



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA INGENIERÍA

INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES**

TÍTULO DEL PROYECTO

**ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR AL POR MAYOR EN
LA IMPORTADORA IMPALCAM DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO
DE LOS COLORADOS**

AUTORES:

Jessica Katherine Moreira Angulo

Carlos Alfredo Sánchez Orozco

Ing. Víctor Hugo Rea

TUTOR

Milagro, Junio del 2015

Ecuador

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En calidad de TUTOR de proyecto de investigación, nombrando por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Ciencias de la Ingeniería de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Analizado el proyecto de grado con el título: **ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR AL POR MAYOR EN LA IMPORTADORA IMPALCAM DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS.**

Presentada por la Sra. Moreira Angulo Jessica Katherine y el Sr. Sánchez Orozco Carlos Alfredo como requerimiento previo a la aprobación y desarrollo de la investigación y optar por el título de: Ingeniero en Sistemas Computacionales y acepto asesorar a los estudiantes egresados, durante las etapas del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Este trabajo está dirigido a: Gestionar la Comercialización de prendas de vestir al por mayor en la Importadora IMPALCAN del cantón Santo Domingo de los Colorados.

El mismo que considero debe aceptarse por cumplir con los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por:

Ing. Víctor Hugo Rea



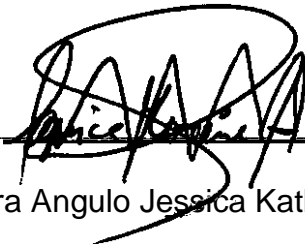
TUTOR

Milagro, 29 de Abril del 2015

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

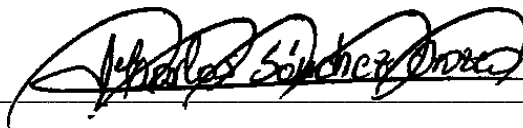
Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución Nacional o Extranjera.

Milagro, a los 29 días del mes de Abril de 2015.



Moreira Angulo Jessica Katherine

C.I. 0920673951



Sánchez Orozco Carlos Alfredo

C.I. 0925003527



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA INGENIERÍA

CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

EL TRIBUNAL EXAMINADOR previo a la obtención del título de: INGENIERO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES, otorga al presente PROYECTO EDUCATIVO las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

Victor Hugo Rza Sanchez

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



PROFESOR DELEGADO



PROFESOR SECRETARIO

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a nuestro Creador por haberme dado la oportunidad de prepararme académicamente ya que con sus bendiciones supo darme sabiduría para poder seguir adelante en esta etapa de mi vida.

Luego quiero agradecer a la progenitora de mis días, a ti madrecita de mi vida te digo gracias por todas esas malas noches que no tuviste reparo en acompañarme para que cumpla con mis deberes, por todas aquellas llamadas de atención y reprimendas que hicieron de mi la persona que hoy en día soy, quiero que veas desde el cielo esta meta alcanzada porque esto no solo es para mí, sino también para ti mil veces gracias madre mía por sembrar en mi mente y corazón valores que están tan arraigados en mi espíritu, espero que te sientas orgullosa de tu hija que te ama.

También agradezco a mi amado esposo por la paciencia y el apoyo brindado durante el trayecto de mi formación académica, a mis hermanas y hermano a quienes amo mucho, gracias por estar siempre pendiente de mis necesidades y por la continua motivación.

Agradezco a todas aquellas personas que fueron participe de esta meta que estoy por alcanzar como mis amigos, maestros y familia en general. Y a nuestro tutor Ing. Víctor Rea quien fue un gran guía durante este trayecto de culminación de proyecto.

A todos ustedes muchas gracias de corazón.

Jessica Moreira Angulo

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este logro profesional a mi madre Sra. Ana Angulo Moreno a quien hoy en día no tengo la dicha ni la suerte de tenerla junto a mí, pero quien gracias a sus enseñanzas durante los 23 años de mi vida en los cuales pude disfrutar de su amor, sabiduría, entereza como mujer, madre y ser humano supo guiarme con sabiduría en el camino de la vida.

También se lo dedico a mi esposo quien supo apoyarme durante todo el proceso que conllevó esta preparación, a mis hermanas y hermano que me dieron sus manos cuando más los necesitaba, por sus consejos e incentivación.

Para ti hijo mío también va dedicado porque eres el motor y la razón de mi superación para que veas en mí un ejemplo a seguir y a todos mis amigos y maestros que fueron compañeros de viaje en este duro camino hacia nuestra preparación profesional, Dios los bendiga a todos y llene nuestras vidas de éxito.

Jessica Moreira Angulo

AGRADECIMIENTO

El presente proyecto de tesis realizado es un esfuerzo que directa o indirectamente, distintas personas me ayudaron con sus opiniones, dándome ánimo corrigiéndome, teniéndome paciencia y acompañándome en todo momento malo y bueno. Este proyecto me ha permitido aprovechar la experiencia de muchas personas, en la cual deseo dar agradecimiento en este trabajo.

En primer lugar, a Dios por darme salud, inteligencia para vencer todas las dificultades que se me han presentado en mi vida.

A mis padres que siempre han estado allí y me han ayudado en todo momento de mi vida con sus sabios consejos y ejemplo; quienes han sido la guía para llegar a esta etapa de mi carrera. Les agradezco por amarme aun en los momentos más difíciles.

Agradezco también a mis hermanas por su apoyo brindado en momentos difíciles con palabras de aliento ya que nunca se rindieron para que yo tampoco lo haga, porque así como mis padres han estado ahí para cumplir mis sueños y anhelos.

Por último quiero agradecer a mis compañeros y maestros, estén donde estén, que a lo largo de mi carrera estuvieron ahí en lo bueno y en lo malo, para darme ánimo y poder triunfar en todo momento.

A todos ustedes, mi mayor agradecimiento.

Carlos Alfredo Sánchez Orozco

DEDICATORIA

A Dios, quién desde el cielo guían mi camino permitiendo salir adelante y finalizar este proyecto de tesis.

A mis padres Carlos Efraín Sánchez Hernández y Carmen Piedad Orozco Ocaña, pilares fundamentales en mi vida, con alegría, mucho amor y cariño, les dedico todo mi esfuerzo, en reconocimiento al sacrificio puesto para que yo pueda estudiar, que a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento.

A mi hermana Roxana del Carmen, le dedico mi trabajo de tesis, ya que siempre me ha brindado su apoyo incondicional y ha estado en los buenos y malos momentos y sobre todo supo que lograría en culminar mi proyecto.

A mis compañeros, les dedico este trabajo de tesis, que con su amistad brindada me ayudaron en todo momento y no me dejaron decaer.

También dedico este proyecto a mis maestros, que con sus conocimientos y valores brindados me ayudaron a seguir adelante durante mi etapa estudiantil.

Carlos Alfredo Sánchez Orozco

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Magister

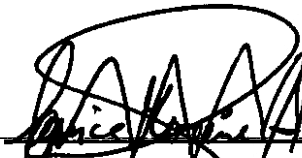
Ing. Fabricio Guevara Viejó

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

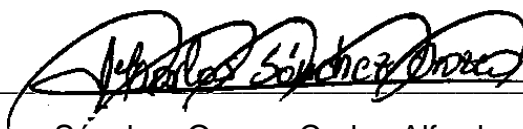
Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR AL POR MAYOR EN LA IMPORTADORA IMPALCAM DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería.

Milagro, 29 de Abril de 2015



Moreira Angulo Jessica Moreira

C.I. 0920673951



Sánchez Orozco Carlos Alfredo

C.I. 0925003527

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo brindar un mejor servicio a la Importadora “IMPALCAN” y a los Clientes para la comercialización de prendas de vestir al por mayor en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados. La investigación planteada en este proyecto de tesis está relacionado a mejorar el proceso de la compra y venta de la Importadora “IMPALCAM” ubicada en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, por medio de un Sistema Informático, porque en los actuales momentos se está brindando un servicio de baja calidad y eficiencia en la adquisición de la mercadería a los clientes. Para lo cual, se tuvo que conocer cómo se realizan los procesos de la compra y venta, y para llegar a la información se utilizó técnicas e instrumentos como la observación y la encuesta. Para obtener la información de los procesos de la Importadora “IMPALCAM” se utilizó el método de encuestas, realizando una pre-test y post-test que por consiguiente fue de mucha importancia para la toma de decisiones y aceptar las hipótesis planteadas. Por lo tanto, concluimos que la implementación de un Sistema de Gestión de la comercialización de prendas de vestir al por mayor para la Importadora “IMPALCAM” brindará satisfactoriamente la información necesaria para los reportes utilizados de acuerdo a los datos de la presente investigación y obtener considerablemente la mejora en el control de sus procesos de compra y venta analizando la problemática actual e identificando las causales y estableciendo objetivos que ayuden a superar las debilidades de los procesos.

PALABRAS CLAVES: Baja Calidad, Baja Eficiencia, Tiempo, Sistema de Gestión de la comercialización de prendas de vestir, Automatizar procesos

ABSTRACT

The present investigation aims to provide a better service to the Importer "IMPALCAN" and customers for the marketing of clothing wholesale in the Santo Domingo de los Colorados city. The research proposed in this thesis project is related to improving the process of buying and selling of the Importer "IMPALCAN" located in the city of Santo Domingo de los Colorados, by means of a computer system, because in the current times is providing a service of low quality and efficiency in the acquisition of the goods to the customers. For which reason they had to know how to perform the processes of buying and selling, and to get to the information we have used techniques and instruments such as the observation and survey. For information on the processes of the importer "IMPALCAN" used the method of surveys, conducting a pre-test and post-test that was therefore of great importance for the decision-making and accept the assumptions made. Therefore, we conclude that the implementation of a management system for the marketing of clothing wholesale for the Importer "IMPALCAN" satisfactorily will provide the necessary information for the reports used according to the data of this investigation and get considerably improved control of their buying and selling processes by analyzing the current problems and identifying the causes and setting goals to help overcome the weaknesses of the processes.

KEYWORDS: Low quality, low efficiency, Time Management System marketing clothing, Automate processes

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 <i>Problematización</i>	2
1.1.2 <i>Delimitación del Problema</i>	3
1.1.3 <i>Formulación del Problema</i>	4
1.1.4 <i>Sistematización del Problema</i>	4
1.1.5 <i>Determinación del Problema</i>	4
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 <i>Objetivo General</i>	5
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.3.1 <i>Justificación de la Investigación</i>	5
CAPÍTULO II	7
MARCO REFERENCIAL	7
2.1 MARCO TEÓRICO.....	7
2.1.1 <i>Antecedentes Históricos</i>	7
2.1.2 <i>Antecedentes Referenciales</i>	12
2.1.3 <i>Fundamentación</i>	18
2.2 MARCO LEGAL.....	21
2.2.1 <i>Ley Orgánica de Educación Superior</i>	21
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	21
2.3.1 <i>Transacción</i>	21
2.3.2 <i>Trueque</i>	21
2.3.3 <i>Producto</i>	22
2.3.4 <i>Proceso</i>	22
2.3.5 <i>Gestión</i>	22
2.3.6 <i>Automatización</i>	23
2.3.7 <i>Análisis</i>	23
2.3.8 <i>Impacto</i>	23

2.3.9	<i>Eficiencia</i>	23
2.3.10	<i>Eficacia</i>	24
2.3.11	<i>Compra</i>	24
2.3.12	<i>Venta</i>	24
2.3.13	<i>Mercadería</i>	24
2.3.14	<i>Sitio Web</i>	24
2.3.15	<i>Servidor Web</i>	25
2.3.16	<i>Lenguaje de Programación Web</i>	25
2.3.17	<i>Software</i>	25
2.3.18	<i>Base de Datos</i>	25
2.3.19	<i>Tecnología</i>	26
2.3.20	<i>Toma de decisiones</i>	26
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLES	26
2.4.1	<i>Hipótesis General</i>	26
2.4.2	<i>Hipótesis Particulares</i>	27
2.4.3	<i>Declaración de Variables</i>	27
2.4.4	<i>Operacionalización de la Variables</i>	27
	CAPÍTULO III	29
	MARCO METODOLÓGICO	29
3.1	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	29
3.2	LA POBLACIÓN Y MUESTRA	31
3.2.1	<i>Características de la población</i>	31
3.2.2	<i>Delimitación de la población</i>	31
3.2.3	<i>Tipo de muestra</i>	32
3.2.4	<i>Tamaño de la muestra</i>	32
3.2.5	<i>Proceso de selección</i>	32
3.3	LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS	32
3.3.1	<i>Métodos teóricos</i>	32
3.3.2	<i>Métodos empíricos</i>	33
3.3.3	<i>Técnicas e instrumentos</i>	33
3.4	EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	34
	CAPÍTULO IV	35
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	35
4.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	35

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	36
4.3 RESULTADOS.....	52
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	53
CAPÍTULO V.....	56
PROPUESTA	56
5.1 TEMA.....	56
5.2 FUNDAMENTACIÓN	56
5.3 JUSTIFICACIÓN	57
5.4 OBJETIVOS.....	58
5.4.1 <i>Objetivo General de la Propuesta</i>	58
5.4.2 <i>Objetivos Específicos de la Propuesta</i>	58
5.5 UBICACIÓN	59
5.6 FACTIBILIDAD.....	60
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	60
5.7.1 <i>Actividades</i>	61
5.7.2 <i>Recursos, análisis financiero</i>	62
5.7.2.1 Recursos Humanos	62
5.7.2.2 Recursos Materiales	63
5.7.2.3 Recursos Financieros	64
5.7.3 <i>Impacto</i>	65
5.7.4 <i>Cronograma</i>	66
5.7.5 <i>Lineamiento para evaluar la propuesta</i>	71
CONCLUSIONES.....	72
RECOMENDACIONES.....	73
BLIBLIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. – Declaración de las Variables.....	27
Tabla 2. – Operacionalización de las Variables.....	27
Tabla 3. – Encuesta dirigida a los posibles clientes potenciales de las importadoras de la ciudad de Santo Domingo De Los Colorados.	37
Tabla 4. – Encuesta dirigida a medir el grado de satisfacción de los clientes.	38
Tabla 5. – Encuesta dirigida a medir el grado de satisfacción de los clientes al no recibir el pedido de a tiempo.	40
Tabla 6. – Esta encuesta se realizó para conocer cuáles son los pagos más adecuados al adquirir la mercadería.	41
Tabla 7. – Encuesta dirigida a los clientes para medir su grado de satisfacción al ser visitados por los proveedores.	43
Tabla 8. – Encuesta dirigida a los clientes para conocer su opinión acerca de los procedimientos más seguros para adquirir la mercadería.	44
Tabla 9. – Mediante esta encuesta pretendemos medir el grado de satisfacción de los clientes al no recibir el pedido específicamente realizado.	46
Tabla 10. – Encuesta mediante la cual medimos el grado de desestabilización económica que produce el incumplimiento de fechas por cobrar.	47
Tabla 11. – Encuesta dirigida a conocer si el uso de la tecnología ahorraría tiempo a los clientes.	49
Tabla 12. – Encuesta dirigida a conocer el grado de conocimiento de los clientes en cuanto a Recursos Tecnológicos se refiere.	50
Tabla 13. – Verificación De Hipótesis	53
Tabla14. – Recursos Humanos.....	63
Tabla 15. – Recursos de Hardware.....	64
Tabla 16. – Recursos de Software.....	64
Tabla 17. – Recursos Financieros.....	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. – Comercio Neolítico.....	8
Figura 2. – El Trueque	9
Figura 3. – Sistema Web de Unimoda	15
Figura 4. – Sistema Web de Nivi.....	16
Figura 5. – Sitio Web de Almacenes Deprati.....	17
Figura 6. – Sistema Web Babalú Style.....	18
Figura 7. – Ubicación la Importadora IMPALCAM.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. – Estadística hipótesis principal. Opinión de los clientes potenciales de las Importadoras de la falta de una herramienta tecnológica para la comercialización de las prendas de vestir	37
Gráfico 2. estadística hipótesis particular. opinión de los clientes potenciales de las Importadoras para medir el grado de satisfacción de los mismos.	39
Gráfico 3. Estadística hipótesis particular. Opinión de los clientes potenciales de las Importadoras para medir el grado de satisfacción de los mismos al no recibir el pedido a tiempo.....	40
Gráfico 4. Estadística hipótesis particular. Opinión de los clientes potenciales de las Importadoras para conocer cuáles son las formas de pagos adecuadas al adquirir la mercadería	42
Gráfico 5. Estadística hipótesis particular. Opinión de los clientes potenciales de las Importadoras para medir el grado de satisfacción al ser visitados por los proveedores	43
Gráfico 6. Estadística hipótesis particular. Opinión de los clientes potenciales de las Importadoras para conocer acerca de los procedimientos más seguros para adquirir la mercadería	45
Gráfico 7. Estadística hipótesis particular. Opinión de los clientes potenciales de las Importadoras para medir el grado de satisfacción al no recibir el pedido específicamente realizado	46
Gráfico 8. Estadística hipótesis particular. Opinión de los clientes potenciales de las Importadoras sobre las fechas por cobrar por parte de los proveedores.....	48
Gráfico 9. Estadística hipótesis particular. Opinión de los clientes potenciales de las Importadoras para conocer si el uso de una herramienta tecnológica ahorraría tiempo.....	49
Gráfico 10. Estadística hipótesis particular. Opinión de los clientes potenciales de las Importadoras para conocer el grado de conocimientos de los recursos tecnológicos	51

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años la comercialización de prendas de vestir ha tomado una parte muy importante de la sociedad, ya que la moda se impone tanto a nivel nacional como internacional.

Y esto ha sabido ser aprovechado por las personas con ganas de trabajar para poder obtener un recurso de ingreso monetario lo cual si bien es cierto ha permitido cambiar sus estilos de vida, ya que las prendas de vestir se han convertido en el mejor negocio para los comerciantes.

Existen comerciantes ecuatorianos mayoristas y minoristas que durante muchos años han tenido que movilizarse de ciudad a ciudad para poder ofrecer y obtener los productos que comercializan, lo que ha provocado pérdidas cuantiosas tanto de tiempo como de dinero, porque se han vistos expuestos a la delincuencia que cada día abarca más a nuestro país, es por eso que el uso de la tecnología viene a mermar estos riesgos ya que al existir un sitio web donde los comerciantes mayoristas puedan dar a conocer sus productos con todo el stock que poseen y con las tendencias de moda del momento, puedan ofrecer descuentos especiales para los comerciantes minoristas y estos a la vez puedan obtener dichas mercancías con todas sus regalías de una manera fácil y segura.

Incluso vendría a ser una fuente de ahorro para los comerciantes ya que en el caso de los mayoristas disminuirían el recurso humano que utilizan para dar a conocer sus productos y salvaguardarían el factor monetario ya que se corre menos riesgo de perder mercadería durante los viajes de negocios, este último aplica también para los minoristas quienes además obtendrían más provecho del factor tiempo ya que no tendrían que dejar sus labores diarias para ir en busca de los productos.

Por tal motivo nuestro proyecto viene a facilitar el comercio de las personas que se dedican a este tipo de actividades y de esta forma contribuimos a la sociedad empresarial de nuestro país.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El comercio ha sido desde siempre una de las principales herramientas de trabajo de muchos ecuatorianos que han visto en este oficio una forma de generar dinero y obtener una mejor calidad de vida, pero día a día el mundo evoluciona en todos los ámbitos ya sean estos académicos, económicos, sociales, tecnológicos, etc.

La falta de utilización de herramientas tecnológicas ha provocado que la comercialización de prendas de vestir al por mayor en la ciudad de Santo Domingo se vuelva una situación muy compleja ya que los comerciantes minoristas para poder proveerse de este tipo de productos han caído en la difícil situación de prescindir de sus labores diarias para poder viajar hasta donde los proveedores mayoristas y así obtener las prendas de vestir.

Esta situación ha causado la insatisfacción de muchos clientes porque los pedidos que se hacen manualmente al proveedor no son bien atendidos y entendidos ya que siempre ocurre que la mercadería despachada es errónea, porque no envían los modelos, colores o tallas que se han solicitado con anticipación.

Otra falencia que encontramos es que los métodos de pago de la mercadería solicitada muchas veces no es muy segura o no es la más adecuada ya que los clientes desconocen las diferentes formas de pago que existe hoy en día y que hacen de la transacción comercial una forma más segura de comprar y abastecer al pequeño comerciante o cliente.

También se detecta que la falta de organización para llevar un buen control en los productos que manejan los comerciantes es debido a la falta de un sistema que controle de manera automática las entradas y salidas de dichos productos.

Pronóstico

De no tomarse medidas para controlar los procesos de gestión en la compra y venta de mercadería, la situación comercial entre la oferta y la demanda podría verse afectada lo cual traería consecuencias económicas de magnitudes mayores y sobre todo existirá inconformidad en los clientes.

Control de pronóstico

A través de la implementación de un sistema de gestión la comercialización de las prendas de vestir mejoraría la eficiencia y calidad de atención que el comerciante mayorista le ofrece a su cliente.

1.1.2 Delimitación del Problema

El presente proyecto se enmarca en el área de Ingeniería en Sistemas ya que se considera la creación de un sistema web para mejorar la comercialización al por mayor de prendas de vestir en el cantón Santo Domingo de los Colorados.

PAÍS: Ecuador

PROVINCIA: Santo Domingo de los Tsáchilas

CANTÓN: Santo Domingo de los Colorados

LUGAR: Importadoras

DEPARTAMENTO: Ventas

ÁREA: Comercial

1.1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera afecta la no utilización de una herramienta tecnológica en la comercialización de prendas de vestir al por mayor en la ciudad de Santo Domingo?

1.1.4 Sistematización del Problema

- ❖ ¿Qué genera la falta de procedimientos para la adquisición de la mercadería?
- ❖ ¿Qué afecta la no existencia de un formulario de recepción de mercadería?
- ❖ ¿En qué afecta la escasez de información de los comerciantes sobre métodos de pago?

1.1.5 Determinación del Problema

Análisis de los procesos de gestión de la comercialización de prendas de vestir al por mayor en la importadora IMPALCAM de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar las causas que genera la deficiencia en la comercialización de prendas de vestir al por mayor, por no usar un sitio web.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Identificar las causas de la pérdida de tiempo al realizar el proceso de adquisición de mercadería.
- ❖ Identificar las causas de la inconformidad de los clientes sobre el proceso de solicitud de la mercadería.
- ❖ Identificar las causas del descuerdo de los comerciantes en la forma de pago de la mercadería.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

La tecnología día con día se vuelve más necesaria para la humanidad, y la trascendencia que tiene ha logrado que la acogida a una nueva era donde los sistemas de información son cada vez más revolucionarios.

Es por eso miles de personas a nivel mundial manejan sus negocios a través del internet ya que se ha vuelto una herramienta muy importante

tanto en el ambiente laboral, empresarial y educativo, razones por las cuales nuestro proyecto viene a ser una herramienta muy útil para los comerciantes de nuestro país, ya que recursos importantes como el dinero y el tiempo podrían ser escatimados; es decir con solo entrar al sitio web y registrarse pueden acceder a los diferentes stock de mercadería que ofrecen los comerciantes y junto con ello ser partícipes de los descuentos y ofertas de temporada con lo cual pueden generar un ingreso más en su economía, y todo desde la comodidad de sus negocios o casa.

Todos los comerciantes mayoristas del cantón Santo Domingo serán beneficiados por el presente proyecto ya que a más de ofrecer una mejor atención al cliente, sus ingresos económicos podrán aumentar debido a la agilidad con la que se atenderá cada uno de los pedidos que se reciban, lo que significaría la captación de mayor mercado.

También se pretende desarrollar una solución en cuanto al aprovechamiento de los recursos físicos, económicos y humanos con el fin de crear un negocio competitivo y diferenciable de otros del sector, con lo que buscamos obtener mayor rentabilidad con poca inversión, minimizando los riesgos económicos y competitivos que se presentan día a día.

Con la implementación de este sitio web se beneficiarán tanto el comerciante proveedor como los clientes dueños de pequeños almacenes de la ciudad Santo Domingo de los Colorados, donde encontrarán productos de excelente calidad, novedoso y a un costo rentable para sus negocios.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Comercio

El comercio entre las personas data de miles de años atrás es decir a finales del periodo Neolítico (9000 a. C. – 4000 a. C.). En un principio, la agricultura era el medio de subsistencia que se practicaba, pero cuando las cosechas obtenidas eran de mayores proporciones las comunidades se vieron en la necesidad de aprender nuevos métodos como la alfarería o la siderurgia, la caza y la pesca para tener productos diferentes que intercambiar con objetos donde otras etnias se especializaban.

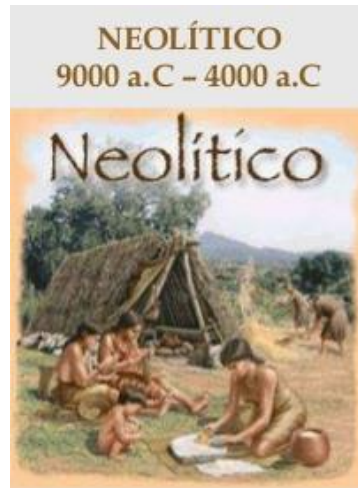


Figura 1. – Comercio Neolítico

Fuente: Marcela Bonilla: Historia del Comercio

<http://es.slideshare.net/MarcelaBonilla/historia-del-comercio-26996173>

❖ **El Trueque**

El trueque era una de las maneras en que las antiguas civilizaciones iniciaron a comercializar. Se trata de cambio mutuo de mercancías por otras de igual valor.

Nuestros antepasados lo utilizaban para poder obtener los productos que en determinado momento necesitaban, es decir, realizaban transacciones comerciales sin saberlo, pero este tipo de comercio se olvidó rápidamente cuando apareció las monedas y los billetes, ya que esto supuso un gran avance en la economía, y el aparecimiento de las clases capitalistas como lo conocemos hoy en día.

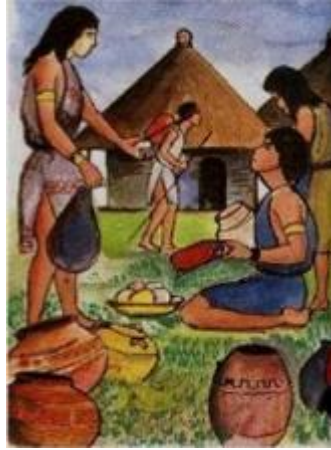


Figura 2. – El Trueque

Fuente: Marcela Bonilla: Historia del Comercio

<http://es.slideshare.net/MarcelaBonilla/historia-del-comercio-26996173>

Esto también supuso el origen de ricos y pobres donde el comerciante logra acumular riquezas y llega a obtener mucho poder.

Luego de la era del feudalismo en donde la explotación de los burgueses al proletariado fue inminente surge el comunismo en donde se establece que cada quien trabaje y obtenga lo que merece según el esfuerzo que haya puesto en conseguir lo que necesita.

Como vemos el comercio ha sido desde un principio la forma de subsistencia de muchas personas y es que hoy en día el mundo se mueve gracias a este proceso que nos permite obtener lo que necesitamos en el momento requerido.

Según MEJÍA, Darwin: “El comercio, en otras palabras, es una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para

transformarlo. En general, esta operación mercantil implica la entrega de una cosa para recibir, en contraprestación, otra de valor semejante”.¹

Existen dos tipos de comercio muy conocidos como lo son:

❖ **Comercio Minorista**

El **comercio minorista**, este tipo de comercio se da entre el comerciante de productos al por menor y el consumidor final que es quien va a hacer uso del producto obtenido, y es la transacción que más energía requiere ya que se trata de convencer al cliente de que el producto que se le ofrece cumple con todas sus necesidades y requerimientos, el cual va a satisfacer las necesidades que en ese momento desee cubrir.

❖ **Comercio Mayorista**

Según MEJÍA, Darwin: “En el **comercio mayorista** (o **comercio al por mayor**), en cambio, el comprador no es quien consume o usa el producto adquirido. Su intención es poder concretar una venta posterior del mismo producto, a un precio más alto del pagado”.²

En el caso de los comerciantes mayoristas su misión es llegar a abastecer de mercadería a los comerciantes minoristas quienes luego tendrán la labor de vender sus productos a otro precio más elevado para poder obtener una ganancia que justifique la inversión realizada.

Hoy en día gracias al crecimiento de la humanidad y a los avances tecnológicos que se han dado, el comercio está mucho más modernizado, el boom que se vive en la actualidad con el internet nos permite comunicarnos, estudiar, trabajar, comprar y vender a través de los sitios web que facilitan la vida de una persona.

Es decir en pleno siglo XXI el e-commerce, que es la tendencia a vender y comprar productos, bienes y servicios a través de los medios electrónicos e informáticos ha crecido de una forma asombrosa ya que miles de

¹ MEJÍA, Darwin , Concepto de Comercio: <http://definicion.de/comercio/>

² MEJÍA, Darwin , Concepto de Comercio: <http://definicion.de/comercio/>

personas hace uso de estas innovaciones para facilitar la vida de muchas otras a nivel mundial.

Esto nos ha permitido unificar a muchos países del mundo ya que podemos intercambiar productos, conocimientos y cultura, que sin duda alguna enriquece nuestro intelecto y conocimiento.

La tecnología se ha convertido en una herramienta esencial en la vida de muchas personas que han visto en ella la forma de llegar a conocer, aprender, y entender lo importante de su eso en estos tiempos en el que los dispositivos electrónicos van actualizándose de acuerdo a las necesidades de sus usuarios, por esta razón el uso de las páginas web es tan popular entre los internautas.

Tecnología

La informática y la comunicación durante el siglo XX fueron realmente extraordinarios por el gran impacto que generó en los diversos ámbitos de la sociedad, llegando a ser más amplio cada vez más en este siglo, donde la tecnología de la información abre caminos ante los beneficios prácticos que le brinda a la comunidad para el avance de sus actividades.

Para Kelly Collogo: “La tecnología es la historia de la invención de herramientas y técnicas con un propósito práctico. La historia moderna está relacionada íntimamente con la historia de la ciencia, pues el descubrimiento de nuevos conocimientos ha permitido crear nuevas cosas y, recíprocamente, se han podido realizar nuevos descubrimientos científicos gracias al desarrollo de nuevas tecnologías, que han extendido las posibilidades de experimentación y adquisición del conocimiento”.³

El diseño de páginas web se ha desarrollado a medida que ha evolucionado Internet. En 1992 sólo había alrededor de 50 sitios web. Las últimas estadísticas nos confirmaban que actualmente rondan los

³ COLLOGO, Kelly, Innovación tecnológica a través de la historia, <http://administracionhotel-2011.blogspot.com/2011/10/aprendiz-sena.html>

8.000 millones de sitios web, a los que diariamente se les suma a raíz de 4400 por día.⁴

Como podemos ver el uso de estos web-sites es tan popular que su crecimiento ha ido en aumento y es que empresas muy conocidas a nivel mundial hacen un uso de estas herramientas que les permite llegar a más personas, países, ciudades y pueblos del planeta entero.

Y como no aprovechar estos medios si tan solo a un clic pueden obtener lo que necesiten o requieran para cubrir sus necesidades mediáticas y más aún cuando ha sido una forma de vender y comprar muy aprovechada por nuestros comerciantes tanto mayoristas como minoristas que ven el potencial que la tecnología nos ofrece .

2.1.2 Antecedentes Referenciales

En relación con la compra y venta de mercadería se ha encontrado en los diferentes repositorios varias tesis similares a nuestra investigación:

El Estudiante Gavidia Alexander de la Pontifica Universidad Javeriana, ubicada en la ciudad de Bogotá, Colombia. Realizó su tesis en el año 2009 titulada “Plan de Negocio para la creación de una empresa de confección de jeans que permita a los compradores diseñar y adquirir el jean por medio de una página web”⁵

Los Estudiantes Almeida Aguilar Alexandra Mireya, Culcay Uscategui Raquel Elizabeth y Endara Vélez Blanca Isabel de la Escuela Superior Politécnica del Litoral ubicada en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

⁴ MORALES, David, Un poco de historia acerca de Internet y el surgimiento de las páginas webs: <http://www.creaciondepaginaweb.net/informacion-pagina-web.htm>

⁵ GAVIDIA, Alexander: *Plan de Negocio para la creación de una empresa de confección de jeans que permita a los compradores diseñar y adquirir el jean por medio de una página web:* <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis188.pdf>

Realizaron su tesis en el año 2012 titulada “Diseño de un Modelo por proceso para Empresas Textiles de Confección de Prendas”.⁶

Los Estudiantes Bunces Cárdenas Cecilia, Guerrero Helen, Neira Márquez Douglas, Suarez Luzardo, Larry y Olaya Jorge de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, ubicada en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Realizaron su tesis en el año 2003 titulada “Plan de Negocios, Análisis, Diseño e Implementación de un Sitio Web para la Personalización de Catálogos y Gestión de Pedidos en Línea”.⁷

La Estudiante Gutiérrez Tuapante María Eulalia de la Universidad Tecnológica Israel, ubicada en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Realizó su proyecto en el año 2011 titulado “Desarrollo de un sistema de control de procesos de entrada y salida de un producto mediante tecnología móvil en empresas comerciales”.⁸

El Estudiante Vizuela Encalada Juan Fernando de la Universidad Tecnológica Equinoccial, ubicada en la ciudad de Quito, Ecuador. Realizó su tesis en el año 2010 titulada “Desarrollo de un Sistema Web en la Red para las Modalidades de Compras Asistidas y Ventas en Línea

⁶ ALMEIDA AGUILAR, Alexandra Mireya, CULCAY USCATEGUI, Raquel Elizabeth, y ENDARA VÉLEZ, Blanca Isabel: *Diseño de un Modelo por proceso para Empresas Textiles de Confección de Prendas*

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20683/1/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Modelo%20por%20Proceso%20para%20Empresas%20Textiles%20de%20Confecciones%20de%20Prendas.pdf>

⁷ BUNCES CÁRDENAS, Cecilia, GUERRERO, Helen, NEIRA MÁRQUEZ, Douglas, SUAREZ LUZARDO, Larry y OLAYA, Jorge: *Plan de Negocios, Análisis, Diseño e Implementación de un Sitio Web para la Personalización de Catálogos y Gestión de Pedidos en Línea*

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/174/1/258.pdf>

⁸ GUTIÉRREZ TUAPANTE, María Eulalia: *Desarrollo de un sistema de control de procesos de entrada y salida de un producto mediante tecnología móvil en empresas comerciales*

<http://186.42.96.211:8080/jspui/bitstream/123456789/498/1/TESIS%20COMPLETA.pdf>

empleando herramientas Open Source bajo plataforma Linux, basándonos en el modelo de negocios de ferretería La Bahía”.⁹

El Estudiante Guevara Freire Darling Gonzalo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, ubicada en la ciudad de Riobamba, Ecuador. Realizó su tesis en el año 2012 titulada “Análisis comparativo de herramientas web para desarrollo de un e-commerce. caso práctico: diseño y desarrollo de la página web con modulo e-commerce para la empresa Planeadores Guevara”.¹⁰

Los Estudiantes Artos Oto Mariana del Rocío y Herrera Zapata Cristian Rene de la Universidad Técnica de Cotopaxi, ubicada en la ciudad de Latacunga, Ecuador. Realizaron su tesis en el año 2011 titulada “Diseño e implementación de un sitio web aplicando la metodología WSDM (Método de Diseño de Sitios Web) para la gestión de productos y pedidos de la empresa CURTILAN S.C. de la ciudad de Latacunga”.¹¹

UNIMODA

Ubicada en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, se dedica a la venta de ropa por catálogo, cuenta un sistema web para comercializar sus prendas de vestir.

UNIMODA es un consorcio de empresas ecuatorianas dedicadas a la venta de ropa por catálogo. Nuestro objetivo es llegar directamente al

⁹ VIZUETA ENCALADA, Juan Fernando: *Desarrollo de un Sistema Web en la Red para las Modalidades de Compras Asistidas y Ventas en Línea empleando herramientas Open Source bajo plataforma Linux, basándonos en el modelo de negocios de ferretería La Bahía* http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15043/1/41059_1.pdf

¹⁰ GUEVARA FREIRE, Darling Gonzalo: *Análisis comparativo de herramientas web para desarrollo de un e-commerce* <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2063/1/88T00034.pdf>

¹¹ ARTOS OTO, Mariana del Rocío y HERRERA ZAPATA, Cristian Rene: *Diseño e implementación de un sitio web aplicando la metodología WSDM (Método de Diseño de Sitios Web) para la gestión de productos y pedidos de la empresa CURTILAN S.C. de la ciudad de Latacunga* <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/591>

consumidor a través de un amplio grupo de ventas a nivel nacional siempre con los mejores precios, calidad y lo último en moda.¹²



Figura 3. – Sistema Web de UNIMODA

Fuente: UNIMODA

NIVI

Empresa ubicada en Ecuador, Colombia y Perú. Dedicada a la venta de ropa por catálogo. Cuenta con un sitio web muy dinámico que le permite llegar a muchas mujeres emprendedoras que desean ser parte de la misma.

Brindamos oportunidades de desarrollo personal, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con efectividad, mediante un variado portafolio de productos, anticipándonos a las tendencias del mercado y garantizando un óptimo nivel de abastecimiento, mediante procesos de innovación y de mejora continua, que se soportan en un personal competente y adaptable al cambio.¹³

¹² UNIMODA, Sistema Web de UNIMODA: <http://www.unimoda.ec/index.php>

¹³ NIVI, Sistema Web de NIVI: <http://niviglobal.com/>



Figura 4. – Sistema Web de NIVI

Fuente: NIVI

Almacenes DePrati

Empresa Ecuatoriana ubicada en las ciudades de Guayaquil y Quito. Hacen uso de la tecnología para ofrecer los productos que distribuyen o venden a nivel Nacional. Han aprovechado el boom de los Sitios Web para abarcar más el mercado ecuatoriano y porque no el internacional, dándose a conocer como compañías consolidadas en el comercio.

Ser la mejor tienda departamental para las personas, familias y comunidad que quieren enriquecer su vida.¹⁴

¹⁴ Almacenes DePrati, Sitio Web de Almacenes Deprati: <http://www.deprati.com.ec/>

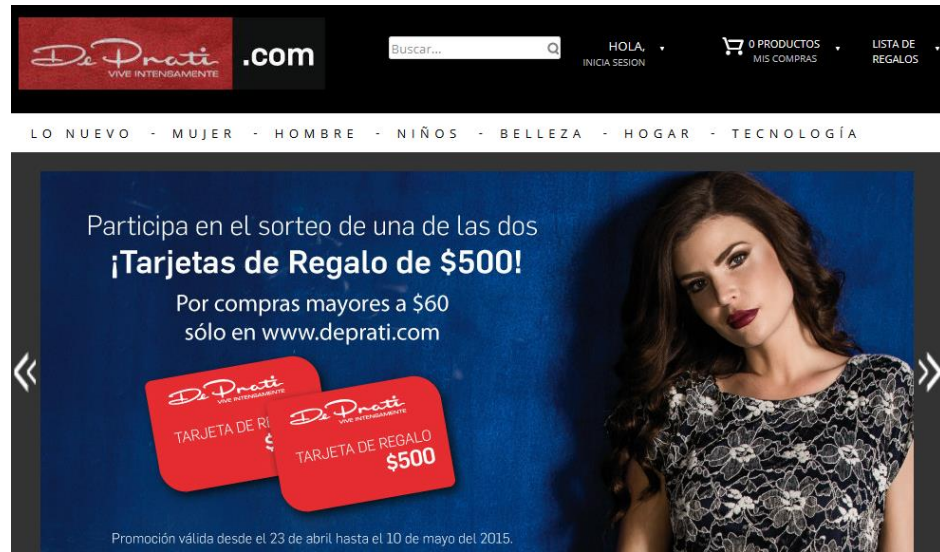


Figura 5. – Sitio Web de Almacenes Depatri

Fuente: Almacenes Depatri

Babalú Style

Empresa ubicada en la ciudad de Guayaquil. Dedicada a la venta de ropa por catálogo, realizando sus pedidos de manera online.

BbL S.A. es una Empresa Ecuatoriana, creada por el Sr. Luis Enrique Ocampo García, el 9 de marzo del 2005, inicialmente como almacén de Ropa y posteriormente modificada a Venta de Ropa por Catálogo. Nuestro Modelo de Negocio ha evolucionado, buscando dar siempre un mejor servicio hacia nuestras Empresarias.¹⁵

¹⁵ Babalú Style, Sistema Web Babalú Style: <http://bblinternacional.com/sitio/>

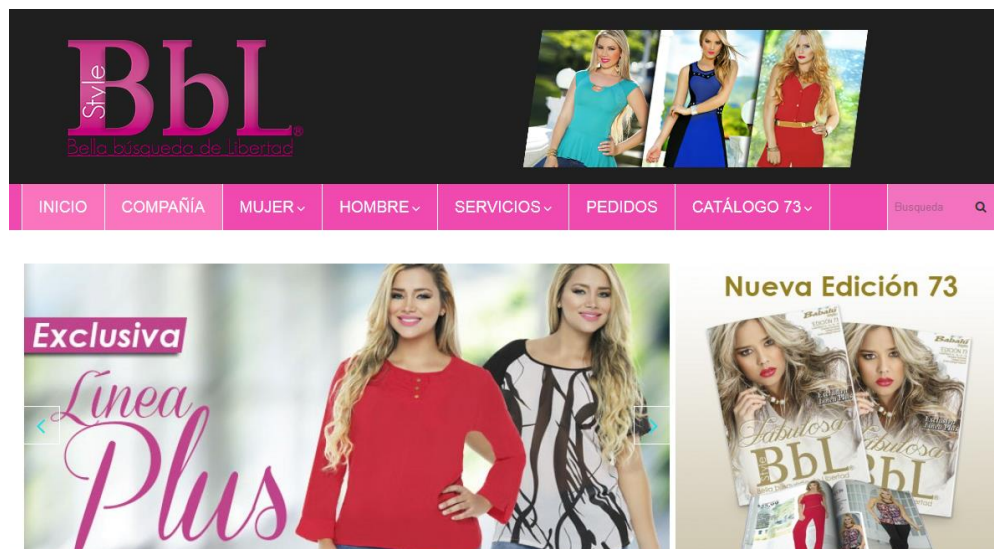


Figura 6. – Sistema Web Babalú Style

Fuente: Babalú Style

2.1.3 Fundamentación

Tecnología

En la actualidad, la tecnología es fundamental en el desarrollo del mundo moderno; ésta a su vez es sumamente indispensable en la educación, ya que están transformando la sociedad y la complejidad de los procesos.

Con la tecnología se benefician muchas personas, pero en cambio otras se resignan a desistir de ella. En nuestra sociedad es un hecho confirmar que la tecnología es útil para cada individuo y todo el mundo en general, con herramientas e instrumentos que ésta día a día nos presenta.

Esto conlleva a que el computador es muy esencial para la vida y ayuda al hombre porque mediante de ella, dónde se realiza trabajos más suaves y más cómodos, por los ejemplo trabajos de investigación, sobre todo para la evaluación y control del trabajo diario. La computadora es una

herramienta de gran ayuda para cualquier investigador cumpliendo así un papel fundamental en nuestra realidad.

El software surge del avance tecnológico y la necesidad de usar los dispositivos modernos. El software es la herramienta visual que nos permite interactuar con el hardware de un equipo, donde se incluye los componentes lógicos, procesadores de palabras, que ayudan al individuo o al usuario el poder hacer cualquier tipo de edición de datos. Además de tener sus respectivos manuales como son de programación y de usuario final.

El Sistema de Gestión para la Compra y Venta y de Prendas de Vestir tiene procedimiento, instrucciones que le brindarán al cliente agilizar los procesos de los pedidos, así, permitiendo un servicio de calidad.

Uno de los repositorios de datos más comunes es el Lenguaje de Consulta Estructurado o SQL (*Structured Query Language*). Una de sus características es el manejo del álgebra y el cálculo relacional que permiten efectuar consultas con el fin de recuperar de forma sencilla información de interés de bases de datos, así como hacer cambios en ellas. No olvidándonos que se debe considerar un estándar en la implementación de los motores o sistemas de gestión de base de datos.

El software libre en la actualidad se está convirtiendo cada vez más usual, importante y tiene una gran acogida para el uso de diversas herramientas de alta calidad y para el desarrollo de soluciones informáticas debido a su gratuidad muchas personas optan por hacer uso de ella. Esto beneficia al mundo empresarial, usuarios domésticos e instituciones de Educación Superior. Es así que existe una gran demanda de utilizar el software libre ya que no se necesitan licencias para desarrollar un programa informático, tampoco la necesidad de pagar permisos. Cabe mencionar que su utilización permite la fomentación de valores tales como: ética, no discriminación, colaboración, ciencia, competitividad, seguridad, eficiencia, solidaridad, privacidad y libertad; gracias a esto obtenemos el conocimiento del código fuente permitiéndonos utilizarlos

bajo nuestro criterio, compartirlo con otros usuarios, adaptarlo según las necesidades y dar a conocer las mejoras. Es así como uno de los software libres es PHP que nos facilita el diseño de páginas web de carácter dinámico.

Para Christian Van Der Henst S. indica: “PHP (acrónimo de PHP: Hypertext Preprocessor) es un lenguaje interpretado de alto nivel embebido en páginas HTML y ejecutado en el servidor”.¹⁶

Seguridad de la Información

En la seguridad de la información es importante señalar que su manejo está basado en la tecnología y debemos de saber que puede ser confidencial. La información está centralizada y puede tener un alto valor. Puede ser divulgada, mal utilizada, ser robada, borrada o sabotada. Esto afecta su disponibilidad y la pone en riesgo.

Una de las normas de calidad en la informática que nos permite gestionar la seguridad de la información es la ISO 27001, a pesar de que su revisión última fue en el 2013 ha tenido un gran impacto en las organizaciones. Esta fue desarrollada en base a una de las normas británicas de BS 7799-2.

Esta entidad puede certificar a una empresa o persona debido a que fue redactada por los grandes especialistas del mundo; a su vez nos proporciona todo lo necesario para su implementación en la gestión de la seguridad de la información.

Su función principal es de preservar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información de una empresa u organización. Puesto que puede ser implementada en una pública o privada. Además de centrarse en la evaluación y tratamiento de riesgos.

¹⁶ Christian Van Der Henst S.: ¿Qué es PHP?, <http://www.maestrosdelweb.com/phpintro/>

El objetivo de la seguridad de la información es de contener toda la información de dicha empresa u organización, documentos y recursos software. Facilitando la misma almacenándola y haciendo una transportación de todo el volumen de información.

2.2 MARCO LEGAL

2.2.1 Ley Orgánica de Educación Superior

Art. 32.- Programas informáticos.- Las empresas que distribuyan programas informáticos tienen la obligación de conceder tarifas preferenciales para el uso de las licencias obligatorias de los respectivos programas, a favor de las instituciones de educación superior, para fines académicos. Las instituciones de educación superior obligatoriamente incorporarán el uso de programas informáticos con software libre.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Transacción

Operación de diverso tipo que se realiza entre dos o más partes y que supone el intercambio de bienes o servicios a cambio del capital correspondiente.¹⁷

2.3.2 Trueque

¹⁷ Definición de Transacción, <http://www.definicionabc.com/economia/transaccion.php>

Se conoce como trueque al intercambio de bienes y servicios por otros bienes y servicios sin que se utilice dinero para completar la transacción.¹⁸

2.3.3 Producto

Es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades, impacto social, etcétera).¹⁹

2.3.4 Proceso

Según David Yanover indica: “Conjunto de acciones o actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un fin. Si bien es un término que tiene a remitir a escenarios científicos, técnicos y/o sociales planificados o que forman parte de un esquema determinado, también puede tener relación con situaciones que tienen lugar de forma más o menos natural o espontánea”.²⁰

2.3.5 Gestión

Es la acción de administrar o gestionar, es decir, llevar a cabo diligencias que hagan posible la realización de una operación comercial.

También la gestión es la dirección de una compañía o de un negocio cuyo objetivo primordial es que sus resultados sean óptimos para alcanzar los objetivos propuestos.²¹

¹⁸ Definición de Producto, <http://www.finanzas.com/el-trueque>

¹⁹ THOMPSON, Iván: Definición de Producto, <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>

²⁰ YANOVER, David: Definición de Proceso, <http://www.definicionabc.com/general/proceso.php>

²¹ Definición de Gestión, <http://definicion.de/gestion/>

2.3.6 Automatización

Según David Garcés indica que: “La automatización es un sistema donde se transfieren tareas de producción, realizadas habitualmente por operadores humanos a un conjunto de elementos tecnológicos”²².

2.3.7 Análisis

Es identificar los componentes y separarlos en partes para poder realizar un estudio, el cual se lo puede realizar de diversas maneras aplicando diferentes herramientas ya que todo análisis tiene un mismo objetivo que es el de mejorar la situación del objeto estudiado.²³

2.3.8 Impacto

Es un cambio en el resultado de un proceso, o en la forma en la que realizan un proceso las personas encargadas de su ejecución.²⁴

2.3.9 Eficiencia

Capacidad de lograr objetivos planteados, empleando los mejores medio posibles para obtener un resultado.

²² GARCÉS, David: *Definición de Automatización*, <http://www.sc.ehu.es/sbweb/webcentro/automatica/WebCQMh1/PAGINA%20PRINCIPAL/Automatizacion/Automatizacion.htm>

²³ *Definición de Análisis*, <http://definicion.mx/analisis/>

²⁴ *Definición de Impacto*, <http://definicion.de/impacto/>

2.3.10 Eficacia

Capacidad de alcanzar para obrar, o lograr un objetivo determinado.

2.3.11 Compra

Es la acción en la que la persona entra en posesión de un bien o servicio mediante el pago del mismo.²⁵

2.3.12 Venta

Es el intercambio de productos y servicios a cambio de dinero, es la actividad principal de un negocio.²⁶

2.3.13 Mercadería

Es todo aquello que se puede vender o comprar, es decir, es un objeto de trato o venta.²⁷

2.3.14 Sitio Web

Conjunto organizado y coherente de páginas Web que tiene como función ofrecer, informar, publicitar o vender contenidos, productos y servicios al resto del mundo.²⁸

²⁵ Definición de Compra, <http://www.economia48.com/spa/d/compra/compra.htm>

²⁶ Definición de Venta, <http://definicion.de/venta/>

²⁷ Definición de Mercadería, <http://definicion.de/mercancia/>

²⁸ Definición de Sitio Web, http://www.ecured.cu/index.php/Sitio_Web

2.3.15 Servidor Web

Es un programa que gestiona cualquier aplicación en el lado del servidor realizando conexiones bidireccionales y/o unidireccionales y síncronas o asíncronas con el cliente generando una respuesta en cualquier lenguaje o aplicación en el lado del cliente.²⁹

2.3.16 Lenguaje de Programación Web

Lenguaje artificial que puede utilizarse para definir una secuencia de instrucciones para su procesamiento por un ordenador o computadora.³⁰

2.3.17 Software

Según Fraba Galeón, en su concepto de software indica: “Es un ingrediente indispensable para el funcionamiento del computador. Está formado por una serie de instrucciones y datos, que permiten aprovechar todos los recursos que el computador tiene, de manera que pueda resolver gran cantidad de problemas”.³¹

2.3.18 Base de Datos

Es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso. En este sentido, una Biblioteca puede considerarse una base de datos compuesta en su

²⁹ Definición de Servidor Web, http://www.ecured.cu/index.php/Servidor_Web

³⁰ Definición de Lenguaje de Programación, http://www.ecured.cu/index.php/Lenguaje_de_programaci%C3%B3n

³¹ GALEÓN, Fraba: Concepto de Software, <http://fraba.galeon.com/software.htm>

mayoría por documentos y textos impresos en papel e indexados para su consulta.³²

2.3.19 Tecnología

Según Leandro Alegsa indica: “La tecnología abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas”.³³

2.3.20 Toma de decisiones

Una decisión es una resolución o determinación que se toma respecto a algo. Se conoce como toma de decisiones al proceso que consiste en realizar una elección entre diversas alternativas.³⁴

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La no utilización de una herramienta tecnológica genera una deficiente comercialización de prendas de vestir al por mayor.

³² Definición de Base de Datos, http://www.ecured.cu/index.php/Base_de_datos

³³ ALEGSA, Leandro: Definición de Tecnología, <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>

³⁴ Definición de Toma de decisiones, <http://definicion.de/toma-de-decisiones/>

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ❖ La falta de procedimientos para la adquisición de mercadería genera pérdida de tiempo al realizar el proceso de adquisición de mercadería.
- ❖ La falta de formulario de solicitud de mercadería genera inconformidad en los clientes sobre el proceso de solicitud de la mercadería.
- ❖ La no definición de la forma de pago genera el incumplimiento de las fechas de pago de dicha mercadería.

2.4.3 Declaración de Variables

Tabla 1. – Declaración de las Variables

Variables	
Independientes	Dependientes
Herramienta Tecnológica	Comercialización
Procedimiento	Tiempo
Solicitud	Clientes
Pago	Fecha de pago

2.4.4 Operacionalización de la Variables

Tabla 2. – Operacionalización de las Variables

Variable	Definición	Indicador	Medio de Verificación
Herramienta Tecnológica	Dispositivos electrónicos y programas que ayudan a facilitar nuestras	Número de herramientas a utilizar	Encuesta a Clientes

	labores.		
Procedimiento	Conjunto de acciones u operaciones que se realizan en forma ordenada para lograr un objetivo.	Nivel de satisfacción de los clientes	Encuesta a clientes
Solicitud	Documento mediante el cual se solicita un pedido o una diligencia.	Número de solicitudes realizadas.	Encuesta a clientes
Pago	Cancelación de una deuda o compra.	Número de pagos realizados.	Encuesta a clientes
Comercialización	Actividad que tiene como fin el facilitar la venta de algún producto, bien o servicio.	Número de transacciones de compra y venta de mercadería.	Encuesta a clientes
Tiempo	Magnitud con la que se mide la duración de un determinado fenómeno o suceso.	Cantidad de horas utilizadas por proceso comercial.	Encuesta a clientes
Clientes	Persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra.	Número de clientes a atender	Encuesta a clientes
Fecha de pago	Fecha en la cual se designa el pago de un bien o servicio.	Número de días a pagar.	Encuesta a clientes

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Investigación cuantitativa: Investigación que permite cuantificar los datos obtenidos de la recolección de campo mediante procesos matemáticos, científicos y/o estadísticos.

A través de esta investigación podremos medir los datos estadísticos obtenidos y la verificación de las hipótesis planteadas en el presente proyecto.

Investigación aplicada: Aquella Investigación cuyo objetivo es de resolver problemas prácticos, ampliando y profundizando nuestro saber de la realidad. Genera pocos aportes al conocimiento científico desde un punto de vista teórico. Para que ésta investigación sea descriptiva no debe existir manipulación de variables, estas sólo se observan y se describen tal como se presentan en su ambiente natural.

Esta investigación será aplicable a nuestro proyecto ya que según los resultados obtenidos buscamos su aplicación a la comercialización de prendas de vestir al por mayor.

Investigación correlacional: Esta nos permite medir y conocer qué grado de relación existe entre dos o más variables vinculadas, las cuales nos van a aportar cierta información explicativa, actuando directamente en el sujeto o fenómeno.

Esta investigación es aplicable a nuestro proyecto porque nos permitirá medir determinados factores que se dan en el objeto de estudio.

Investigación de Campo: Se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo, o por qué causas se produce una situación o acontecimiento particular.

Se podría definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, se obtiene nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada).³⁵

Aplicaremos esta investigación en el presente proyecto ya que es menester conocer la realidad que se genera en relación a nuestro objeto de estudio a través de las distintas técnicas a utilizar.

Investigación bibliográfica: Primera investigación a la que se acude porque en ella se apoya para emprender la búsqueda de información a través de diferentes tipos de documentos como pueden ser libros, revistas, periódicos, etc. Esta investigación indaga, interpreta y presenta datos e información de un tema determinado, recurriendo a métodos de análisis, con el objetivo de tener resultados que sirvan como base para el proceso de la creación científica.

³⁵ *Investigación de Campo:* <https://investigacionestodo.wordpress.com/2012/05/19/clases-y-tipos-de-investigacion-cientifica/#more-7>

Este tipo de investigación es fundamental en nuestro proyecto ya que nos permitirá tener un mayor conocimiento acerca de temas relacionados con nuestro objeto de estudio.

3.2 LA POBLACIÓN Y MUESTRA

Especificado el problema, enunciados los objetivos y delimitadas las variables se determina los elementos o personas con quienes vamos a llevar a cabo el estudio o investigación.

3.2.1 Características de la población

La población que nos va a servir de referencia para nuestra investigación son los comerciantes de prendas de vestir del cantón Santo Domingo de los Colorados.

3.2.2 Delimitación de la población

La población a la cual se dirige este estudio de investigación es a los comerciantes del cantón Santo Domingo, a quienes se les aplicará una encuesta para determinar las ventajas o beneficios que traen consigo la creación del Sitio Web para la comercialización de prendas de vestir al por mayor.

3.2.3 Tipo de muestra

Se elige el tipo de muestra no probabilística, ya que se seleccionarán a las personas que serán encuestadas y que están relacionadas con la investigación.

3.2.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra será de acuerdo al número de personas que son dueños de pequeños almacenes en la ciudad de Santo Domingo que se tomará en cuenta para el estudio del problema, del cual se ha detectado a los 20 almacenes más representativos del cantón.

Por lo tanto esta información se refiere a una población finita puesto que sabemos con exactitud el dato real.

3.2.5 Proceso de selección

La muestra es no probabilística, para lo cual escogeremos la de sujetos voluntarios.

3.3 LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

❖ Método Analítico

Mediante este método podemos realizar un análisis más exhaustivo del objeto de estudio, lo cual lograremos a través de la encuesta que realizamos y así obtener una mejor analogía de nuestro estudio.

❖ **Método Hipotético Deductivo**

Este método nos permite suponer hipótesis basadas en la información empírica obtenida durante el estudio del presente proyecto, lo cual nos ayudará en su análisis una vez que hayan sido verificadas.

3.3.2 Métodos empíricos

La presente investigación se llevará a cabo en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en el cantón Santo Domingo de los Colorados en donde se realizarán encuestas a los clientes potenciales de dichos comerciantes, con lo cual podemos recolectar la información necesaria para nuestro objeto de estudio.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

En nuestra investigación se llevó a cabo las siguientes técnicas e instrumentos para recolección de datos:

❖ **Encuestas:** Utilizada en investigaciones que consiste en un conjunto de preguntas formuladas en un cuestionario, y dirigidas a un grupo de personas para conocer su opinión de algún hecho, suceso o asunto determinado.

Se aplicará en nuestro proyecto a las hipótesis planteadas de los sub-problemas encontrados, lo cual nos ayudará en la comprobación de las mismas.

❖ **Muestreo:** Ésta técnica consiste en la selección de un sub-grupo de personas de las cuales se recolectarán datos.

Nuestra población es finita ya que conocemos con certeza el tamaño de la misma.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Ya recopilada la información necesaria procederemos a realizar las encuestas y entrevistas con la finalidad de acercarnos a la comprobación de nuestras hipótesis planteadas en el problema de la investigación. Los resultados serán tabulados por medio de la herramienta de ofimática como es Excel, mediante gráficos de pastel y barras los cuales nos indicarán los porcentajes e índices de respuestas tanto afirmativas como negativas del problema.

Los resultados obtenidos del levantamiento de información sirven de apoyo para saber las necesidades de los dueños de pequeños almacenes saber el uso de cuales tecnologías se pueden implementar y agilizar sus procesos administrativos y de gestión para la compra y venta de mercadería.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El siguiente análisis nos describe la situación actual que viven los comerciantes minoristas (clientes) de la ciudad de Santo de Domingo de los Colorados en lo que a comercialización de prendas de vestir al por mayor se refiere, ya que desde hace muchos años atrás nuestros pequeños comerciantes han tenido que desplazarse a otras ciudades del país para poder obtener la mercadería que necesitan.

Esto obviamente les ha quitado tiempo valioso en sus negocios ya que se necesita la presencia física de estas personas en sus locales para que todo marche bien, y más aún cuando han estado expuestos a merced de la delincuencia ya que el viajar en bus hasta las otras ciudades tiene su cierto grado de riesgo porque la mayoría de los comerciantes llevan el dinero efectivo en dichos traslados y sabemos que en nuestro país la delincuencia tiene un alto índice marcado en todas las regiones que lo conforman.

Otro punto a marcar es referente a los proveedores que visitan a los clientes quienes muchas veces no han sabido llegar a satisfacer los pedidos realizados con anticipación, esto se da debido a la forma convencional de realizarlos que tienen dichos proveedores mayoristas es decir en hojas de papel las cuales suelen perderse o deteriorarse hasta que llegan a la empresa para hacer los

despachos lo cual se origina por los constantes viajes que realiza el proveedor visitando a sus clientes. Pero muchas veces estos pedidos realizados con anticipación no llegan conforme a lo antes solicitado porque envían prendas que no se han pedido, no envían los colores, tallas, o modelos que se habían pactado y esto genera al cliente un declive en su economía porque se pierde muchas veces la venta de estas prendas que han estado en espera, ya que el consumidor final requiere mucha más atención a las necesidades que este tenga, por algo se ha hecho tan popular un refrán que reza “el cliente siempre tiene la razón”.

El comercio de ropa ha tenido una gran acogida durante los últimos años en varias ciudades de nuestro país, actividad que ha sido la fuente de ingreso principal para muchas familias por este motivo nos vemos en la necesidad de mejorar estos procesos y así facilitar un poco más la obtención de estos productos.

Es así, que a través de un sitio web de comercialización al por mayor de prendas de vestir todo estos factores se minimizaran y darán paso a la tecnología que día a día acapara más el mercado comercial en el mundo.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Pregunta 1. - ¿Cree usted que el uso de una herramienta tecnológica como lo son los sitios web ayudaría en la comercialización de prendas de vestir al por mayor?

Tabla 3. – Encuesta dirigida a los posibles clientes potenciales de las importadoras de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

1. ¿Cree usted que el uso de una herramienta tecnológica como lo son los sitios web ayudaría en la comercialización de prendas de vestir al por mayor?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	85%
No	0	0%
Tal vez	3	15%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

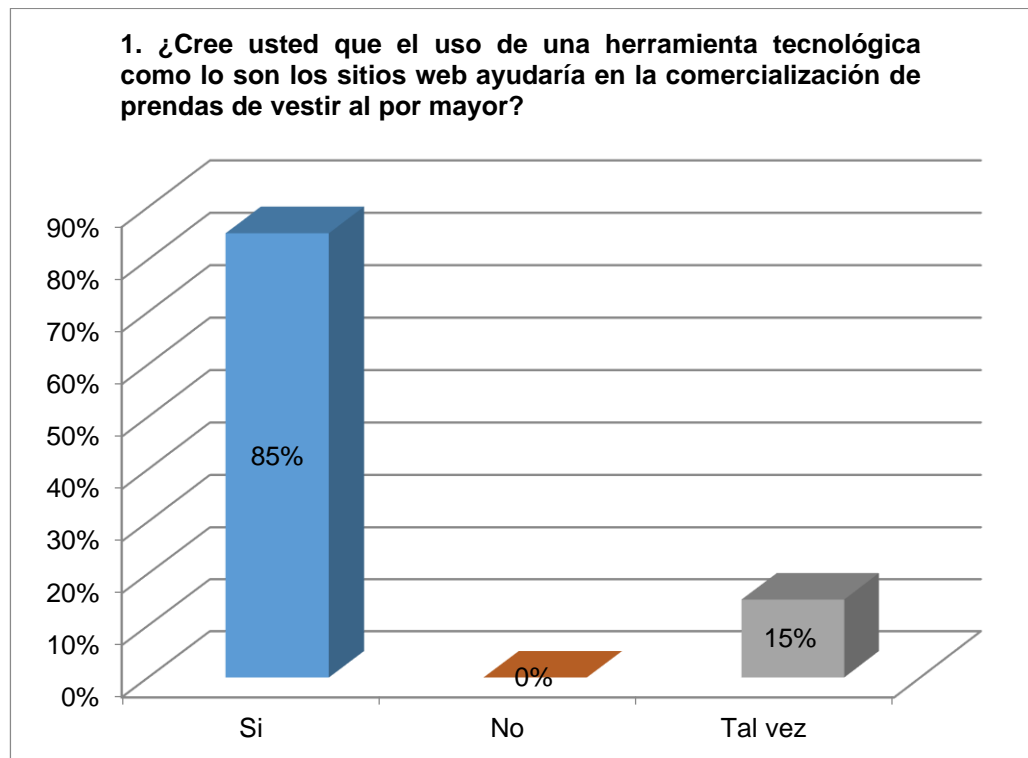


Gráfico 1. – Estadística Hipótesis Principal. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras de la falta de una herramienta tecnológica para la comercialización de las prendas de vestir

Análisis: El 85% de los comerciantes encuestados cree que la implementación de una herramienta tecnológica sería de mucha ayuda en el área del comercio de ropa, mientras que el 15% piensa que tal vez, esto se debe a que mucho de estos comerciantes aún desconocen de las facilidades que ofrece la tecnología hoy en día.

Pregunta 2. - ¿Cómo calificaría usted al procedimiento tradicional en hojas de papel que llevan los comerciantes mayoristas para realizar los pedidos?

Tabla 4. – Encuesta dirigida a medir el grado de satisfacción de los clientes.

2. ¿Cómo calificaría usted al procedimiento tradicional en hojas de papel que llevan los comerciantes mayoristas para realizar los pedidos?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	15%
Muy Bueno	4	20%
Bueno	6	30%
Malo	7	35%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

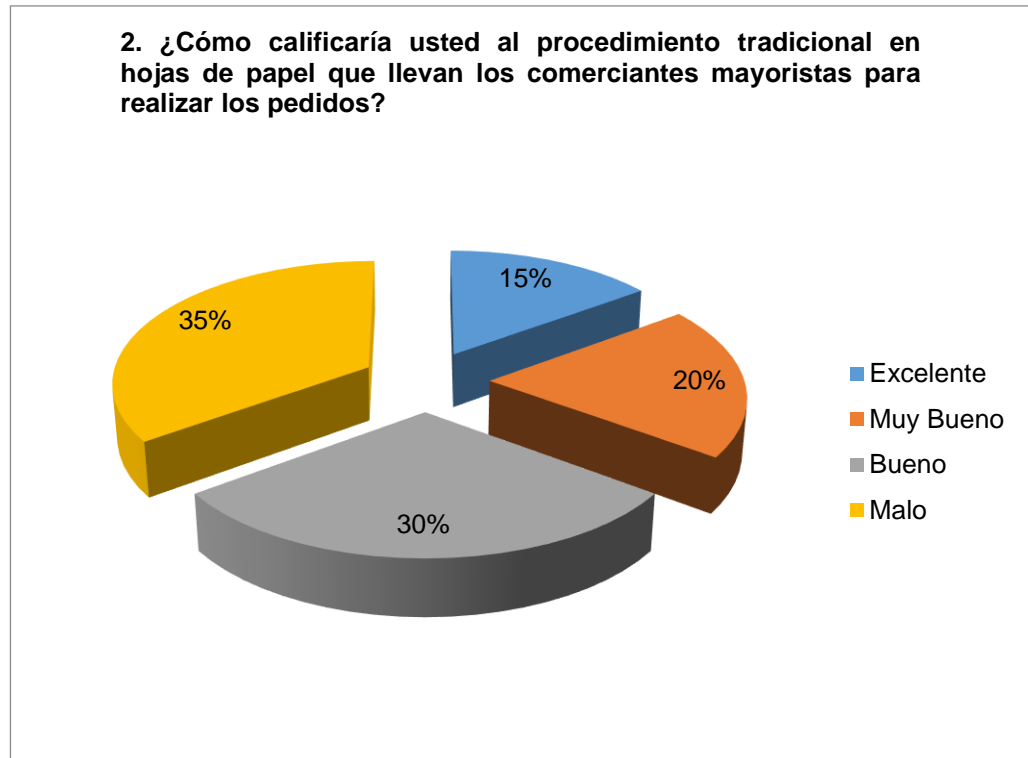


Gráfico 2. Estadística hipótesis particular. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras para medir el grado de satisfacción de los mismos.

Análisis: El 35% de la población opinan que el procedimiento para realizar los pedidos mediante hoja papel no es el adecuado ya que muchas veces se han extraviado estos y los pedidos no son entregados a los comerciantes, seguido de un 30% que piensan que el procedimiento es bueno debido a que no existe por el momento otra forma de realizar los pedidos, el 20% opinan que es muy bueno y el 15% que dicho modo tradicional es excelente.

Pregunta 3. – ¿De qué manera afecta a su negocio el incumplimiento del pedido realizado al proveedor mediante la solicitud en hoja de papel?

Tabla 5. – Encuesta dirigida a medir el grado de satisfacción de los clientes al no recibir el pedido de a tiempo.

3. ¿De qué manera afecta a su negocio el incumplimiento del pedido realizado al proveedor mediante la solicitud en hoja de papel?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	18	90%
Poco	2	10%
Nada	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

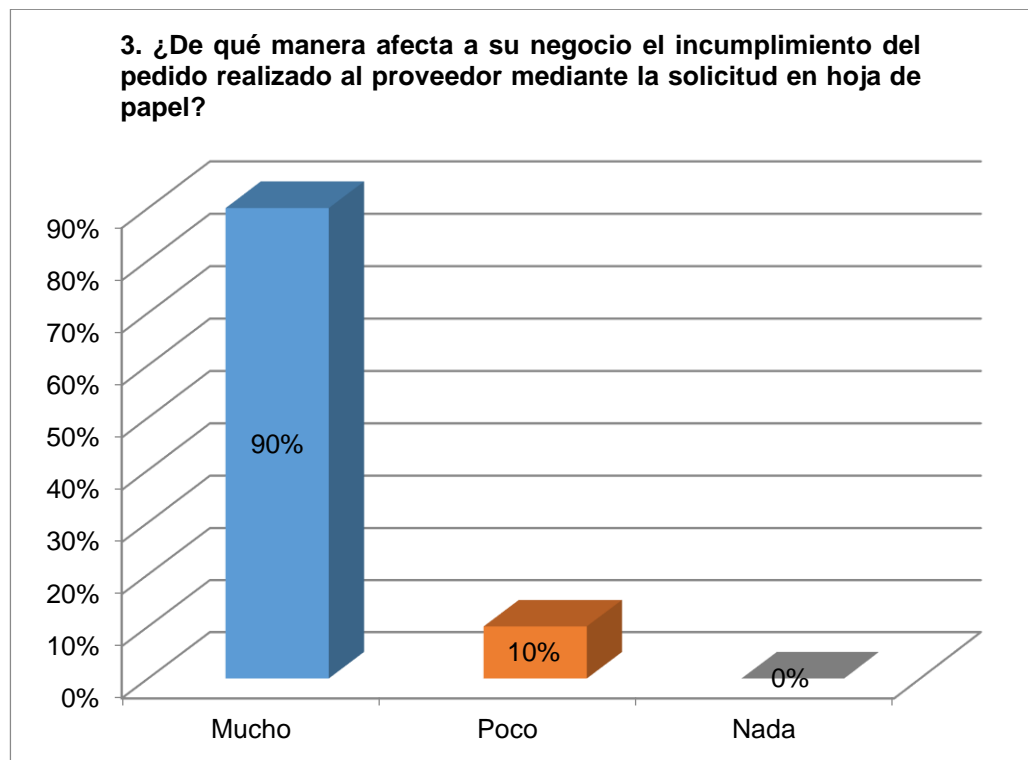


Gráfico 3. Estadística Hipótesis Particular. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras para medir el grado de satisfacción de los mismos al no recibir el pedido a tiempo

Análisis: El 90% de los comerciantes minoristas opinan que el incumplimiento del pedido realizado con anticipación afecta mucho a sus negocios ya que ellos cuentan con esas prendas que muchas veces han sido solicitadas por los consumidores de dichos comerciantes para fechas específicas o temporadas rentables, mientras que para el 10% este aspecto incide poco en su economía.

Pregunta 4. – ¿Cree usted que los procedimientos para realizar los pagos de la mercadería como dinero en efectivo o cheques son los más adecuados?

Tabla 6. – Esta encuesta se realizó para conocer cuáles son los pagos más adecuados al adquirir la mercadería.

4. ¿Cree usted que los procedimientos para realizar los pagos de la mercadería como dinero en efectivo o cheques son los más adecuados?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	75%
No	2	10%
No se	3	15%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

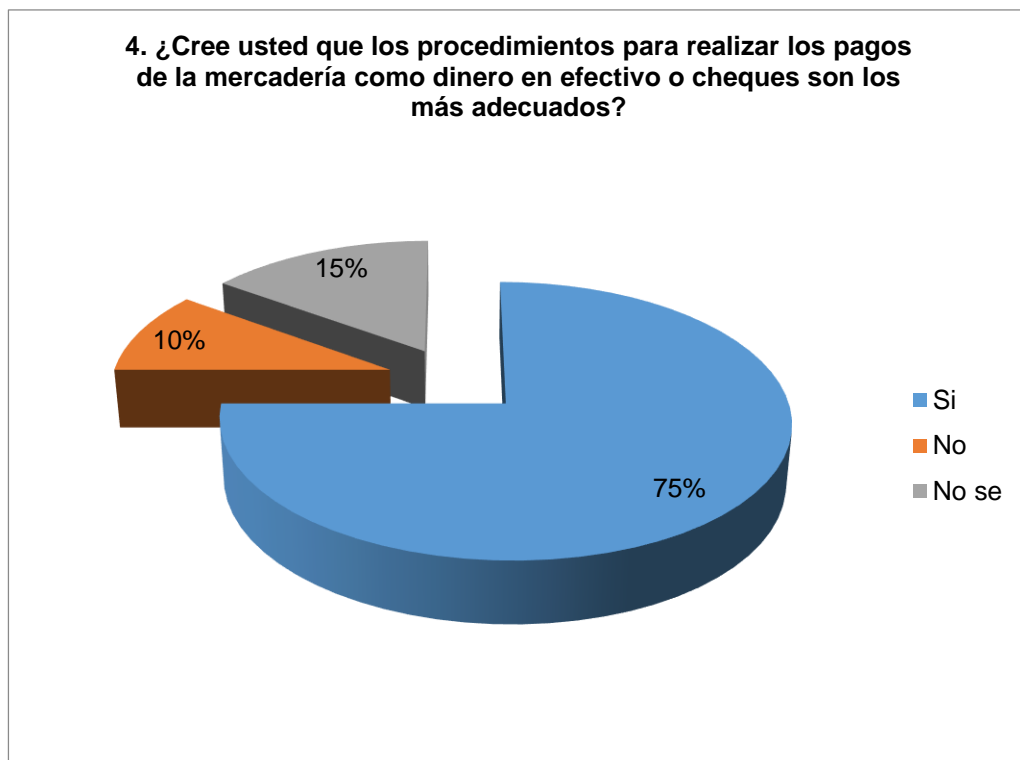


Gráfico 4. Estadística hipótesis particular. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras para conocer cuáles son las formas de pagos adecuadas al adquirir la mercadería

Análisis: El 75% de los encuestados piensan que las formas de pago como dinero en efectivo o cheques son las más adecuadas para obtener la mercadería, el 15% responden que no saben si estos procedimientos son los más óptimos y finalmente el 10% dicen que no son los más adecuados para sus negocios.

Pregunta 5. – ¿Cómo califica usted la atención al cliente por parte de los proveedores al momento de comercializar las prendas de vestir?

Tabla 7. – Encuesta dirigida a los clientes para medir su grado de satisfacción al ser visitados por los proveedores.

5. ¿Cómo califica usted la atención al cliente por parte de los proveedores al momento de comercializar las prendas de vestir?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	10%
Muy Bueno	4	20%
Bueno	6	30%
Malo	8	40%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

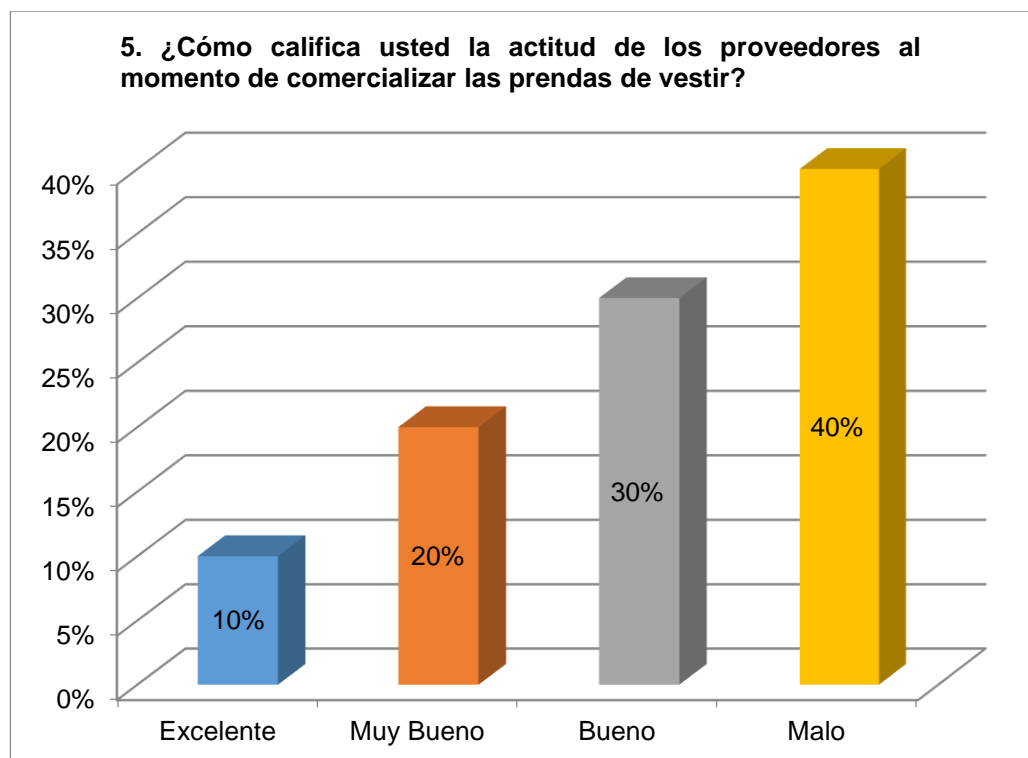


Gráfico 5. Estadística hipótesis particular. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras para medir el grado de satisfacción al ser visitados por los proveedores

Análisis: En esta encuesta el 40% de los comerciantes opina que la actitud de los proveedores al momento de ofrecer la mercadería es mala, lo cual demuestra que la implementación del sitio web aportará con un proceso más ágil y con menos interacción presencial con el proveedor, seguido de un 30% que piensa es buena ya que muchas veces los proveedores visitantes son sólo colaboradores de las empresas y que tal vez ese sea el motivo por el cual no se esmeran más en poder colocar la mercadería en el mercado, mientras que el 20% piensa que es muy buena y por último un 10% que piensa que sus actitudes son excelentes.

Pregunta 6. – ¿Cree usted que los procedimientos convencionales como viajar a ciertas ciudades para adquirir las prendas de vestir al por mayor quita tiempo y genera inseguridad a los comerciantes?

Tabla 8. – Encuesta dirigida a los clientes para conocer su opinión acerca de los procedimientos más seguros para adquirir la mercadería.

6. ¿Cree usted que los procedimientos convencionales como viajar a ciertas ciudades para adquirir las prendas de vestir al por mayor quita tiempo y genera inseguridad a los comerciantes?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	60%
No	4	20%
Tal vez	4	20%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

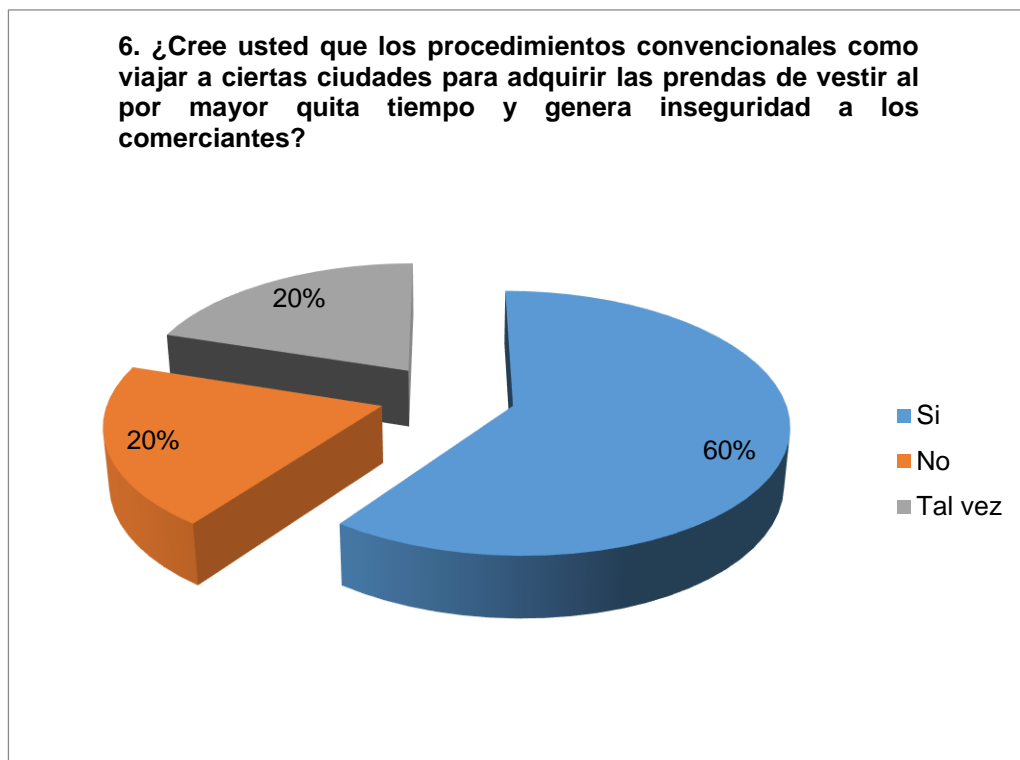


Gráfico 6. Estadística hipótesis particular. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras para conocer acerca de los procedimientos más seguros para adquirir la mercadería

Análisis: La mayor parte de los comerciantes encuestados es decir el 60% opinan que si es muy inseguro el hecho de viajar hasta otras ciudades para poder abastecerse de mercadería y el tiempo que consumen estos viajes es muy largo ya que las ciudades principales están muy lejos de Santo Domingo, mientras que el resto de los comerciantes se encuentran divididos entre un 20% cada uno al opinar que no causaría ningún efecto o que tal vez podría incidir en algo.

Pregunta 7. – ¿Usted en calidad de cliente como califica la inconformidad de no recibir la mercadería con las características específicas solicitada mediante la hoja de pedido?

Tabla 9. – Mediante esta encuesta pretendemos medir el grado de satisfacción de los clientes al no recibir el pedido específicamente realizado.

7. ¿Usted en calidad de cliente como califica la inconformidad de no recibir la mercadería específicamente solicitada con anticipación mediante la hoja de pedido?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	12	60%
Poco	5	25%
Nada	3	15%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

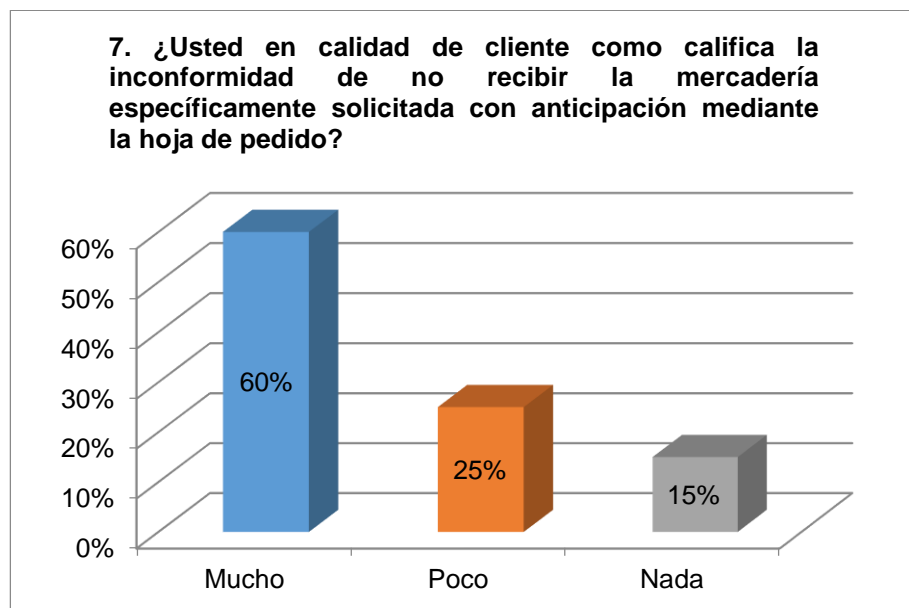


Gráfico 7. Estadística hipótesis particular. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras para medir el grado de satisfacción al no recibir el pedido específicamente realizado

Análisis: En el 60% de los clientes el grado de inconformidad al no recibir la mercadería pedida es mucha ya que esto afecta de manera directa a sus negocios, porque al no recibir los colores o tallas específicamente solicitadas provocan que muchas veces se pierda la venta de alguna prenda en particular, en tanto que el 25% nos ha manifestado que esto afecta poco a sus negocios, y concluimos con el 15% que nos indican que no afecta en nada a sus negocios el incumplimiento del pedido específico de mercadería.

Pregunta 8. – ¿El incumplimiento de las fechas por cobrar por parte de los proveedores le genera a usted como cliente una desestabilización económica?

Tabla 10. – Encuesta mediante la cual medimos el grado de desestabilización económica que produce el incumplimiento de fechas por cobrar.

8. ¿El incumplimiento de las fechas por cobrar por parte de los proveedores le genera a usted como cliente una desestabilización económica?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80%
No	2	10%
Tal vez	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

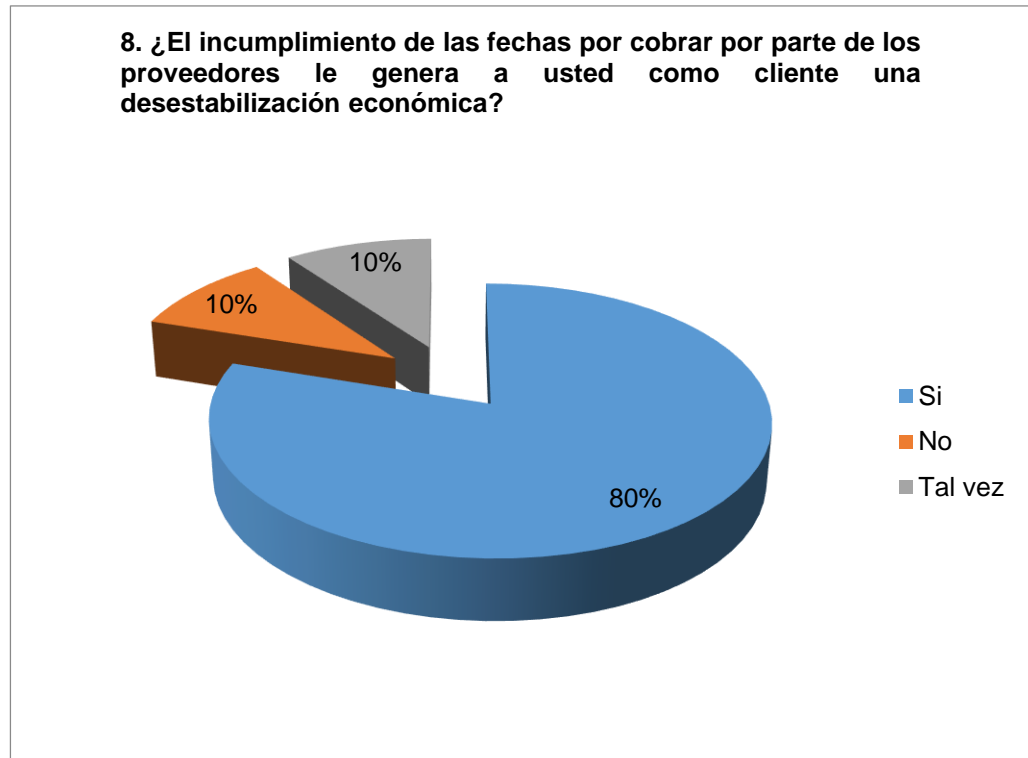


Gráfico 8. Estadística hipótesis particular. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras sobre las fechas por cobrar por parte de los proveedores.

Análisis: Mediante esta encuesta nos podemos dar cuenta que el 80% de los clientes si se ven afectados por el incumplimiento en las fechas de cobro por parte de los proveedores ya que desestabilizan momentáneamente a sus negocios, mientras que tenemos opiniones a igual escala del 10% por parte de clientes que dicen que tal vez no afecte a sus negocios esta infracción y el otro 10% que nos indica que no afecta en nada a su economía.

Pregunta 9. – ¿Considera usted que el uso de una herramienta tecnológica al momento de obtener la mercadería optimizaría su tiempo?

Tabla 11. – Encuesta dirigida a conocer si el uso de la tecnología ahorraría tiempo a los clientes.

9. ¿Considera usted que el uso de una herramienta tecnológica al momento de obtener la mercadería optimizaría su tiempo?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	85%
No	2	10%
No se	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

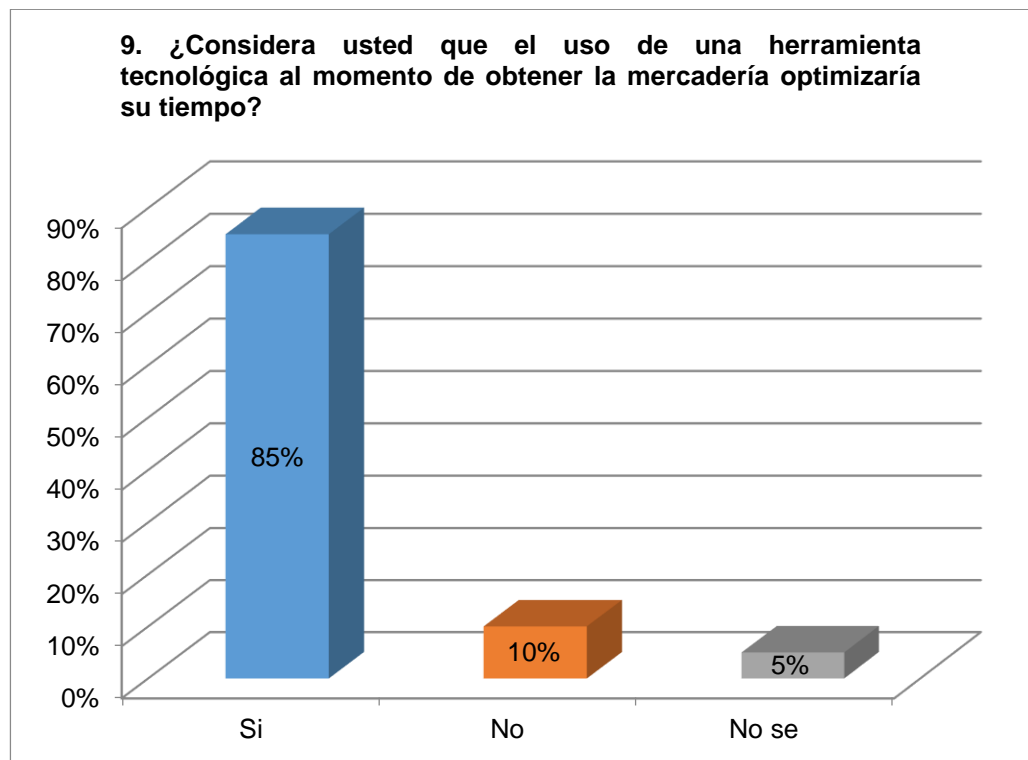


Gráfico 9. Estadística hipótesis particular. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras para conocer si el uso de una herramienta tecnológica ahorraría tiempo.

Análisis: El 85% de los comerciantes encuestados nos manifestaron que el uso de una herramienta tecnológica en la obtención de prendas de vestir si optimizaría su tiempo, mientras que el 10% opinan que no, y el 5% por su poco conocimiento de este tipo de herramientas nos indican que no saben si su uso lo optimizaría de forma eficiente. Esto nos da como resultado que es necesario la creación de este sistema que va a ser de gran ayuda para todos los comerciantes minoristas de la ciudad de Santo Domingo, ya que el tiempo es uno de los factores más importantes para todo empresario.

Pregunta 10.- ¿Su conocimiento acerca del uso de los recursos tecnológicos como internet, celulares inteligentes, computadoras, etc. es?

Tabla 12. – Encuesta dirigida a conocer el grado de conocimiento de los clientes en cuanto a recursos tecnológicos se refiere.

10.¿Su conocimiento acerca del uso de los recursos tecnológicos como internet, celulares inteligentes, computadoras, etc.?		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alto	12	60%
Medio	5	25%
Bajo	3	15%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a los Clientes potenciales de las Importadoras
Realizado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

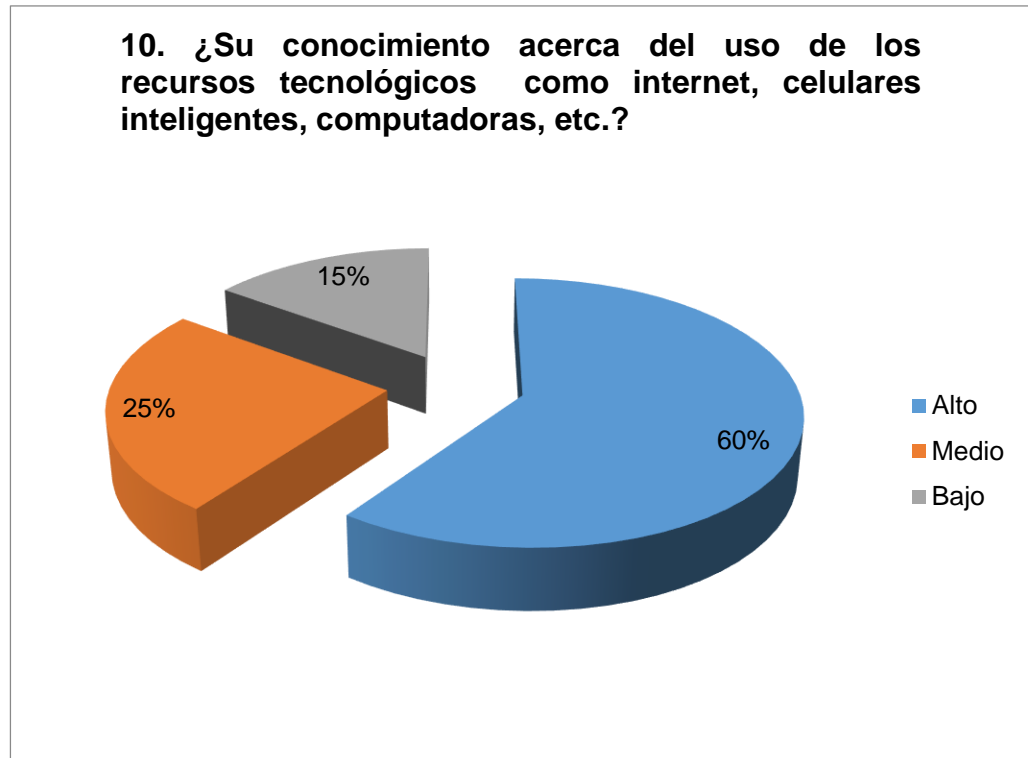


Gráfico 10. Estadística hipótesis particular. Opinión de los Clientes Potenciales de las Importadoras para conocer el grado de conocimientos de los recursos tecnológicos

Análisis: Es satisfactorio conocer mediante esta encuesta que el 60% de los clientes tienen mucho conocimiento acerca de recursos tecnológicos como el internet, los celulares inteligentes, las tabletas, etc. que ya forman parte de la vida de muchas personas a nivel mundial es por este motivo que los sistemas web para la comercialización de prendas de vestir vendrían a ser una herramienta muy útil para nuestros comerciantes. Para el 25% de los encuestados su conocimiento es poco indicándonos que no descartan la idea de aprender más del uso de estos recursos, mientras que el 15% no tienen nada de conocimiento respecto a estas herramientas.

4.3 RESULTADOS

La presente investigación se realizó a 20 comerciantes del área urbana central de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, a quienes se les solicitó responder de acuerdo a su experiencia y su propio criterio las interrogantes puntualizadas para así poder realizar la comprobación de nuestras hipótesis.

Muchos de los comerciantes encuestados nos indicaron que la implementación de la tecnología en la comercialización de prendas de vestir al por mayor sería de mucha ayuda ya que hoy en día todo se hace a través de una computadora es más muchos de ellos están a obligados a facturar electrónicamente las ventas realizadas a diario, y a hacer sus declaraciones de impuestos a través de este medio.

La realización manual de pedidos mediante papel es calificada de mala por los clientes ya que esta forma de realizar las solicitudes de la mercadería muchas veces les ha causado contratiempos tanto en la parte económica como en la de atención al cliente.

Al hacer referencia a la economía del comerciante minorista en cuanto al incumplimiento del pedido vemos que la mayoría nos indican que esto afecta mucho a sus negocios porque al no tener el stock de la mercadería solicitada causa un declive en sus ventas diarias ya que el consumidor final no ve satisfecha sus necesidades por no encontrar a tiempo lo que necesitaba.

Así mismo muchos de los encuestados sostuvieron que si es adecuado el pago de la mercadería ya sea en efectivo o cheque, porque siempre se ha trabajado de esta manera al momento de la obtención de la mercadería, ya que es una transacción más segura tanto para el mayorista como para el minorista, porque así una vez entregada las prendas el pago se hace efectivo.

La actitud de un proveedor al momento de realizar la visita a un cliente también es importante ya que la primera impresión cuenta mucho para captar clientela en este mercado, referente a esto los clientes opinaron que la mayoría del tiempo la manera de ofrecer sus productos los proveedores es mala porque

vienen con imponencia a y descortesía, por estos motivos los comerciantes minoristas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados piensan que una herramienta tecnológica como lo son los sitios web contribuirían mucho en este tipo de comercio.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Tabla 13. – Verificación de Hipótesis

Hipótesis	Verificación
<p>La no utilización de una herramienta tecnológica genera una deficiente comercialización de prendas de vestir al por mayor.</p>	<p>¿Cree usted que el uso de una herramienta tecnológica como lo son los sitios web ayudaría en la comercialización de prendas de vestir al por mayor?</p> <p>¿Su conocimiento acerca del uso de los recursos tecnológicos como internet, celulares inteligentes, computadoras, etc. es?</p> <p>El 85% cree que si se mejoraría la comercialización de prendas de vestir al utilizar una herramienta tecnológica que haga eficiente su proceso.</p> <p>El 60% de los encuestados tienen un conocimiento alto en el uso de las herramientas tecnológicas.</p>
<p>La falta de procedimientos para la adquisición de mercadería genera pérdida de tiempo al realizar el proceso de adquisición de mercadería.</p>	<p>Cree usted que los procedimientos convencionales como viajar a ciertas ciudades para adquirir las prendas de vestir al por mayor quita tiempo y genera inseguridad a los comerciantes.</p> <p>Considera usted que el uso de una herramienta tecnológica al momento de</p>

	<p>obtener la mercadería optimizaría su tiempo.</p> <p>El 60% de los encuestados indicaron que si les quita tiempo los procedimientos tradicionales de obtención de mercadería como los viajes a otras ciudades.</p> <p>El 85% opinan que el uso de una herramienta tecnológica optimizaría su tiempo al obtener las prendas de vestir.</p>
<p>La falta de formulario de solicitud de mercadería genera inconformidad en los clientes sobre el proceso de solicitud de la mercadería.</p>	<p>¿Cómo calificaría usted al procedimiento tradicional en hojas de papel que llevan los comerciantes mayoristas para realizar los pedidos?</p> <p>¿De qué manera afecta a su negocio el incumplimiento del pedido realizado al proveedor mediante la solicitud en hoja de papel?</p> <p>¿Usted en calidad de cliente como califica la inconformidad de no recibir la mercadería específicamente solicitada con anticipación mediante la hoja de pedido?</p> <p>El 35% de los comerciantes minoristas piensan que el procedimiento de tomar pedidos mediante hojas de papel es malo por la pérdida de estos en muchos casos.</p> <p>El 90% nos indicaron que afecta mucho a su negocio el hecho de no recibir la mercadería a tiempo.</p> <p>Para el 60% es mucho el grado de inconformidad al no recibir las prendas de vestir según las características especificadas con anterioridad.</p>

<p>La no definición de la forma de pago genera el incumplimiento de las fechas de pago de dicha mercadería.</p>	<p>¿Cree usted que los procedimientos para realizar los pagos de la mercadería como dinero en efectivo o cheques son los más adecuados?</p> <p>El incumplimiento de las fechas por cobrar por parte de los proveedores le genera a usted como cliente una desestabilización económica.</p> <p>Para el 75% de los encuestados el pago en efectivo o cheques les resulta adecuado.</p> <p>El 80% se ve afectado económicamente cuando las fechas de cobro de la mercadería no son respetadas.</p>
---	---

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Análisis de los procesos de gestión de la comercialización de prendas de vestir al por mayor en la Importadora IMPALCAM de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

La Importadora IMPALCAM de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados actualmente no cuenta con un proceso de compra y venta de prendas de vestir por medio de un Sitio Web, razón para poder desarrollar un sistema eficiente que realice los procesos de los pedidos optimizando y evitando la pérdida de tiempo a los clientes en el proceso.

Se conoce que la funcionalidad actual sobre el proceso de la comercialización de la mercadería es de manera manual, generando pérdida de tiempo, inconformidad y desacuerdo entre los comerciantes en el proceso de adquisición de la mercadería y su forma de pago.

La propuesta a presentar tiene como finalidad agilizar el proceso de comercialización de la adquisición de la mercadería, mejorando su labor diaria.

Al automatizar los procesos de comercialización se busca que exista un software que se encargue de sustituir el proceso manual para llevar un mejor control de la adquisición de la mercadería.

La implementación del software permite dar un seguimiento a los pedidos que se realicen, los cuales serían de gran ayuda para acceder de manera rápida y sencilla a la información y así reducir el tiempo en el proceso de comercialización de las prendas de vestir.

El sistema va a ser manipulado por diferentes usuarios, van a consultar el nivel de desarrollo en que se encuentra los proyectos dependiendo el perfil que se le asigne a cada uno, y así podrán acceder de manera rápida y sencilla a la información que ayudara a realizar de forma rápida el proceso de adquisición de la mercadería.

5.3 JUSTIFICACIÓN

A través de esta investigación notamos con exactitud lo importante que es la inclusión de una herramienta tecnológica para la gestión en la compra y venta de la mercadería.

Este proyecto de tesis tiene como propósito elevar y mejorar el nivel de productividad de la Importadora IMPALCAM al implementar el uso de esta herramienta tecnológica.

Los Dueños de la Importadora están conscientes de la necesidad de mejorar los tiempos en la entrega de la información de los pedidos ya que es necesaria para correcto proceso de la comercialización, debido que en la actualidad es un proceso lento.

Con la investigación realizada aportamos con algunos beneficios al personal encargado de elaborar los pedidos de la mercadería, ya que podrán utilizar este sistema para llevar un correcto control en los pedidos, debido a que se obtiene ventajas como: entrega de la información de los pedidos de la mercadería en el tiempo debido, entregar a tiempo los pedidos.

La implementación de este sistema beneficiará a la Importadora dedicada a la comercialización de la mercadería, ya que contará con los recursos informáticos necesarios para estar al nivel de otros negocios, logrando elevar y mejorar el desempeño de todo el personal encargado en el proceso de la compra y venta de la mercadería.

También se evitara la perdida innecesaria de tiempo en la entrega de los pedidos, ya que se llevaría un mejor control de la comercialización y la información que se genere durante el proceso adquisición de la mercadería.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Desarrollar un sistema en ambiente web para para mejorar la eficiencia en la comercialización de prendas de vestir al por mayor de la Importadora IMPALCAM de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- ❖ Reducir el tiempo en el proceso de la adquisición de la mercadería.
- ❖ Ofrecer al cliente un software de fácil manejo, que lo ayude a efectuar la adquisición de la mercadería de manera rápida.
- ❖ Tener un sistema adecuado de la Importadora que utilizará información de la base de datos facilitando así el proceso de la adquisición de la mercadería.
- ❖ Automatizar la adquisición de la mercadería, de una manera rápida, confiable y segura, mejorando la calidad en los procesos de los pedidos.
- ❖ Contar con reportes necesarios para mostrar la información a los dueños de la Importadora de los pedidos realizados.

5.5 UBICACIÓN

La propuesta se ha determinado en la Importadora IMPALCAM.

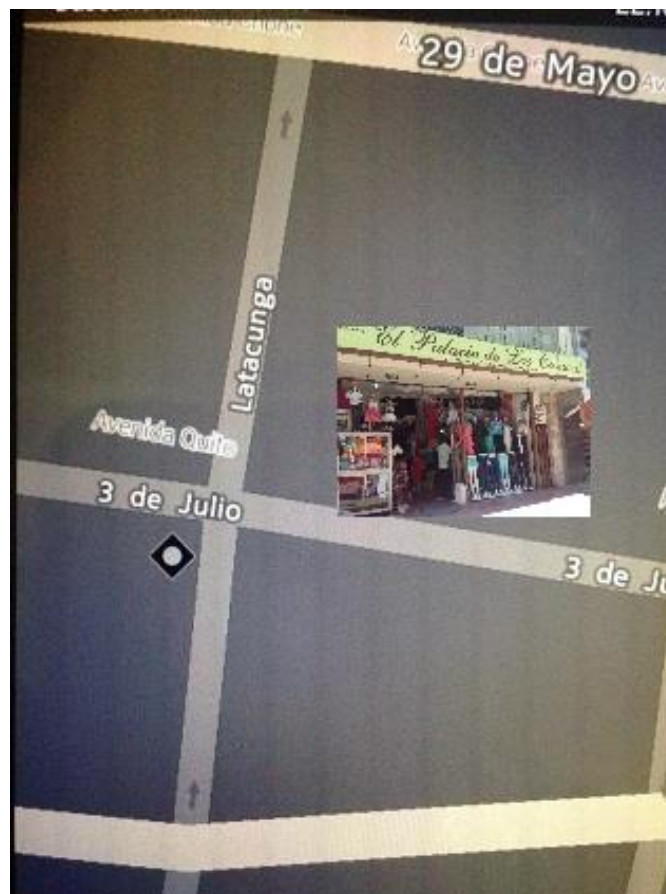
País: Ecuador

Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas

Ciudad: Santo Domingo de los Colorados

Dirección: Avenida 3 de Julio 255 y Latacunga

Figura 7. – Ubicación la Importadora IMPALCAM



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Jessica Moreira y Carlos Sánchez

5.6 FACTIBILIDAD

El desarrollo del trabajo de investigación fue llevado a cabo con los dueños y el personal de la Importadora IMPALCAM para realizar el levantamiento de la información y el análisis de los requerimientos observados en la investigación.

El Diseño e Implementación del “Sistema de Gestión de la comercialización para la compra y venta de prendas de vestir” para la Importadora de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados será realizado por los estudiantes egresados: Jessica Moreira Angulo y Carlos Sánchez Orozco, utilizando la herramienta tecnológica Dreamweaver, con lo cual será desarrollado el Sitio Web, y MySQL para almacenar los datos e información. Las pruebas del software se llevarán a cabo con el personal de la importadora, una vez subido el Sitio Web en un hosting.

Para el desarrollo de esta propuesta hemos adquirido los conocimientos básicos necesarios que se requiere para realizar una aplicación web, lo cual pondremos en práctica todo lo aprendido durante los semestres aprobados.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta de este proyecto de tesis es el Diseño e Implementación de un Sistema Web Comercial que agilice y mejore la eficiencia en cada uno de los procesos de gestión, debido al poco uso de herramientas informáticas en el negocio para mantenerse al día con la información de sus clientes.

El Sistema Web será desarrollado mediante herramientas tecnológicas, con el propósito de lograr un excelente aplicativo escalable y de buen rendimiento.

La automatización de los procesos manuales en la gestión de la compra y venta de mercadería solucionará el exceso de tiempo ocasionado una desgastante inconformidad en los clientes.

La interfaz diseñada para el administrador y para los clientes es de fácil uso; los diseños de las pantallas se expondrán en los anexos, donde se explicará el funcionamiento de los mismos con cada una de las opciones que cuenta el sistema.

5.7.1 Actividades

Para garantizar el correcto desempeño del Sistema Web, se realizarán fases fundamentales para el desarrollo de todo sistema informático. Las fases son las siguientes:

- ❖ **Fase de Planificación.** – Esta primera fase del proyecto investigativo se definió el alcance de la propuesta a presentar, se identificó cuáles van hacer las fuentes de información, el levantamiento de la información, la elaboración del cronograma de actividades del proyecto. El objetivo de esta fase del proyecto es el establecer objetivos claros, precisos, cualificados y cuantificados para alcanzar la meta final deseada.
- ❖ **Fase de Análisis.** – En esta segunda fase del proyecto se realiza la recopilación de la información de las fuentes consultadas, el planteamiento del problema, la definición del marco referencial, la definición del marco metodológico, el diseño de la encuesta y el análisis de las mismas, y la tabulación de los datos obtenidos.
- ❖ **Fase de Diseño.** – En esta tercera fase del proyecto se construye el modelo de la base de datos, se crea la estructura del sistema y el diseño del entorno gráfico especificando las opciones que tendrá el mismo.

- ❖ **Fase de Desarrollo.** – En esta cuarta fase del proyecto investigativo es la más extensa en cuanto al tiempo debido al desarrollo del software, donde constará los siguientes puntos: generación de la base de datos, desarrollo en la programación del Sitio Web, control en el acceso y administración del sistema, control de perfiles de los usuarios, ingreso de datos a la base de datos, pruebas del desarrollo del sistema, evaluación y seguimiento del sistema.

- ❖ **Fase de Documentación.** – En esta quinta fase del proyecto investigativo, se basará en la elaboración de manuales técnico y de usuario final.

- ❖ **Fase de Implementación.** – En esta sexta y última etapa del proyecto investigativo, se finalizará con la respectiva entrega del sistema, y los manuales tanto el de diseño y de usuario final.

5.7.2 Recursos, análisis financiero

5.7.2.1 Recursos Humanos

Este trabajo investigativo de tesis se encuentra a cargo de los estudiantes egresados Jessica Katherine Moreira Angulo y Carlos Alfredo Sánchez Orozco, además contará con la guía del Ing. Víctor Hugo Rea. La elaboración de este proyecto se aportó con los conocimientos adquiridos y será beneficioso para esta investigación, después de haber aprobado toda la malla curricular.

A continuación se describe las funciones que cada responsable tiene:

Tabla14. – Recursos Humanos

Cantidad	Descripción	Funciones	Responsable
2	Programadores	Desarrollar el Sistema Web	Jessica Moreira Carlos Sánchez
2	Diseñadores	Elaboración de la Interfaz de Usuario final del Sitio Web	Jessica Moreira Carlos Sánchez
1	Digitador	Ingresar la Información en la Base de Datos	Jessica Moreira
1	Tutor	Supervisar hasta que se concluya con el proyecto. Orientar y evaluar el trabajo realizado.	Ing. Víctor Rea

5.7.2.2 Recursos Materiales

Para esta investigación se utilizó recursos propios de los egresados tanto para los recursos de hardware y de software. En lo que se refiere a software se utilizó software libre, para este caso PHP que es la herramienta de programación, y MySQL que es la herramienta del motor de Base de Datos.

A continuación se describe los materiales utilizados y sus respectivas características:

Tabla 15. – Recursos de Hardware

Cantidad	Descripción	Características Técnicas
1	UPS	Back UPS ES 750 APS
2	Computadoras Portátiles	Intel Core i5 1.8GHz, 8 GB de RAM, 1TB de HDD
1	Impresora	Epson Stylus TX420W

Tabla 16. – Recursos de Software

Descripción	Características Técnicas
Windows 7	Back UPS ES 750 APS
MySQL	Motor de Base de Datos
Dreamweaver	Diseño del Sitio Web
PHP, Html, JavaScript	Plataforma del Desarrollo del Software
Mozilla Firefox, Google Chrome	Browser
XampServer 1.7.2	Software

5.7.2.3 Recursos Financieros

Para esta investigación se utilizó los siguientes Recursos Financieros para el desarrollo del Sistema de Gestión para el proceso de comercialización de prendas de vestir de la Importadora IMPALCAM.

Tabla 17. – Recursos Financieros

Recursos	Descripción	Valor
Internet	Utilizado para la investigación en nuestro proyecto-	100.00
Materiales y Suministros	Compra de bolígrafos, hojas de papel Bond, cartuchos para impresora, etc.	150.00
Hosting	Alojamiento web para almacenar archivos e información, o cualquier contenido accesible desde la web.	100.00
Dominio	Generalmente se vincula a una dirección física que indica la organización o compañía que administra dicha página.	70.00
Total		420.00

5.7.3 Impacto

Este proyecto tendrá un gran impacto en el aspecto tecnológico, ya que los sistemas de información se han convertido en un recurso más para las organizaciones debido a los cambios estructurales en la gestión administrativa, esto se da por que las tecnologías han tomado una mayor importancia por su agilidad al optimizar información y su desarrollo informático en aplicaciones web. Esta aplicación en software libre está

basada en la compra y venta de mercadería, donde se beneficiarán los clientes del cantón Santo Domingo de los Colorados.

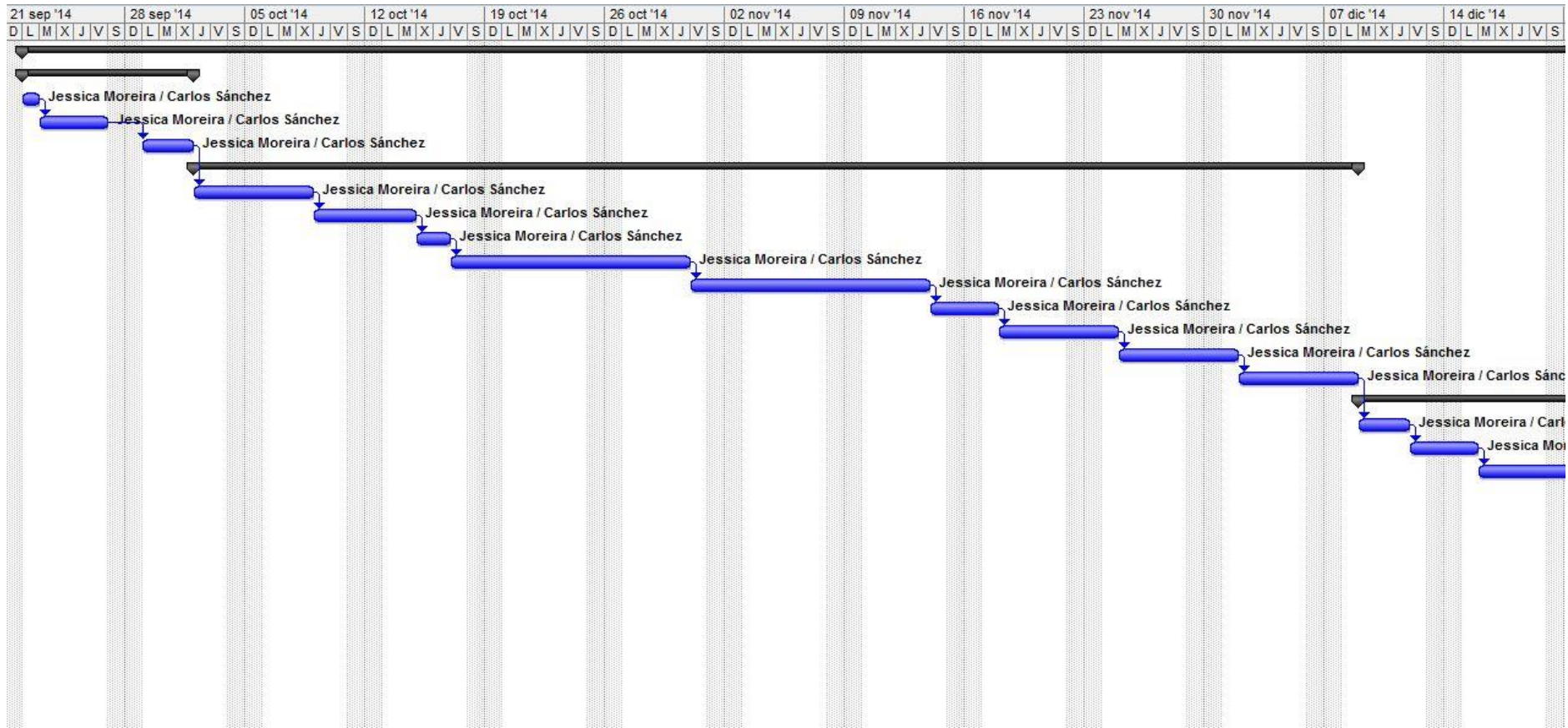
La propuesta de este proyecto se aplicará en la Importadora IMPALCAM, esperando que el impacto que cause sea muy satisfactorio al mejorar la comercialización de las prendas de vestir al por mayor.

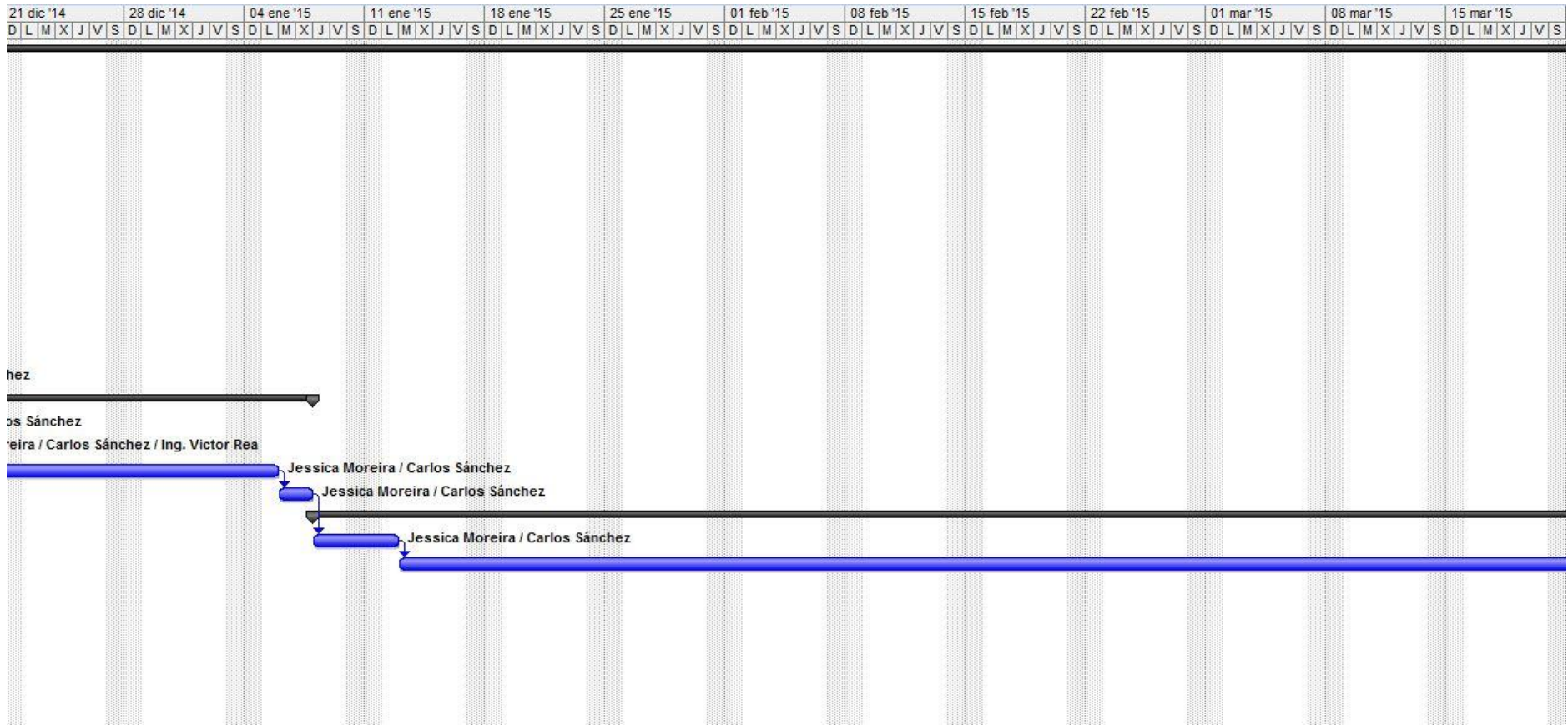
Con este nuevo Sistema de Información de Gestión de Comercialización de Prendas de Vestir habrá un gran progreso en el manejo de los datos de la información tanto en el avance tecnológico como en el organizacional. De esta forma se dará una atención de calidad en la compra y venta de mercadería de la Importadora IMPALCAM.

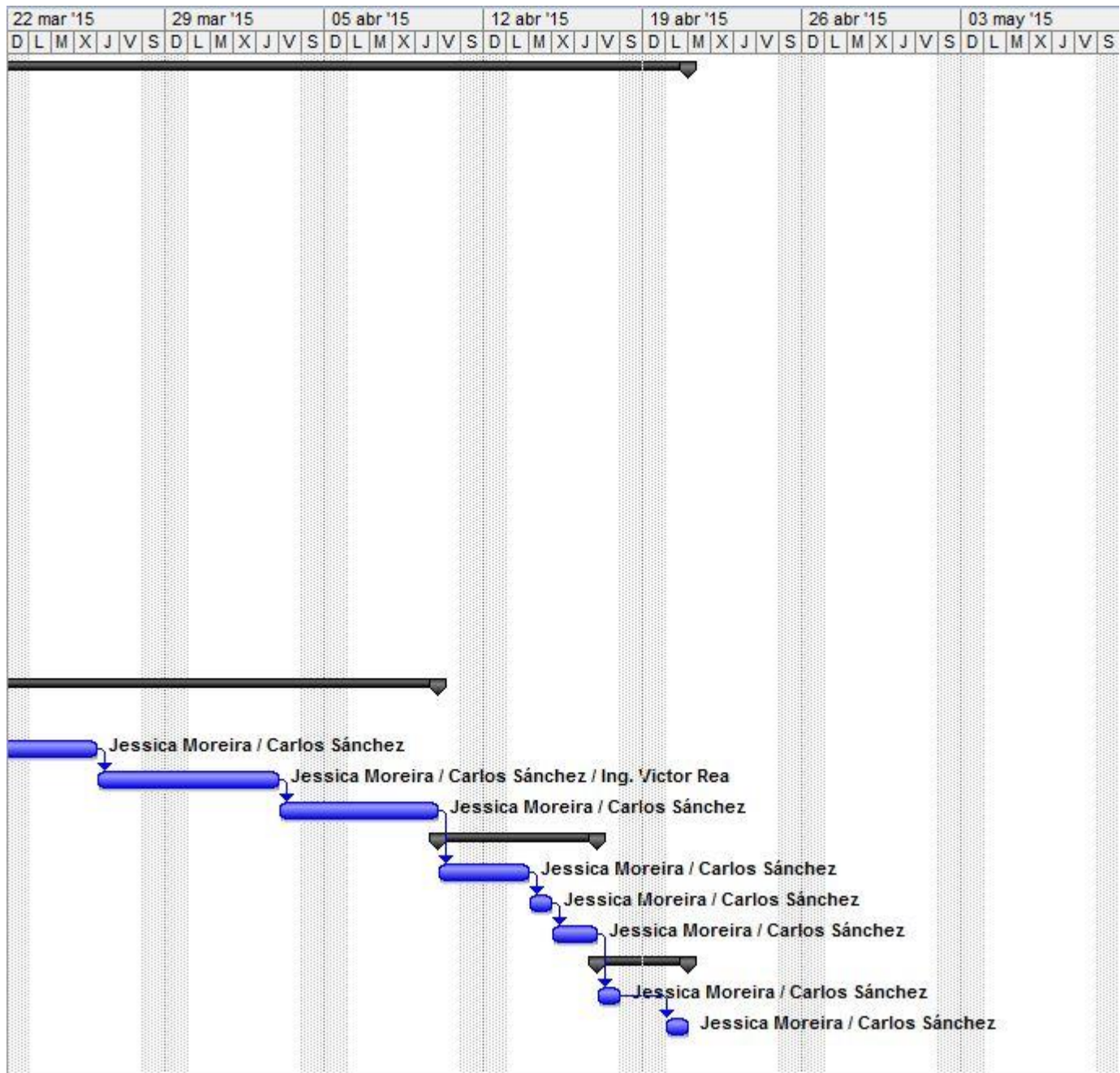
Con el desarrollo de este proyecto esperamos beneficie a la Importadora y a los clientes, ya que por medio de este proyecto nos será posible obtener nuestro título de Ingeniero en Sistemas Computacionales.

5.7.4 Cronograma

	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Nombres de los recursos
1	PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	145 días	lun 22/09/14	vie 10/04/15	
2	Fase de Planificación	8 días	lun 22/09/14	mié 01/10/14	
3	Definición del Alcance	1 día	lun 22/09/14	lun 22/09/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
4	Identificación de las Fuentes de Información	4 días	mar 23/09/14	vie 26/09/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
5	Elaboración del Cronograma de Actividades	3 días	lun 29/09/14	mié 01/10/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
6	Fase de Análisis	48 días	jue 02/10/14	lun 08/12/14	
7	Recopilación de la Información	5 días	jue 02/10/14	mié 08/10/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
8	Análisis de la Información	4 días	jue 09/10/14	mar 14/10/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
9	Planteamiento del Problema	2 días	mié 15/10/14	jue 16/10/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
10	Definición del Marco Referencial	10 días	vie 17/10/14	jue 30/10/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
11	Definición del Marco Metodológico	10 días	vie 31/10/14	jue 13/11/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
12	Diseño de la Encuesta	2 días	vie 14/11/14	lun 17/11/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
13	Aplicación de la Encuesta	5 días	mar 18/11/14	lun 24/11/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
14	Análisis de los Resultados Obtenidos	5 días	mar 25/11/14	lun 01/12/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
15	Definición de los Requerimientos del Sistema	5 días	mar 02/12/14	lun 08/12/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
16	Fase de Diseño	22 días	mar 09/12/14	mié 07/01/15	
17	Construir el Modelo de la Base de Datos	3 días	mar 09/12/14	jue 11/12/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
18	Elección de los colores Corporativos	2 días	vie 12/12/14	lun 15/12/14	Jessica Moreira / Carlos Sánchez / Ing. Victor Rea
19	Diseño del Sitio Web	15 días	mar 16/12/14	lun 05/01/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
20	Compra del Host para el Sitio	2 días	mar 06/01/15	mié 07/01/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
21	Fase de Desarrollo	60 días	jue 08/01/15	mié 01/04/15	
22	Generación de la Base de Datos	4 días	jue 08/01/15	mar 13/01/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
23	Programación de Módulos del Sistema	50 días	mié 14/01/15	mar 24/03/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
24	Pruebas del Sistema	5 días	mié 25/03/15	mar 31/03/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez / Ing. Victor Rea
25	Corrección de Errores de Programación	1 día	mié 01/04/15	mié 01/04/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
26	Fase de Documentación	5 días	jue 02/04/15	mié 08/04/15	
27	Documentación de la Propuesta	2 días	jue 02/04/15	vie 03/04/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
28	Elaboración del Manual de Diseño	1 día	lun 06/04/15	lun 06/04/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
29	Elaboración del Manual de Usuario	2 días	mar 07/04/15	mié 08/04/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
30	Fase de Implementación	2 días	jue 09/04/15	vie 10/04/15	
31	Subir el Sitio Web al Host	1 día	jue 09/04/15	jue 09/04/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez
32	Entrega del Sistema y Manuales	1 día	vie 10/04/15	vie 10/04/15	Jessica Moreira / Carlos Sánchez







5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Luego de implementar el Sistema Web se necesitará realizar un seguimiento al mismo para saber si los resultados adquiridos con la implementación, se consiguió cumplir con los objetivos específicos planteados en la propuesta; ya que una de sus funciones primordiales es reducir el tiempo en el proceso de en la adquisición de la mercadería.

CONCLUSIONES

La creación del sistema de gestión para la comercialización de prendas de vestir al por mayor será de gran ayuda tanto para los comerciantes mayoristas como para los minoristas ya que de una forma más rápida y automatizada cada uno de ellos podrán realizar sus actividades diarias.

A través de la tecnología todos los procesos comerciales han tenido un gran avance en sus diferentes áreas, por esta razón creemos que la aplicación de este software va a tener un gran impacto en la comunidad comercial de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

Además la colaboración recibida de parte de estas personas encuestadas nos ha permitido analizar, ejecutar y culminar este proyecto ya que el aporte que realizaron al mismo fue muy valioso.

Mediante este sistema los usuarios podrán acceder de una forma más ordenada al sitio web que les permitirá elegir la mercadería que necesiten, conocer sus precios y realizar la petición de las prendas de vestir. Adicional a esto, podrán estar al tanto de las ofertas que se den en determinadas temporadas y así aprovechar al máximo su tiempo y dinero.

Del lado de los proveedores el sistema les permitirá ahorrar recursos como dinero, tiempo y recurso humano ya que a través de un clic podrán interactuar con los diferentes potenciales clientes de diversas partes del país, sus ingresos económicos aumentarán porque tendrán la facilidad de atender a más de ellos de manera satisfactoria.

RECOMENDACIONES

- ❖ La persona que se encargue de la administración del sistema debe estar debidamente capacitada para manejar el funcionamiento del mismo.
- ❖ Es importante que las personas alimenten al sistema por medios de sus tablas maestras (mantenimientos) luego de la implementación, es decir, que le den mantenimiento correcto para su completa funcionalidad, así poder tener la información disponible y actualizada.
- ❖ La utilización frecuente de la aplicación web será de vital ayuda para acelerar y mejorar cada proceso que se dé en la comercialización de prendas de vestir.
- ❖ Monitorear periódicamente el sistema para comprobar el objetivo planteado por el cual fue desarrollado la aplicación.
- ❖ Es recomendable ejecutar el sistema en el navegador de Mozilla Firefox versión 37.0.0 o superior, o Google Chrome versión 41.0.2272.89 m o superior para conseguir un correcto funcionamiento.

BLIBLIOGRAFÍA

- Hugo Luis, José Luis Johnson, Llilson, Dan Robert. (18 de Octubre de 2014). *www.academia.edu*. Obtenido de http://www.academia.edu/7646133/TESIS_DE_DISENO_E_IMPLEMENTACION_DE_UN_SISTEMA_DE_VENTAS
- Alegsa, L. (15 de Noviembre de 2014). <http://www.alegsa.com.ar>. Obtenido de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>
- ALEXIS, O. (17 de Octubre de 2014). *www.monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf2/procesos-centro-produccion-accion-solidaria/procesos-centro-produccion-accion-solidaria.pdf>
- Almacenes DePrati. (10 de Enero de 2015). *DePatri*. Obtenido de <http://www.deprati.com.ec/>
- ALMEIDA AGUILAR, Alexandra Mireya, CULCAY USCATEGUI, Raquel Elizabeth, y ENDARA VÉLEZ, Blanca Isabel. (25 de Noviembre de 2014). *www.dspace.espol.edu.ec*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20683/1/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Modelo%20por%20Proceso%20para%20Empresas%20Textiles%20de%20Confecciones%20de%20Prendas.pdf>
- Anónimo. (12 de Diciembre de 2014). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/gestion/>
- Anónimo. (12 de Diciembre de 2014). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.mx/analisis/>
- Anónimo. (12 de Diciembre de 2014). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/impacto/>
- Anónimo. (14 de Diciembre de 2014). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/venta/>
- Anónimo. (17 de Diciembre de 2014). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/toma-de-decisiones/>

- Anónimo. (12 de Diciembre de 2014). *www.definicionabc.com*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/transaccion.php>
- Anónimo. (13 de Diciembre de 2014). *www.economia48.com*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/compra/compra.htm>
- Anónimo. (14 de Diciembre de 2014). *www.ecured.cu*. Obtenido de http://www.ecured.cu/index.php/Sitio_Web
- Anónimo. (15 de Diciembre de 2014). *www.ecured.cu*. Obtenido de http://www.ecured.cu/index.php/Servidor_Web
- Anónimo. (15 de Diciembre de 2014). *www.ecured.cu*. Obtenido de http://www.ecured.cu/index.php/Lenguaje_de_programaci%C3%B3n
- Anónimo. (16 de Diciembre de 2014). *www.ecured.cu*. Obtenido de http://www.ecured.cu/index.php/Base_de_datos
- ARTOS OTO, Mariana del Roció y HERRERA ZAPATA, Cristian Rene. (20 de Noviembre de 2014). *repositorio.utc.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/591>
- BBL Style. (10 de Enero de 2015). *bblinternacional.com*. Obtenido de <http://bblinternacional.com/sitio/>
- Bonilla, M. (05 de 11 de 2014). *es.scribd.com*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/MarcelaBonilla/historia-del-comercio-26996173>
- BUNCES CÁRDENAS. Cecilia, GUERRERO, Helen, NEIRA MÁRQUEZ, Douglas, SUAREZ LUZARDO, Larry y OLAYA, Jorge. (21 de Noviembre de 2014). *www.dspace.espol.edu.ec*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/174/1/258.pdf>
- COLLOGO, K. (02 de 11 de 2014). Obtenido de <http://administracionhotel-2011.blogspot.com/2011/10/aprendiz-sena.html>
- Colorado, J. (17 de Octubre de 2014). *www.monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos63/historia-comercio-edad-antigua/historia-comercio-edad-antigua.shtml>

Dr. J.E La Calle. (14 de Noviembre de 2014). *datateca.unad.edu.co*. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin__exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html

Economía General. (14 de Octubre de 2014). *www.economiaes.com*. Obtenido de <http://www.economiaes.com/comercio/historia-del-comercio.html>

Finanzas. (12 de Diciembre de 2014). *www.finanzzas.com*. Obtenido de <http://www.finanzzas.com/el-trueque>

Galeón, F. (15 de Noviembre de 2014). *fraba.galeon.com*. Obtenido de <http://fraba.galeon.com/software.htm>

Garcés, D. (15 de 11 de 2014). *www.sc.ehu.es*. Obtenido de <http://www.sc.ehu.es/sbweb/webcentro/automatica/WebCQMH1/PAGINA%20PRINCIPAL/Automatizacion/Automatizacion.htm>

GAVIDIA, A. (15 de Noviembre de 2014). *www.javeriana.edu.co*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis188.pdf>

GUEVARA FREIRE, Darling Gonzalo. (18 de Noviembre de 2014). *dspace.esepoch.edu.ec*. Obtenido de <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/2063/1/88T00034.pdf>

GUTIÉRREZ TUAPANTE, María Eulalia. (20 de Noviembre de 2014). Obtenido de <http://186.42.96.211:8080/jspui/bitstream/123456789/498/1/TESIS%20COMPLETA.pdf>

Guzmán, A. (16 de Diciembre de 2014). *www.itahora.com*. Obtenido de <http://www.itahora.com/internet/que-es-tecnologia-definicion-de-tecnologia>

Leyton, A. (31 de Octubre de 2014). *www.investigacionestodo.wordpress.com*. Obtenido de <https://www.investigacionestodo.wordpress.com/2012/05/19/clases-y-tipos-de-investigacion-cientifica/>

Leyton, A. (10 de Febrero de 2015). *www.investigacionestodo.wordpress.com*. Obtenido de <https://investigacionestodo.wordpress.com/2012/05/19/clases-y-tipos-de-investigacion-cientifica/#more-7>

MEJÍA, D. (01 de 11 de 2014). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/comercio/>

Morales, D. (15 de 11 de 2014). *www.creaciondepaginaweb.net*. Obtenido de <http://www.creaciondepaginaweb.net/informacion-pagina-web.htm>

NIVI. (10 de Enero de 2015). *niviglobal.com*. Obtenido de <http://niviglobal.com/>

S, C. V. (25 de Noviembre de 2014). *www.maestrosdelweb.com*. Obtenido de <http://www.maestrosdelweb.com/phpintro/>

UNMODA. (10 de Enero de 2015). *www.unimoda.ec*. Obtenido de <http://www.unimoda.ec/index.php>

VIZUETA ENCALADA, Juan Fernando. (17 de Noviembre de 2014). *repositorio.ute.edu.ec*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15043/1/41059_1.pdf

YANOVER, J. (16 de Diciembre de 2014). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/software/>

ANEXOS

Encuesta

Manual de Diseño

Manual de Usuario Final

ANEXO I

ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO



Carrera Ingeniería en Sistemas Computacionales

Análisis en los Procesos de Gestión de la
Comercialización de prendas de vestir al por mayor en
la ciudad de Santo Domingo de los Colorados

Encuesta dirigida a los comerciantes minoristas de prendas de vestir de la ciudad de Santo Domingo. Marque con una X la opción que se ajuste a su opinión.

1.- ¿Cree usted que el uso de una herramienta tecnológica como lo son los sitios web ayudaría en la comercialización de las prendas de vestir al por mayor?

SI

NO

TAL VEZ

2.- ¿Cómo calificaría usted al procedimiento tradicional en hojas de papel que llevan los comerciantes mayoristas para realizar los pedidos?

EXCELENTE

MUY BUENO

BUENO

MALO

3.- ¿De qué manera afecta a su negocio el incumplimiento del pedido al proveedor mediante la solicitud en hoja de papel?

MUCHO

POCO

NADA

4.- ¿Cree usted que los procedimientos para realizar los pagos de la mercadería como dinero en efectivo o cheques son los más adecuados?

SI

NO

NO SÉ

5.- ¿Cómo calificaría usted la atención al cliente por parte de los proveedores al momento de comercializar las prendas de vestir?

EXCELENTE

MUY BUENA

BUENA

MALA

6.- ¿Cree usted que los procedimientos convencionales como viajar a ciertas ciudades para adquirir las prendas de vestir al por mayor quita tiempo y genera inseguridad a los comerciantes?

SI

NO

TAL VEZ

7.- ¿Usted en calidad de cliente cómo calificaría la inconformidad de no recibir la mercadería específicamente solicitada con anticipación mediante la hoja de pedido?

MUCHO

POCO

NADA

8.- ¿El incumplimiento de las fechas por cobrar por parte de los proveedores le genera a usted como cliente una desestabilización económica?

SI

NO

TAL VEZ

9.- ¿Considera usted que el uso de una herramienta tecnológica al momento de obtener la mercadería optimizaría su tiempo?

SI

NO

NO SABE

10.- Su conocimiento acerca del uso de los recursos tecnológicos como internet, celulares inteligentes, computadoras, etc. es:

MUCHO

POCO

NADA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA

MANUAL DE DISEÑO

TÍTULO DEL PROYECTO

**“ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR AL POR MAYOR EN
LA IMPORTADORA IMPALCAM DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO
DE LOS COLORADOS”**

AUTORES:

Jessica Katherine Moreira Angulo

Carlos Alfredo Sánchez Orozco

TUTOR:

Ing. Víctor Hugo Rea, MAE.

Milagro, Abril del 2015

Ecuador

INDICE

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	¿QUIÉN DEBE UTILIZAR ESTE MANUAL?	1
3.	DEBEMOS CONOCER	1
4.	MODELO ENTIDAD-RELACIÓN.....	2
5.	DICCIONARIO DE DATOS	4

1. INTRODUCCIÓN

Este Manual de Diseño tiene como finalidad proporcionar información adecuada de las herramientas utilizadas para manejar y administrar efectivamente el Sistema de Gestión de la comercialización de prendas de vestir al por mayor para optimizar del tiempo en la comercialización de las prendas de vestir.

2. ¿QUIÉN DEBE UTILIZAR ESTE MANUAL?


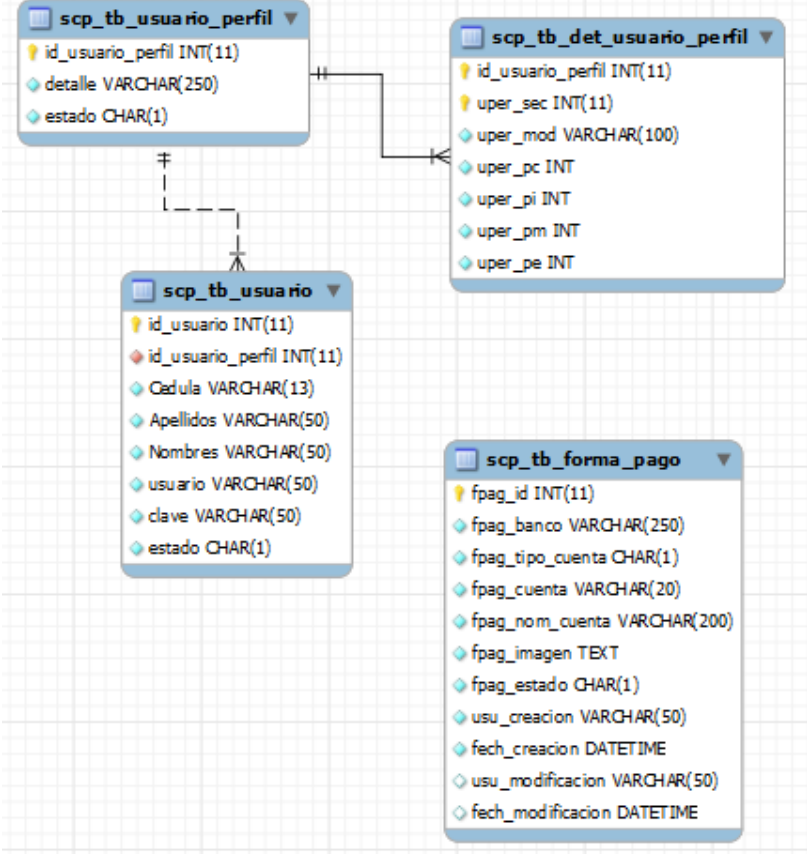
El presente manual está enfocado a las personas responsables de realizar mejoras en el sistema para darle un correcto funcionamiento a cada formulario de las páginas. Esta persona tiene que ser la encargada y al mismo tiempo tendrá acceso como Administrador del sistema, es decir, tendrá toda la responsabilidad para que el sistema sea robusto.

3. DEBEMOS CONOCER

A las personas a quien está dirigido éste manual, deben de tener los principales conocimientos:


- ❖ Conocimiento en informática.
- ❖ Conocimientos en la administración de Base de datos de MySQL.
- ❖ Experiencia de programación web en PHP.
- ❖ Conocimientos de la herramienta de diseño Dreamweaver, HTML, JavaScript.


4. MODELO ENTIDAD-RELACIÓN


	UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería		MODELO ENTIDAD - RELACIÓN
Para: UNEMI	Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir	Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos	
Base de Datos	Fecha de Diseño: 08/03/2015	Fecha de Actualización: 08/03/2015	
 <pre> erDiagram scp_tb_usuario_perfil --o{ scp_tb_det_usuario_perfil : "1 to many" scp_tb_usuario_perfil --o{ scp_tb_usuario : "1 to many" scp_tb_usuario --o{ scp_tb_forma_pago : "1 to many" scp_tb_usuario_perfil { INT(11) id_usuario_perfil PK VARCHAR(250) detalle CHAR(1) estado } scp_tb_det_usuario_perfil { INT(11) id_usuario_perfil FK INT(11) uper_sec PK VARCHAR(100) uper_mod INT uper_pc INT uper_pi INT uper_pm INT uper_pe } scp_tb_usuario { INT(11) id_usuario PK INT(11) id_usuario_perfil FK VARCHAR(13) Cedula VARCHAR(50) Apellidos VARCHAR(50) Nombres VARCHAR(50) usuario VARCHAR(50) clave CHAR(1) estado } scp_tb_forma_pago { INT(11) fpag_id PK VARCHAR(250) fpag_banco CHAR(1) fpag_tipo_cuenta VARCHAR(20) fpag_cuenta VARCHAR(200) fpag_nom_cuenta TEXT fpag_imagen CHAR(1) fpag_estado VARCHAR(50) usu_creacion DATETIME fech_creacion VARCHAR(50) usu_modificacion DATETIME fech_modificacion } </pre>			
Observaciones:			

	UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería	MODELO ENTIDAD - RELACIÓN
Para: UNEMI	Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir	Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos
Base de Datos	Fecha de Diseño: 08/03/2015	Fecha de Actualización: 08/03/2015
Observaciones:		

5. DICCIONARIO DE DATOS

		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_usuario_perfil</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	id_usuario_perfil	ID del Perfil del Usuario	INT	(11)		SI	NO
2	detalle	Descripción del Perfil del Usuario	VARCHAR	(250)			NO
3	estado	Estado del Perfil del Usuario	CHAR	(1)			NO
Observaciones:							


		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_usuario</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	id_usuario	ID del Usuario	INT	(11)		SI	NO
2	id_usuario_perfil	ID del Perfil del Usuario	INT	(11)	SI		NO
3	Cedula	Identificación del Usuario	VARCHAR	(13)			NO
4	Apellidos	Apellidos del Usuario	VARCHAR	(50)			NO
5	Nombres	Nombres del Usuario	VARCHAR	(50)			NO
6	usuario	Nombre del Usuario	VARCHAR	(50)			NO
7	clave	Clave del Usuario	VARCHAR	(50)			NO
8	estado	Estado del Usuario	CHAR	(1)			NO
Observaciones:							


		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_det_usuario_perfil</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	id_usuario_perfil	ID del Perfil del Usuario	INT	(11)		SI	NO
2	uper_sec	Secuencia del Menú	INT	(11)		SI	NO
3	uper_mod	Nombre del Menú	VARCHAR	(100)			NO
4	uper_pc	Permiso de Consultar	INT	(11)			NO
5	uper_pi	Permiso de Ingresar	INT	(11)			NO
6	uper_pm	Permiso de Modificar	INT	(11)			NO
7	uper_pe	Permiso de Eliminar	INT	(11)			NO
Observaciones:							

		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_provincia</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	prov_id	ID de la Provincia	INT	(11)		SI	NO
2	prov_detalle	Descripción de la Provincia	VARCHAR	(50)			NO
3	prov_estado	Estado de la Provincia	CHAR	(1)			NO
4	usu_creacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			NO
5	fecha_creacion	Fecha de Creación	DATETIME				NO
6	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
7	fecha_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
Observaciones:							

		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_ciudad</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	ciu_id	ID de la Ciudad	INT	(11)		SI	NO
2	prov_id	ID de la Provincia	INT	(11)	SI		NO
3	ciu_detalle	Nombre de la Ciudad	VARCHAR	(250)			NO
4	ciu_estado	Estado de la Ciudad	CHAR	(1)			NO
5	usu_creacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			NO
6	feh_creacion	Fecha de Creación	DATETIME				NO
7	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
8	feh_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
Observaciones:							


		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_tipo_categoria</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	tcat_id	ID del Tipo de Categoría	INT	(11)		SI	NO
2	tcat_detalle	Descripción del Tipo de Categoría	VARCHAR	(50)			NO
3	tcat_estado	Estado del Tipo de Categoría	CHAR	(1)			NO
4	usu_creacion	Usuario de Creación	VARCHAR	(50)			NO
5	fecha_creacion	Fecha de Creación	DATETIME				NO
6	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
7	fecha_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
Observaciones:							


		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_categoria</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	cat_id	ID de la Categoría	INT	(11)		SI	NO
2	cat_detalle	Descripción de la Categoría	VARCHAR	(50)			NO
3	cat_estado	Estado de la Categoría	CHARTIME	(1)			NO
4	usu_creacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			NO
5	fecha_creacion	Fecha de Creación	DATE				NO
6	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
7	fecha_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
Observaciones:							


		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_marca</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	mar_id	ID de la Marca	INT	(11)		SI	NO
2	cat_id	ID de la Categoría	INT	(11)	SI		NO
3	mar_detalle	Descripción de la Marca	VARCHAR	(250)			NO
4	mar_estado	Estado de la Talla	CHAR	(1)			NO
5	usu_creacion	Usuario de Creación	VARCHAR	(50)			NO
6	fecha_creacion	Fecha de Creación	DATETIME				NO
7	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
8	fecha_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
Observaciones:							


		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_talla</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	tal_id	ID de la Talla	INT	(11)		SI	NO
2	tal_detalle	Descripción de la Talla	VARCHAR	(10)			NO
3	tal_estado	Estado de la Talla	CHAR	(1)			NO
4	usu_creacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			NO
5	fech_creacion	Fecha de Creación	DATETIME				NO
6	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
7	fech_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
Observaciones:							


		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_color</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	col_id	ID del Color	INT	(11)		SI	NO
2	col_detalle	Descripción de Color	VARCHAR	(50)			NO
3	col_estado	Estado del Color	CHAR	(1)			NO
4	usu_creacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			NO
5	fech_creacion	Fecha de Creación	DATETIME				NO
6	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
7	fech_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
Observaciones:							


		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_forma_pago</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	fpag_id	ID de la Forma de Pago	INT	(11)		SI	NO
2	fpag_banco	Nombre del Banco	VARCHAR	(250)			NO
3	fpag_tipo_cuenta	Tipo de Cuenta	CHAR	(1)			NO
4	fpag_cuenta	Número de Cuenta	VARCHAR	(20)			NO
5	fpag_nom_cuenta	Nombre de la Cuenta	VARCHAR	(200)			NO
6	fpag_imagen	Imagen del Banco	TEXT				NO
7	fpag_estado	Estado de la Forma de Pago	CHAR	(1)			NO
8	usu_creacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			NO
9	fecha_creacion	Fecha de Creación	DATETIME				NO
10	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
11	fecha_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
Observaciones:							

		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_cliente</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	cli_id	ID del Cliente	INT	(11)		SI	NO
2	cli_cedula	Cédula del Cliente	VARCHAR	(13)			NO
3	cli_nombre	Nombres del Cliente	VARCHAR	(100)			NO
4	cli_apellido	Apellidos del Cliente	VARCHAR	(100)			NO
5	cli_email	Email del Cliente	VARCHAR	(100)			NO
6	cli_direccion	Dirección del Cliente	VARCHAR	(250)			SI
7	cli_estado	Estado del Cliente	CHAR	(1)			NO
8	cli_telefono	Teléfono del Cliente	VARCHAR	(20)			SI
9	cli_clave	Clave del Cliente	VARCHAR	(50)			NO
10	ciu_id	ID de la Ciudad	INT	(11)	SI		NO
11	cli_genero	Descripción del Sexo	CHAR	(1)			NO
12	cli_fecha	Fecha de Creación del Cliente	DATETIME				NO
Observaciones:							

		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_producto</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	pro_id	ID del Producto	INT	(11)		SI	NO
2	mar_id	ID de la Marca	INT	(11)	SI		NO
3	pro_nombre	Nombre del Producto	VARCHAR	(250)			NO
4	pro_detalle	Detalle del Producto	VARCHAR	(250)			SI
5	pro_estado	Estado del Producto	CHAR	(1)			NO
6	pro_fecha	Fecha Creación del Producto	DATE				SI
7	usu_creacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			NO
8	fech_creacion	Fecha de Creación	DATETIME				NO
9	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
10	fech_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
11	pro_imagen	Imagen del Producto	TEXT				NO
12	pro_referencia	Referencia del Producto	VARCHAR	(20)			NO
Observaciones:							

		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_producto_precio</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	pp_id	ID del Producto Precio	INT	(11)		SI	NO
2	pro_id	ID del Producto	INT	(11)	SI		NO
3	pp_stock	Stock del Producto	FLOAT				NO
4	col_id	ID del Color	INT	(11)			NO
5	tal_id	ID de la Talla	INT	(11)			NO
6	pp_estado	Estado del Producto	CHAR	(1)			SI
7	usu_creacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			NO
8	fecha_creacion	Fecha de Creación	DATETIME				NO
9	usu_modificacion	Usuario de Modificación	VARCHAR	(50)			SI
10	fecha_modificacion	Fecha de Modificación	DATETIME				SI
11	pp_precio	Precio de Venta del Producto	FLOAT				NO
12	pp_costo	Precio de Costo del Producto	FLOAT				NO
Observaciones:							

		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_pedido_encabezado</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	penca_id	ID del Encabezado del Pedido	INT	(11)		SI	NO
2	cli_id	ID del Cliente	INT	(11)	SI		NO
3	penca_fecha	Fecha del Pedido	DATETIME				NO
4	penca_subtotal	Subtotal del Pedido	FLOAT				NO
5	penca_desc	Descuento del Pedido	FLOAT				NO
6	penca_iva	Iva del Pedido	FLOAT				NO
7	penca_total	Total del Pedido	FLOAT				NO
8	penca_estado	Estado del Pedido	VARCHAR	(5)			NO
Observaciones:							

		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_pedido_detalle</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	penca_id	ID de la Cabecera del Pedido	INT	(11)		SI	NO
2	pdet_secuencia	Secuencia del Detalle del Pedido	INT	(11)		SI	NO
3	pp_id	ID del Producto Precio	INT	(11)	SI		NO
4	pdet_detalle	Detalle del Pedido	VARCHAR	(250)			NO
5	pdet_cantidad	Cantidad del Pedido	INT	(10)			NO
6	pdet_precio	Precio del Pedido	FLOAT				NO
7	pdet_subtotal	Subtotal del Pedido	FLOAT				NO
Observaciones:							

		UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería			DICCIONARIO DE DATOS		
Para: UNEMI		Tema: Sistema de Gestión de la Comercialización de Prendas de Vestir		Autor: UNEMI Desarrollador(es): Moreira Jessica Sánchez Carlos			
Base de Datos		Fecha de Diseño: 08/03/2015		Fecha de Actualización: 08/03/2015			
Nombre de la Tabla: <i>scp_tb_comprobante_pago</i>							
Descripción de Campos							
No.	Campos	Descripción	Tipo	Long	FK	PK	Nulo
1	cpag_numero_documento	Numero de Transacción del documento	BIGINT	(11)		SI	NO
2	penca_id	Numero de Pedido de la Orden	INT	(11)	SI		NO
3	cpag_numero_cuenta	Numero de Cuenta	VARCHAR	(20)			NO
4	pcpag_nombre_cuenta	Nombre de la Cuenta	VARCHAR	(100)			NO
5	cpag_monto_trx	Valor del depósito	FLOAT				NO
6	pcpag_fecha_trx	Fecha de la transcción	DATETIME				NO
7	cpag_imagen	Imagen del documento de pago	TEXT				NO
Observaciones:							



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA

MANUAL DE USUARIO

TÍTULO DEL PROYECTO

**“ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR AL POR MAYOR EN
LA IMPORTADORA IMPALCAM DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO
DE LOS COLORADOS”**

AUTORES:

Jessica Katherine Moreira Angulo

Carlos Alfredo Sánchez Orozco

TUTOR:

Ing. Víctor Hugo Rea, MAE.

Milagro, Abril del 2015

Ecuador

ÍNDICE

1. GENERALIDADES	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. <i>Objetivos de este Manual</i>	1
1.3. <i>A quien va dirigido este manual</i>	1
1.4. <i>Acerca de este Manual</i>	2
2. CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA ADMINISTRADOR	2
2.1. INTRODUCCIÓN	2
2.2. BENEFICIOS	2
3. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA ADMINISTRADOR	3
3.1. INICIO DE SESIÓN DEL SISTEMA ADMINISTRADOR	3
3.2. PANTALLA PRINCIPAL DEL SISTEMA ADMINISTRADOR	4
3.2.1. <i>Opciones del Menú del Sistema</i>	5
3.2.1.1. Inicio.....	6
3.2.1.2. Mantenimiento.....	6
3.2.1.2.1. Perfil	7
3.2.1.2.2. Usuario	10
3.2.1.2.3. Provincia.....	14
3.2.1.2.4. Ciudad	17
3.2.1.2.5. Tipo Categoría.....	21
3.2.1.2.6. Categoría.....	24
3.2.1.2.7. Marca	28
3.2.1.2.8. Talla.....	31
3.2.1.2.9. Color.....	34
3.2.1.2.10. Producto	38
3.2.1.2.11. Producto-Precio-Color-Talla.....	42
3.2.1.2.12. Forma de Pago.....	46
3.2.1.3. Cliente	49
3.2.1.4. Pedidos	53
3.2.1.5. Reportes.....	61
3.2.1.5.1. Pedidos	61
3.2.1.5.2. Clientes	63
3.2.1.5.3. Productos	65

3.2.1.6. Cambiar Clave.....	66
3.2.1.7. Salir.....	68
4. CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA CLIENTE	68
4.1. INTRODUCCIÓN	68
4.2. BENEFICIOS	69
5. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA CLIENTE	69
5.1. INICIO DE SESIÓN DEL SISTEMA CLIENTE	71
5.1.1. <i>Recuperar Contraseña</i>	72
5.1.2. <i>Regístrate</i>	74
5.2. PANTALLA PRINCIPAL DEL SISTEMA CLIENTE.....	75
5.2.1. <i>Opciones del Menú del Sistema Cliente</i>	76
5.2.1.1. Inicio.....	77
5.2.1.2. Actualizar mis Datos.....	78
5.2.1.3. Producto.....	78
5.2.1.4. Tomar Pedido.....	80
5.2.1.5. Consultar Pedidos	84
5.2.1.6. Cambiar Clave.....	85
5.2.1.7. Salir	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. – Pantalla De Inicio De Sesión Del Sistema.....	3
Figura 2. – Datos Faltantes De Inicio De Sesión Del Sistema.....	4
Figura 3. – Error De Usuario O Clave De Inicio De Sesión Del Sistema	4
Figura 4. – Pantalla Principal Del Sistema	5
Figura 5. – Datos De Presentación Del Sistema	5
Figura 6. – Menú De Opciones Del Sistema	6
Figura 7. – Pantalla De Enlace De Menú Inicio Del Sistema	6
Figura 8. – Menú De Opción De Mantenimientos Del Sistema.....	7
Figura 9. – Pantalla De Consulta De Perfiles Del Sistema	7
Figura 10. – Pantalla De Crear Perfil Del Sistema	8
Figura 11. – Mensaje De Datos Guardados Del Perfil Del Sistema.....	8
Figura 12. – Pantalla De Modificar Perfil Del Sistema.....	9
Figura 13. – Mensaje De Datos Modificados Del Perfil Del Sistema	9
Figura 14. – Pantalla De Eliminar Perfil Del Sistema.....	10
Figura 15. – Mensaje De Eliminación De Perfil Del Sistema	10
Figura 16. – Pantalla Consulta De Usuarios Del Sistema	11
Figura 17. – Pantalla De Creación De Usuario Del Sistema.....	11
Figura 18. – Mensaje De Datos Faltantes De Usuario	12
Figura 19. – Mensaje De Usuario Ya Existente.....	12
Figura 20. – Mensaje De Datos Guardado De Usuario	12
Figura 21. – Pantalla De Modificación De Usuario	13
Figura 22. – Mensaje De Modificación De Usuario	13
Figura 23. – Pantalla De Eliminar Usuario	13
Figura 24. – Mensaje De Eliminación De Usuario	14
Figura 25. – Pantalla De Consulta De Provincias.....	14
Figura 26. – Pantalla De Creación De Provincia	15

Figura 27. – Mensaje De Datos Faltantes De Provincia	15
Figura 28. – Mensaje De Provincia Ya Existente	15
Figura 29. – Mensaje De Modificación De Provincia	16
Figura 30. – Pantalla De Modificación De Provincia.....	16
Figura 31. – Mensaje De Modificación De Provincia	16
Figura 32. – Pantalla De Eliminación De Provincia	17
Figura 33. – Mensaje De Eliminación De Provincia.....	17
Figura 34. – Pantalla Consulta De Ciudades	18
Figura 35. – Pantalla De Creación De Ciudad	18
Figura 36. – Mensaje De Datos Faltantes De Ciudad	19
Figura 37. – Mensaje De Ciudad Ya Existente.....	19
Figura 39. – Pantalla De Modificación De Ciudad	20
Figura 40. – Mensaje De Modificación De Ciudad	20
Figura 41. – Pantalla De Eliminación De Ciudad.....	20
Figura 42. – Mensaje De Eliminación De Ciudad.....	21
Figura 43. – Pantalla Consulta De Tipo De Categoría.....	21
Figura 44. – Pantalla De Creación De Tipo De Categoría	22
Figura 45. – Mensaje De Datos Faltantes De Tipo De Categoría.....	22
Figura 46. – Mensaje De Tipo De Categoría Ya Existente	22
Figura 47. – Mensaje De Datos Grabados De Tipo De Categoría.....	23
Figura 48. – Pantalla De Modificación De Tipo De Categoría	23
Figura 49. – Mensaje De Modificación De Tipo De Categoría.....	23
Figura 50. – Pantalla De Eliminación De Tipo De Categoría	24
Figura 51. – Mensaje De Eliminación De Tipo De Categoría	24
Figura 52. – Pantalla Consulta De Categoría	25
Figura 53. – Pantalla De Creación De Categoría	25
Figura 54. – Mensaje De Datos Faltantes De Categoría	25
Figura 55. – Mensaje De Categoría Ya Existente	26

Figura 56. – Mensaje De Datos Guardados De Categoría	26
Figura 57. – Pantalla De Modificación De Categoría.....	26
Figura 58. – Mensaje De Datos Modificados De Categoría.....	27
Figura 59. – Mensaje De Datos Guardados De Categoría	27
Figura 60. – Mensaje De Datos Eliminados De Categoría	27
Figura 61. – Pantalla De Consulta De Marcas	28
Figura 62. – Pantalla De Creación De Marca.....	28
Figura 63. – Mensaje De Datos Faltantes De Marca.....	29
Figura 64. – Mensaje De Marca Ya Existente	29
Figura 65. – Mensaje De Datos Guardados De Marca.....	29
Figura 66. – Pantalla De Modificación De Marca	30
Figura 67. – Mensaje De Modificación De Marca.....	30
Figura 68. – Mensaje De Datos Faltantes De Marca.....	30
Figura 69. – Mensaje De Datos Eliminados De Marca.....	31
Figura 70. – Pantalla De Consulta De Talla	31
Figura 71. – Pantalla De Creación De Talla	32
Figura 72. – Mensaje De Datos Faltantes De Marca.....	32
Figura 73. – Mensaje De Talla Ya Existente	32
Figura 74. – Mensaje De Datos Guardados De Talla.....	33
Figura 75. – Pantalla De Modificación Talla	33
Figura 76. – Mensaje De Datos Modificados De Talla.....	33
Figura 77. – Pantalla De Eliminación De Talla	34
Figura 78. – Mensaje De Datos Eliminados De Talla	34
Figura 79. – Pantalla Consulta De Color.....	35
Figura 80. – Pantalla De Creación De Color	35
Figura 81. – Mensaje De Datos Faltantes De Color	35
Figura 82. – Mensaje De Color Ya Existente	36
Figura 83. – Mensaje De Datos Guardados De Color	36

Figura 84. – Pantalla De Modificación De Color.....	36
Figura 85. – Mensaje De Datos Modificados De Color.....	37
Figura 86. – Pantalla De Eliminación De Color	37
Figura 87. – Mensaje De Datos Eliminados De Color	37
Figura 88. – Pantalla De Consulta De Productos.....	38
Figura 89. – Pantalla De Visualización Del Producto	38
Figura 90. – Pantalla De Creación De Producto.....	39
Figura 91. – Mensaje De Datos Faltantes De Producto	39
Figura 92. – Mensaje De Producto Ya Existente.....	40
Figura 93. – Mensaje De Datos Guardado De Producto	40
Figura 94. – Pantalla De Modificación De Producto.....	40
Figura 95. – Mensaje De Datos Modificados De Producto	41
Figura 96. – Pantalla De Eliminación De Producto.....	41
Figura 97. – Mensaje De Datos Eliminados De Producto.....	41
Figura 98. – Pantalla De Consulta De Producto Precio.....	42
Figura 99. – Pantalla De Visualización Del Producto Precio	42
Figura 100. – Pantalla De Creación De Producto Precio.....	43
Figura 101. – Mensaje De Datos Faltantes De Producto Precio	43
Figura 102. – Pantalla De Búsqueda De Productos	44
Figura 103. – Mensaje De Datos Guardados De Producto Precio.....	44
Figura 104. – Pantalla De Modificación De Producto Precio	45
Figura 105. – Mensaje De Datos Modificados De Producto Precio	45
Figura 106. – Pantalla De Eliminación De Producto Precio.....	45
Figura 107. – Mensaje De Datos Eliminados De Producto Precio.....	46
Figura 108. – Pantalla De Consulta De Forma De Pago	46
Figura 109. – Pantalla De Crear Forma De Pago.....	47
Figura 110. – Mensaje De Datos Faltantes De Forma De Pago.....	47
Figura 111. – Mensaje De Datos Guardados De Forma De Pago.....	48

Figura 112. – Pantalla De Modificación De Forma De Pago	48
Figura 113. – Mensaje De Datos Modificados De Forma De Pago	48
Figura 114. – Pantalla De Eliminación De Forma De Pago	49
Figura 115. – Mensaje De Datos Eliminados De Forma De Pago	49
Figura 116. – Pantalla De Consulta De Clientes	50
Figura 117. – Pantalla De Crear Cliente	50
Figura 118. – Mensaje De Datos Faltantes De Cliente.....	51
Figura 119. – Pantalla De Modificar Cliente	51
Figura 120. – Mensaje De Datos Modificados De Cliente	52
Figura 121. – Pantalla De Eliminación De Cliente.....	52
Figura 122. – Mensaje De Datos Eliminados De Cliente.....	52
Figura 123. – Pantalla De Consulta De Pedidos	53
Figura 124. – Mensaje De Dato Faltante De # Orden	54
Figura 125. – Mensaje De Dato Faltante De Fecha	54
Figura 126. – Mensaje De Dato Faltante De Estado	54
Figura 127. – Pantalla De Consulta Por Estado Confirmado.....	55
Figura 128. – Pantalla De Confirmación De Pago Del Pedido.....	55
Figura 129. – Mensaje De Confirmación Del Pago Del Pedido	56
Figura 130. – Pantalla De Visualización Del Pedido Confirmado	56
Figura 131. – Pantalla De Anulación Del Pedido Confirmado	56
Figura 132. – Pantalla De Anulación Del Pedido Confirmado	57
Figura 133. – Pantalla De Consulta Por Estado Pagado.....	57
Figura 134. – Pantalla De Consulta Para Entrega Del Pedido	58
Figura 135. – Mensaje De Entrega Del Pedido Exitoso.....	58
Figura 136. – Pantalla De Consulta Por Estado Entregado.....	59
Figura 137. – Pantalla De Visualización Del Pedido Entregado	59
Figura 138. – Pantalla De Consulta Por Estado Anulado	60
Figura 139. – Pantalla De Visualización Del Pedido Anulado.....	60

Figura 140. – Pantalla De Visualización Para Los Reportes De Pedidos	61
Figura 141. – Reporte De Pedidos En Formato Excel.....	62
Figura 142. – Reporte De Pedidos En Formato Pdf	63
Figura 143. – Pantalla De Visualización Para Los Reportes De Clientes	63
Figura 144. – Reporte De Clientes En Formato Excel.....	64
Figura 145. – Reporte De Clientes En Formato Pdf	64
Figura 146. – Pantalla De Visualización Para Los Reportes De Productos	65
Figura 147. – Reporte De Productos En Formato Excel.....	65
Figura 148. – Reporte De Productos En Formato Pdf	66
Figura 149. – Pantalla De Cambiar Clave	66
Figura 150. – Mensaje De Datos Faltantes De Cambiar Clave	67
Figura 151. – Mensaje De Validación De Claves Distintas.....	67
Figura 152. – Mensaje De Clave Cambiada Con Éxito	67
Figura 153. – Pantalla Principal De Catálogo De Productos De La Importadora	70
Figura 155. – Datos Faltantes De Inicio De Sesión Del Sistema.....	71
Figura 156. – Error De Usuario O Clave De Inicio De Sesión Del Sistema	72
Figura 157. – Pantalla De Recuperar Contraseña.....	72
Figura 158. – Mensaje De Dato Faltante De Recuperar Contraseña	73
Figura 159. – Mensaje De Correo Electrónico No Registrado	73
Figura 160. – Mensaje De Envío De Clave Al Correo Electrónico	73
Figura 161. – Pantalla De Registrar Cliente	74
Figura 162. – Mensaje De Datos Faltantes En Registrar Cliente	75
Figura 163. – Mensaje De Datos Guardado Con Éxito.....	75
Figura 164. – Pantalla Principal Del Sistema Cliente	76
Figura 165. – Datos De Presentación Del Sistema Cliente	76
Figura 166. – Menú De Opciones Del Sistema Cliente	77
Figura 167. – Pantalla De Enlace De Menú Inicio Del Sistema Cliente	77
Figura 168. – Pantalla De Actualización De Datos Del Cliente.....	78

Figura 169. – Mensaje De Actualización De Datos Del Cliente	78
Figura 170. – Pantalla De Consulta De Productos	79
Figura 171. – Pantalla De Agregar Producto Al Pedido.....	79
Figura 172. – Mensaje De Stock Insuficiente	80
Figura 173. – Pantalla De Tomar Pedidos	81
Figura 174. – Pantalla De Búsqueda De Productos	81
Figura 175. – Datos De Producto Seleccionado.....	82
Figura 176. – Detalle De Producto Seleccionado.....	82
Figura 177. – Pantalla De Modificar Detalle De Producto	83
Figura 178. – Pantalla De Confirmación De Pedido	83
Figura 179. – Mensaje De Confirmación De Pedido	83
Figura 180. – Mensaje De Correo Electrónico De Confirmación De Pedido.....	84
Figura 181. – Pantalla De Consultar Pedidos Sistema Cliente.....	84
Figura 182. – Pantalla De Visualización De Pedido	85
Figura 183. – Pantalla De Cambiar Clave Sistema Cliente	87
Figura 184. – Mensaje De Datos Faltantes De Cambiar Clave	87
Figura 185. – Mensaje De Validación De Claves Distintas.....	88
Figura 186. – Mensaje De Clave Cambiada Con Éxito	88

1. GENERALIDADES

1.1. Introducción

Mediante siguiente instructivo de uso ayudará al administrador o la persona encargada de manejar todos los mantenimientos, conocer todas las funciones que realiza el sistema. Así como también que los clientes puedan hacer uso del Sistema con la finalidad de reducir el tiempo en el proceso de la adquisición de las prendas de vestir.

En este manual de usuario se detalla la información de la manera más sencilla del Sistema de Gestión de la comercialización de prendas de vestir.

1.2. Objetivos de este Manual

La elaboración de este manual de usuario tiene como objetivo facilitar la interacción entre el usuario y el sistema a implementar en la Importadora IMPALCAM de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

1.3. A quien va dirigido este manual

Este manual de usuario va dirigido al personal autorizado de la importadora, quienes podrán hacer uso de las opciones dependiendo del perfil al que se les haya asignado en el Sistema para el correcto manejo del mismo. Así como también a los clientes quienes podrán hacer uso de las funciones para hacer sus pedidos de las prendas de vestir.

1.4. Acerca de este Manual

Este manual de usuario es elaborado siguiendo las necesidades y dudas que se presentaron a lo largo de la utilización del Sistema, en su contenido esta todo lo referente para el correcto manejo del mismo, con figuras en donde se detallan paso a paso cada una de las opciones del Sistema.

2. CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA ADMINISTRADOR

2.1. Introducción

El Sistema de Gestión de la comercialización de prendas de vestir a ejecutarse consta con las opciones necesarias para la administración del mismo, el cual se ha desarrollado bajo los estándares necesarios para un futuro mantenimiento.

2.2. Beneficios

Al usar este sistema principalmente se refleja la satisfacción y facilidad del correcto manejo que tendrá el administrador y/o el personal encargado de utilizar el sistema. Los beneficios son:

- ❖ Administrar los mantenimientos necesarios para que los clientes puedan hacer uso de los productos ingresados.
- ❖ Permitir tener un control de los pedidos realizados por los clientes.
- ❖ Tener los reportes necesarios para posteriormente descargarlos en formato Excel o PDF y mostrar la información que los dueños de la Importadora necesiten.

3. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA ADMINISTRADOR

El Sistema de Gestión de la comercialización de prendas de vestir tiene por objetivo autenticar al personal de la Importadora y podrán hacer uso de las opciones dependiente de perfil asignado.

Para poder acceder al Sistema Administrador se deberá digitar en la barra de navegación la siguiente URL <http://www.impalcam.com/administrador/>.

3.1. Inicio de Sesión del Sistema Administrador

Para ingresar al sistema se deberá digitar el usuario y la clave correspondiente, las mismas que serán proporcionadas al usuario que será perfil administrador, quien tendrá acceso total a las opciones y el mismo que se encargará se ingresar los usuarios y asignarles el perfil correspondiente del personal de la Importadora.



Figura 1. – Pantalla de Inicio de Sesión del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

Si no digita el usuario y clave correspondiente le mostraré el siguiente mensaje:

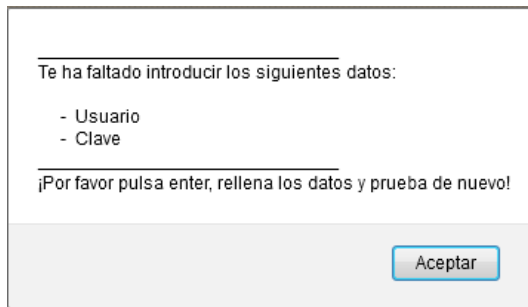


Figura 2. – Datos faltantes de Inicio de Sesión del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

En caso que ingrese el usuario y/o la clave incorrectos se presentara el siguiente mensaje de error.

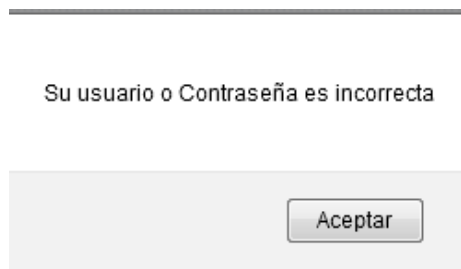


Figura 3. – Error de Usuario o clave de Inicio de Sesión del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

3.2. Pantalla Principal del Sistema Administrador

Una vez que se ingresó al sistema, se presenta la pantalla principal con menú de general, las cuales solo el usuario administrador tendrá total control a todas las opciones.



Figura 4. – Pantalla Principal del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

Podremos visualizar el nombre del usuario y perfil asignado, a más de la fecha actual.



Figura 5. – Datos de presentación del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

3.2.1. Opciones del Menú del Sistema

El menú de opciones se encuentra ubicado en la parte inferior de los Datos de presentación del Sistema. Se detallan a continuación:

- ❖ Inicio
- ❖ Mantenimiento
- ❖ Cliente
- ❖ Pedidos

- ❖ Reporte
- ❖ Cambiar
- ❖ Clave
- ❖ Salir

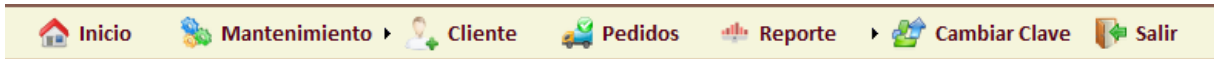


Figura 6. – Menú de Opciones del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

3.2.1.1. Inicio

Si presionamos o damos clic en la opción de Inicio del menú, cargará la pantalla de Bienvenida del Sistema.



Figura 7. – Pantalla de Enlace de Menú Inicio del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

3.2.1.2. Mantenimiento

Se detallará a continuación cada uno de las opciones que contiene el menú Mantenimiento.



Figura 8. – Menú de Opción de Mantenimientos del Sistema

Fuente: Manual de Usuario


3.2.1.2.1. Perfil

Al dar clic sobre la opción de Perfil, se cargará la pantalla de consulta general. Contará con el criterio de búsqueda dónde se podrá por medio Detalle.

ID	DETALLE	ESTADO	OPCION
1	ADMINISTRADOR	A	 
2	SUPERVISOR DE PAGOS	A	 
3	DESPACHADOR	A	 
4	PRUEBA	A	 
5	HDJDJH	A	 

Figura 9. – Pantalla de Consulta de Perfiles del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

Para crear un nuevo perfil se deberá dar clic sobre el botón imagen , donde el Administrador del Sistema procederá a crear el perfil para su posterior asignación a los usuarios.



La pantalla muestra un formulario con el título "CREAR PERFIL". En la parte superior hay un campo de texto etiquetado "PERFIL :". Debajo de este campo se encuentra una tabla con el encabezado "MENU" y "Marca todos" (con un ícono de checkmark). La tabla tiene cuatro columnas: "I", "C", "M" y "E". Cada fila de la tabla representa un ítem del menú con un campo de selección (checkbox) en cada columna. Al final de la tabla hay un campo "ESTADO : Activo" con un menú desplegable y un botón "Aceptar".

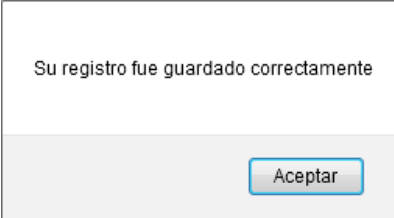
MENU	Marca todos <input checked="" type="checkbox"/>			
	I	C	M	E
Usuario :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perfil :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Provincia :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ciudad :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tipo de Categoría :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Categoría :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talla :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Color :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marca :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Producto :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asignar Precio Producto :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forma de Pago :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cliente :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pedido :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reportes :	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figura 10. – Pantalla de Crear Perfil del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

En esta pantalla se deberá de llenar el campo perfil y seleccionar con un visto lo que el perfil pueda realizar.


Cuando se clic en Aceptar mostrará el siguiente mensaje:



Un cuadro de diálogo con un fondo gris claro que muestra el mensaje "Su registro fue guardado correctamente" y un botón "Aceptar" en la parte inferior.

Figura 11. – Mensaje de Datos Guardados del Perfil del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

Si se requiere modificar un perfil, damos clic sobre el botón imagen , visualizará la siguiente pantalla:

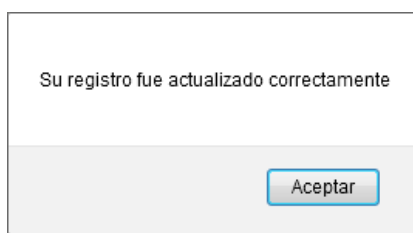


MENU	Marca todos <input checked="" type="checkbox"/>			
	I	C	M	E
Usuario :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Perfil :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Provincia :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ciudad :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Tipo de Categoría :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Categoría :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Talla :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Color :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Marca :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Producto :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Asignar Precio Producto :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Forma de Pago :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Cliente :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pedido :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Reportes :	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Figura 12. – Pantalla de Modificar Perfil del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

Luego de realizar alguna modificación damos clic en el botón Aceptar y nos presentará el siguiente mensaje:



Su registro fue actualizado correctamente

Aceptar

Figura 13. – Mensaje de Datos Modificados del Perfil del Sistema

Fuente: Manual de Usuario


Si se requiere de eliminar un perfil, damos clic sobre el botón imagen . Presentará la siguiente pantalla:



Figura 14. – Pantalla de Eliminar Perfil del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en Si se presentará el siguiente mensaje:

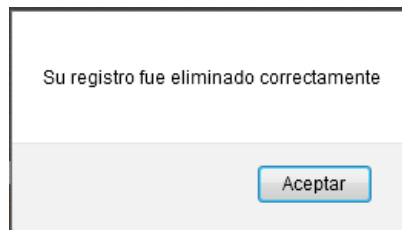





Figura 15. – Mensaje de Eliminación de Perfil del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en caso que se requiera.

3.2.1.2.2. Usuario

Permitirá al administrador ingresar los usuarios del y asignar el respectivo perfil, quienes utilizarán el sistema.

USUARIO  

Criterio de Búsqueda : CEDULA











CEDULA	APELLIDOS	NOMBRES	USUARIO	PERFIL	ESTADO	OPCION
9999999999	ADMINISTRADOR	ADMINISTRADOR	ADMIN	ADMINISTRADOR	A	 
0925003527	SÁNCHEZ OROZCO	CARLOS ALFREDO	CSANCHEZO	ADMINISTRADOR	A	 
0930464771	BAUTISTA VALENCIA	WILSON XAVIER	XBAUTISTAV	ADMINISTRADOR	A	 
0920673951	MOREIRA ANGULO	JESSICA KATHERINE	JMOREIRAA	ADMINISTRADOR	A	 
0905451506	OROZCO OCAÑA	CARMEN PIEDAD	COROZCOO	DESPACHADOR	A	 

Figura 16. – Pantalla Consulta de Usuarios del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

Ésta opción tiene filtros para buscar de manera más rápido el usuario deseado. Se puede filtrar por: Cédula, Apellidos, Nombres, Usuario y Perfil.

Para crear un nuevo usuario, se debe presionar el botón de Imagen



. Se visualizará la siguiente pantalla:

CREAR USUARIO

CEDULA : *

NOMBRES : *

APELLIDOS : *

USUARIO : *

PERFIL : SELECCIONE *

ESTADO : Activo *

Figura 17. – Pantalla de Creación de Usuario del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:

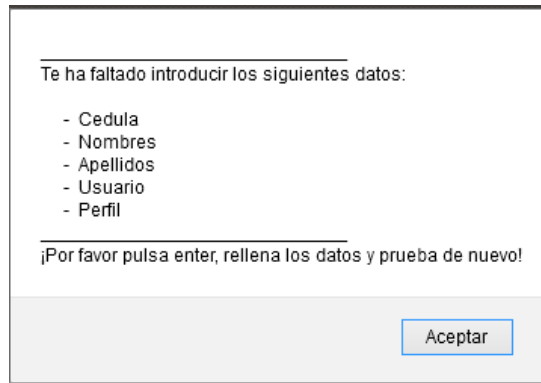


Figura 18. – Mensaje de Datos faltantes de Usuario

Fuente: Manual de Usuario

Si se quiere crear un usuario ya registrado, mostrará el siguiente mensaje:



Figura 19. – Mensaje de Usuario ya existente

Fuente: Manual de Usuario

Si se crea un usuario que no esté registrado, mostrará el siguiente mensaje:

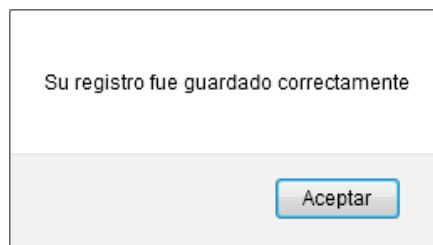


Figura 20. – Mensaje de Datos Guardado de Usuario

Fuente: Manual de Usuario


Debemos de dar clic sobre el botón de Imagen . Presentará la siguiente pantalla:



Figura 21. – Pantalla de Modificación de Usuario

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

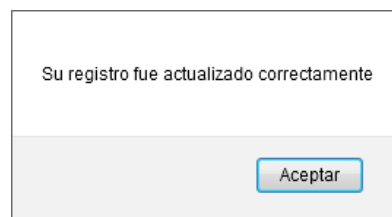



Figura 22. – Mensaje de Modificación de Usuario

Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un usuario se debe dar clic sobre el botón de imagen . Presentará el siguiente mensaje:

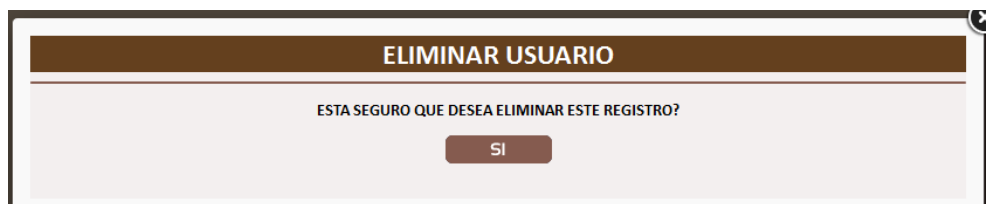


Figura 23. – Pantalla de Eliminar Usuario

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

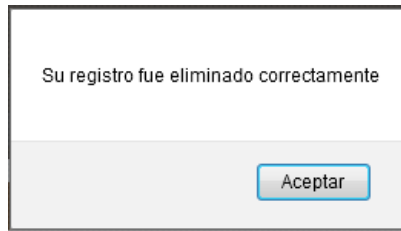



Figura 24. – Mensaje de Eliminación de Usuario

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en caso que se requiera.

3.2.1.2.3. Provincia

Permitirá al administrador ingresar las provincias del país.



The screenshot shows a web interface for managing provinces. At the top, there is a header with the title "- PROVINCIA" and a refresh icon. Below the header, there is a search criterion dropdown menu set to "NOMBRE" and an empty search input field. The main content is a table with the following data:

ID	NOMBRE	ESTADO	OPCION
1	GUAYAS	A	 
2	PICHINCHA	A	 
3	AZUAY	A	 
4	MANABÍ	A	 
6	ESMERALDAS	A	 
7	LOJA	A	 
10	EL ORO	A	 
11	SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	A	 
12	SANTA ELENA	A	 

Figura 25. – Pantalla de Consulta de Provincias

Fuente: Manual de Usuario

Ésta opción tiene filtros para buscar de manera más rápido el usuario deseado. Se puede filtrar por: Nombre.

Para crear una provincia, se debe presionar el botón de imagen .

Se visualizará la siguiente pantalla:

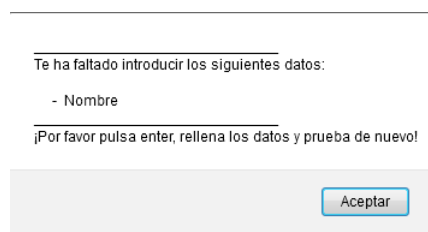


La imagen muestra una interfaz web con un encabezado de color marrón que dice "CREAR PROVINCIA". Debajo, hay un formulario con dos campos: "NOMBRE" con un campo de texto vacío y un asterisco rojo a la derecha, y "ESTADO" con un menú desplegable que muestra "Activo". En la parte inferior del formulario hay un botón de color marrón con el texto "Aceptar".

Figura 26. – Pantalla de Creación de Provincia

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:



El mensaje de alerta es un cuadro gris con el siguiente texto: "Te ha faltado introducir los siguientes datos:", "- Nombre", "¡Por favor pulsa enter, rellena los datos y prueba de nuevo!". En la parte inferior derecha del cuadro hay un botón de color azul claro con el texto "Aceptar".

Figura 27. – Mensaje de Datos faltantes de Provincia

Fuente: Manual de Usuario

Si se quiere crear una provincia ya registrada, mostrará el siguiente mensaje:



La imagen muestra un encabezado de color marrón que dice "CREAR PROVINCIA". Debajo, hay un mensaje de error en un recuadro rojo con el texto "SU REGISTRO YA EXISTE" en letras blancas.

Figura 28. – Mensaje de Provincia ya existente

Fuente: Manual de Usuario

Si se crear una provincia que no está registrada, mostrará el siguiente mensaje:

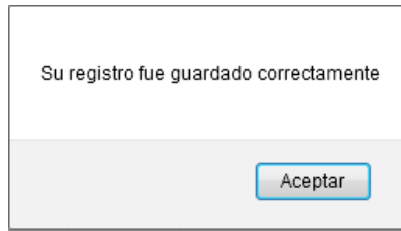


Figura 29. – Mensaje de Modificación de Provincia

Fuente: Manual de Usuario


Para editar o modificar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen . Presentará la siguiente pantalla:



Figura 30. – Pantalla de Modificación de Provincia

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

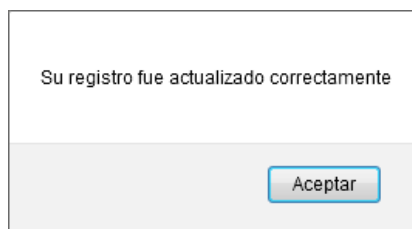


Figura 31. – Mensaje de Modificación de Provincia

Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen



. Presentará el siguiente mensaje:

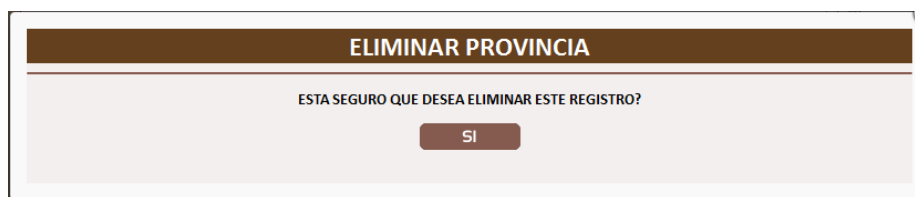


Figura 32. – Pantalla de Eliminación de Provincia

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

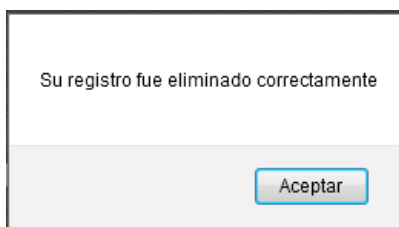


Figura 33. – Mensaje de Eliminación de Provincia

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen



permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.2.4. Ciudad

Permitirá al administrador ingresar las ciudades con su respectiva provincia del país.


Ésta opción tiene filtros para buscar de manera más rápido el usuario deseado. Se puede filtrar por: Nombre y Provincia.



ID	PROVINCIA	NOMBRE	ESTADO	OPCION
1	GUAYAS	GUAYAQUIL	A	 
2	PICHINCHA	QUITO	A	 
3	GUAYAS	MILAGRO	A	 
9	MANABÍ	PORTOVIJEJO	A	 
6	MANABÍ	MANTA	A	 
12	GUAYAS	DAULE	A	 
10	SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	SANTO DOMINGO	A	 
11	ZAMORA CHINCHIPE	ZAMORA	A	 
13	GUAYAS	GENERAL VILLAMIL PLAYAS	A	 
14	ESMERALDAS	ESMERALDAS	A	 

Figura 34. – Pantalla Consulta de Ciudades

Fuente: Manual de Usuario

Para crear una ciudad, se debe presionar el botón de imagen . Se visualizará la siguiente pantalla:



CREAR CIUDAD

PROVINCIA : *

NOMBRE : *

ESTADO :

Figura 35. – Pantalla de Creación de Ciudad

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:

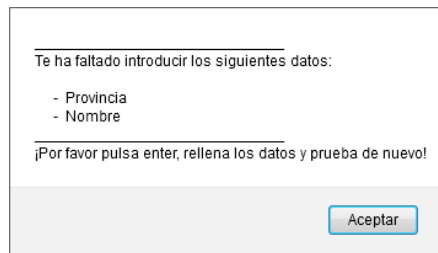


Figura 36. – Mensaje de Datos faltantes de Ciudad

Fuente: Manual de Usuario

Si se quiere crear una ciudad ya registrada, mostrará el siguiente mensaje:



Figura 37. – Mensaje de Ciudad ya existente

Fuente: Manual de Usuario

Si se crea una ciudad que no está registrada, mostrará el siguiente mensaje:

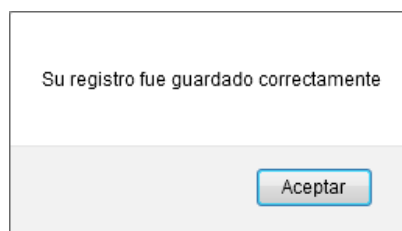


Figura 38. – Mensaje de Datos Guardados de Ciudad

Fuente: Manual de Usuario


Para editar o modificar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen . Presentará la siguiente pantalla:



Figura 39. – Pantalla de Modificación de Ciudad

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

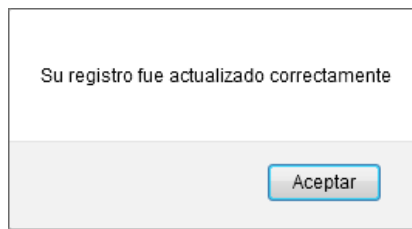


Figura 40. – Mensaje de Modificación de Ciudad

Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen



. Presentará el siguiente mensaje:

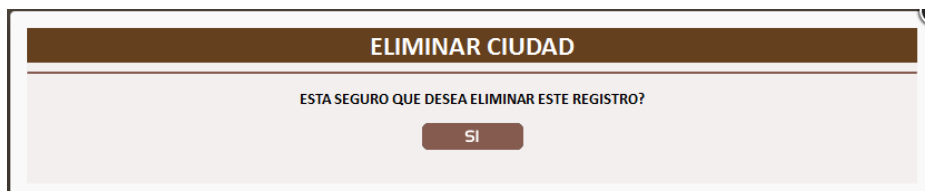


Figura 41. – Pantalla de Eliminación de Ciudad

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

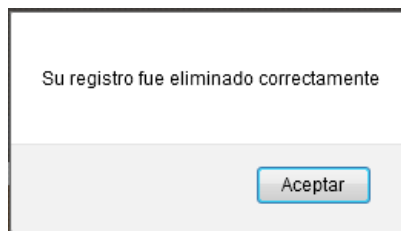



Figura 42. – Mensaje de Eliminación de Ciudad

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.2.5. Tipo Categoría

Permitirá al administrador ingresar los tipos de categoría de acuerdo a la línea de ropa a vender.

Ésta opción tiene filtros para buscar de manera más rápido el usuario deseado. Se puede filtrar por: Detalle.



- TIPO DE CATEGORIA

Criterio de Búsqueda : DETALLE

ID	DETALLE	ESTADO	OPCION
1	DAMAS	A	 
2	CABALLEROS	A	 
3	NIÑOS	A	 
27	NIÑAS	A	 
29	BEBÉ	A	 
30	NIÑA BEBE	A	 

Figura 43. – Pantalla Consulta de Tipo de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Para crear un tipo de categoría, se debe presionar el botón de imagen



. Se visualizará la siguiente pantalla:

La pantalla muestra un formulario con el título "CREAR TIPO CATEGORIA" en un encabezado de color marrón. El formulario contiene un campo de texto etiquetado "DETALLE:" con un asterisco rojo a la derecha, un menú desplegable etiquetado "ESTADO:" con el valor "Activo" seleccionado, y un botón "Aceptar" de color marrón.

Figura 44. – Pantalla de Creación de Tipo de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:

El mensaje de alerta muestra el texto: "Te ha faltado introducir los siguientes datos:", seguido de una lista con un ítem "- Detalle". Debajo del ítem, se encuentra el texto: "¡Por favor pulsa enter, rellena los datos y prueba de nuevo!". En la parte inferior derecha del mensaje hay un botón "Aceptar" de color azul claro.

Figura 45. – Mensaje de Datos faltantes de Tipo de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Si se quiere crear un tipo de categoría ya registrado, mostrará el siguiente mensaje:

El mensaje muestra un encabezado "CREAR TIPO CATEGORIA" en un fondo marrón. Debajo de este, hay un recuadro rojo con el texto "SU REGISTRO YA EXISTE" en letras blancas.

Figura 46. – Mensaje de Tipo de Categoría ya existente

Fuente: Manual de Usuario

Si se crea un tipo de categoría que no está registrado, mostrará el siguiente mensaje:

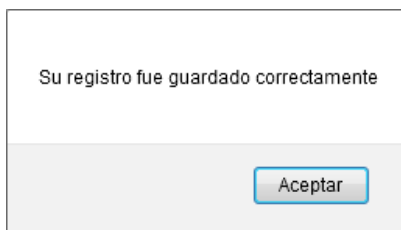


Figura 47. – Mensaje de Datos Grabados de Tipo de Categoría

Fuente: Manual de Usuario


Para editar o modificar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen . Presentará la siguiente pantalla:



Figura 48. – Pantalla de Modificación de Tipo de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

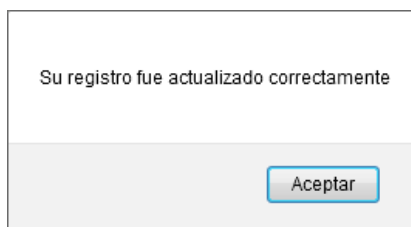


Figura 49. – Mensaje de Modificación de Tipo de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen



. Presentará el siguiente mensaje:

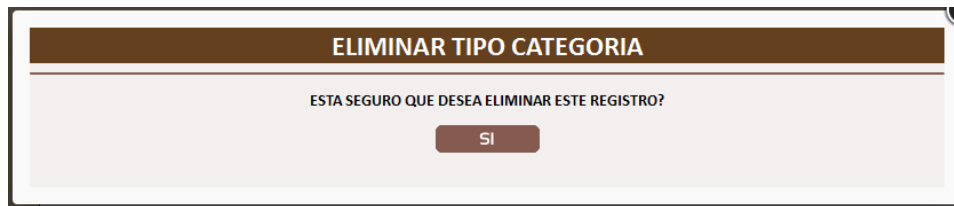


Figura 50. – Pantalla de Eliminación de Tipo de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

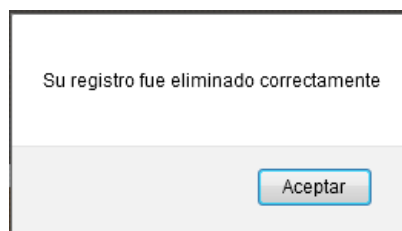


Figura 51. – Mensaje de Eliminación de Tipo de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen

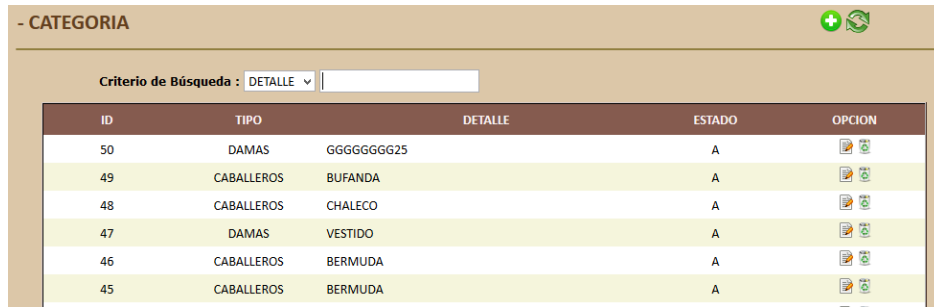


permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.2.6. Categoría

Permitirá al administrador ingresar las categorías de los productos una vez ingresadas el tipo de categoría.

Ésta opción tiene filtros para buscar de manera más rápido el usuario deseado. Se puede filtrar por: Detalle y Tipo.















ID	TIPO	DETALLE	ESTADO	OPCION
50	DAMAS	GGGGGGG25	A	 
49	CABALLEROS	BUFANDA	A	 
48	CABALLEROS	CHALECO	A	 
47	DAMAS	VESTIDO	A	 
46	CABALLEROS	BERMUDA	A	 
45	CABALLEROS	BERMUDA	A	 

Figura 52. – Pantalla Consulta de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Para crear una categoría, se debe presionar el botón de Imagen .

Se visualizará la siguiente pantalla:



CREAR CATEGORIA

TIPO : SELECCIONE *

DETALLE : *

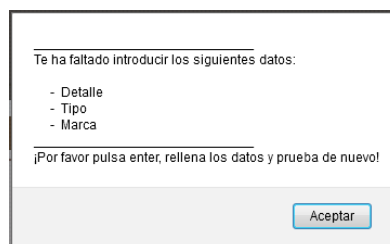
ESTADO : Activo

Aceptar

Figura 53. – Pantalla de Creación de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:



Te ha faltado introducir los siguientes datos:

- Detalle
- Tipo
- Marca

¡Por favor pulsa enter, rellena los datos y prueba de nuevo!

Aceptar

Figura 54. – Mensaje de Datos faltantes de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Si se quiere crear una categoría ya registrada, mostrará el siguiente mensaje:



Figura 55. – Mensaje de Categoría ya existente

Fuente: Manual de Usuario

Si se crea una categoría que no está registrado, mostrará el siguiente mensaje:

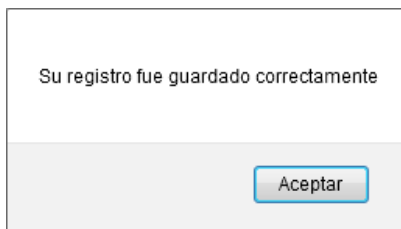


Figura 56. – Mensaje de Datos Guardados de Categoría

Fuente: Manual de Usuario


Para editar o modificar un registro debemos de dar clic sobre el botón de Imagen . Presentará la siguiente pantalla:



Figura 57. – Pantalla de Modificación de Categoría

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

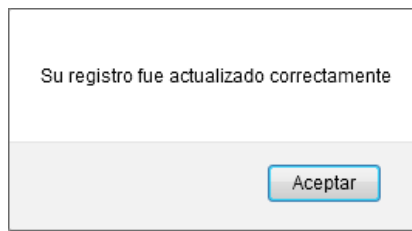


Figura 58. – Mensaje de Datos Modificados de Categoría
Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen



. Presentará el siguiente mensaje:

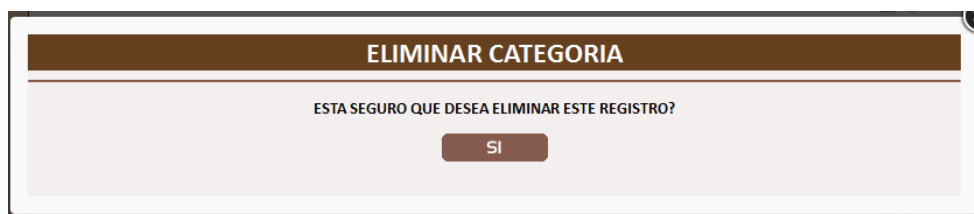


Figura 59. – Mensaje de Datos Guardados de Categoría
Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

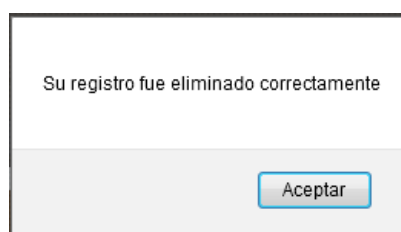



Figura 60. – Mensaje de Datos Eliminados de Categoría
Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.2.7. Marca

Permitirá al administrador ingresar las marcas de los productos dependiendo del Tipo de Categoría y Categoría.


Ésta opción tiene filtros para buscar de manera más rápido el usuario deseado. Se puede filtrar por: Detalle, Tipo y Categoría.



ID	TIPO	CATEGORIA	DETALLE	ESTADO	OPCION
20	DAMAS	BRASIER	AAAAA	A	 
17	CABALLEROS	CAMISAS	GUSTAVO MOZCOSO - GM757	A	 
16	CABALLEROS	CAMISAS	AMERICAN EAGLE	A	 
15	CABALLEROS	CAMISAS	MC GREGOR	A	 
14	CABALLEROS	CAMISAS	AIGLE	A	 

Figura 61. – Pantalla de Consulta de Marcas

Fuente: Manual de Usuario

Para crear una marca, se debe presionar el botón de imagen . Se visualizará la siguiente pantalla:



CREAR MARCA

TIPO CATEGORIA : SELECCIONE *

CATEGORIA : SELECCIONE *

DETALLE : *

ESTADO : Activo

Aceptar

Figura 62. – Pantalla de Creación de Marca

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:

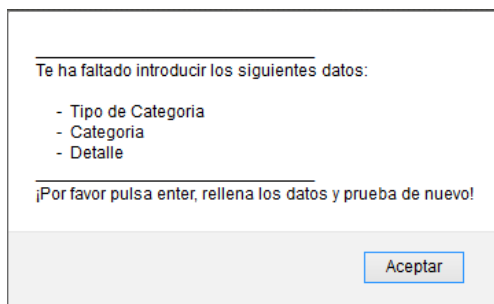


Figura 63. – Mensaje de Datos faltantes de Marca

Fuente: Manual de Usuario

Si se quiere crear una marca ya registrada, mostrará el siguiente mensaje:



Figura 64. – Mensaje de Marca ya existente

Fuente: Manual de Usuario

Si se crea una marca que no está registrado, mostrará el siguiente mensaje:

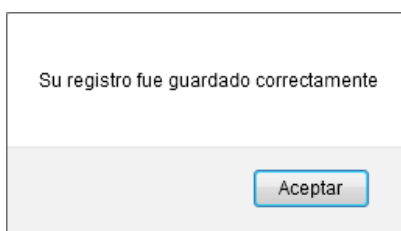


Figura 65. – Mensaje de Datos Guardados de Marca

Fuente: Manual de Usuario


Para editar o modificar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen . Presentará la siguiente pantalla:



Figura 66. – Pantalla de Modificación de Marca

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

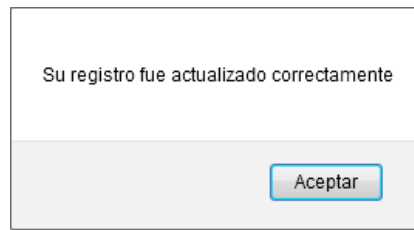


Figura 67. – Mensaje de Modificación de Marca

Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen



. Presentará el siguiente mensaje:

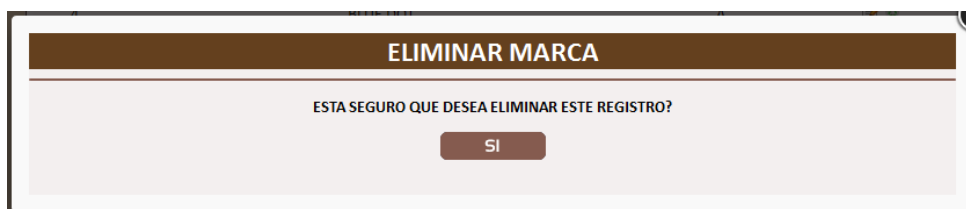


Figura 68. – Mensaje de Datos faltantes de Marca

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

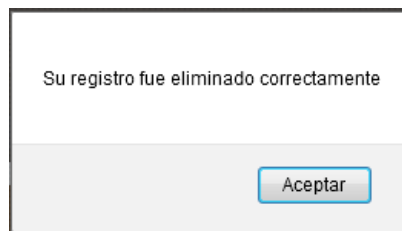



Figura 69. – Mensaje de Datos Eliminados de Marca

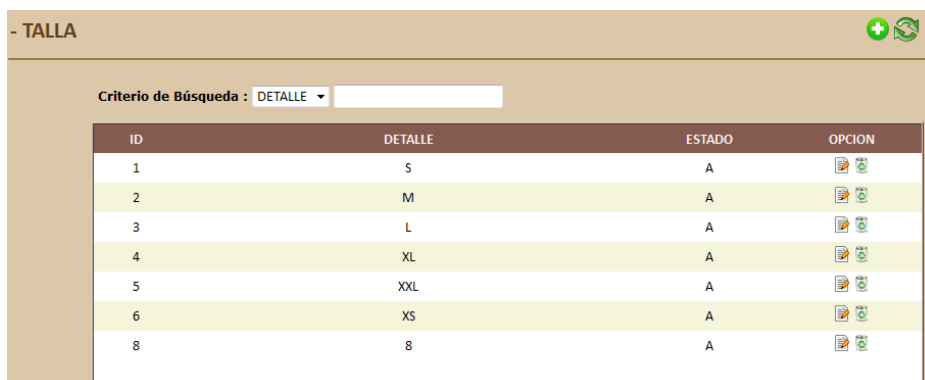
Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.2.8. Talla

Permitirá al administrador ingresar las tallas de los productos.


Ésta opción tiene filtros para buscar de manera más rápido el usuario deseado. Se puede filtrar por: Detalle.

A screenshot of a web application interface for managing sizes. At the top left, it says "- TALLA". On the top right, there are icons for adding (+) and refreshing (circular arrows). Below this is a search section with the text "Criterio de Búsqueda : DETALLE" and a dropdown menu. The main part of the screen is a table with the following data:

ID	DETALLE	ESTADO	OPCION
1	S	A	
2	M	A	
3	L	A	
4	XL	A	
5	XXL	A	
6	XS	A	
8	8	A	

Figura 70. – Pantalla de Consulta de Talla

Fuente: Manual de Usuario

Para crear una talla, se debe presionar el botón de Imagen . Se visualizará la siguiente pantalla:

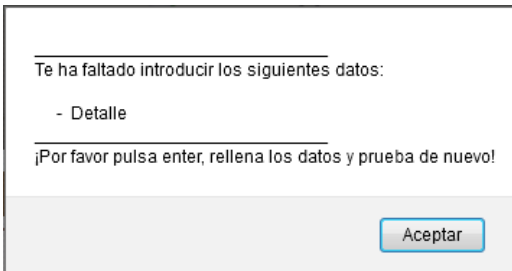


La imagen muestra una interfaz de usuario con un encabezado que dice "CREAR TALLA". Debajo del encabezado, hay un campo de texto etiquetado "DETALLE:" con un asterisco rojo a la derecha, indicando un campo obligatorio. Abajo de eso, hay un menú desplegable etiquetado "ESTADO:" con "Activo" seleccionado. En la parte inferior del formulario, hay un botón que dice "Aceptar".

Figura 71. – Pantalla de Creación de Talla

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:



El mensaje de alerta tiene un fondo gris claro y un borde. El texto dentro dice: "Te ha faltado introducir los siguientes datos:" seguido de una lista con un ítem "- Detalle". Debajo de eso, dice "¡Por favor pulsa enter, rellena los datos y prueba de nuevo!". En la parte inferior derecha del mensaje, hay un botón que dice "Aceptar".

Figura 72. – Mensaje de Datos faltantes de Marca

Fuente: Manual de Usuario

Si se quiere crear una talla ya registrada, mostrará el siguiente mensaje:



La imagen muestra un mensaje de error con un fondo rojo y texto blanco. El mensaje dice "CREAR TALLA" en la parte superior y "SU REGISTRO YA EXISTE" en la parte inferior.

Figura 73. – Mensaje de Talla ya existente

Fuente: Manual de Usuario

Si se crea una talla que no está registrado, mostrará el siguiente mensaje:

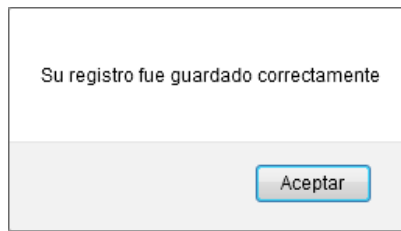


Figura 74. – Mensaje de Datos Guardados de Talla

Fuente: Manual de Usuario


Para editar o modificar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen . Presentará la siguiente pantalla:



Figura 75. – Pantalla de Modificación Talla

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

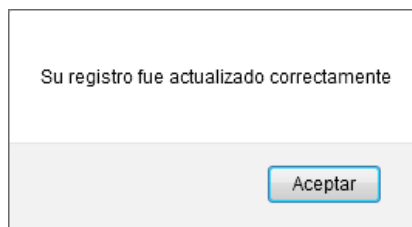


Figura 76. – Mensaje de Datos Modificados de Talla

Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen



. Presentará el siguiente mensaje:

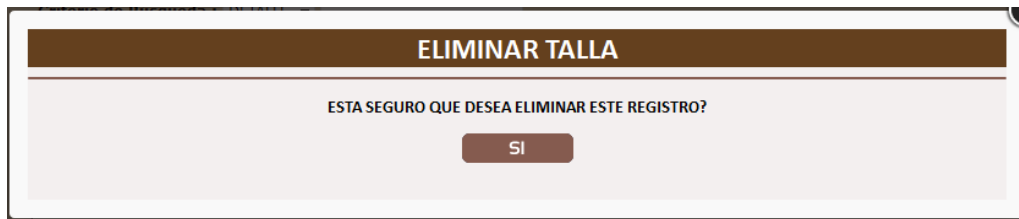


Figura 77. – Pantalla de Eliminación de Talla

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

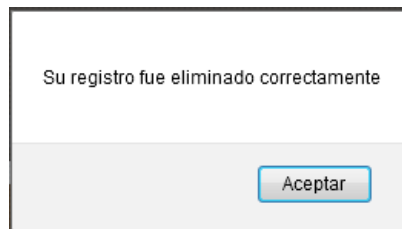



Figura 78. – Mensaje de Datos Eliminados de Talla

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.2.9. Color

Permitirá al administrador ingresar el color para los productos.

Ésta opción tiene filtros para buscar de manera más rápido el usuario deseado. Se puede filtrar por: Detalle.



ID	DETALLE	ESTADO	OPCION
1	AMARILLO	A	 
2	AZUL	A	 
3	ROJO	A	 
4	MAGENTA	A	 
5	BEIGE	A	 
7	GRIS	A	 

Figura 79. – Pantalla Consulta de Color

Fuente: Manual de Usuario


Para crear un color, se debe presionar el botón de Imagen . Se visualizará la siguiente pantalla:



Figura 80. – Pantalla de Creación de Color

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:

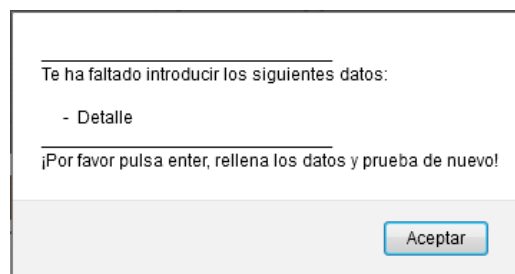


Figura 81. – Mensaje de Datos faltantes de Color

Fuente: Manual de Usuario

Si se quiere crear una talla ya registrada, mostrará el siguiente mensaje:



Figura 82. – Mensaje de Color ya existente

Fuente: Manual de Usuario

Si se crea un color que no está registrado, mostrará el siguiente mensaje:

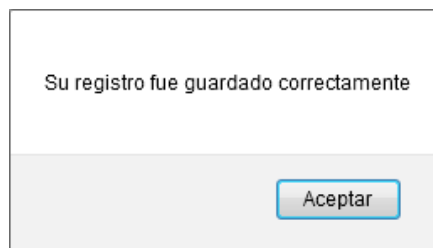


Figura 83. – Mensaje de Datos Guardados de Color

Fuente: Manual de Usuario


Para editar o modificar un registro debemos de dar clic sobre el botón de Imagen . Presentará la siguiente pantalla:



Figura 84. – Pantalla de Modificación de Color

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

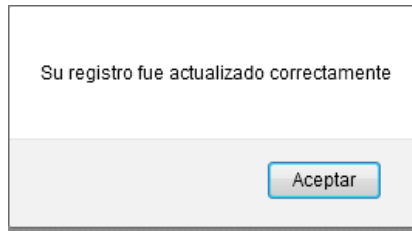


Figura 85. – Mensaje de Datos Modificados de Color

Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen



. Presentará el siguiente mensaje:

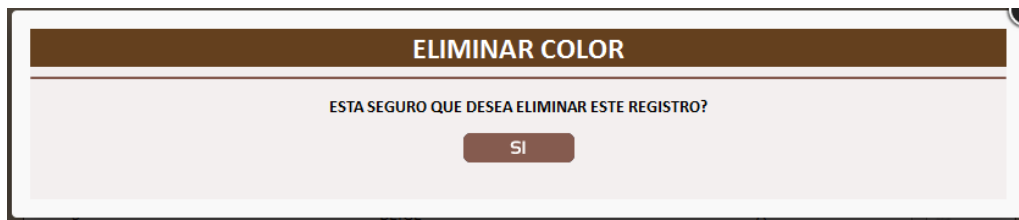


Figura 86. – Pantalla de Eliminación de Color

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

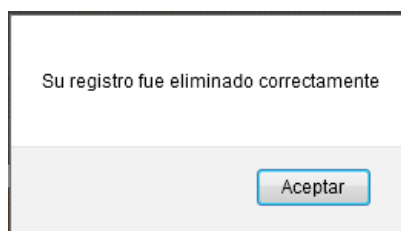



Figura 87. – Mensaje de Datos Eliminados de Color

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.2.10. Producto

Permitirá al administrador ingresar los productos que serán visibles para los clientes.

Ésta opción tiene filtros para buscar de manera más rápido el usuario deseado. Se puede filtrar por: Referencia, Nombre de Producto, Tipo, Categoría y Marca.



The screenshot shows a web interface titled '- PRODUCTO'. At the top right, there are icons for adding (+) and deleting (-) items. Below the title, there is a search section with 'Criterio de Búsqueda' set to 'REFERENCIA' and an empty search input field. The main content is a table with the following data:


REF.	NOMBRE DE PRODUCTO	IMAGEN	TIPO	CATEGORIA	MARCA	ESTADO	OPCION
vst_123456	VESTIDO DE FIESTA		DAMAS	VESTIDO	AMERICAN HAWK	A	 
chl_123456	CHALECO VESTIR PARA HOMBRE		CABALLEROS	CHALECO	CALVIN KLEIN	A	 
bfd_123456	BUFANDA PARA HOMBRE		CABALLEROS	BUFANDA	STYLE ME	A	 

Figura 88. – Pantalla de Consulta de Productos


Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic sobre cual imagen de producto, nos mostrará una ventanita con la referencia, nombre de producto y una descripción del mismo.



Figura 89. – Pantalla de visualización del Producto

Fuente: Manual de Usuario

Para crear un producto, se debe presionar el botón de imagen . Se visualizará la siguiente pantalla:



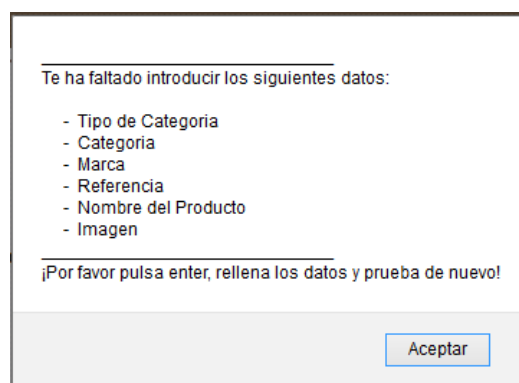
La pantalla 'CREAR PRODUCTO' contiene los siguientes campos:

- TIPO CATEGORIA : SELECCIONE *
- CATEGORIA : SELECCIONE *
- MARCA : SELECCIONE *
- REFERENCIA : *
- NOMBRE DE PRODUCTO : *
- DETALLE : (área de texto grande)
- IMAGEN : (campo de texto) Subir
- ESTADO : Activo
- Botón: Aceptar

Figura 90. – Pantalla de Creación de Producto

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:



Te ha faltado introducir los siguientes datos:

- Tipo de Categoría
- Categoría
- Marca
- Referencia
- Nombre del Producto
- Imagen

¡Por favor pulsa enter, rellena los datos y prueba de nuevo!

Botón: Aceptar

Figura 91. – Mensaje de Datos faltantes de Producto

Fuente: Manual de Usuario

Si se quiere crear un producto ya registrado, mostrará el siguiente mensaje:



Figura 92. – Mensaje de Producto ya existente

Fuente: Manual de Usuario

Si se crea un producto que no está registrado, mostrará el siguiente mensaje:

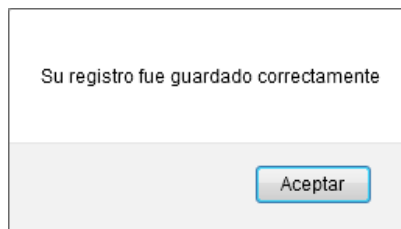


Figura 93. – Mensaje de Datos Guardado de Producto

Fuente: Manual de Usuario

Para modificar un producto damos clic en el botón imagen  .



Figura 94. – Pantalla de Modificación de Producto

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

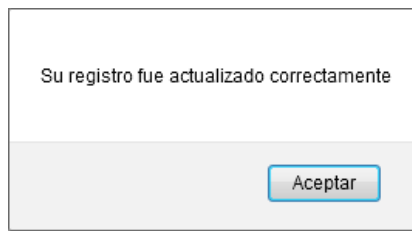



Figura 95. – Mensaje de Datos Modificados de Producto

Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un registro se da sobre el botón de imagen .

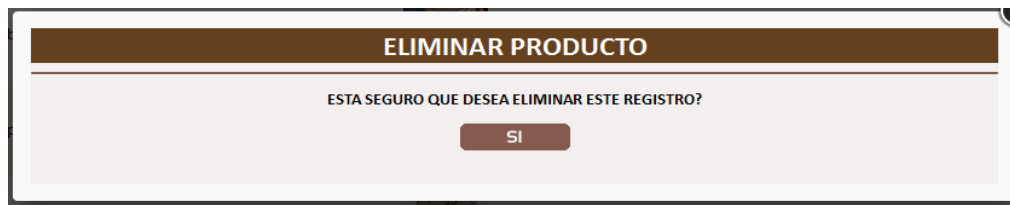


Figura 96. – Pantalla de Eliminación de Producto

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

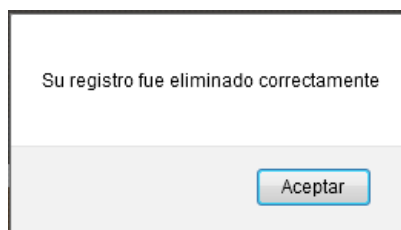



Figura 97. – Mensaje de Datos Eliminados de Producto

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.2.11. Producto-Precio-Color-Talla

Permitirá al administrador ingresar los productos que serán visibles para los clientes para realizar sus pedidos.

Esta opción tiene filtros para buscar de manera más rápida el usuario deseado. Se puede filtrar por: Referencia, Nombre de Producto, Tipo, Categoría y Marca.

- ASIGNAR A PRODUCTO PRECIO, TALLA, COLOR Y STOCK												
Criterio de Búsqueda : NOMBRE DEL PRODUCTO												
REF.	NOMBRE DE PRODUCTO	IMAGEN	TIPO	CATEGORIA	MARCA	COLOR	TALLA	STOCK	P.COSTO	PVP	ESTADO	OPCION
vst_123456	VESTIDO DE FIESTA		DAMAS	VESTIDO	AMERICAN HAWK	NEGRO	M	209	20.00	25.50	A	
chl_123456	CHALECO VESTIR PARA HOMBRE		CABALLEROS	CHALECO	CALVIN KLEIN	GRIS	L	247	10.00	15.50	A	
pnt_123456	PANTALÓN JEAN PARA HOMBRE		CABALLEROS	PANTALÓN JEAN	LEE	AZUL	S	500	25.00	35.00	A	
bmd_123457	BERMUDAS MC GREGOR PARA HOMBRE		CABALLEROS	BERMUDA	MC GREGOR	GRIS	M	146	9.50	11.00	A	

Figura 98. – Pantalla de Consulta de Producto Precio


Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic sobre cual imagen de producto, nos mostrará una ventanita con la referencia, nombre de producto y una descripción del mismo.



Figura 99. – Pantalla de visualización del Producto Precio

Fuente: Manual de Usuario

Para crear un producto, se debe presionar el botón de Imagen . Se visualizará la siguiente pantalla:



ASIGNAR PRODUCTO PRECIO

PRODUCTO : 

STOCK : *

PVP : *

P. COSTO : *

COLOR : Elija una Opcion *

TALLA : Elija una Opcion *

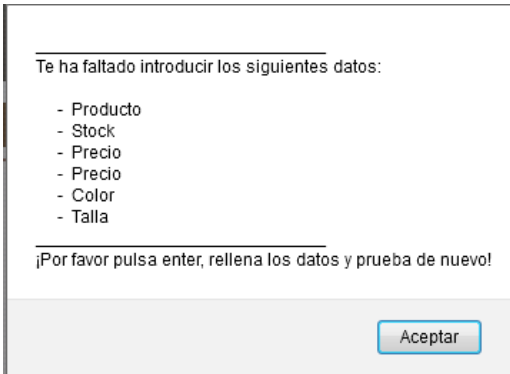
ESTADO : Activo

Aceptar

Figura 100. – Pantalla de Creación de Producto Precio

Fuente: Manual de Usuario

Si se presiona aceptar y no se ha ingresado los datos se muestra el siguiente mensaje de alerta:



Te ha faltado introducir los siguientes datos:


- Producto
- Stock
- Precio
- Precio
- Color
- Talla

¡Por favor pulsa enter, rellena los datos y prueba de nuevo!

Aceptar

Figura 101. – Mensaje de Datos faltantes de Producto Precio


Fuente: Manual de Usuario

Damos clic sobre el botón imagen  para poder visualizar los productos registrados. Tiene su filtro, el cual puede ser por: Referencia, Nombre de Producto, Tipo, Categoría y Marca.

REF.	NOMBRE DE PRODUCTO	IMAGEN	TIPO	CATEGORIA	MARCA	OPCION
vst_123456	VESTIDO DE FIESTA		DAMAS	VESTIDO	AMERICAN HAWK	+
ch_123456	CHALECO VESTIR PARA HOMBRE		CABALLEROS	CHALECO	CALVIN KLEIN	+

Figura 102. – Pantalla de Búsqueda de Productos

Fuente: Manual de Usuario

El botón imagen  permite agregar el producto para crear la asignación de producto precio.

Si se crea un producto que no está registrado, mostrará el siguiente mensaje:

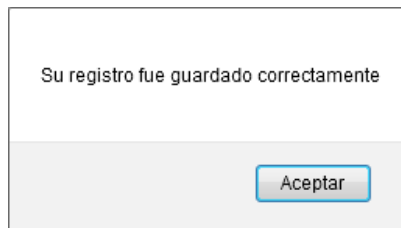



Figura 103. – Mensaje de Datos Guardados de Producto Precio

Fuente: Manual de Usuario

Para editar o modificar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen . Sólo se podrá modificar el stock, los precios, color, talla y estado. Presentará la siguiente pantalla:

MODIFICAR PRODUCTO PRECIO

PRODUCTO : Vestido de Fiesta

STOCK : 209

PVP : 25.5

P.COSTO : 20

COLOR : Negro

TALLA : M

ESTADO : Activo

Aceptar

Figura 104. – Pantalla de Modificación de Producto Precio

Fuente: Manual de Usuario

Damos clic en Aceptar y mostrará el siguiente mensaje:

Su registro fue actualizado correctamente

Aceptar

Figura 105. – Mensaje de Datos Modificados de Producto Precio

Fuente: Manual de Usuario

Para eliminar un registro debemos de dar clic sobre el botón de imagen



. Presentará el siguiente mensaje:

ELIMINAR PRODUCTO PRECIO

ESTA SEGURO QUE DESEA ELIMINAR ESTE REGISTRO?

SI

Figura 106. – Pantalla de Eliminación de Producto Precio

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en el Sí, se presentará el mensaje de alerta:

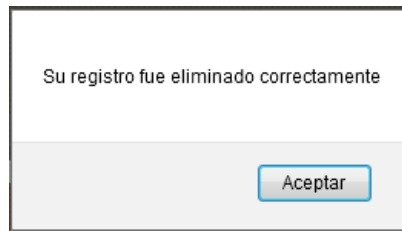



Figura 107. – Mensaje de Datos Eliminados de Producto Precio

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.2.12. Forma de Pago

En esta opción de forma de pago permitirá al administrador ingresar, modificar o eliminar las formas de pagos que estarán presentes en la Toma de Pedidos del lado del Cliente. Solo permitirá que estén 3 activas.




The screenshot shows a web interface titled "- FORMA DE PAGO". At the top, there is a search criterion dropdown set to "BANCO" and a search input field. To the right are a green plus icon and a refresh icon. Below is a table with the following data:

IMAGEN	BANCO	TIPO	# CUENTA	NOMBRE DE CUENTA	ESTADO	OPCION
	BANCO DEL PACIFICO	C	00452123251	CARLOS SANCHEZ OROZCO	A	 
	BANCO DE PICHINCHA	C	0054412541	IMPALCAM	A	 
	BANCO GUAYAQUIL	A	0023541254	IMPORTADORA IMPALCAM	A	 

Figura 108. – Pantalla de Consulta de Forma de Pago

Fuente: Manual de Usuario

Para crear una nueva forma de pago se deberá dar clic en el botón imagen . Presentará la siguiente pantalla:



La pantalla muestra un formulario con el título "CREAR FORMA DE PAGO". Los campos son:

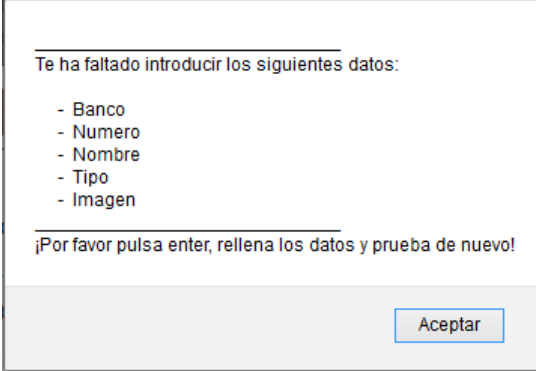
- BANCO : *
- #NUMERO DE CUENTA : *
- NOMBRE DE CUENTA :
- TIPO DE CUENTA : SELECCIONE *
- IMAGEN : Subir
- ESTADO : Activo

Hay un botón "Aceptar" al final del formulario.

Figura 109. – Pantalla de Crear Forma de Pago

Fuente: Manual de Usuario

Si no se digita ningún dato y se da clic en Aceptar, mostrará el siguiente mensaje:



Te ha faltado introducir los siguientes datos:

- Banco
- Numero
- Nombre
- Tipo
- Imagen

¡Por favor pulsa enter, rellena los datos y prueba de nuevo!

Hay un botón "Aceptar" al final del mensaje.

Figura 110. – Mensaje de Datos faltantes de Forma de Pago

Fuente: Manual de Usuario

Si se digita todos los datos y damos clic en Acepta, presentará el siguiente mensaje:

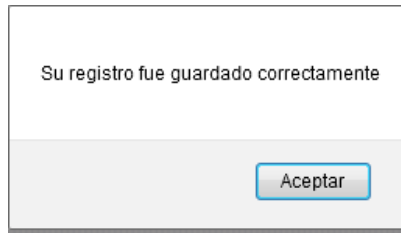


Figura 111. – Mensaje de Datos Guardados de Forma de Pago

Fuente: Manual de Usuario

Para modificar una forma de pago se debe dar clic en el botón imagen



. Se presentará la siguiente ventana:

A screenshot of a web application window titled "MODIFICAR FORMA DE PAGO". The form contains several fields: "BANCO" with the value "Banco Guayaquil", "#NUMERO DE CUENTA" with "0023541254", "NOMBRE DE CUENTA" with "Importadora IMPALCAM", and "TIPO DE CUENTA" with a dropdown menu showing "CUENTA DE AHORRO". There is an "IMAGEN" section with a circular logo and a file input field containing "bancoguayaquil.png" and a "Subir" button. The "ESTADO" field has a dropdown menu showing "Activo". At the bottom of the form is a brown "Aceptar" button.

Figura 112. – Pantalla de Modificación de Forma de Pago

Fuente: Manual de Usuario

Si damos clic en Aceptar, presentará el siguiente mensaje:

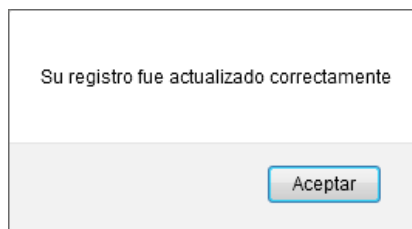



Figura 113. – Mensaje de Datos Modificados de Forma de Pago

Fuente: Manual de Usuario

Si se desea eliminar un registro de forma de pago se debe dar clic en el botón imagen , presentará la siguiente pantalla:

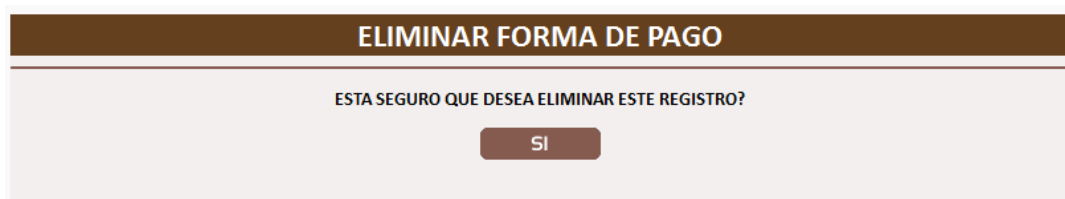


Figura 114. – Pantalla de Eliminación de Forma de Pago

Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en Sí, se presentará el siguiente mensaje:

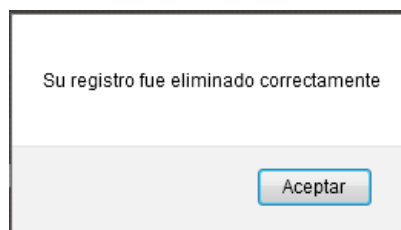



Figura 115. – Mensaje de Datos Eliminados de Forma de Pago

Fuente: Manual de Usuario

El botón de imagen  permite actualizar la pantalla en casi que se requiera.

3.2.1.3. Cliente

Esta opción le permitirá registrar Clientes para que puedan usar el sistema de pedidos del lado del cliente y hacer sus pedidos.

Tiene filtro que le ayudará hacer una búsqueda rápido de los mismos. Los cuales son: Cédula, Apellidos, Nombres.


- CLIENTE + ↻

Criterio de Búsqueda : CEDULA

CEDULA	APELLIDOS	NOMBRES	EMAIL	TELEFONO	SEXO	ESTADO	OPCION
0856954123	ALMENDARIZ DE LA V	ELENA CATERINA	ECADLV@HOTMAIL.COM	0985632459	F	A	
9999999999	ASPIAZU HERNANDEZ	MARCOS RAFAEL	MARCOSASPIAZU@HOTMAIL.COM	9999999999	M	I	
0930464771	BAUTISTA VALENCIA	WILSON XAVIER	XAVIERBAUTISTAVALENCIA@GMAIL.COM	0990141646	M	A	
1234567895	MOREIRA	JESSICA	JKATHMOR@YAHOO.ES	2148798798	F	A	
0905451506	OROZCO OCAÑA	CARMEN PIEDAD	OCARMEN14@GMAIL.COM	042973240	F	I	
0920846623	PIGUAVE	PEPE LEO	LVILLALVA@OUTLOOK.COM	2711025	M	A	
0900941089	SÁNCHEZ HERNANDEZ	CARLOS EFRAIN	CARLOS_14M89@HOTMAIL.COM	042973240	M	I	
0925003527	SÁNCHEZ OROZCO	CARLOS ALFREDO	CARLOS14M89@GMAIL.COM	0993676280	M	A	
0925003501	SÁNCHEZ OROZCO	ROXANA DEL CARMEN	ROXANA_JA7@HOTMAIL	042970226	F	A	

Figura 116. – Pantalla de Consulta de Clientes

Fuente: Manual de Usuario

Para crear un nuevo Cliente, debemos dar clic en el botón . Presentará la siguiente pantalla:

CLIENTE

Cedula : *

Nombres : *

Apellidos : *

Email : *

Direccion :

Provincia : SELECCIONE *

Ciudad : *

Telefono : *

Sexo : SELECCIONE

Estado : Activo

Figura 117. – Pantalla de Crear Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Si se da clic en Aceptar sin haber digitado ni seleccionado alguna opción, presentará el siguiente mensaje:

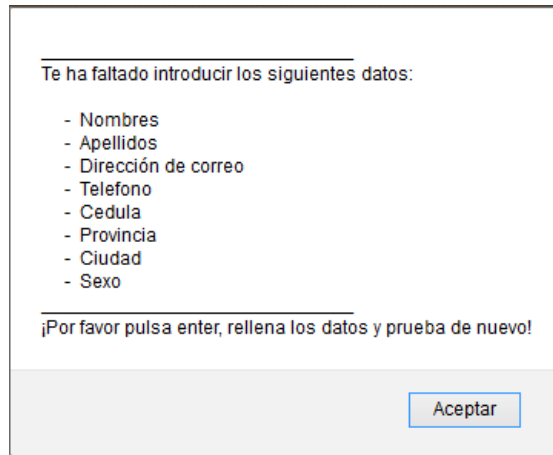



Figura 118. – Mensaje de Datos faltantes de Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Para modificar un Cliente, debemos dar clic en el botón imagen . Presentará la siguiente pantalla:

A screenshot of a web application form titled "MODIFICAR CLIENTE". The form contains several input fields and dropdown menus, each with a red asterisk indicating a required field. The fields are: "Cedula" (0925003527), "Nombres" (Carlos Alfredo), "Apellidos" (Sánchez Orozco), "Email" (carlos14m89@gmail.com), "Direccion" (Javier Romero y Juan Pío Montúfar), "Provincia" (GUAYAS), "Ciudad" (MILAGRO), "Telefono" (0993676280), "Sexo" (MASCULINO), and "Estado" (Activo). A brown "Aceptar" button is located at the bottom center.

Figura 119. – Pantalla de Modificar Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Si se da clic en el botón Aceptar, presentará el siguiente mensaje:

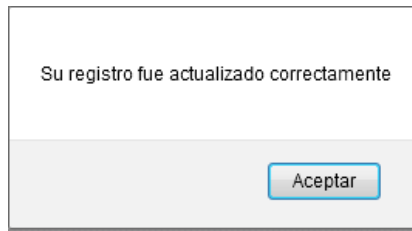



Figura 120. – Mensaje de Datos Modificados de Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Si se dese eliminar un Cliente, debemos de dar clic en el botón . Presentará la siguiente pantalla:

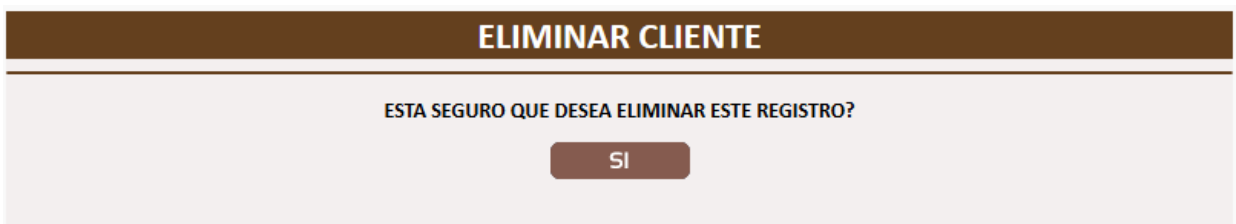


Figura 121. – Pantalla de Eliminación de Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en Sí, presentará el siguiente mensaje:

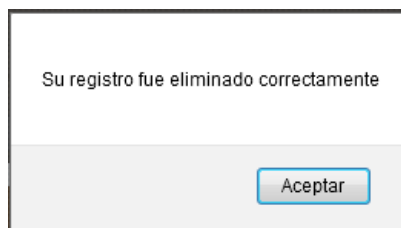


Figura 122. – Mensaje de Datos Eliminados de Cliente

Fuente: Manual de Usuario

3.2.1.4. Pedidos

Esta opción de menú permitirá al usuario encargado de despachar la mercadería del pedido dependiendo al Estado en que se encuentre.

Cuando un Cliente realiza su pedido y lo confirma, en el sistema le aparecerá en estado Confirmado el pedido.

Cuando el Cliente vaya a retirar su pedido una vez ya pagado el mismo deberá el Cliente acerca a la persona encargada de confirmar el pago para que confirme el pago del mismo, y en el sistema aparecerá en estado Pagado.

Cuando ya se haya confirmado el pago mismo, en el sistema ya se podrá proceder a la entrega del mismo.

Tiene filtros que le ayudarán a saber con mayor facilidad los pedidos realizados. Son: # Orden, Fecha y Estado.

- PEDIDOS

ORDEN :

FECHA : A

ESTADO : CONFIRMADO

Buscar

# ORDEN	CEDULA	CLIENTE	FECHA	TOTAL	ESTADO	OPCION
---------	--------	---------	-------	-------	--------	--------

Figura 123. – Pantalla de Consulta de Pedidos

Fuente: Manual de Usuario

Si seleccionó la búsqueda por # Orden no se digitó ningún número de orden y se da clic en el botón Buscar. Mostrará el siguiente mensaje:

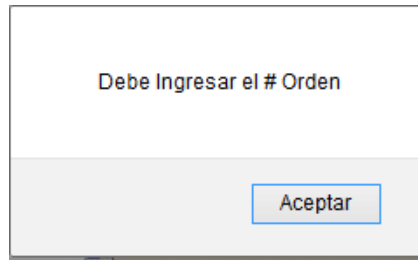


Figura 124. – Mensaje de Dato faltante de # Orden

Fuente: Manual de Usuario

Si seleccionó la búsqueda por Fecha no seleccionó el rango de fechas y se da clic en el botón Buscar. Mostrará el siguiente mensaje:

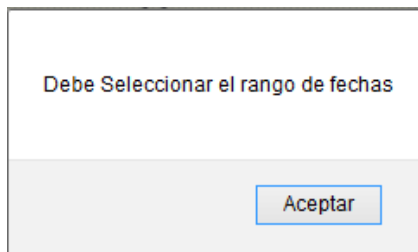


Figura 125. – Mensaje de Dato faltante de Fecha

Fuente: Manual de Usuario

Si seleccionó la búsqueda por Estado y no seleccionó el valor correspondiente y se da clic en el botón Buscar. Mostrará el siguiente mensaje:

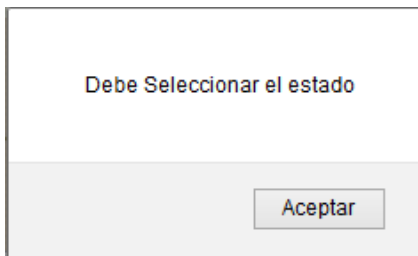


Figura 126. – Mensaje de Dato faltante de Estado

Fuente: Manual de Usuario

Si buscamos los pedidos por el Estado, mostrará las consultas dependiendo al estado seleccionado.

Confirmado




The screenshot shows a search interface for orders. It includes input fields for '# ORDEN', 'FECHA', and a dropdown for 'ESTADO' (set to 'CONFIRMADO'). A 'Buscar' button is present. Below is a table with columns: # ORDEN, CEDULA, CLIENTE, FECHA, TOTAL, ESTADO, and OPCION.


# ORDEN	CEDULA	CLIENTE	FECHA	TOTAL	ESTADO	OPCION
49	0925003527	SÁNCHEZ OROZCO CARLOS ALFREDO	2015-04-19	302.40	CONFIRMADO	✓ 🔍 🗑️
52	0920846623	PIGUAVE PEPE LEO	2015-04-19	22.96	CONFIRMADO	✓ 🔍 🗑️
59	0930464771	BAUTISTA VALENCIA WILSON XAVIER	2015-04-20	184.80	CONFIRMADO	✓ 🔍 🗑️

Figura 127. – Pantalla de Consulta por Estado Confirmado

Fuente: Manual de Usuario

En este estado, le permitirá realizar 3 acciones:

- ❖ El botón  , le permitirá confirmar el pago del pedido.
- ❖ El botón  , le permitirá visualizar el pedido.
- ❖ El botón  , le permitirá anular el pedido.

Si se da clic en la opción  de cualquier pedido, mostrará la siguiente pantalla.

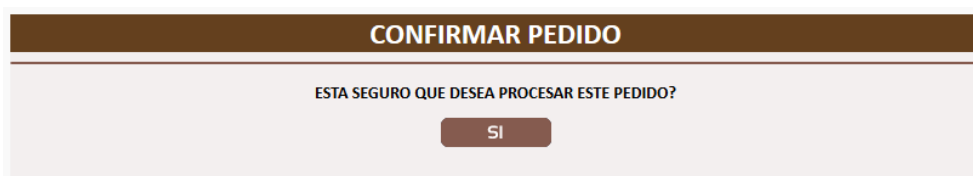


Figura 128. – Pantalla de Confirmación de Pago del Pedido


Fuente: Manual de Usuario

Si se da clic en el botón Sí, mostrará la siguiente pantalla:



Figura 129. – Mensaje de Confirmación del Pago del Pedido

Fuente: Manual de Usuario

Si se da clic en la opción  de cualquier pedido, mostrará la siguiente pantalla:

DATOS DEL CLIENTE

Cedula : 0925003527
 Cliente : CARLOS ALFREDO SÁNCHEZ OROZCO
 Fecha : 2015-04-26 03:30:15


PEDIDO
49

DETALLE DE PRODUCTO

Ref.	Producto	Marca	Color	Talla	Cantidad	V. Unitario	Subtotal
chl_123456	CHALECO VESTIR PARA HOMBRE - CABALLEROS - CHALECO	CALVIN KLEIN	GRIS	L	3	15.50	46.50
bmd_123457	BERMUDAS MC GREGOR PARA HOMBRE - CABALLEROS - BERMUDA	MC GREGOR	GRIS	M	5	11.00	55.00
vst_123456	VESTIDO DE FIESTA - DAMAS - VESTIDO	AMERICAN HAWK	NEGRO	M	5	25.50	127.50
bmd_123456	BERMUDA AIGLE PARA HOMBRE - CABALLEROS - BERMUDA	AIGLE	CAFE	M	4	10.25	41.00
Subtotal :							270.00
Iva 12% :							32.40
Total :							302.40

Figura 130. – Pantalla de Visualización del Pedido Confirmado

Fuente: Manual de Usuario

Si se da clic en la opción  de cualquier pedido, mostrará la siguiente pantalla.

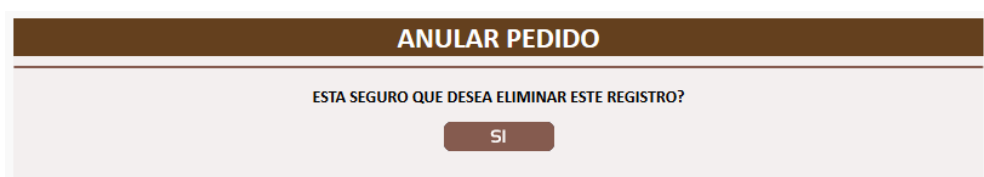


Figura 131. – Pantalla de Anulación del Pedido Confirmado

Fuente: Manual de Usuario

Si se da clic en el botón Si, mostrará el siguiente mensaje:

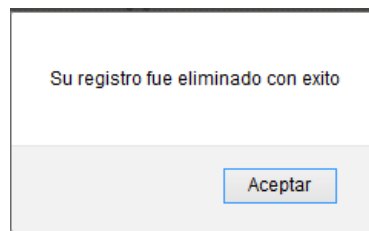


Figura 132. – Pantalla de Anulación del Pedido Confirmado

Fuente: Manual de Usuario



Pagado



Figura 133. – Pantalla de Consulta por Estado Pagado

Fuente: Manual de Usuario

En este estado, le permitirá realizar 1 acción:

- ❖ El botón , le permitirá visualizar el pedido. Si se da clic en la opción  de cualquier pedido, mostrará la siguiente pantalla:

Aquí en esta visualización ya podremos entregar el pedido.

DATOS DEL CLIENTE

Cedula : 0925003527

Cliente : CARLOS ALFREDO SÁNCHEZ OROZCO

Fecha : 2015-04-26 03:45:10

PEDIDO

49

DETALLE DE PRODUCTO

Ref.	Producto	Marca	Color	Talla	Cantidad	V. Unitario	Subtotal
chl_123456	CHALECO VESTIR PARA HOMBRE - CABALLEROS - CHALECO	CALVIN KLEIN	GRIS	L	3	15.50	46.50
bmd_123457	BERMUDAS MC GREGOR PARA HOMBRE - CABALLEROS - BERMUDA	MC GREGOR	GRIS	M	5	11.00	55.00
vst_123456	VESTIDO DE FIESTA - DAMAS - VESTIDO	AMERICAN HAWK	NEGRO	M	5	25.50	127.50
bmd_123456	BERMUDA AIGLE PARA HOMBRE - CABALLEROS - BERMUDA	AIGLE	CAFE	M	4	10.25	41.00

Subtotal : 270.00

Iva 12% : 32.40

Total : 302.40

Entregar Pedido

Figura 134. – Pantalla de Consulta para entrega del Pedido

Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en el botón Entregar Pedido, mostrará el siguiente mensaje:

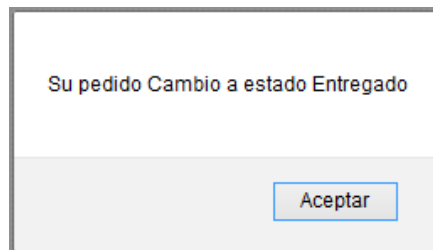


Figura 135. – Mensaje de Entrega del Pedido exitoso

Fuente: Manual de Usuario

Entregado

- PEDIDOS

ORDEN :
 FECHA : A
 ESTADO : ENTREGADO Buscar

# ORDEN	CEDULA	CLIENTE	FECHA	TOTAL	ESTADO	OPCION
35	0920846623	PIGUAVE PEPE LEO	2015-04-19	28.56	ENTREGADO	
49	0925003527	SÁNCHEZ OROZCO CARLOS ALFREDO	2015-04-19	302.40	ENTREGADO	
53	0925003527	SÁNCHEZ OROZCO CARLOS ALFREDO	2015-04-19	682.08	ENTREGADO	
54	0925003527	SÁNCHEZ OROZCO CARLOS ALFREDO	2015-04-19	909.44	ENTREGADO	
57	0925003527	SÁNCHEZ OROZCO CARLOS ALFREDO	2015-04-20	57.40	ENTREGADO	

Figura 136. – Pantalla de Consulta por Estado Entregado

Fuente: Manual de Usuario

En este estado, le permitirá realizar 1 acción:

- ❖ El botón , le permitirá visualizar el pedido. Si se da clic en la opción de cualquier pedido, mostrará la siguiente pantalla:

DATOS DEL CLIENTE							
Cedula : 0925003527							# PEDIDO 49
Cliente : CARLOS ALFREDO SÁNCHEZ OROZCO							
Fecha : 2015-04-26 03:55:08							
DETALLE DE PRODUCTO							
Ref.	Producto	Marca	Color	Talla	Cantidad	V. Unitario	Subtotal
chl_123456	CHALECO VESTIR PARA HOMBRE - CABALLEROS - CHALECO	CALVIN KLEIN	GRIS	L	3	15.50	46.50
bmd_123457	BERMUDAS MC GREGOR PARA HOMBRE - CABALLEROS - BERMUDA	MC GREGOR	GRIS	M	5	11.00	55.00
vst_123456	VESTIDO DE FIESTA - DAMAS - VESTIDO	AMERICAN HAWK	NEGRO	M	5	25.50	127.50
bmd_123456	BERMUDA AIGLE PARA HOMBRE - CABALLEROS - BERMUDA	AIGLE	CAFE	M	4	10.25	41.00
Subtotal :							270.00
Iva 12% :							32.40
Total :							302.40

Figura 137. – Pantalla de Visualización del Pedido Entregado

Fuente: Manual de Usuario

Anulado

- PEDIDOS

ORDEN :
 FECHA : A
 ESTADO : ANULADO Buscar

# ORDEN	CEDULA	CLIENTE	FECHA	TOTAL	ESTADO	OPCION
34	0925003527	SÁNCHEZ OROZCO CARLOS ALFREDO	2015-04-14	167.16	ANULADO	
39	0925003527	SÁNCHEZ OROZCO CARLOS ALFREDO	2015-04-19	143.64	ANULADO	
40	0920846623	PIGUAVE PEPE LEO	2015-04-19	23.80	ANULADO	
41	0920846623	PIGUAVE PEPE LEO	2015-04-19	23.80	ANULADO	
42	0920846623	PIGUAVE PEPE LEO	2015-04-19	11.48	ANULADO	

Figura 138. – Pantalla de Consulta por Estado Anulado

Fuente: Manual de Usuario

En este estado, le permitirá realizar 1 acción:

- ❖ El botón , le permitirá visualizar el pedido. Si se da clic en la opción de cualquier pedido, mostrará la siguiente pantalla:

DATOS DEL CLIENTE							
Cedula : 0925003527							# PEDIDO 34
Cliente : CARLOS ALFREDO SÁNCHEZ OROZCO							
Fecha : 2015-04-26 03:58:46							
DETALLE DE PRODUCTO							
Ref.	Producto	Marca	Color	Talla	Cantidad	V. Unitario	Subtotal
vst_123456	VESTIDO DE FIESTA - DAMAS - VESTIDO	AMERICAN HAWK	AZUL	M	5	23.25	116.25
bmd_123457	BERMUDAS MC GREGOR PARA HOMBRE - CABALLEROS - BERMUDA	MC GREGOR	GRIS	M	3	11.00	33.00
Subtotal :							149.25
Iva 12% :							17.91
Total :							167.16

Figura 139. – Pantalla de Visualización del Pedido Anulado

Fuente: Manual de Usuario


3.2.1.5 Comprobantes de Pago

Permite visualizar para tener constancia los pagos que los Clientes hayan realizado de los pedidos. Podrá filtrar por: # documento de la transacción o un rango de fechas.

- COMPROBANTES DE PAGO

DOCUMENTO :
 FECHA : A

# DOCUMENTO	# ORDEN	# CUENTA	NOMBRE CUENTA	FECHA	VALOR	OPC.
1234567890	1	0045125215	IMPALCAM	2015-06-29 21:24:20	180.00	
1234567891	1	0045125215	IMPALCAM	2015-06-29 21:29:29	100.00	

El botón  le permitirá visualizar el comprobante de pagó en imagen.

3.2.1.6. Reportes

3.2.1.6.1. Pedidos

Esta opción del menú de Reportes permitirá ver los pedidos que los Clientes hayan realizado ya sea por rango de fechas o por estado.

- REPORTE DE PEDIDOS


FECHA : A
 ESTADO :  

# ORDEN	CEDULA	CLIENTES	FECHA	TOTAL	ESTADO

© Copyright 2015 UNEMI. Todos los derechos reservados

Figura 140. – Pantalla de Visualización para los Reportes de Pedidos

Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en el botón  , visualizaremos en la tabla la data correspondiente al filtro que se eligió.

Esta opción tiene 2 opciones para exportar:

- ❖ Si se quiere visualizar la data en formato Excel, daremos clic en el

botón  para ser exportada.



#ORDEN	CEDULA	CLIENTE	FECHA	TOTAL	ESTADO
1	'0925003527	Carlos Alfredo Sanchez Orozco	2015-03-11 10:16:30	196	Entregado
2	'0900941089	Carlos Efrain Sanchez Hernandez	2015-03-12 13:34:58	129,64	Confirmado
3	'0905451506	Carmen Piedad Orozco Ocana	2015-03-12 15:23:45	39,2	Pagado
4	'0927420041	Fernanda Patricia Robayo Rodriguez	2015-03-24 17:43:20	88,2	Confirmado
5	'0925003501	Roxana del Carmen Sanchez Orozco	2015-04-01 09:45:18	35,28	Anulado

Figura 141. – Reporte de Pedidos en formato Excel

Fuente: Manual de Usuario



#ORDEN	CEDULA	CLIENTE	FECHA	TOTAL	ESTADO
1	0925003527	Carlos Alfredo Sanchez Orozco	2015-03-11 10:16:30	196.00	ENTREGADO
2	0900941089	Carlos Efrain Sanchez Hernandez	2015-03-12 13:34:58	129.64	CONFIRMADO
3	0905451506	Carmen Piedad Orozco Ocana	2015-03-12 15:23:45	39.20	PAGADO
4	0927420041	Fernanda Patricia Robayo Rodriguez	2015-03-24 17:43:20	88.20	CONFIRMADO
5	0925003501	Roxana del Carmen Sanchez Orozco	2015-04-01 09:45:18	35.28	ANULADO

- ❖ Si se quiere visualizar la data en formato PDF, daremos clic en el


botón  para ser exportada.

Figura 142. – Reporte de Pedidos en formato PDF

Fuente: Manual de Usuario

3.2.1.6.2. Clientes

Esta opción del menú de Reportes permitirá ver los Clientes registrados en la Importadora y pueden filtrarse por estado.


- REPORTE DE CLIENTES

Criterio de Búsqueda : CIUDAD  

CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	E-MAIL	TELEFONO	CIUDAD	SEXO	ESTADO
0925003527	SANCHEZ OROZCO CARLOS ALFREDO	CARLOS14M89@GMAIL.COM	0993676280	MILAGRO	M	A
0905451506	OROZCO OCANA CARMEN PIEDAD	OCARMEN14@GMAIL.COM	042973240	MILAGRO	F	A
0925003501	SANCHEZ OROZCO ROXANA DEL CARMEN	ROXANA_JA7@HOTMAIL.COM	042970226	DURAN	F	A
0900941089	SANCHEZ HERNANDEZ CARLOS EFRAIN	CARLOS_14M89@HOTMAIL.COM	042973240	MILAGRO	M	A
0927420041	ROBAYO RODRIGUEZ FERNANDA PATRICIA	FEROBA1989@HOTMAIL.COM	0994712254	NARANJITO	F	A
0920412215	MOREIRA ANGULO JESSICA KATHERINE	JKATHMOR@YAHOO.COM	022726445	SANTO DOMINGO DE LOS COLODAROS	F	A
0923412002	ANDALUZ JIMENEZ MARIO	MARIOJIMENEZ@HOTMAIL.COM	042600452	GUAYAQUIL	M	A


Figura 143. – Pantalla de Visualización para los Reportes de Clientes

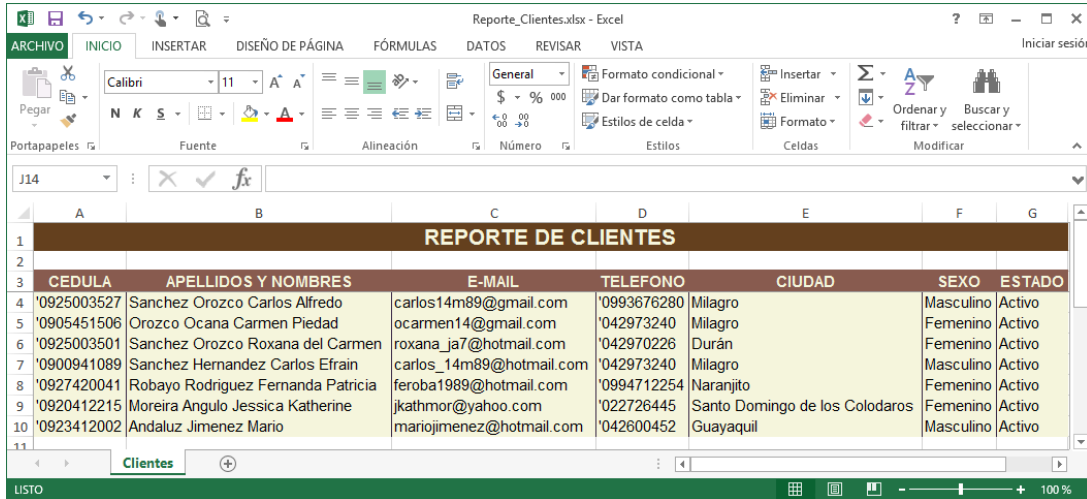
Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en el botón , visualizaremos en la tabla la data correspondiente al filtro que se eligió.

Esta opción tiene 2 opciones para exportar:

- ❖ Si se quiere visualizar la data en formato Excel, daremos clic en el

botón  para ser exportada.




CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	E-MAIL	TELEFONO	CIUDAD	SEXO	ESTADO
'0925003527	Sanchez Orozco Carlos Alfredo	carlos14m89@gmail.com	'0993676280	Milagro	Masculino	Activo
'0905451506	Orozco Ocana Carmen Piedad	ocarmen14@gmail.com	'042973240	Milagro	Femenino	Activo
'0925003501	Sanchez Orozco Roxana del Carmen	roxana_ja7@hotmail.com	'042970226	Durán	Femenino	Activo
'0900941089	Sanchez Hernandez Carlos Efrain	carlos_14m89@hotmail.com	'042973240	Milagro	Masculino	Activo
'0927420041	Robayo Rodriguez Fernanda Patricia	feroba1989@hotmail.com	'0994712254	Naranjito	Femenino	Activo
'0920412215	Moreira Angulo Jessica Katherine	jkathmor@yahoo.com	'022726445	Santo Domingo de los Colodaros	Femenino	Activo
'0923412002	Andaluz Jimenez Mario	mariojimenez@hotmail.com	'042600452	Guayaquil	Masculino	Activo

Figura 144. – Reporte de Clientes en formato Excel

Fuente: Manual de Usuario

- ❖ Si se quiere visualizar la data en formato PDF, daremos clic en el

botón  para ser exportada.



CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	E-MAIL	TELEF.	CIUDAD	ESTAD O
0923412002	Andaluz Jimenez Mario	mariojimenez@hotmail.com	042600452	Guayaquil	Activo
0920412215	Moreira Angulo Jessica Katheri	jkathmor@yahoo.com	022726445	Santo Domingo	Activo
0905451506	Orozco Ocana Carmen Piedad	ocarmen14@gmail.com	042973240	Milagro	Activo
0927420041	Robayo Rodriguez Fernanda Patr	feroba1989@hotmail.com	0994712254	Naranjito	Activo
0900941089	Sanchez Hernandez Carlos Efrai	carlos_14m89@hotmail.com	042973240	Milagro	Activo
0925003527	Sanchez Orozco Carlos Alfredo	carlos14m89@gmail.com	0993676280	Milagro	Activo
0925003501	Sanchez Orozco Roxana del Carm	roxana_ja7@hotmail.com	042970226	Duran	Activo

Figura 145. – Reporte de Clientes en formato PDF

Fuente: Manual de Usuario

3.2.1.6.3. Productos

Esta opción del menú de Reportes permitirá ver los Productos registrados en la Importadora y pueden filtrarse por estado.

- REPORTE DE PRODUCTOS


Criterio de Búsqueda : REFERENCIA




REF.	NOMBRE DE PRODUCTO	TIPO	CATEGORIA	MARCA	COLOR	TALLA	STOCK	P.COSTO	PVP	ESTADO
1234567801	PANTALONETAS AMERICAN HOOSTER	CABALLEROS	PANTALONETAS	AMERICAN HOOSTER	NEGRO	S	150	10.00	15.25	A
1234567890	VESTIDO BELINDA	DAMAS	VESTIDOS	BELINDA	NEGRO	S	100	25.00	35.00	A
1234567890	VESTIDO BELINDA	DAMAS	VESTIDOS	BELINDA	AZUL	S	100	25.00	35.00	A
1234567890	VESTIDO BELINDA	DAMAS	VESTIDOS	BELINDA	NEGRO	M	100	25.00	35.00	A

Figura 146. – Pantalla de Visualización para los Reportes de Productos

Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en el botón , visualizaremos en la tabla la data correspondiente al filtro que se eligió.

Esta opción tiene 2 opciones para exportar:

- ❖ Si se quiere visualizar la data en formato Excel, daremos clic en el

botón  para ser exportada.




Figura 147. – Reporte de Productos en formato Excel

Fuente: Manual de Usuario

- ❖ Si se quiere visualizar la data en formato PDF, daremos clic en

el botón  para ser exportada.



The screenshot shows a PDF viewer interface. At the top, there is a header for 'El Palacio de las Camisas' with the tagline 'Vestimos a los Ecuatorianos con Exigencia'. Below this is a section titled 'REPORTE DE PRODUCTOS'. The main content is a table with the following data:

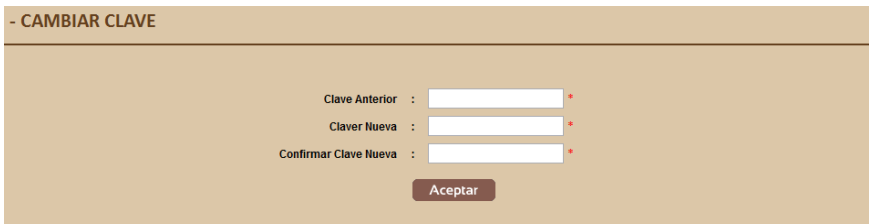
REF	PRODUCTO	T. CAT.	CATEGORIA	MARCA	COLOR	TALL	CANT	P.C.	PVP
1234567801	Pantalones American Hooster	Caballeros	Pantalones	American Hooster	Negro	S	150	10.00	15.25
1234567890	Vestido Belinda	Damas	Vestidos	Belinda	Negro	M	100	25.00	35.00
1234567890	Vestido Belinda	Damas	Vestidos	Belinda	Negro	S	100	25.00	35.00
1234567890	Vestido Belinda	Damas	Vestidos	Belinda	Azul	S	100	25.00	35.00

Figura 148. – Reporte de Productos en formato PDF

Fuente: Manual de Usuario

3.2.1.6. Cambiar Clave

Al dar clic sobre esta opción, al usuario le permitirá cambiar su clave para el ingreso al sistema.



The screenshot shows a form titled '- CAMBIAR CLAVE'. It contains three input fields with red asterisks indicating required fields:

- Clave Anterior :
- Clave Nueva :
- Confirmar Clave Nueva :

Below the input fields is an 'Aceptar' button.

Figura 149. – Pantalla de Cambiar Clave

Fuente: Manual de Usuario

Donde el usuario deberá de digitar su clave anterior, digitar su nueva clave y confirmar su nueva clave.

Si el usuario no digita ninguna clave y da clic en Aceptar, se mostrará el siguiente mensaje:

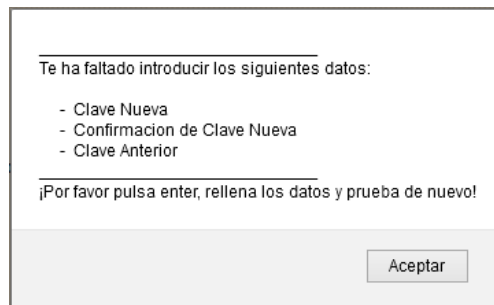


Figura 150. – Mensaje de Datos faltantes de Cambiar Clave

Fuente: Manual de Usuario

Si digita la confirmación de la clave erróneamente, visualizará el siguiente mensaje:

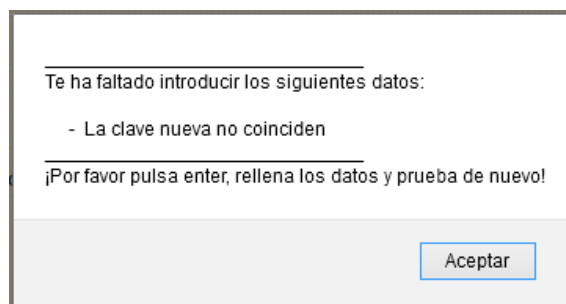


Figura 151. – Mensaje de Validación de claves distintas

Fuente: Manual de Usuario

Si digita las claves correctas, mostrará el siguiente mensaje:

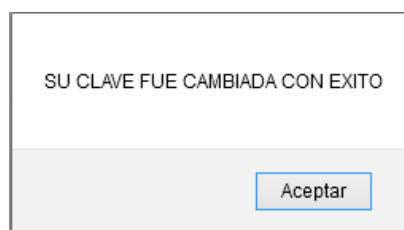


Figura 152. – Mensaje de Clave cambiada con éxito

Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en Aceptar, automáticamente se finalizará la sesión y se redireccionará a la pantalla de inicio de sesión del sistema Administrador.

3.2.1.7. Salir

Al dar en Salir, cerrará la sesión que el usuario mantiene activa y se redireccionará a la pantalla de inicio de sesión del sistema Administrador.

4. CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA CLIENTE

4.1. Introducción

El Sistema de Gestión para la comercialización de prendas de vestir a ejecutarse consta con las opciones necesarias para el cliente, el cual se ha desarrollado bajo los estándares necesarios para un futuro mantenimiento.

4.2. Beneficios

Al usar este sistema principalmente se refleja la satisfacción y facilidad del correcto manejo que tendrá el cliente para realizar sus pedidos. Los beneficios son:

- ❖ Visualizar los productos que la Importadora ofrece.
- ❖ Registrarse en el sistema para formar parte de clientes de la Importadora.
- ❖ Permitir tomar pedidos a la hora que se desee.
- ❖ Visualizar los pedidos que se han realizado.

5. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA CLIENTE

El Sistema de Gestión para la comercialización de prendas de vestir tiene por objetivo dar a conocer a los clientes los productos que la Importadora ofrece, así como poder registrar a los clientes en el sistema para que puedan realizar sus pedidos a cualquier hora del día.

Para poder acceder al sistema se deberá digitar en la barra de navegación la siguiente URL, donde el cliente va a poder visualizar la página principal del sistema.



Figura 153. – Pantalla Principal de Catálogo de Productos de la Importadora

Fuente: Manual de Usuario

En esta pantalla, el Cliente podrá visualizar el Catálogo de Productos que le ofrece la Importadora, el cual también le permitirá ir al Sitio Web para realizar la

toma de pedido, haciendo clic donde dice **HACER PEDIDO**. Lo redireccionará a la pantalla de inicio de sesión del Sistema Cliente.

5.1. Inicio de Sesión del Sistema Cliente

Para ingresar al sistema se deberá digitar el usuario (correo electrónico) y la clave correspondiente.



Figura 154. – Pantalla de Inicio de Sesión del Sistema Cliente
Fuente: Manual de Usuario

Si no digita el usuario y clave correspondiente le mostraré el siguiente mensaje:

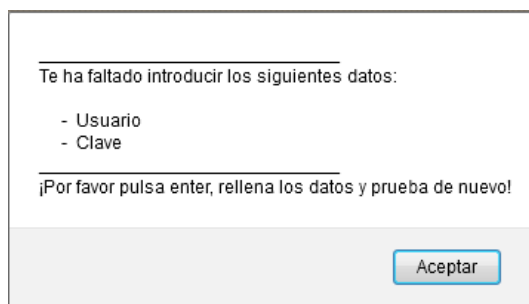


Figura 155. – Datos faltantes de Inicio de Sesión del Sistema
Fuente: Manual de Usuario

En caso que ingrese el usuario y/o la clave incorrectos se presentara el siguiente mensaje de error.

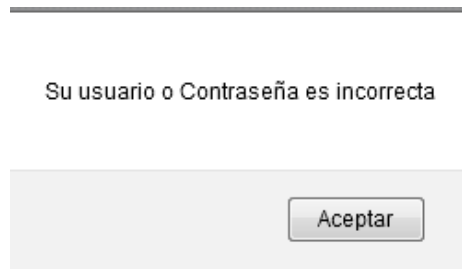


Figura 156. – Error de Usuario o clave de Inicio de Sesión del Sistema

Fuente: Manual de Usuario

Digitados el usuario y clave correctamente, se redireccionará a la pantalla principal del sistema.

La pantalla de inicio de sesión cuenta con 2 opciones: Recuperar Contraseña, en caso de que el cliente se olvide su clave, y Regístrate para que forme parte de clientes de la Importadora.

5.1.1. Recuperar Contraseña

Si el cliente ya está registrado y no recuerda su clave, tiene la opción de poder recuperar su clave dando clic en el link [Recuperar Contraseña?](#). Presentará la siguiente pantalla:



Figura 157. – Pantalla de Recuperar Contraseña

Fuente: Manual de Usuario

Si el cliente no digita ningún correo electrónico y da clic en Aceptar, le presentará el siguiente mensaje:

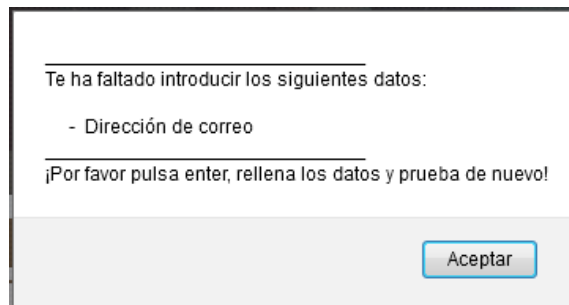


Figura 158. – Mensaje de Dato faltante de Recuperar Contraseña

Fuente: Manual de Usuario

Si el cliente digita un correo electrónico no registrado, presentará el siguiente mensaje:



Figura 159. – Mensaje de Correo Electrónico no Registrado

Fuente: Manual de Usuario

Si el cliente digita el correo electrónico correcto, presentará el siguiente mensaje:



Figura 160. – Mensaje de Envío de Clave al Correo Electrónico

Fuente: Manual de Usuario

Al correo electrónico le llegará una clave temporal para que pueda ingresar al sistema.

5.1.2. Regístrate

Si el cliente no posee una cuenta creada, podrá hacerlo dando clic en el link [Regístrate?](#). Se presentará la siguiente pantalla:

The screenshot shows a registration form titled "CLIENTE". The form contains the following fields and controls:

- Cedula : *
- Nombre : *
- Apellido : *
- Email : *
- Direccion :
- Provincia : *
- Ciudad :
- Sexo : *
- Telefono : *
- Clave : *
- Estado :

Below the fields, a red message reads: "Campos con (*) son obligatorios". At the bottom center, there is a button labeled "Aceptar".

Figura 161. – Pantalla de Registrar Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Si el cliente da clic en el botón Aceptar ingresar ningún dato, mostrará el siguiente mensaje:

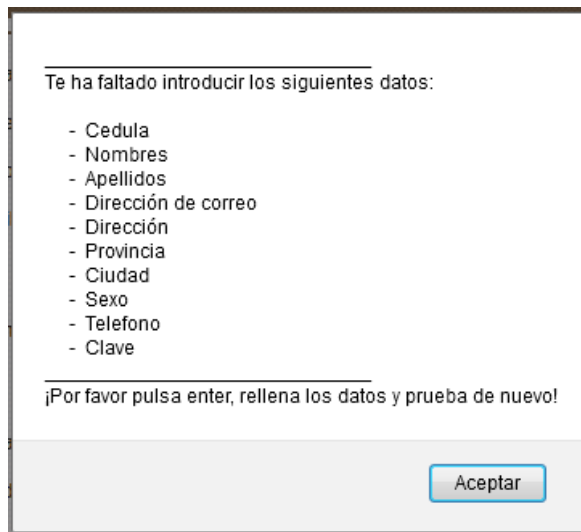


Figura 162. – Mensaje de Datos faltantes en Registrar Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Si ingresa los datos correspondientes y da clic en el botón Aceptar, mostrará el siguiente mensaje:



Figura 163. – Mensaje de Datos guardado con éxito.

Fuente: Manual de Usuario

5.2. Pantalla Principal del Sistema Cliente

Una vez que se ingresó al sistema, se presenta la pantalla principal con menú de general para que el cliente pueda hacer uso de ellos.



Figura 164. – Pantalla principal del Sistema Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Podremos visualizar el nombre del cliente en el lado izquierdo y la fecha actual del lado derecho.



Figura 165. – Datos de presentación del Sistema Cliente

Fuente: Manual de Usuario

5.2.1. Opciones del Menú del Sistema Cliente

El menú de opciones se encuentra ubicado en la parte inferior de los Datos de presentación del Sistema. Se detallan a continuación:

- ❖ Inicio
- ❖ Actualizar mis Datos
- ❖ Producto
- ❖ Tomar Pedido
- ❖ Consultar Pedidos
- ❖ Cambiar Clave
- ❖ Salir



Figura 166. – Menú de Opciones del Sistema Cliente

Fuente: Manual de Usuario

5.2.1.1. Inicio

Si presionamos o damos clic en la opción de Inicio del menú, cargará la pantalla de Bienvenida del Sistema donde se mostrará noticias o promociones.

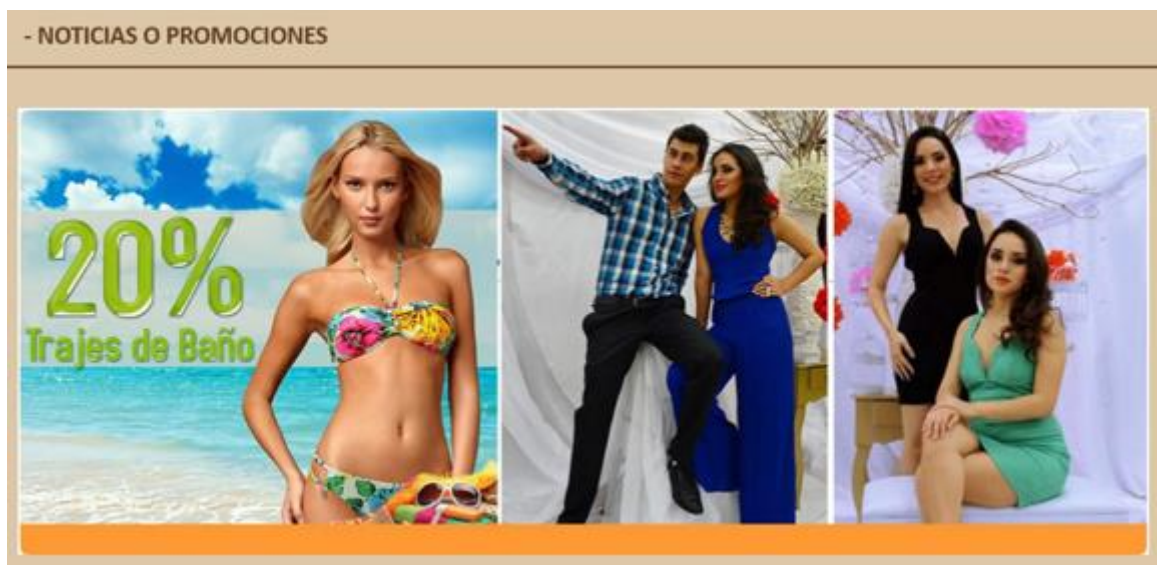


Figura 167. – Pantalla de Enlace de Menú Inicio del Sistema Cliente

Fuente: Manual de Usuario

5.2.1.2. Actualizar mis Datos

Esta opción le permitirá al cliente actualizar sus datos cuando requiera.

- ACTUALIZA TUS DATOS

Cedula : 0925003527 *

Nombre : Carlos Alfredo *

Apellido : Sánchez Orozco *

Email : carlos14m89@gmail.com *

Direccion : Javier Romero y Juan Pío Montúfar

Provincia : GUAYAS *

Ciudad : MILAGRO *

Telefono : 0993676280 *

Sexo : MASCULINO *

Estado : Activo

Aceptar

Figura 168. – Pantalla de Actualización de Datos del Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Si se da clic en Aceptar, mostrará el siguiente mensaje en la parte inferior del título de la pantalla.



Figura 169. – Mensaje de Actualización de Datos del Cliente

Fuente: Manual de Usuario

5.2.1.3. Producto

Esta opción le permitirá al cliente realizar los pedidos de los productos que la Importadora ofrece.

Los productos pueden ser buscados de manera rápida mediante un filtro, que puede ser por: Referencia, Nombre de Producto, Tipo, Categoría y Marca.



Figura 170. – Pantalla de Consulta de Productos

Fuente: Manual de Usuario

A través de esta opción le permite al cliente agregar su producto al pedido, haciendo clic en el botón **AGREGAR AL PEDIDO**. Se presentará la siguiente pantalla:



Figura 171. – Pantalla de Agregar Producto al Pedido

Fuente: Manual de Usuario

Deberá de seleccionar el color y talla existente para ese producto, y dependiendo de la talla el precio puede variar. Puede cambiar la cantidad y si desea el producto debe de dar clic en el botón SI.

Si no existe Stock suficiente para el producto que desea agregar el pedido, mostrará el siguiente mensaje:

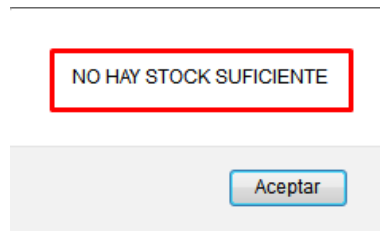


Figura 172. – Mensaje de Stock Insuficiente

Fuente: Manual de Usuario

Si hay Stock suficiente de ese pedido se redireccionará automáticamente a la pantalla de Tomar Pedido.

5.2.1.4. Tomar Pedido

En esta opción el cliente podrá realizar sus pedidos. Donde podrá visualizar las cuentas y los bancos a las cuales debe de realizar el pago del pedido.

Al dar clic en el menú Tomar Pedido se muestra la siguiente pantalla:

- TOMAR PEDIDOS

Cedula : 0925003527
 Cliente : CARLOS ALFREDO SÁNCHEZ OROZCO
 Fecha : 2015-04-27 09:20:46

PEDIDO

Datos de Producto

Producto : 

Talla : Precio :

Color : Cantidad :


Aceptar

Detalle de Producto

Ref.	Producto	Marca	Color	Talla	Imagen	Cantidad	V. Unitario	Subtotal	Opcion
	 Banco Guayaquil Importadora IMPALCAM Cuenta de Ahorro # 0023541254		 Banco de Pichincha IMPALCAM Cuenta de Corriente # 0054412541		 Banco Bolivariano Carlos Sánchez Cuenta de Ahorro # 00801245221		Subtotal :	<input type="text" value="0.00"/>	
							Iva 12% :	<input type="text" value="0.00"/>	
							Total :	<input type="text" value="0.00"/>	

Figura 173. – Pantalla de Tomar Pedidos

Fuente: Manual de Usuario

Para agregar un pedido al detalle de producto damos clic en el botón  . Se presenta la siguiente pantalla:

Criterio de Búsqueda : REFERENCIA







REF.	NOMBRE DE PRODUCTO	IMAGEN	MARCA	COLOR	TALLA	PRECIO
bmd_123456	BERMUDA AIGLE PARA HOMBRE - CABALLEROS - CAMISAS		LIVING	CAFE	M	10.25 
bmd_123457	BERMUDAS MC GREGOR PARA HOMBRE - CABALLEROS - CAMISAS		HOLLISTER	GRIS	M	11.00 
chl_123456	CHALECO VESTIR PARA HOMBRE - CABALLEROS - CAMISAS		HOLLISTER	GRIS	L	15.50 

Figura 174. – Pantalla de Búsqueda de Productos

Fuente: Manual de Usuario

Podremos buscar los productos por Referencia, Nombre de Producto y Marca.

Para agregar al detalle el producto damos clic en el botón, y presentará los datos del producto como se visualiza en la siguiente imagen.

Figura 175. – Datos de Producto Seleccionado

Fuente: Manual de Usuario



Se digita la cantidad y se da clic en el botón Aceptar. Automáticamente el producto pasará al detalle, como se muestra a continuación:

Ref.	Producto	Marca	Color	Talla	Imagen	Cantidad	V. Unitario	Subtotal	Opcion
bmd_123456	BERMUDA AIGLE PARA HOMBRE - CABALLEROS - CAMISAS	LIVING	CAFE	M		1	10.25	10.25	


	Banco Guayaquil Importadora IMPALCAM Cuenta de Ahorro # 0023541254		Banco de Pichinca IMPALCAM Cuenta de Corriente # 0054412541		Banco Bolivariano Carlos Sánchez Cuenta de Ahorro # 00801245221	Subtotal :	10.25
						Iva 12% :	1.23
						Total :	11.48

Figura 176. – Detalle de Producto Seleccionado

Fuente: Manual de Usuario

Aquí podremos ver que el que los botones  y  se presentaron al haber detalle en el pedido.

Si se desea confirmar la orden se debe presionar el botón **CONFIRMAR**, pero si se quiere eliminar el detalle damos clic en el botón **BORRAR DETALLE**.

Si queremos modificar la cantidad del producto que se agregó al detalle damos clic en el botón . Presenta la siguiente pantalla:

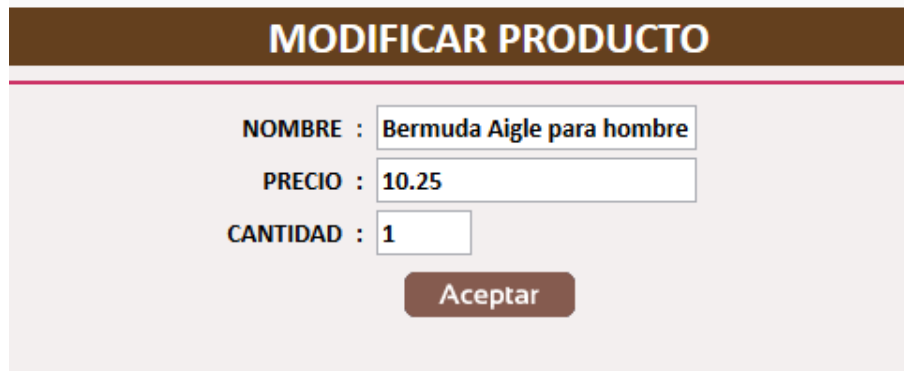



Figura 177. – Pantalla de Modificar Detalle de Producto

Fuente: Manual de Usuario

Modificamos la cantidad que deseamos y damos clic en Aceptar.

Si no queremos ese producto damos clic en el botón  para eliminarlo del detalle.

Al dar clic en el botón , presentará la siguiente pantalla:

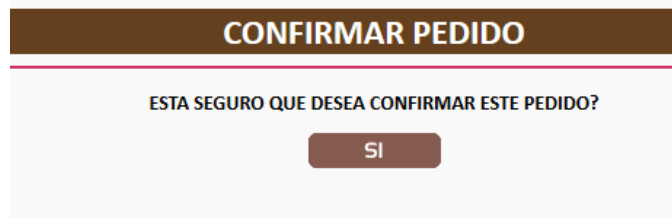


Figura 178. – Pantalla de Confirmación de Pedido

Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en SI, confirmamos el pedido y mostrará el siguiente mensaje:



Figura 179. – Mensaje de Confirmación de Pedido

Fuente: Manual de Usuario

Cuando se confirmó el pedido, automáticamente al cliente le llega un correo electrónico indicando lo siguiente:

Estimado Cliente: Carlos Alfredo Sánchez Orozco,
Su orden, pedido # 66, fue confirmado.
Para Visualizar el detalle de su pedido, ingrese a siguiente link:
<http://www.impalcam.com/cliente>
Gracias por comprar en Importadora IMPALCAM

Figura 180. – Mensaje de Correo Electrónico de Confirmación de Pedido

Fuente: Manual de Usuario

5.2.1.5. Consultar Pedidos

Esta opción de menú le permitirá consultar sus pedidos realizados para saber en qué estado se encuentra.

Los puede consultar a través de los siguientes filtros: # Orden, Rango de Fechas y por Estado.

- Consultar Pedidos

Orden :
 Fecha : A
 Estado : CONFIRMADO



# ORDEN	FECHA	TOTAL	ESTADO	OPCION
66	2015-04-27	11.48	CONFIRMADO	 

Figura 181. – Pantalla de Consultar Pedidos Sistema Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Tiene las siguientes opciones, las cuales le permitirá visualizar o imprimir el pedido.

- ❖ Al dar clic en el botón, visualizará el pedido.

Cedula : 0925003527

Cliente : CARLOS ALFREDO SÁNCHEZ OROZCO

Fecha : 2015-04-27

PEDIDO
66

Detalle de Producto

Ref	Detalle	Imagen	Cantidad	V. Unitario	Subtotal
bmd_123456	Bermuda Aigle para hombre - Cafe - M		1	10.25	10.25

CONFIRMADO

Subtotal : 10.25

Iva 12% : 1.23

Total : 11.48

Figura 182. – Pantalla de Visualización de Pedido

Fuente: Manual de Usuario

- ❖ Al clic en el botón  , imprimirá el pedido.

5.2.1.6 Comprobantes de Pago


Permitirá al cliente ingresar los comprobantes de pagos realizados de los pedidos que haya realizado. Podrá filtrarlos por: # documento o rango de fechas.

- COMPROBANTES DE PAGO
+

Documento :

Fecha :

# DOCUMENTO	# ORDEN	# CUENTA	NOMBRE CUENTA	FECHA	VALOR	OPC.
1234567890	1	0045125215	IMPALCAM	2015-06-29 21:24:20	180.00	
1234567891	1	0045125215	IMPALCAM	2015-06-29 21:29:29	100.00	

El botón  , permitirá ingresar los datos del document de pago.

CREAR COMPROBANTE DE PAGO

PEDIDO CONFIRMADO : *

DOCUMENTO : *

FECHA TRANSACCION :  *

CUENTA : *

NOMBRE CUENTA : *

VALOR : *

IMAGEN : No se ha seleccionado ningún archivo.*

El botón , le permitirá modificar el documento de pago.

MODIFICAR COMPROBANTE DE PAGO

PEDIDO CONFIRMADO : *

DOCUMENTO : *


FECHA TRANSACCION :  *

CUENTA : *

NOMBRE CUENTA : *

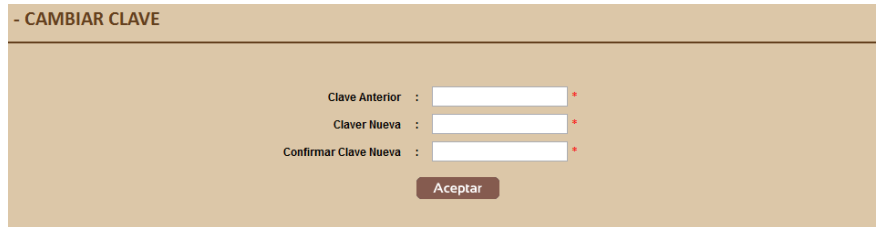
VALOR : *

IMAGEN : 
20150629212551_1_camiseta_concuello_Zezar_coral_azul_negra_rosada_turquesa_roja.jpg
 No se ha seleccionado ningún archivo.*

El botón , le permitirá eliminar un documento de pago incorrectamente creado.

5.2.1.7. Cambiar Clave

Al dar clic sobre esta opción, le permitirá cambiar su clave para el ingreso al sistema.



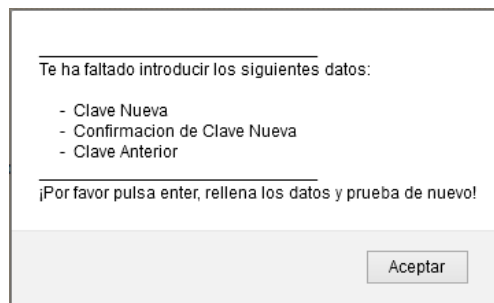
The screenshot shows a form titled '- CAMBIAR CLAVE'. It contains three input fields: 'Clave Anterior', 'Clave Nueva', and 'Confirmar Clave Nueva'. Each field has a red asterisk to its right, indicating it is a required field. Below the fields is a button labeled 'Aceptar'.

Figura 183. – Pantalla de Cambiar Clave Sistema Cliente

Fuente: Manual de Usuario

Donde el usuario deberá de digitar su clave anterior, digitar su nueva clave y confirmar su nueva clave.

Si el usuario no digita ninguna clave y da clic en Aceptar, se mostrará el siguiente mensaje:



The screenshot shows an error message box with the following text: 'Te ha faltado introducir los siguientes datos:' followed by a bulleted list: '- Clave Nueva', '- Confirmacion de Clave Nueva', and '- Clave Anterior'. Below the list is the text '¡Por favor pulsa enter, rellena los datos y prueba de nuevo!' and an 'Aceptar' button.

Figura 184. – Mensaje de Datos faltantes de Cambiar Clave

Fuente: Manual de Usuario

Si digita la confirmación de la clave erróneamente, visualizará el siguiente mensaje:

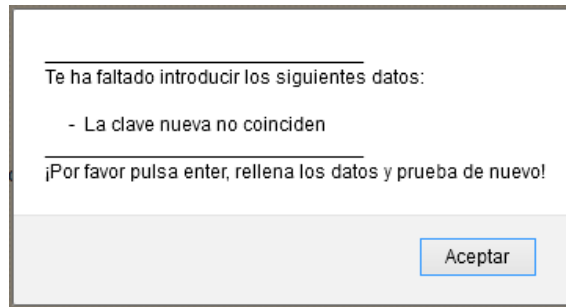


Figura 185. – Mensaje de Validación de claves distintas

Fuente: Manual de Usuario

Si digita las claves correctas, mostrará el siguiente mensaje:

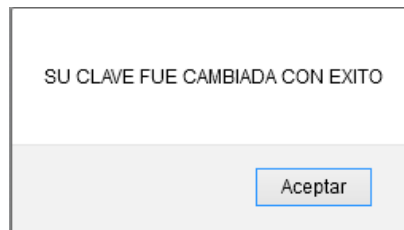


Figura 186. – Mensaje de Clave cambiada con éxito

Fuente: Manual de Usuario

Al dar clic en Aceptar, automáticamente se finalizará la sesión y se redireccionará a la pantalla de inicio de sesión del sistema cliente.

5.2.1.7. Salir

Al dar en Salir, cerrará la sesión que el usuario mantiene activa y se redireccionará a la pantalla de inicio de sesión del Sistema Cliente.