

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERIA EN ELECTRICIDAD Y COMPUTACIÓN

**“COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES
BASADOS EN APLICACIONES CLIENTE SERVIDOR”.**

TESINA DE SEMINARIO

**Previo a la obtención del título de:
LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

Elaborado por:

- ❖ Yuly Diana López González.**
- ❖ Silvia Mariela Castillo Ortega.**

11 de Septiembre de 2013

Guayaquil-Ecuador

DEDICATORIA

Dedico este trabajo especialmente a Dios, porque me permitió llegar hasta este momento tan significativo en mi etapa profesional, A mi madre, por ser la persona más importante en mi vida, y es quien ha estado junto a mi durante toda mi carrera profesional, por demostrarme cada día su amor y cariño incondicional, A mi director de tesis, que me brindo su tiempo y su apoyo sincero y profesional a lo largo del desarrollo del proyecto.

Silvia Mariela Castillo Ortega

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por darme la vida, y la salud y poder sentir el logro tan especial de haber cumplido uno de mis sueños más grandes. A mi madre, la mujer que me ha apoyado todo estos años, y que ha permanecido a mi lado en cada momento de mi vida. A mi director de tesis que me brindo sus conocimientos y experiencia en el desarrollo de esta tesis, y por ayudarme a que este momento llegara.

Silvia Mariela Castillo Ortega

Agradecimiento

A Dios, por permitirme obtener este título profesional. A mi mamá, por ser mi mejor amiga, mi consejera, mi compañera, mi conciencia, la luz que guía mi vida. A mi esposo, por ser mi más grande admirador, mi mejor amigo, mi consejero, mi amor. A mi papá y mis hermanos, por sus consejos, formación y confianza. A nuestro director de tesis, por ser contante en su labor de educador, por su motivación y apoyo. A mis maestros, a todos y cada uno de ellos porque a través de su enseñanza nos dedican parte de su vida. A la Escuela Superior Politécnica del Litoral, por ser parte importante de mi vida.

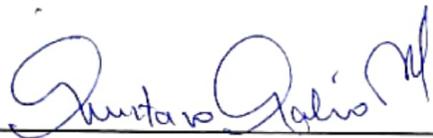
Yuly Diana López González

Dedicatoria

A mami. Por siempre estás en mis recuerdos y mi corazón. A mi familia y amigos. Por ser el soporte de mi vida. Por brindarme su amor incondicional, porque a través de ellos aprendo a conocer el mundo e interactuar con él.

Yuly Diana López González

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gustavo Galio Molina', written over a horizontal line.

GUSTAVO GALIO-MOLINA

PROFESOR DEL SEMINARIO DE GRADUACIÓN

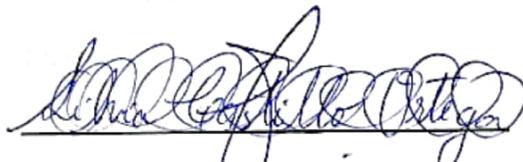
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nestor Arreaga', written over a horizontal line.

NESTOR XAVIER ARREAGA ALVARADO

PROFESOR DELEGADO POR UNIDAD ACADEMICA

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesina, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”



Silvia Mariela Castillo Ortega.



Yuly Diana López González.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
INTRODUCCIÓN	VII
CAPÍTULO 1.....	1
1. LA EMPRESA Y SU PRODUCTO	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. OBJETIVO GENERAL	3
1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.4. ALCANCE DEL PROYECTO	4
1.5. ANTECEDENTES	4
1.6. JUSTIFICACIÓN	5
1.7. PROBLEMÁTICA.....	6
1.8. SOLUCIÓN PROPUESTA	6
1.9. MISIÓN.....	7
1.10. VISIÓN	8
1.11. VALORES CORPORATIVOS	8
1.11.1. <i>Respeto</i>	8
1.11.2. <i>Honestidad</i>	8
1.11.3. <i>Compromiso</i>	8
1.11.4. <i>Profesionalismo</i>	9
1.11.5. <i>Calidad</i>	9
1.11.6. <i>Competitividad</i>	9
1.11.7. <i>Servicio</i>	9
CAPÍTULO 2.....	10
2. ANÁLISIS DEL MERCADO	10

2.1. INTRODUCCIÓN.....	10
2.2. COMPOSICIÓN DEL MERCADO.....	11
2.2.1. <i>Mercado primario</i>	12
2.2.2. <i>Mercado secundario</i>	12
2.2.3. <i>Cobertura Geográfica</i>	13
2.3. ANÁLISIS DE FUERZAS COMPETITIVAS	13
2.4. TIPO DE E-COMMERCE.....	15
2.5. MODELO DE NEGOCIO	16
2.6. CADENA DE VALOR	18
2.6.1. <i>Actividades primarias:</i>	20
2.6.2. <i>Actividades secundarias:</i>	22
2.7. DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE E-MARKETING.....	26
2.8. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.....	28
2.9. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	30
2.9.1. <i>Sitios Web Sociales:</i>	31
2.9.2. <i>Blogs colaborativos:</i>	32
2.9.3. <i>Intercambio de links:</i>	32
2.9.4. <i>Directorio de artículos:</i>	33
2.9.5. <i>Estrategia de Fidelización de clientes</i>	34
CAPÍTULO 3.....	37
3. ESTUDIO TÉCNICO	37

3.1. INTRODUCCIÓN	37
3.1.1. Administración y mantenimiento del Portal:	38
3.1.2. Codificación y formato de los contenidos del portal web:	39
3.2. ANÁLISIS DE REQUERIMIENTOS Y DISEÑO DEL PORTAL WEB	39
3.2.1. Análisis de requerimientos	39
3.3. NIVELES DE REQUERIMIENTO	42
3.3.1. Requerimientos del Usuario Cliente:	42
3.3.2. Administrador del Portal:	42
3.3.3. Visitante o internauta:	43
3.3.4. Usuarios Registrados:	43
3.3.5. Requerimiento del Sistema:	43
3.3.6. Tipos De Requerimientos Del Sistema:	44
3.4. CONTENIDO DEL PORTAL AESA	55
3.4.1. Esquema de Navegabilidad de PRESTASHOP	56
3.4.2. Estructura del Diseño Conceptual de AESA	57
3.4.3. Estructura del Diseño Lógico de AESA	58
3.4.4. Páginas principales del sitio web	59
CAPÍTULO 4	67
4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO, LEGAL Y SOCIAL	67

4.1. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	67
4.1.1. Organización	68
4.1.2. Actividades del equipo de trabajo.....	69
4.2. ANÁLISIS LEGAL	71
4.2.1. Propiedad Intelectual	72
4.2.2. Protección de Datos.....	76
4.2.3. Políticas para Condiciones generales de uso	77
4.2.4. Políticas para Condiciones de uso para la compra y venta en AESA.....	87
4.2.5. Políticas de privacidad.....	100
4.3. ANÁLISIS SOCIAL	106
CAPÍTULO 5.....	108
5. ESTUDIO FINANCIERO	108
5.1. INTRODUCCIÓN.....	108
5.1.1. Capital de Trabajo.....	109
5.1.2. Inversión Inicial.....	109
5.1.3. Proyección de ingresos por comisiones de ventas AESA ...	111
5.1.4. Presupuesto de Ingresos.....	111
5.2. ANÁLISIS FINANCIERO	111
5.2.1. Indicadores financieros	111
5.2.2. Riesgos e Intangibles.....	112
CONCLUSIONES	114
RECOMENDACIONES	115
GLOSARIO DE TERMINOS	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inversión Inicial.....	110
Tabla 2 Proyección de ingresos por comisiones de ventas AESA	111
Tabla 3 Presupuesto de Ingresos.....	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Modelo de las cinco fuerzas de M.Porter	14
Figura 2.2 Procesos de los modelos de negocio B2C	16
Figura 2.3 Identificación de la cadena de valor de AESA.....	19
Figura 2.4 Actividades en Cadena de Valor	19
Figura 2.5 Modelo de las Estrategias basados en la toma de decisiones	27
Figura 3.1 Contenido del Portal AESA.....	55
Figura 3.2 Esquema de Navegabilidad de PRESTASHOP	56
Figura 3.3 Estructura del Diseño Conceptual de AESA.....	57
Figura 3.4 Estructura del Diseño Lógico de AESA	58
Figura 3.5 Pantalla de Inicio AESA	59
Figura 3.6 Contáctenos AESA	60
Figura 3.7 Buscar AESA	61
Figura 3.8 Entrega AESA.....	62
Figura 3.9 Aviso Legal AESA	63
Figura 3.10 Condiciones de Uso AESA.....	64
Figura 3.11 Acerca de AESA.....	65
Figura 3.12 Pago Seguro AESA	66
Figura 4.1 Organigrama de AESA.....	68
Figura 5.1 Aporte Capital de Socios.....	109

INTRODUCCIÓN

La empresa AESA (Artesanías Ecuatorianas Sociedad Anónima), tiene como objetivo fundamental la comercialización de los productos que elaboran los pequeños y medianos artesanos que conforman las PYMES en la ciudad de Guayaquil, de manera inicial; y, del resto del país, conforme la demanda se extienda. Las distintas actividades ejecutadas se describen en cada uno de los capítulos de este documento.

En el primer capítulo se detalla la introducción en la cual se especifican los antecedentes de la empresa, misión, visión, la problemática por la que atraviesa el sector artesanal, y la aplicación de herramientas necesarias para mejorar la situación actual.

En el segundo capítulo se especifica el análisis de mercado en relación a la propuesta, proveedores, competencia en las industrias, productos sustitutos, clientes, amenaza de nuevos competidores, el modelo de negocio, y una amplia definición sobre el desarrollo de estrategias que podrán ser utilizadas.

En el tercer capítulo se describe el mapa del portal desarrollado, el estudio técnico y las necesidades funcionales de los usuarios, mediante el cual se conseguirá proporcionar un marco de referencia estructurado y definido; detallando el hardware y software necesarios para realizar el portal Web.

En el cuarto capítulo se detalla la información concerniente al Análisis Administrativo, Social y Legal en el cual se describen los términos y condiciones de uso que los usuarios podrán efectuar sobre los contenidos, herramientas y para explicar nuestras políticas de servicio y comercialización actuales.

En el quinto y último capítulo, detalla información referente al análisis de costo-beneficio que esta asociado al desarrollo de la propuesta, por medio de la determinación de costos relacionados con cada factor, entre ellos el VAN (valor actual Neto), y aspectos relacionados con la TIR (tasa interna de retorno), la cual presenta una rentabilidad promedio que nace por la ejecución de un proyecto de inversión.

CAPÍTULO 1

1. La Empresa y su Producto

1. 1. Introducción

La Industria artesanal del Ecuador se ha convertido en una fuente de ingresos considerable para los artesanos que viven de la elaboración y producción de artesanías.

Muchas de las limitaciones que afronta este sector micro empresarial, se enfoca en el poco o nulo apoyo recibido, para el mejoramiento de la producción y comercialización de sus productos, ya que no cuentan con las

facilidades para el servicio y la atención a sus clientes, lo que hace imposible que se obtengan suficientes ingresos por la venta de sus artesanías.

El avance y desarrollo tecnológico han incrementado a niveles asombrosos los intercambios de información, ampliando nuevas formas de publicidad para dar a conocer diversos productos en el mercado de una forma más innovadora. La creación de un catálogo virtual se ha considerado la manera más productiva y enmarcada en un concepto global, porque permitirá a los visitantes del portal incrementar la interactividad con el usuario, mejorar la adaptación a la identidad de la empresa, y una mayor relación calidad precio.

Basándonos en este marco, la compañía surge como una necesidad de trabajar directamente con las comunidades de artesanos del Ecuador, contribuyendo a la comercialización de sus productos, para lo cual este portal representará para los artesanos una nueva forma de promocionar sus productos, explotando las múltiples ventajas que tiene la tecnología, y al mismo tiempo mejorando su nivel de ingresos, proporcionando una mejor calidad de vida a su familia.

1.2. Objetivo general

Ofertar productos artesanales utilizando un catálogo on-line a través de un portal vertical con entrega local y pagos en línea.

1.3. Objetivos Específicos

- Alcanzar un 10% del mercado local en la venta de productos artesanales
- Incrementar las visitas a nuestro Portal en un 20% anual.
- Evaluar la marca de los productos artesanales competidores en el mercado
- Evaluar el nivel de satisfacción de los clientes para potenciar la cartera de clientes, para buscar posicionar la marca en el mercado.
- Motivar al menos al 10% de los usuarios a realizar sus compras online.
- Contribuir al mercado artesanal del Ecuador, para rescatar la identidad cultural promocionando sus productos en el portal.

1.4. Alcance del proyecto

- Proponer a los artesanos ecuatorianos, la aplicación de estrategias innovadoras de comercialización de productos artesanales a través del Portal Web.
- Permitir gestionar un catálogo de productos online realizando el seguimiento de sus transacciones.
- Recibir pedidos solicitados por la web, verificar el stock para un producto.
- Obtener una lista global de productos más vendidos, y un proceso seguro del pago por Internet.
- Contar con una aplicación para facilitar el comercio electrónico.

1.5. Antecedentes

En base a la observación directa, mediante un muestreo aleatorio, de los portales donde se expenden productos artesanales y por investigación informal en el portal, existe la percepción de que, en el mercado ecuatoriano, no se realiza una difusión de los productos que los artesanos elaboran frecuentemente. Existen algunos portales de venta de productos artesanales, como www.productosdecolombia.com, www.tiendadeartesanias.com.ar, con diferentes materiales y características; estos portales corresponden a

dominios de otros países, que exponen artesanías a nivel internacional. Los artesanos ecuatorianos, no han explotado este mercado, en relación a lo que exponen otros países, por lo que los productos artesanales no disponen de una difusión que permite un posicionamiento agresivo y permanente para otorgar la información necesaria para satisfacer las necesidades de los consumidores potenciales en función a los beneficios que ofrece la artesanía ecuatoriana. Nuestra compañía estará constituida por un grupo de emprendedores y surge de la necesidad de rescatar la identidad cultural y ancestral indígena, así como también promover la comercialización de las artesanías ecuatorianas a través de un Portal Web.

1.6. Justificación

La empresa surge de la necesidad de que los artesanos ecuatorianos cuenten con un proceso de comercialización de sus artesanías que les facilite la colocación completa de sus productos en el mercado, y esto les permita incrementar sus ventas y posicionarse dentro del mercado. La globalización exige a las pequeñas empresas actualizar sus canales de distribución para que no sean eliminados del mercado. Por consiguiente, el interés de este proyecto se plantea con el propósito de crear un Portal Web con enfoque a la comercialización de artesanías en una tienda on-line.

1.7. Problemática

En la actualidad, el sector micro empresarial artesanal representa un gran aporte cultural para el país, sin embargo hemos identificado que la comunidad artesanal vive una problemática enfocada directamente a la falta de apoyo que viven los artesanos para comercializar sus productos en el mercado, debido a que su gestión de venta se limita a la venta directa y no comúnmente usan como medios: la tecnología (data fast), y el emarketing que usa el internet con la finalidad de contactarse con los potenciales clientes, para promocionar y difundir sus productos y servicios. De acuerdo a lo antes expuesto los artesanos ecuatorianos llevan una reducida gestión de atención eficiente a los clientes, lo que implica que la venta de artesanías se haya vuelto una actividad comercial poco rentable para este sector, que en su gran mayoría desarrolla esta actividad para brindar el sustento a su familia.

1.8. Solución Propuesta

La Solución Propuesta se enfoca en el desarrollo de un portal web vertical, mediante el cual se propone realizar la venta de artesanías por medio de catálogos on-line, el mismo que estará especializado en ofrecer información y servicios para un determinado sector productivo, y exclusivamente dirigido a

los usuarios que requieren información dentro de un tema específico. Este portal tendrá la opción de registro para los usuarios (artesanos), que se inscribirán con la intención de publicar las artesanías, lo que les permitirá gestionar los pedidos de una forma rápida y sencilla. Adicionalmente el portal contará con una sección de temas de interés, el cual estará enfocado en contenido cultural acerca de los productos de la tienda online, en el que los visitantes podrán obtener diferente asesoría de su interés, y solicitar productos bajo pedido y personalizados de acuerdo a su estilo, gustos y preferencias, constituyendo de esta forma un portal que se presentará como una herramienta más completa, robusta, económica y flexible que el tradicional catálogo impreso y la venta directa que se lleva en la actualidad.

1.9. Misión

Ofrecer productos artesanales ecuatorianos con excelente relación calidad precio al mercado local, elaborado por personal calificado, con amplia experiencia y protección del medio ambiente, a través de un portal vertical, que permitirá dar a conocer sus productos artesanales.

1.10. Visión

Estar entre las cien primeras tiendas On-Line a nivel global, en ofrecer variedad de productos artesanales de la mejor calidad con presencia en el país.

1.11. Valores corporativos

1.11.1. Respeto

Reconocer y aceptar el valor de los demás, sus derechos y su dignidad, como esencia de las relaciones humanas.

1.11.2. Honestidad

Armonizar las palabras y los valores con los hechos, transparencia para estar orgulloso de sí mismo, y la sociedad.

1.11.3. Compromiso

Capacidad de convertir una promesa en realidad, trabajando a conciencia para cumplir con las metas propuestas.

1.11.4. Profesionalismo

Nivel de responsabilidad que cada integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y tareas.

1.11.5. Calidad

Gestión de mejoramiento continuo, capacidad y resultado basado en el principio de la gestión de la calidad. Bases que inspiran nuestra filosofía de la excelencia en gestión.

1.11.6. Competitividad

Mantener y mejorar la calidad de los productos y servicios mediante el desarrollo tecnológico, un equipo humano altamente competente y precios acordes al mercado.

1.11.7. Servicio

Política empresarial caracterizada por el esfuerzo dedicado a conseguir la satisfacción de los clientes, anticipando sus necesidades y siendo receptivos a sus observaciones, quejas y reclamos.

CAPÍTULO 2

2. Análisis del Mercado

2.1. Introducción

El aspecto más importante a la hora de iniciar un nuevo negocio debería ser la identificación del mercado que se pretende atender, además de la cuantificación del mismo, por lo tanto se trata de conocer quiénes son los potenciales clientes y qué cantidad de productos van a demandar o comprar.

Son artesanos que dan a conocer la antropología y sus raíces a través de su arte, expresado en botas de cuero, abrigos de piel y todo tipo de arte hecho a mano; muestra el entorno donde viven, creencias, costumbres y tradiciones de manera que el mundo conozca el potencial de manos talentosas ecuatorianas y de los sentimientos que se expresan en tejidos y bordados, además de mostrar logros y conocimientos transmitidos de generación a generación a través de los años.

Los artesanos del Ecuador son emprendedores, conocedores de los productos que fabrican y hábiles comerciantes, sin embargo no todos han incursionado en el uso de la tecnología como herramienta de comercialización, de modo que buscamos ser la solución para maximizar la comercialización del arte ecuatoriano.

2.2. Composición del Mercado

La composición del mercado está representada por todos los consumidores o compradores potenciales de un producto determinado. Todos los involucrados de este mercado deberán poseer tres características: deseo, renta y posibilidad de acceder al producto ofertado.¹

¹ Kotler P. (2010), *Dirección de Marketing: Análisis, planificación, gestión y control*, McGraw-Hill.

La definición del mercado nos facilita la distinción entre diferentes tipos de mercado, en relación a la clasificación y ordenamiento del agente de compra, por lo cual lo dividimos en: mercado primario y mercado secundario.

2.2.1. Mercado primario

El Mercado primario es mercado objetivo que mejor se adapta al producto, a quien se va a dirigir toda la comunicación, el mejor esfuerzo y el que de forma más inmediata comprará el producto.²

Mercados artesanales de Guayaquil. Entre los principales tenemos:

Mercado artesanal “Guayaquil”, (calles Loja y Baquerizo Moreno).

Mercado artesanal “Machala” (av. Machala, entre las calles Pedro Pablo Gómez y Alcedo).

Locales comerciales de venta de artesanías ubicados en la parte céntrica de Guayaquil.

2.2.2. Mercado secundario

² Galio G. (2010), *Estudios de Mercado, E-Book*.

Es el mercado objetivo al cual el producto llegará en mediano plazo, a quien llegará la comunicación por efecto de cobertura, a quién va a dirigir el menor esfuerzo y el que probablemente comprará el producto.

Otros artesanos independientes, aunque los mismos no formen parte del gremio de artesanos del Ecuador.

2.2.3. Cobertura Geográfica

Inicialmente en la Ciudad de Guayaquil, y a mediano plazo en la Provincia del Guayas.

2.3. Análisis de Fuerzas Competitivas

El análisis de fuerzas competitivas consagró un modelo para estudiar la correlación de fuerzas en un sector empresarial. En este contexto, el término industria representa un determinado sector empresarial, y puede emplearse para referirse también al sector de servicios.

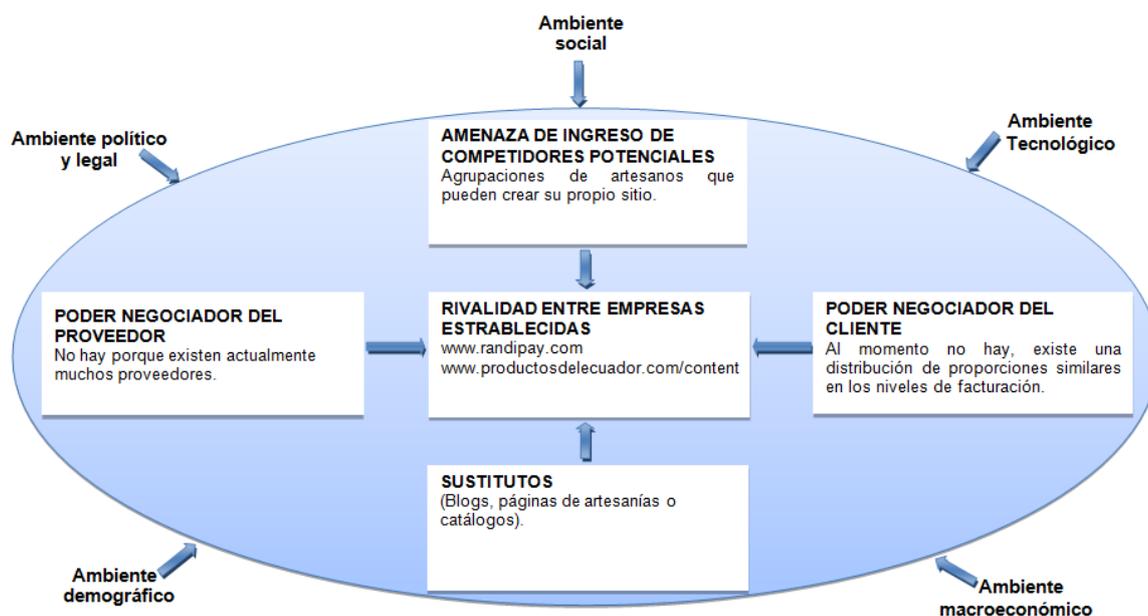


Figura 2.1 Modelo de las cinco fuerzas de M.Porter

El modelo se presenta de forma gráfica y recopila las fuerzas que actúan entre los agentes que operan en un sector: competidores establecidos, sus proveedores, sus clientes actuales y potenciales, nuevos entrantes (competidores que llegan al mercado) y sustitutos (productos distintos pero que cumplen una función similar o eliminan las necesidades atendidas actualmente).³

³ Porter, M. (2007), *E. Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis Industrias y Competencia*, Editorial Campus.

2.4. Tipo de E-commerce

El comercio electrónico, también conocido como e-commerce (electronic commerce, en inglés), se fundamenta en los pagos por transacciones electrónicas en los procesos de compra y venta de productos o de servicios, usando como medio el Internet y otras herramientas tecnológicas. La categoría de e-commerce a ser aplicada en este portal está basada en el **B2C (Business-to-Consumer)**; que se refiere a la estrategia que desarrollan las empresas comerciales para llegar directamente al cliente o consumidor final, utilizando como medio el internet, para fomentar relaciones comerciales directas con los potenciales clientes. Los primeros en desarrollar estas plataformas virtuales fueron: la compañía Dell que comercializa ordenadores y Amazon, que inicialmente ofrecía libros, música, en la actualidad a diversificado su portafolio a multiproductos, De esta manera, las cadenas de distribución disponen de sus portales online, que han transformado los comportamientos de los usuarios y el escenario de mercado.⁴

⁴ <http://comercioelectronicoufv.wikispaces.com/B2C>.

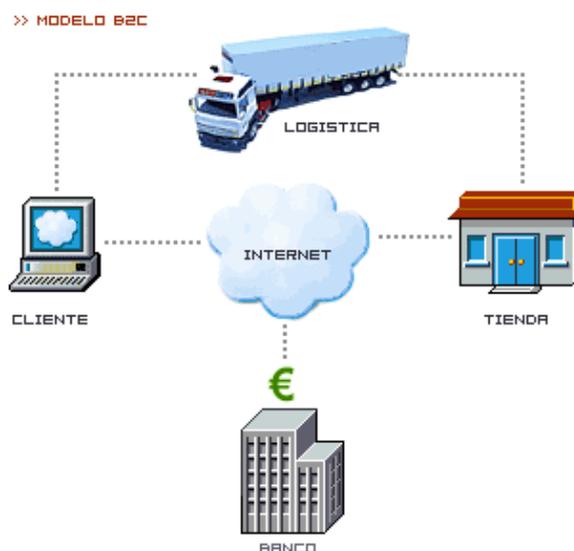


Figura 2.2 Procesos de los modelos de negocio B2C

2.5. Modelo de Negocio

El Modelo de Negocio es una metodología, mediante la cual los negocios intentan contribuir al aumento de ingresos y la disminución de los egresos, volviéndose más eficientes. El modelo de negocios se refiere a la manera en que la compañía hace dinero especificando en qué lugar se encuentra, en la cadena de valor. Una empresa puede combinar varios modelos de negocios como parte de su estrategia en internet.

El portal está destinado a mostrar información organizada por categoría de producto, por precio o por stock, Ofrecemos a los artesanos una herramienta de marketing, para la comercialización de artesanías a través del portal web.

El modelo de negocio a implementar en el desarrollo de este portal, es el **Brokerage/Corretaje**. Los corredores (brokers) son creadores de mercados, atraen a compradores, vendedores, facilitan las transacciones y juegan un rol en los mercados de negocio a negocio (B2B), negocio a consumidor (B2C), consumidor a consumidor (C2C). Usualmente un broker carga una cuota o comisión por cada transacción que propicia. Existen diferentes tipos de Brokerage, entre los cuales clasificamos los siguientes:

- Mercados de Intercambio
- Cumplimiento Compra/Venta
- Sistema Colector de Demanda
- Subasta Inversa
- Subasta
- Corredor de transacciones
- Distribuidor
- Agente de Búsqueda
- Mercado Virtual

En este caso el tipo de modelo **Brokerage/Corretaje** que aplicaremos será el Mercado Virtual o Mall Virtual, el cual contiene un servicio de hospedaje para comerciantes en línea que carga cuotas por disponibilidad de producto, reportes mensuales y por transacciones ejecutadas. Puede además proveer

transacciones automatizadas y servicios de relaciones de mercado, como por ejemplo <http://www.amazon.com/>⁵

2.6. Cadena de Valor

La cadena de valor, representa el encadenamiento necesario de las actividades necesarias para producir y entregar el producto/servicio, desde la adquisición de los recursos (materia prima, accesorios, embalajes o servicios), hasta la entrega del producto al cliente y la posterior prestación de servicios post venta (mantenimiento, capacitación). Cada insumo debe considerar los requerimientos necesarios para su realización (personas involucradas, equipamientos, materiales, procedimientos⁶).

⁵ Galio G. (2010), *Unidad 02 modelos de negocio por internet*, E-Book.

⁶ Porter, M. (2007), *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis Industrias y Competencia*, Editorial Campus.



Figura 2.3 Identificación de la cadena de valor de AESA



Figura 2.4 Actividades en Cadena de Valor

2.6.1. Actividades primarias:

Las actividades primarias se refieren a la creación física del producto, diseño, fabricación, venta y el servicio post venta, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades, directas, indirectas y de control de calidad. En este modelo de cadena de valor se distinguen cinco actividades primarias.⁷

Logística de entrada: Catálogo de productos de artesanías que ofertan los artesanos de las distintas Ciudades del País.

Operaciones: Crear las categorías de productos; por tipo de producto, por precio y por cliente (artesano), para facilitar los procesos de búsqueda, realizar actualización de los catálogos, efectuar la tarea de registro de los usuarios para la gestión de compra y realizar un control de proveedores.

Marketing y ventas: Se ejecutará la difusión y la actividad promocional para que el producto sea conocido en el mercado potencial, favoreciendo la

⁷ Laudon. J. (2008), *Sistemas de información gerencial. Administración de empresa digital*. México: Pearson Educación.

comunicación a los canales de distribución. Se efectuará las estrategias comunicaciones necesarias para que los usuarios visiten el portal, visualicen los productos y persuadir la compra en las artesanías.

Logística de salida: La logística de salida (fulfillment) representa la forma en la que llegará el producto al comprador. En este caso la logística será manejada directamente por los clientes (artesanos), que entregarán el producto al consumidor final.

Servicio Post Venta: Brindar servicios de post venta consiste en monitorear en el cliente el nivel de satisfacción con el producto comprado, así como darle soporte a los diferentes problemas que se pudieran presentar con los productos adquiridos, por ejemplo: instalación, mantenimiento, servicio técnico, etc., mediante el uso de herramientas de comunicación dentro del portal, tales como: chats, foros o redes sociales para lograr ganar la confianza y la preferencia del cliente. Esta estrategia no sólo nos permitirá conseguir que el cliente vuelva a comprar, sino que extienda conocimiento del servicio que ofrecemos a otros consumidores y se logrará que el contacto con el cliente se mantenga después de haberse realizado la venta.

2.6.2. Actividades secundarias:

Para las actividades secundarias se usan comúnmente sistemas de información para que contengan los procesos de la organización, tales como los sistemas ERP, Enterprise Resource Planning, que soportan la planeación de los recursos empresariales. El portal podrá apoyar estos procesos de la siguiente manera:

Infraestructura de la empresa: La infraestructura física y sus componentes. El servicio de hosting, que ofrece accesibilidad, disponibilidad, rapidez en las transacciones asociado a un diseño, interfaz y la usabilidad a través del sitio junto a sus políticas de servicio, privacidad y términos de compra. La tecnología que se utiliza está basada en:

- ✓ **Base de datos: MySql versión 5.0**
- ✓ **Servidor: Xampp, herramienta bajo la cual se va a soportar la administración de la infraestructura tecnológica**
- ✓ **Administrador de contenido: PrestaShop**
- ✓ **Lenguaje: Php**
- ✓ **1 equipo CORE-I3 donde se realizarán las actualizaciones de la aplicación web y el servidor de base de datos.**

La compañía efectuará controles de calidad, asegurándose que cumplan los requisitos exigidos en los procesos de calidad. Es de primordial importancia definir e implementar las Políticas del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información, las mismas que deberán ser presentadas a la máxima autoridad de la empresa para su aprobación o posible corrección. Para la implementación del portal se tomaron en cuenta algunos aspectos, de los cuales, entre los más importantes tenemos los siguientes:

- **Políticas de Acceso:** Es necesario restringir el acceso al portal web, al servidor de base de datos y al sitio donde se encuentra el servidor de respaldo de la información.
- **Gestión de Control de Acceso:** Es recomendable el control de acceso con relación al inicio de sesión de los administradores para determinar los cambios realizados que puedan afectar el desempeño óptimo de los recursos del sistema.
- **Optimización de Recursos:** Es importante que exista una eficiente gestión de la administración, para contrarrestar la problemática que se pueda presentar a los usuarios para acceder a la página web, para ello se optimizó los recursos que se alojan en el servidor web exportando los archivos JPG, PNG, FLV, SWF en el formato más adecuado, según los estándares recomendados por la IAB.

- **Validación de contenido:** Es preferible contar con los consorcios internacionales especialistas en validación de sitios web. En este caso usamos el sitio: <http://validator.w3.org/>., para ello introducimos el url del portal y una vez satisfecho los requerimientos, se obtiene un informe detallado de los errores y recomendaciones para su posterior mejora.

- **Auditorías Internas:** El objetivo de la auditoría interna es efectuar una revisión profunda para mejorar los niveles de seguridad de la información que se presenta a los usuarios. El sitio acunetix (<http://www.acunetix.com/>), permite determinar deficiencias en el portal. En base a información obtenida del sitio referenciado, se estima que hasta un 70% de los sitios web tienen vulnerabilidades, que pueden desencadenar a la extracción de datos corporativos sensibles, como información de tarjetas de crédito y listas de clientes. Los hackers están concentrando sus esfuerzos en las aplicaciones basadas en web, cómo carritos de compra, formularios, páginas de inicio de sesión y contenido dinámico⁸

- **Copias de Respaldo:** Se efectúa copias de respaldo, como herramienta de apoyo, dependiendo del tipo de información que se maneje en el portal web. Es importante recordar que se deben

⁸ <http://www.acunetix.com/vulnerability-scanner/>

almacenar los directorios respaldados en unidades de almacenamiento.⁹

- **Protocolos de seguridad:** La información del cliente es muy importante, por lo tanto para asegurarla contrataremos protocolos de sitio seguro Https; a la empresa VeriSign, Inc., para otorgar seguridad a los usuarios, respecto a la confiabilidad del sitio, protegiendo la información que viaja por internet y que está expuesta a múltiples vulnerabilidades.
- **Tecnología:** La tecnología es una herramienta de apoyo fundamental a los procesos, la cual nos permitirá segmentar a los usuarios para poder generar ofertas de los productos hacia los potenciales consumidores, a través del uso de base de datos, sirviendo también como base fundamental para las campañas publicitarias y comunicacionales.
- **Gestión de Competencias, Recursos Humanos:** El personal de AESA dispone de personal calificado y especializado para buscar satisfacer y atender a los usuarios del portal.
- **Gestión de Compras:** La empresa realizará un minucioso proceso de selección de los proveedores, herramientas, componentes y servicios es parte fundamental como gestión de apoyo para la implementación del portal.

⁹ http://grupos.emagister.com/debate/control_de_calidad_orientado_a_paginas_web/6506-123902

2.7. Desarrollo de Estrategias de E-Marketing

Una estrategia de marketing online define como debemos:

- Alcanzar los objetivos definiendo presupuestos para adquisición, conversión, retención y crecimiento de clientes
- Priorizar los productos/servicios que vamos a ofrecer a través del canal
- Priorizar las audiencias que debemos alcanzar a través de este canal
- Comunicar los beneficios que ofrecemos, utilizando este canal

Para el portal se utilizarán estrategias de múltiples tácticas, donde la combinación de estas permitirá tener la flexibilidad necesaria para enfrentar el dinamismo de los mercados y su evolución, realizando un análisis de mercado para distinguir entre el mercado controlado y el no controlado.

- Un Mercado Electrónico No Controlado es aquel en el que cada participante inicializa un agente que actúa en el interés de su propietario y hace uso de estrategias definidas exclusivamente por él. No existe ningún ente que controle al mercado. Es difícil de implementar.
- En un Mercado Electrónico Controlado los participantes tienen que llegar a un acuerdo acerca de qué se compra y vende y cómo puede hacerse. Por tanto, el proceso de negociación requiere tres partes:

- **Protocolos de Negociación:** Definen el conjunto de reglas que gobiernan la interacción de los agentes. Los protocolos de negociación se encuentran definidos en la concierne a políticas de comercialización y de servicio.
- **Objetos de la Negociación:** Definen el rango de aspectos sobre los que debe alcanzarse un acuerdo. Los protocolos objetos de negociación se encuentran definidos en las políticas de servicio, logística de entrega, y en las especificaciones técnicas de servicio y mantenimiento, definidas por la empresa.
- **El Modelo de Toma de Decisiones de los Agentes:** Describe el funcionamiento de la toma de decisiones de los agentes y el protocolo de negociación necesarios para conseguir los objetivos.

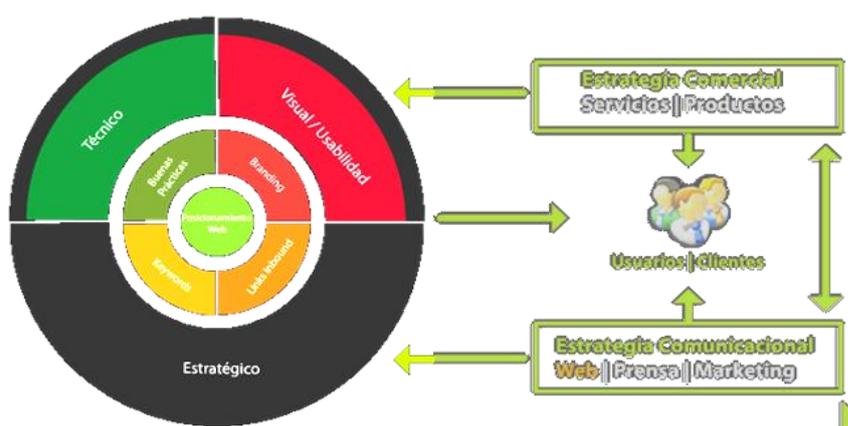


Figura 2.5 Modelo de las Estrategias basados en la toma de decisiones

Una vez definidas estos componentes, la comunicación, el intercambio de información entre diferentes sistemas y/o entidades, y la monitorización se simplifican en comparación con los mercados no controlados.

2.8. Estrategia Comunicacional

El principal objetivo es dar a conocer los productos y servicios de los artesanos para que los potenciales compradores visiten y utilicen el portal web para informarse de las ofertas que se realicen en forma frecuente en el portal.

Para tal efecto los recursos que forman parte del plan son los siguientes:

- Administrador de email masivos basados en estándares de la IAB (Interactive Advertising Bureau)
- Catálogos de información mensual
- Base de datos, categorizadas y segmentadas por tipo de clientes
- Formularios de registro
- E-mail con contenido de interés para el cliente
- Encuesta básica del nivel de satisfacción del servicio brindado

Con el fin de lograr la captación y fidelización de las personas o empresas que hayan solicitado el servicio, se enviarán catálogos de información

mensual, a través del formulario del registro del portal aesa, detallando las últimas ofertas y promociones que proporcionen los artesanos.

Utilizaremos una estrategia de email marketing, con estándares de la IAB, en la cual enviaremos los catálogos de información, para evitar que los correos que enviemos sean considerados Spam o información no deseada.

El contenido de los correos electrónicos pretende brindar información de interés para los potenciales clientes, para lo cual se le solicitará llenar un cuestionario básico de hasta cinco preguntas en la que se evalúa el nivel del servicio que le estamos proporcionando, de esta forma se puede retroalimentar y corregir sobre la marcha las debilidades detectadas.

La base de datos esta categorizada por tipo de clientes, se personalizará el envío de información a segmentos específicos del mercado, optimizando el uso de catálogos y contenidos, para llegar con seguridad a los clientes potenciales.

Se buscará satisfacer las inquietudes planteadas por quienes se registren en la web, se solicitara a los clientes que valoren las repuestas a las preguntas y soluciones planteadas.

Nuestro objetivo principal es fortalecer el posicionamiento y la participación de mente (top of mind), de manera que cuando un cliente requiera información específica acerca de un producto o servicio artesanal, se le enviará una respuesta con información detallada y se busca, de ser necesario, el establecer contacto con el cliente potencial para realizar un seguimiento del interés manifiesto en el producto o servicio del cual solicitó información.

2.9. Estrategia de Posicionamiento

El posicionamiento Web (o posicionamiento en buscadores) consiste en aplicar diversas técnicas con el objetivo de lograr que los buscadores de Internet sitúen nuestra página Web en una posición y categoría deseada dentro de su página de resultados para determinados conceptos clave o palabras claves de búsqueda. Al estar presente en las primeras posiciones de los buscadores, le generará grandes beneficios para su negocio, ya que estará frente a los clientes potenciales que están buscando sus productos o servicios.

El mejor camino hacia el posicionamiento web es mantener el portal optimizado para que los motores de búsqueda logren indexarlo y comprenderlo en su totalidad.

En muchas webs el tráfico que les llega a través de Google, Yahoo y otros buscadores representa más de la mitad de sus visitas por lo que es fundamental conocer que estrategias son las más importantes para mejorar nuestra posición en estos buscadores.

A continuación mencionamos las 5 estrategias básicas que aplicaremos para mejorar el posicionamiento del portal web:

2.9.1. Sitios Web Sociales:

Se publicarán las noticias en las redes sociales que cuenten con usuarios que tengan un perfil de similares características al de nuestro grupo objetivo, para ello se aperturarán cuentas en redes sociales, como: facebook, twitter, youtube, para buscar interactuar con los usuarios y que mediante diversas actividades promocionales y comunicacionales se puedan crear comunidades que puedan retroalimentar a los usuarios aportando visitantes y peso en la valoración del index de Google.

En facebook se crea una cuenta basada en una comunidad de experiencia para que puedan aportar, con sugerencias y/o recomendaciones a quienes se adhieran a esta comunidad.

En twitter a través de una twitcam, se generaran ofertas especiales para los usuarios que podrán tener acceso a las artesanías elaboradas por manos expertas, y con un excelente diseño de calidad. En youtube se subirán videos de los productos más relevantes que pudieron tener un impacto por sobre los mercado externos.

2.9.2. Blogs colaborativos:

Una buena estrategia para conseguir links hacía nuestra web es realizar enlaces recíprocos con blogs a los productos artesanales, o a tiendas de venta de artesanías de productos complementarios elaborados por mano de obra 100% nacional.

2.9.3. Intercambio de links:

Se buscará integrar el sitio con hipervínculos recíprocos que sean complementarios a la venta de productos artesanales, ya que buscadores como Google dan mucha importancia a los links que apuntan a la web desde otros sitios, sobre todo si son sitios complementarios y/o asociados, en los que el buscador ya confía previamente.

2.9.4. Directorio de artículos:

Generar reseñas de artículos relacionados con las artesanías en los cuales, en los keywords permitan a los motores de búsqueda indexar los documentos relacionados con los productos artesanales, para buscar no sólo estar a través del motor de búsqueda con el sitio, sino que la comunidad se informe de historias relacionadas con los productos artesanales que puedan crear un expectativa y deseo de compra, de dichos productos. Existen evidencias que demuestra que los productos cuando son asociados a historias, creencias o culturas establecen una demanda mayor, a que cuando son productos solamente decorativos.

Publicidad Google: Es claro que Google, al ser el principal buscador a nivel mundial, es uno de nuestros principales aliados en el objetivo de posicionar el portal, por esta razón es importante mantener vínculos con dicho sitio. Para el portal hemos realizado los dos tipos de publicidad de Google:

Google AdWords: Este tipo de publicidad es muy conveniente para nosotros puesto que con esto aseguraremos que cuando cada visitante realice una búsqueda ingresando nuestras palabras claves, Google mostrará nuestra

publicidad. Para el portal hemos presupuestado una campaña de publicidad Google Adwords para los próximos 3 años.

2.9.5. Estrategia de Fidelización de clientes

La fidelización de clientes consiste en lograr que un usuario que ya ha adquirido nuestro producto o servicio se convierta en un cliente fiel al producto, servicio o marca; es decir, se convierta en un cliente asiduo o frecuente.

La fidelización de clientes no solo nos permite lograr que el cliente vuelva a comprarnos o a visitarnos, sino que también nos permite lograr que recomiende el producto o servicio a otros consumidores. Muchas empresas no utilizan estrategias para fidelizar a los clientes, ya que desconocen las herramientas para realizarlas, por lo que siempre es importante captar nuevos clientes. Fidelizar un cliente suele ser más rentable que captar uno nuevo, debido a que genera menores costos en acciones de marketing y venderle a un consumidor que ya compró, requiere de menos operaciones en el proceso de venta. Algunas de las principales estrategias que se están para fidelizar clientes son:

Brindar un excelente servicio al cliente

Brindar un excelente servicio al cliente significa entre otras cosas, estar por encima de la expectativa generada por el cliente, esto puede traducirse en un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y una rápida atención. El brindar un buen servicio al cliente nos permite ganar la confianza, preferencia y lograr que vuelva a comprar o a visitar, y que nos recomiende con otros potenciales clientes.

Mantener contacto con el cliente

Para mantener contacto con el cliente se busca obtener el registro de datos personales, como: nombre, dirección, teléfono, correo electrónico, fecha de cumpleaños, a través de comunicaciones que motiven el ingreso al portal. Mantener contacto con el cliente nos permite crear una estrecha relación con él y hacerle sentir que nos preocupamos por él, pero también permite comunicarle eventualmente sobre los nuevos productos y promociones.

Buscar un sentimiento de pertenencia

Para lograr un sentimiento de pertenencia procuramos que el cliente se sienta parte de la empresa, brindándole un buen servicio, pero también haciéndolo participar en las mejoras de la empresa, por ejemplo, pidiéndole sus comentarios o sugerencias. Otra forma en la que se logra un sentimiento de pertenencia es crear la posibilidad de que el cliente pueda suscribirse o

ser miembro de la empresa, por ejemplo, otorgándole un servicio vip, con los cuales pueda tener acceso a ciertos beneficios especiales.

Usar incentivos

Otra estrategia que se utilizó para fidelizar clientes es hacer uso de incentivos o promociones de ventas, con el objetivo de lograr que el cliente repita la compra o vuelva a visitarnos. Por ejemplo, podemos hacer uso de tarjetas de puntos acumulables que le permitan al cliente ir acumulando puntos a medida que adquiera los productos o servicios, y que luego, al acumular cierta cantidad de puntos, pueda canjearlos por otros productos o servicios, o usarlos para acceder a descuentos especiales.

Ofrecer un producto buena calidad

Procurar que todos los productos del sitio sean percibidos como productos de alta calidad, por lo cual uno de los principales indicadores, ver y mantener que los proveedores y compradores tengan una reputación muy elevada en el momento de definir cuáles son las exigencias a la que se verán sometidos los productos artesanales.

CAPÍTULO 3

3. Estudio Técnico

3.1. Introducción

El Estudio técnico evalúa los estándares de desarrollo de las herramientas utilizadas en la arquitectura del portal web, para lo cual se lo realizará en las siguientes fases:

3.1.1. Administración y mantenimiento del Portal:

Se cuenta con un analista de Sistemas que realiza las tareas de soporte y mantenimiento de la aplicación en línea, las cuales se derivan en las siguientes actividades:

- ✓ Adquirir el Alojamiento del Portal
- ✓ Subir los archivos para configurar la arquitectura del portal
- ✓ Levantar los servicios del servidor
- ✓ Actualización de los archivos
- ✓ Monitoreo del servicio de la base de datos
- ✓ Monitoreo del servicio http

Entre las tareas que se realizarán en el servidor, se consideraron las siguientes:

- Respaldo de la base de datos
- Respaldo de los archivos de código fuente

3.1.2. Codificación y formato de los contenidos del portal web:

Se desarrolló categorizando independientemente formato y contenido respetando los estándares existentes. Para la mejora de apariencia y diseño se consideraron estándares de usabilidad que permiten mejorar la experiencia del usuario. Dentro del sitio para información o recomendaciones audiovisuales se incluyó un canal de comunicación en la red social youtube.

3.2. Análisis de Requerimientos y diseño del Portal Web

3.2.1. Análisis de requerimientos

Levantamiento de información: La recopilación de información es una parte fundamental en la construcción de portal, considerando que en esta se definen las opciones y características relevantes del proyecto, la misma que se detalla a continuación:

Fuentes primarias de información: Para determinar las fuentes primarias de información se efectuaron reuniones periódicas con los artesanos a fin de recolectar la información pertinente para desarrollar el portal de acuerdo a sus expectativas, necesidades, y asegurando que la aversión a la tecnología

no sea un elemento que está presente, por lo que se consideró, el interfaz, el diseño y la usabilidad como partes importantes dentro de la estructura del sitio.

1. **Acercamiento directo para determinar las necesidad de los artesanos:** Se realizó un estudio sobre las necesidades de los artesanos para poder llevar a cabo la comercialización de sus productos /o servicios. Para efectuar una prueba piloto se consideró dentro del marco muestral, el listado de los administradores de los locales comerciales situados en el centro artesanal Guayaquil, y de ellos se tomó una muestra a fin de validar la, interpretación y aplicación correcta del instrumento de medición utilizado.
2. **A través de la observación directa:** se identificó que los puestos artesanos están conformados por grupos familiares interrelacionados, lo que una ayuda fundamental en la recolección de información, dado que ellos facilitaron los acercamientos con los administradores de los negocios artesanales.
3. **Se pudo percibir un interés en los artesanos en el uso de la tecnología:** pero de la misma forma se percibió una preocupación en el financiamiento para adquirir los equipos que les permitiría incursionar en

las ventas por comercio electrónico, lo cual es una experiencia completamente nueva para ellos.

4. **Observación directa del comportamiento del Artesano:** Esta actividad consistió en acudir a donde está ubicado el artesano y observar su comportamiento al momento de ubicar un potencial cliente, hasta el cierre de la venta. Se tomaron en consideración los puntos más importantes que resaltan a los clientes, acerca de sus productos para lograr la venta. De esta forma se estructuró la información para resaltar las características más relevantes de los productos que los artesanos hacen notar a los consumidores, reflejando las mismas en las especificaciones de los productos que se ofertan en el portal.

Fuentes secundarias de información: Las fuentes secundarias en esta actividad son aquellas que nos permitieron reunir información sobre el sector artesanal. La información secundaria nos sirvió de apoyo para complementar y estructurar la información necesaria para la recopilación de datos de las fuentes utilizadas. Se consideraron las siguientes fuentes de información secundaria:

- Cámara de comercio, Superintendencia de Compañías, INEC, etc.
- Revistas: Sector Industrial
- Sociedad de Artesanos
- Visitas in situ

3.3. Niveles de requerimiento

3.3.1. Requerimientos del Usuario Cliente:

Son los clientes de AESA, que se les otorga el perfil de administrador, por lo tanto, tiene atribuciones para actualizar su información y son los encargados de establecer los lineamientos de los servicios que se desea obtener en el portal y las restricciones asociadas en las políticas de comercialización.

3.3.2. Administrador del Portal:

El administrador del portal es el Webmaster, quien dentro de su ámbito jerárquico tiene las funciones de Jefe editor. Las publicaciones y artículos que los usuarios elaboran para colaborar con las temáticas que se difunden en el sitio, son previamente revisadas, editadas y aprobado su contenido, para finalmente decidir cuáles son los artículos y en qué condiciones serán publicados, dentro de la estructura temática del sitio. El administrador es el único autorizado para añadir o eliminar extensiones del sitio web, cambiar la plantilla y editar el diseño de la página e incluso editar los perfiles de usuarios, previa aprobación de la Junta Directiva.

3.3.3. Visitante o internauta:

Cualquier persona que puede navegar en el portal observando el contenido que este despliega, pudiendo interactuar con ciertas secciones dependientes de las restricciones que posean.

3.3.4. Usuarios Registrados:

Son los usuarios que han accedido al sitio y que muestran interés en la información o en los productos o servicios ofertados, convirtiéndose por lo tanto en cliente potenciales o reales.

3.3.5. Requerimiento del Sistema:

Los requerimientos del sistema se utilizaron para realizar una descripción detallada de los servicios que tiene el portal para lograr la eficiencia y optimización en el momento que el cliente utilice el sitio.

3.3.6. Tipos De Requerimientos Del Sistema:

Los tipos de requerimientos se clasifican en funcionales y no funcionales.

➤ **Requerimientos Funcionales.**

Los requerimientos funcionales, que facilitaron el análisis e implementación del Portal Web, para determinar el manejo de la información son:

Información

- El portal tiene como política institucional el mantener la información constantemente actualizada, convirtiéndolo de esta manera en un portal dinámico.
- El portal tiene una interfaz gráfica amigable con el usuario y de fácil usabilidad.
- El portal permite al usuario tener comunicación con la administración del sitio por medio de un apartado de contacto.
- Los usuarios pueden modificar las imágenes y/o textos de las páginas utilizando un Sistema Administrador de Contenidos.
- El portal permite al usuario poder informar a la administración del sitio sobre sugerencias.

- El portal contiene la opción de registro, para hacer uso de los distintos servicios como: foros, chat, etc.
- El portal tiene hipervínculos de sitios de interés, relacionados con la comunidad artesanal.
- El portal cuenta con banners de publicidad, patrocinados por los clientes administradores.

Estos requerimientos sirven de apoyo para describir los servicios y funciones del sistema.

Uso de formularios para la comercialización de productos, bienes y servicios

- El portal está formado de Menú principal, y submenús, botones y formularios que facilitaran la usabilidad y manejo por parte del usuario.
- El portal web cuenta con varios tipos de formularios a ser utilizados en los procesos de comercialización tanto por compradores, como por vendedores, conservando los estándares de presentación y diseño de información de forma que facilite la comprensión y llenado del mismo.
- El portal contiene restricciones internas y externas dependiendo de los permisos de acceso que los usuarios tengan sobre la información del portal.
- El portal cumple con las validaciones requeridas para prevenir inconsistencia en el llenado de la información.

Autenticación de usuarios

- El portal autoriza el acceso mediante usuario y contraseña, en referencia a las políticas de seguridad del portal. Los detalles respecto a las políticas de seguridad se describirán en el Capítulo 4.

➤ Requerimientos No Funcionales

Los requerimientos no funcionales nacieron de la necesidad del usuario, debido a limitaciones en el presupuesto, y/o políticas, que sirven como declaraciones referentes a las restricciones (estándares, tiempo, procesos de desarrollo,), de servicios o funciones que describen como debe funcionar el sistema; dentro de estas características se destacan los siguientes: fiabilidad y seguridad, velocidad, interfaces de usuario, robustez, facilidad de uso de la información, flexibilidad.

Fiabilidad y Seguridad

- El portal cuenta con una interfaz hacia el usuario que maneja controles, para facilitar información adecuada que permita completar el registro de los formularios, claves de ingreso, etc.

- El portal a través de la pasarela de pago, se realiza en el momento de la compra la encriptación de los números de tarjetas de crédito, así como del código de autorización y demás requisitos, de forma tal que la información sensible, no es visible ni para el usuario que compra, ni para el usuario que vende. La única data visible en el proceso de compra, es que el usuario observa un valor de compra, que es cargado a su cuenta, y el vendedor observa un valor de venta que es acreditado a su cuenta.
- El portal controla el contenido de información en foros, y chats, determinando que información es la que puede ser publicada, esta es una obligación del administrador.
- Se realiza un monitoreo periódico a la Base de Datos, y se ejecutan respaldos de la información.
- La arquitectura del portal permite rechazar accesos o modificaciones indebidas y/o no autorizadas a la información y provee los servicios requeridos por los usuarios legítimos.

Velocidad

El portal posee tiempo de respuesta adecuado para el usuario. Se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- El portal tiene la capacidad de soportarse con los navegadores principales de internet como: Internet Explorer v7 en adelante, Google Chrome y Mozilla Firefox
- Para el almacenamiento se usó una base de datos MySQL
- El portal tiene la posibilidad de crecer de acuerdo a los requerimientos y/o necesidades de los usuarios o clientes.
- El portal fue desarrollado en lenguaje de programación PHP.
- Cada una de las páginas que componen el portal, son del mismo tamaño, así como las imágenes y documentos, poseen el formato adecuado y una página de carga de 15kb siguiendo las recomendaciones de los estándares de la IAB, para sitios web, para conseguir un acceso rápido al portal.

Interfaces de Usuario

El portal cumple con los estándares de la IAB para que el ambiente gráfico sea simple y sencillo de utilizar para el usuario.

El objetivo del sitio web ha de identificarse inmediatamente

Si el visitante sigue sin saber en qué consiste o qué ofrece una web después de 10 segundos, lo perderemos o, como mínimo, nos arriesgamos a que identifique su visita con una sensación de frustración. Por eso los expertos

aconsejan que la página principal de un sitio web muestre todo su contenido de forma clara y concisa.

El visitante ha de saber siempre dónde está

Un título de página descriptivo, un encabezado claro, la indicación de la sección en la que se encuentra, enlaces para desandar el camino andado, el logotipo de la empresa que le ayude a ir a la página principal esté donde esté, todas las indicaciones son pocas para alguien que acaba de llegar a una web y **se** encuentra en terreno desconocido.

Los visitantes han de identificarse con el sitio web

Ofrecer a los visitantes y potenciales clientes la información que buscan, en su propio lenguaje y a su nivel de conocimientos, con las imágenes y metáforas que funcionan para ellos, es fundamental para que se haga la conexión que buscamos.

Los visitantes han de controlar la visita

Volver a la página anterior, cancelar un proceso, evitar acciones automáticas no iniciadas por los usuarios, etc. son posibilidades que siempre hay que ofrecer al visitante. Si éste sólo puede tomar un camino y no puede volver hacia atrás, se sentirá atrapado y abandonará el sitio web o, peor todavía, se verá forzado a realizar acciones o adquirir compromisos indeseados.

La web ha de ser consistente y conforme a estándares

Aparte de los estándares técnicos que han de respetarse para que los navegadores interpreten y representen correctamente las páginas, hay que tener en mente los convencionalismos adquiridos por los visitantes en su experiencia *on-line*. Por ejemplo, es costumbre poner la caja de búsqueda arriba a la derecha, el menú de navegación en la parte superior o en la columna izquierda, y la información de contacto en el pie. Ahí es donde lo buscarán los usuarios.

En el momento de referirnos a elementos funcionales comunes con otras webs, hay que sopesar mucho las ventajas de salirnos de lo habitual, porque es posible que este afán de originalidad provoque frustración o confusión en el usuario. Por ejemplo, ¿de verdad compensa llamar al botón de “añadir al carrito” de nuestra tienda de forma diferente, como “meter en el bolso”, o es mejor sacrificar nuestra individualidad en pro de la usabilidad?

Hay que aprovechar el diseño para evitar errores o amortiguar sus consecuencias

Explicar bien qué datos se espera que el usuario introduzca en un formulario y en qué formato, mostrar una página de error 404 ‘No encontrado’ que ofrezca posibilidades de navegación y no sea un camino sin salida, incluir textos alternativos en las imágenes, sobre todo si éstas son botones u

opciones de menú, etc. Son buenas prácticas de diseño y usabilidad que nunca hay que pasar por alto.

El acceso a la información ha de ser lo más universal posible

Una navegación sencilla y asequible a los usuarios es deseable en todo sitio web. Enlaces con textos explícitos que indiquen lo que se va a encontrar en la página destino parece obvio, pero no siempre se hace. El que conoce la marca de nuestro producto seguramente ya es un cliente; si queremos encontrar clientes nuevos hemos de dirigirnos a sus necesidades, no a nuestras soluciones.

Esto es extensible a la accesibilidad pura y dura, es decir, que todos los usuarios (incluidos los de visibilidad reducida que utilicen sintetizadores de voz para navegar, los que no soportan tecnologías avanzadas en sus navegadores, los que utilizan navegadores alternativos y no el de más uso en el mercado) puedan acceder a los contenidos de la web.

La información ofrecida ha de ser relevante

Esto enlaza con lo que decíamos en el punto anterior de dirigirnos a las necesidades del visitante. **Pongámonos en su lugar** y pensemos en qué es lo que nosotros buscaríamos o las dudas que querríamos despejar. ¿Está todo lo imprescindible? ¿Está todo lo necesario? ¿Está todo lo deseable?

¿Sobra algo que podamos apartar sólo para el caso de que se desee ampliar información? ¿Hay elementos superfluos que convenga eliminar totalmente?

Una **jerarquización de la información** nos ayudará a distinguir unos niveles de necesidad de otros y organizarla de forma útil para el usuario.

El usuario ha de poder pedir ayuda

Esta ayuda dependerá de la naturaleza de la navegación (informativa, compras, procesos...), y puede estar incluida en la propia página (ejemplos, instrucciones para cumplimentar un formulario, etc.), disponible mediante un enlace contextual (es decir, que desde cada página lleve a la ayuda relacionada con esa página), a través de un contacto personal con un representante de la empresa (chat en vivo) y, sobre todo, mediante el contacto comercial o de soporte para ampliar información. Esto último quiere decir que **el enlace de contacto ha de estar accesible desde todas y cada una de las páginas de la web.**

Como ve, casi todos los principios se dirigen a evitar esfuerzos al visitante. Éste debe poder concentrarse en obtener la información que desea o realizar la compra que ha venido a hacer, y no necesita (y no quiere) tener que aprender a navegar por cada web que visita, renovar conceptos de

navegación al pasar páginas en la web y buscar elementos imprescindibles en todo lo ancho y lo largo de su pantalla. Un visitante contento puede convertirse en un cliente satisfecho.¹⁰

Robustez

El portal es robusto, ya que permite el acceso permanente de usuarios concurrentes, y ejecuta de manera eficiente la operatividad de transacciones múltiples que puedan existir de manera simultánea en tiempo real.

Facilidad de uso de la Información

La información en el Portal se presenta de manera ágil y dinámica, ya que utiliza como base de datos MySQL V5, la cual no permite el cierre de una operación hasta que todos sus procesos, subprocessos y tareas, hayan sido terminados y cerrados satisfactoriamente, dado que su base de datos maneja un concepto de atomicidad, lo cual permite que se ejecute y concluya el proceso transaccional de forma eficiente, aun cuando se origine una falla durante el proceso de compra, de manera tal que cuando el sistema regresa, el proceso culmina siempre en forma exitosa.

¹⁰ <http://10enseo.es/2010/heuristica-usabilidad-web-jakob-nielsen/>

Flexibilidad

Existe la posibilidad de que cualquier usuario, sin importar el navegador que esté usando, pueda tener acceso al Portal y a todo su contenido. Es decir se puede acceder desde cualquier navegador Web ya sea, Explorer, Chrome, Opera ó Firefox. Aunque recomendamos utilizar, para una mejor funcionalidad del sitio, el Google Chrome.

Estas características permitirán una mejor funcionalidad y la usabilidad del sitio será un recurso estratégico para motivar que el usuario potencialice su atención buscando despertar el interés, fomentando el deseo de los consumidores y la acción en la compra del producto.

3.4. Contenido del Portal AESA



Figura 3.1 Contenido del Portal AESA

3.4.1. Esquema de Navegabilidad de PRESTASHOP



Figura 3.2 Esquema de Navegabilidad de PRESTASHOP

3.4.2. Estructura del Diseño Conceptual de AESA

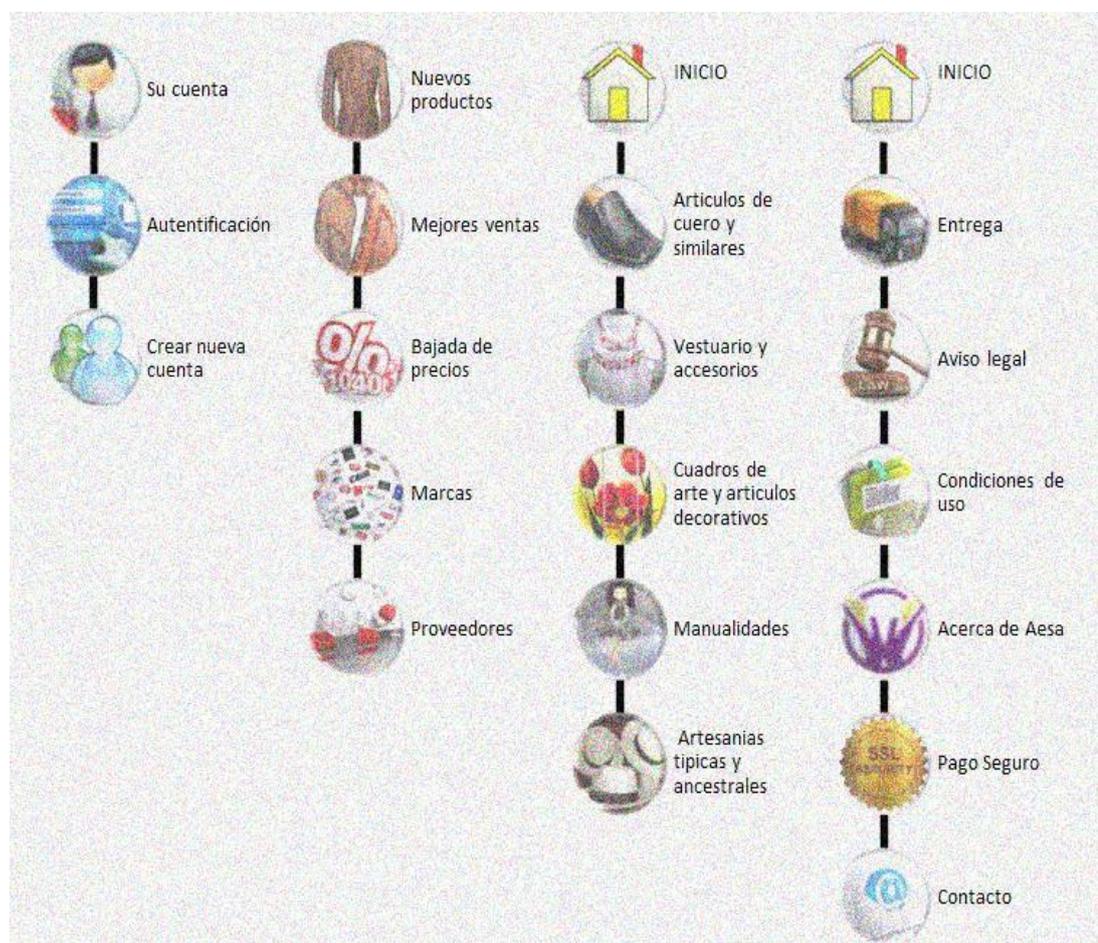


Figura 3.3 Estructura del Diseño Conceptual de AESA

3.4.3. Estructura del Diseño Lógico de AESA

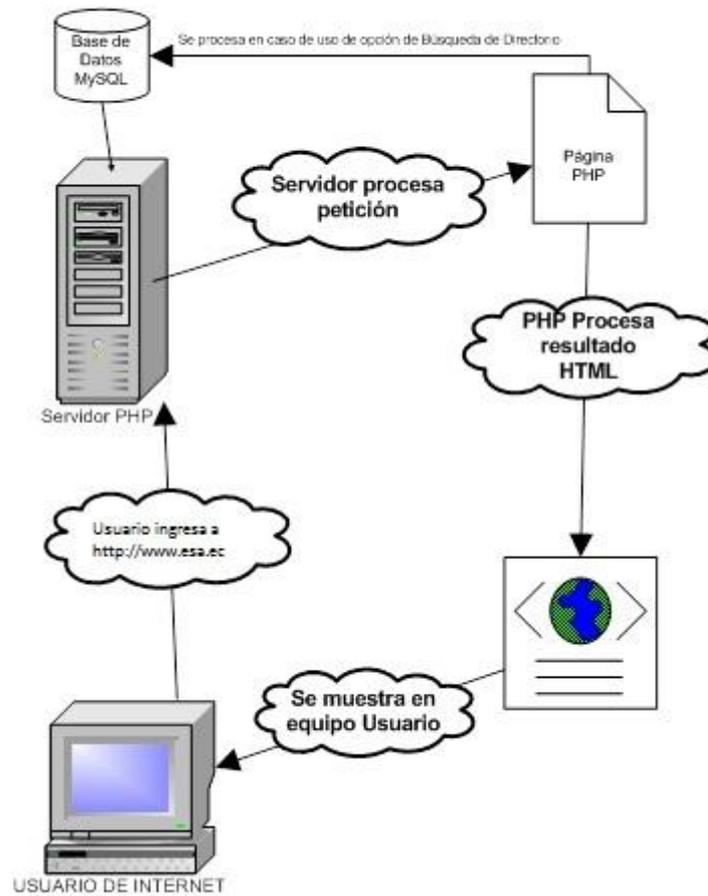


Figura 3.4 Estructura del Diseño Lógico de AESA

3.4.4. Páginas principales del sitio web

Pantalla de Inicio AESA

contacto | mapa del sitio | Favoritos | Moneda: \$ ▼

AESA
Hecho a Mano

Carrito: vacío

Bienvenido | Entrar

Inicio ▾ | Artículos de cuero y similares | Vestuario y accesorios

ETIQUETAS
Adornos

CATEGORÍAS

- ▶ Artículos de cuero y similares
- ▶ Vestuario y accesorios
- ▶ Cuadros de arte y artículos decorativos
- ▶ Manualidades
- ▶ Artesanías típicas y ancestrales

MARCAS

- ▶ Artesanías de Calidad
- ▶ Artesanías Ecuatorianas
- ▶ Artesanías Solange
- ▶ Calzado Marcial

Todas las marcas ▾

PROVEEDORES

- ▶ Artesanías de Calidad

NOVEDADES

Blusa bordada a mano
Blusa tradicional, con hilo de algodón 100% en color primavera hecho a...
[Leer más ▶](#)

Blusa tejida
Blusas tejidas a mano de alta calidad en hilo de algodón.
[Leer más ▶](#)

Anillos de tagua
También conocida como nuez de marfil o marfil vegetal, es la semilla de...
[Leer más ▶](#)

Blusa Otavaleña
Blusa manga corta, sin cuello, con flores bordadas, 100% Algodón, fresca...
[Leer más ▶](#)

Camisa Otavaleña
Camisas camisas otavaleñas de cuello alto y bordados indígenas...

PRODUCTOS DESTACADOS

Figura 3.5 Pantalla de Inicio AESA

Contáctenos AESA

contacto | mapa del sitio | Favoritos | Moneda : \$ ▼

AESA
Hecho a Mano

Carrito: vacío

Bienvenido | Entrar

Inicio ▼

ETIQUETAS
Adornos

CATEGORÍAS

- ▶ Artículos de cuero y similares
- ▶ Vestuario y accesorios
- ▶ Cuadros de arte y artículos decorativos
- ▶ Manualidades
- ▶ Artesanías típicas y ancestrales

PRODUCTOS MÁS VISTOS

Adorno de...
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor,...

MARCAS

- ▶ Artesanías de Calidad
- ▶ Artesanías Ecuatorianas
- ▶ Artesanías Solange
- ▶ Calzado Marcial

Todas las marcas ▼

contacto > Contacto

Servicio al cliente - Contáctenos

Para preguntas referentes a un pedido o para informaciones sobre nuestros productos.

ENVIAR UN MENSAJE

Tema: --Seleccionar--

Correo electrónico:

Referencia de pedido:

Fichero: Examinar...

Mensaje:

Enviar

¡LO MÁS VENDIDO!
No hay productos más vendidos en este momento

NOVEDADES

Adorno de cocina
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor, hecho a base de mimbre,...

Pintura Florero Frutas variadas
Pinturas de manzanas en efecto 3d.

Plato adorno montubio
Plato hecho de barro, pintado con colores sólidos y vivos naranjan que...

Buho de mesa
Adorno de buho considerado y utilizado como amuleto para la buena...

Adorno frutas de hierro enlozado
Centro de mesa, hecho con material de hierro, para darle un toque...

Figura 3.6 Contáctenos AESA

Buscar AESA

The screenshot shows the AESA website interface. At the top, there is a search bar with the text 'manualidades' and a 'BUSCAR' button. The website logo 'AESA Hecho a Mano' is on the left. The main content area displays the search results for 'manualidades', showing '19 resultados encontrados.' and a 'Comparar' button. A product listing for 'Manualidades-SHALOOM' is visible, featuring a doll and a price of '\$24.64 Disponible'. The right sidebar contains promotional banners for '¡LO MÁS VENDIDO!' and 'NOVEDADES', along with a list of featured products like 'Adorno de cocina', 'Pintura Florero Frutas variadas', 'Plato adorno montubio', 'Buho de mesa', and 'Adorno frutas de hierro enlozado'.

contacto | mapa del sitio | Favoritos | Moneda: \$

AESA Hecho a Mano

manualidades X BUSCAR

Carrito: vacío

Bienvenido | Entrar

Inicio

manuales

ETIQUETAS

Adornos

CATEGORÍAS

- Artículos de cuero y similares
- Vestuario y accesorios
- Cuadros de arte y artículos decorativos
- Manualidades
- Artesanías típicas y ancestrales

PRODUCTOS MÁS VISTOS

Adorno de...
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor,...

MARCAS

- Artesanías de Calidad
- Artesanías Ecuatorianas
- Artesanías Solange
- Calzado Marcial

Todas las marcas

Inicio > Buscar

Buscar "manualidades"

19 resultados encontrados.

Comparar

Ordenar por --

Manualidades-SHALOOM

Entre las artesanías ecuatorianas, una de las que más llaman la atención a los extranjeros son las muñecas de trapo. Estas piezas son elaboradas por manos y materiales ecuatorianos; con vestimenta colorida representan a la mujer ecuatoriana en la vida diaria, su relleno de las muñecas es de una tela especial y es fácil de limpiar para los compradores.

\$24.64
Disponible

Añadir a la cesta

Ver

¡LO MÁS VENDIDO!
No hay productos más vendidos en este momento

NOVEDADES

Adorno de cocina
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor, hecho a base de mimbre,...

[Leer más](#)

Pintura Florero Frutas variadas
Pinturas de manzanas en efecto 3d.

[Leer más](#)

Plato adorno montubio
Plato hecho de barro, pintado con colores sólidos y vivos narajan que...

[Leer más](#)

Buho de mesa
Adorno de búho considerado y utilizado como amuleto para la buena...

[Leer más](#)

Adorno frutas de hierro enlozado
Centro de mesa, hecho con material de hierro, para darle un toque...

Figura 3.7 Buscar AESA

Entrega AESA

contacto | mapa del sitio | Favoritos | Moneda: \$

AESA
Hecho a Mano

Carrito: vacío

Bienvenido | Entrar

Inicio

ETIQUETAS
Adornos

CATEGORÍAS

- ▶ Artículos de cuero y similares
- ▶ Vestuario y accesorios
- ▶ Cuadros de arte y artículos decorativos
- ▶ Manualidades
- ▶ Artesanías típicas y ancestrales

PRODUCTOS MÁS VISTOS

Adorno de...
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor,...

MARCAS

- ▶ Artesanías de Calidad
- ▶ Artesanías Ecuatorianas
- ▶ Artesanías Solange
- ▶ Calzado Marcial

🏠 > Entrega

El transporte de su paquete

Su pedido será enviado aproximadamente en 10 días laborales, después de la recepción de su pago. Sea cual sea el método de envío seleccionado, procuraremos presentarle lo antes posible, un vínculo que le permita rastrear el envío en línea de su paquete.

La devolución

- Un producto puede ser devuelto hasta 30 días después de su compra, siempre y cuando se encuentre en las mismas condiciones en que lo adquirió.
- El valor de la compra será devuelto mediante transferencia bancaria, o cualquiera de las tarjetas de crédito habilitadas para el proceso.

¡LO MÁS VENDIDO!
No hay productos más vendidos en este momento

NOVEDADES

Adorno de cocina
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor, hecho a base de mimbre,...

[Leer más >](#)

Pintura Florero Frutas variadas
Pinturas de manzanas en efecto 3d.

[Leer más >](#)

Plato adorno montubio
Plato hecho de barro, pintado con colores sólidos y vivos narajan que...

[Leer más >](#)

Buho de mesa
Adorno de búho considerado y utilizado como amuleto para la buena...

[Leer más >](#)

Adorno frutas de hierro enlazado

Figura 3.8 Entrega AESA

Aviso Legal AESA

contacto | mapa del sitio | Favoritos | Moneda : \$ ▼

AESA
Hecho a Mano

Carrito: vacío

Bienvenido | Entrar

Inicio ▾

ETIQUETAS
Adornos

CATEGORÍAS

- ▶ Artículos de cuero y similares
- ▶ Vestuario y accesorios
- ▶ Cuadros de arte y artículos decorativos
- ▶ Manualidades
- ▶ Artesanías típicas y ancestrales

PRODUCTOS MÁS VISTOS

Adorno de...
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor,...

MARCAS

- ▶ Artesanías de Calidad
- ▶ Artesanías Ecuatorianas
- ▶ Artesanías Solange
- ▶ Calzado Marcial

🏠 > Aviso legal

Artesanías Ecuatorianas S.A. se enfocó en los servicios de productos, bienes o servicios artesanales de los clientes, para la publicación de la información requerida, los cuales contrataron nuestro servicio. Los clientes son personas naturales o jurídicas. La terminología utilizada en nuestro Portal es:

Cientes: Personas naturales o jurídicas que contrataron el servicio.

Proveedores: Aquellas empresas o personas que facilitaron los medios necesarios para el alojamiento del Portal.

Visitantes: Cliente potencial que interactúa o visualiza información en el Portal.

Usuarios: Todas las personas registradas en el Portal, sean clientes o no.

Propiedad Intelectual

- Los contenidos del Portal, incluyendo imágenes y textos, el diseño y los derechos de propiedad que correspondan a dichos contenidos, así como todas las marcas, nombres comerciales o cualquier otro signo distintivo son propiedad de AESA o de sus legítimos propietarios, quedando reservados todos los derechos sobre los mismos.
- Queda prohibido cualquier acto de reproducción de los contenidos, en todo o en parte, en cualquier forma o medio, sea mecánico, electrónico, u otro, así como cualquier acto de difusión, comunicación pública o distribución, sin la previa autorización por escrito de AESA o de sus legítimos propietarios. La legitimidad de los derechos de propiedad intelectual o industrial correspondientes a los contenidos aportados por los usuarios es de su exclusiva responsabilidad

A los efectos de preservar los posibles derechos de propiedad intelectual, en el caso de que un usuario o tercero, considere se ha producido una violación de sus legítimos derechos por la introducción de un determinado contenido en el Portal, deberá notificar dicha circunstancia, indicando:

¡LO MÁS VENDIDO!
No hay productos más vendidos en este momento

NOVEDADES

Adorno de cocina
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor, hecho a base de mimbre,...

Pintura Florero Frutas variadas
Pinturas de manzanas en efecto 3d.

Plato adorno montubio
Plato hecho de barro, pintado con colores sólidos y vivos naranjan que...

Buho de mesa
Adorno de buho considerado y utilizado como amuleto para la buena...

Figura 3.9 Aviso Legal AESA

Condiciones de Uso AESA

contacto | mapa del sitio | Favoritos | Moneda: \$ ▼

AESA
Hecho a Mano

Carrito: vacío

Bienvenido | Entrar

Inicio ▾

ETIQUETAS
Adornos

CATEGORÍAS

- ▶ Artículos de cuero y similares
- ▶ Vestuario y accesorios
- ▶ Cuadros de arte y artículos decorativos
- ▶ Manualidades
- ▶ Artesanías típicas y ancestrales

PRODUCTOS MÁS VISTOS

Adorno de...
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor,...

MARCAS

- ▶ Artesanías de Calidad
- ▶ Artesanías Ecuatorianas
- ▶ Artesanías Solange
- ▶ Calzado Marcial

Todas las marcas ▾

home > Condiciones de uso

Sus condiciones de uso

- AESA dispone de un Portal para un uso de las personas interesadas o interrelacionadas con la actividad artesanal, en el dominio www.aesa.ec
- Todo USUARIO acepta, desde el mismo momento en el que accede, sin ningún tipo de reserva, el contenido de las presentes Condiciones legales, así como, en su caso, las Condiciones Particulares que puedan complementarias, sustituirlas o modificarlas en algún sentido en relación con los servicios y contenidos del Portal. En consecuencia, el USUARIO deberá leer detenidamente unas y otras antes del acceso y de utilización de cualquier servicio del Portal bajo su entera responsabilidad.

¡LO MÁS VENDIDO!
No hay productos más vendidos en este momento

NOVEDADES

Adorno de cocina
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor, hecho a base de mimbre,...

[Leer más ▶](#)

Pintura Florero Frutas variadas
Pinturas de manzanas en efecto 3d.

[Leer más ▶](#)

Plato adorno montubio
Plato hecho de barro, pintado con colores sólidos y vivos naranjan que...

[Leer más ▶](#)

Buho de mesa
Adorno de buho considerado y utilizado como amuleto para la buena...

[Leer más ▶](#)

Adorno frutas de hierro enlazado
Centro de mesa, hecho con material de hierro, para darle un toque...

Figura 3.10 Condiciones de Uso AESA

Acerca de AESA

contacto | mapa del sitio | Favoritos | Moneda: \$

AESA
Hecho a Mano

Carrito: vacío

Bienvenido | Entrar

Inicio

ETIQUETAS
Adornos

CATEGORÍAS

- ▶ Artículos de cuero y similares
- ▶ Vestuario y accesorios
- ▶ Cuadros de arte y artículos decorativos
- ▶ Manualidades
- ▶ Artesanías típicas y ancestrales

PRODUCTOS MÁS VISTOS

Adorno de...
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor,...

MARCAS

- ▶ Artesanías de Calidad
- ▶ Artesanías Ecuatorianas
- ▶ Artesanías Solange
- ▶ Calzado Marcial

Todas las marcas

home > Acerca de AESA

La Industria artesanal del Ecuador se ha convertido en una fuente de ingresos considerable para los artesanos de nuestro País, que vive de la elaboración y producción de artesanías.

Muchas de las limitaciones que afronta este sector micro empresarial, se enfoca en el poco o nulo apoyo recibido, para el mejoramiento de la producción y comercialización de sus productos, ya que no cuentan con las facilidades para el servicio y la atención a sus clientes, lo que hace imposible que se obtengan suficientes ingresos por la venta de sus artesanías.

El avance y desarrollo tecnológico han incrementado a niveles asombrosos los intercambios de información, ampliando nuevas formas de publicidad para dar a conocer diversos productos en el mercado de una forma más innovadora. La creación de un catálogo virtual se ha considera la manera más productiva y enmarcada en un concepto global, porque permitirá a los visitantes del portal incrementar la interactividad con el usuario, mejorar la adaptación a la identidad de la empresa, y una mayor relación calidad precio.

Basándonos en este marco, la compañía surge como una necesidad de trabajar directamente con las comunidades de artesanos del Ecuador, contribuyendo a la comercialización de sus productos, para lo cual este portal representará para los artesanos una nueva forma de promocionar sus productos, explotando las múltiples ventallas que tiene la tecnología, y al mismo tiempo mejorando su nivel de ingresos, proporcionando una mejor calidad de vida a su familia.

La empresa surge de la necesidad de que los artesanos ecuatorianos cuenten con un proceso de comercialización de sus artesanías que les facilite la colocación completa de sus productos en el mercado, y esto les permita incrementar sus ventas y posicionarse dentro del mercado. La globalización exige a las pequeñas empresas actualizar sus canales de distribución para que no sean eliminados del mercado. Por consiguiente, el interés de este proyecto se plantea con el propósito de crear un Portal Web con enfoque a la comercialización de artesanías en una tienda on-line.

¡LO MÁS VENDIDO!
No hay productos más vendidos en este momento

NOVEDADES

Adorno de cocina
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor, hecho a base de mimbre,....
[Leer más](#)

Pintura Florero Frutas variadas
Pinturas de manzanas en efecto 3d.
[Leer más](#)

Plato adorno montubio
Plato hecho de barro, pintado con colores sólidos y vivos narajan que...
[Leer más](#)

Buho de mesa
Adorno de búho considerado y utilizado como amuleto para la buena...
[Leer más](#)

Adorno frutas de hierro enlazado
Centro de mesa, hecho con material de hierro, para darle un toque...

Figura 3.11 Acerca de AESA

Pago Seguro AESA

contacto | mapa del sitio | Favoritos Moneda: \$

AESA
Hecho a Mano

Carrito: vacío

Bienvenido | Entrar

Inicio

ETIQUETAS
Adornos

CATEGORÍAS

- Artículos de cuero y similares
- Vestuario y accesorios
- Cuadros de arte y artículos decorativos
- Manualidades
- Artesanías típicas y ancestrales

PRODUCTOS MÁS VISTOS

MARCAS

- Artesanías de Calidad
- Artesanías Ecuatorianas
- Artesanías Solange
- Calzado Marcial

Todas las marcas

PROVEEDORES

- Artesanías de Calidad
- Artesanías Ecuatorianas
- Artesanías Solange
- Calzado Marcial

Todos los proveedores

Pago seguro

Ofrecemos pago seguro SSL

Utilice Visa / Mastercard / Paypal / Transferencia Bancaria.

Acerca de estos servicios

SSL SECURITY

Pago mediante Transferencia Bancaria: BBVA 0182 0199 91 0208545968

- Se puede seleccionar pago por transferencia bancaria.
- No es necesario indicar la dirección de envío en Paypal, ya que esta se encuentra configurada en el perfil de usuario en AESA.
- Se puede añadir varias unidades de un mismo producto o seleccionar un color o talla, contacta con la tienda en cuestión mediante mensaje privado.
- Cuando selecciona pago por PayPal en el carrito, www.aesa.ec, se direcciona a la página de pago seguro de PayPal.

Métodos de pago aceptados:

- PayPal (incluye pago con tarjeta de crédito/débito Visa, Mastercard, Discover, American Express)
- Transferencia bancaria
- Nota de crédito

¡LO MÁS VENDIDO!
No hay productos más vendidos en este momento

NOVEDADES

Adorno de cocina
Adorno del hombre ecuatoriano agricultor, hecho a base de mimbre,...

Pintura Florero Frutas variadas
Pinturas de manzanas en efecto 3d.

Plato adorno montubio
Plato hecho de barro, pintado con colores sólidos y vivos naranjan que...

Buho de mesa
Adorno de buho considerado y utilizado como amuleto para la buena...

Adorno frutas de hierro enlazado
Centro de mesa, hecho con material de hierro, para darle un toque...

PROMOCIONES ESPECIALES

Silueta artesanal
\$146.82
\$139.48 (-5%)

Figura 3.12 Pago Seguro AESA

CAPÍTULO 4

4. Análisis Administrativo, Legal y Social

4.1. Análisis Administrativo

El Análisis administrativo tiene como finalidad principal determinar las estructuras organizacionales, y las políticas de administración del equipo de trabajo que deberán tener los perfiles de este grupo emprendedor y su participación en la gestión del desarrollo del Portal.

4.1.1. Organización

Al emprender las actividades Artesanías Ecuatorianas Sociedad Anónima, “AESA” está conformada por 8 socios que conforman la junta directiva, siendo los accionistas mayoritarios las LSI Silvia Castillo y Yuly López, las mismas que aportarán con \$9000 en total.

- Gerente General
- Gerente de Logística operativa
- Gerente de comercialización y ventas
- Webmaster
- Contadora
- Vendedores
- Asesor Jurídico (persona externa)

El organigrama de la empresa será el que se muestra a continuación:

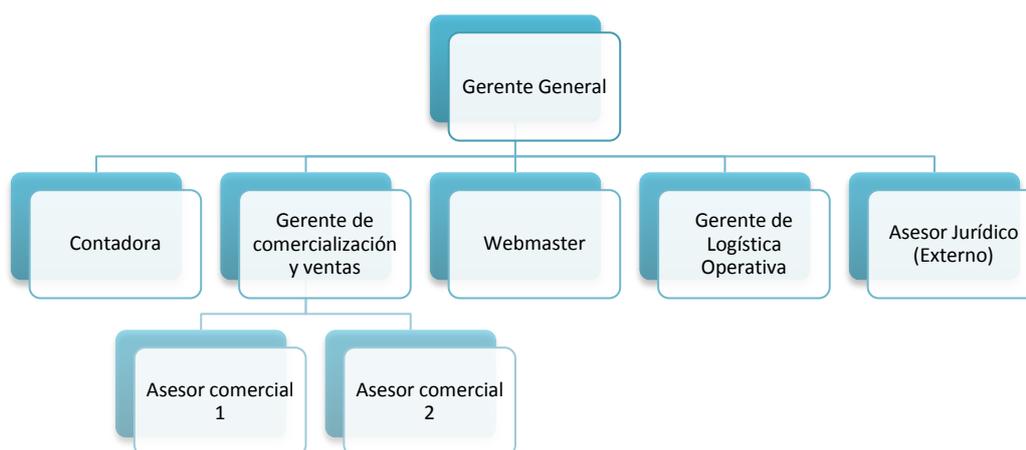


Figura 4.1 Organigrama de AESA

4.1.2. Actividades del equipo de trabajo

Gerente General

Encargado de dirigir, controlar y establecer los objetivos, lineamientos y políticas, para gestionar el buen funcionamiento de los procesos en la empresa, establece la comunicación entre la empresa y la junta directiva quienes autorizan las decisiones más relevantes en la empresa

Gerente de Logística operativa

Es el responsable de comunicar y confirmar las entregas de las artesanías de los artesanos a los clientes que compran las artesanías y generar la nota de crédito en caso de devoluciones; el cliente puede usar la nota de crédito como pago o parte de pago para su próxima compra.

Gerente de comercialización y ventas

Entrena, dirige y capacita a los asesores comerciales, para el correcto manejo y desempeño al momento de establecer comunicación con el artesano, transmite confianza y valora la opción de cada asesor comercial.

Webmaster

Agente responsable del desarrollo, mantenimiento y definición de la estructura y arquitectura del árbol del Portal, también posee el criterio adecuado para analizar, y tomar decisiones respecto al contenido y autoriza la publicación del mismo, siendo el único responsable de la generación, actualización y modificación de las distintas secciones publicadas en el Portal, siempre alineados con los estándares establecidos en la actualidad.

Contadora

Será la encargada de llevar la contabilidad de la empresa, que implica la elaboración de los estados financieros y su análisis correspondientes para la toma de decisiones.

Asesor comercial

Es la persona que será la responsable de tener un acercamiento directo con los artesanos, y motivarlos a conocer el Portal y los beneficios que podrán obtener con el comercio electrónico, y estará en permanente integración con las actividades de marketing de la compañía.

Asesor Jurídico externo

Es un especialista, conocedor de las leyes, reglamentos y normativas ecuatorianas que rigen en la actualidad, y de la misma manera cumple con los principios éticos de la profesión, y ejecuta las tareas que correspondan con las normas que regulan la actividad legal y nos representa en caso de ser necesario.

4.2. Análisis Legal

Artesanías Ecuatorianas S.A, se enfocó en los servicios artesanales de los clientes, y en la publicación de sus productos. Los clientes que contrataron nuestro servicio son personas naturales o jurídicas. La terminología utilizada en el Portal es:

Clientes: Personas naturales o jurídicas que contrataron el servicio.

Proveedores: Aquellas empresas o personas que facilitaron los medios necesarios para al alojamiento del Portal.

Visitantes: Cliente potencial que interactúa o visualiza información en el Portal.

Usuarios: Todas las personas registradas en el Portal, sean clientes o no.

4.2.1. Propiedad Intelectual

- Los contenidos del Portal, incluyendo imágenes y textos, el diseño y los derechos de propiedad que correspondan a dichos contenidos, así como todas las marcas, nombres comerciales o cualquier otro signo distintivo son propiedad de AESA o de sus legítimos propietarios, quedando reservados todos los derechos sobre los mismos.
- Queda prohibido cualquier acto de reproducción de los contenidos, en todo o en parte, en cualquier forma o medio, sea mecánico, electrónico, u otro, así como cualquier acto de difusión, comunicación pública o

distribución, sin la previa autorización por escrito de AESA o de sus legítimos propietarios. La legitimidad de los derechos de propiedad intelectual o industrial correspondientes a los contenidos aportados por los usuarios es de su exclusiva responsabilidad

A los efectos de preservar los posibles derechos de propiedad intelectual, en el caso de que un usuario o tercero, considere se ha producido una violación de sus legítimos derechos por la introducción de un determinado contenido en el Portal, deberá notificar dicha circunstancia, indicando:

- Datos de carácter personal que identifiquen al titular de los derechos presuntamente infringidos. Si la reclamación la presenta un tercero distinto del interesado, deberá indicar la representación que ostenta con la que actúa.
- Indicación de los contenidos protegidos por los derechos de propiedad intelectual y su ubicación en el Portal.
- Acreditación de la existencia, titularidad y vigencia de los citados derechos de propiedad intelectual.
- Declaración expresa en la que el interesado se responsabilice de la veracidad de los datos e información facilitados en la notificación a que se refiere este punto.

Contenidos

- AESA se reserva el derecho de, en cualquier momento y sin necesidad de previo aviso, denegar el acceso a este Portal a aquellos usuarios que incumplan cualesquiera de estas condiciones generales o de las particulares que les sean de aplicación.
- El Usuario del Portal se compromete a hacer un uso adecuado de los servicios y respetar las normas que rigen en la actualidad y no incurrir en actividades ilícitas o contrarias a la buena fe y al ordenamiento legal, y a no provocar daños en los sistemas físicos y lógicos de AESA de sus proveedores o de terceras personas.

1. Área de Registro

- El área de registro implica el empleo de un 'password' o contraseña, la cual deberá mantener bajo protección, como reserva y custodia, debiendo mantenerlas en la más estricta y absoluta confidencialidad, asumiendo por tanto cuantos daños, gastos y/o perjuicios de todo tipo se deriven del quebrantamiento de esta obligación o de la revelación de la

contraseña, así como del mal uso que, como consecuencia de la infracción de su deber de custodia, pudiera hacer un tercero.

- No obstante, AESA podrá sin necesidad de previo aviso, modificar, suspender o revocar la contraseña habilitada, siempre que se haya constatado por parte de AESA un uso negligente por parte del usuario registrado.

2. Comunicaciones y Notificaciones

Todas las comunicaciones y notificaciones realizadas, se considerarán eficaces a todos los efectos, cuando se realicen a través de correo electrónico al e-mail suministrado por el usuario en su registro. El usuario se obliga a mantener informado a AESA de los cambios que se produzcan en los datos personales y en la dirección de correo electrónico que AESA posee para informar al usuario de los hechos que estime oportunos. El usuario reconoce expresamente que dichos datos han sido suministrados por él mismo y que son veraces.

4.2.2. Protección de Datos

- En cumplimiento de la Ley Orgánica de Protección de Datos, le informamos que los datos personales que suministrase al activar su cuenta en AESA serán tratados de forma confidencial y pasarán a formar parte de la base de datos, donde AESA almacena y protege la información de sus clientes.
- La cuenta es el medio que AESA utiliza para informar al usuario de las incidencias relativas a los servicios ofrecidos, así como notificar sobre futuros servicios puestos a disposición por AESA.
- El usuario garantiza que los datos personales facilitados son veraces y se hace responsable de comunicar cualquier modificación en los mismos. El usuario será el único responsable de cualquier daño o perjuicio, directo o indirecto, que pudiera ocasionar al responsable del Portal o a cualquier tercero a causa de la cumplimentación de los formularios con datos falsos, inexactos, incompletos o no actualizados.
- AESA no vende, alquila ni pone a disposición de terceras personas los datos personales proporcionados por el usuario.
- AESA ha adoptado las medidas necesarias para evitar la alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado de los datos personales,

habida cuenta en todo momento del estado de la tecnología, no obstante, el usuario debe ser consciente de que las medidas de seguridad en Internet no son inquebrantables.

- AESA puede almacenar y hacer uso de las direcciones IP de los usuarios de este Portal a fin de analizar el tráfico, administrar el Portal y realizar un seguimiento de la utilización del Portal en su conjunto. Asimismo se reserva el derecho de utilizar servicios de análisis de la web (a modo de ejemplo: Google Analytics o herramientas similares) para ayudar en el análisis del uso del Portal.

4.2.3. Políticas para Condiciones generales de uso

Introducción

- AESA dispone de un Portal para un uso de las personas interesadas o interrelacionadas con la actividad artesanal, en el dominio www.aesa.ec
- Todo USUARIO acepta, desde el mismo momento en el que accede, sin ningún tipo de reserva, el contenido de las presentes Condiciones legales, así como, en su caso, las Condiciones Particulares que puedan complementarlas, sustituirlas o modificarlas en algún sentido en relación con los servicios y contenidos del Portal. En consecuencia, el USUARIO

deberá leer detenidamente unas y otras antes del acceso y de utilización de cualquier servicio del Portal bajo su entera responsabilidad.

Información legal

Dominio del portal: www.aesa.ec

Razón social del portal: Arte Ecuatoriano Sociedad Anónima

Teléfono fijo: (593)42 967786

Teléfono móvil: (593) 992334557

Dirección: Edificio World Trade Center. Piso 8 Oficina: 845

Contacto: info@aesae.ec

Objetivo

- Ser el punto de referencia para los usuarios que gustan de las artesanías y el canal oficial de distribución de los artesanos del País.
- AESA asegurará la confidencialidad de los datos y/o información proporcionados por los usuarios, alineándonos al marco jurídico en lo establecido a través de la Ley Orgánica de Comercio Electrónico, sobre derechos, privacidad, confidencialidad, y autoría y las disposiciones legales vigentes en el Ecuador.

- AESA podrá eliminar del Portal contenidos de los usuarios clientes que sean considerados no apropiados sin previo aviso, que pudieran vulnerar o afectar la sensibilidad y/o derechos de terceros.
- El usuario reconoce que técnicamente no es posible lograr disponibilidad del Portal www.aesa.ec, al 100 %, por factores no controlables, a causa de acontecimientos naturales como terremotos, sabotaje, terrorismo, inundaciones o cualquier instancia que pueda surgir y que no permita la disponibilidad del Portal o del nodo de conexión, en su sitio de origen.

Obligaciones de los Usuarios en el Portal

- El USUARIO se compromete a hacer un uso diligente del mismo y de los servicios accesibles desde este Portal, con total apego a la Ley, a las buenas costumbres y a las presentes Condiciones Generales de Uso y, en su caso, condiciones particulares, así como manteniendo el debido respeto a los demás usuarios.
- El uso de la contraseña es personal e intransferible, no estando permitida la cesión, ni siquiera temporal, a terceros. En tal sentido, el Usuario deberá adoptar las medidas necesarias para la custodia de la contraseña por él seleccionada, evitando el uso de la misma por terceros. En el supuesto de que el Usuario conozca o sospeche del uso de su

contraseña por terceros deberá poner tal circunstancia en conocimiento de AESA a la mayor brevedad.

- Toda la información que facilite el Usuario a través de los servicios deberá ser veraz y exacta. A estos efectos, el Usuario certifica la autenticidad de todos aquellos datos que comunique, necesarios para la suscripción de los servicios.
- De igual forma, será responsabilidad del Usuario mantener toda la información permanentemente actualizada de forma que responda, en cada momento a la situación real del Usuario. El Usuario será el único responsable de las manifestaciones falsas o inexactas que realice y de los perjuicios que cause a AESA o a terceros por la información que facilite.
- El Usuario se obliga a respetar las leyes aplicables y los derechos de terceros al utilizar los contenidos y servicios del Portal. Queda prohibida la reproducción, distribución, transmisión, adaptación o modificación, por cualquier medio y en cualquier forma, de los contenidos del Portal (textos, diseños, gráficos, informaciones, bases de datos, archivos de sonido y/o imagen, logos, etc.) y demás elementos de este, salvo

autorización previa de sus legítimos titulares o cuando así resulte permitido por la ley.

- Al usuario le está prohibido: utilizar contenidos injuriosos o calumniosos, con independencia de que esos contenidos afecten a otros usuarios o a otras personas o empresas, utilizar contenidos que vulneren las leyes de protección de menores, o hacer publicidad, ofrecer o distribuir productos que vulneren las leyes de protección de menores, o utilizar contenidos protegidos legalmente.

Se prohíbe al usuario las siguientes acciones:

- Bloquear, sobrescribir, modificar o copiar, a no ser que ello sea necesario para la correcta utilización de los servicios de los sitios. Por ejemplo, el copiado mediante tecnologías de buscador tipo “Robot/Crawler” no es necesario para la correcta utilización de los servicios del Portal, Robot/Crawler analiza cada parte del Portal, la clasifica y la almacena, por lo que está prohibido expresamente.

- Difundir y reproducir públicamente contenidos del Portal de AESA o de otros usuarios, sin la autorización previa.
- Toda acción apta para perjudicar la funcionalidad de la infraestructura de AESA, especialmente para sobrecargarla.
- A utilizar cualquiera de los materiales e informaciones contenidos en este Portal con fines ilícitos y expresamente prohibidos en las presentes Condiciones Generales de Uso, así como a las condiciones particulares que, en su caso, se habiliten que resulten contrarios a los derechos e intereses de AESA, sus miembros y/o terceros, y deberá responder en caso de contravenir o incumplir dichas obligaciones y/o que, de cualquier modo (incluida la introducción o difusión de “virus informáticos”), dañe, inutilice, sobrecargue, deteriore o impida la normal utilización de los materiales e informaciones contenidos en el portal.

Obligaciones en la publicación de contenido en www.aesa.ec

- A través de la inserción de información y/o imágenes en el portal de AESA, el usuario se declara titular legítimo de los derechos de propiedad intelectual e industrial del contenido para la reproducción, distribución y

comunicación pública a través de cualquier medio electrónico, principalmente Internet y correo electrónico, para todo el mundo con tiempo ilimitado.

- El USUARIO declara tener los derechos suficientes para la inserción de la información y/o imágenes en el Portal de AESA.

AESA no permite la inserción de contenidos que deterioren la calidad del servicio. Está prohibida la inserción de contenidos que:

- Que no reúnan las normativas establecidas en AESA.
- AESA se reserva la potestad de retirar del Portal aquellos contenidos que se consideren no apropiados a las características y finalidades de AESA.
- AESA no puede controlar todos y cada uno de los contenidos publicados, de manera que no puede asumir la responsabilidad sobre los contenidos. De todas maneras, periódicamente se revisan los contenidos insertados y publicados para asegurar los principios de calidad de AESA así como las normas aquí indicadas.

Enlaces, links a páginas de terceros

- El Portal incluye dentro de sus contenidos enlaces con sitios pertenecientes y/o gestionados por terceros con el objeto de facilitar el acceso a información disponible a través de Internet.
- AESA no asume ninguna responsabilidad derivada de la existencia de enlaces entre los contenidos de este Portal y contenidos situados fuera del mismo o de cualquier otra mención de contenidos externos a este Portal. Tales enlaces o menciones tienen una finalidad exclusivamente informativa y, en ningún caso, implican el apoyo, aprobación, comercialización o relación alguna entre AESA y las personas o entidades autoras y/o gestoras de tales contenidos o titulares de los Portal donde se encuentren.

Foros

- Para utilizar el foro es necesario estar registrado en AESA.
- En principio, en el foro existe la libertad de expresión que solo está limitada por las leyes vigentes. Sin embargo, todos los usuarios están obligados a respetar las normativas establecidas.
- Si el contenido de un mensaje viola las leyes aplicables o las reglas de etiqueta de la web, este mensaje será eliminado de AESA sin previo

aviso una vez que AESA adquiriera conocimiento de este mensaje. Los mensajes que han sido "borrados" de AESA se pueden mover a un foro invisible o inutilizable. Esto asegura que estos mensajes estén disponibles como prueba.

- La reproducción de los datos personales solo está permitida con la autorización expresa de la persona. Al introducir datos personales de otra persona, AESA se reserva el derecho de borrarlos si no existe el permiso de dicha persona. AESA también se reserva el derecho de borrar mensajes y publicidad en masa que le pesa a la infraestructura de la red.
- AESA no controla las contribuciones individuales de los usuarios o el contenido de los productos de terceros. Cada usuario es responsable por sus mensajes y su contenido (enlaces, por ejemplo). AESA se reserva expresamente el derecho de reclamar por daños y perjuicios a los usuarios que utilicen el foro de forma indebida o ilegal.
- AESA se reserva el derecho de bloquear o eliminar usuarios por violaciones de estas reglas de uso, así como de excluirlos, temporal o permanentemente, de alguno o todos los servicios. En el caso de contenido contra la ley, AESA se reserva expresamente el derecho de

formalizar una denuncia en contra del autor, así como de facilitar los datos que se posean de éste.

Responsabilidad y difusión de contenidos, datos y/o información de los usuarios

- El usuario autoriza expresamente a AESA para que difunda los datos relacionados con los contenidos que haya aportado a AESA.
- AESA tampoco tiene la obligación de verificar y no verifica la identidad de los usuarios, ni la veracidad, vigencia, exhaustividad y/o autenticidad de los datos que los usuarios proporcionan sobre sí mismos. No obstante AESA se compromete a aplicar los mecanismos de validación que considere necesarios en el momento de registro del usuario y la utilización de determinados servicios.
- AESA no asume responsabilidad alguna por los contenidos, datos y/o información aportados por los usuarios del Portal, ni tampoco por los contenidos del Portal externos a los que existan enlaces. En especial AESA no garantiza que esos contenidos sean verdaderos, cumplan una determinada finalidad o puedan servir a esa finalidad.

- Asimismo, AESA no será responsable de las opiniones vertidas por los usuarios a través del Portal, los foros, comunidades, u otras herramientas de participación u opinión.

4.2.4. Políticas para Condiciones de uso para la compra y venta en AESA

1. Introducción

AESA es una plataforma de ventas por internet, donde los usuarios podrán comprar directamente al artesano. El usuario acepta las siguientes Condiciones de Uso.

2. Área de aplicación

Estas Condiciones de uso reglamentan el contratado uso entre AESA y el usuario, persona natural o jurídica que usa los servicios de AESA. Las normas de compra generales son válidas para las compras realizadas en el Portal. Para estos contratos, las Condiciones de uso solo son válidas si la compra fue hecha a través del Portal AESA.

- Estas Condiciones de uso son válidas a partir del registro del respectivo usuario. Al registrarse el usuario acepta las Condiciones de uso. La

aceptación del Contrato de uso y Condiciones de uso puede ser cancelada o revocada por escrito (conforme a la ley ecuatoriana de protección de datos).

3. Objeto Social y Alcance del Contrato de Uso

- AESA es un mercado donde los usuarios conformes con los artículos aprobados en AESA, ofrecen, venden y distribuyen sus productos y servicios, siempre y cuando la oferta, venta o compra no viole ninguna ley o estas Condiciones de uso. Para ver información general sobre los artículos permitidos y prohibidos, el usuario ha de consultar las Condiciones Generales de Uso.
- AESA gestiona la plataforma técnica para la comercialización de los productos. Con ello AESA no interfiere en el proceso de compra, por lo tanto no participa en los contratos de compra o venta celebrados en la plataforma, ya sea como contratista o como representante o agente, o de cualquier otra manera.

El contrato de compra es sólo entre los vendedores y compradores.

- El cumplimiento del acuerdo de compra es exclusivamente responsabilidad de los usuarios.

- No existe el derecho a recibir y tramitar quejas contra otros usuarios o para la mediación o el arbitraje de controversias entre ellos, excepto cuando el objeto de la denuncia, el cumplimiento de las obligaciones legales o contractuales es de AESA.
- El acceso a las páginas de Internet de AESA y la búsqueda de productos y tiendas así como el contacto con las tiendas están disponibles para cualquier persona. Para el uso de otras funciones, por ejemplo, crear una tienda, publicar productos, introducir comentarios, comprar y vender productos a través del sistema de compra de AESA es solo posible para usuarios registrados.
- El usuario es responsable, y no incluye a AESA en esa responsabilidad, por las reclamaciones hechas por otros usuarios o de terceros con respecto a acusaciones sobre violación de los derechos de usuario en referencia a ofertas, su contenido, o cualquier otro uso de AESA. El usuario deberá asumir los costos de defensa legal necesarios, incluyendo todos los costos judiciales y honorarios de abogados. Esto no se aplica si la infracción no es responsabilidad del usuario.
- Cada una de nuestras tiendas acepta recibir periódicamente mediante correo electrónico información relevante para optimizar y potenciar la gestión comercial de su espacio en AESA. Para cancelar el envío, la

tienda deberá enviar un email a **comunicacion@aesa.ec**, notificando su deseo de no recibir más emails.

4. Registro

- El uso de AESA para la búsqueda de productos y tiendas o contactar con una tienda es posible sin tener que registrarse. Para diversas funciones, como crear una tienda online, publicar productos, introducir comentarios o comprar y vender productos se necesita inscribirse como usuario de AESA. Al registrarse y aceptar estas Condiciones de uso de AESA, existe un contrato de uso entre el usuario y AESA.
- Solo se permite el registro de personas jurídicas y personas físicas permitidas (capaces de contratar de forma indefinida). Los menores de edad tienen prohibido su registro.
- Los datos solicitados por AESA para el registro deben ser introducidos de forma completa y precisa, por ejemplo, nombre y apellido, dirección actual (no se aceptan apartados postales), número de teléfono, una dirección válida de correo electrónico y de la compañía (optativo). El usuario está obligado a mantener la información de registro actualizada. El registro de una persona jurídica, deberá realizarse únicamente por una persona autorizada. Al registrarse, solo una persona puede ser especificada como dueño de la cuenta del usuario.

- Al registrarse, el usuario elige un nombre de usuario y contraseña. El usuario no debe revelar su contraseña a terceros. AESA nunca revela una contraseña a terceros.
- Una cuenta de usuario no es transferible.
- AESA se reserva el derecho a cancelar la cuenta de un usuario cuando el registro no se haya completado.

5. Bloqueo y cancelación

AESA puede tomar las siguientes medidas si hay indicios suficientes de que un usuario ha infringido las disposiciones legales, los derechos de terceros o las Condiciones de uso donde AESA tenga un interés legítimo, sobre todo para proteger a otros usuarios de la actividad fraudulenta como:

- ✓ Eliminación de ofertas u otros contenidos que hayan ingresado en AESA
- ✓ Advertencia a los usuarios
- ✓ Restricción del uso del mercado
- ✓ Cierre temporal / suspensión temporal
- ✓ Cierre permanente / suspensión permanente

- ✓ En la selección de la medida a tomar, AESA tiene en cuenta los intereses legítimos del usuario en cuestión, en particular si hay indicaciones de que el usuario no ha causado la infracción.

AESA puede suspender de forma permanente a un usuario cuando:

- Hemos recibido quejas relacionadas con las malas prácticas de ese usuario y el bloqueo es requerido para proteger los intereses de los otros usuarios.
- Este usuario incluye en su registro información de contacto falsa, en particular una dirección de correo electrónico incorrecta o no válida.
- Este usuario transfiere su cuenta de usuarios.
- Este usuario ha causado a AESA o a otros usuarios daños significativos, en particular ha abusado de los servicios de AESA.

Existe otra razón importante

Si un usuario ha sido suspendido definitivamente, no tiene derecho a la recuperación de la cuenta bloqueada.

AESA puede cancelar el contrato de un usuario en cualquier momento con un aviso de siete días. El derecho a bloquear a un usuario no entra en vigor.

Una vez que un usuario ha sido bloqueado, ese usuario no debe iniciar sesiones en AESA con otras cuentas de usuario que tenga, y no debe volver a registrarse.

6. Crear tiendas y vender

- Los usuarios registrados pueden crear su propia tienda en AESA donde pueden ofrecer sus productos y servicios.
- Los dueños de las tiendas son responsables de todos los artículos incluidos en sus tiendas, así como del cumplimiento de reglas y normas legales para su tienda. Se cobrará una comisión por la publicidad de los productos en el Portal. AESA se reserva el derecho de cobrar por sus servicios, comunicándolo con un mes de antelación.
- Al crear una tienda, el usuario selecciona un nombre para la tienda. Éste puede diferir del nombre del usuario. El nombre de la tienda no puede infringir los derechos de los demás y no deben violar la decencia pública. AESA tiene el derecho de cambiar o borrar el nombre de una tienda por cualquier infracción moral o a terceros.
- La información dada por el usuario al abrir una tienda AESA debe ser correcta y completa; datos comerciales, información de pago, descripción de la tienda, etc. El dueño de la tienda está obligado a mantener esta información actualizada.

- Al hacer una oferta de producto, el usuario realiza una oferta vinculante para la venta de este artículo a un precio fijo a la persona interesada que cumpla las condiciones especificadas. Un contrato para la compra de este artículo se produce cuando un usuario cumple con las condiciones contenidas en la oferta y hace clic en el botón "Añadir al carrito".
- La descripción y las imágenes utilizadas no deben violar los derechos de los demás y solo debe referirse a la oferta. La publicidad de productos que no se ofrecen a través de AESA está prohibida.
- El precio de las respectivas ofertas es el precio final, incluyendo cualquier tipo de IVA y otros componentes del precio. El precio de la oferta no incluye gastos de envío. Los vendedores no deben cobrar las tarifas de venta o comisiones como un gasto adicional, o cobrarle a los compradores de ninguna forma estos gastos de venta.
- AESA tiene el derecho de retirar productos cuando estos no respetan las Condiciones de Uso, la ley o actúan en contra de otros productos presentados en AESA.

7. Comisiones de venta, recargos y tarifas

Cuando el usuario vende a través del sistema de compra de AESA, lo está haciendo a través de transferencia bancaria. El cliente que adquiere el producto, será quien asumirá los costos de envío del producto.

8. Devoluciones

- Un producto puede ser devuelto hasta 30 días después de su compra, siempre y cuando se encuentre en las mismas condiciones en que lo adquirió.
- Por concepto de devolución se emitirá una nota de crédito, la cual representa un valor a favor que el cliente posee y estará disponible para aplicar a futuras compras.

9. Compra de productos

- Como comprador, el usuario está obligado a completar el contrato de compra con el vendedor cuando compra un artículo. El acuerdo de compra entra en efecto cuando se hace clic en el botón "pagar" en su cesta de compras. Una vez finalizada la compra, el usuario recibirá un email de confirmación.
- Si el usuario compra un artículo, quiere decir que está de acuerdo con las condiciones de uso de AESA, la descripción del artículo, y las

condiciones de compra del vendedor, siempre que estas condiciones no entren en conflicto con las condiciones legales de AESA o contra la ley.

- Los contratos de compra se pueden cancelar solo en casos excepcionales. Por ejemplo, cuando el vendedor cambia la descripción del artículo después de la venta, hay un error tipográfico, o la identidad del vendedor no está clara.
- Como comprador, el usuario debe asegurarse de que es legalmente capaz de hacer compras en AESA.

Pagos

- Se puede seleccionar pago por transferencia bancaria.
- Se puede añadir varias unidades de un mismo producto o seleccionar un color o talla, contacta con la tienda en cuestión mediante mensaje privado.

Métodos de pago aceptados:

- Transferencia bancaria
- Nota de crédito

10. Principios generales

- Los usuarios están obligados a seguir las leyes aplicables al usar los servicios de AESA. El contenido publicado no debe violar la ley aplicable o estas condiciones de uso.

- La información y actividad de usuarios en AESA no debe ser:
 - ✓ Falsa, inexacta o engañosa.
 - ✓ Amenazadora, abusiva o difamatoria.
 - ✓ Obscena, indecente o que incluya pornografía infantil.
 - ✓ Usada para herir los derechos de autor, patentes, marcas registradas, privacidad, propiedad o derechos de privacidad de un tercero.
 - ✓ Incluir contenidos, distribución o reproducción sin la autorización previa del propietario del copyright.
 - ✓ Fraudulenta o involucrar los intercambios de bienes robados. Para usar información de contacto para ningún otro propósito que para el de contrato o de comunicación; especialmente prohibido está su uso para fines publicitarios.
 - ✓ Contraria a las leyes o regulaciones aplicables, incluyendo las leyes de exportación, protección del consumidor, anti-discriminación, y publicidad falsa.

- ✓ Para crear enlaces, directa o indirectamente, a descripciones de productos y servicios que están prohibidos bajo estas Condiciones del uso.
 - ✓ Incluyendo virus informáticos, troyanos, gusanos o cualquier otro tipo diseñado para interrumpir el funcionamiento operativo de AESA..
 - ✓ Para incluir mecanismos, software o cualquier otro tipo de mecanismo que perturben el funcionamiento, dañe, o haga menos eficiente a AESA.
 - ✓ Para bloquear el contenido de AESA, sobrescribirlo o modificarlo.
- El usuario no debe publicar ningún artículo, que perjudique a AESA mediante el pago de los honorarios, la ley aplicable, o estas condiciones de uso.
 - Para poder usar información no personal del usuario en los medios de comunicación, el usuario nos concede únicamente para ese fin una licencia no exclusiva, mundial, irrevocable y libre de prerrogativas, incluyendo derechos de autores con sub-licencia, marca y de base de datos. Esta información no personal será solo usada bajo las normas de nuestra Política de Privacidad.

- La mayoría de las tiendas artesanales, acepta recibir periódicamente, mediante correo electrónico, información relevante para optimizar y potenciar la gestión comercial de su espacio en AESA. Para cancelar el envío de email, se deberá enviar un email a **comunicacion@aesa.ec**, notificando su deseo de no recibir más emails.

11. Limitación de la responsabilidad

AESA no se hace responsable por los contratos hechos entre los usuarios.

AESA no se hace responsable de contenidos externos, solo el proveedor.

AESA tampoco se hace responsable por el contenido de terceros.

Los usuarios eximen a AESA de cualquier reclamación formulada por terceros contra la ilegalidad de productos enviados, incluyendo el texto en los comentarios y foros. El usuario culpable se hace cargo del costo de la defensa jurídica (en particular los honorarios legales).

Las exclusiones y limitaciones anteriores no se aplican en el caso de garantías explícitas adquiridas por AESA, por daños y perjuicios a la salud, integridad física o vida, o cuando lo requiera la ley aplicable.

Los enlaces que se proporcionan en AESA fueron cuidadosamente seleccionados. AESA no toma responsabilidad por el contenido ofrecido a través de páginas enlazadas a través de enlaces. Si alguna de estas páginas enlazadas contiene contenido ilegal, pedimos al usuario que envíe de inmediato un email a info@Aesa.ec, para que el enlace en cuestión pueda ser borrado.

4.2.5. Políticas de privacidad

1. Derecho de información

- La presente política de protección de datos regula el acceso y el uso de los servicios del Portal www.Aesa.ec, (en adelante “AESA”) pone a disposición de los usuarios de Internet interesados en sus servicios y contenidos (en adelante, los “Usuarios”).
- De conformidad con lo establecido por la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal, AESA como titular del Portal, informa al usuario de la existencia de ficheros de datos de carácter personal creado por éste y bajo su responsabilidad.
- AESA cumple íntegramente con la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal, y con los compromisos de confidencialidad propios de su actividad.

- Si el usuario decide registrarse en AESA, se solicitarán los datos estrictamente necesarios para la consecución del fin al cual está destinado el Portal, que no es otro que el de facilitar un punto de encuentro entre artesanos que venden sus productos y los compradores interesados en adquirirlos.

2. Finalidad

Los datos de los usuarios registrados a través de los formularios habilitados al efecto en www.aesa.ec son recabados con las siguientes finalidades:

- ✓ Facilitar a los usuarios la búsqueda rápida y fácil de artesanos según la provincia, país, y técnica y materiales que trabaja.
- ✓ Facilitar el contacto, a través de las solicitudes de información vía email, entre las tiendas de artesanía que venden sus productos que anuncian sus productos y los usuarios interesados en estos.
- ✓ Remisión de comunicaciones electrónicas promocionales e informativas sobre el sector artesanal y los productos expuestos en AESA.
- ✓ Uso interno por parte del equipo de AESA para solucionar incidencias y facilitar información de interés para la gestión y uso del Portal.

3. Carácter obligatorio o facultativo de la información facilitada por el usuario y veracidad de los datos

Los campos sin la palabra "opcional" en el formulario de registro a cumplimentar por el usuario son estrictamente necesarios para atender a su petición, siendo voluntaria la inclusión de datos en los campos restantes.

El Usuario garantiza que los datos personales facilitados a AESA son veraces y se hace responsable de comunicar cualquier modificación de los mismos.

Los datos recabados son los adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito, las finalidades y servicios determinados, explícitos y legítimos de AESA.

El Usuario garantiza que toda la información de carácter personal que facilite es exacta y está puesta al día de forma que responde con veracidad a la situación real del usuario. Corresponde y es obligación del usuario mantener, en todo momento, sus datos actualizados, siendo el usuario el único responsable de la inexactitud o falsedad de los datos facilitados y de los perjuicios que pueda causar por ello a AESA o a terceros con motivo de la utilización de los servicios ofrecidos por AESA.

4. Consentimiento del usuario

AESA se compromete a proteger la privacidad de los datos de usuario que se han solicitado únicamente para su uso interno. AESA así lo especifica en la petición de datos.

Al rellenar el formulario y hacer clic para enviar los datos, el usuario manifiesta haber leído y aceptado expresamente las condiciones legales de AESA y otorga su consentimiento inequívoco y expreso al tratamiento de sus datos personales conforme a las finalidades informadas y servicios que presta AESA. Asimismo, el usuario consiente que en el momento de registrarse, sus fotografías y su perfil de usuario serán visibles públicamente para el resto de usuarios en AESA así como en los diversos buscadores de Internet.

5. Seguridad

AESA pone en conocimiento de los usuarios que ha adoptado las medidas de índole técnica y organizativas reglamentariamente establecidas, que garantizan la seguridad de los datos de carácter personal y evitan su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, habida cuenta del estado de la tecnología, la naturaleza de los datos almacenados y los riesgos a que estén expuestos, todo ello de conformidad con lo establecido en la Ley

Orgánica de Protección de Datos y otros procedimientos de control para la seguridad de los sistemas de información.

6. Cookies e IPs

El usuario acepta el uso de cookies y seguimientos de IPs. El analizador de tráfico del sitio utiliza cookies y seguimientos de IPs que nos permiten recoger datos a efectos estadísticos como: fecha de la primera visita, número de veces que se ha visitado, fecha de la última visita, URL y dominio de la que proviene, explorador utilizado y resolución de la pantalla. No obstante, el usuario si lo desea puede desactivar y/o eliminar estas cookies siguiendo las instrucciones de su navegador de Internet.

AESA no utiliza técnicas de "spamming" y únicamente tratará los datos que el usuario transmita mediante el formulario electrónico habilitado en este Portal o mensajes de correo electrónico.

7. Derecho de acceso, rectificación y cancelación de datos

El usuario tiene derecho a acceder a su información, a rectificarla si los datos son erróneos y a darse de baja de los servicios de AESA.

Estos derechos pueden hacerse efectivos mediante la propia configuración del Portal. En caso de problemas para la realización efectiva online así como

para cualquier tipo de duda o controversia respecto a nuestra política de protección de datos se podrán dirigir directamente a:

AESA

World Trade Center, Piso 8, oficina 854, o bien a través del correo electrónico: info@aesa.ec, indicando el asunto de referencia.

8. Modificación de la presente Política de Privacidad

AESA se reserva el derecho a modificar la presente política para adaptarla a futuras novedades legislativas o jurisprudenciales.

9. Sobre la privacidad del contacto

Las conversaciones entre artesano y comprador son confidenciales. El usuario es completamente responsable de la información enviada a través del sistema de contacto. AESA no se responsabiliza del contenido enviado a través del sistema de contacto, y se reserva el derecho de supervisar contactos o acceder a conversaciones ante la evidencia de malas prácticas por parte del usuario o denuncias recibidas, con el objetivo de tomar las medidas necesarias para el cese del problema.

4.3. Análisis Social

El aporte de este proyecto, es de beneficio para el desarrollo del mercado artesanal, ya que la elaboración de artesanías es la actividad económica más importante para muchas familias, las cuales se dedican a la elaboración de las artesanías con un escaso capital de trabajo, poca tecnología empleada para su comercialización y sin apoyo institucional ni protección legal.

Es indiscutible que los productos artesanales conservan una gran aceptación, al expresar la cultura y el folklore de nuestro país, sin embargo la gran mayoría de los microempresarios que elaboran y venden artesanías, se encuentran viviendo en sitios urbano marginales, dividiendo en muchos casos su espacio en la vivienda, con su lugar de trabajo.

Por lo tanto este proyecto nace con la necesidad de profundizar en el conocimiento de toda la problemática de esta actividad, y que al mismo tiempo permita a los artesanos buscar alternativas de comercialización de sus productos y mejorar sus ingresos y estilo de vida.

Gran parte de la comunidad artesanal no posee los conocimientos necesarios para situar su propia página web o su blog en el universo de Internet. Además, los usuarios que buscan un producto artesanal se sienten

más cómodos en una plataforma que le da varias opciones del producto que busca. Es por esta razón que los artesanos ecuatorianos, utilizarán nuestra plataforma como un medio para exponer sus productos, teniendo con ella una ventaja evidente, sus productos tendrán más posibilidades de ser encontrados y vistos por mayor cantidad de compradores potenciales. En el portal tendrán un lugar exclusivo para la promoción y publicidad de sus trabajos.

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

El estudio financiero será empleado para determinar la viabilidad de la inversión y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores (Estudio Técnico y de Mercado) y elaborar resultados que apoyen la toma de decisiones referente a las actividades de inversión.

5.1.1. Capital de Trabajo

El capital de trabajo está financiado por el aporte de los socios que aportan con \$9,000.00 dólares americanos, como se detalla a continuación:



Figura 5.1 Aporte Capital de Socios

5.1.2. Inversión Inicial

El Webmaster que contratamos terminará el sitio en 3 meses.

El Hosting tiene un valor de 59, y se pagará durante un año.

INVERSIÓN			
Equipos de Computación	Unidad	Valor U.	Total
Computadoras portatil	2	\$ 1,300.00	\$ 2,600.00
Impresora de Inyeccion	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Regulador	1	\$ 0.00	\$ 0.00
UPS	2	\$ 35.00	\$ 70.00
Switch	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Tarjetas Wireless Lan	2	\$ 37.00	\$ 74.00
Instalación WLan	1	\$ 0.00	\$ 0.00
Computadores Desktop	2	\$ 550.00	\$ 1,100.00
Muebles y Enseres	Unidad	Valor U.	Total
Sillas	5	\$ 27.00	\$ 135.00
Escritorios	5	\$ 50.00	\$ 250.00
Archivadores	2	\$ 30.00	\$ 60.00
Equipos de Oficina	Unidad	Valor U.	Total
Teléfono	3	\$ 70.00	\$ 210.00
Desarrollo del sitio	Unidad	Valor U.	Total
Dominio	1	\$ 18.52	\$ 18.52
Hosting (Ecuahosting)	1	\$ 708.00	\$ 708.00
Patente del Logotipo	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Patente del Sitio Web	1	\$ 100.00	\$ 100.00
WeBMASTER	1	\$ 1,530.00	\$ 1,530.00
Google Adwords	1	\$ 38.00	\$ 38.00
Enlace Internet 175 Kbps. Cable Modem	1	\$ 33.48	\$ 33.48
Papelería y Gastos Varios	1	\$ 50.00	\$ 50.00
TOTAL			\$ 7,142.00


Tabla 1 Inversión Inicial

5.1.3. Proyección de ingresos por comisiones de ventas AESA

Valor Ingreso por Comisiones de Ventas AESA			
	Año 1	Año 2	Año 3
	\$ 1,120.00	\$ 1,209.60	\$ 1,330.56
	\$ 840.00	\$ 907.20	\$ 997.92
	\$ 1,720.00	\$ 1,857.60	\$ 2,043.36
	\$ 700.00	\$ 756.00	\$ 831.60
	\$ 1,600.00	\$ 1,728.00	\$ 1,900.80
Total	\$ 5,980.00	\$ 6,458.40	\$ 7,104.24

Tabla 2 Proyección de ingresos por comisiones de ventas AESA

5.1.4. Presupuesto de Ingresos

Año	Ingresos
1	\$ 5,980.00
2	\$ 6,458.40
3	\$ 7,104.24

Tabla 3 Presupuesto de Ingresos

5.2. Análisis Financiero

5.2.1. Indicadores financieros

Valor Actual Neto

V.A.N.	\$ 9,478.94
--------	-------------

Tiempo de recuperación en meses 14 meses 9 días

Tasa Interna de Retorno

T.I.R.	71%
--------	-----

5.2.2. Riesgos e Intangibles

Como todo tipo de negocio, hemos identificado una serie de riesgos de los cuales podríamos sujetos:

Riesgo de cambio de moneda.- En este caso el dólar sufre actualmente una fuerte caída en el mercado frente al Euro. Este factor incidiría directamente en el flujo económico y nos veríamos obligados a obtener un préstamo para poder sostenernos en el mercado. Además el dólar no está considerado en la constitución del país como la moneda oficial.

Riesgo de Ministerio de Turismo.- Existe el riesgo de que el Ministerio de Turismo de Ecuador realice en un momento dado un proyecto donde concentre a los artesanos en su propio directorio. Esto podría llegar a convertirse en una gran amenaza y **AESA** podría perder sus clientes de forma sustancial. Para esto a un futuro ofreceremos nuevos productos diferenciadores y de valor agregado, que nos permitan mantener la fidelidad de los clientes.

Riesgo de Iliquidez.- También, se debe tener en cuenta los municipios son entes públicos y estos están sujetos a procedimientos de contratación de periodo largo. Este factor podría incidir directamente en el aspecto de liquidez de nuestra empresa. Por esto, es necesario tomar medidas de contingencia tales como: realización de un préstamo bancario o tener una cantidad mínima en la cuenta de bancos.

CONCLUSIONES

1. Este proyecto permitió conocer la importancia que tiene en la actualidad el internet y la tecnología, y los numerosos beneficios que se le puede brindar, como el del comercio electrónico. La utilización de la tecnología representa un importante papel en la competencia para lograr mayor cantidad de clientes, y al mismo tiempo conseguir agilidad en los procesos de venta.
2. El proyecto AESA (Artesanías Ecuatorianas Sociedad Anónima), con los recursos necesarios y la adecuada implementación de estrategias es un proyecto atractivo y rentable, ya que impulsa el crecimiento comercial y económico mostrando las riquezas de nuestro bello Ecuador a través del ciberespacio.

RECOMENDACIONES

Los diferentes portales están en constante mejora y cuentan con alianzas estratégicas con diferentes sitios de internet que no se deben dejar escapar e inclusive implementar a medida que el usuario así lo requiera. Brindarle más criterios de búsqueda y ofrecerles información relevante, publicar temas de interés; es la clave para mantenerse en el primer lugar de esta actividad.

GLOSARIO DE TERMINOS

A

AdWords.- Es un producto de Google, que permite la empresas y particulares (los anunciantes), publicar anuncios en línea (publicidad online). AdWords permite publicidad en forma textual, gráfica y en videos, de diferentes formas y tipos.

Alojamiento.- El Hosting o alojamiento web es un espacio en el disco duro de un servidor que tiene conexión permanente a Internet y que es alquilado generalmente por un usuario (persona u organización) para publicar información en Internet (generalmente en forma de sitio web) a una empresa prestadora de servicios de Internet.

Artesano.- Un artesano es una persona que realiza labores de artesanía. Contrariamente a los comerciantes, no se dedica a la reventa de artículos sino que los hace él mismo o les agrega algún valor. En varios países es considerado como pequeño empresario. Los artesanos se caracterizan por usar materiales típicos de su zona de origen para fabricar sus productos. Cada una con materiales diferentes y que identifican el entorno de cada exponente: conchas marinas, algas, cuarzo, maderas específicas, etc.

B

Banner.- Un banner es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web.

Buscadores.- Un buscador es una página web en la que se ofrece consultar una base de datos en la cual se relacionan direcciones de páginas web con su contenido.

Búsqueda.- Cualquier palabra o conjunto de palabras que se introduzca en un buscador con el fin de obtener información relacionada.

C

Certificación.- Garantía que asegura la certeza o autenticidad de algo.

Ciberespacio.- Ámbito de comunicaciones constituido por una red informática.

Consolidar.- Dar firmeza y solidez a una cosa.

Consultoría.- Actividad del consultor. Entidad que se dedica profesionalmente a aconsejar sobre asuntos técnicos.

Contraseña.- (En inglés password) es un conjunto limitado de caracteres que forman una palabra secreta que sirve a uno o más usuarios para acceder a un determinado recurso.

Controversia.- Es un desacuerdo que genera discusión larga y reiterada.

Correo electrónico.- Sistema para enviar mensajes en Internet. El emisor de un correo electrónico manda los mensajes a un servidor y éste, a su vez, se encarga de enviárselos al servidor del receptor. Para poder ver el correo electrónico es necesario que el receptor se conecte con su servidor.

D

Denegar.- No conceder lo que se pide.

Derivarse.- Que proviene de algo, antecesor.

Destino.- Punto de llegada al que se dirige una persona o una cosa.

Dinamizar.- Añadir dinamismo a una actividad, desarrollarla o hacer que cobre más importancia.

Directorio.- Lista o guía de direcciones y nombres.

Disco Duro.- Disco magnético para el almacenamiento duradero de datos.

Diseño.- Actividad creativa y técnica encaminada a idear objetos útiles y estéticos que puedan llegar a producirse.

Diseño Lógico.- El diseño lógico de los datos permite que estos se puedan representar usando de manera eficiente posibles recursos para estructurar datos y modelar restricciones disponibles en el modelo lógico.

E

Enlaces.- Los enlaces o links permiten tener "copias" de un mismo archivo, ocupando solo el espacio del archivo real. Es decir, el enlace no es más que otro archivo que apunta a el original.

Esquema.- Estructura o principio que constituye la base o la condición de algo.

Estándar IAB.- (Calidad de atraer).Interactive Advertising Bureau.

Fundado en 1996 a nivel internacional, es el principal organismo representativo de la industria publicitaria online en el mundo. El IAB es una asociación internacional dedicada exclusivamente a fomentar la utilización publicitaria de internet y a maximizar la efectividad de la publicidad online.

Desarrolla estándares industriales , realiza investigaciones y proporciona apoyo legal para la publicidad en línea de la industria. La organización representa un gran número de los medios de comunicación más importantes a nivel mundial, pero sobre todo en el Estados Unidos y en Europa . **La Asociación de la publicidad y la comunidad digital** tiene 3 objetivos claros:

- Cuantitativo: Impulsar la investigación y el negocio digital.
- Cualitativo: Estandarizar, regular y fomentar las prácticas en el sector.
- Representación: Ser la voz del sector digital ante la administración.

Estandarizando.- Diseño Tipificado, ajustado o adaptado a un tipo, modelo o norma.

Estrategia.- Técnica y conjunto de actividades destinadas a conseguir un objetivo.

Exclusiva.- Privilegio o derecho adquirido para hacer algo prohibido a los demás.

F

FireFox .- Mozilla Firefox. Navegador de código abierto desarrollado por la fundación Mozilla. Se trata del principal producto de esta empresa. Es el

navegador que más cerca le compite a Internet Explorer de Microsoft, el cual lleva todavía la delantera por mucho.

Firewall.- Firewall o Servidor Cortafuegos es un elemento de hardware o software utilizado en una red de computadoras para controlar las comunicaciones, permitiéndolas o prohibiéndolas según las políticas de red que haya definido la organización responsable de la red.

Formato.- (de archivo informático) Dado que una unidad de disco, o de hecho cualquier memoria solo puede almacenar en los bits, la computadora debe tener alguna manera de convertir la grande información a ceros y unos y viceversa. Hay diferentes tipos de formatos para diferentes tipos de información. Sin embargo, dentro de cada tipo de formato, habrá normalmente varios formatos diferentes, a veces en competencia.

Ejemplo: para imagen; PNG, JPG, BMP, GIF, entre otros.

Formato FLV.- FLV (Flash Video) es un formato de archivo propietario usado para transmitir video sobre internet usando Adobe Flash Player.

Formulario.- Escrito donde figura una serie de requisitos, preguntas, etc., que se han de cumplimentar. Un formulario web es un tipo de formulario que es presentado en un navegador y puede ser rellenado a través de una red

como internet. Generalmente cuando se ingresan los datos, se envían a un servidor web para ser procesados.

G

Google.- Es un motor de búsqueda a gran escala. Su principal objetivo es proveer de información de alta calidad, pese al rápido crecimiento de la World Wide Web.

H

Herramienta.- Objeto que se utiliza para trabajar en diversos oficios o realizar un trabajo manual.

Html.- Siglas de HyperText Markup Language (Lenguaje de Marcado de Hipertexto), es el lenguaje de marcado predominante para la construcción de páginas web. Es usado para describir la estructura y el contenido en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como imágenes.

Hosting.- Es el servicio que ofrece una empresa que se dedica al negocio de servicios web a los usuarios de Internet. Este servicio consta de rentar un espacio en un servidor físico y que te permitirá poder almacenar contenido como archivos html, scripts dinámicos, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web.

I

Ilícitos.- No permitido legal ni moralmente.

Información.- Investigación jurídica y legal de un hecho o delito.

Inquietudes.- Curiosidad o interés intelectual.

Internet.- Es una red mundial de computadoras con un conjunto de protocolos.

Inversión.- (Ganancia): En economía, la inversión es un término con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la alocaión de capital y el postergamiento del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía.

J

Javascript.- Es un lenguaje de programación interpretado, es decir, que no requiere compilación, utilizado principalmente en páginas web, con una sintaxis semejante a la del lenguaje Java y el lenguaje C.

K

L**M**

Marketing.- Conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto.

Memoria.- En informática, dispositivo basado en circuitos que posibilitan el almacenamiento limitado de información y su posterior recuperación.

Microsoft.- Acrónimo de Microcomputer Software. Empresa estadounidense fundada en 1975 por Bill Gates y Paul Allen; dueña y productora de los sistemas operativos MS-DOS y Microsoft Windows, que son utilizados en la mayoría de las computadoras del mundo. De hecho es la proveedora del 50% de las aplicaciones de software a nivel mundial.

Mision.- La misión es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general.

MySQL.- Es un sistema de gestión de bases de datos (SGBD) multiusuario, multiplataforma y de código abierto.

N

Necesidades funcionales.- Indicar qué debe ofrecer el sistema a cada uno de los diferentes roles definidos en una etapa anterior definida.

O

Opera.- Navegador desarrollado por la empresa noruega Opera Software. Creado en 1994, Opera es gratuito desde la versión 8.5. Antes de la versión 5.0 fue de pago y luego fue shareware y adware.

Orientada a Objetos.- Paradigma de programación. Tipo de lenguaje de programación basado en la idea de encapsular estado y operaciones en objetos. En general, la programación se resuelve comunicando dichos objetos a través de mensajes (programación orientada a mensajes).

P

Patrimonio.- Conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, y que son susceptibles de estimación económica.

PHP.- PHP Hypertext Pre-processor). Lenguaje de programación usado generalmente en la creación de contenidos para sitios web. Es un lenguaje interpretado especialmente usado para crear contenido dinámico web y

aplicaciones para servidores, aunque también es posible crear aplicaciones gráficas utilizando la biblioteca GTK+.

Plataforma.- En informática, determinado software y/o hardware con el cual una aplicación es compatible y permite ejecutarla.

POP3.- (Post Office Protocol 3 - Protocolo 3 de Correo). Es un protocolo estándar para recibir mensajes de e-mail. Los mensajes de e-mails enviados a un servidor, son almacenados por el servidor pop3. Cuando el usuario se conecta al mismo (sabiendo la dirección POP3, el nombre de usuario y la contraseña), puede descargar los ficheros.

Portabilidad.- Se refiere a la capacidad de un programa de ejecutarse en diferentes plataformas o arquitecturas con mínimas modificaciones.

Portal.- Un portal de Internet es un sitio web cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios.

PostgreSQL.- Es un motor de bases de datos relacionales (RDBMS) que verifica integridad referencial con gran funcionalidad como base de datos, aunque un poco más lenta que otros motores.

Potencial.- Existente pero aún no activo o no adscrito.

Prestación.- Servicio que la autoridad o un contratante ofrece o exige a otro.

Privilegio.- Ventaja, gracia o prerrogativa especial de que goza una persona.

Procesador.- En informática puede referirse a: 1. El procesador digital llamado CPU (Unidad Central de Proceso) y el procesador el DSP (Procesador digital de señal). 2. Tipos de programas informáticos que procesan algo, por ejemplo: los procesadores de texto.

Promover.- Iniciar o activar una cosa procurando su realización.

Q

R

Rastreador.- Es programa diseñado para recorrer la web siguiendo los enlaces entre páginas. Esta es la forma habitual empleada por los principales buscadores para encontrar las páginas que posteriormente forman parte de sus bases de datos.

Red.- En Informática: conexión simultánea de distintos equipos informáticos a un sistema principal.

Respaldo.- Es un servicio de Copias de Seguridad a través de Internet que le permitirá garantizar la seguridad de sus datos críticos de una forma sencilla y económica.

S

SEO.- La Optimización para Motores de Búsqueda en su acrónimo en inglés Search Engine Optimization es el resultado de la recuperación de información en la base de datos de los grandes Motores de Búsqueda de Internet por el uso de algoritmos de búsqueda en el software. La aplicación de técnicas SEO es intensa en sitios web que ofertan productos o servicios con mucha competencia, buscando el posicionar determinadas páginas sobre las de sus competidoras en la lista de resultados.

Servidor.- En redes, es una computadora central que pertenece a un sistema de red y que provee servicios a otras computadoras.

Significativo.- Que tiene importancia, valor o relevancia.

Spam.- Todo aquel correo electrónico que contiene publicidad que no ha sido solicitado por el propietario de la casilla. La actividad de los spammers es considerada poco ética e incluso ilegal en muchos países. Es un tipo de correo electrónico no deseado.

SSH.- Es el nombre de un protocolo y del programa que lo implementa, y sirve para acceder a máquinas remotas a través de una red.

Sugerencia.- Petición, insinuación o proposición de una idea.

Susceptible.- Capaz de recibir el efecto o acción que se indica.

Suscripción.- Operación mediante la cual se adquiere el compromiso de adquirir ciertos valores emitidos por una sociedad.

T

Terceros.- Que media entre dos o más personas para el ajuste o ejecución de una cosa.

Términos.- Condiciones que se establecen en un contrato o acuerdo.

Tráfico.- Audiencia de un sitio. Nivel de visita de la clientela a un establecimiento. Se denomina tráfico a la cantidad de datos que circulan por la red. Esta circulación se mide en unidades de información por unidad de tiempo: bits/segundo, Kb/segundo, o Mb/segundo.

Turismo.- comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un

período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Turistas.- Personas que hacen turismo.

Turístico.- Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

U

URL.- (Uniform Resource Locator - Localizador Uniforme de Recursos). Forma de organizar la información en la web. Una URL es una dirección que permite acceder a un archivo o recurso como ser páginas HTML, PHP, ASP, o archivos GIF, JPG, etc. Se trata de una cadena de caracteres que identifica cada recurso disponible en la World Wide Web.

Usuario.- Que habitualmente utiliza algo. Que usa algo ajeno por derecho o concesión.

V

Veracidad.- Conformidad con la verdad.

Vigente.- Referido especialmente a las leyes y costumbres, en vigor, en uso.

Visión.- Es el resultado de nuestros sueños en acción, la imagen convincente que precede al éxito.

Voluntariamente.- De manera voluntaria.

W

W3C.-World Wide Web Consortium (Consortio de la Web o Telaraña Mundial). Organismo que regula los estándares en la WWW. Está dirigida por Tim Berners-Lee (creador de la WWW).

WAP.- (Protocolo de aplicaciones inalámbricas) es un estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, p.ej. acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil.

Web.- World Wide Web (o la "Web") o Red Global Mundial es un sistema de documentos de hipertexto y/o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet.

Webmail.- Correo electrónico de sitio web, correo basado en web o correo web, es un servicio que permite acceder a tu cuenta de correo electrónico a través de una página web utilizando un navegador y sin descargar los mensajes al propio ordenador.

Webmaster.- Es la persona responsable de mantenimiento o programación de un sitio web.

X

XML.- Acrónimo del inglés eXtensible Markup Language (lenguaje de marcado ampliable o extensible) desarrollado por el World Wide Web Consortium (W3C). Su objetivo es conseguir páginas web más semántica. XML separa la estructura del contenido y permite el desarrollo de vocabularios modulares. Se trata de un formato abierto.

Y

Z

BIBLIOGRAFIA

- [1] Kotler P., Dirección de Marketing: Análisis, planificación, gestión y control, McGraw-Hill, 2010
- [2] Galio G., Estudios de Mercado, E-Book, 2010
- [3] Porter, M., E. Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis Industrias y Competencia, Editorial Campus, 2007
- [4] Galio G., Unidad 02 modelos de negocio por internet, E-Book, 2010
- [5] Porter, M., Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis Industrias y Competencia, Editorial Campus, 2007
- [6] Laudon. J., Sistemas de información gerencial. Administración de empresa digital. México: Pearson Educación, 2008
- [7] <http://comercioelectronicoufv.wikispaces.com/B2C>.
- [8] <http://www.acunetix.com/vulnerability-scanner/>
- [9] http://grupos.emagister.com/debate/control_de_calidad_orientado_a_paginas_web/6506-123902
- [10] <http://10enseo.es/2010/heuristica-usabilidad-web-jakob-nielsen/>
- [11] <http://www.iabspain.net/estandares/>
- [12] <http://www.iabspain.net/comision-de-ecommerce/>
- [13] <http://www.iabspain.net/estandares-y-buenas-practicas/>
- [14] <http://www.es.wikipedia.org>
- [15] <http://www.wordreference.com/definicion>