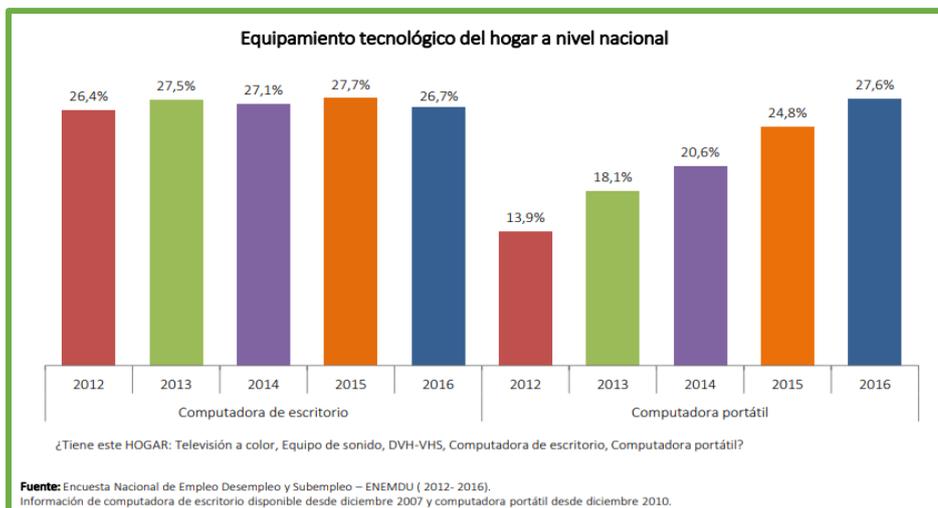


Ilustración 14 Incremento de computadores portátiles en Ecuador

Fuente: Ecuador en cifras

- Más de la mitad de la población ecuatoriana ha usado internet en los últimos meses, el área urbana ha utilizado el internet en un 63.8% y el

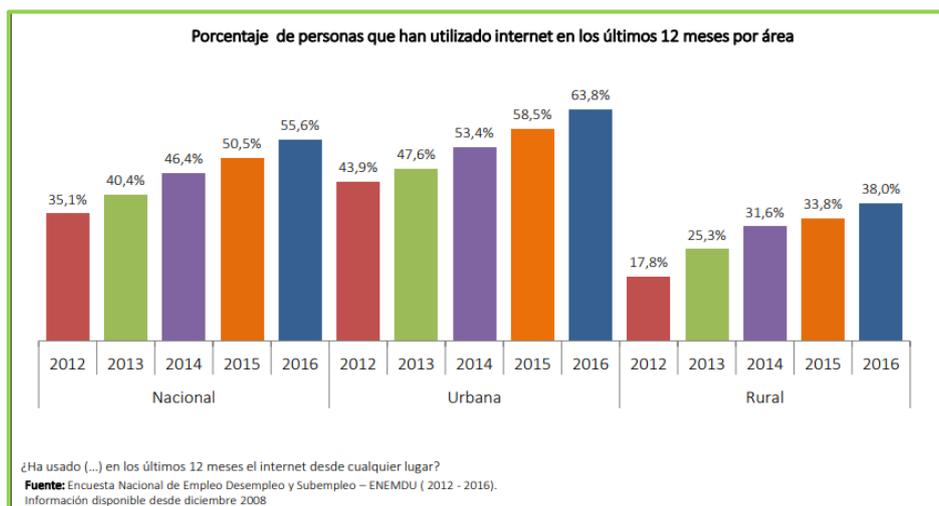


Ilustración 15 Porcentaje de personas que utilizan Internet

área rural un 38%

- **Fuente:** Ecuador en cifras

- El 54% de las personas en el sector urbano a nivel nacional, acceden a internet desde sus hogares, el 36.8% de personas en el sector rural acceden a internet a través de centros públicos.

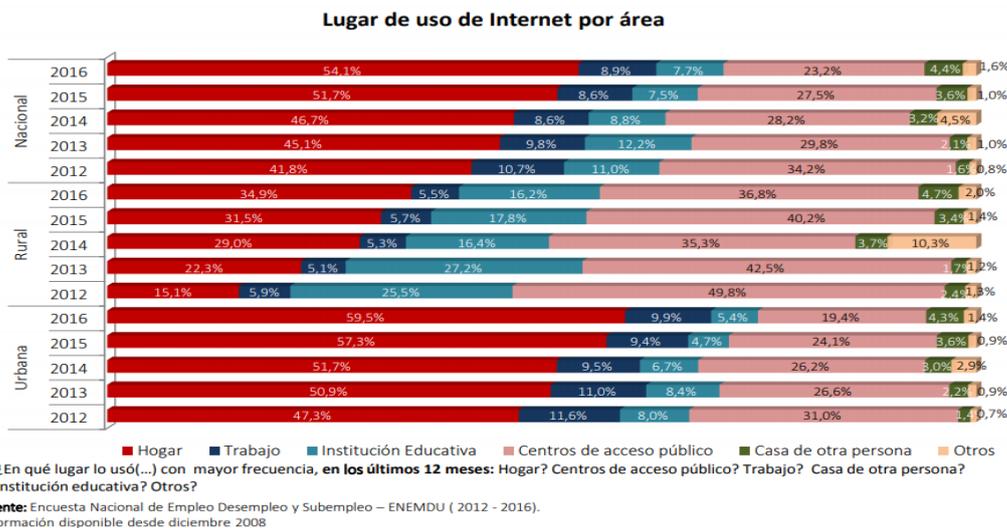


Ilustración 16 Lugar donde se usa Internet

Fuente: Ecuador en cifra

- A nivel nacional en la encuesta realizada en 2016 muestra que un 38%

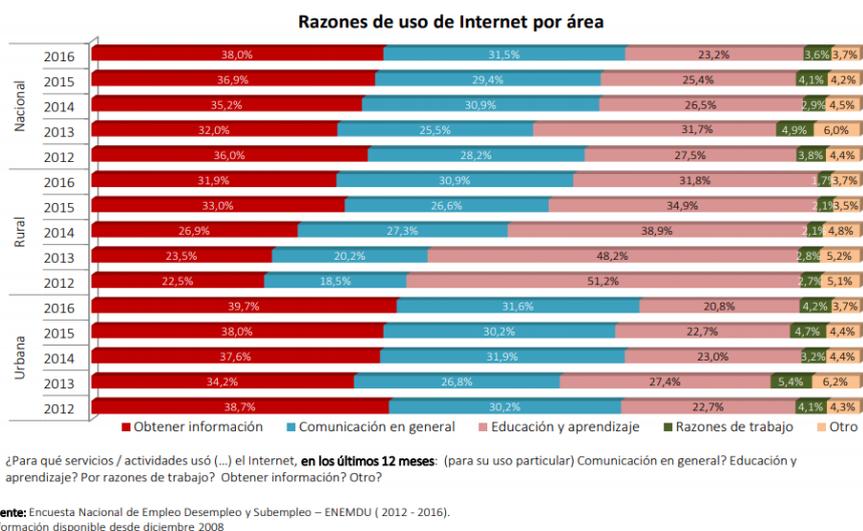


Ilustración 17 Razones por la que se usa Internet

de las personas usan internet como fuente de información.

Fuente; Ecuador en cifras

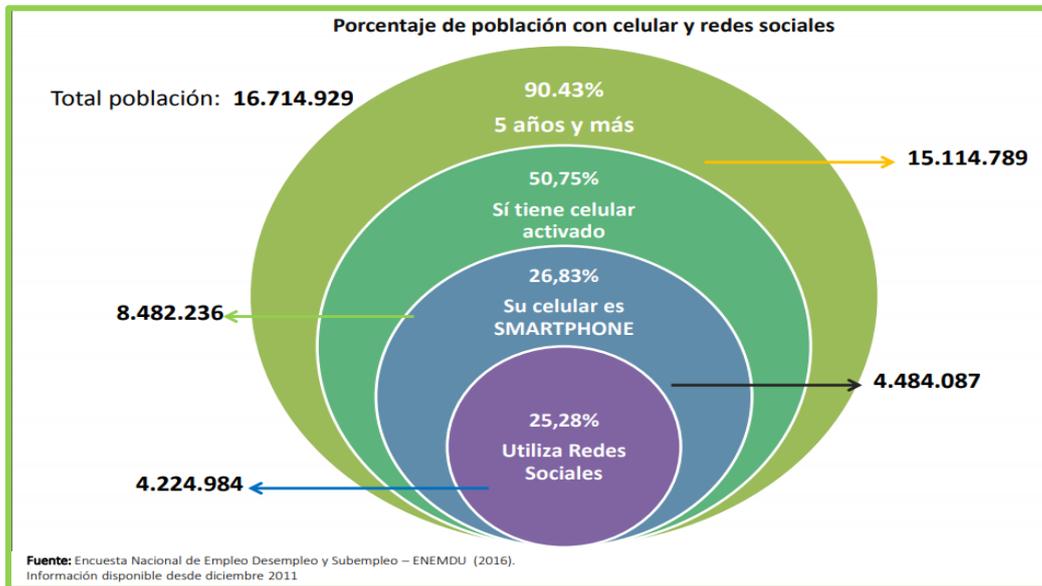


Ilustración 18 Porcentaje de personas que usan celulares y redes sociales

- Porcentaje del uso de redes sociales y Smartphone en Ecuador

Fuente: Ecuador en cifra

La información que me ha proporcionado el Inec me demuestra cómo el internet se ha ido posesionando en los hogares ecuatoriano., el uso que le dan al internet o el porcentaje de persona que usa redes sociales. ¹¹

¹¹ Estadísticas del censo ecuatoriano 2016 http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf

3.5. Técnicas e instrumentos de investigación.

3.5.1. Recolección de información

Los métodos que se utilizaron para la recolección de información fueron encuestas y una entrevista. La entrevista nos dará las pautas para conocer el problema a fondo, las causas por las que se suscita el problema. La encuesta nos permitirá conocer las opiniones que tienen las personas en torno al problema que se presenta en la página web de la empresa.

3.5.2. Técnica de encuesta

Según el diccionario de Marketing de Cultura¹² nos dice que la encuesta, es un método que recoge información cuantitativa a un grupo de personas que se conoce como muestra, en base a un cuestionario estructurado previamente realizado.

Para la recolección de información mediante la técnica de encuesta usaremos los formularios de Google, luego de ser respondida retornara a nosotros y se guardaran en una hoja de cálculo, la cual podremos exportar y abrir en Microsoft Excel y visualizar la información con mediante gráficos.

¹² Libro de Marketing de Cultura S.A. pág. 113, Edición 1999

CAPITULO IV

4. Propuesta

4.1. Análisis e interpretación de resultados.

4.1.1. Análisis de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

1.- ¿Qué tipo de dispositivo electrónico utiliza para acceder a internet?

Respuestas alternativas	Total encuestados	Total encuestados %
Computadores	12	31.6%
Tablet	8	21.0%
Smartphone	18	47.4%
Total	38	100%

Tabla 5 Resultados a la pregunta 1 de la encuesta

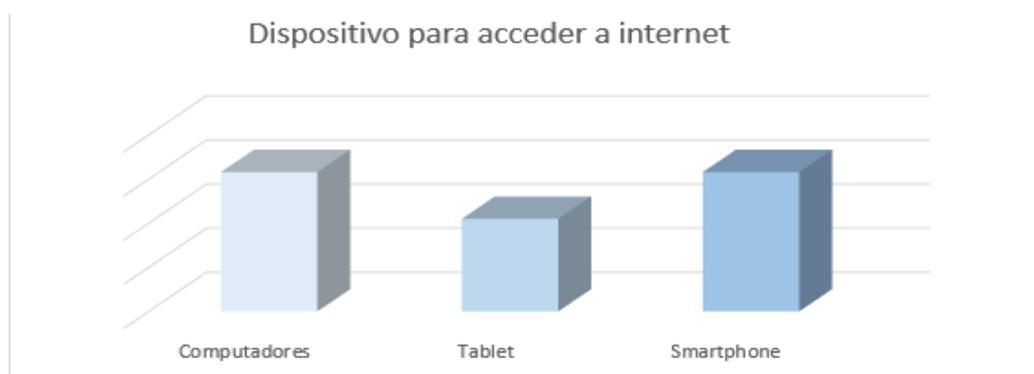


Ilustración 19 Estadística de la 1° pregunta de la encuesta

Autor: Betsy Adrián Cepeda

Análisis e interpretación:

El objetivo de esta pregunta era reconocer los dispositivos que las personas utilizan para acceder a internet. El resultado de esta pregunta me ha mostrado que son más las personas que pueden acceder cómodamente a sitios web siendo los Smartphone los preferidos para acceder a internet con un 47.4% y las Tablet un 21%

Conclusión

Cada vez es más fácil acceder a internet desde nuestros dispositivos móviles, sin la necesidad de estar conectado desde un computador. Es decir que se pueden incrementar las ventas del negocio si se realizan compras a través de los Smartphone

2.- ¿Alguna vez ha realizado una compra por internet?

Respuestas alternativas	Total encuestados	Total encuestas %
Si	32	84,2%
No	6	15.8%
Total	38	100%

Tabla 6 Resultados a la pregunta 2 de la encuesta

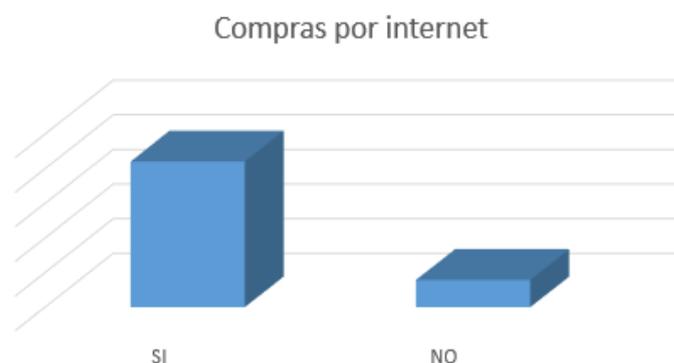


Ilustración 20 Estadística de la 2ª pregunta de la encuesta

Autor: Betsy Adrián Cepeda

Análisis e interpretación

Los datos reflejan que son más las personas que realizan sus compras por internet, demostrando que este tipo de comercio está en auge actualmente

Conclusión

El comercio electrónico está ganando más terreno en el mercado nacional, la comodidad que ofrece este tipo de comercio permite que sean muchas las personas las que opten por este servicio.

Respuestas alternativas	Total encuestados	Total encuestas %
Precios asequibles	15	39.5%
Calidad de producto	16	42.1%
Disponibilidad de producto	6	15.8%
Recomendación de un amigo	1	2.6%
Total	38	100%

3.- ¿Por qué ha decidido adquirir productos en nuestra tienda?

Tabla 7 Resultados a la pregunta 3 de la encuesta

Autor: Betsy Adrián Cepeda

Análisis e interpretación

La encuesta nos muestra que las personas buscan los servicios de la empresa por la calidad que sus productos, los precios asequibles, es por eso que en la actualidad se refleja un alza de clientes y por ende nuestros clientes pueden recomendarnos.

Conclusión

Comprar productos de la tienda

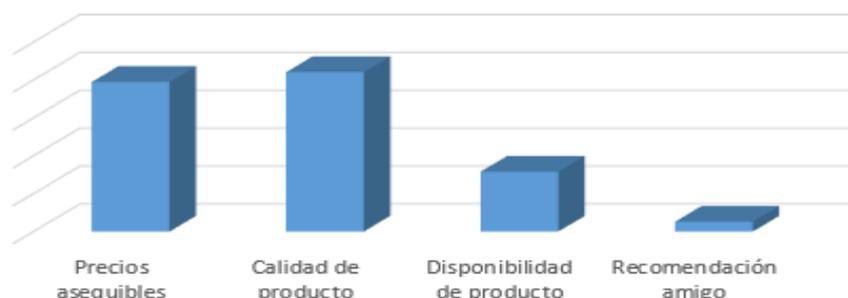


Ilustración 21 Estadística de la 3ª pregunta de la encuesta

La calidad y los precios de los productos influyen en la decisión de los clientes.

4.- ¿Volvería a comprar en nuestra tienda?

Respuestas alternativas	Total encuestados	Total encuestas %
Si	38	100%
No	0	0%
Total	38	100%

Tabla 8 Resultados a la pregunta 4 de la encuesta



Ilustración 22 Estadística de la 4ª pregunta de la encuesta

Autor: Betsy Adrián Cepeda

Análisis e interpretación

Las personas están satisfechas por el servicio y la asesoría que se ofrecen en la empresa.

5.- ¿Le gustaría que nuestra página web actualice constantemente el catálogo de productos?

Respuestas alternativas	Total encuestados	Total encuestas %
Si	38	100%
No	0	0%
Total	38	100%

Tabla 9 Resultados a la pregunta 5 de la encuesta

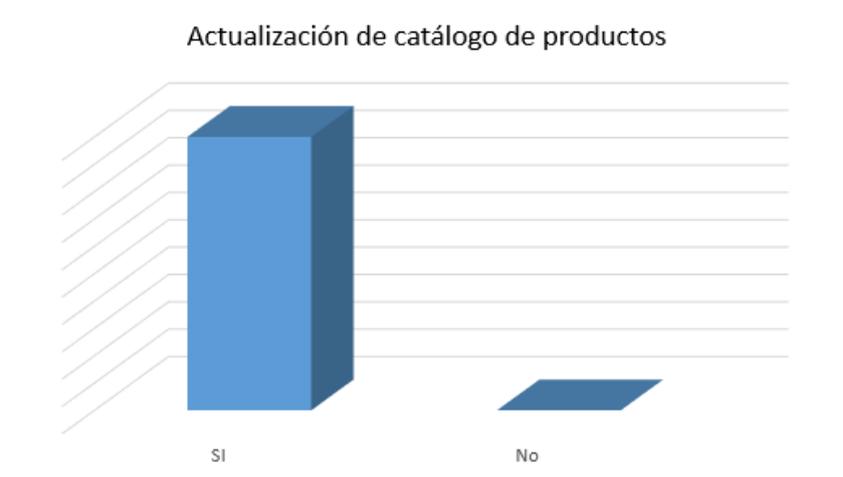


Ilustración 23 Estadística de la 5ª pregunta de la encuesta

Autor: Betsy Adrián Cepeda

Análisis e interpretación

La encuesta refleja que las personas están de acuerdo con que la empresa actualice constantemente los precios, productos, servicios que se ofrecen.

Conclusión

Si se actualiza los datos del catálogo, los clientes se sentirían satisfechos, por tener información de primera mano, permitiéndoles consumir los productos teniendo en cuenta los verdaderos precios o productos que se encuentren. A su vez esto es beneficiosos ya que podría traer consigo resultados positivos.

6.- ¿Le gustaría que nuestra página web cuente con asesoría de compra en línea?

Respuestas alternativas	Total encuestados	Total encuestas %
Si	33	86.8%
No	5	13.2%
Total	38	100%

Tabla 10 Resultados a la pregunta 6 de la encuesta

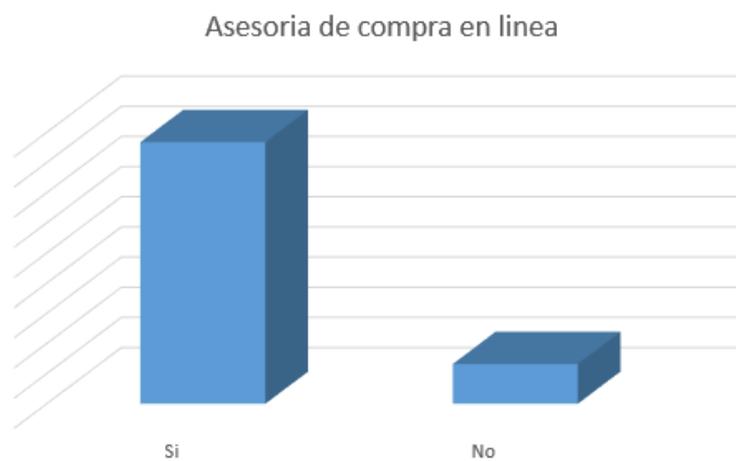


Ilustración 24 Estadística de la 6ª pregunta de la encuesta

Autor: Betsy Adrián Cepeda

Análisis e interpretación

Los resultados nos muestran, que una gran parte de los encuestados, desean que la página web cuente con asesoría en línea para realizar sus compras o aclarar sus dudas, un pequeño porcentaje no está de acuerdo con estas medidas.

Conclusión

Si se toma en cuenta el criterio positivo de dar asesoría en línea para realizar compras esto permitirá que los procesos de compras sean más ágiles

7.- ¿Usted desea que le llegues notificaciones a su e-mail cuando realice una compra?

Respuestas alternativas	Total encuestados	Total encuestas %
Si	35	92.1%
No	3	7.9%
Total	38	100%

Tabla 11 Resultados a la pregunta 7 de la encuesta



Ilustración 25 Estadística de la 7ª pregunta de la encuesta

Autor: Betsy Adrián Cepeda

Análisis e interpretación

La mayoría de las personas están de acuerdo con que sean notificados cuando se realicen sus compras

Conclusión

Esto permitirá que las compras sean controladas en ambas partes, por un lado, los clientes poseen las notificaciones en caso de que la compra quede en el olvido y por otro el vendedor corrobora que todo esté en orden.

8.- ¿Cuál es el método de pago usted utiliza cuando realiza una compra por internet?

Respuestas alternativas	Total encuestados	Total encuestas %
Tarjeta de crédito	18	47.4%
Depósito bancario	20	52.6%
Total	38	100%

Tabla 12 Resultados a la pregunta 8 de la encuesta

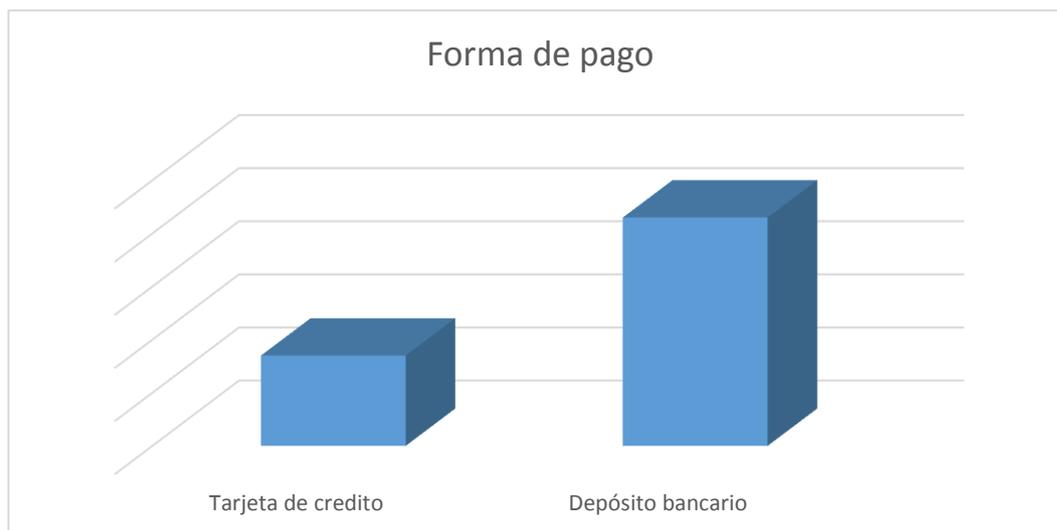


Ilustración 26 Estadística de la 8ª pregunta de la encuesta

Autor: Betsy Adrián Cepeda

Análisis e interpretación

Los resultados reflejan que las personas sienten seguridad por realizar depósitos cuando realizan una compra, aunque no fuera tan pequeña la diferencia otras personas piensan que pagar mediante tarjeta de crédito es más fácil

9.- ¿Qué método de entrega le gustaría que nuestra tienda brinde?

Respuestas alternativas	Total encuestados	Total encuestas %
Courier	5	13.1%
Personal de la local	21	55.3%
Retirar el producto en la tienda	12	31.6%
Total	38	100%

Tabla 13 Resultados a la pregunta 9 de la encuesta

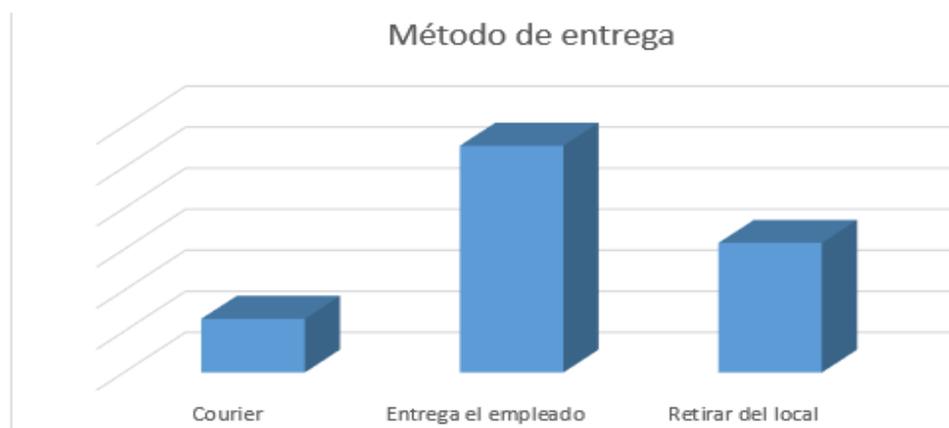


Ilustración 27 Estadística de la 9ª pregunta de la encuesta

Autor: Betsy Adrián Cepeda

Análisis e interpretación

Las personas creen que es más confiable que sus pedidos sean llevados por personal encargado, les transmite confianza y seguridad mientras otra porción cree que es más confiable retirar su pedido personalmente en el local y unos pocos creen que es más sencillo si se realice Courier.

4.2. Plan de mejoras

4.2.1. Tema

Propuesta de mejoras al sitio web de la empresa Store Bene Sky.

4.2.2. Fundamentación

Una vez planteado el problema que presenta la empresa Store Bene Sky que consiste en la falta de mejoras que presenta la página actual, se propone la creación mejoras que se ajusten al pedido que posee la empresa para incrementar sus ventas. Este sitio web facilitará la presentación de productos a las personas interesadas; además permitirá dar un mejor servicio a los clientes ya existentes. De esta forma ayudará al crecimiento de la empresa tanto a corto, mediano y largo plazo, también contribuirá al mejoramiento de la atención al usuario por parte de la misma.

4.2.3. Justificación

Es muy importante mejorar la página web de la empresa; ya que de seguir como esta no podrá competir en igualdad de condiciones con otras empresas que se dedican a la misma actividad y que cuentan con más trayecto en el mercado y con excelentes páginas web para promocionar sus servicios; y esto provocara el declive económico de la empresa hasta llegar al punto de desaparecer con el tiempo. Es por eso que las mejoras que se realizaran en la página web le ayudará a dar un gran paso en el mercado ecuatoriano y entre las empresas que se dedican a la venta de productos asiáticos además de al tratarse de una página web le permitirá a la empresa darse a conocer no solo a nivel local; sino a nivel nacional.

4.2.4. Beneficios

Una vez que sea implementado el proyecto de mejoras de la página web para la empresa Store Bene Sky obtendremos varios beneficios; como la correcta presentación de los servicios de la empresa además tendremos la facilidad de realizar un buen marketing digital gracias a la página desarrollada. Otro beneficio sería una adecuada comunicación entre la empresa y sus clientes mediante las promociones que se pueden mostrar en la página como en sus redes sociales. También hay que destacar la proyección nacional que obtendrá la empresa por el hecho de poder acceder a la página. El desarrollo del proyecto también significará un ahorro económico significativo para la empresa debido al bajo coste del mismo. Cabe destacar que los usuarios también se verán beneficiados debido a la facilidad de uso de la página web al desarrollar las mejoras del sitio de una manera responsiva para los distintos tipos de dispositivos que usen los usuarios. Finalmente se puede mencionar brevemente que al utilizar tecnologías de información para el proyecto contribuirá al cuidado del medio ambiente al no utilizar publicidad como las conocidas hojas volantes que en ocasiones se utilizan para el mismo objetivo del proyecto; pero que son dañinas para el ecosistema.

4.3. Problema causa y efecto

4.3.1. Nivel organizacional

Causa	Efecto
Falta de administración de contenido en la página web	<ul style="list-style-type: none">• Pérdida de credibilidad, clientes insatisfechos.• Continuos reclamos por olvido de perdidos que se realizan• Falta de actualización de servicios, precios y productos.• Existe poca comunicación entre el vendedor y el cliente• Los productos se muestran en desorden, no hay categorías de productos• Niveles de venta bajo.

Diagrama 1 Causa y efecto a nivel organizacional

Elaborado por: Adrian Cepeda Betsy

4.3.2. Nivel tecnológico

Causa	Efecto
Tecnologías	<ul style="list-style-type: none">• Falta de equipos informáticos modernos• Falta de mejoras en la página web

Diagrama 2 Causa y efecto a nivel tecnológico

Elaborado por: Adrian Cepeda Betsy

4.4. Solución propuesta

4.4.1. Nivel organizacional

Causa	Efecto
Administrador de contenido en la página web	<ul style="list-style-type: none">• Confianza. Clientes satisfechos.• Control y notificación cuando el cliente realice una compra.• Actualización continuo de servicios, precios y productos.• Mejor comunicación entre el vendedor y el cliente• Los productos se mostrarán en categoría.• Se adoptarán estrategias de marketing para que ventas se eleven.

Diagrama 3 Solución propuesta a nivel organizacional

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.4.2. Nivel tecnológico

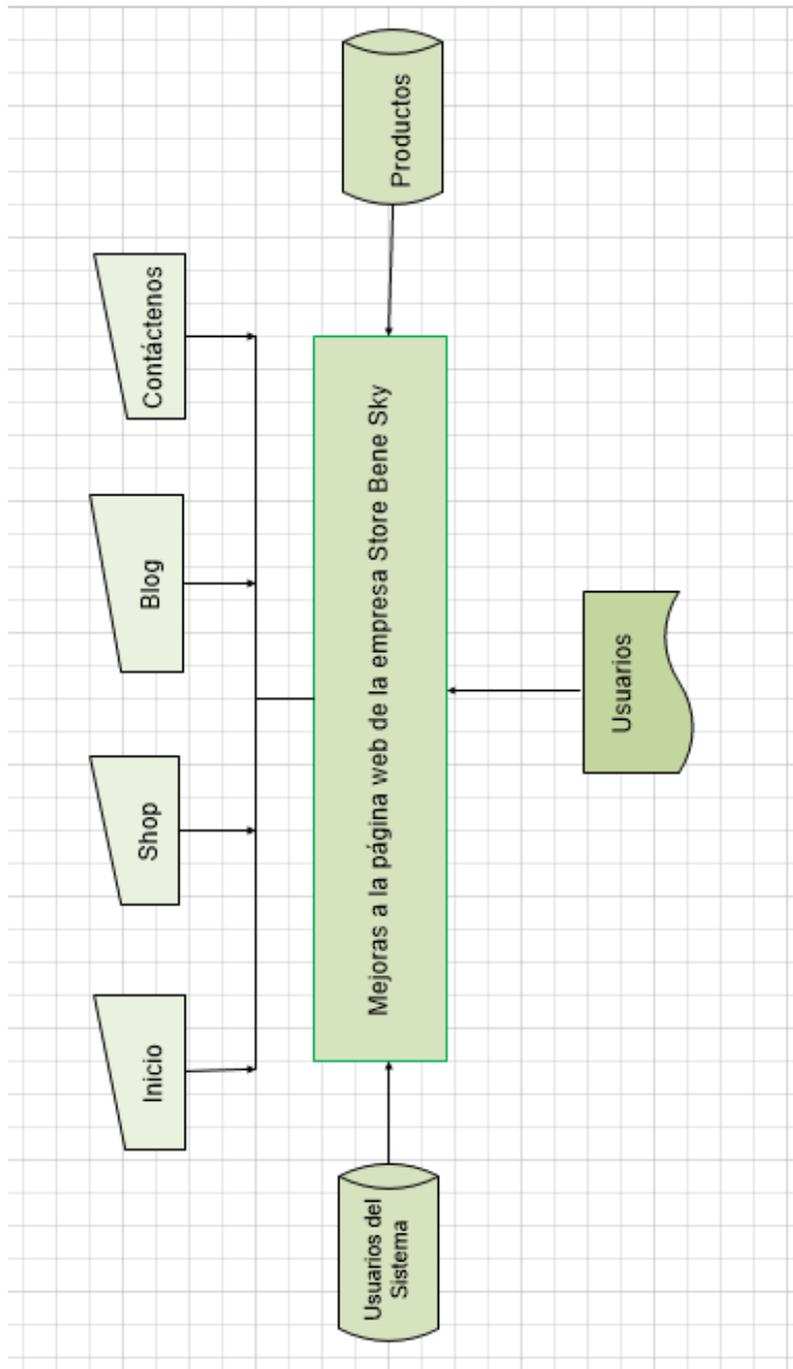
Causa	Efecto
Tecnologías	<ul style="list-style-type: none">• Mejora en los equipos informáticos.• Capacitación a los empleados en el manejo de la página web.• Mejorar la página web.

Diagrama 4 Solución propuesta a nivel tecnológico

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.5. Diseño de Propuesta

4.5.1. Diseño del sistema



4.5.2. Diagrama jerárquico de la tienda online

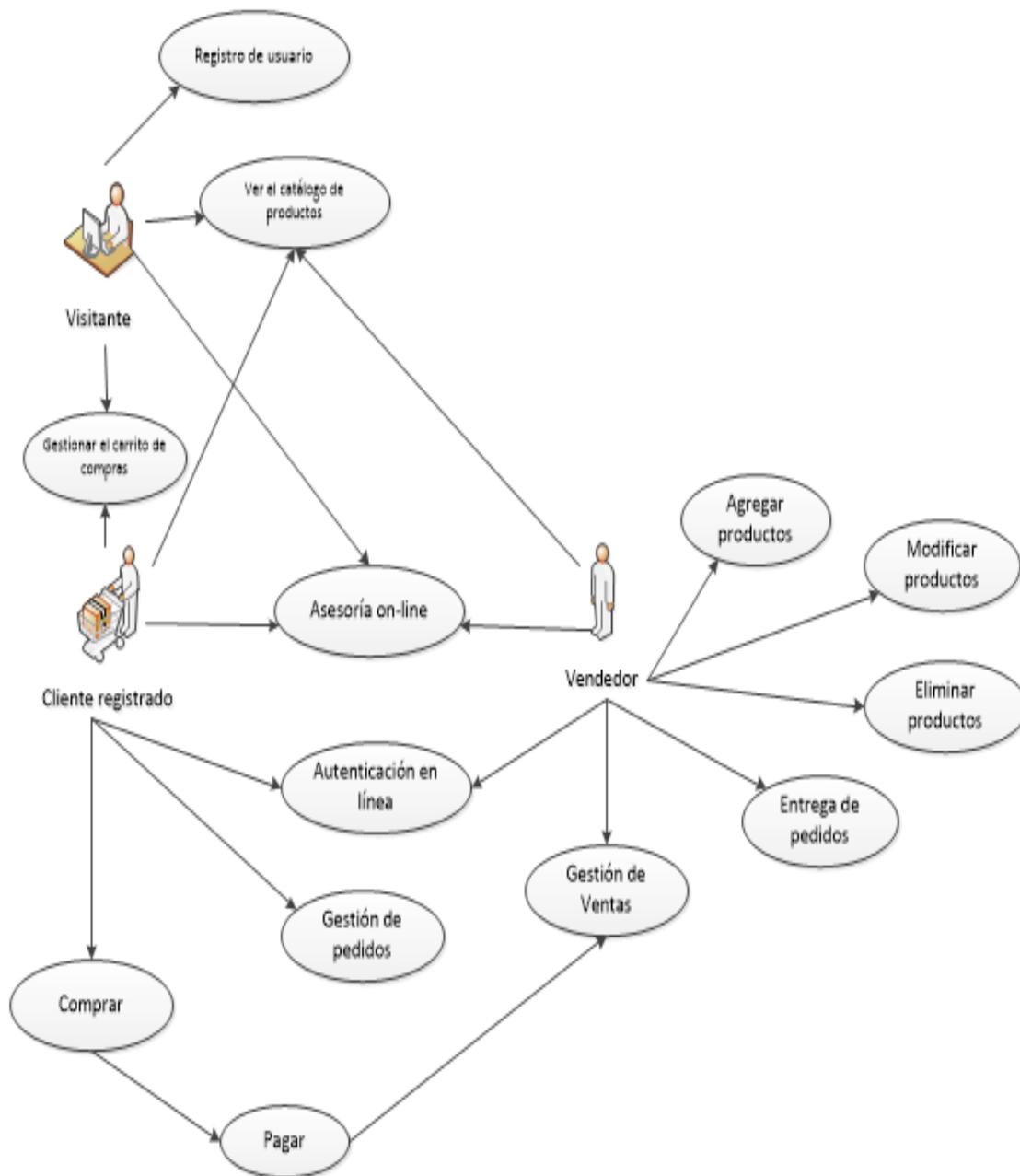


Diagrama 5 Jerarquía de la tienda online

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.5.3. Diagrama IPO de la página web

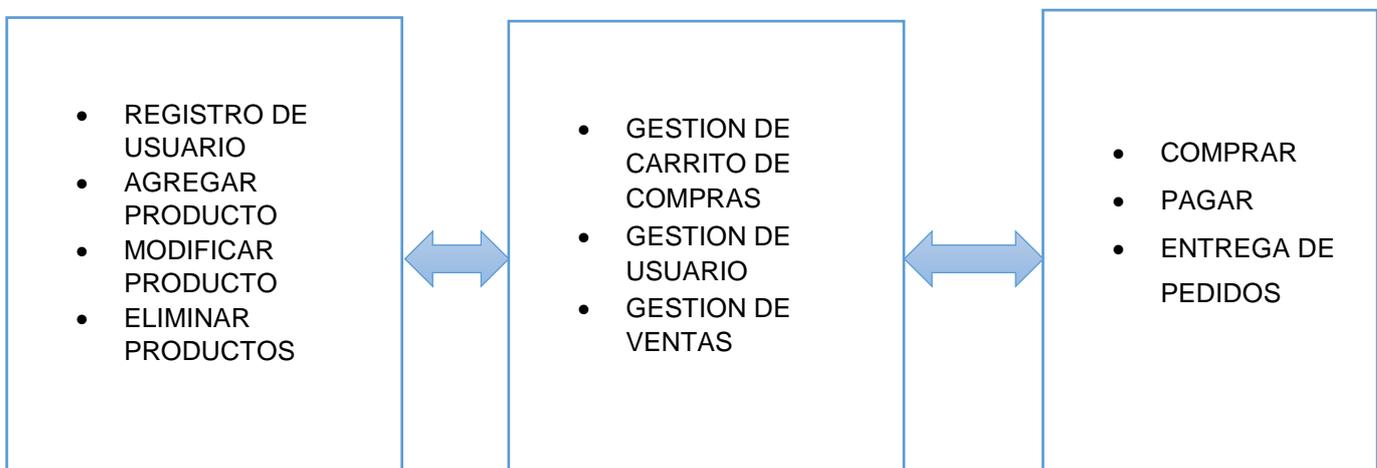


Diagrama 6 Diagrama IPO de la tienda online

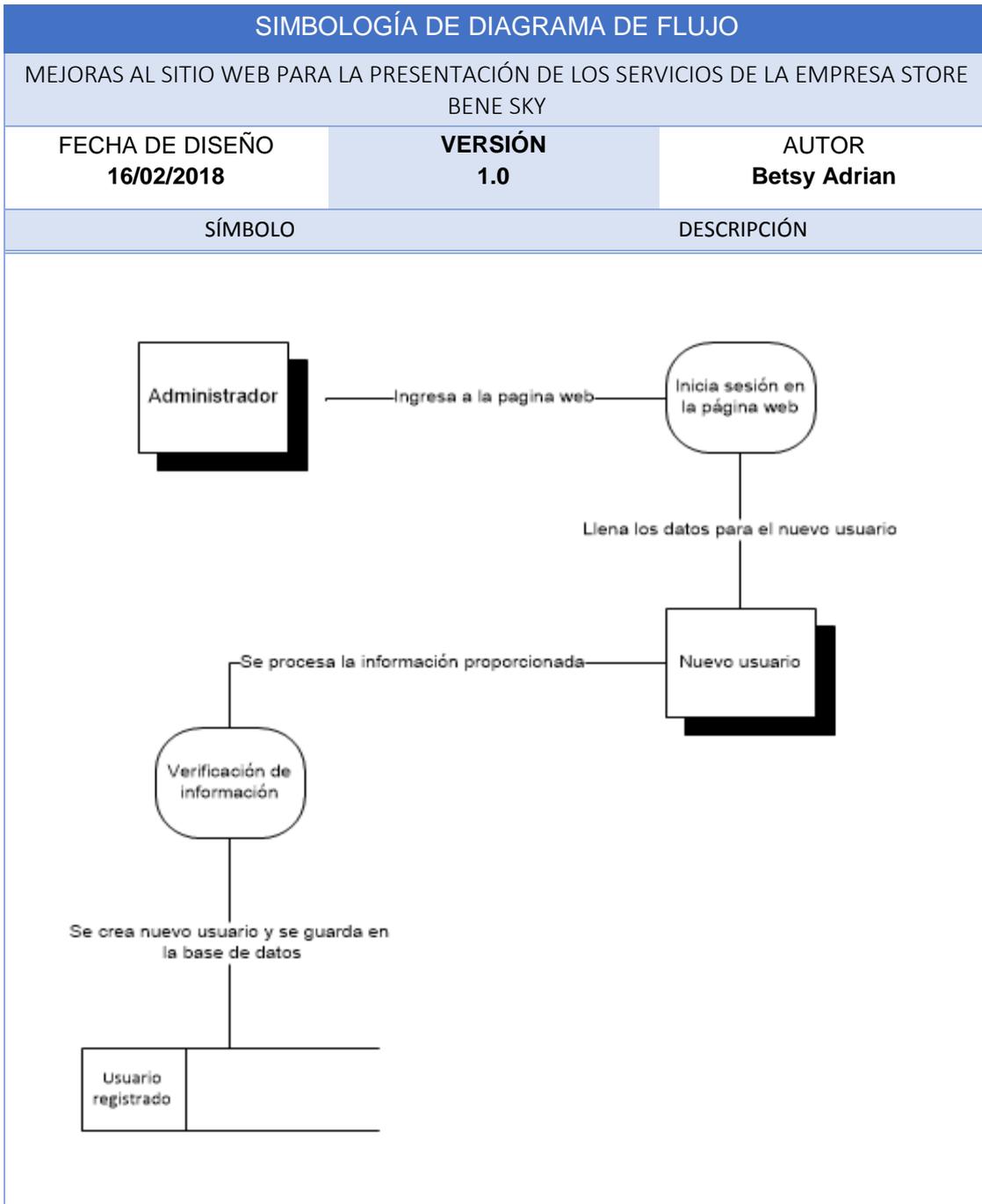
Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.5.4. Diagrama de flujo de datos. Simbología-

SIMBOLOGÍA DE DIAGRAMA DE FLUJO		
MEJORAS AL SITIO WEB PARA LA PRESENTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA STORE BENE SKY		
FECHA DE DISEÑO 16/02/2018	VERSIÓN 1.0	AUTOR Betsy Adrian
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	
	Entidad Ejemplo: Administrador	
	Proceso Ejemplo: Crea registro del Administrador	
	Almacén de datos Ejemplo: Archivo maestro del Administrador	
	Flujo de Datos Ejemplo: Nueva información del Administrador	

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.5.4.1. Diagrama de flujo de datos- Registro de usuario



Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.5.5. Plan de código externo

4.5.5.1. Base de datos de la página web.

Base de datos	Descripción
bd-tiendasbs	Tienda virtual Store Bene Sky

Tabla 14 Nombre de la Base de Datos

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

Tablas

Identificador	Descripción
sbs-empleado	Tabla de empleado
sbs-producto	Tabla de productos
sbs-stock	Tabla de productos en stock
sbs-pedido	Tabla de pedidos
sbs-detallarpedido	Tabla que detalla el pedido
sbs-carrito	Tabla del carrito de compras
sbs-cliente	Tabla cliente

Tabla 15 Nombre de tablas de Base de Datos

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

Diccionario de código Id Módulo

Indicador de Módulo	Descripción
Sbs	Store Bene Sky

Tabla 16 Campos de tablas de la Base de datos

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.5.5.2. Descripción de tablas de la Base de Datos

TABLA EMPLEADO

Identificador de módulo	Nombre de tabla	Nombre de campo
SBS	sbs-empleado	sbs-id
SBS		sbs-nombre
SBS		sbs-apellido
SBS		sbs –usuario
SBS		sbs –contraseña

Tabla 17 Descripción de tabla Empleado

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

TABLA PRODUCTO

Identificador de módulo	Nombre de tabla	Nombre de campo
SBS	sbs-producto	sbs-id
SBS		sbs-nombre
SBS		sbs-categoría
SBS		sbs –imagen
SBS		sbs –descripción
SBS		sbs –precio

Tabla 18 Descripción de tabla Producto

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

TABLA STOCK

Identificador de módulo	Nombre de tabla	Nombre de campo
SBS	sbs-stock	sbs-código
SBS		sbs-descripción
SBS		sbs-precio
SBS		sbs –imagen
SBS		sbs –categoría

Tabla 19 Descripción de tabla Stock

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

TABLA PEDIDO

Identificador de módulo	Nombre de tabla	Nombre de campo
SBS	sbs-pedido	sbs-pedido
SBS		sbs-cliente
SBS		sbs-empleado
SBS		sbs-fecha

Tabla 20 Descripción de tabla Pedido

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

TABLA DETALLAR PEDIDO

Identificador de módulo	Nombre de tabla	Nombre de campo
SBS	sbs-detallarpedido	sbs-pedido
SBS		sbs-pro
SBS		sbs –cantidad

Tabla 21 Descripción de tabla Detalle Pedido

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

TABLA CARRITO

Identificador de módulo	Nombre de tabla	Nombre de campo
SBS	sbs-carrito	sbs-código
SBS		sbs-cantidad

Tabla 22 Descripción de tabla Carrito

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

TABLA CLIENTE

Identificador de módulo	Nombre de tabla	Nombre de campo
SBS	sbs-cliente	sbs-id
SBS		sbs-nombre
SBS		sbs-apellido
SBS		sbs –usuario
SBS		sbs –contraseña
SBS		sbs –email

Tabla 23 Descripción de tabla Cliente

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.5.6. Diccionario de datos Base de Datos bd-tiendasbs

Página web de la Empresa Store Bene Sky						Página 1/6
Archivo: sbs-empleado		Base de Datos: bd-tiendasbs		Fecha de Diseño: 17/02/2018		
Para: Store Bene Sky			Autor: Betsy Adrian			
Descripción: Tabla que contiene los datos de los empleados de la empresa						
#	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATO		OBSERVACIÓN
1	sbs-idemp	Código empleado	PK	int	11	Obligatorio
2	sbs-nombre	Nombre del empleado	E	VC	50	Obligatorio
3	sbs-apellido	Apellido del empleado	E	VC	50	Obligatorio
4	sbs-usuario	Nombre de usuario	E	VC	10	Obligatorio
5	sbs-contraseña	Contraseña de usuario	E	VC	30	Obligatorio
Tipo: Clave Primaria: PK Clave Foránea: FK Elemento de Dato: E			Formato General: Entero: int Char: C VarChar: VC Date: D NVarChar: NVC NChar: NC			

Tabla 24 Diccionario de Datos - Tabla Empleado

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

Archivo: sbs-producto		Base de Datos: bd-tiendasbs		Fecha de Diseño: 17/02/2018		
Para: Store Bene Sky			Autor: Betsy Adrian			
Descripción: Tabla que contiene los datos de productos que ofrece la empresa						
#	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATO		OBSERVACIÓN
1	sbs-idprod	Código producto	PK	int	11	Obligatorio
2	sbs-nombre	Nombre del producto	E	VC	50	Obligatorio
3	sbs-categoría	Categoría del producto	E	VC	50	Obligatorio
4	sbs-imagen	Imagen del producto	E	VC	50	Obligatorio
5	sbs-descripción	Descripción del producto	E	VC	50	Obligatorio
6	sbs-precio	Precio del producto	E	dbl	8.2	Obligatorio
Tipo: Clave Primaria: PK Clave Foránea: FK Elemento de Dato: E			Formato General: Entero: int Char: C VarChar: VC Date: D NVarChar: NVC NChar: NC			

Tabla 25 Diccionario de Datos - Tabla Productos

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

Archivo: sbs-stock		Base de Datos: bd-tiendasbs		Fecha de Diseño: 17/02/2018		
Para: Store Bene Sky			Autor: Betsy Adrian			
Descripción: Tabla que contiene los datos de productos en stock que ofrece la empresa						
#	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATO		OBSERVACIÓN
1	sbs-cod	Código stock	PK	int	11	Obligatorio
2	sbs-descripción	Descripción del producto stock	E	VC	50	Obligatorio
3	sbs-precio	Precio del producto stock	E	dbl	8.2	Obligatorio
4	sbs-imagen	Imagen del producto stock	E	VC	50	Obligatorio
5	sbs-categoría	Categoría del producto stock	E	VC	50	Obligatorio
Tipo: Clave Primaria: PK Clave Foránea: FK Elemento de Dato: E			Formato General: Entero: int Char: C VarChar: VC Date: D NVarChar: NVC NChar: NC			

Tabla 26 Diccionario de Datos - Tabla Stock

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

Archivo: sbs-pedido		Base de Datos: bd-tiendasbs		Fecha de Diseño: 17/02/2018		
Para: Store Bene Sky			Autor: Betsy Adrian			
Descripción: Tabla que contiene los datos de los pedidos que se realizan a la empresa						
#	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATO		OBSERVACIÓN
1	sbs-idpedido	Código pedido	PK	int	11	Obligatorio
2	sbs-cliente	Nombre del cliente	FK	VC	50	Obligatorio
3	sbs-fecha	Fecha del pedido	E	D	6	Obligatorio
Tipo: Clave Primaria: PK Clave Foránea: FK Elemento de Dato: E			Formato General: Entero: int Char: C VarChar: VC Date: D NVarChar: NVC NChar: NC			

Tabla 27 Diccionario de Datos - Tabla Pedido

Elaborado por: Adrián Cepeda Bet

Archivo: sbs-carrito		Base de Datos: bd-tiendasbs		Fecha de Diseño: 17/02/2018		
Para: Store Bene Sky			Autor: Betsy Adrian			
Descripción: Tabla que contiene los datos del carrito de comprar de la empresa						
#	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATO		OBSERVACIÓN
1	sbs-codprod	Código producto	FK	int	11	Obligatorio
2	Sbs-cantidad	Cantidad de productos	E	VC	50	Obligatorio
Tipo: Clave Primaria: PK Clave Foránea: FK Elemento de Dato: E			Formato General: Entero: int Char: C VarChar: VC Date: D NVarChar: NVC NChar: NC			

Tabla 28 Diccionario de Datos - Tabla Carrito

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

Archivo: sbs-cliente		Base de Datos: bd-tiendasbs		Fecha de Diseño: 17/02/2018		
Para: Store Bene Sky			Autor: Betsy Adrian			
Descripción: Tabla que contiene los datos de los clientes que pertenecen a la empresa						
#	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATO		OBSERVACIÓN
1	sbs-idcl	Código cliente	PK	int	11	Obligatorio
2	sbs-nombre	Nombre del cliente	E	VC	50	Obligatorio
3	sbs-apellido	Apellido del cliente	E	VC	50	Obligatorio
4	sbs-usuario	Nombre usuario	E	VC	50	Obligatorio
5	sbs-contraseña	Contraseña cliente	E	VC	50	Obligatorio
6	sbs-email	Email del cliente	E	VC	50	Obligatorio
Tipo: Clave Primaria: PK Clave Foránea: FK Elemento de Dato: E			Formato General: Entero: int Char: C VarChar: VC Date: D NVarChar: NVC NChar: NC			

Tabla 29 Diccionario de Datos - Tabla Cliente

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.5.7. Modelo de entidad relación de las mejoras a la página web

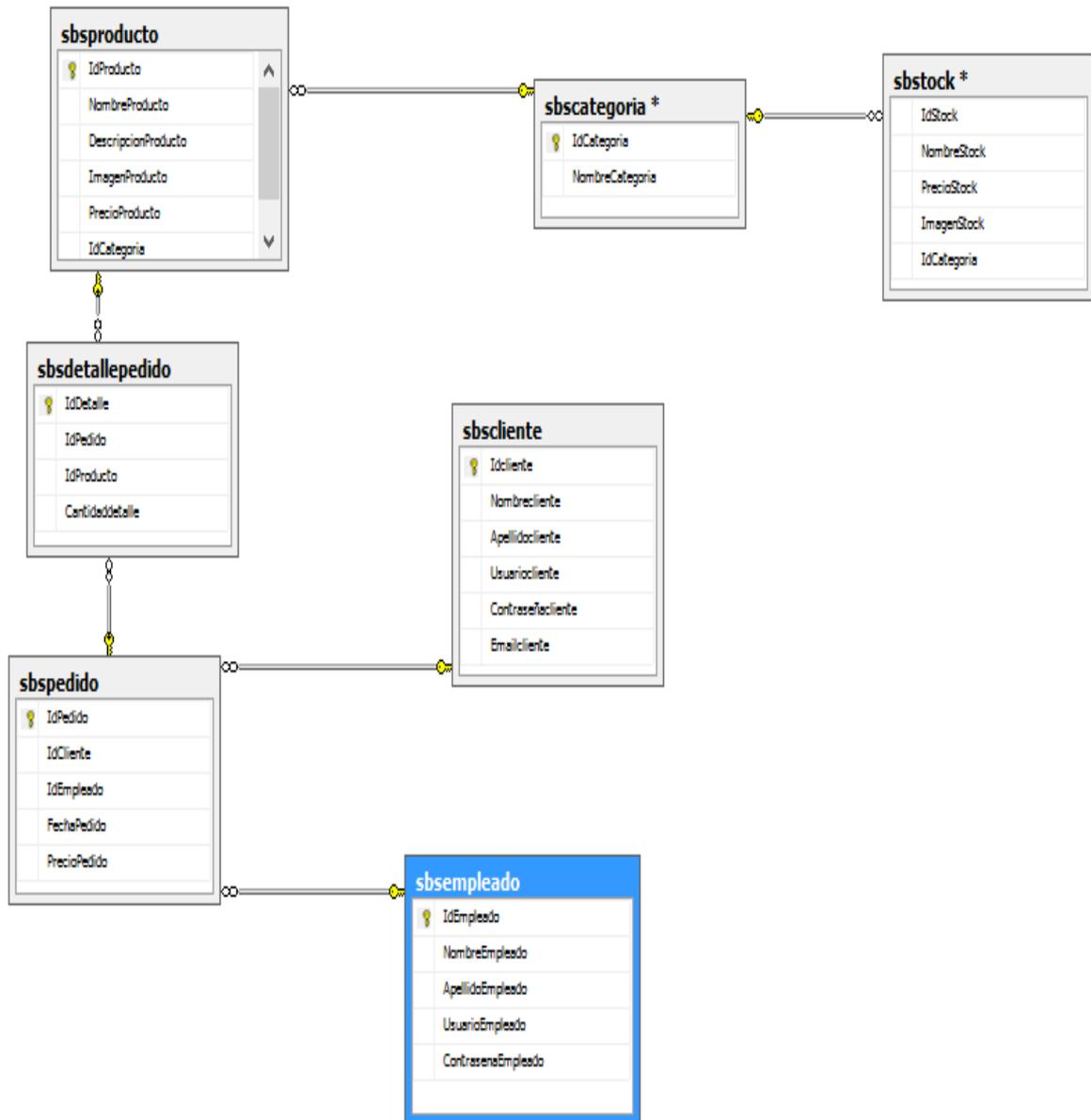


Diagrama 7 Entidad Relación de la página web

4.5.8. Estandarización de formatos

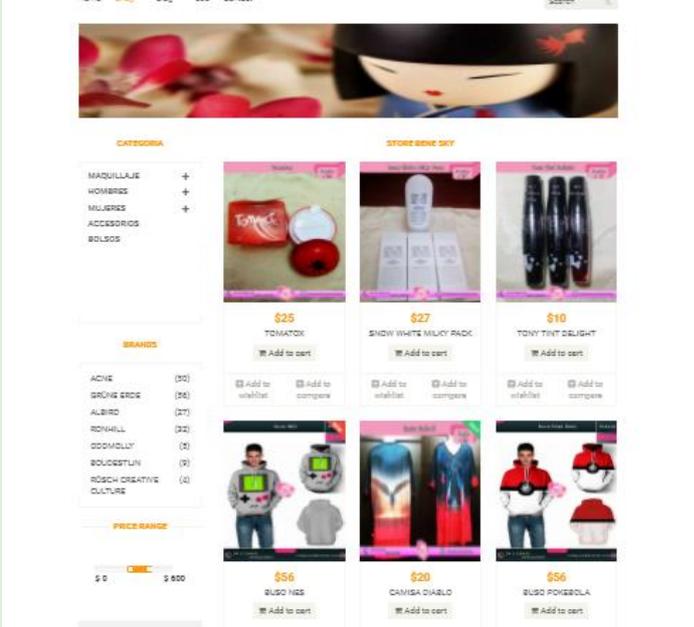
ESTANDARIZACIÓN DE PANTALLAS				
Mejorar al sitio web de la Empresa Store Bene Sky			EMPRESA: STORE BENE SKY	
FECHA DE DISEÑO: 18/02/2018	FECHA DE CREACIÓN: 15/01/2018	FECHA DE ÚLTIMA MODIFICACIÓN 18/02/2018	VERSIÓN 1.0	AUTOR: Betsy Adrian
NOMBRE DE LA PÁGINA: Index.php		DESCRIPCIÓN: Menú principal de la página web		
PANTALLA PRINCIPAL				
				
Ítem	Componente		Acción	
1.- Inicio	Link		Muestra la página principal	
2.- Shop	Link		Productos que ofrece la empresa	
3.- Blog	Link		Información de la empresa	
4.- Contáctenos	Link		Muestra información de contacto	

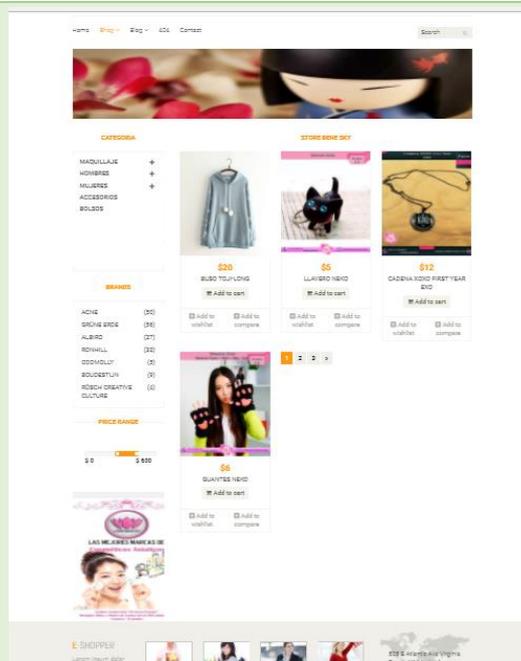
Ilustración 28 Pantalla principal de la página web

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

ESTANDARIZACIÓN DE PANTALLAS

Mejoras al sitio web de la Empresa Store Bene Sky				EMPRESA: STORE BENE SKY	
FECHA DE DISEÑO: 18/02/2018	FECHA DE CREACIÓN: 15/01/2018	FECHA DE ÚLTIMA MODIFICACIÓN 18/02/2018	VERSIÓN 1.0	AUTOR: Betsy Adrian	
NOMBRE DE LA PÁGINA: Shop.html			DESCRIPCIÓN: Página donde se muestran los productos de la empresa		

PÁGINA SHOP



Ítem	Componente	Acción
1.- Inicio	Link	Muestra la página principal
2.- Shop	Link	Productos que ofrece la empresa
3.- Blog	Link	Información de la empresa
4.- Contáctenos	Link	Muestra información de contacto

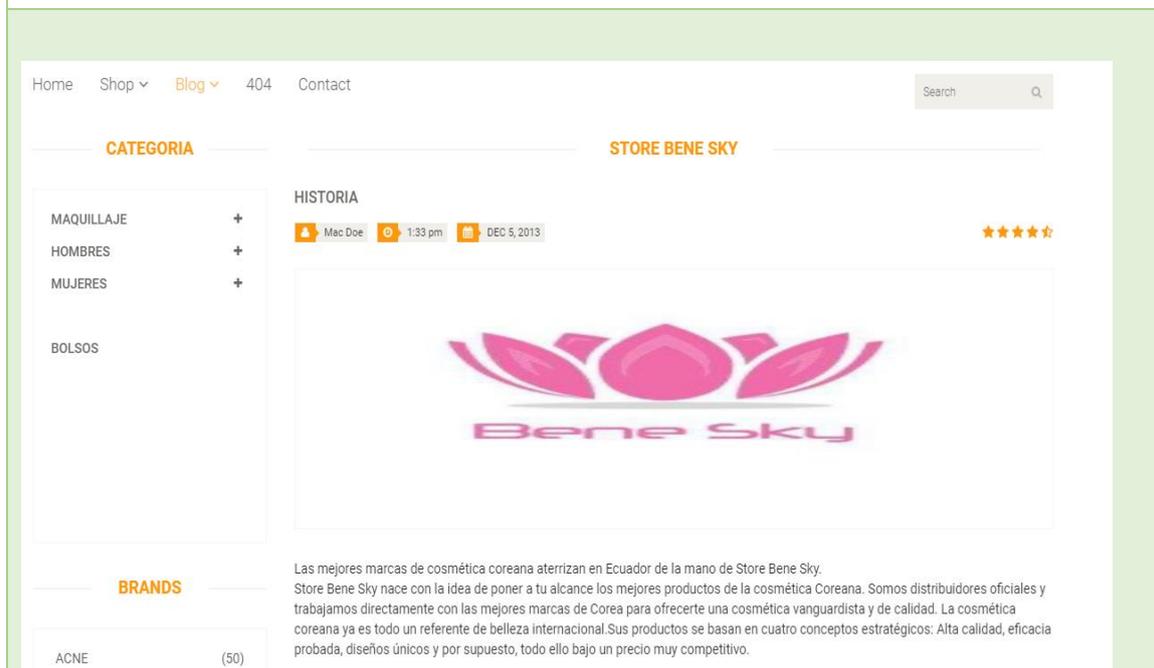
Ilustración 29 Pantalla SHOP de la página web

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

ESTANDARIZACIÓN DE PANTALLAS

Mejorar al sitio web de la Empresa Store Bene Sky			EMPRESA: STORE BENE SKY	
FECHA DE DISEÑO: 18/02/2018	FECHA DE CREACIÓN: 15/01/2018	FECHA DE ÚLTIMA MODIFICACIÓN 18/02/2018	VERSIÓN 1.0	AUTOR: Betsy Adrian
NOMBRE DE LA PÁGINA: Blog.html			DESCRIPCIÓN: Página que muestra la información de la empresa,	

PÁGINA BLOG



Ítem	Componente	Acción
1.- Inicio	Link	Muestra la página principal
2.- Shop	Link	Productos que ofrece la empresa
3.- Blog	Link	Información de la empresa
4.- Contáctenos	Link	Muestra información de contacto

Ilustración 30 Pantalla Blog de la página web

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

ESTANDARIZACIÓN DE PANTALLAS

Mejorar al sitio web de la Empresa Store Bene Sky			EMPRESA: STORE BENE SKY	
FECHA DE DISEÑO: 18/02/2018	FECHA DE CREACIÓN: 15/01/2018	FECHA DE ÚLTIMA MODIFICACIÓN 18/02/2018	VERSIÓN 1.0	AUTOR: Betsy Adrian
NOMBRE DE LA PÁGINA: Contactenos.html			DESCRIPCIÓN: Página que muestra datos para contactarse con la empresa.	

PÁGINA CE CONTACTOS

GET IN TOUCH

Your Message Here

CONTACTENOS

STORE BENE SKY
Pedro Carbo entre 10 de Agosto y Sucre,
frente a Biblioteca Municipal
Guayaquil - Ecuador
Mobile: 0996460902

REDES SOCIALES

Ítem	Componente	Acción
1.- Inicio	Link	Muestra la página principal
2.- Shop	Link	Productos que ofrece la empresa
3.- Blog	Link	Información de la empresa
4.- Contáctenos	Link	Muestra información de contacto

Ilustración 31 Pantalla Contactos de la página web

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

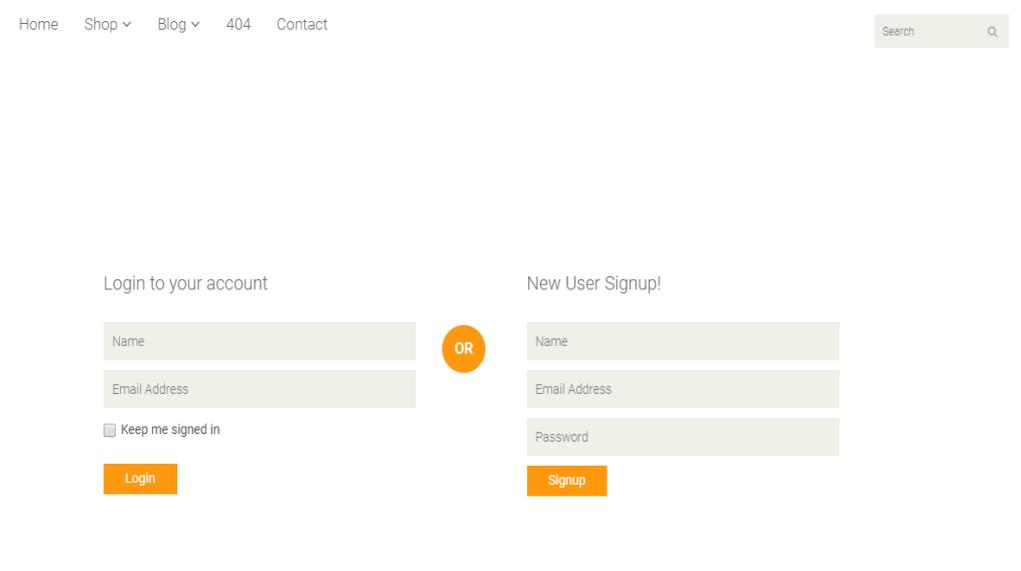
ESTANDARIZACIÓN DE PANTALLAS				
Mejorar al sitio web de la Empresa Store Bene Sky			EMPRESA: STORE BENE SKY	
FECHA DE DISEÑO: 18/02/2018	FECHA DE CREACIÓN: 15/01/2018	FECHA DE ÚLTIMA MODIFICACIÓN 18/02/2018	VERSIÓN 1.0	AUTOR: Betsy Adrian
NOMBRE DE LA PÁGINA: Login.html		DESCRIPCIÓN: Menú principal de la página web		
PÁGINA LOGIN				
				
Ítem	Componente		Acción	
1.- login	Link		Permite el inicio de sesión de parte administrativa	

Ilustración 32 Pantalla Login

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.6. Recursos

4.6.1. Requerimientos para el desarrollo

4.6.1.1. Herramientas de computación – Hardware

Área	Cantidad	Descripción
Computadora y Servidores	1	Pc escritorio Core i7 8 gb Ram 1Tb disco duro
Internet	1	Internet fibra óptica NetLife

Tabla 30 Hardware solicitado

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.6.1.2. Herramientas de computación – Software

Cantidad	Programa	Característica
1	WAMPSEVER	Herramienta Open Source
1	Dreamweaver	Herramienta Open Source
1	PHPMyAdmin	Herramienta Open Source
1	Google Chrome	Navegador web gratuito

Tabla 31 Software solicitado

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.6.1.3. Recursos Humanos

Cantidad	Personal	Tiempo en meses	Costo
1	Analista	1	500,00
1	Diseñador	1	400,00
1	Programador	2	1500,00
Total			2400,00

Tabla 32 Recursos Humanos

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.7. Presupuesto

Para que este proyecto se lleve a cabo se necesitara alrededor de \$206.00

Cantidad	Descripción	Tiempo	Costo	Costo final
1	Diseño e implementación del sitio web	Una sola vez	100,00	100,00
2	Mantenimiento del sitio web y actualizaciones	Anual	50,00	50,00
3	HostingEcuador Hosting y Dominio compartido 5 GB	Anual	56,00	56,00
TOTAL				206,00

Tabla 33 Presupuesto

Elaborado por: Adrián Cepeda Betsy

4.7.1. Costo de desarrollo del proyecto

En la siguiente tabla se detallan los gastos realizados durante el transcurso del proyecto de tesis, se menciona cosas como gastos de internet, gastos de transporte, gastos imprevistos, impresiones y empastado.

Descripción	Costos	Costo Total
Diseñador de propuesta	0,00	0,00
Gastos de transporte	10,00 x 3 meses	30,00
Gastos imprevistos	8.00	8,00
Impresión y empastado	60,00	60,00
Internet	32,00 x 3 meses	96.00
TOTAL		194,00

Tabla 34 Costos de desarrollo del Proyecto

4.7.2. Hosting y Dominio

Para realizar este proyecto de mejoras utilizaremos a la entidad HostingEcuador quienes nos prestaran su servicio de alojamiento para nuestra página web.

Uno de los motivos por el cual me ha impulsado a utilizar sus servicios es porque en el plan START_UP nos ofrecen el dominio, además del sistema de pago vía internet, email corporativo ilimitada

Para realizar este proyecto de mejoras utilizaremos a la entidad HostingEcuador quienes nos prestaran su servicio de alojamiento para nuestra página web.

Uno de los motivos por el cual me ha impulsado a utilizar sus servicios es porque en el plan START_UP nos ofrecen el dominio, además del sistema de pago vía internet, email corporativo ilimitado

4.8. Respaldo de información a la base de datos.

Los **backup** o copias de seguridad, permiten al usuario tener un archivo de respaldo en caso de que el dispositivo donde se guarda la información tenga fallas en su sistema. Como nuestro proyecto posee base de datos para almacenar los registros que se llevara a cabo dentro de la tienda, el respaldo de información es muy importante para la administración, se tendrá en cuenta dos opciones para la realización de los backup, la primera opción es capacitar al Community manager para que genere los backup, cuando se termine la actividad comercial directamente de la base de datos. La segunda opción es crear un backup automático mediante una tarea cron, además de *programar una tarea* en el computador donde se gestione la tienda virtual, esto nos permitirá que los registros se guarden diariamente y a la hora que se programe la tarea..

Primero debemos crear el archivo backup mediante un bloc de notas, con la extensión .bat, modificaremos este archivo y colocaremos una sentencia que nos permita conectarnos con la base de datos, guardamos los cambios que se

realizan en el archivo y elegimos la ruta, aquí podemos guardar este archivo en el ordenador o en la nube, como resultado tenemos un archivo backup de la base de datos.

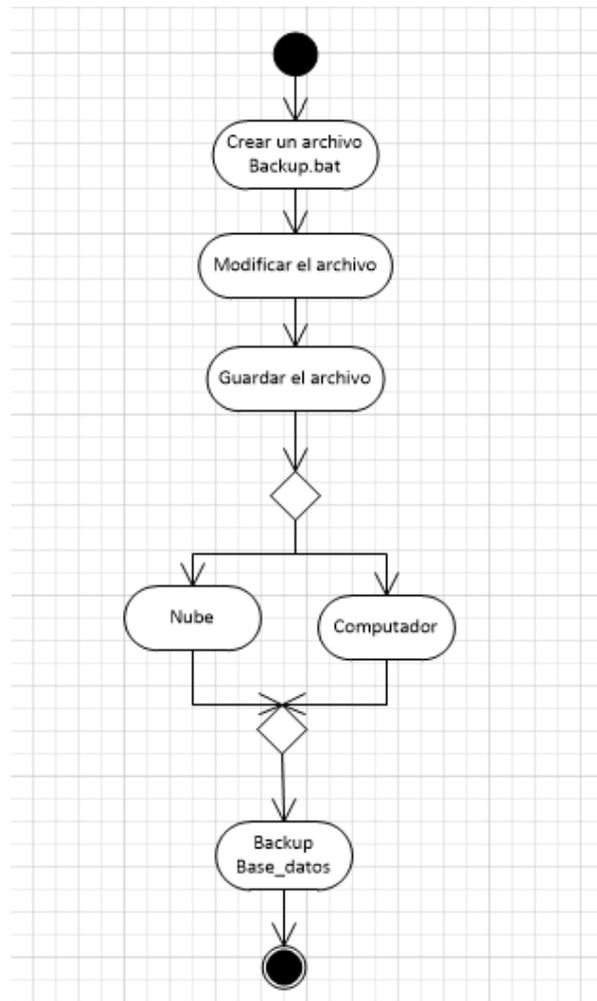


Diagrama 8 Diseño de diagrama .bat

Para que los backup se generen automáticamente, procedemos a realizar una tarea cron, esto quiere decir que se generarán los scripts automáticamente de acuerdo a los parámetros que se especifiquen. Primeramente, debemos ir a programador de tareas, crear una tarea básica, al que denominaremos backup, elegimos cada cuando deseamos que se ejecute la tarea (diariamente, semanalmente, mensualmente), fijamos la fecha y hora en que se ejecutara la tarea, seleccionamos la ruta en donde se guardara el script y finalizamos la tarea.

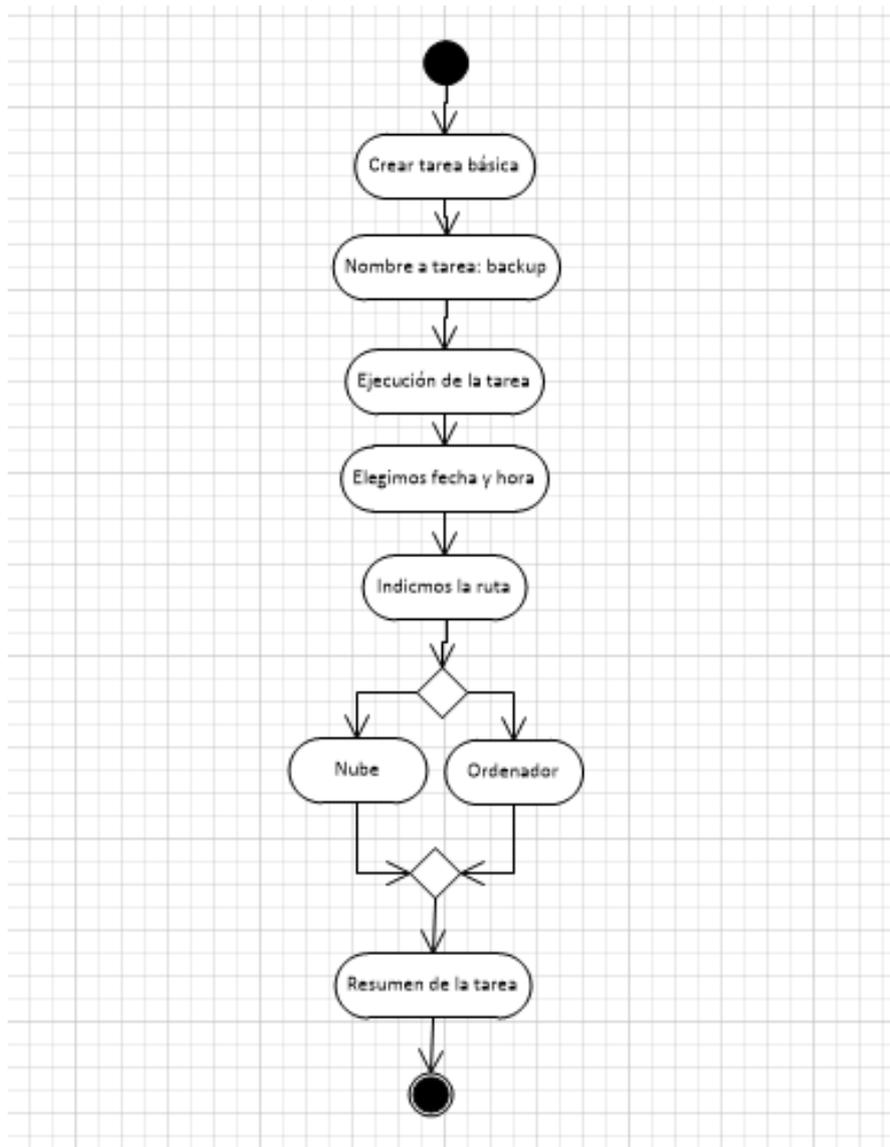


Diagrama 9 Creación de tarea .bat

4.9. Medidas de seguridad para una página web

Una de las ventajas que posee el servicio de HostingEcuador, es que cuenta con las configuraciones estándar para mantener seguro sus páginas. Entre ellas tenemos:

- **Protección de ataques DDoS**

Un ataque DDoS, significa Denegación de servicios, es decir, este tipo de ataques maliciosos ataca al servidor para que la página web que está alojada deje de funcionar adecuadamente, por medio de bots y falsas IP, esto generaría pérdidas para la compañía ya que los clientes no podrán proceder a realizar sus compras. Para contrarrestar este tipo de ataques es necesario que el encargado que maneje la página web utilice firewalls, para que controle los datos que lleguen al ordenador, tener los recursos de conexión a gran escala que le permita mitigar el ataque.

- **Configuraciones estándar de cPanel con SSL compartido.**

El panel de control o cPanel, administra y controla una cuenta de alojamiento web (hosting), se puede agregar o eliminar correos electrónicos, gestionar bases de datos, añadir dominios al hosting.

Un SSL compartido es un certificado gratuito que permite proteger las conexiones a sus sitios web, mediante conexiones seguras (HTTPS:)

- **Generador de contraseñas seguras.**

Una ventaja de adquirir los servicios de Hosting Ecuador es que por defecto posee módulos que generan contraseñas en las aplicaciones más frecuentes como bases de datos, dominios y correos.

- **Filtros anti-SPAM**

Para evitar que nuestros correos se saturen de SPAM o se instalen de forma incógnita aplicaciones maliciosas, malware, poseemos los servicios de Sitelock, esta herramienta escanea el sitio web a diario,

detecta y elimina los archivos infectados, certifica que el sitio web es seguro.

- **PassPack password manager**

Es una herramienta útil que nos recuerda hasta 100 contraseñas guardadas dentro de la aplicación.

4.10. Conclusiones

- Con las mejoras que se realizaran a la página web de la empresa, lograra que sus ventas incrementen y proveerá con las funciones necesarias para un buen funcionamiento
- Por último, cabe resaltar que la página web es adaptable a cualquier pantalla, con el fin de que vea amigable para el usuario, se utilizó modernas librerías durante el proyecto.

4.11. Recomendaciones

- Se recomienda que se realice mantenimiento mensual a la página, para que estas funciones correctamente.
- Realizar promociones, descuentos u ofertas regularmente.

Bibliografía

- Adrian, B. (2018). *Marketing digital*. Guayaquil.
- Adrian, B. (2018). *Muestra*. Guayaquil.
- Anetcom. (2004). *Los dominios en internet* .
- Asociation, A. M. (s.f.). *American Marketing Association*. Obtenido de MarketingPower.com, sección Dictionary of Marketing Terms,: <http://www.marketingpower.com/>
- Berners-Lee, T. (1989). *Web*. Ginebra.
- Castell, M. (2001). *La galaxia internet*. Barcelona: Margarita Riviére.
- Castells, M. (2000). Internet y la Sociedad Red . *Conferencia de la Universidad de Catalunya*, (pág. 13). Barcelona.
- Comunidades, C. d. (1997). Comercio Electronico., (págs. 9-17). Bruselas.
- Dreyfus, H. L. (2003). *Acerca de internet*. Editorial UOC.
- Fonseca, A. (2013). *Fundamentos del E-Commerce*.
- Galvis, A. H. (2004). *OPORTUNIDADES EDUCATIVAS DE LAS TIC*.
- Gil, E. (2002). *Identidad y Nuevas Tecnologías*. Obtenido de UOC: www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/gil0902/gil0902.html
- González, G. (7 de Agosto de 2014). *Blogthinkbig.com*. Obtenido de <https://blogthinkbig.com/internet-y-la-web>
- Graham Cormode, B. K. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *Web Technologies: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*: .
- Hadmin. (04 de 05 de 2012). *Hosting Diario*. Obtenido de <https://hostingdiario.com/hosting/>

Montiel, N. D. (2008). *TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LAS ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI*. Obtenido de <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewArticle/545/1317>

Secretaría de Educación Superior Ciencia Tecnología e Innovación. (22 de Diciembre de 2016). Obtenido de http://coesc.educacionsuperior.gob.ec/index.php/LIBRO_I_Del_Sistema_Nacional_de_Ciencia,_Tecnolog%C3%ADa,_Innovaci%C3%B3n_y_Saberes_Ancestrales

Secretaría de Educación Superior Ciencia Tecnología e Innovación. (20 de Septiembre de 2017). Obtenido de http://coesc.educacionsuperior.gob.ec/index.php/LIBRO_II_-_De_la_Investigaci%C3%B3n_Responsable_y_la_Innovaci%C3%B3n_Social

Strickland, T. y. (2004). *Administración estrategicas. Texto y casos* . Mexico.

Tamayo, M. (1997). *El proceso de la investigacion científica*. Mexico: Editorial Limusa S.A.