

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN
UNIVERSITARIA
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO
EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

**DESARROLLO DE UN PORTAL WEB PARA LA PROMOCION Y VENTA
DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIAS METALÚRGICA ÁGUILA, C.A.,
UBICADA EN ACARIGUA, ESTADO PORTUGUESA**

Autor (a): Oscar García C.I. 28.466.117
Asesora: Magda H. Perozo Yústiz

Barquisimeto, Enero 2022

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN
UNIVERSITARIA
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO
EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

**DESARROLLO DE UN PORTAL WEB PARA LA PROMOCION Y VENTA
DE PRODUCTOS DE LA INDUSTRIAS METALÚRGICA ÁGUILA, C.A.,
UBICADA EN ACARIGUA, ESTADO PORTUGUESA**

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al grado de
Técnico Superior Universitario en Informática

Autor (a): Oscar García C.I. 28.466.117
Asesora: Magda H. Perozo Yústiz

Barquisimeto, Enero 2022

VEREDICTO



VEREDICTO

Quienes suscribimos, Prof. (a): Ing. MAGDA PEROZO C.I.V- 9.621.445 (Asesor), Prof. (a): Ing. VÍCTOR HERNÁNDEZ C.I.: V.- 10.778.826 (Jurado Académico) y Prof. ANGÉLICA PÉREZ C.I.V-16.867.989 (Jurado metodológico), designados por el Equipo de Trabajo Especial de Grado, con la aprobación de la Dirección del Instituto Universitario Jesús Obrero, Extensión Barquisimeto, para examinar el Trabajo Especial de Grado de la carrera Informática del (la) Br: OSCAR DANIEL GARCÍA QUINTERO C.I: V.- 28.466.117

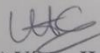
Titulado: PORTAL WEB PARA GESTIONAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA INDUSTRIAS METALÚRGICA ÁGUILA.

Hacemos constar que hoy, miércoles, 12 de enero del 2022

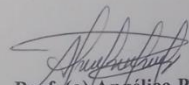
Nos reunimos en la sede del instituto para evaluar y calificar dicho trabajo y decidimos otorgarle:

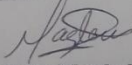
Calificación en %: (87) equivalente a DIECISIETE (17) puntos

Expresión Cualitativa: SOBRESALIENTE


Prof. (a) Víctor Hernández
Jurado Académico
C.I.: V- 10.778.826




Prof. (a) Angélica Pérez
Jurado Metodológico
C.I.: V-16.867.989


Prof. (a) Magda Perozo
Asesor
C.I.: V- 9.621.445

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Instituto Universitario Jesús Obrero, por su labor durante la situación global que se tuvo que afrontar, al igual que por su dedicación y capacidad de mantenerse en su propósito de preparar profesionales y brindar educación de calidad a pesar de los obstáculos en contra y también por darme la oportunidad de crecer profesionalmente.

Asimismo, a mi tutora Magda Perozo, por su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiarme en esta etapa, de la misma forma dar las gracias al ingeniero Víctor Hernández, que fue el principal guía para mí y mis compañeros durante toda nuestra carrera, y un excelente docente del cual pude aprender una gran variedad de cosas sobre mi carrera.

Del mismo modo, a mi familia en general, por su apoyo constante, por su palabras de motivación que me permitieron continuar motivado a pesar de los obstáculos en el camino.

DEDICATORIA

A mis padres les dedico con mucho amor y cariño mi trabajo especial de grado, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que incluye este. Me formaron de una manera muy particular, que me enseñaron lo que significa el compromiso, la disciplina y la responsabilidad, que al fin de cuentas me motivaron para alcanzar mis anhelos, encaminándome por el buen sendero.

A mis compañeros y amigos presentes y pasados, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías, tristezas y a todas aquellas personas que durante todo este tiempo estuvieron ayudándome desde cerca y desde lejos para que mi sueño se hiciera realidad.

INDICE

VEREDICTO	2
AGRADECIMIENTOS	4
DEDICATORIA	5
INDICE	6
INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
MOMENTO I	11
Situación Objeto de Estudio	11
OBJETIVO GENERAL	16
Objetivos Específicos	16
Justificación e Importancia	16
MOMENTO II	18
SOPORTE CONCEPTUAL	18
Antecedentes del estudio	18
Bases teóricas	21
Bases legales	23
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) ¡Error! Marcador no definido.	
Ley de Protección al Consumidor y al Usuario	¡Error! Marcador no definido.
Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos .	31
MOMENTO III	35
ORIENTACIÓN PROCEDIMENTAL	35
Naturaleza de la Investigación	35
Paradigma, enfoque, tipo y diseño de investigación	35
MODELADO	38
Diagrama UML de Casos de Uso	41
Explicación del Caso de Uso	43
Requerimientos Técnicos	43

Carta Estructurada	48
Modelo Lógico	49
Diagrama Lógico	50
Diccionario De La Base De Datos	51
MOMENTO IV	56
Descripción detalla del sistema	56
INGRESO AL SISTEMA.....	56
CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS	72

INTRODUCCIÓN

El tema que se va a tratar, fue elaborado con la finalidad de dar a conocer todas las perspectivas que existen a nivel mundial; ya que se encuentra globalizado por todos los avances constantes que existen a nivel de tecnologías donde cada día surgen nuevas herramientas que brindan innovación en los procesos claves del sector empresarial; y el cual se encuentra sumergido en un profundo proceso de cambio y reestructuración, sobre todo debido a la aparición y difusión de manera continua en el comercio electrónico; debido a que se está produciendo nuevas aplicaciones de tecnologías de información y comunicación (TIC), que dan base a «El comercio electrónico o e-commerce (electronic commerce), consiste en la compra y venta de información, productos y servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas, es decir, empleando las tecnologías de la información y la comunicación que permiten

que no sea necesario el contacto físico entre comprador y vendedor para realizar dichos trámites» (Martín, Pedro, 2018, p. 131).

Cabe destacar que las nuevas tecnologías de información y comunicación han favorecido la aparición de nuevos canales de venta. El comercio electrónico ha puesto una revolución tanto para las empresas como para los consumidores y se ha convertido en una de las principales actividades de la economía mundial debido a la globalización en la Red permitiendo la apertura de negocios en todo el mundo.

En este mismo orden de idea, la crisis que conlleva nuestro país lleva la desaparición de algunas empresas que actuaban presencialmente y no cedieron a intervenir su ente por Internet, la Red se ha configurado como un instrumento comercial de gran valor para las empresas de menor dimensión, y en especial, para los pequeños distribuidores. Y es que, de una parte, los costes de establecimiento de los sistemas de venta en línea son inferiores a los que supone la apertura de un establecimiento comercial convencional.

Por tal motivo, surge la necesidad de, Desarrollar un Portal Web para la promoción y venta de productos de la Industrias Metalúrgica Águila, C.A., Ubicada En Acarigua, Estado Portuguesa. De este modo, el elevado grado de interactividad de Internet facilita el establecimiento de comunicaciones más directas y adecuadas a las características y comportamientos individuales de los clientes. Y la conectividad que permite su naturaleza abierta y global, da acceso a un espacio de alcance mundial donde las pequeñas empresas pueden comercializar sus productos y servicios de manera segura y fiable.

MOMENTO I

SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Para empezar, desde tiempo remoto el comercio ha sido un factor importante en la economía y desarrollo de cada país y con los avances tecnológicos que tenemos en la actualidad, el comercio ha provocado cambios dramáticos en las estructuras existentes de los negocios. En una perspectiva general, las empresas están concibiendo la tecnología de información y comunicación como instrumentos que aportan el logro de sus objetivos, esta situación resulta observable tanto en el plano técnico, con la aparición de aplicaciones basadas en entornos de Internet, como en el mercado, gracias al desarrollo de diversos elementos y sistemas de TIC, como las aplicaciones multimedia, portal web, entre otras.

También podemos, expresar que el uso de comercio electrónico, alcanza en el año 2017 el 22% de la población mundial, esto se debió a que los Retailers con venta OnLine siguieron expandiendo sus servicios a nuevas áreas geográficas y la mitad de los usuarios que utilizan esta modalidad del comercio lo hacen a través de dispositivos móviles, sobre las tendencias digitales.

En el año 2017 los países con un mayor porcentaje de población que hacían uso del comercio electrónico son: Reino Unido con un 76%, seguido de Corea del Sur y Alemania quienes alcanzaron el 72%, en Japón el 68% y seguido de Estados Unidos con el 67%. En España, el número de usuarios de comercio electrónico en ese mismo año alcanzaba al 58% de la población, solo un 1% más que el año anterior, en el que el 57 % de los usuarios de internet indicaban que habían comprado en la web en el último mes. Un año después, en el año 2018, el líder en penetración del e-commerce mundial continuaba siendo Reino Unido con un 78% del porcentaje de su población que ha adquirido algún bien o servicio vía online. En segundo lugar se encontraba Corea del Sur y Alemania, con una penetración del e-commerce del 74%, seguido de Suecia con un 70% y Estados Unidos con el 69%. España se encontraba en el dieciseisavo lugar con un 59%. En América Latina para el año 2018, el comercio electrónico superó los 100.000 millones de dólares, esto significa un crecimiento del 118% con respecto al año 2014.

En términos generales los sistemas de negocios electrónicos han tenido un gran auge en los últimos años, aunque con mayor fuerza en las grandes corporaciones que disponen de infraestructura y recursos para ello. En Venezuela hemos visto como grandes empresas están usando Internet para mejorar sus procesos comunicacionales y para mantener una actualización constante de su flujo de datos contables, en este sentido Feeny (2001) afirma que, “estos sistemas pretenden agregar valor a procesos de negocios existentes, empleando Internet como mecanismo habilitador, innovador y diferenciador”.

Es importante destacar lo expuesto: Serrano (2019) indica que la tecnología en la gestión pública tiene su génesis legal en el Artículo 110 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), al otorgar interés público a la ciencia, tecnología e innovación como factores de

impulso productivo nacional. Por su parte, en Venezuela, con la entrada en vigencia de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela del año (1999), se han estado creando leyes a fines de responder a la realidad económica del país, tales como Decreto 825 (2000) Acceso a la Tecnología, Ley de Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas (2001), Ley Especial Contra Delitos Informáticos (2001) entre otras.

De acuerdo a la Cámara Venezolana de Comercio Electrónico, CAVECOM, sólo en 2020 el comercio electrónico se triplicó en la región y, aumentó cerca de 2.000%, es decir, aumentó 20 veces su actividad. A pesar de las condiciones adversas, debido a la conexión más lenta de la región, Venezuela responde a la tendencia de un 80% de las compras realizadas por internet las cuales se hicieron desde algún dispositivo móvil.

Asimismo, constituye éste un proceso al cual las empresas no pueden permanecer ajenas, debiendo tratar de incorporar y gestionar adecuadamente todos aquellos instrumentos y mecanismos que les permitan ofrecer un mayor valor (Jiménez Zarco & Martínez Ruiz, 2006).

Por su parte, la Empresa Industria Metalúrgica Águila, C.A., la cual se encuentra localizada en Acarigua Estado Portuguesa, Venezuela, está trabajando con su rama principal como lo es la transformación y tratamiento de los metales y en vista de la problemática que estamos enfrentando todos los venezolanos y por los inconvenientes que se están expandiendo en nuestro país es que esta compañía empieza a distribuir en sus ventas comerciales diferentes rubros para el hogar y jardín.

Considerando que estas además deben ser estimuladas a las principales políticas de desarrollo de la compañía así como también a sus programas, de esta manera dejar a un lado viejas estructuras en la manera de hacer negocios, y así adaptarse a la dinámica de los nuevos procesos

comerciales generando una rápida repuesta a las necesidades de sus clientes, dando paso al llamado comercio electrónico; es decir, las nuevas TIC han favorecido la aparición de nuevos canales de venta, el comercio electrónico ha supuesto una revolución tanto para las empresas como para los consumidores y se ha convertido en una de las principales actividades de la economía mundial debido a la globalización en la Red, que ha permitido la apertura de negocios en todo el mundo durante las 24 horas del día aumentando las posibilidades de éxito de todo negocio.

Pero es necesario mencionar que el comercio electrónico es una estrategia flexible que permite adaptarse y complementarse a otras estrategias de mercadeo, pero dada la naturaleza del internet, su gran cantidad de información, usuarios y sitios, este modelo puede ser usado como método único de promoción y comercialización. Del mismo modo, a través de él se puede comercializar cualquier tipo de bienes y servicios, lo cual se hace relevante al momento del posicionamiento en el mercado por parte de la organización, tomando en cuenta que éste se encuentra cada vez más competitivo, con clientes aún más exigentes que años anteriores, quienes buscan un servicio eficiente, rápido y seguro.

Estamos en una era en que las telecomunicaciones son accesibles para la mayoría de la población, permitiéndonos encontrar información que por medios tradicionales nos sería imposible compartirla con personas en cualquier lugar del planeta. No cabe duda que las empresas aprovechen esta oportunidad y usen estos medios para mostrar sus productos y llegar a una mayor cantidad de clientes aumentando sus ventas. Uno de estos medios es Internet (portal web) que ha abierto un gran número de nuevas posibilidades para las compañías y personas con iniciativa de crecimiento, es indudable que influye cada vez más en las actividades de las personas y de las empresas.

Durante los últimos años, los mercados han logrado expandirse en todo el mundo a través de una nueva modalidad del comercio que han empleado las empresas para ofertar sus productos y servicios en línea conocido como “comercio electrónico”, el mismo que ha sido un elemento clave para llevar a cabo sus negocios dentro y fuera del país. Por lo que se puede considerar al comercio electrónico como una evolución de cambio debido a las necesidades que tiene la sociedad y la inclusión de tecnología en comunicación e información que se fusionan para revolucionar la manera en que las empresas realicen los negocios.

En cuanto al cambio a la nueva forma de operar de los negocios, implementada en los diferentes mercados, las ventas por internet no han dejado de evolucionar y cada vez se expanden más, siendo la infraestructura de telecomunicaciones una herramienta vital en este proceso, esto implica que las organizaciones al empezar a trabajar con esta modalidad incluyen integrar en el negocio la venta de bienes y servicio por medio de internet. (Castillo, 2015).

Por lo que, el comercio electrónico es una transacción operativa realizada vía proceso digital o redes de trabajo, reemplazando a las ventas tradicionales en locales comerciales, visitas puerta a puerta a las diferentes empresas y las ventas por teléfono, por ventas con acceso online para adquirir lo que el consumidor desee, sin la necesidad que los compradores y vendedores se conozcan y sin haber visto o tocado los artículos, por tal motivo, pasó a ser una tecnología promocional que permite que las empresas incrementen la precisión y la efectividad en sus transacciones comerciales. Motivo por el cual, se ha propuesto un Portal Web de Ventas por medio del Comercio Electrónico y de esta forma cubrir las necesidades económicas y financiera de la empresa, todo con el fin de llevar cada

producto a sus clientes de una manera eficaz y desarrollando diferentes métodos para su comercialización.

Por todo lo anteriormente planteado y por la importancia que se le debe dar al portal web por medio del comercio electrónico es que realice las siguientes interrogantes; ¿Cómo quieres planificar el desarrollo y que se vea tu portal web? ¿Explicar la funcionalidad que tiene el portal web sobre las ventas? ¿Cómo ofertar tus productos por medio del comercio electrónico? Es por esto que se trazan las siguientes alternativas y se forman en los objetivos.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

General

Desarrollar un portal web para la venta de productos de la Industria Metalúrgica Águila, C.A., ubicada en Acarigua, Estado Portuguesa

Específicos

- Diagnosticar la factibilidad y viabilidad de crear una página web en la empresa Ávila, recopilando información de los productos disponibles en la compañía para ser llevado al entorno web.
- Diseñar un interfaz amigable al usuario y utilizando la tecnología más actuales en el desarrollo de portales web.

- Codificar el contenido de los productos comprados de una manera que sea accesible, dinámica y fácil, y que además la empresa tenga informes de las ventas en su página.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El tema a investigar radica gran importancia debido a que cada vez aumenta las expectativas de los usuarios con respecto al comercio electrónico, que no solo se trata de transacciones realizadas por personas sino también de organizaciones empresariales y entes gubernamentales. En la actualidad tener una portal web nos brinda credibilidad ante los clientes potenciales y nos ayuda a ser visibles en los buscadores, de ahí la calidad de crear una estructura en la que el contenido a exponer resulte relevante, proporcionándole confianza al relacionar la empresa.

Inclusive tener portal web, no se radica solamente en crearla sino en saberla manejar y sacarle el máximo provecho a esta herramienta tan poderosa para atraer y mantener interesado a los clientes prospecto, aumentando así el prestigio, la confianza en el producto o servicio que se ofrece.

ALCANCE

Hoy en día un gran porcentaje de la población a nivel mundial cuenta con acceso a internet, por lo que cualquier persona tiene la oportunidad de acceder al portal web y enterarse de tus productos o servicios, noticias y promociones. Sin embargo, es necesario la rapidez y facilidad de paso a las secciones dentro de la página o portal; adaptándole a teléfonos móviles, ya que el aumento es desde estos dispositivos. Inclusive, es necesario crear una campaña en todas las redes informáticas para dar a conocer las bienes

que vas ofrecer. Además, los consumidores pueden recibir los productos directamente en su domicilio, así como también pueden realizar la venta a cualquier hora del día y de forma automatizada.

MOMENTO II

SOPORTE CONCEPTUAL

ANTECEDENTES

Respeto a los antecedentes de la presente investigación, se tiene varios trabajos que abordan estas materias, aunque no de manera específica pero si tratan sobre la aplicación de la temática sobre el comercio electrónico; por lo que se puede considerar conocimientos válidos para esta investigación, indicando los siguientes:

En tal sentido, Carlos Andrés Muñoz León y Camilo Alfonso Cuervo Carvajal (2019) realizaron un trabajo de grado “Propuesta de un Plan de Marketing Digital para la Empresa Alumitex de la Ciudad de Montería.”, para optar por el título de Administrador de Empresas, el cual fue presentado en la Universidad Cooperativa de Colombia Administración de Empresas X Semestre facultad De Ciencias Administrativas y Contables Montería Córdoba, su objetivo general fue Diseñar una propuesta de marketing digital para la empresa Alumitex de la ciudad de Montería en el año 2019, con el propósito de que puedan alcanzar mediante esta herramienta una diferenciación y competitividad sostenible en el mercado. El propósito de esta investigación para la empresa Alumitex es descriptivo dado que su objetivo es describir la realidad objeto de estudio

En el mismo orden de ideas, Sepúlveda Briceño, Michelle (2016) en su investigación de grado “Uso del Marketing de contenidos como

herramienta de promoción en las empresas de moda venezolanas”, en su objetivo general nos habla sobre la forma de Analizar las tendencias actuales del marketing de contenidos en Venezuela, como herramienta de mercado de las empresas de moda; este trabajo fue mostrado en la Universidad Católica Andrés Bello, en la Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social, Mención Comunicación Publicitarias. Asimismo su tesis fue desarrollada bajo un estudio exploratorio adaptando a cada uno de ellos en los procesos globales, así como también en las nuevas tecnologías.

Dubraska Daniela Benítez Reina (2019); El presente trabajo trata sobre la “Aplicación Web para la Gestión de Reportes Estadísticos del Campus Virtual de la Universidad Central de Venezuela”, su objetivo general es Desarrollar una Aplicación Web para la gestión de reportes estadísticos del Campus Virtual de la Universidad Central de Venezuela, denominada GESEST CV-UCV (Gestión estadística del Campus Virtual de la Universidad Central de Venezuela); para optar al título de Licenciado en Computación, este requisito fue expuesto ante la Universidad Central de Venezuela, Facultad de Ciencias Escuela de Computación.

Los estudios detallados anteriormente, cumplen con la investigación en curso, por cuanto puntualiza el comercio electrónico y la aplicación de la página web; y de esta forma concientizar la importancia que tienen ambas ramas dentro de una empresa, organización u ente gubernamental.

TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El tipo de Información utilizado será descriptiva es también conocida como investigaciones diagnósticas, el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar al punto de conocer los ámbitos de una manera más

exacta. Morales (2014) su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la producción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los datos se exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego se analizan los resultados, a fin de extraer generalizaciones que aportan a la investigación.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Según Arias (2006) es todo plan o estrategia que usa el investigador para obtener los resultados o respuestas del problema planteado. En este punto se usará el diseño de campo. El diseño de campo es aquel donde se recopila información a través del uso de técnicas de recolección, en este caso la encuesta, con el fin de tener información necesaria para darle respuesta al planteamiento de problema establecido en el principio de esta investigación; es decir, es el proceso que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal como se presentan, sin manipular las variables. Una de sus ventajas es que al recoger los datos solicitados en la empresa, son confiables.

POBLACIÓN Y MUESTRA

McClave, Benson y Sincich (2008) afirman “una población es un conjunto de unidades usualmente personas, objetos, transacciones o eventos; en los que estamos interesados en estudiar” (p. 7), y definen la muestra como “subconjunto de las unidades de una población” (p. 7).

La población seleccionada para realizar la presente investigación está conformada por el personal directivo y gerente adscrito a los departamentos de Recurso Humano y Ventas; así mismo una cantidad de siete (7) personal

que labora en la Empresa Industria Metalúrgica Águila, C.A., la cual se encuentra localizada en Acarigua Estado Portuguesa, Venezuela.

BASES TEÓRICAS

En toda investigación es trascendente describir los hechos con un apoyo teórico, dicho término según Pérez, (2006) son "el conjunto actualizado de conceptos, definiciones, nociones, principios que explican las teorías principal del tópico a investigar" (p. 69).

Por lo anterior descrito se señala que para la realización de este trabajo, se realizó una revisión bibliográfica de diferentes autores, relacionados con la estructura doctrinaria del objeto en estudio, relacionado con el diseño de un portal web para optimizar la funcionabilidad de las ventas a través del comercio electrónico.

Para Millenium (2003), Portal es un término, sinónimo de puente, para referirse a un Sitio Web que sirve o pretende servir como un sitio principal de partida para las gentes que se conectan al World Wide Web. Son sitios que los usuarios tienden a visitar como sitios ancla.

Según Bravo y Duque (2005, p. 131), define al ambiente web como un medio o plataforma que permite la explotación de conocimientos, información y comunicación, el desarrollo de aplicaciones web por medio de las diferentes tecnologías y lenguajes de programación, brindándole al usuario la oportunidad de tener una herramienta interactiva que le facilite el desarrollo de trabajos, actividades y procesos.

Ignacio Somalo Peciña. 2018, p.13 establece que el “Comercio electrónico significa el traslado de transacciones normales, comerciales, gubernamentales o personales a medios computarizados vía redes de telecomunicaciones, incluyendo una gran variedad de actividades”

Mientras que Martín Pedro, 2018, p. 131 sustenta “El comercio electrónico o e-commerce (electroniccommerce), consiste en la compra y venta de información, productos y servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas, es decir, empleando las tecnologías de la información y la comunicación que permiten que no sea necesario el contacto físico entre comprador y vendedor para realizar dichos trámites”

Como navegador o browser en inglés, se designa, en informática, la aplicación o programa que permite acceder a páginas web y navegar por una red informática, principalmente internet, ya sea desde computadoras personales o dispositivos móviles.

Ahora bien, el autor, Russel y Lane (2005, p. 647) comenta que una campaña es el desarrollo de una estrategia, medios, investigación, serie de anuncios impresos y transmisiones durante un periodo los cuales son extremadamente importantes.

Para Dans (2010), las redes sociales pueden clasificarse en dos tipos diferenciados. Por un lado, las redes sociales personales, que agrupan a un conjunto de contactos y amigos con intereses en común y, por otro lado, redes sociales profesionales que son las redes que se centran en torno a objetivos profesionales.

“Las redes sociales son lugares en internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma Celaya (2008). Por su parte, Wikipedia la define como: “una estructura social compuesta por un conjunto de actores y uno o más lazos o relaciones definidos entre ellos”.

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a los individuos (1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

Para Kotler& Armstrong (2012), la comercialización se define como, una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución.

Más allá de las definiciones puntuales, de lo que semánticamente se refiere al portal web en ventas por el comercio electrónico, es que ha sido un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre los empresarios y clientes; y de esta manera perfeccionar el manejo de marketing dentro de una empresa.

BASES LEGALES

En el estudio presentado, Según Rodríguez (2004, p. 33), el mayor reto del Comercio Electrónico es la seguridad y la confianza, “El dinero puede digitalizarse, basta con introducir un número de tarjeta de crédito y hacer clic, pero no existe una garantía real de si se recibirá el bien”. Posteriormente, Rodríguez con palabras de Castañeda agrega que:

“El acelerado crecimiento de la red de redes y su utilización para fines comerciales tomó a los legisladores de prácticamente todos los países desprevenidos, y aunque se han hecho intentos importantes sobre todo por parte de las organizaciones internacionales, intergubernamentales y no gubernamentales”

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, siguiendo la visión garantista de sus demás disposiciones, establece en su artículo las libertades para las prácticas económicas sin más limitaciones que las que establezca la ley, dejando espacio para la intervención del Estado en la actividad comercial.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

Artículo 112 Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

Artículo 113 No se permitirán monopolios. Se declaran contrarios a los principios fundamentales de esta Constitución cualesquier acto, actividad, conducta o acuerdo de los y las particulares que tengan por objeto el establecimiento de un monopolio o que conduzcan, por sus efectos reales e independientemente de la voluntad de aquellos o aquellas, a su existencia, cualquiera que fuere la forma que adoptare en la realidad. También es

contrario a dichos principios el abuso de la posición de dominio que un o una particular, un conjunto de ellos o de ellas, o una empresa o conjunto de empresas, adquiera o haya adquirido en un determinado mercado de bienes o de servicios, con independencia de la causa determinante de tal posición de dominio, así como cuando se trate de una demanda concentrada. En todos los casos antes indicados, el Estado adoptará las medidas que fueren necesarias para evitar los efectos nocivos y restrictivos del monopolio, del abuso de la posición de dominio y de las demandas concentradas, teniendo como finalidad la protección del público consumidor, de los productores y productoras, y el aseguramiento de condiciones efectivas de competencia en la economía. Cuando se trate de explotación de recursos naturales propiedad de la Nación o de la prestación de servicios de naturaleza pública con exclusividad o sin ella, el Estado podrá otorgar concesiones por tiempo determinado, asegurando siempre la existencia de contraprestaciones o contrapartidas adecuadas al interés público.

Artículo 114 El ilícito económico, la especulación, el acaparamiento, la usura, la cartelización y otros delitos conexos, serán penados severamente de acuerdo con la ley.

Artículo 115 Se garantiza el derecho de propiedad. Toda persona tiene derecho al uso, goce, disfrute y disposición de sus bienes. La propiedad estará sometida a las contribuciones, restricciones y obligaciones que establezca la ley con fines de utilidad pública o de interés general. Sólo por causa de utilidad pública o interés social, mediante sentencia firme y pago oportuno de justa indemnización, podrá ser declarada la expropiación de cualquier clase de bienes.

Artículo 116 No se decretarán ni ejecutarán confiscaciones de bienes sino en los casos permitidos por esta Constitución. Por vía de excepción

podrán ser objeto de confiscación, mediante sentencia firme, los bienes de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, responsables de delitos cometidos contra el patrimonio público, los bienes de quienes se hayan enriquecido ilícitamente al amparo del Poder Público y los bienes provenientes de las actividades comerciales, financieras o cualesquiera otras vinculadas al tráfico ilícito de sustancias psicotrópicas y estupefacientes.

Artículo 117 Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen; a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos.

Artículo 118 Se reconoce el derecho de los trabajadores y trabajadoras, así como de la comunidad para desarrollar asociaciones de carácter social y participativo, como las cooperativas, cajas de ahorro, mutuales y otras formas asociativas. Estas asociaciones podrán desarrollar cualquier tipo de actividad económica, de conformidad con la ley. La ley reconocerá las especificidades de estas organizaciones, en especial, las relativas al acto cooperativo, al trabajo asociado y su carácter generador de beneficios colectivos. El Estado promoverá y protegerá estas asociaciones destinadas a mejorar la economía popular y alternativa.

Los artículos 112 a 118 de la Constitución hacen referencia a los derechos económicos y garantizan el derecho de todas las personas a dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, el derecho

a la propiedad, así como el derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, entre otros.

LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y AL USUARIO

Capítulo V

De la protección en el comercio electrónico.

Concepto de Comercio Electrónico

Artículo 31.- Se entiende como comercio electrónico cualquier forma de negocio, transacciones comerciales o intercambio de información publicitaria con fines comerciales, que sea ejecutada a través del uso de tecnologías de información y comunicación. Los alcances de la presente ley son aplicables únicamente al comercio electrónico entre proveedor y consumidor o usuario y no en transacciones de proveedor a proveedor.

Deberes del Proveedor

Artículo 32.- Los proveedores de bienes y servicios dedicados al comercio electrónico deberán prestar particular atención a los intereses del consumidor o usuario y actuar de acuerdo a prácticas equitativas de comercio y la publicidad. En tal sentido, los proveedores no deberán hacer ninguna declaración, incurrir en alguna omisión o comprometerse en alguna práctica que resulte falsa, engañosa, fraudulenta e in equitativa.

Información Confiable

Artículo 33.- Los proveedores que difundan información acerca de ellos mismos o de los bienes o servicios que proveen, deberán presentar la información de manera clara, precisa y accesible.

Procedimientos

Artículo 34.- Los proveedores deberán desarrollar e implantar procedimientos fáciles y efectivos que permitan al consumidor o usuario escoger entre recibir o no mensajes comerciales electrónicos no solicitados. Cuando un consumidor o usuario hayan indicado que no quieren recibir mensajes comerciales electrónicos no solicitados, tal decisión deberá ser respetada.

Prevención en la Publicidad

Artículo 35.- Los proveedores deberán adoptar especial cuidado en la publicidad dirigida a los niños, ancianos, enfermos de gravedad y otras personas que no estén en capacidad de entender plenamente la información que se les esté presentando.

Información sobre el Proveedor

Artículo 36.- Cuando un proveedor publicite su pertenencia a algún esquema relevante de autorregulación, asociación de empresarios, organismo de solución de controversias o algún órgano de certificación; el proveedor deberá suministrar al consumidor la información adecuada y suficiente para hacer contacto con ellos, así como un procedimiento sencillo para verificar dicha membrecía y tener acceso a los principales estatutos y prácticas del órgano de certificación o afiliación correspondiente.

Privacidad y Confidencialidad

Artículo 37.- En las negociaciones electrónicas, el proveedor deberá garantizarse la utilización de medios necesarios que permitan la privacidad de los consumidores o usuarios que hagan uso de los bienes o servicios ofertados por cualquier medio electrónico, así como la confidencialidad de las transacciones realizadas, de forma tal que la información intercambiada sea inteligible para terceros no autorizados que tengan acceso a ella voluntaria o accidentalmente. A este respecto debe señalarse de manera suficiente los fines para los cuales el proveedor utilizará esta información a terceros no relacionados con el negocio, y bajo qué circunstancias pudiera darse este supuesto. Asimismo, los proveedores en las relaciones comerciales que se lleven a cabo a través de la utilización de medios electrónicos, podrán utilizar cualquier vía para garantizar la privacidad y confidencialidad de las relaciones, lo cual deberá encontrarse ampliamente a la disposición de los consumidores o usuarios.

Selección de Información

Artículo 38.- En el comercio electrónico el proveedor deberá otorgar al consumidor o usuario la posibilidad de que pueda escoger, entre la información recolectada, aquella que no podrá ser suministrada a terceras personas; indicar si el suministro de información sobre los consumidores o usuario es parte integrante del modelo de negocio del proveedor; señalar si los consumidores o usuarios tendrán la posibilidad de limitar el uso de su información personal, y como la podrán limitar.

Claridad de Información

Artículo 39.- A fin de evitar ambigüedad respecto a la intención del consumidor de efectuar alguna compra, deberá ser capaz, antes de concluir la compra, de determinar con precisión los bienes o servicios que desea adquirir; identificar y corregir cualquier error en la orden de compra; cancelar la transacción antes de concluir la compra, o bien expresar su consentimiento, así como conservar un completo y preciso registro de la transacción.

Confiabledad de Pago

Artículo 40.- A los consumidores se les deberá proporcionar mecanismos fáciles y seguros de pago, así como información acerca del nivel de seguridad de los mismos, indicando suficientemente las limitaciones al riesgo originado por el uso de sistemas de pago no autorizados o fraudulentos, así como medidas de reembolso o corresponsabilidad entre el proveedor y el emisor de tarjetas de crédito.

Los pagos por concepto de compras efectuadas a través de comercio electrónico serán reconocidos por parte del proveedor mediante facturas u otras expresiones que se enviarán al consumidor para su debido control. Los proveedores estarán obligados a mantener un registro electrónico o por otros medios de estos pagos, con su respaldo de seguridad respectivo, durante el tiempo que establezcan las leyes fiscales, luego de la realización de la compra.

Garantías

Artículo 41.- El proveedor de los servicios electrónicos deberá especificar las garantías que cubrirán la relación que surja entre éste y los

consumidores y usuarios, las cuales deberán serlo suficientemente claras y extensas para cubrir los inconvenientes que puedan derivarse.

Educación al Consumidor

Artículo 42.- El Instituto para la Defensa y Educación del Consumidor Y del Usuario (INDECU), los proveedores y las organizaciones de consumidores y usuarios deberán trabajar conjuntamente para educar a los consumidores acerca del comercio electrónico; fomentar en los consumidores que participan en el mismo, la toma de decisiones informada; así como incrementar entre los proveedores y consumidores el conocimiento del marco legal de protección al consumidor aplicable a las operaciones en línea. Para ello harán uso de todos los medios efectivos, incorporando técnicas innovadoras.

Ámbito de Aplicación

Artículo 43.- En caso de inexistencia de norma expresa sobre comercio electrónico se aplicará el resto de las normas y procedimientos previstos en esta Ley.

Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos

Art. 1.- Objeto de la Ley.- Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de

información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

Código de Comercio (1955)

Regula los documentos que comprueban la realización de operaciones mercantiles, estipula los libros de la sociedad y de contabilidad que debe llevar el comerciante.

VARIABLES

Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, sub dimensiones, indicadores, índices, valor final y tipo de variables.

Sistema de Variables

Ahora bien, según Álvarez (2008) un sistema de variables consiste “en una serie de características por estudiar, definidas de manera operacional, es decir, en función de sus indicadores o unidades de medida” (p. 59).

Por otra parte Arias (2006) señala que una variable es una característica o cualidad, magnitud o cantidad susceptible de sufrir cambios y es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación.

Sistema de Variable Conceptual

La definición conceptual de las variables identificadas en las investigaciones refleja la expresión del significado o plano teórico que el investigador le atribuye a cada variable para los fines de cumplir con los objetivos específicos planeados. Según Tamayo y Tamayo (2003) la definición conceptual es necesaria para unir el estudio a la teoría.

La definición conceptual de una variable se elabora sintetizando el fenómeno desde el punto de vista de la teoría existente acerca del mismo, es una visión teórica del fenómeno. Constituye el conjunto del procedimiento que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales que indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado, en otras palabras especifica que actividad u operación deben realizarse para medir una variable.

Sistema de Variable Operacional

Tamayo y Tamayo (2003), explican que las definiciones operacionales son esenciales para poder llevar a cabo cualquier investigación, ya que los datos deben ser recogidos en términos de hechos observables.

La definición operacional de cada variable identificada en el estudio representa el desglosamiento de la misma en aspectos cada vez más sencillos que permitan la máxima aproximación para poder medirla, estos aspectos se agrupan bajo las denominaciones de dimensiones, indicadores y de ser necesarios subindicadores. Las dimensiones representan el área o áreas del conocimiento que integra la variable y de la cual se desprende los indicadores, constituyendo estos últimos los aspectos que se sustraen de la

dimensión, que van a ser objeto de análisis de la investigación. Si los indicadores resultan complejos se simplificarán en subindicadores.

Cuadro de las Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional
Diagnosticar la factibilidad y viabilidad de crear una página web en la empresa Ávila.	Documento de información electrónica, capaz de contener texto, sonido, video, imágenes, entre otros.	Códigos que los navegadores pueden leer y perfeccionar las ventas a través del comercio electrónico.
Recopilar información de los productos disponibles en la compañía para ser llevado al entorno web.	Recoge temas de las diferentes productos que se van a presentar en la pagina.	Mantener el portal y las diferentes redes actualizadas para su respectiva comercialización.
Adquirir un interfaz amigable al usuario y utilizando la tecnología más actuales en el desarrollo de la pagina web.	Se utiliza en informática esta noción sirve para señalar a la conexión que se da de manera física a nivel de utilidad entre dispositivos y sistemas	Está compuesta por el contacto entre el usuario y el equipo a utilizar.
Enunciar el contenido de los productos comprados de una manera que sea accesible, dinámica y fácil.	En marketing es todo bien o servicio que una empresa produce con el propósito de comercializarlo y satisfacer la necesidad del consumidor.	Material fabricado en la empresa o que existe para su venta.
Permitir a la empresa tener informes de los productos más vendidos en su página.	Realizar un escrito con el fin de comunicar y dar conocer cuáles son los productos con mas demanda	El texto se redacta con un lenguaje formal e informativo y a su vez concreto a lo que se quiere informar.

MOMENTO III

ORIENTACIÓN PROCEDIMENTAL

NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

Paradigma, enfoque, tipo y diseño de investigación

Para Sampieri (2010) el enfoque es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones que responden a un planteamiento del problema.

Por otro lado, Hernández, Fernández, & Baptista (2006), definen el enfoque cuantitativo como aquel que “usa la recolección de datos para comprobar la hipótesis con base en la medición en números y un estadístico descriptivo para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (p. 16)

Según Muñoz (2001), para elaborar los instrumentos de recolección de información, se validó el concepto que según manifiesta que para la investigación cualitativa y cuantitativa, se utiliza; encuestas y entrevistas estructuradas y no estructuradas como instrumentos y técnicas para la recolección de información. (p. 128).

Así mismo se define que el tipo de diseño de investigación es la entrevista cualitativa; ya que es tomado como un trabajo virtual en el que se intercambia información entre el autor y el usuario y de esta forma se logra interactuar con opiniones vinculada con el portal web para optimizar las ventas dentro del comercio electrónico.

Descripción del sistema

Son las aplicaciones y las herramientas que se utilizan para planificar, organizar y gestionar el proyecto complejo. Si bien cada uno de los elementos de un sistema puede funcionar de manera independiente, siempre formará parte de una estructura mayor.

Sistemas abiertos: Intercambian materia y energía con el entorno, mediante un proceso de entrada/ proceso/ salida. Los sistemas pueden ser físicos, como el sistema solar, o abstractos, como un software. La tendencia a nivel mundial es que el comercio electrónico será cada vez más importante. El e-commerce trae muchas oportunidades para las personas emprendedoras, ya que constituye una vitrina para llegar a potenciales clientes, así como a nuevos mercados; de este modo, consumare con éxito los pasos para diseñar el portal web de e-commerce:

1. Define tu propuesta de valor: para que el canal sea un éxito el ofrecimiento de costo debe ser muy clara y precisa
2. Asegurar que la página de e-commerce sea rentable; verificando que al realizar el primer paso proyectar la rentabilidad del portal, especificando los siguientes elementos que ayudarán a determinarla:
 - El costo fijo y variable de la plataforma.
 - Habrá alguien que implemente y opere el canal.

- Los costos asociados a la logística (almacenaje, alistamiento, proveedor logístico).
 - Los recursos tecnológicos y el personal para servicio al cliente.
 - La inversión en comercialización digital para llevar tráfico relevante a el portal web.
3. Sé cuidadoso al escoger la plataforma de tecnología; los costos y servicios que ofrece una plataforma de e-commerce, es equivalente al espacio que necesita para montar una tienda física, son muy relevantes.
 4. Seguidamente escoger el partner digital (nombre digital) de la plataforma; para encontrar una empresa de servicios digitales para que implemente tu sitio web en ella. Hay cuatro factores que debes tener en cuenta para escoger al partner ideal:
 - Experiencia completa en e-commerce, orientada a generar ventas.
 - Experiencia tanto en la implementación como en la operación del canal e-commerce.
 - Experiencia con empresas/productos de diferentes categorías.
 - Certificación en analítica digital.
 5. Determina la pasarela de pagos idónea; es importante conseguir un proveedor que gestione los pagos de tu tienda web. La pasarela de pagos gestiona todas las transacciones, para que los usuarios puedan pagar de forma segura, con diferentes métodos de pago.
 6. Abre la mente a una nueva logística; los modelos logísticos del retail físico no se adaptan al retail digital. Las dinámicas son diferentes.
 7. Cree un área de servicio al cliente; resulta esencial contar con canales de servicio al cliente que permitan generar tranquilidad en los usuarios y resolver todas sus dudas con rapidez y eficacia.
 8. Ten en cuenta que exhibir los productos es importante.
 9. Ojo, el diseño y el e-commerce son amigos; diseñar un portal web que optimicé las ventas implica construir una experiencia de compra que

logre enamorar a los visitantes de sus productos, y que sea eficiente y fácil.

10. El tráfico debe derivar en ventas; una vez que tu portal de e-commerce ha sido implementado, es necesario conseguir tráfico relevante que pueda convertirse en ventas.

“Una condición o necesidad de un usuario para resolver un problema o alcanzar un objetivo”. (Std 610.12-1900, IEEE: 62)

- Diseño centrado en el usuario, con previa presentación de estudios a usuarios meta, paletas de colores, tipografías, prototipos de diseño.
- Plantillas diseñadas idealmente sobre HTML5 y CSS3
- Compatibilidad para múltiples browsers y versiones
- Validación de código CSS y HTML.

Modelado

Existen distintos modelos de negocios, las cuales no siempre se presentan en estado puro, por lo general suelen darse en forma combinada. Para denominar los modelos se parte de dos entidades, business (empresa) con la inicial B y consumer (consumidor) con la inicial C.

Utilizando el número 2 como nexos en representación del vocablo *two* en inglés (a), se construyen las distintas denominaciones para representar los modelos. (Gaitán & Pruvost, 2001). En relación al tipo de negocio que se puede realizar, existen dos modelos principales: (Confederación de empresarios de Andalucía, 2006).

B2C (Business to Consumer); de empresa al consumidor, una actividad empresarial dirigida al consumidor, trata la venta de los productos y/o servicios a clientes no empresariales. Este tipo de e-business mejora el

servicio prestado a los clientes y genera oportunidad para elevar ventas e ingresos.

Ventajas del B2C

Para el cliente

- Información precisa de estado de compras.
- Comparación de precios ágil y rápida.
- Posibilidad de consulta de información muy detallada de los productos o servicios. (Catálogos electrónicos, vídeos, foros, etc.).
- Comprar a distancia, sin necesidad de desplazamiento.
- Compras más económicas.

Para la empresa

- Menor coste de infraestructura.
- Amortización a corto plazo.
- Mejoras en la gestión de stocks y disminución de niveles de inventario.
- Mayor aprovechamiento del recurso humano en área de compras.
- Expansión geográfica de mercado.
- Mejoras en la gestión de compras y proceso de ventas

B2B (Business to Business); de empresa a empresa, actividad empresarial dirigida a otras Empresas que pueden o no formar parte de la misma cadena de valor, alude a la automatización de la cadena de suministro y a la relación comercial entre empresas mediante medios electrónicos. Las soluciones de B2B brindan la oportunidad de reducir los costes y aumentar ingresos.

Una vez implantadas, con nuestro acceso a la herramienta mediante conexión a Internet, la empresa puede consultar a sus proveedores su

disponibilidad de existencias y efectuar un seguimiento de los pedidos a lo largo de la cadena de suministro. También agiliza notablemente el tiempo empleado en el proceso de contratación, ya que los pedidos a través de Internet se tramitan en tiempo real a través de la página Web, como podemos ver en muchos casos el famoso carrito de la compra virtual, en el que se compran artículos en el acto. Así se abaratan los costes del pedido, se pueden comunicar con otras empresas de lugares distantes, e incluso de otros países; por otra parte, el ahorro de tiempo es en sí un valor económico importante.

Ventajas del B2B

- En relación con el funcionamiento interno de la empresa:
- Reducción de Tiempo de aprovisionamiento
- Planificación de aprovisionamiento
- Necesidad de integración de todos los sistemas
- Reducción de inventarios
- Reduce los ciclos de fabricación

En relación con los clientes:

- Mejora del servicio a clientes
- Diferenciación de la competencia
- Permite el acceso a una mayor cantidad y diversidad de productos y servicios
- Comunicación entre cliente y proveedor

Con los proveedores:

- Permite una mayor internacionalización tanto de proveedores como de clientes, una empresa puede acudir a proveedores de otros

continentes que le ofrezcan mayor calidad y mejores precios o que simplemente tengan la materia prima que estaba necesitando.

En el Ciclo Económico:

- Reducción de costos
- Ampliación de los segmentos de mercado
- Intercambio de información para agilizar las transacciones
- Permite tener un mayor control sobre los costos, la calidad y los proveedores
- Hace más eficiente la cadena de valor (saca del medio a intermediarios que no agregan valor)
- Abaratamiento del proceso: menos visitas comerciales, proceso de negociación más rápido, etc. Por tanto, los compradores pueden pedir una reducción de precios en virtud del menor coste de gestión.

Diagrama UML (Casos de uso)

UML o lenguaje de modelo unificado es un lenguaje estándar para modelar sistemas creado por el object management group. Los casos de uso son una técnica para especificar el comportamiento de un sistema: “Un caso de uso es una secuencia de interacciones entre un sistema y alguien o algo que usa alguno de sus servicios.” Además ayudan a documentar el comportamiento del sistema desde el punto de vista del usuario. Por lo tanto determinan los requisitos funcionales del sistema, es decir, representan las funciones que un sistema pueda ejecutar.

Todo sistema de software ofrece a su entorno aquellos que lo usan una serie de servicios. Un caso de uso es una forma de expresar cómo alguien o algo externo aun sistema lo usa. Cuando se dice “alguien o algo”

hacemos referencia a que los sistemas son usados no sólo por personas, sino también por otros sistemas de hardware y software.

- El caso de uso capta alguna función visible para el usuario.
- El caso de uso puede ser pequeño o grande.
- El caso de uso logra un objetivo discreto para el usuario.

El caso de uso se obtiene hablando con los usuarios habituales y analizando con ellos las diferentes cosas que deseen realizar con el sistema. En 1994 Jacobson, diseñó un diagrama para la representación gráfica de los casos de uso. Los elementos son los siguientes:

Actor: un actor es un rol que desempeñan un usuario con respecto al sistema; además, un actor no necesariamente representa a una persona en particular, sino a la labor que realiza en el sistema.

Caso de uso: es una operación o tarea que se realiza por una orden de algún agente externo, este puede ser dada por un actor o por otro caso de uso.

- Asociación: indica la invocación desde un actor a un usuario.
- Generalización: Cumple una doble función dependiendo de su uso:

Relación actor:

- a. Garantizar el ingreso de productos nuevos entrantes al mercado o que simplemente se desean implementar en la empresa.
- b. Prueba un despliegue y detalles de los productos activos.
- c. Certifica el manejo total de todos los usuarios registrados.

Relación usuario:

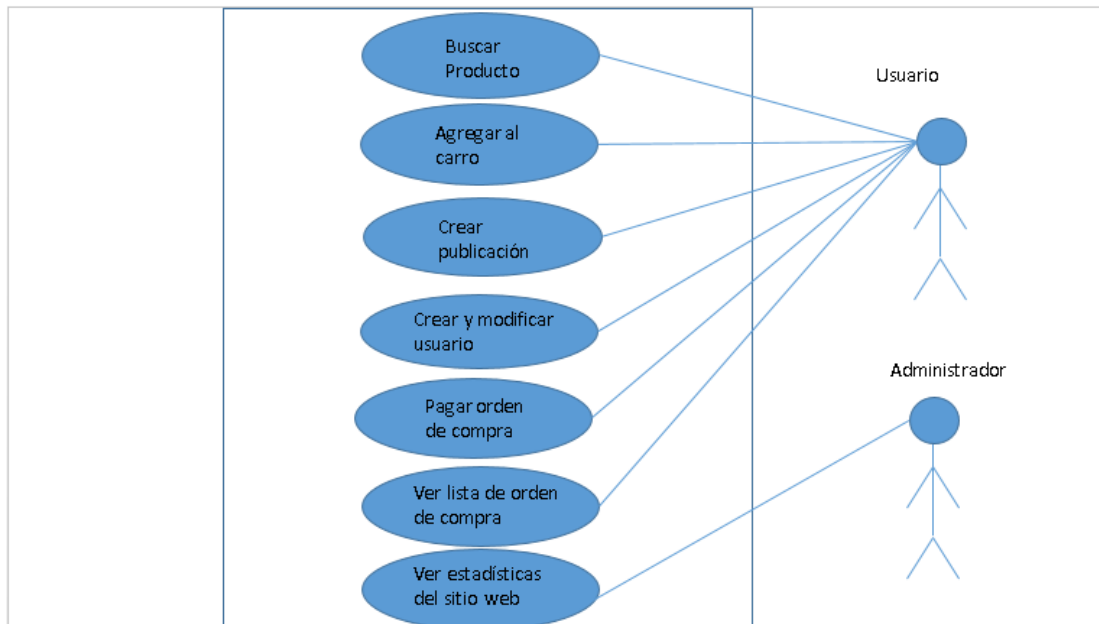
- a. Registro del usuario en la página web.

- b. Realizar compras de los productos.
- c. Actualizar, Ingresar y visualizar información de la cuenta.
- d. Obtener listado de productos favoritos.
- e. Consigue registro de los pedidos realizados.

El objetivo principal de los diagramas de casos de uso es capturar las funcionalidades de un sistema bajo influencias internas o externas. Para comprender plenamente las capacidades de este diagrama, he aquí los objetivos menores que se derivan del principal:

- Analizar e identificar los requisitos de un sistema
- Observar el sistema desde una perspectiva externa
- Comprender todos los factores externos e internos que pueden influir en el sistema
- Visualizar todas las interacciones entre los actores y el sistema

Explicación detallada de cada caso de uso



Requerimientos Técnicos

Los requerimientos ayudan a obtener un análisis y una especificación más detallada sobre lo que se desea obtener con el e-commerce, esto se logra a través de los requisitos que cumpla el sistema ayudando en cubrir las necesidades del cliente.

Para este efecto, se debe diseñar el sistema de Hardware y Software, esto consiste en, una vez identificados los objetivos del negocio, y conociendo las funcionalidades del sistema y habiendo desarrollado requerimientos precisos con respecto a la información ofrecida, se debe luego programar como se entregará esta funcionalidad, esto es ideando una especificación de diseño del sistema, describiendo los componentes principales, y para esto se necesita un diseño lógico y otro físico. (Oelkers, 2004).

Hardware

Disco duro externo; los discos duros almacenan todos los datos en su computadora, desde archivos hasta software. Sin embargo, un disco duro externo sirve como respaldo para cualquier accidente que pueda ocurrir en su computadora.

Esto es especialmente beneficioso para aquellas personas que desconfían de recursos como la nube para almacenar información o guardar carpetas importantes directamente en el disco duro de la pc.

Servidor de red: Un servidor de red es un equipo informático que se encarga de transferir información (bases de datos, archivos de texto, imágenes, videos) a otros ordenadores que están conectados a él. Podemos encontrar servidores web, servidor dedicado, servidores de audio y video, servidor de correo electrónico, servidor en la nube, entre otros.

Pero, si cuentas con poca inversión podrías considerar un servidor NAS (Network Attached Storage) que realiza funciones muy parecidas a los servidores de correo y almacenamiento web. Además, los equipos NAS también se pueden utilizar como servidores multimedia y te ofrecen tu propia nube en la red sin que Google u otra empresa pueda acceder a ellos.

Dispositivo móvil; habrá momentos en los que necesitarás responder llamadas profesionales y no querrás utilizar tu teléfono personal. En ese caso, conviene tener un número de trabajo para administrar el negocio con mayor profesionalidad. Desde tabletas hasta teléfonos celulares, es fundamental tener un dispositivo móvil que puedas llevar a cualquier momento e incluso, realizar toma fotográfica de buena calidad para aumentar el tráfico en las redes sociales de tu marca.

Software

- HTML (Lenguaje de marcas de hipertexto); Sus siglas corresponden a 'HyperText Markup Language', y es el principal lenguaje utilizado en las páginas webs. Con él se puede definir la estructura, añadir textos e imágenes, insertar objetos, definir etiquetas, etc.; y es el lenguaje de programación que da sentido a internet.
- HTML5 5ª versión del lenguaje de marcas de hipertexto Es la última versión del lenguaje HTML que se conoce. Entre las novedades que incorpora, destaca la modificación de la estructura web anterior de cabeza y cuerpo, a la que se le han añadido otras secciones como pie de página, artículos, comentarios, así como la integración de audio y vídeo.
- HTTPS Protocolo seguro de transformación Significa 'Hypertext Transfer Protocol Secure' (Protocolo Seguro de transferencia de Hipertexto) y es una combinación del protocolo HTTP y una encriptación de seguridad (SSL) que se emplea para lograr conexiones más seguras, muy útil para transacciones de pagos y otras informaciones sensibles que se realizan a través de una web. Su objetivo principal es garantizar a los usuarios que navegan que la página en la que se encuentran es segura y actúa de forma acorde a lo que dictan las normas actuales en internet.
- JAVA Lenguaje de programación para aplicaciones; Lenguaje de programación diseñado para generar aplicaciones en Internet. Este

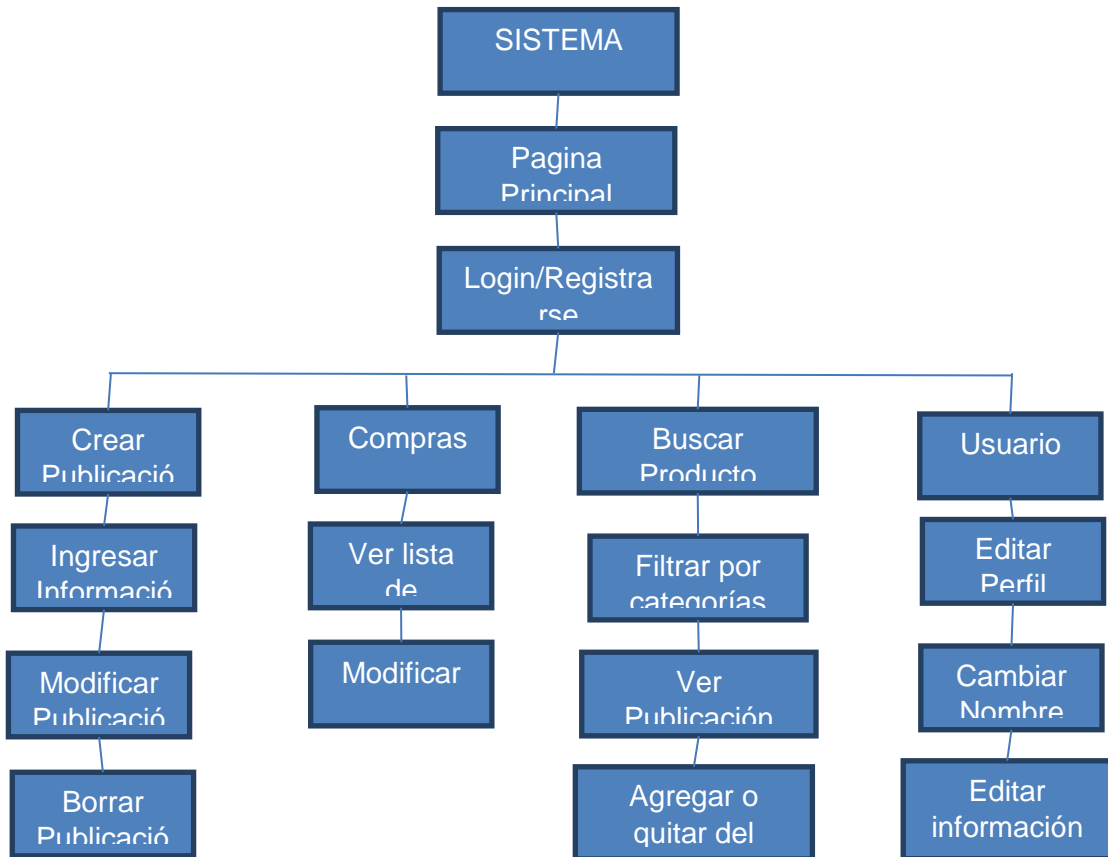
lenguaje ofrece características avanzadas, como el aumento de detalle en la animación y actualizaciones en tiempo real. JAVASCRIPT
Lenguaje de programación

- Javascript es un lenguaje de programación diseñado para realizar actividades tanto simples como complejas en páginas web. Es un error habitual confundir este lenguaje con Java, debido a las similitudes entre nombres, que tienen funciones similares o que uno es un subconjunto del otro; pero no tienen conexión alguna más allá de la casualidad en su nombre.
- Ambos se elaboraron con fines totalmente distintos, aunque es cierto que el lenguaje orientado al entorno web, el que nos ocupa, tiene ese nombre porque sus creadores intentaron aprovechar la seriedad y popularidad de Java.
- React: (también llamada React.js o ReactJS) es una biblioteca Javascript de código abierto diseñada para crear interfaces de usuario con el objetivo de facilitar el desarrollo de aplicaciones en una sola página. Es mantenido por Facebook y la comunidad de software libre. En el proyecto hay más de mil desarrolladores libres.
- React intenta ayudar a los desarrolladores a construir aplicaciones que usan datos que cambian todo el tiempo. Su objetivo es ser sencillo, declarativo y fácil de combinar. React sólo maneja la interfaz de usuario en una aplicación; React es la Vista en un contexto en el que se use el patrón MVC (Modelo-Vista-Controlador) o MVVM (Modelo-vista-modelo de vista). También puede ser utilizado con las extensiones de React-based que se encargan de las partes no-UI (que no forman parte de la interfaz de usuario) de una aplicación web.

- Node.js: es un entorno en tiempo de ejecución multiplataforma, de código abierto, para la capa del servidor (pero no limitándose a ello) basado en el lenguaje de programación JavaScript, asíncrono, con E/S de datos en una arquitectura orientada a eventos y basado en el motor V8 de Google. Fue creado con el enfoque de ser útil en la creación de programas de red altamente escalables, como por ejemplo, servidores web. Fue creado por RyanDahl en 2009 y su evolución está apadrinada por la empresa Joyent, que además tiene contratado a Dahl en plantilla.
- MySQL es un sistema de gestión de bases de datos relacional desarrollado bajo licencia dual: Licencia pública general/Licencia comercial por Oracle Corporation y está considerada como la base de datos de código abierto más popular del mundo, y una de las más populares en general junto a Oracle y Microsoft SQL Server, todo para entornos de desarrollo web.
- Windows (o cualquier otro sistema operativo): Windows es el nombre de una familia de distribuciones de software para PC, servidores, sistemas empotrados y antiguamente teléfonos inteligentes desarrollados y vendidos por Microsoft y disponibles para múltiples arquitecturas, tales como x86, x86-64 (x64) y ARM.
- Google Chrome (o cualquier otro navegador web): Google Chrome es un navegador web de código cerrado desarrollado por Google, aunque derivado de proyectos de código abierto. Está disponible gratuitamente. El nombre del navegador deriva del término en inglés usado para el marco de la interfaz gráfica de usuario.

Carta estructurada

Consiste en un diagrama jerárquico modular basado en una metodología de desarrollo de sistemas Top-Down, significa, partir de lo más general hacia lo más detallado. Es un proceso análogo al de armar un rompecabezas en el sentido de ver primero la imagen ver primero el concepto o la imagen general, y a partir de allí comenzar a detectar donde va cada pieza dentro de la imagen. La diferencia es el recorrido jerárquico y modular que se realiza en su elaboración.



Modelo Lógico

Básicamente, un modelo lógico es una forma sistemática y visual de presentar y compartir su comprensión de las relaciones entre los recursos que dispone para operar su programa, las actividades que planea realizar, y los cambios o resultados que espera obtener.

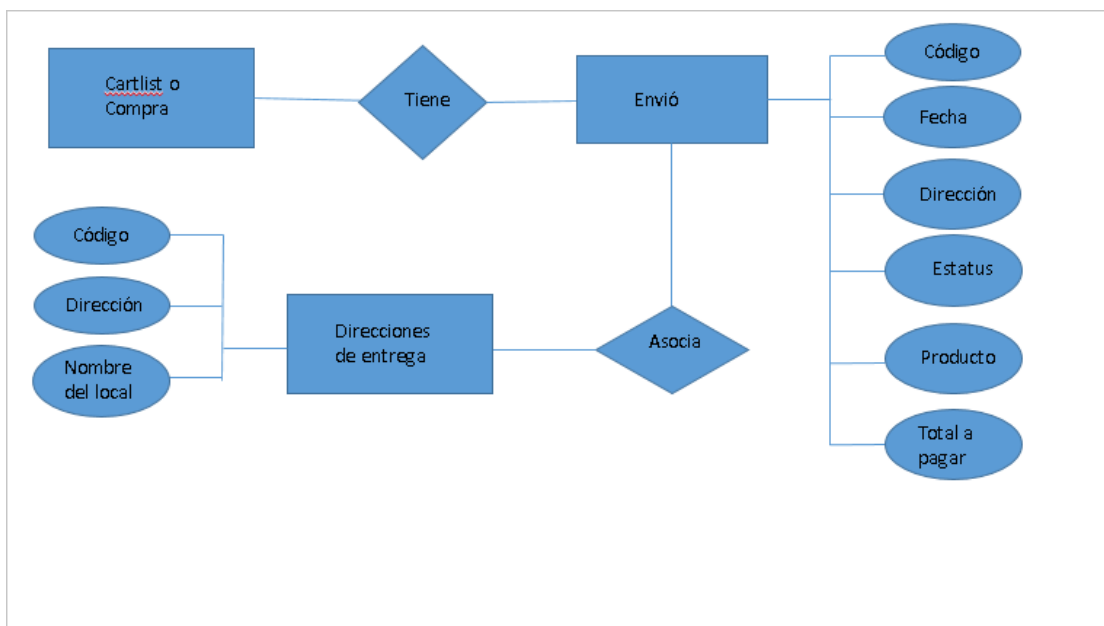
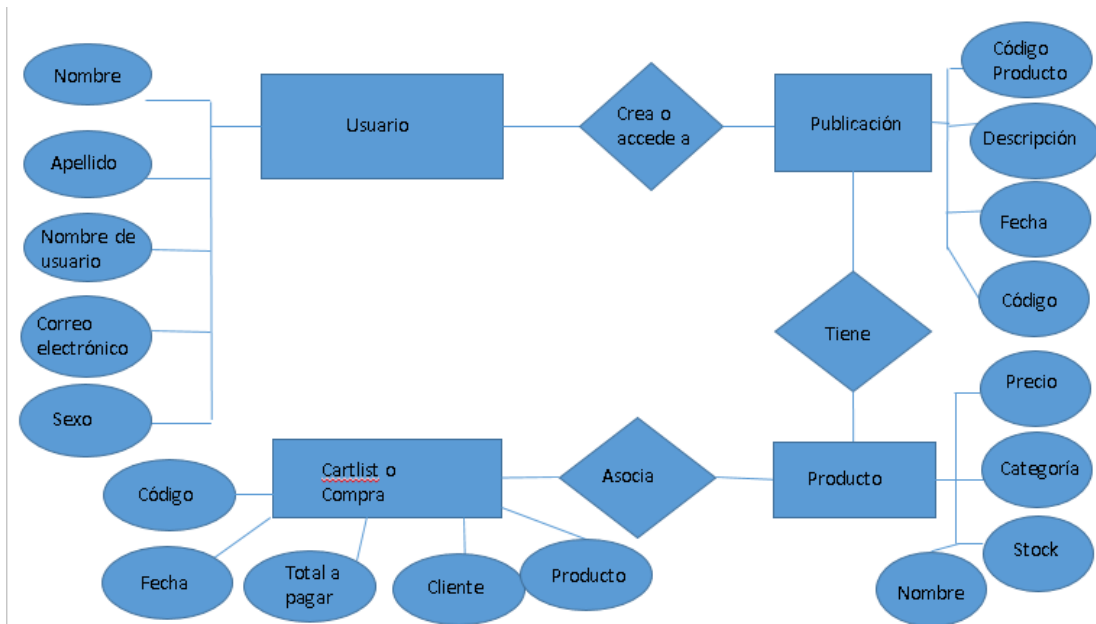


Diagrama Lógico

El diseño lógico, incluye diagramas de flujo de datos, mismo que contiene la descripción del sitio que va a ser utilizado para el comercio electrónico, las funciones de procesamiento de información que deben realizarse y las bases de datos que se utilizarán, de igual manera con el proceso de seguridad y respaldo de emergencia que se utilizarán, en conjunto con los controles del sistema. (Barroeta, 2015).



Diccionario de base de datos

Un diccionario de datos es un tipo de metadato que enlista de manera organizada los nombres, definiciones y características de cada uno de los campos o atributos de una base de datos y/o conjunto de datos. Tiene por objetivo proveer un lenguaje común entre el autor de dichos datos y sus posibles usuarios.

Nombre de Archivo: Tabla Users

Descripción: Tabla que contiene la información de los usuarios

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Idusers (PK)	10	Integer	Clave primaria e id del usuario
name	45	Carácter	Nombre del usuario
email	45	Carácter	Email del usuario
isAdmin	7	Carácter	Identifica si el

			usuario es admin o no
password	100	Carácter	Contraseña del usuario

Relación con: Tabla Cartlist, Tabla OrderDetails

Nombre de Archivo: Tabla Products

Descripción: Tabla que contiene la información de los productos

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Idproducts (PK)	10	Integer	Clave primaria e id del producto
name	45	Carácter	Nombre del producto
image	45	Carácter	Ruta de la imagen del producto
brand	45	Carácter	Marca del producto
category	45	Carácter	Categoría del producto
description	100	Carácter	Descripcion del producto
price	15	Double	Precio del producto
stock	15	Integer	Existencia del producto

Relación con: Tabla Cartlist, Tabla OrderDetails, Tabla MyProducts

Nombre de Archivo: Tabla ShippingAddress

Descripción: Tabla que contiene la información de la dirección de envío

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Id_shipping_address (PK)	10	Integer	Clave primaria e id de dirección de envío
direction	45	Carácter	Dirección del

			cliente
State (FK)	45	Integer	Clave foranea e id del Estado en donde vive el cliente
fullname	45	Carácter	Nombre completo del cliente

Relación con: Tabla Order, Tabla State

Nombre de Archivo: Tabla State

Descripción: Tabla que contiene la información de la dirección de envío

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Id_state (PK)	10	Integer	Clave primaria e id del Estado
name	45	Carácter	Nombre completo del Estado

Nombre de Archivo: Tabla PaymentMethod

Descripción: Tabla que contiene la información de los métodos de pago

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Id_payment_method (PK)	10	Integer	Clave primaria e id del método de pago
name	45	Carácter	Nombre del método de pago

Relación con: Tabla Order

Nombre de Archivo: Tabla Cartlist

Descripción: Tabla que contiene la información de lista del carro de un usuario

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Id_ cartlist (PK)	10	Integer	Clave primaria e id de la lista del carro
user (FK)	10	Integer	Clave foránea e id del usuario asociado
product (FK)	10	Integer	Clave foránea e id del producto asociado
qty	10	Integer	Cantidad del producto en carro

Nombre de Archivo: Tabla MyProducts

Descripción: Tabla que contiene la información de los productos publicados por un usuario

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Id_my_ products (PK)	10	Integer	Clave primaria e id de la publicacion
user (FK)	10	Integer	Clave foránea e id del usuario asociado
product (FK)	10	Integer	Clave foránea e id del producto asociado

Nombre de Archivo: Tabla Order

Descripción: Tabla que contiene la información de la orden de un usuario

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Id_order (PK)	10	Integer	Clave primaria e id de la order
shipping _address (FK)	10	Integer	Clave Foranea e id del lugar del envío

Payment_method(FK)	10	Integer	Clave Foranea e id del método de pago
Items_price	15	Double	Precio de los productos
shipping	15	Double	Tarifa de envío
taxation	15	Double	Tarifa de impuesto
total	15	Double	Total a pagar
isPaid	45	Carácter	Muestra si la orden está pagada o no
isPaidAt	15	Date	Fecha en que fue pagada la orden
Delivered (FK)	10	Integer	Clave foranea e id del estado de entrega
User (FK)	10	Integer	Clave foránea e id del usuario asociado
Date	15	Date	Fecha en que fue registrada la orden

Relación con: Tabla OrderDetails, Tabla DeliverState

Nombre de Archivo: Tabla DeliverState

Descripción: Tabla que contiene la información del estado de entrega

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Id_DeliverState (PK)	10	Integer	Clave primaria e id del estado de entrega
isDelivered	45	Carácter	Muestra si la orden está entregada o no
isDeliveredAt	15	Date	Fecha en que fue entregada la orden

Nombre de Archivo: Tabla OrderDetails

Descripción: Tabla que contiene la información de lista de la orden de un usuario

Campo	Tamaño	Tipo de Dato	Descripción
Id_details_order(FK)	10	Integer	Clave foránea e id de la orden asociada
qty	10	Integer	Cantidad del producto pedido
product (FK)	10	Integer	Clave foránea e id del producto asociado

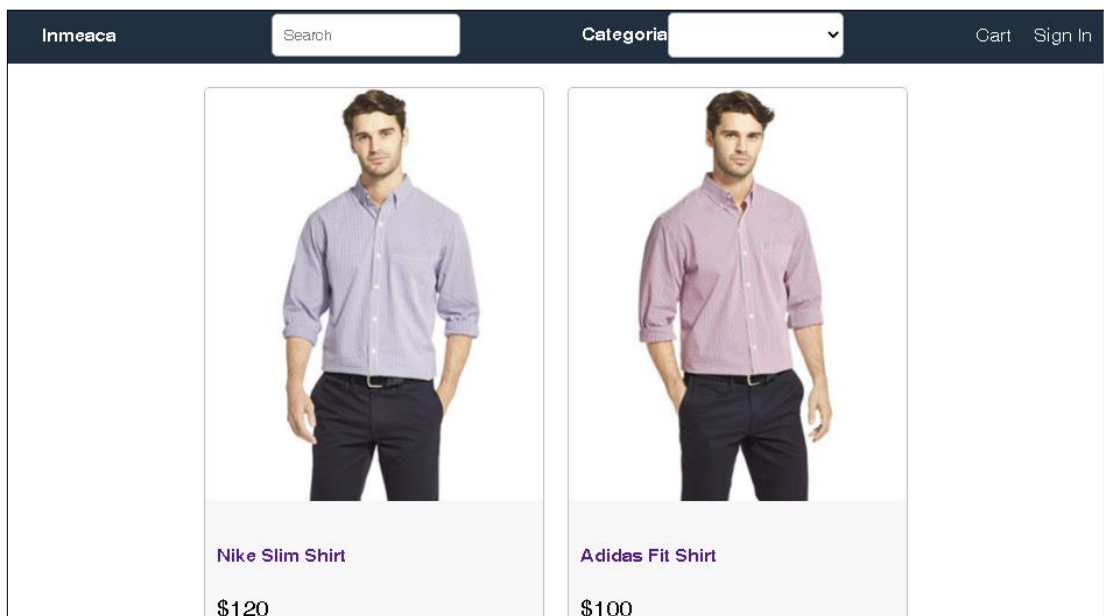
MOMENTO IV

DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SISTEMA

Ingreso al Sistema

El siguiente manual esta realizado para el sitio web de ventas de la empresa Industrias Metalúrgica Águila, C.A. Este sistema fue desarrollado con el lenguaje de programación JavaScript, más específicamente los frameworks React y Node.js.

Al entrar en la página web seremos recibidos por la primera vista del sitio web, nuestra página de inicio. En ella nos encontraremos una barra de navegación en la que veremos el nombre de la empresa, además de una barra de búsqueda y un filtro de productos por categoría, esto lo podemos apreciar mejor en la siguiente imagen:



Fuente: Elaboración Propia

Para usar la barra de búsqueda anteriormente mencionada solo necesitamos mover el cursor, dar clic y escribir el nombre del producto que deseamos buscar, de esta manera solo aparecerán en la pantalla aquellos productos que coincidan con el nombre que ingresamos. En el caso del filtro de búsqueda, debemos mover el cursor hacia él, presionar clic y seleccionar alguna de las categorías de producto disponibles. Al igual que con la barra de búsqueda, se mostrara solo aquellos productos que coincidan con la categoría seleccionada.

Además de la barra de búsqueda y el filtro, también tenemos en la barra de navegación las acciones de Cart y Sign In



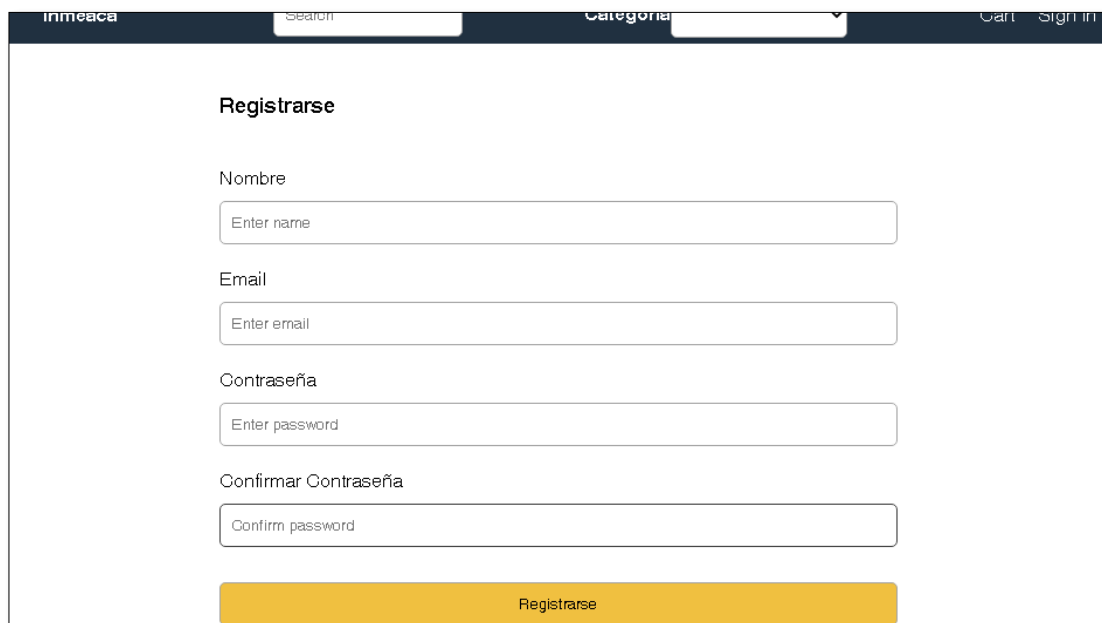
Fuente: Elaboración Propia

En el caso de la segunda acción, al hacer clic en Sign In, se nos llevara a una nueva vista en donde podremos iniciar sesión con nuestro usuario personal para el sitio web.

A screenshot of a 'Sign In' page. At the top, there is a dark blue navigation bar with 'Inmeaca', a search input, a category dropdown, and 'Cart' and 'Sign In' links. Below the navigation bar, the page has a white background. The title 'Sign In' is centered. Below the title, there are two input fields: 'Email' with the placeholder 'Enter email' and 'Contraseña' with the placeholder 'Enter password'. Below these fields is a yellow button with the text 'Sign In'. At the bottom of the form area, there is a link that says 'Cliente Nuevo? Crea tu cuenta'. At the very bottom of the page, there is a dark blue footer with the text 'All Right Reserved'.

Fuente: Elaboración Propia

Para iniciar con nuestro usuario solo debemos ingresar en los datos solicitados, es decir nuestro correo y contraseña, y finalmente presionar en el botón de Sign In. Al hacer esto se nos redigira a la página de inicio pero con nuestra sesión iniciada. En caso de no tener una cuenta registrada, debemos presionar en link que dice “Crea tu Cuenta”. Al hacer esto se nos redigira a una vista en donde deberemos llenar un formulario de registro. Esto se puede apreciar en la siguiente imagen:

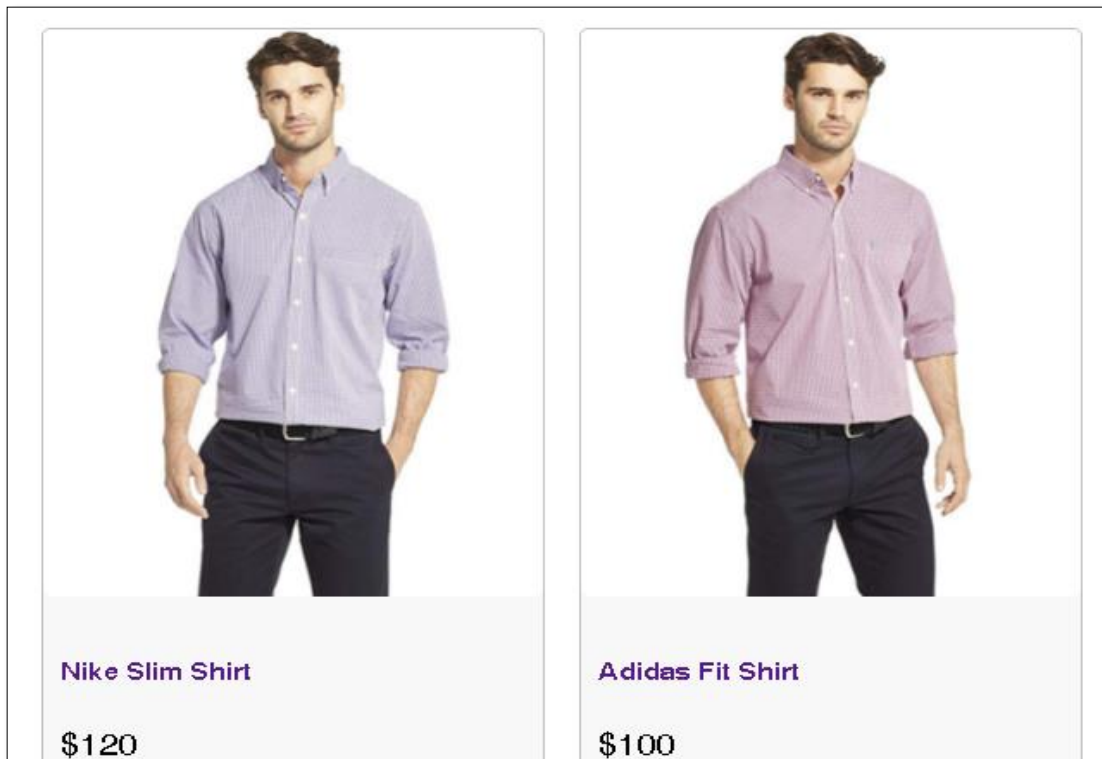


The image shows a web registration form titled "Registrarse". At the top, there is a navigation bar with the text "Inmeaca" on the left, a search input field, a "Categoría" dropdown menu, and "Cart" and "Sign In" links on the right. The registration form itself is centered and contains the following elements: a title "Registrarse", a "Nombre" label followed by an input field with the placeholder "Enter name", an "Email" label followed by an input field with the placeholder "Enter email", a "Contraseña" label followed by an input field with the placeholder "Enter password", and a "Confirmar Contraseña" label followed by an input field with the placeholder "Confirm password". At the bottom of the form is a prominent yellow button labeled "Registrarse".

Fuente: Elaboración Propia

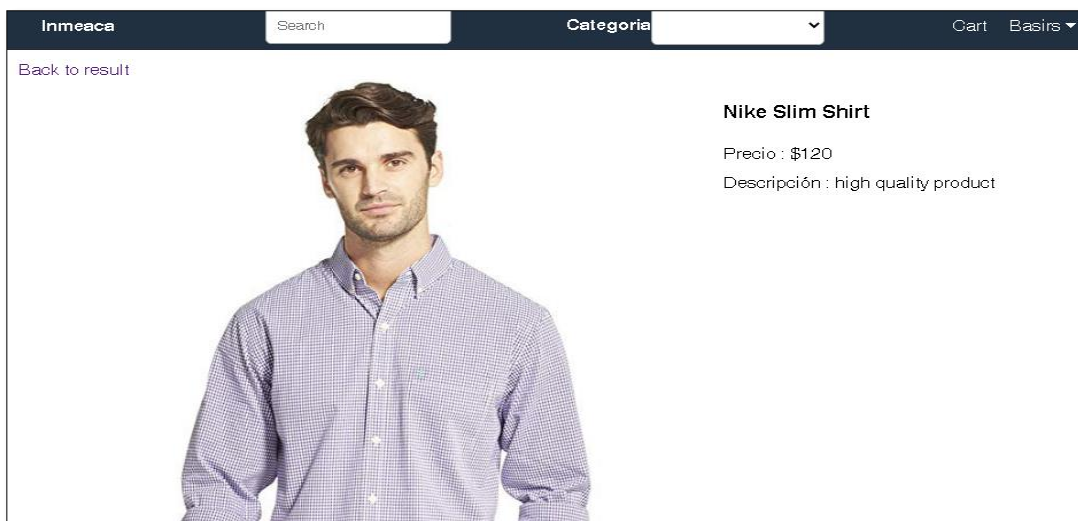
Para registrarse solo debemos llenar el formulario con los datos solicitados y finalmente presionar el botón de “Registrarse”. Al hacer esto se nos redigira a la página de inicio pero con nuestro usuario iniciado.

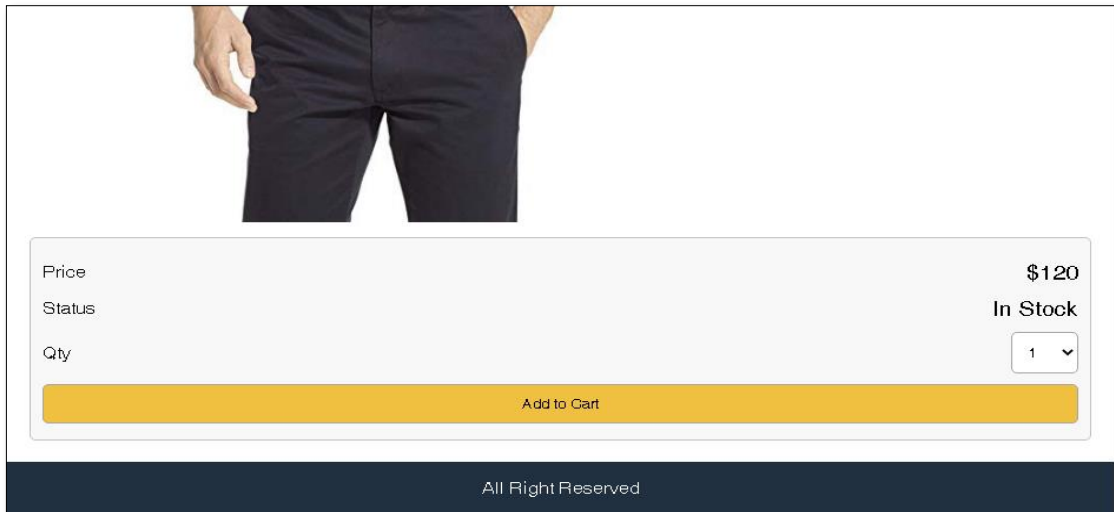
Ahora como se pudo apreciar anteriormente, en la página de inicio se pueden observar los distintos productos ofrecidos al público.



Fuente: Elaboración Propia

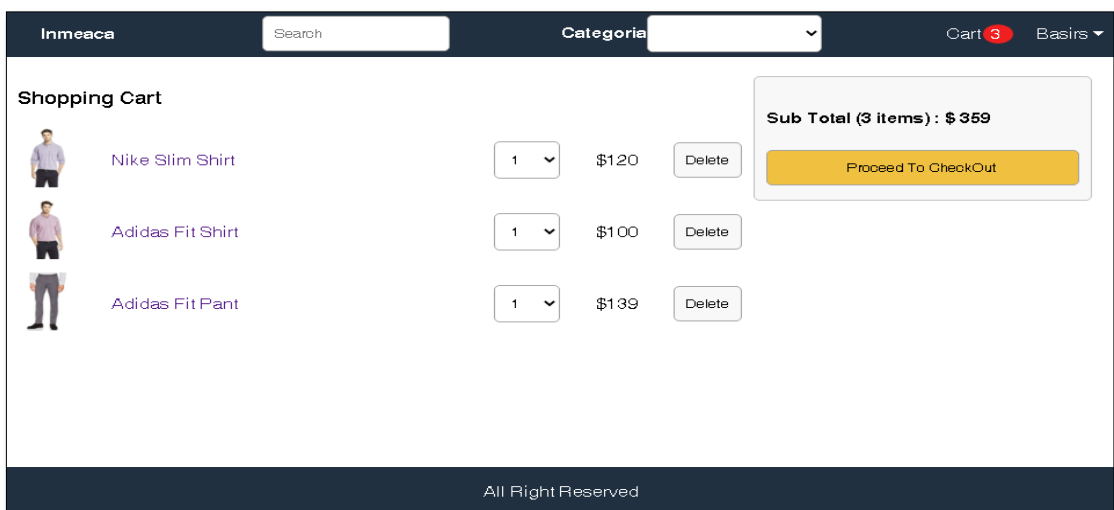
En caso de querer ver la información del producto más detalladamente o incluso agregar al carro simplemente debe darle clic al producto deseado y será redirigido a una vista exclusiva para el producto, como se muestra a continuación.






Fuente: Elaboración Propia

En esta vista podemos ver el precio del producto, su descripción, su estatus (disponible o agotado), y cantidad que se desea ordenar. En el caso de no estar interesado en el producto se puede presionar en el link “Back to result”. En caso de querer añadir al carro se debe presionar en el botón de “Add to Cart”. Al hacer esto se nos redigira a una vista en donde podremos observar todos nuestros productos añadidos al carro.



Fuente: Elaboración Propia

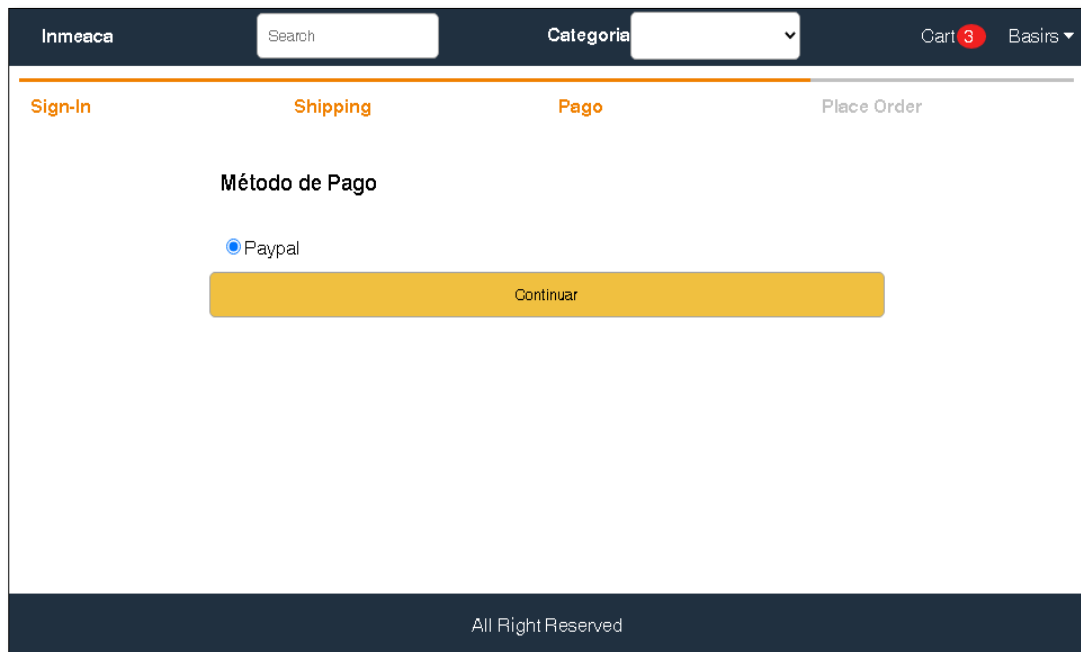
Siempre que queramos acceder a esta vista podemos hacerlo clickeando en “Cart” en nuestra barra de navegación. Dentro de esta vista además de ver nuestros productos en carro y su precio, podemos también eliminarlos por medio del botón Delete, u ordenar una menor o mayor cantidad por medio del componente desplegable numérico al lado izquierdo del precio. En la parte superior derecha se nuestro el precio total de todos los productos añadidos en carro junto un botón que nos permite confirmar nuestro pedido. Si hacemos clic en él se nos dirigirá a la siguiente vista.



The screenshot shows a web application interface with a navigation bar at the top containing four items: "Sign-In", "Shipping" (highlighted in orange), "Pago", and "Place Order". Below the navigation bar, the main content area is titled "Dirección de Envío". It contains three input fields: "Nombre Completo" with the placeholder text "Ingrese Nombre Completo", "Dirección" with the placeholder text "Ingrese Dirección", and "Estado" with the placeholder text "Ingrese Ciudad". Below these fields is a prominent yellow button labeled "Continuar". At the bottom of the page, there is a dark blue footer with the text "All Right Reserved".

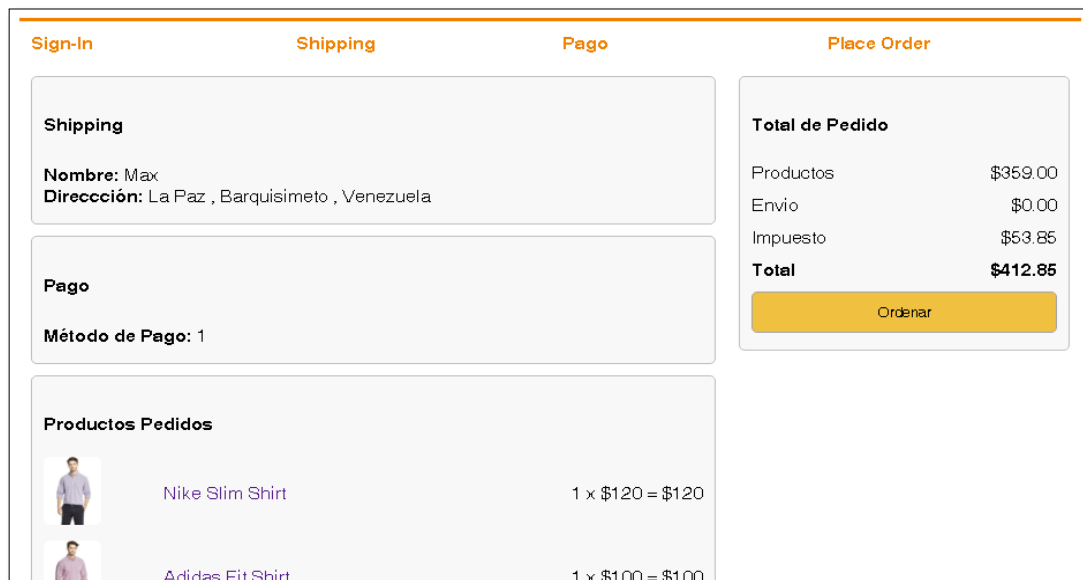
Fuente: Elaboración Propia

En esta vista debemos llenar un formulario que nos pide los datos de la dirección de envío de los productos junto al nombre del comprador luego de llenar los datos solicitados se debe presionar el botón continuar. Se nos recibirá en la siguiente vista



Fuente: Elaboración Propia

En esta simplemente debemos seleccionar el método de pago a utilizar, para esto solo se debe hacer clic en la opción deseada y luego presionar el botón continuar. Se nos redirigirá a la siguiente pagina



Fuente: Elaboración Propia

En esta vista podemos ver todos los datos de la orden (productos y su precio, método de pago, y dirección de envío). En la parte derecha superior se nos muestra el precio total de pedido (impuestos, costo de envío, precio de productos). Para confirmar la orden se debe presionar en Ordenar. Se nos lleva a la siguiente vista.

Order 9


Shipping

Nombre: Max
Dirección: La Paz , Barquisimeto , Venezuela

Pago

Método de Pago: Paypal
Orden sin pagar

Productos Pedidos

	Nike Slim Shirt	1 x \$120 = \$120
---	-----------------	-------------------

Total de Pedido

Productos	\$359
Envío	\$0
Impuesto	\$53.85
Total	\$412.85

Pagar

Fuente: Elaboración Propia

Esta vista es idéntica a la anterior con la única diferencia que en la parte central izquierda no se muestra solo el método de pago sino también si la orden está pagada o no. Si deseamos pagar solo presionamos en el botón "Pagar".

Order 9


Shipping

Nombre: Max
Dirección: La Paz , Barquisimeto , Venezuela

Pago

Método de Pago: Paypal
Orden pagada el: 10/11/2021 12:18:49 p. m.

Productos Pedidos

	Nike Slim Shirt	1 x \$120 = \$120
---	-----------------	-------------------

Total de Pedido

Productos	\$359
Envío	\$0
Impuesto	\$53.85
Total	\$412.85

Fuente: Elaboración Propia

Esto hace que nos aparezca la orden ahora con la fecha y hora del pago. En caso de querer ver nuestro historial de ordenes pagadas o no, simplemente debemos mover el cursor al menú desplegable en nuestro nombre de usuario que se encuentra en la barra de navegación como se puede ver a continuación:

Inmeaca

Categoria ▼
Cart Basirs ▼

Order 9

Shipping

Total de Pedido

- Sign Out
- Order History
- User Profile
- Add Product
- My Products

Fuente: Elaboración Propia

Si clickeamos en Order History se nos mostrara la siguiente vista:

Order History					
ID	DATE	TOTAL	PAID	DELIVERED	ACTIONS
1	No Date	412.85	No Pagado	No entregado	Details
2	No Date	412.85	No Pagado	No entregado	Details
3	No Date	412.85	No Pagado	No entregado	Details
4	No Date	412.85	No Pagado	No entregado	Details
5	No Date	412.85	No Pagado	No entregado	Details
6	No Date	412.85	No Pagado	No entregado	Details
7	No Date	412.85	No Pagado	No entregado	Details
8	7/10/2021 7:20:56 p. m.	412.85	Pagado	No entregado	Details
9	10/11/2021 12:18:49 p. m.	412.85	Pagado	No entregado	Details

Fuente: Elaboración Propia

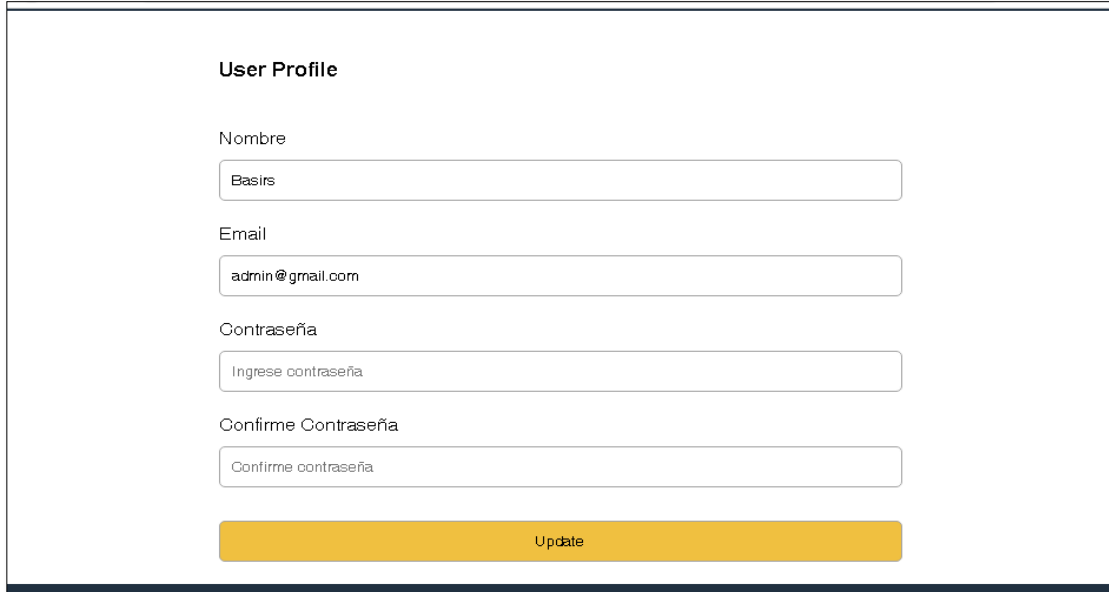
En esta podemos ver el código de Orden, la fecha en que fue pagada (en caso de que se haya pagado), el total, y el status de pago o entrega. Si queremos ver más a fondo los detalles de cada orden solo debemos clicar en el botón Detalles que nos llevara a las vistas anteriores con todo los datos de orden.

Además de la opción de ver nuestro historial de órdenes, también tenemos muchas otras en el menú de Usuario

The screenshot shows a user interface with a dark blue header. On the left, it says 'Inmeaca' and has a search bar. In the center, there is a 'Categoria' dropdown menu. On the right, there is a 'Cart' button with 'Basirs' next to it. Below the header, there is a white box containing 'Order 9'. To the right of this box is a dark blue vertical menu with the following options: 'Sign Out', 'Order History', 'User Profile', 'Add Product', and 'My Products'. Below the 'Order 9' box, there are two white boxes: 'Shipping' on the left and 'Total de Pedido' on the right.

Fuente: Elaboración Propia

Si por ejemplo clickeamos en la opción de User Profile se nos llevara a una vista que nos permite modificar nuestros datos de usuario.



The screenshot shows a 'User Profile' form with the following fields and a button:

- Nombre:** Input field containing 'Basirs'.
- Email:** Input field containing 'admin@gmail.com'.
- Contraseña:** Input field with placeholder text 'Ingrese contraseña'.
- Confirme Contraseña:** Input field with placeholder text 'Confirme contraseña'.
- Update:** A prominent yellow button at the bottom.

Fuente: Elaboración Propia

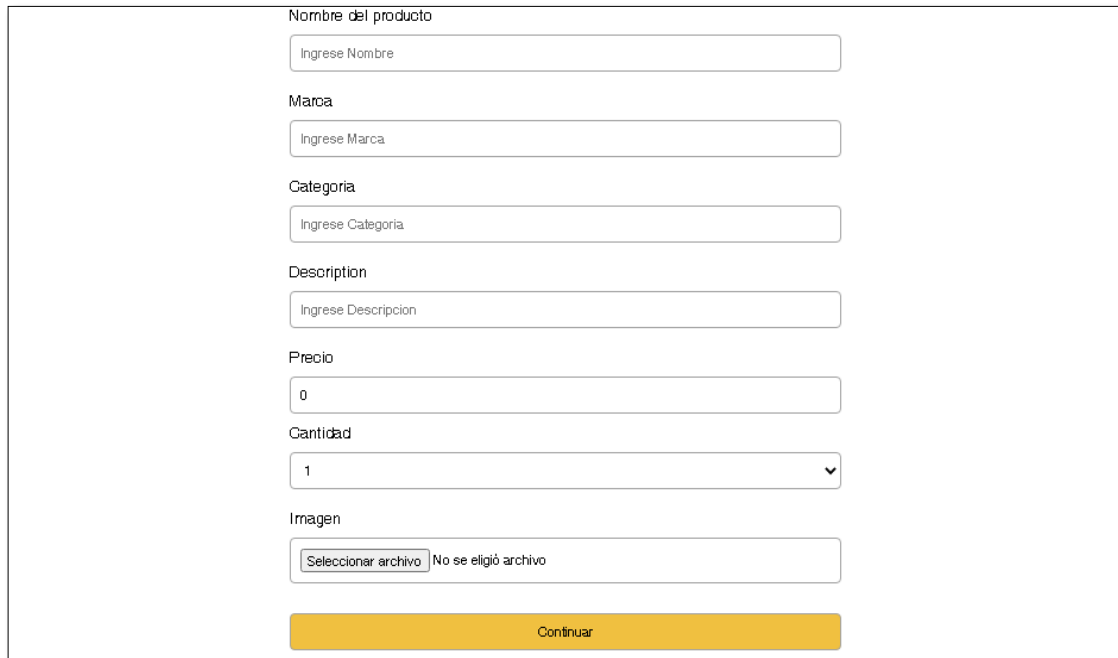
Para esto simplemente debemos ingresar el nuevo nombre de usuario que queremos, junto a nuestro email y contraseña, para finalizar debemos simplemente presionar en el botón Update.

Otra de las opciones en el menú es la de Add Product.



Fuente: Elaboración Propia

Esta permite publicar un producto que se desea vender. Para esto se nos redirige a una vista con un formulario en el que ingresaremos todo los datos del producto a publicar incluyendo una fotografía:



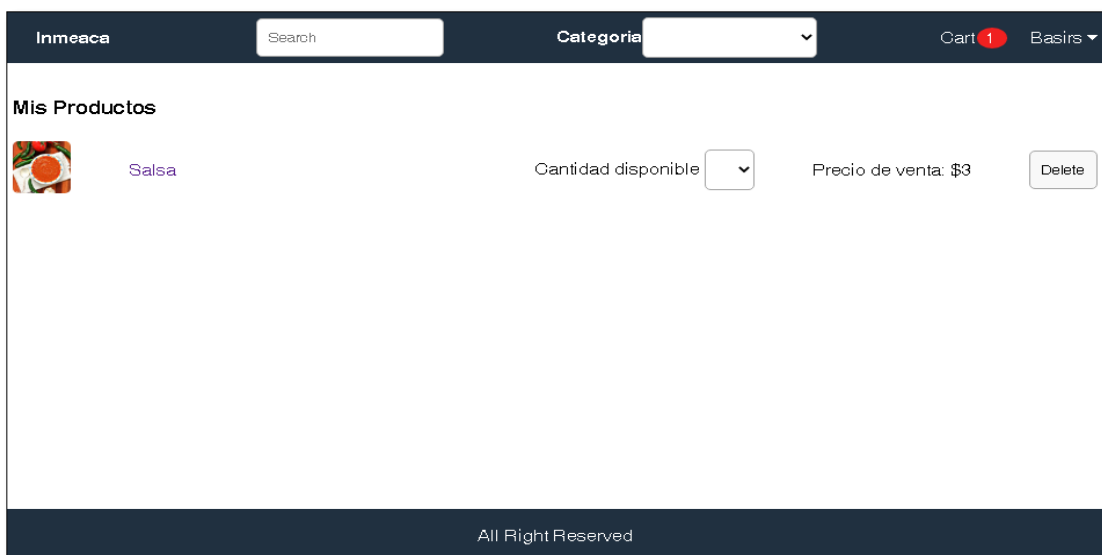
Formulario de publicación de un producto con los siguientes campos:

- Nombre del producto: Ingrese Nombre
- Marca: Ingrese Marca
- Categoría: Ingrese Categoría
- Description: Ingrese Descripción
- Precio: 0
- Cantidad: 1
- Imagen: Seleccionar archivo (No se eligió archivo)

Botón Continuar

Fuente: Elaboración Propia

Al presionar el botón Continuar se nos llevara a una vista en donde se muestran todos nuestros productos publicados:



Vista de Mis Productos en la aplicación Inmeaca. El encabezado muestra el nombre de la aplicación, un campo de búsqueda, un menú de categorías, un carrito con 1 ítem y un menú de usuario. El contenido principal muestra un producto llamado Salsa con una imagen, un precio de venta de \$3, un botón de eliminar y un selector de cantidad disponible.

Header: Inmeaca Search Categoría Cart 1 Basirs

Mis Productos

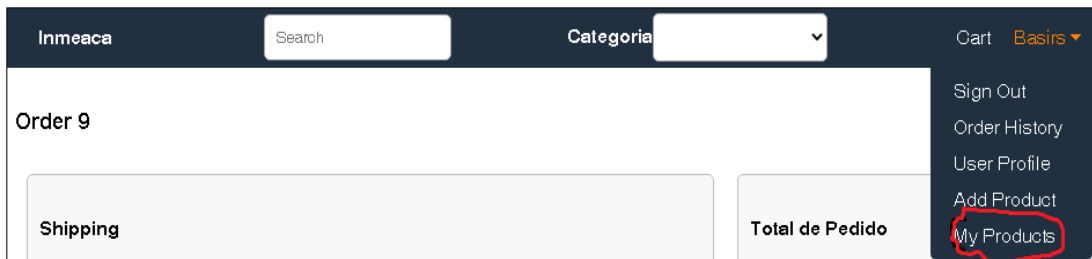
Salsa Cantidad disponible Precio de venta: \$3 Delete

Footer: All Right Reserved

Fuente: Elaboración Propia

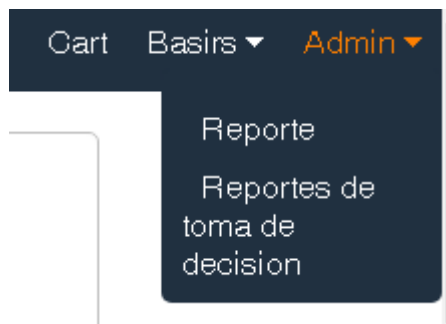
Tenemos la opción de eliminar nuestra publicación por medio del botón Delete, igualmente podemos modificar la cantidad disponible con el componente desplegable al lado izquierdo del precio de venta

Esta vista también se puede acceder por medio de la opción My Products en el menú de usuario.



Fuente: Elaboración Propia

Este es el menu de admins, solo accesible para los usuarios con este rol. En el se nos permite acceder a los reportes



Fuente: Elaboración Propia

Tenemos dos tipos de reportes, de selección y toma de decisión. En el primer caso al hacer clic se tiene acceso a la siguiente vista:

Inmeaca Search Categoria Cart Basirs Admin

- Reporte de categoría
- Reporte por marca
- Reporte por precio

Fuente: Elaboración Propia

Estas son las opciones disponibles de reporte de selección, al hacer clic en una se pedirá el parámetro correspondiente a la opción (categoría, marca, precio), luego de eso se nos dara un reporte de productos que coincida con la categoría:

Inmeaca Search Categoria Cart Basirs Admin

Reporte por Categoría

ID	NOMBRE	CATEGORIA	MARCA	PRECIO	ACTIONS
4	Nike Slim Pant	Pants	Nike	78	Details
5	Puma Slim Pant	Pants	Nike	65	Details
6	Adidas Fit Pant	Pants	Adidas	139	Details

Fuente: Elaboración Propia

Estas son las opciones disponibles de reporte de toma de decisión, al hacer clic en una se pedirá un rango de fecha, luego de eso se nos dará un reporte de órdenes que coincida con la fecha:

Reporte de ganancias

Reporte de entregas

Reporte de ordenes registradas

Reporte de ordenes cobradas

Reporte por Ganancias

ID	TOTAL	FECHA	ACTIONS
7	600	2021-11-14T04:00:00.000Z	Details
8	412.85	2021-05-05T04:00:00.000Z	Details
9	412.85	2021-05-07T04:00:00.000Z	Details
10	138	2021-11-19T04:00:00.000Z	Details

Ganancias Totales desde 2021-05-05 hasta 2021-11-19: 2477.1000366210938\$

Al hacer clic en el botón “Details” se nos llevara a la orden correspondiente

La última opción del menú Admin, “Mantenimiento”, es el módulo de mantenimiento que nos permite respaldar nuestra base de datos. Para esto se nos lleva a una vista en donde solo debemos presionar el botón “Respaldar”, y así nuestros datos estarán respaldados



Inmeaca

Search

Presione para respaldar la base de datos

Respaldar

CONCLUSIONES

En definitiva, la idea de desarrollar un portal web para la promoción y venta de diferentes productos es rentable y beneficiosa para la industria, considerando que con los avances tecnológicos que han surgido en el mundo entero ha estimulado grandes cambios dramáticos en lo que se refiere al mercado en general (compra y venta de bienes), reiterando que el internet constituye en sí un sistema integral y globalizante en la vida cotidiana del ser humano y que resulta lógico invertir económicamente, de esta manera generar la máxima rentabilidad en el mercado que se desenvuelve.

Efectivamente Venezuela ha visto el contagio de internet y la evolución considerablemente en los últimos años y sobretodo con la problemática que estamos viviendo actualmente se dio la oportunidad de implementar las ventas vía online; es decir, las visitas a las tiendas, centros comerciales y hasta las industrias productoras de algún bien o productos, han tenido que realizar innovaciones para poder mantener su establecimiento de pie. En una perspectiva general, las empresas están concibiendo la tecnología de información y comunicación como instrumentos que aportan el logro de sus objetivos, esta situación resulta observable tanto en el plano técnico, con la aparición de aplicaciones basadas en entornos de espacio virtual, como en el mercado, gracias al desarrollo de diversos elementos y sistemas de TIC, como las aplicaciones multimedia, portal web, entre otras.

Con la implementación del sistema se tendrá un beneficio en el manejo de información de las ventas, además de estadísticas, clientes y productos actualizados en línea, logrando aumentar el flujo de clientes de calidad, y sus ventas. Con la propuesta de marketing en línea se perfecciona

que es una fuente muy poderosa de llegar a los potenciales clientes y sin mayor esfuerzo físico, ya que actualmente la mayoría maneja los medios electrónicos con facilidad.

El desarrollo del presente trabajo me ha permitido ampliar los conocimientos en diversas tecnologías de información que aplican a tiendas virtuales; efectivamente Comprar en Internet es seguro, mientras se realice la compra en sitios web que tengan el certificado digital SSL, que nos garantiza la encriptación de los datos intercambiados entre la tienda virtual y el puente de pagos a través del canal seguro, no obstante, la certificación digital no nos protege de empresas inescrupulosas que se aprovechan para estafarnos en la compra del productos. Para evitar clientes fantasmas, bromas o pedidos falso, los métodos de pagó que se considerarán serán por medio online, transferencias o pago en tienda con un plazo establecido.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar una aplicación del sistema que funcionen en los sistemas operativos y Android para el uso en teléfonos inteligentes.
- Implementar una interfaz que permita agregar comentarios y compartir los productos en las redes sociales.
- El uso de sesiones para transferir datos codificados dentro de la web que se almacenan en el servidor y no cookies ya que estos son guardados en el cliente.
- Cuando se desarrolle un sistema web es recomendable implementarlo bajo un servidor local para realizar pruebas, y posibles modificaciones e implementaciones. Luego que se encuentre listo subirlo finalmente al servidor web.
- Incluir en todas las paginas enlaces a la página principal y hacia las principales secciones.
- Desarrollar el sistema para que sea compatible (pueda ser visualizada) con las versiones más recientes de los principales navegadores disponibles en el mercado.
- Actualizar la página web constantemente con nuevos productos manteniéndola viva y de esta manera no se pierda el interés de visitarla.
- Abrir la página web con diseños atractivos que no confundan al usuario y que vallan acorde a la imagen de la empresa.
- Controlar el exceso de información, y el rendimiento de la página (velocidad de carga en los navegadores).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- EL ECONOMISTA: obtenido de www.descifrado.com>economia, "Comercio electrónico en Venezuela ¿se acabaron las tiendas físicas?, 04 de julio 2021.
- REIBAN MORALES, M. (2012) "La plataforma de comercio electrónico, integra la web con los sistemas de información", obtenido de <https://dspace.upps.edu.ec/bitstream/123456789/4241/1/UPS-CTO02603.pdf>.
- CISNEROS, E. (2018). Marketing y ventas por internet.
- COOK, D. (2017) "Inicie su negocio en web"
- Casos de uso. (2014). (En Línea).casos de uso: obtenido de http://www-2.dc.uba.ar/materias/isoft1/2001_2/apuntes/CasosDeUso.pdf, (2014, noviembre,12).