



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL INGENIERÍA DE SISTEMAS

**Sistema Web Multiplataforma para el proceso de ventas  
en la empresa Shuang Zhi Impor Expor SL**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
INGENIERO DE SISTEMAS

**AUTOR:**

Vargas Conde, Jhossep Lincohl (ORCID: 0000-0001-7213-9675)

**ASESOR:**

Dr. Hilario Aradiel Castañeda (ORCID: 0000-0001-6921-6721)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

LIMA- PERU

2021

## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis a Dios, a mis padres Julio Vargas y Martha Conde, mi Esposa Angie y a mis dos hermanos Bryan y Sandy, quienes me brindaron su apoyo incondicional durante el transcurso de mi carrera universitaria y me ayudaron a superar todas las pruebas difíciles mediante su amor y palabras de ánimo.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, mis familiares, amigos, profesores y compañeros de aula, quienes me ayudaron durante toda mi carrera universitaria.

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	2
Agradecimiento .....	3
Índice de contenidos .....	4
Índice de tablas .....	6
Índice de figuras .....	7
RESUMEN .....	8
ABSTRACT .....	9
I INTRODUCCIÓN .....	10
II MARCO TEÓRICO .....	15
III METODOLOGÍA.....	26
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	27
3.2 Variables y operacionalización .....	28
3.3 Población, muestra y muestreo .....	30
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	31
3.5 Procedimientos .....	36
3.6 Método de análisis de datos .....	37
3.7 Aspectos éticos.....	40
IV RESULTADOS .....	41
V DISCUSIÓN.....	53
VI CONCLUSIONES .....	55
VII RECOMENDACIONES .....	57
REFERENCIAS.....	60
ANEXOS .....	65



## Índice de tablas

TABLA N.º 1: Cuadro de pedidos con retrasos últimos 6 meses.....	12
TABLA N.º 2 : Operacionalización de la Variable.....	29
TABLA N.º 3: Población .....	30
TABLA N.º 4: Recolección de datos .....	32
TABLA N.º 5: Validez por Juicio de Experto de la Ficha de Registro del Indicador Índice de Rapidez del servicio .....	32
TABLA N.º 06: Validez por Juicio de Experto de la Ficha de Registro del Indicador Índice de Calidad del servicio .....	33
Tabla N.º 7: Recursos Humanos .....	34
Tabla N.º 8: Detalle de Recursos Humanos.....	35
Tabla N.º 9: Detalle de materiales .....	36
Tabla N.º 10: Software y Hardware utilizados .....	37
Tabla N.º 11: Servicios varios .....	38
Tabla N.º 12: Presupuesto.....	39
Tabla N.º 13 : Financiamiento .....	40

## Índice de figuras

FIGURA Nº 1: Índice de rapidez del servicio.....	13
FIGURA Nº 2: Índice calidad del servicio .....	13
FIGURA Nº 3: Sistema Web Multiplataforma.....	20
FIGURA Nº 4: Proceso de venta tradicional vs Proceso de venta digital .....	22
FIGURA Nº 5: El coronavirus y su efecto en el comercio electrónico .....	23
FIGURA Nº 6: Metodología de desarrollo Scrum .....	24
FIGURA Nº 7: Equipo para la metodología Scrum.....	24
FIGURA Nº 8: Descripción Equipo Scrum .....	25
FIGURA Nº 9: Descripción de Fases de Scrum.....	25
FIGURA Nº 10: Diseño de estudio .....	27
FIGURA Nº 11 : Formula del tamaño de la muestra.....	30
FIGURA Nº 12: Nivel de confiabilidad .....	34
FIGURA Nº 13: Coeficiente de correlación de Pearson.....	34
FIGURA Nº 14: Índice de rapidez del servicio.....	35
FIGURA Nº 15: Índice de calidad del servicio .....	35
FIGURA Nº 16: Distribuciones del Shiapiro wilk.....	38
FIGURA Nº 17: Diagrama de Ejecución .....	59

## RESUMEN

El presente análisis tiene la exploración, modelo y utilización de un sistema web para el proceso de ventas en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL. El tipo de investigación ha sido Aplicada con un diseño Experimental – Pre Experimental ya que se buscó resolver el problema por medio del desarrollo de un sistema.

Además, el propósito general fue el de establecer la predominación de un sistema web para el proceso de ventas en la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL. Se usó SCRUM como metodología ágil de desarrollo, la cual ha sido elegida y aceptada por medio de la validez de profesionales. Asimismo, se usó el lenguaje de programación PHP y MYSQL para la Database.

Por otro lado, el indicador rapidez del servicio su población ha sido de 56 pedidos y su muestra ha sido de 15 días, y por parte del indicador de calidad del servicio su población ha sido de 56 pedidos y su muestra ha sido de 15 días. Asimismo, se realizó una prueba de normalidad por mediante el procedimiento de Shapiro-Wilk, puesto que la muestra ha sido inferior a 50 y se utilizó la comprobación de rangos por método Wilcoxon para admitir o rechazar las conjeturas ya que los datos obtuvieron una repartición no regular.

El resultado demostró que el sistema web mejoró el grado de rapidez del servicio ya que se obtuvo en el pre test un 32,30% y en el post test un 91%. Del mismo modo, el sistema web mejoró la calidad del servicio ya que se obtuvo en el pre test un 58% y en el post test un 92%.

En conclusión, se puede indicar que dicho sistema web influyó de manera positiva en el proceso de ventas de la organización SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

Palabras claves: Sistema web, proceso de ventas, nivel de rapidez, calidad del servicio.

## ABSTRACT

This analysis has the exploration, model and use of a web system for the sales process in the company SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL. The type of research has been Applied with an Experimental - Pre-Experimental design since it was sought to solve the problem through the development of a system.

In addition, the general purpose was to establish the dominance of a web system for the sales process in the company SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL. SCRUM was used as an agile development methodology, which has been chosen and accepted through the validity of professionals. Likewise, the PHP and MYSQL programming language was used for the Database.

On the other hand, the speed of service indicator its population has been 56 requests and its sample has been 15 days, and on the part of the service quality indicator its population has been 56 requests and its sample has been 15 days. Likewise, a normality test was performed using the Shapiro-Wilk procedure, since the sample was less than 50 and the Wilcoxon method rank check was used to admit or reject the conjectures since the data obtained a non-distribution. regular. The result showed that the web system improved the degree of speed of the service, since 32.30% was obtained in the pre-test and 91% in the post-test. In the same way, the web system improved the quality of the service since it was obtained in the pre-test by 58% and in the post-test by 92%.

In conclusion, it can be indicated that said web system positively influenced the sales process of the SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL organization.

Keywords: Web system, sales process, speed level, quality of service.

## I INTRODUCCIÓN

A día de hoy en las pequeñas empresas y medianas empresas (que son las PYMES) estas juegan un rol importante al interior de nuestra economía Peruana como internacional, por lo que en el Perú como en muchos otros países, esta economía se está viendo perjudicada debido a la pandemia global que azota casi al 75% de las Empresas dado que no pueden ofrecer sus servicios de manera regular como lo venían desarrollando tradicionalmente en sus tiendas físicas, para ello, necesitarán apoyarse de las herramientas como las TICS ( Tecnologías de información y comunicaciones ) para que su actividad no se vea afectada de forma tan drástica, con la ayuda de la apoyo de la implementación del sistema web multiplataforma ayudará y mejorará dicho proceso de ventas, la cual aumentarán exponencialmente sus ventas sin verse afectados totalmente por cómo se ofrecen ahora los servicios y/o productos.

A nivel internacional Jiménez (2017) hace referencia en su proyecto de tesis, lo importante que es un sistema informático dentro de la organización, el cual ayuda en las decisiones que tome la alta gerencia como también en la optimización y automatización de sus procesos con el uso de sistemas informáticos, transformando así todas las tareas manuales a actividades automatizadas y ejecutadas en un menor lapso de tiempo.<sup>1</sup>

En el aspecto Nacional Loli (2018) concuerda con Jiménez al mencionar que un sistema web mejora potencialmente la visualización y posicionamiento de los productos en el mercado, dado que, mediante esta forma aumentan los indicadores a un 39.5% respecto a la rotación de la mercancía, incluso que este sistema ayudará en la gestión de inventario para que se tenga un control absoluto de la mercancía y evitar quedarse muchas veces sin unidades disponibles en su inventario.<sup>1</sup>

conforme a lo referido por ambos autores y de acuerdo al estudio realizado en la Empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL se logró identificar los siguientes problemas; deficiencias en sus procesos de gestión de pedidos y deficiencias en sus procesos de gestión de ventas, los cuales se producían cuando los clientes emitían las órdenes de compra, que posteriormente llegaban al área de pedidos y estos se digitalizaban de forma manual en una hoja de cálculo para después pasar a ser grabadas y archivadas, llegando a tal punto, en el que los primeros días de la semana

al recibirse constantemente demasiadas ordenes, estas empleaban mucha carga laboral y pérdida de tiempo para generar el pedido a fin de ser enviadas al cliente.

Con lo referido anteriormente podemos apreciar que los problemas que acarrear son el índice de la calidad y tiempo de rapidez en el servicio brindado por parte de la empresa, al no facilitar un medio en el cual los clientes puedan realizar sus pedidos y obtener el monto final de su orden de compra en tiempo real, por otro lado, tampoco se les facilita un medio de pago acorde a cada tipo de cliente y/o empresa, las cuales sugerían el uso de pasarelas de pago que se usan en la actualidad.

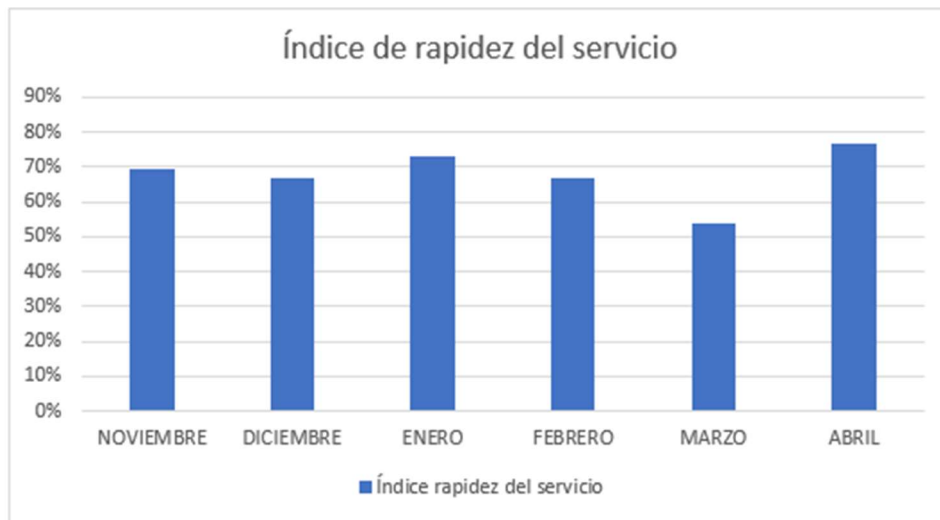
Ahora con las medidas que dictan los Gobiernos se realiza de forma virtual, lo que antes se realizaba en una tienda física de forma presencial, actualmente se brinda mediante una tienda virtual, lo que beneficia en cierta parte al cliente como al empresario, por su comodidad, sin salir de casa, disponible en todo momento y sin correr riesgos, ya sean estas de tipo informático (Virus, Hackers) como de salud pública (enfermedades, etc).

En la siguiente tabla podemos mostrar el total de pedidos por Mes y cuantos han sufrido algún tipo de retraso, siendo así, el tiempo promedio para la finalización de cada pedido unos 10 minutos.

TABLA N.º 1: Cuadro de pedidos con retrasos últimos 6 meses.

MES	PEDIDOS CON RETRASOS	TOTAL PEDIDOS
NOVIEMBRE	8	26
DICIEMBRE	7	21
ENERO	4	15
FEBRERO	6	18
MARZO	6	13
ABRIL	4	17

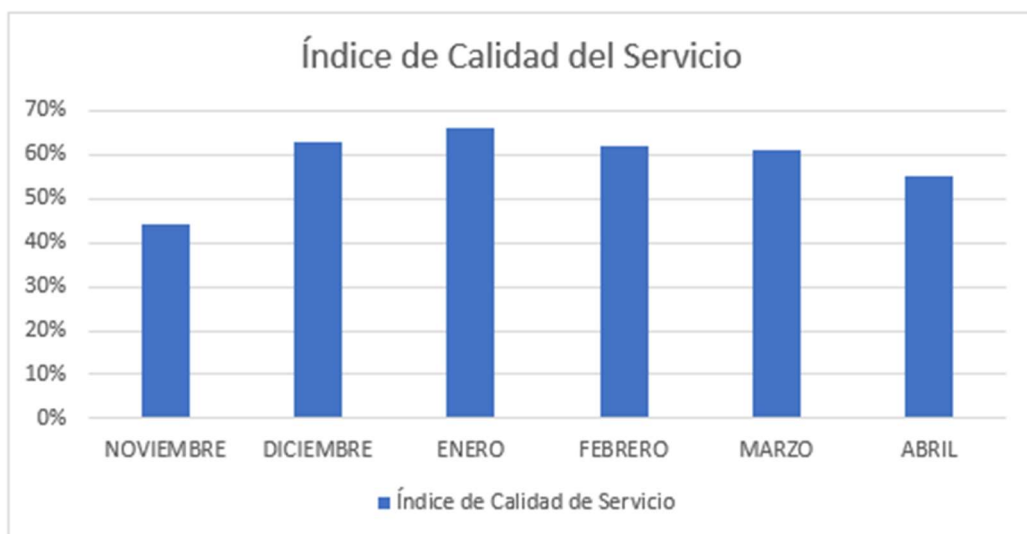
FIGURA N.º 1: Índice de rapidez del servicio



Otras de las dificultades que se encuentran, se genera a raíz del inconveniente anterior, es que al no contar con un inventario en tiempo real; se desconoce la cantidad del stock, ocasionado insatisfacción entre los clientes al no brindar ni ofrecer los productos en su debido tiempo. Perjudicando entre un 30% y 45% en las ventas de la empresa, por lo tanto, a través de esta aplicación se impulsará el crecimiento de la calidad y rapidez en todo el proceso de ventas.

En el siguiente gráfico podemos mostrar el porcentaje del índice de la calidad del servicio que se ha venido ofreciendo estos últimos 6 meses, siendo así, el 100% un nivel de satisfacción completa y un 0% un nivel de satisfacción Mala.

FIGURA N.º2: Índice calidad del servicio





El panorama actual de la organización es la siguiente, se considera que esta presenta la siguiente **problemática general** para su estudio ¿De qué manera influye un sistema multiplataforma para el proceso de ventas en la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL? Y las siguientes **problemáticas específicas, en primer lugar** ¿De qué manera influye un sistema multiplataforma en el índice de rapidez en el proceso de ventas en la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL? **Y en segundo lugar** ¿De qué manera influye un sistema multiplataforma en el índice de calidad del servicio para el proceso de ventas en la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL?

De acuerdo a lo estudiado se pone en conocimiento el **objetivo general** el cual será: Determinar la influencia del sistema web multiplataforma para el proceso de ventas en la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL. Como **objetivo específico el principal** será de Determinar de que manera influye un sistema web en la índice rapidez en el proceso de ventas en la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL, en **segundo lugar**, será el de Determinar de que manera influye un sistema web multiplataforma en el índice de calidad del servicio para el proceso de ventas en la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

Estos objetivos nos ayudan a plasmar la **hipótesis** compañía siguiente: El sistema web multiplataforma mejora el proceso de ventas en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL. Y las **hipótesis específicas, la principal** es: El sistema web multiplataforma aumenta el índice de rapidez para el proceso de ventas en la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL. **Y la segunda** es: El sistema web multiplataforma mejora el índice de calidad del servicio para el proceso de ventas de la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

Este trabajo se ha de justificar mediante la relevancia social, puesto que ayudará a las PYMES a alcanzar un control más eficiente de sus recursos, optimizando tiempo y costos en cada una de sus actividades, por otro lado, aquellas que no contemplen estas adquisiciones o implementación de tecnologías, se verán afectados en la actualidad al no poder ofrecer un servicio digitalizado, generando en su negocio grandes pérdidas e incluso hasta el cierre definitivo de su comercio.

## II MARCO TEÓRICO

Se ha buscado distintos antecedentes, tanto internacionales como nacionales para el respaldo de esta investigación en los que a continuación se procede a hablar un poco más de ellos a detalle:

Loli (2018), muestra en su tesis de titulación “Sistema web para el proceso de ventas en la empresa distribuidora Hernández E.I.R.L.”, tuvo por objetivo realizar una mejora del control de sus procesos de ventas en la empresa distribuidora Hernández E.I.R.L, facilitando así de forma oportuna la toma de decisiones mediante un sistema web, evitando pérdidas económicas por la mala planificación de sus recursos, e incluso con ayuda de este sistema les ha permitido su crecimiento empresarial y lograr a su vez cubrir las necesidades de sus clientes. Cumpliendo así sus metas y objetivos planteados en la investigación obteniendo un índice de aceptación muy elevadas con la implementación de dicho sistema.<sup>1</sup>

Por otro lado, Yañez (2017), en su trabajo de tesis de titulación, indico como objetivo general de su proyecto de tesis que determinara la influencia de un sistema informático en el proceso de ventas dentro de la empresa Rysoft, donde analizará y determinará los factores claves que hay que tener en cuenta para que un Sistema web pueda ser eficiente dentro de la organización, recolectando información por las áreas donde está presente dicho sistema, con el fin de emitir un porcentaje aproximado de que tan relevante es implementar un sistema web para el proceso de ventas dentro de una organización u empresa. Demostrando mediante estadísticas los porcentajes de eficiencia, como también los elementos necesarios para que se lleve a cabo dicha implementación.<sup>2</sup>

Por consiguiente, Jiménez (2017), en su tesis de titulación, nos habla respecto a la información dentro de una organización, que es vital para que esta pueda gestionarse, de tal manera que esta servirá como parte fundamental para la

toma de grandes decisiones dentro de la empresa, actualmente hay aplicativos que ofrecen un mejor manejo y gestión de esta información la cual permitirá acercarse más al cliente con una estrategia de negocio según sea el caso, también nos menciona respecto a un CRM y un ERP que son grandes software de gestión, donde su función principal de cada una de ellas es automatizar todos los procesos de una organización y digitalizar todas las áreas dentro de la misma, para que de alguna forma esta pueda tener un seguimiento y control en tiempo real con ayuda de la tecnología.<sup>2</sup>

Castillo en su tesis de titulación nos resume el grado de satisfacción que tuvieron de los clientes finales dentro de la empresa llegando así a obtener un 95% de resultados que no estar satisfechos en primera instancia con la situación actual en la que se resuelven los expedientes, posteriormente se obtuvo un 100% de satisfacción con el uso e implementación de un sistema informático para la gestión documentaria, el cual permitir gestionar y centralizar la información para las diversas áreas, de tal manera que se puedan resolver en un menor tiempo los expedientes, las cuales fueron aceptados y demostrados.

Otazu en su tesis de titulación, concluyó que al implementar un sistema web de comercialización, redujo los tiempos que se empleaban en el proceso de ventas llegando a reducirse un aprox. del 44.95%, por otro lado, se redujo también el tiempo de las reservas en un 39.59% y un 49.66% en la elaboración de reportes para la alta gerencia. Obteniendo estos resultados se alineó a las nuevas exigencias del mercado y convirtiendo el tiempo ahorrado en productividad.

Al igual que Otazu, Quispe nos menciona en su tesis de titulación las estadísticas de cuanto se redujo el tiempo en realizar tareas dentro del proceso de ventas, concluyendo así que, en el registro de un producto se redujo a un 65% del tiempo en esa actividad, como también la de un decremento del 59% en el registro de una compra y 67% en la elaboración de cotizaciones para los

clientes, indicando de esta manera que el uso de estas herramientas de tecnologías de información es importante para la gestión y optimización de recursos dentro de una empresa.

Bernabé (2015) en su tesis de titulación “Sistema web de comercio electrónico y control de inventarios, Caso: Fibby's S.R.L” concluyó que la implementación de medios digitales a la empresa Fibby's S.R.L beneficio a la organización, se le dio más accesibilidad a sus clientes para que puedan conocer los productos y/o servicios que brindan, a su vez se implementó un sistema web de ventas e inventario para su correcta gestión y no perder detalle de cada una de las transacciones que obtiene dicha empresa, obteniendo así la información centralizada y lista ante cualquier solicitud de la alta gerencia para aplicar cualquier toma de decisiones. Incrementando diariamente sus ventas gracias a este sistema, dicho proyecto no llevo mucho tiempo en implementarse puesto que la metodología de desarrollo que usaron fue de un mínimo de 8 personas para distribuirse el trabajo y realizar los entregarles durante toda la duración del proyecto, cumpliendo su objetivo principal y los secundarios.

Alva (2021) en su tesis nos comenta sobre la obtención del grado de aceptación de los usuarios al usar el sistema web multiplataforma con el cual brindaba servicio de información de lugares turísticos, fomentando mediante imágenes, descripciones y/o ubicaciones las diversas áreas turísticas de su Ciudad, otorgando una experiencia agradable para el usuario al obtener dicha información disponible en todo momento. Por otro lado, ofrecía la posibilidad de que el usuario interactúe de forma directa con el sistema, al abrirse una cuenta para que el mismo usuario pueda añadir algún otro lugar de interés dentro del sistema, siendo compartido por los diversos usuarios que tenían dicha aplicación.<sup>3</sup>

El sistema web multiplataforma logró cumplir con sus objetivos, dado que, en el proceso de interactuar con el sistema, este respondía a todos los requerimientos para el cual estaba hecho el sistema, siendo de gran utilidad y usabilidad.

Guzmán (2020) en su tesis, logro identificar los índices de ausentismo y rotación del personal docente de la UGEL N°03 con la ayuda de un sistema web para el control de registro de sus asistencias en el sistema informático, proponiéndose así una mejora en la organización del grupo de docentes, obteniendo resultados estadísticos los cuales fueron vitales para después del post test y su adecuada toma de decisiones con los datos obtenidos por estos.<sup>4</sup>

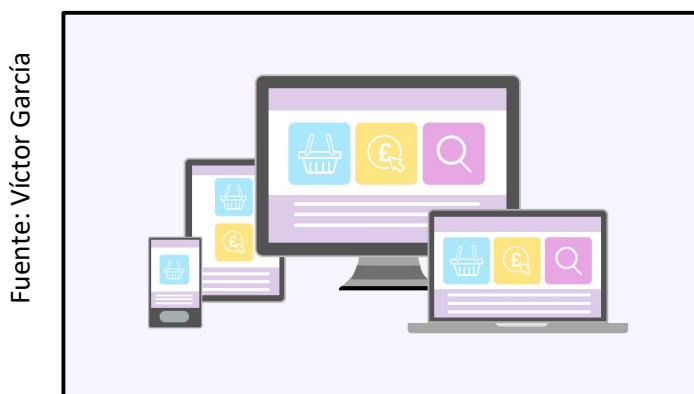
El proyecto ayudó a llevar un mejor control y manejo de la información, con referencia a las asistencias de la plana docente en la UGEL N° 03, centralizando la información para que posteriormente se obtengan resultados y lograr así una gestión eficaz del servicio que brindaban.

Siguiendo con la referencia teórica de nuestro tema es **Sistema web multiplataforma**, el cual Aeurus (2016) denomina a ciertos aplicativos de software que permiten ser ejecutados en un servidor web o accediendo a través de la red de Internet o incluso dentro de una intranet mediante un explorador de compatible y seguro.<sup>5</sup>

Así también Castillo (2017) define el termino sistemas web como aquellos aplicativos que están creados e instalados no dentro de una plataforma ni SO ya sean Windows o Linux, sino que, se almacenan y funcionan dentro de un servidor en la red de Internet o incluso en una Intranet.<sup>6</sup>

Respecto a las ventajas de las aplicaciones o sistemas web según Aeurus (2016) es la de ahorrar dinero y trabajar desde cualquier lugar con acceso a internet, siendo así más eficiente incrementar ingresos con costos mínimos. Otra de ellas según su artículo es la de ser muy sencillas de utilizar puesto que se necesitan aquellos conocimientos a nivel básico de informática para trabajar con estas, indica que, si sabe redactar un mail, ya sabe utilizarlas. En cuanto a la importancia, facilitan el trabajo en equipo y remotamente (a distancia), puesto que toda la información esta centralizada de tal manera que varios usuarios en simultaneo pueden acceder, visualizar y editar el mismo archivo de forma conjunta.<sup>8</sup>

FIGURA N° 3: Sistema Web Multiplataforma



Respecto sobre el proceso de ventas Gallarday (2015) nos indica que el proceso “Es la organización de individuos, métodos (métodos) y maquinarias (tecnología), en una secuencia de ocupaciones (funciones, decisiones) primordiales para cambiar materiales y/o información es un resultado final específico y que el proceso de ventas se define como un trueque por medio de en el cual se llegan a completar las necesidades del comprador a cambio de un intercambio de entradas para el vendedor que sigue el beneficio de la organización, así como el comprador es el individuo que por medio de aquel proceso de trueque obtiene un producto o un servicio que sacia sus necesidades.”<sup>30</sup>

Increnta (2017) nos indica la importancia de tener un proceso de ventas digitalizado, la cual será saber en todo momento la situación actual de los activos dentro de una organización, las cuales serán analizadas y se podrán llevar a cabo comparativas.<sup>7</sup> A lo cual Shutpoint (2019) nos afirma que, el proceso de ventas es tan importante para las organizaciones como la columna vertebral de un cuerpo humano. Incluso, realizo una encuesta recientemente donde afirma que el 51% de las empresas de ventas de alto rendimiento, son aquellas que en su gran mayoría que cuentan con un proceso de ventas formal y bien estructurado.<sup>8</sup>

Franklin (2018) nos comenta porque es de vital importancia seguir el proceso de ventas dentro de la organización, en primer lugar, incrementa la eficacia al contar con un proceso digitalizado que a su vez agiliza y estandariza el trayecto desde el primer contacto del cliente hasta el cierre de la venta. Por otro lado, facilitará la predicción de resultados, donde se llevará un registro en el cual los clientes se les contabilice el tiempo aproximado que les lleva finalizar el proceso, para así, poder indicar resultados a futuro y poder de alguna manera determinar el desempeño de cada vendedor.<sup>9</sup>



FIGURA N° 4: Proceso de venta tradicional vs Proceso de venta digital



Adicionalmente tendremos como siguiente término de la investigación el **cierre de venta**, donde Pérez Anna (2017) nos describe el termino como: “una fase dentro del proceso de ventas, donde se aborda al cliente, el cual pone a prueba la capacidad de puntualizar un objetivo en concreto y de valorar de habilidad para poder convencer y persuadir”.<sup>31</sup> donde nos recalca lo crucial que es esta etapa dentro del proceso de ventas, dado que es necesario concentrar toda la atención sobre el cliente.

Con respecto al término **Cierre de ventas**, Luna G. et al (2017) indica que es aquel que logra que el pedido se realice mediante un compromiso formal. Donde se muestran los beneficios del servicio o producto, haciendo percibir la utilidad y calidad del mismo al cliente. Este proceso finaliza cuando las necesidades son cubiertas y coloca al personal de ventas en el inicio de una nueva orden de compra.<sup>13</sup>

En otra instancia Marcus Le (2018) indica que el **cierre de venta** para esta etapa, el vendedor o el medio por el cual se este llevando el proceso, debe reunir con ciertas condiciones fundamentales, las cuales son: Mostrar el valor agregado del producto o servicio que se está mostrando, responder a las interrogantes que puedan surgir, ofrecer un servicio personalizado y también

mantener disponible la opción de contactar con un agente especializado para llevar a cabo el cierre de la misma.<sup>32</sup>

Por otro lado, en la investigación también mencionaremos el término **comercio electrónico**, el cual es definido por Bernabé (2015) que el termino comercio electrónico se definiría como la acción de compra-venta de productos y servicios mediante sistemas informatizados, principalmente en Internet y en la cual se realice la acción del pago final. También menciona que en el mundo existen cerca de más de 2.450 millones de usuarios en internet, lo cual significa aproximadamente un tercio de la población del planeta. Se puede decir que cada uno de estos internautas son clientes potenciales para cualquier negocio de comercio electrónico que exista en la red, que se muestran a través de diferentes herramientas de marketing en línea y cuyas acciones son distribuidas sobre una población universal. Por lo tanto, no hay algún otro medio de distribución con un alto porcentaje de potencial que el del medio online.<sup>10</sup>

A su vez, una de sus ventajas según Fernández (2002), es la de beneficiarse de la capacidad de comparar diversas características como la de calidades y precios que se proporcionan a través de Internet, tanto como la de los descuentos por adquisiciones en mayor cantidad y la forma de hacer competir electrónicamente a los proveedores en concursos de venta de productos.<sup>11</sup>

FIGURA N°5: El coronavirus y su efecto en el comercio electrónico

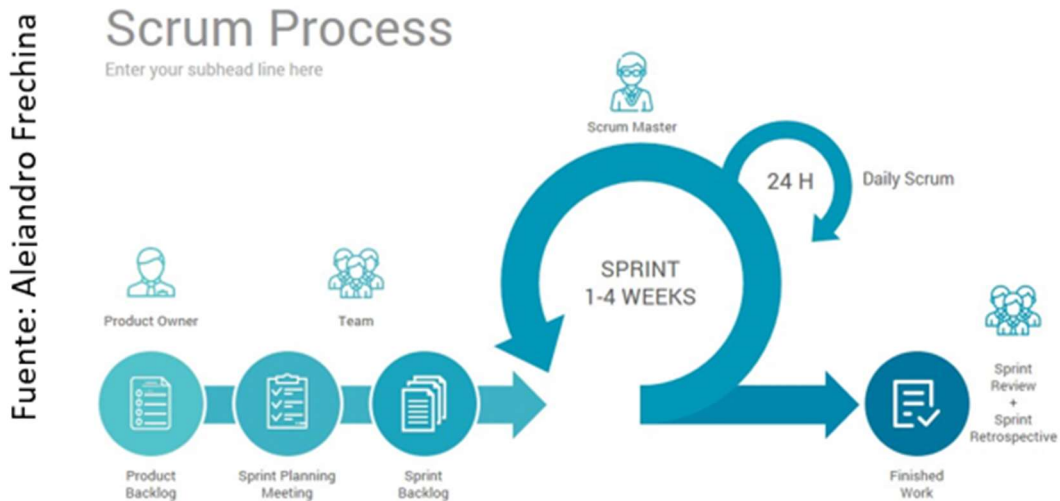


Fuente: Multiplicalia

Otro término que utilizaremos es **metodología SCRUM**, la cual es definida por Arias Julio et al (2018), como una de las metodologías ágiles en la actualidad donde su principal objetivo es mantener de forma dinámica al usuario y asegurar que el producto final cuente con los requisitos indicados en el inicio del proyecto.

Scrum tiene un conjunto de herramientas y procesos para poder gestionar el proceso de desarrollo de software. <sup>12</sup>

FIGURA N° 6: Metodología de desarrollo Scrum



Por una parte, tenemos al Equipo Scrum (denominado en Ingles Scrum Team), este será el equipo de trabajo que trabaja de forma directa en la construcción y administración del proyecto, el cual forma parte del equipo de desarrollo como la de los geousuarios.

FIGURA N° 7: Equipo para la metodología Scrum

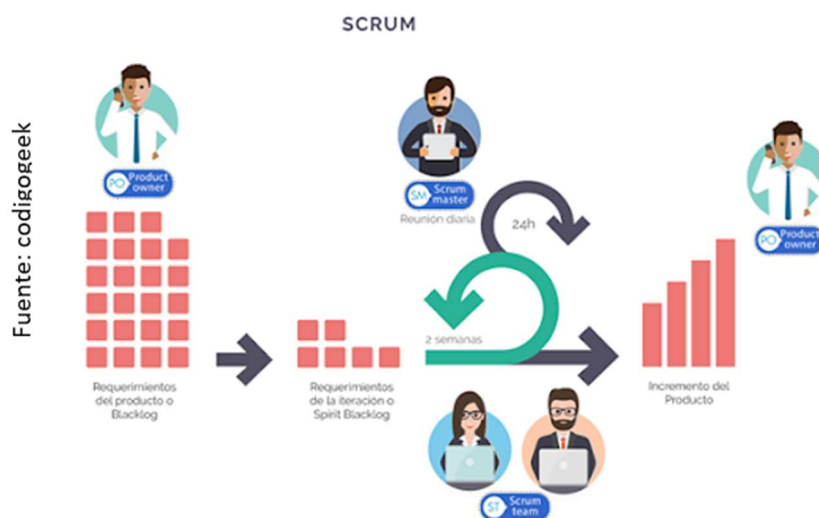


FIGURA N° 8: Descripción Equipo Scrum

		NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Fuente: Deloitte	Product Owner		Será el encargado de velar por la calidad del producto y de gestionar el listado de requisitos del sistema (Product Backlog) del proyecto a medida que se avanza en las fases de desarrollo de los productos (Sprint). Es la figura que representa al cliente en el proyecto SIG.
	Development Team		Conformado por profesionales que intervienen de forma activa en el proceso de elaboración de los productos SIG que se entregarán al final de la fase de desarrollo (Sprint). Su aspecto más importante es la de poseer la capacidad de autogestionarse.
	Scrum Master		Responsable de la ejecución de la metodología siguiendo una serie de fases y reglas para cada miembro del equipo que hace parte del proceso de desarrollo de SIG. Su función principal es la de disminuir al mínimo la interacción de los miembros del equipo con agentes externos, con el fin de que cada uno de los miembros se mantenga concentrado en las actividades propias del proceso de desarrollo del SIG.

También encontramos las Fases de Scrum (Scrum Phases), su importancia de estas fases en la metodología Scrum es la de elaborar patrones y regularidad en las actividades que serán ejecutadas durante todo el tiempo de la metodología de trabajo. Estas fases se inician dentro de la metodología y son enmarcadas dentro de una duración máxima de tiempo, con el fin de poder realizar una optimización del tiempo de desarrollo y poder sobrellevar al equipo enfocado en sus tareas.

Las fases comprendidas en la metodología Scrum ágil son las siguientes:

FIGURA N° 9: Descripción de Fases de Scrum

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Sprint	Elemento central de la metodología de desarrollo, está enmarcado en un periodo de tiempo menor a cuatro 4 semanas, en esta se realizan las actividades necesarias para elaborar una nueva versión del producto (Increment) de tipo funcional, de esta forma un Sprint inicia inmediatamente cuando termina el anterior y, de esta forma, sucesivamente hasta que cumplen con los requisitos funcionales, contemplados en el Product Backlog.
Sprint Planning Meeting	Es la reunión donde se planifican las actividades que se realizarán durante el próximo Sprint. Son planeadas de forma dinámica por el equipo de desarrollo según los requisitos generales del sistema o Product Backlog. Tiene un periodo de tiempo con una duración máxima de ocho 8 horas, en el cual se planean actividades para un máximo de cuatro 4 semanas.
Daily Scrum	Se trata de una reunión que cuenta con duración máxima de 15 minutos, en el cual se planean diversas actividades para las siguientes 24 horas. Su objetivo principal es la de sincronizar las actividades del equipo de desarrollo.
Sprint Review	En esta reunión con una duración no mayor a cuatro 4 horas, tiempo en el cual se supervisan las actividades del Sprint anterior y su impacto en el Product Backlog. Su principal objetivo es realizar una revisión de los elementos que se pueden mejorar en el próximo Sprint y de esta forma optimizar el proceso de desarrollo.
Sprint Retrospective	Esta reunión, se lleva a cabo después del Sprint Review y antes de iniciar un nuevo Sprint. Su duración máxima es de tres 3 horas, tiempo en el cual se analiza el comportamiento y la relación entre los miembros del equipo, los procesos y las herramientas que intervienen en el Sprint.

Fuente: Deloitte

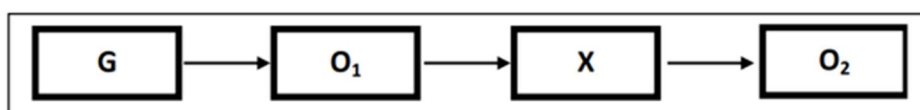
### **III METODOLOGÍA**

### 3.1 Tipo y diseño de investigación

Se tomará en consideración el uso de la investigación aplicada, según Schubert (2017) nos indica que es aquella investigación que se inicia desde una práctica en el ámbito social y que genera unos resultados que se pueden aplicar, pero no necesariamente acaban implementándose, generalmente debido a los altos costos. Sin embargo, estos resultados son de gran relevancia para aplicaciones prácticas.<sup>13</sup>

Esta investigación presenta un diseño experimental de sub división pre-experimental, enfocado en el método del pre y post test como se muestra en la siguiente Figura N° 8, para Marquis (2015) el diseño pre-experimental evalúa la situación actual mediante un pre test y luego contrasta los resultados con un post test que se genera mediante la implementación nueva, el fin es de dar la validación y comprobación de la hipótesis y sus objetivos.<sup>14</sup>

FIGURA N° 10: Diseño de estudio



**Dónde:**

**G:** Grupo experimental: Conjunto de población a estudiar para llevar a cabo las pruebas Pre y Post.

**X:** Implementación de un sistema web multiplataforma, el cual simboliza el proyecto a realizar.

**O1:** Resultados de ejecutar las evaluaciones de los procesos sin el sistema web implementado.

**O2:** Resultados de ejecutar las evaluaciones de los procesos con el sistema web implementado.

Fuente: Elaboración propia

El trabajo de investigación es de nivel explicativo, la cual Daniel Cauas (2018) define que la recolección de datos, descubrir hechos y situaciones o de clasificar fenómenos con el fin de determinar sus factores, de donde provienen y/o cómo evolucionan. En este nivel se hace comprender a través de las leyes científicas o de teorías un enfoque más realístico.<sup>15</sup> El enfoque de la averiguación es cuantitativa, determinada por Vega et al. (2014), como una recolección de estudio y examen para responder o contestar numerosas cuestiones de la averiguación y poder implantar antes premisa, se usa la escala de medir numérica, como también el conteo y en muchas otras ocasiones la utilización de la estadística para entablar con mejor precisión, los patrones de comportamiento de una población.<sup>16</sup>

### **3.2 Variables y operacionalización**

La presente investigación cuenta con las siguientes variables: Sistema web multiplataforma variable independiente cuantitativa y Proceso de Ventas, variable dependiente y cuantitativa. En el siguiente cuadro detallamos las variables.



TABLA N° 2 : Operacionalización de la Variable

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA
INDEPENDIENTE: SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA	Es un sistema desde el cual puede acceder desde un servidor web, a través de Internet o de una intranet.	El sistema web multiplataforma es una herramienta que permite la mejora en el proceso de ventas de la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL optimizando los índices de tiempo y calidad del servicio.				RAZÓN
DEPENDIENTE: PROCESO DE VENTAS	Sucesión de pasos que se realiza en el momento de captar la atención de un potencial cliente hasta que la transacción final.	El proceso de ventas en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL mediante el sistema web multiplataforma aumentará el índice del tiempo y calidad de servicio.	D1: Cierre de venta Etapa del proceso de ventas, donde luego de haber expuesto un producto a un cliente potencial, y haber hecho frente a sus observaciones, se intenta cerrar la venta, es decir, se intenta inducirlo o convencerlo de decidirse por la compra. <sup>17</sup>	D1.11 Índice de Rapidez Del Servicio.  D1.12 Índice De Calidad del Servicio.	FICHA DE REGISTRO	

Fuente: Elaboración propia



### 3.3 Población - muestra - muestreo

De la Gómez (2016) sugiere que una población de análisis es aquella agrupación de casos, determinado, reducido y accesible, que pertenece a la votación de la muestra, y que tendrá que consumir con una secuencia de criterios predeterminados.<sup>17</sup>

Se considera como población la cantidad de pedidos obtenidos en el lapso de 6 meses anteriores un total de 110 pedidos.

TABLA N° 3: Población

INDICADOR	CANTIDAD	UNIDAD	ÁREA
Índice de rapidez del servicio	110	Pedidos	Ventas
Índice de calidad del servicio	110	Pedidos	Ventas

Fuente: SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL

Según del Rosario (2016) menciona que la muestra es aquel subconjunto de la población; en conclusión, la muestra se compone de algunos de los individuos, objetivos o medidas de una población.<sup>18</sup>

La muestra está representada por la siguiente formula:

FIGURA N° 11 : Formula del tamaño de la muestra

Fuente: Elaboración propia

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

Dónde:

- n : Tamaño de la muestra -> n = Total de pedidos
- Z : Nivel de Confianza al 95% (1.96) -> Z = 1.96
- p : Probabilidad de éxito -> p= 0.5
- q : Probabilidad de fracaso -> q = 1 – p = 0.5
- N : Tamaño de la población -> N = 110
- E : Es el máximo error o coeficiente de error -> E = 0.05

Reemplazando:

$$n = \frac{(110) * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(110 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 86$$

La cantidad de nuestra muestra es: 86 registros

El trabajo de indagación es de muestreo probabilístico, ya que Etika n et al. (2015) menciona esta definición como la probabilidad sin restricción alguna de poder ser elegido en la muestra, o sea, cualquier valor poblacional que cumpla los requisitos para poder ser muestreados y ser registrados concisamente. Su fin de este muestreo es el de obtener resultados no nulos.<sup>19</sup>

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para este trabajo se utilizó la técnica donde se recolecta la data para los fichajes y como instrumento se ha tenido en cuenta la ficha de registro. Este tipo de método es definido por Caro (2021) como mecanismos e instrumentos utilizados para reunir y medir los datos de forma organizada y con un objetivo común. Generalmente se usan en investigaciones científicas y empresariales, como de estadística y/o marketing.<sup>20</sup>

TABLA N° 4: Recolección de datos

Fuente: Elaboración propia

DIMENSIÓN	INDICADOR	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Cierre de Ventas	Índice de Rapidez del servicio	Fichaje	Ficha de registro
	Índice de Calidad del servicio	Fichaje	Ficha de registro

Otro de los términos a destacar sería la de la validez, esta es aplicada por medio de un juicio de profesionales, y determinada por Aravena et al. (2014) como aquella medición que demuestra la verdad de un evento o la función de medir u categorización de un procedimiento o instrumento para eso que ha sido planteado y que clasifique lo cual en realidad analizamos y no otra cosa distinta.<sup>21</sup>

Se cuentan con las fichas de registro en esta indagación las cuales se evaluaron mediante la validez y con la participación de 3 expertos de amplia trayectoria universitaria, tal y como se puede visualizar en las tablas N° 05 y 06.

TABLA N° 5: Validez por Juicio de Experto de la Ficha de Registro del Indicador Índice de Rapidez del servicio

N°	EXPERTO	GRADO ACADEMICO	PUNTAJE	OBS
1	FELIX ARMANDO FERMIN PEREZ	MAGISTER	90%	
2	PEREZ FARFAN IVAN MARTIN	MAGISTER	71%	
3	DIAZ REATEGUI MONICA	DOCTOR	75%	
<b>PROMEDIO</b>			78,67%	

La validez de las herramientas se evaluó por medio de la presentación digital de las fichas de registro a 3 profesionales para su evaluación de los indicadores de Índice de velocidad del servicio, como se puede visualizar luego, las cuales

obtuvieron un ponderando de 78,67%, lo cual resulta en un grado de confianza del instrumento que es bastante bueno para la recolección los datos. **(Anexos: 13, 14, 15)**

TABLA N° 06: Validez por Juicio de Experto de la Ficha de Registro del Indicador Índice de Calidad del servicio

N.º	EXPERTO	GRADO ACADEMICO	PUNTAJE	OBS
1	FELIX ARMANDO FERMIN PEREZ	MAGISTER	90%	
2	PEREZ FARFAN IVAN MARTIN	MAGISTER	71%	
3	DIAZ REATEGUI MONICA	DOCTOR	76%	
<b>PROMEDIO</b>			79%	

La validez de las herramientas se evaluó por medio de la presentación digital de las fichas de registro a 3 profesionales para su evaluación de los indicadores de Índice de calidad del servicio, como se puede visualizar después, las cuales obtuvieron un ponderando de 79%, lo cual resulta en un grado de confianza del instrumento que es bastante bueno para la recolección los datos. (Anexos: 16, 17, 18)

La averiguación no solo debería ser aprobada y/o válida, sino además debería tener fiabilidad, la cual es determinada por Aravena et al. (2014) como el nivel en el cual una puntuación está independiente de cada error de una posible medida. O sea, al volver a repetir la medición en unas buenas condiciones relativas estas deberían ser muy similares a los resultados. Esta definición se relaciona con la igualdad del instrumento en sí mismo, siendo así independiente a que individuo se le aplique (será el observador) y el momento en el que fuese aplicado (con relación al tiempo), este nivel de confiabilidad se verá reflejado en una escala que está en la FIGURA N° 12.

FIGURA N° 12: Nivel de confiabilidad<sup>22</sup>

	Escala	Nivel
Fuente: Juan Casan	0.00 < sig. < 0.20	Muy bajo
	0.20 < sig. < 0.40	Bajo
	0.40 < sig. < 0.60	Regular
	0.60 < sig. < 0.80	Aceptable
	0.80 < sig. < 1.00	Elevado

Para la confiabilidad se aplicará la medición de tipo test – retest la cual es definida por Esther C (2016) la administración del mismo test en 2 situaciones diferentes separadas por un lapso temporal a una misma muestra, también se calculara el coeficiente de correlación entre las 2 puntuaciones obtenidas por las muestras en ambas ocasiones.<sup>23</sup>

Por lo tanto, poseemos que decidir la técnica que se va a aplicar para obtener la escala, va a ser el coeficiente de correlación de Pearson, esta es determinada por Laura Ruiz Mitjana (2016) como aquella interacción (o correlación) dada entre 2 cambiantes de manera aleatorias que sean cuantitativas (escala mínima de intervalo); como, ejemplificando, la interacción entre el peso de una persona y su elevación. Que nos permite información de la magnitud y la dirección de la interacción. En escasas palabras, hablamos de ese índice que mide el nivel de covariación entre diversas cambiantes en relación linealmente.<sup>24</sup>

FIGURA N° 13: Coeficiente de correlación de Pearson.

Fuente: Alfonso Peiro Ucha

$$P_{xy} = \frac{Cov_{xy}}{\sigma_x - \sigma_y}$$

*Cov<sub>xy</sub> = Covarianza entre el valor de "x" e "y".*

*σ<sub>x</sub> = Desviación típica de «x».*

*σ<sub>y</sub> = Desviación típica de «y».*

La confiabilidad para este instrumento del Índice de Rapidez del servicio, utilizando el coeficiente de Pearson en el software SPSS 25 su valor es del 0,748 , el cual indica que la viabilidad del instrumento es aceptable, por ende el instrumento es asignado como confiable.

FIGURA N° 14: Índice de rapidez del servicio

		Correlaciones		
		TEST	RE TEST	
<b>Fuente: Elaboración propia</b>	<b>TEST</b>	Correlación de Pearson	1	
		Sig. (bilateral)	,748	
		<b>N</b>	15	
	<b>RETEST</b>	Correlación de Pearson	,748	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		<b>N</b>	15	15

La confiabilidad para este instrumento del Índice de Calidad del servicio, utilizando el coeficiente de Pearson en el software SPSS 25 su valor es del 0,749 , el cual indica que la viabilidad del instrumento es aceptable, por ende el instrumento es asignado como confiable.

FIGURA N° 15: Índice de calidad del servicio

		Correlaciones		
		TEST	RE TEST	
<b>Fuente: Elaboración propia</b>	<b>TEST</b>	Correlación de Pearson	1	
		Sig. (bilateral)	,749	
		<b>N</b>	15	
	<b>RETEST</b>	Correlación de Pearson	,749	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		<b>N</b>	15	15

### 3.5 Procedimientos

En este proyecto de investigación se logró a evaluar una de las problemáticas comunes en la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL, que es la de su rapidez de entrega y pedidos devueltos que se fundamenta en su calidad de servicio, es por esto que aquella se expone como la variable dependiente del proyecto de estudio, una vez definido nuestro enfoque se nace a averiguar situaciones semejantes en otras instituciones de la nación y de todo el mundo para lograr examinar las resoluciones que dieron en aquel instante, además llega a abordar toda información que existe por la cual se rige en este proceso, como lo pueden ser, las leyes, normativas y/o decretos, además de manera paralela se preserva comunicación con las zonas competentes en esta unidad, para que expliquen el flujo del proceso y las casuísticas del mismo; es con base a toda esta información que los accesorios de tecnología de información, se toma la elección de proponer un sistema web multiplataforma para el proceso de ventas de la compañía SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL, siendo este la variable independiente del proyecto.

Para esta indagación se expone tener un análisis a detalle de las dos variables por lo que se recaba información de distintos trabajos de tesis, libros electrónicos, revistas y todo tipo de artículos científicos de varios autores para de esta forma tener precedentes que se hayan encontrado con problemáticas semejantes y contemplar los resultados de las resoluciones que plantearon, además obtendremos debido a dichos estudios una buena base teórica que respalde este análisis, de la cual se recibe magnitudes e indicadores fiables. Con todos los datos que se ha obtenido se sugiere una investigación aplicada pre experimental, debido a que este proyecto de estudio será implementado y se va a poder hacer el comparativas de los resultados pre y post de los indicadores, sin embargo al ser plenamente conscientes de nuestras propias cambiantes

y el ambiente donde se desarrollan, nos permiten poder establecer el mundo de individuos relacionadas en este plan, sacando tal cual la población y muestra representativa; además se determinará el tipo de muestreo a utilizar y la técnica para recolectar los datos de indicadores cuantitativos, el cual se decidirá su validez mediante un juicio de profesionales expertos el cual indicará como se medirá la fiabilidad por medio del coeficiente de correlación de Pearson.

Además determinaremos el procedimiento con el que se llegará a analizar los datos de la presente investigación los cuales van a ser por medio de programa SPSS 25 utilizando un estudio detallado por medio de frecuencias y un estudio inferencial que nos llevará a realizar la prueba de normalidad por medio del procedimiento denominado Shapiro – Wilk, que nos indicará mediante sus valores si en realidad el sistema es de repartición común o no común para utilizar otras pruebas estadísticas como la prueba no paramétrica Wilcoxon o la prueba paramétrica T – Student gracias a la muestra.

Por último, se determinará los aspectos meramente administrativos de la investigación en donde se asigna los recursos utilizados y el presupuesto que estos generan, también se define el financiamiento del proyecto y por último se realiza el cronograma de tareas para la ejecución del proyecto.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Se ha usado el software estadístico SPSS en una de sus versiones 25 para el estudio estadístico de datos, el cual Méndez V. (2016) lo define como un software que recopila un conjunto de información y otras herramientas de análisis predictivos fáciles de utilizar, ya sea para usuarios empresariales, analistas y/o programadores estadísticos, el cual analiza rápidamente un gran volumen de datos de las ciencias sociales que son recopilados a partir de diversos métodos de investigación. <sup>25</sup>



Este proyecto de investigación realizará un análisis descriptivo de las variables, donde el sistema web multiplataforma (Variable Independiente) será la que determinará la influencia del índice de rapidez del servicio y el índice de calidad del servicio en el proceso de ventas de la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL (Variable Dependiente); se elaborará un test donde se puedan reflejar el contexto actual de los indicadores y posterior a ello se realizará un re - test con la nueva información que se obtendrán de los indicadores mediante la implementación final de dicho sistema web multiplataforma.

Se realizará en base al estudio las correspondientes pruebas de normalidad de los siguientes indicadores que son: Índice de rapidez del servicio e índice de calidad del servicio, aquello se llevará a cabo con el método Shapiro – Wilk, el cual es definido en sus estudios por González et al. (2019) como un test que logra el contraste de un conjunto de datos de una población que es distribuida con su resultado de normalidad y se usa cuando una de las muestra es inferior o está por debajo de 50, este método nos indicara que tipo de distribución de los indicadores como se puede observar en la figura N° 16.<sup>26</sup>

FIGURA N° 16: Distribuciones del Shiapiro wilk

Fuente: Gonzales E.	Sig. <0,05 es distribución no normal, se debe aplicar la prueba no paramétrica de Wilcoxon.
	Sig. ≥ 0,05 es distribución normal, se debe aplicar la prueba paramétrica T-Student o Z, dependiento del tamaño de la muestra.

Se ejecutará una prueba de hipótesis, la cual se usará las variables para definir las: IrAs, que significa índice de rapidez del servicio anterior al uso del sistema web multiplataforma y lRds, que significará índice de rapidez

del servicio posterior al uso del sistema web multiplataforma, IcAs, que significa índice de calidad del servicio anterior al uso del sistema web multiplataforma, IcDs, que significará índice de calidad del servicio posterior al uso el sistema web multiplataforma, a continuación se describirá las hipótesis estadísticas.

**HE1:** El sistema web multiplataforma aumenta el índice de rapidez del servicio en el proceso de ventas de la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

**Hipótesis Nula H0:** El sistema web multiplataforma no aumenta el índice de rapidez del servicio en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

$$H0 : IrAs \leq IrDs$$

**Hipótesis Alternativa Ha:** El sistema web multiplataforma aumenta el índice de rapidez del servicio en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

$$Ha : IrAs < IrDs$$

**HE2:** El sistema web multiplataforma aumenta el índice de calidad del servicio en el proceso de ventas de la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

**Hipótesis Nula H0:** El sistema web multiplataforma no aumenta el índice de calidad del servicio en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

$$H0 : IcAs \leq IcDs$$

**Hipótesis Alternativa Ha:** El sistema web multiplataforma aumenta el índice de calidad del servicio en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

$$Ha : IcAs < IcDs$$

## **Aspectos éticos**

El presente proyecto de estudio, nos indica que la investigación se ve comprometida con lo cual diga la ética del investigador, de tal manera que se amparará a las reglas que se rijan en todo el mundo en la actualidad, se respetará toda propiedad intelectual que logre ser citado en este análisis, realizando uso de una adecuada alusión de los múltiples autores. Se tiene en cuenta que el plan sea de enorme calidad y que toda la información sea lo más autentica posible y veraz para los lectores y para los futuros estudiosos que logren llegar a leer este trabajo de investigación.

## **IV RESULTADOS**

## **Análisis descriptivo**

El análisis se llevó a cabo en 2 etapas para lograr establecer en una primera etapa en la que se evaluó el Pre Test, la cual consistió en utilizar una escala de medición a cada indicador antecedente de la utilización del programa planteado. También, en una segunda etapa se hizo el Post Test, la cual llevo a ejercer una medición a cada indicador luego de la utilización del programa planteado. Todo ello, permitió que se logre equiparar los resultados de cada etapa y revisar si hubo una optimización o no.

La investigación de los datos se hizo con la herramienta IBM SPSS Statistics 25 con la intención de hacer la prueba de normalidad, contando con la presente magnitud de la muestra, para lograr establecer si se rechazan o permiten las hipótesis.

## **Indicador de rapidez del servicio**

Las escalas descriptivas de la rapidez del servicio en el proceso de ventas del antes y posteriormente de haber implementado el Sistema Web multiplataforma, se detallará a continuación.

En la Tabla 7, se muestra los resultados del primer indicador rapidez del servicio. En el Pre Test se obtuvo un 86% mientras tanto que en el Post Test se obtuvo un 91% (ver Figura 17), lo cual deja en evidencia una clara diferencia entre el anteriormente y luego de la utilización del sistema web. Además, su resultado mínimo ha sido de 0,50 anteriormente y 0,71 luego. Con lo cual, se obtuvo una variabilidad de 0,16 previamente y 0,11 luego.

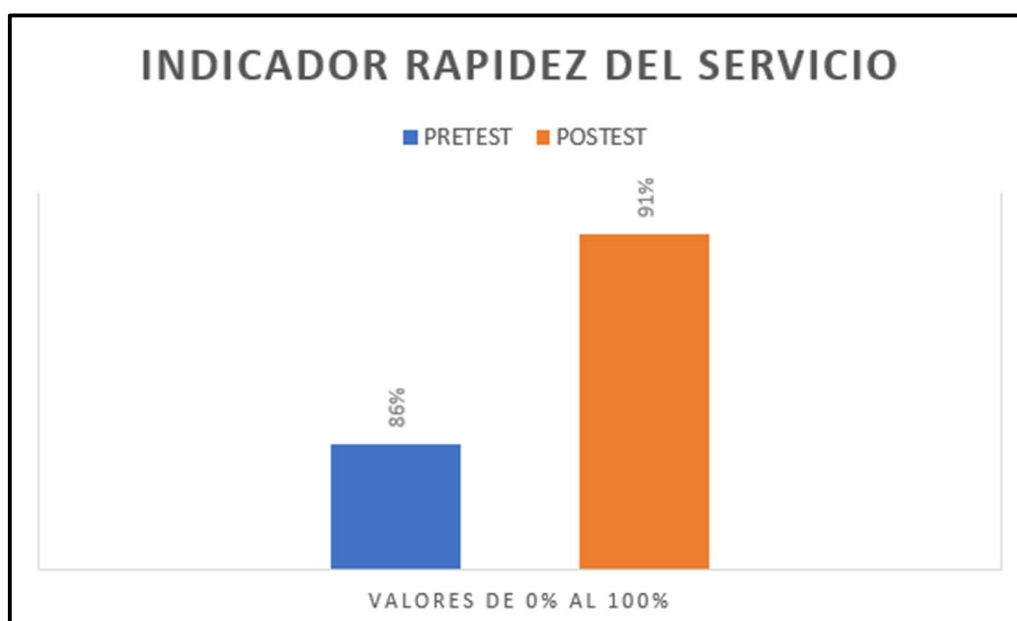
TABLA N° 07: Datos descriptivos RS

### **Estadísticos descriptivos**

	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>
<b>Pretest_RS</b>	15	0,50	1	0,86778	0,16177
<b>Posttest_RS</b>	15	0,71	1	0,91206	0,11532

Fuente: Elaboración propia

Figura 17: Gráfico Indicador de rapidez del servicio



Fuente: Elaboración propia.

### Indicador de calidad del servicio

Las escalas descriptivas de la calidad del servicio en el proceso de ventas del antes y después de implementar el Sistema Web multiplataforma, se detallará a continuación.

Por un lado, en la Tabla 8, se muestra los resultados del indicador calidad del servicio. En el Pre Test se obtuvo un 79% en lo que en el Post Test se obtuvo un 92% (ver Figura 18), lo que deja una clara diferencia entre el anteriormente y luego de la utilización del sistema web. Además, el resultado mínimo ha sido de 0,25 previamente y 0,50 luego. Asimismo, se obtuvo una variabilidad de 0,26 previamente y 0,14 luego.

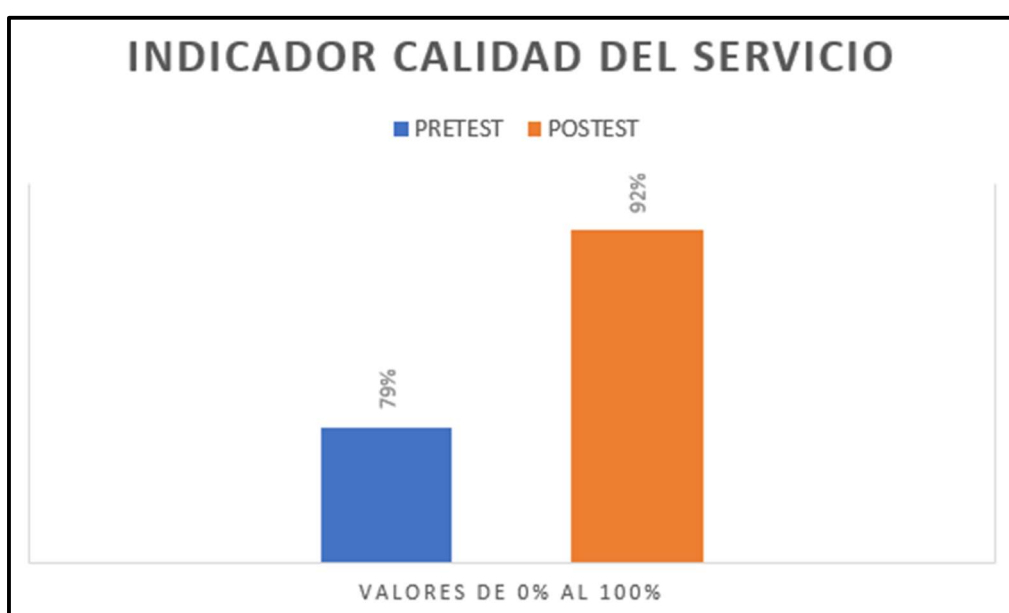
TABLA N° 08: Datos descriptivos CS

**Estadísticos descriptivos**

	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>
<b>Pretest_CS</b>	15	0,25	1	0,79111	0,26479
<b>Posttest_CS</b>	15	0,50	1	0,92317	0,14902

Fuente: Elaboración propia

Figura 18: Gráfico Indicador de calidad del servicio



Fuente: Elaboración propia.

**Análisis inferencial**

Se procedió a realizar una primera prueba de normalidad con el método denominado Shapiro-Wilk , la que nos demuestra que ambos indicadores su tamaño de muestra son de 15 días, dado que su valor es inferior a 50, en base a lo que afirma el autor Romero (2016, p. 112)<sup>79</sup>. Se utilizó el software IBM SPSS STATISTICS 25, teniendo en cuenta un nivel de confianza previamente desarrollado del 79%. Asimismo, si el Sig.  $\geq 0.05$  indica que los datos son normales y si el Sig.  $< 0.05$  indica que los datos no son normales.

A continuación, en la Tabla 9, se nos muestran los resultados del indicador rapidez del servicio. El valor del Sig. del Pre Test se llegó a obtener un valor de **0.087** el cual es mayor a 0.05, por ende, los datos son normales según esta teoría. En cuanto a los datos del Sig. del Post Test se obtuvo como valor inicial un 0.000 el cual está por debajo de 0.05, esto significa, que los datos no son normales. En consecuencia, los datos no son distribuyen normalmente.

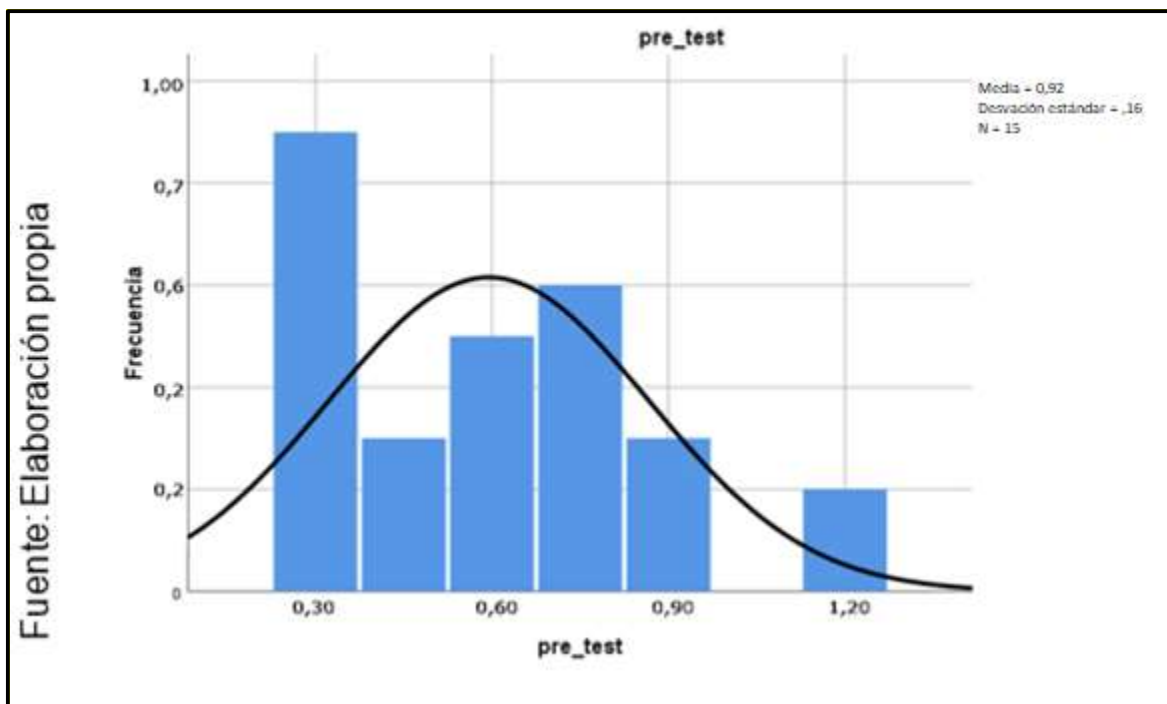
Tabla 9: Prueba de normalidad Shapiro-Wilk del indicador rapidez del servicio

Pruebas de normalidad			
	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
PreTest-RapidezdelServicio	.860	15	.083
PostTest-RapidezdelServicio	.910	15	.000

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, en la Figura 19 se visualiza que en el pre tes t se obtuvo un valor medio de 0.86 y una desv. estándar del valor 0.16177.

Figura 19: Pretest Indicador Promedio de Rapidez del Servicio

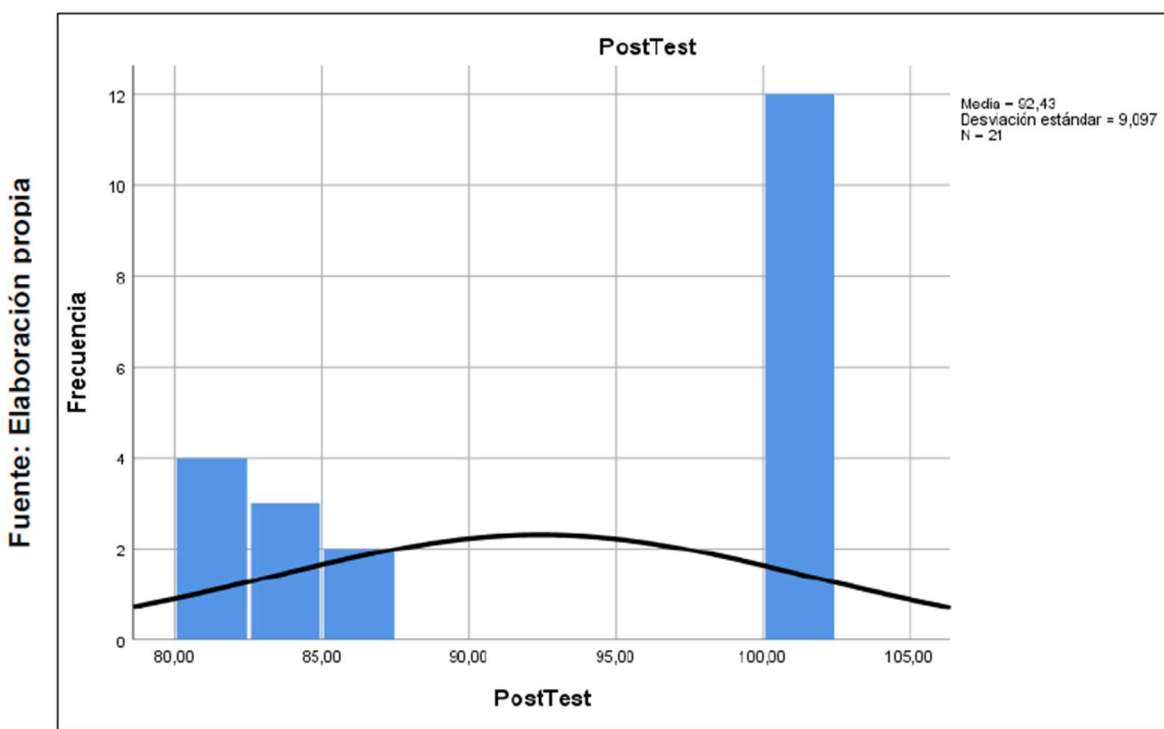


Fuente: Elaboración propia



Además, en la Figura 20 se visualiza que en el post test se recogió un valor medio de 92,43 y una desv. estándar de 9,097

Figura 20: Post Test Indicador Promedio de Rapidez del Servicio



Por consiguiente, teniendo presente la Figuras 19 y 20, hubo una optimización en el grado de servicio de 53 hasta 92. Asimismo, se llegó a aplicar la prueba de rangos denominado por Wilcoxon para poder admitir o rechazar las hipótesis ya que los datos no se distribuyen de manera habitual (Berlanga y Rubio, 2012, p. 103).

Sin embargo, en la Tabla 10, se llegan a visualizar dichos resultados del indicador calidad del servicio. Por el lado del Sig. del Pre Tes t se obtuvo el costo de 0.006 el cual es menor a 0.05, por consiguiente, los datos no son tradicionales. Sin embargo, el Sig. del Post Tes t se obtuvo el costo de 0.000 el cual es menor a 0.05, por consiguiente, los datos no son clásicos. De manera, los datos no se distribuyen comúnmente.

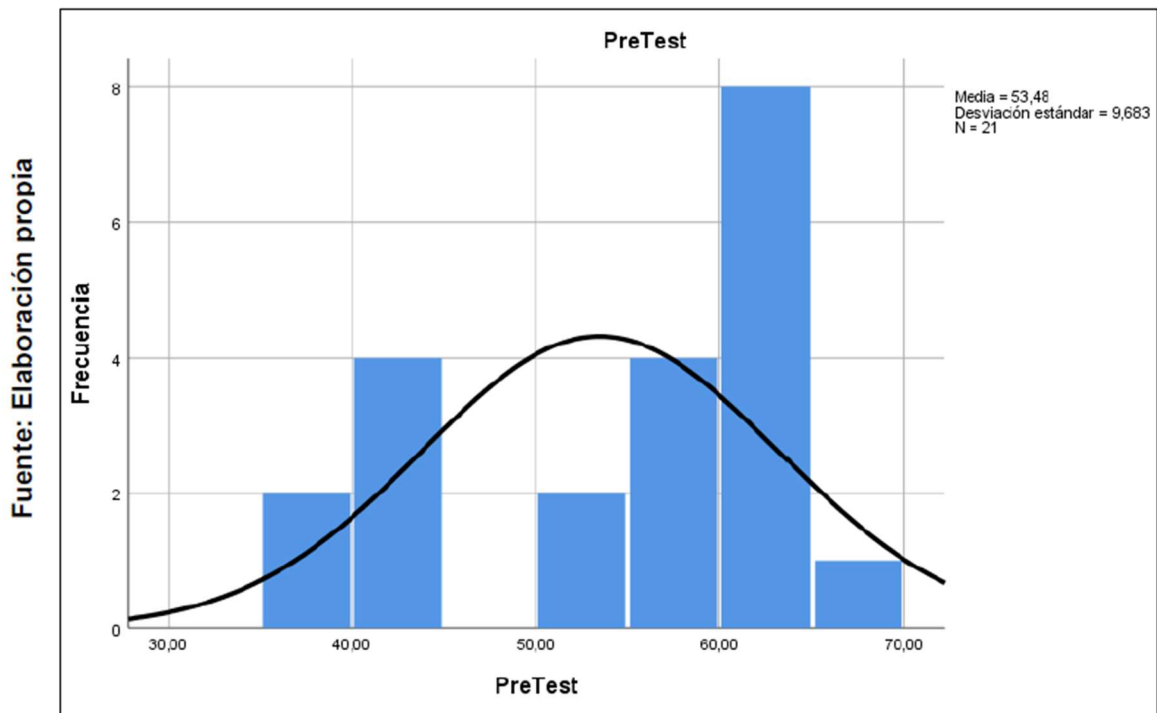
Tabla 10 : Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk del indicador calidad del servicio.

Pruebas de normalidad			
	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
PreTest-CalidaddelServicio	.857	15	.006
PostTest-CalidaddelServicio	.677	15	.000

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, en la Figura 21, se demuestra que en el pre tes t se logró alcanzar un valor medio de 53 y una desv. estándar de 9.68.

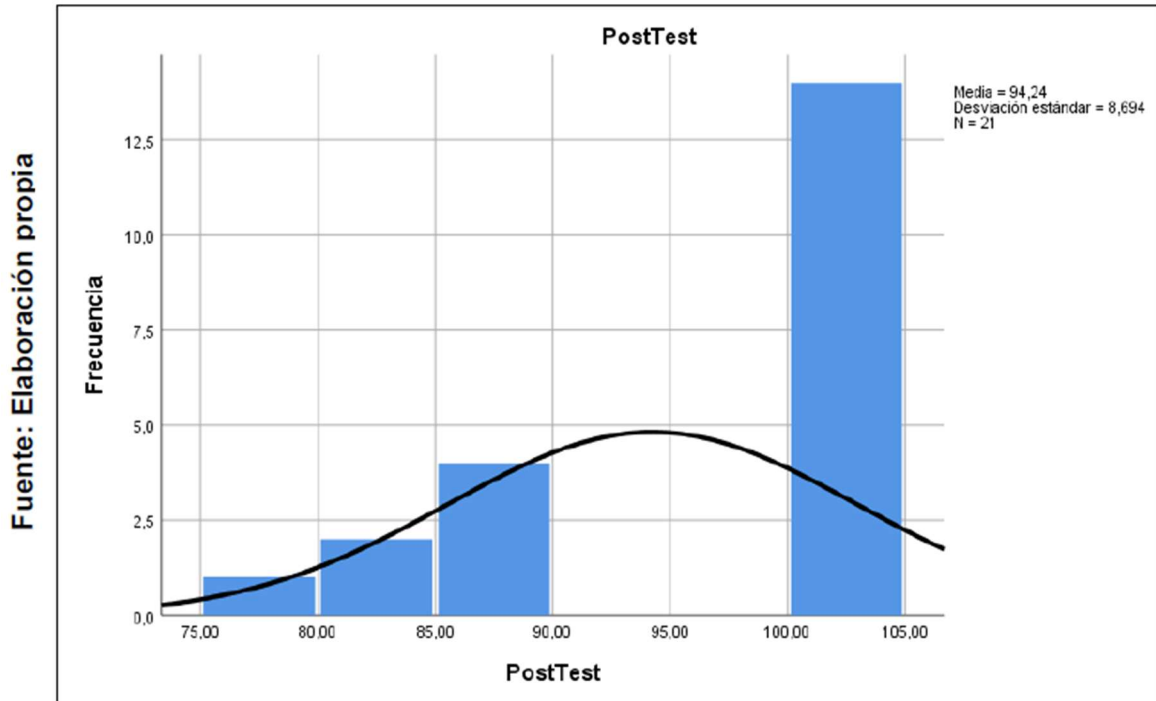
Figura 21: Pre Test Indicador Promedio Calidad del Servicio



Fuente: Elaboración propia

Además, en la Figura 22, se muestra que en el post test se obtuvo una media de 94 y una desviación estándar de 8.69.

Figura 22: Post Test Indicador Promedio Calidad del Servicio



Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, teniendo presente la Figuras 21 y 22, hubo una optimización en la calidad del servicio de 53 hasta 94. Asimismo, se aplicó la prueba de rangos de Wilcoxon para admitir o rechazar las premisas ya que los datos no se distribuyen de manera regular..

#### Prueba de Hipótesis 1

- Hipótesis especificativa 1: El sistema web mejora la rapidez del servicio del proceso de ventas en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.
- Indicador: Rapidez del Servicio

## Hipótesis estadísticas

Definición de variables:

*RSa*: Rapidez de servicio antes de la implementación del sistema web.

*RSd*: Rapidez de servicio después de la implementación del sistema web.

H0: El sistema web no mejora la rapidez de servicio en el proceso de ventas en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

H0:  $RSa \geq RSd$

Ha: El sistema web mejora la rapidez de servicio en el proceso de ventas en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

Ha:  $RSa < RSd$

Para revisar si se acepta o se rechaza la premisa se usó la prueba de rangos de Wilcoxon ya que los datos del indicador velocidad de servicio fueron no tradicionales. Los resultados se visualizan en las Tablas 11 y 12:

Tabla 11: Prueba de rangos de Wilcoxon del indicador nivel de servicio

Rangos				
		N	Rango promedio	Suma de rangos
PostTest – PreTest	Rangos negativos	0 <sup>a</sup>	.00	.00
	Rangos Positivos	15 <sup>b</sup>	11.00	231.00
	Empates	0 <sup>c</sup>		
	Total	15		

Fuente: Elaboración propia.

- a. PostTest < PreTest
- b. PostTest > PreTest
- c. PostTest = PreTest

Tabla 12: Estadísticos de prueba

Estadísticos de prueba <sup>a</sup>	
	PostTest - Pretest
Z	-4.023 <sup>b</sup>
Sig. asintónica(bilateral)	.000

Fuente: Elaboración propia.

- a. Prueba de rangos con signos de Wilcoxon.
- b. Se basa en rangos negativos.

En las Tablas 11 y 12, con base al estudio de comparativa de promedios se visualiza que llego a alcanzar una optimización en Z, con respecto a la velocidad del servicio llegando a implementar el programa al 95% de grado de confianza.

En la Tabla 12, se muestra que el Sig. es de 0.000, el cual se usó para hacer la comparación con el costo de alusión en la tabla de Shapiro Wilk. La muestra ha tenido el valor de 15 por parte del indicador de la rapidez del servicio, por consiguiente, el punto de comparativa fue 0.908.

La Tabla 12 muestra que el Sig. es 0.000 el cual es menor a 0.908, asimismo, el Sig. es menor a 0.05 (Berlanga y Rubio, 2012, p. 109). Por consiguiente, se rechazó la hipótesis nula y la cual admitió la alterna ya que el sistema web si mejoró la velocidad de servicio en el proceso de ventas de la organización SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

Prueba de hipótesis 2:

- Hipótesis específica 2: Un sistema web mejora la calidad del servicio en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL
- Indicador: Calidad del servicio

Hipótesis estadísticas

Definición de las variables

*CDa*: Calidad del servicio antes de la implementación del sistema web.

*CDd*: Calidad del servicio después de la implementación del sistema web.

$H_0$ : Un sistema web no mejora la calidad del servicio en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL

$H_0$ :  $CDa \geq CDd$

$H_a$ : Un sistema web mejora la calidad del servicio en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL

$H_a$ :  $CDa < CDd$

Para llegar a una verificación si se aceptan o se rechazan la hipótesis se utilizó como método, la prueba de rangos de Wilcoxon dado que los datos del indicador localización de documentos fueron no normales. Los resultados se visualizan en las Tablas 13 y 14

Tabla 13: Prueba de rangos de Wilcoxon del indicador calidad de servicio

Rangos				
		N	Rango promedio	Suma de rangos
PostTest – PreTest	Rangos negativos	0 <sup>a</sup>	.00	.00
	Rangos Positivos	15 <sup>b</sup>	11.00	231.00
	Empates	0 <sup>c</sup>		
	Total	15		

Fuente: Elaboración propia.

- a) PostTest < PreTest
- b) PostTest > PreTest
- c) PostTest = PreTest

Tabla 14: Estadísticos de prueba

Estadísticos de prueba <sup>a</sup>	
	PostTest - Pretest
Z	-4.019 <sup>b</sup>
Sig. asintónica(bilateral)	.000

Fuente: Elaboración propia.

- a) Prueba de rangos con signos de Wilcoxon.
- b) Se basa en rangos negativos.

En las Tablas 13 y 14, con base al estudio de comparación de promedios se visualiza que hubo una optimización en Z, con en relación a la calidad del servicio implementando el programa al 95% de grado de confianza.

En la Tabla 14, se muestra que el Sig. es de 0.000, el cual se usó para hacer la comparación con el costo de alusión en la tabla de Shapiro Wilk. La muestra ha sido de 15 por parte del indicador calidad del servicio, por consiguiente, el punto de comparación ha sido 0.908.

La Tabla 14 muestra que el Sig. es 0.000 el cual es menor a 0.908 , asimismo, el Sig. es menor a 0.05. Por consiguiente, se rechazó la premisa nula y se admitió la alterna ya que el sistema web si mejoró la calidad del servicio en el proceso de ventas de la organización SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

## V DISCUSIÓN



Con respecto al Indicador de **Calidad de servicio en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL**, obtuvimos un incremento de 34% una vez ya implementado el sistema web.

De la misma forma Almeyda Zapata Llulian Arturo, en su tesis Sistema web para la gestión documental en la I.E. 5082 Sarita Colonia, tuvo un resultado de mejora en su **indicador Calidad del Servicio del 39%**, por ende, un Sistema web agiliza y mejora los procedimientos que se llevan a cabo dentro del proceso de ventas para optimizar tiempos y recursos de la organización.

Por otro lado, con respecto al Indicador de **Rapidez del servicio en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL**, obtuvimos un incremento de 58,7% una vez ya implementado el sistema web.

En su investigación, Lopez Sarango Cristian de su tesis Sistema web para el proceso de cotización en la Empresa Inversiones & Soluciones Inmobiliarias, proyecta una **rapidez del 30,25% para su indicador Rapidez del servicio**, demostrando así la agilidad con la que realiza el sistema web una vez ya implementado y siguiendo la línea del servicio.

En conclusión, el sistema web mejoró el proceso de ventas de la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

## **VI CONCLUSIONES**

Las conclusiones del presente estudio son las siguientes:

### **PRIMERO**

Se concluye que el presente estudio tuvo como resultado que el sistema web multiplataforma mejoró el nivel de rapidez del servicio **de un 32,30% a un 91%** para el proceso de ventas de la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL, lo que equivale a un incremento de **58,7%** en dicho indicador.

### **SEGUNDO**

Se concluye que el presente estudio tuvo como resultado que el sistema web multiplataforma mejoró el nivel de calidad del servicio **de un 58% a un 92%** para el proceso de ventas de la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL, lo que equivale a un incremento del **34%**.

### **TERCERO**

Por lo tanto, los estudios demuestran que el uso de los sistemas de información asegura la disponibilidad, integridad y confidencialidad de los datos, y mejoran los procesos de una organización, confirmando que el sistema web para el proceso de ventas mejoró la **rapidez del servicio** en un 58,7% y la **calidad del servicio** en un 34%.

### **CUARTO**

En conclusión, el sistema web multiplataforma mejoró la el proceso de ventas de la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.

## **VII RECOMENDACIONES**

Las recomendaciones del presente estudio son las siguientes:

- En primera instancia, se recomendaría que los usuarios del sistema desarrollado, no lleguen a revelar sus contraseñas dado que ponen en riesgo la confidencialidad de la información.
- En segundo lugar, recomendamos revisar el manual de uso del sistema web para un uso correcto del mismo.
- Deberán llevar a cabo seguimientos de los procesos de la organización, de tal forma que, se lleguen a poder identificar los posibles defectos y llegasen a poder brindar una solución adecuada.
- Se recomienda dar una charla, sobre el buen uso del funcionamiento del software, para aquellos que no tengan las mismas capacidades de controlar un ordenador, sería recomendable que se llevase a cabo.
- Se recomienda incrementar el uso de los recursos del servidor, según vaya incrementando la cantidad de clientes y el tamaño de la información.

FIGURA N° 17: Diagrama de Ejecución

Actividad / Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Requerimientos del negocio	✓	✓														
Funcionalidades			✓													
Análisis de procesos de negocio				✓	✓											
Desarrollo casos de uso					✓	✓										
Prototipos						✓	✓									
Modelamiento base de datos							✓	✓								
Desarrollo de interfaces								✓	✓							
Programación de interfaces									✓	✓	✓					
Pruebas unitarias												✓	✓			
Pruebas de rendimiento													✓	✓		
Aprobación técnica															✓	✓

## REFERENCIAS

1. Jiménez, Manuel. Desarrollo e implementación de un CRM web, para la automatización del proceso de ventas en DUES. Tesis (Profesional). Mazatlán: UNIVERSIDAD POLITECNICA DE SINALOA, 2017. [consulta 02-05-2021] Disponible en: <http://repositorio.upsin.edu.mx/formatos/ChristianJimenez20140304443586.pdf>
2. Loli, Jorge. Sistema web para el proceso de ventas en la empresa distribuidora Hernández E.I.R.L. Tesis (Profesional). Lima: Universidad César Vallejo, 2018. [consulta 02-05-2021] Disponible en: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45298/Loli\\_AJA-SD.pdf](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45298/Loli_AJA-SD.pdf)
3. Yañez, Robinson . Sistema web para el proceso de ventas en la empresa Rysoft. Tesis (Profesional). Lima: Universidad César Vallejo, 2017. [consulta 02-05-2021] Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1853>
4. Alva et al. Sistema multiplataforma Web-Móvil para medir la experiencia turística en la ciudad de Trujillo-Perú (2021) [consulta 01-05-2021] Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52903>
5. Guzmán. Sistema Web para el Control de Asistencia y Permanencia docente en las Instituciones Educativas Públicas de la UGEL N° 03 (2020) [consulta 01-05-2021] Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692>
6. Incenta. Las 4 fases del proceso de ventas digitalizado, 2017 [consulta 01-05-2021]. Disponible en: <https://incenta.com/insights/las-4-fases-del-proceso-de-ventas-digitalizado/>
7. Shutpoint. Las Cinco Ventajas Principales de Tener un Proceso de Ventas Estructurado en tu Empresa, 2019 [consulta 02-05-2021]. Disponible en: <https://shutpoint.com/blog/las-cinco-ventajas-principales-de-tener-un-proceso-de-ventas-estructurado-en-tu-empresa/>
8. Franklin Lisiak. Importancia de Elaborar un Proceso de Ventas en tu Empresa, 2018 [consulta 02-05-2021]. Disponible en: <https://www.tree.com.py/blog/importancia-de-un-proceso-de-ventas>



9. Aeurus. Ventajas de los sistemas web, 2016 [consulta 01-05-2021]. Disponible en: <http://www.aeurus.cl/blog/ventajas-de-los-sistemas-web>
10. Castillo, Gerardo. Implementación de un sistema web de gestión documentaria en la municipalidad distrital de Pararin - provincia Recuay - departamento de Ancash, 2017. Tesis (Profesional). Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, 2017. [consulta 02-05-2021] Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2513>
11. Bernabé, Israel. Sistema web de comercio electrónico y control de inventarios, Caso: Fibby's S.R.L. Tesis (Profesional). La Paz: Universidad Mayor de San Andrés, 2015. [consulta 02-05-2021] Disponible en: <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/8951>
12. Fernández, Fernando. Inconvenientes e impactos territoriales del comercio electrónico. Investigaciones Geográficas (Esp) [en línea]. 2002, (27), 131- 150 [consulta 02-05-2021] ISSN: 0213-4691. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17602706>
13. Luna G. et al. Desarrollo de un programa de coaching en persuasión y cierre de ventas aplicado a la asociación interprofesional de artesanos “20 de julio” del mercado artesanal de la ciudad de Guayaquil. (2017) [consulta 02-05-2021] Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/41064>
14. Arias, Julio et al. Propuesta de un método para desarrollar Sistemas de Información Geográfica a partir de la metodología de desarrollo ágil – SCRUM (2018) [consulta 02-05-2021] Disponible en: <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/cuadernoactiva/article/view/490/661>
15. SCHUBERT, Olga, [et al.]. Quantitative proteomics: challenges and opportunities in basic and applied research [en línea]. Nat Protocols: 12, 2017, pp. 1289–1294. [consulta 02-05-2021] Disponible en: <https://www.nature.com/articles/nprot.2017.040>
16. MARQUIS, Nicole. In-Home Pulmonary Telerehabilitation for Patients with Chronic Obstructive Pulmonary Disease: A Preexperimental Study on Effectiveness, Satisfaction, and Adherence. Telemedicine and e-Health: 2015.

21:11, pp. 870-879. [consulta 02-05-2021] Disponible en:  
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26075928/>

17. Daniel Cauas. Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación (2018) [consulta 02-05-2021] Disponible en:  
[https://www.academia.edu/11162820/variables\\_de\\_Daniel\\_Cauas](https://www.academia.edu/11162820/variables_de_Daniel_Cauas)

18. Vega et al. PARADIGMAS EN LA INVESTIGACIÓN. ENFOQUE CUANTITATIVO Y CUALITATIVO (2014) [consulta 02-05-2021] Disponible en:  
<https://core.ac.uk/reader/236413540>

19. Gonzales David. El cierre eficiente de un negociador experimentado (2018) [consulta 02-05-2021] Disponible en:  
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/21005>

20. Gómez et al., El protocolo de investigación III: la población de estudio (2016) [consulta 02-05-2021] Disponible en:  
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

21. Del Rosario. Apuntes para la elaboración de un proyecto de investigación social (2016) [consulta 02-05-2021]. Disponible en:  
<http://www.librosoa.unam.mx/handle/123456789/453>

22. ETIKAN et al. Comparision of Snowball Sampling and Sequential Sampling Technique (2015) [consulta 02-05-2021]. Disponible en:  
<https://www.academia.edu/21810338/>

23. Caro. 7 técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos (2021) [consulta 02-05-2021]. Disponible en: <https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>

24. Aravena et al. Validez y Confiabilidad en Investigación Odontológica (2014) [consulta 02-05-2021]. Disponible en:  
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijodontos/v8n1/art09.pdf>

25. CASAN, Juan. Diseño y fiabilidad de un cuestionario sobre la comprensión auditiva/audiovisual. Vol 10. n° 3. Agosto-Septiembre 2017. Pp. 47 – 65 [consulta 02-05-2021].
26. Esther C. La Fiabilidad (2016) [consulta 02-05-2021]. Disponible en: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/23/Tema%205-Fiabilidad.pdf>
27. Ruiz L. Coeficiente de correlación de Pearson: qué es y cómo se usa. (2016) [consulta 02-05-2021]. Disponible en: <https://psicologiyamente.com/miscelanea/coeficiente-correlacion-pearson>
28. Méndez V. Manual introductorio al SPSS Statistics Standard Edition 22 (2016). [consulta 22-05-2021] Disponible en: [https://www.fibao.es/media/uploads/manual\\_de\\_spss\\_universidad\\_de\\_celaya.pdf](https://www.fibao.es/media/uploads/manual_de_spss_universidad_de_celaya.pdf)
29. Gonzales et al. Shapiro–Wilk test for skew normal distributions based on data transformations (2019) [consulta 22-05-2021] Disponible en: <https://doi.org/10.1080/00949655.2019.1658763>
30. Gallarday. Influencia de un sistema informático para el proceso de ventas en el Gimnasio Corsario GYM. (2015) [consulta 22-05-2021]. Disponible en: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/151/gallarday\\_ma.pdf](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/151/gallarday_ma.pdf)
31. Perez Anna. Las 5 técnicas de cierre de ventas más efectivas (2017) [consulta 22-05-2021]. Disponible en: <https://www.obsbusiness.school/blog/las-5-tecnicas-de-cierre-de-ventas-mas-efectivas>
32. Marcus Le. El cierre de venta fase crucial en el proceso de ventas. (2018) [consulta 22-05-2021] Disponible en: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/12520/24005/TAMD%20G643c.pdf>

## **ANEXOS**

Anexo N° 01 : Matriz de consistencia

VARIABLE	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Formulas	Instrumento	Escala
SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA	Es un sistema al que se puede acceder desde un servidor web, a través de Internet o de una intranet.	El sistema web multiplataforma es una herramienta que permite la mejora en el proceso de ventas de la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL optimizando los índices de tiempo y calidad del servicio.					
PROCESO DE VENTAS	El proceso de ventas es la sucesión de pasos que se realiza desde el momento de captar la atención de un potencial cliente hasta que la transacción final se lleva a cabo.	El proceso de ventas en la empresa SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL mediante el sistema web multiplataforma aumentará el índice del tiempo y calidad de servicio.	D1: Cierre de venta Es una etapa del proceso de ventas en donde, luego de haber presentado un producto a un cliente potencial, y haber hecho frente a sus objeciones, se intenta cerrar la venta, es decir, se intenta inducirlo o convencerlo de decidirse por la compra.	<p>Índice de Rapidez Del Servicio.</p> <p>Índice De Calidad del Servicio.</p>	$IRS = \frac{PSR}{PT} \times 100$ <p>IRS = Índice de Rapidez del Servicio. PSR = Número de pedidos sin retraso por mes. PT = Número de pedidos totales por mes.</p> $ICS = \frac{PND}{PT}$ <p>ICS = Índice de Calidad del Servicio. PND = Número de pedidos no devueltos por mes. PT = Número de pedidos totales por mes.</p>	Ficha de Registro	RAZÓN





## Anexo N° 04: Ficha de registro Test N° 01 – Índice de rapidez del servicio

Ficha de registro Test N° 01 - Índice de Rapidez del Servicio.

Ficha de Registro			
Tipo de prueba:	Test		
Empresa Investigada:	SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL		
Investigador(es):	Vargas Conde Jhossep Lincohl		
Fecha de Inicio:	01/04/2021	Fecha Final:	15/04/2021

Variable	Indicador	Unidad de Medida	Fórmula
Proceso de Ventas	Índice de Rapidez Del Servicio.	Porcentaje	$IRS = \frac{PSR}{PT} \times 100$ <p>IRS = Índice de Rapidez del Servicio.            PSR = Número de pedidos sin retraso por mes.            PT = Número de pedidos totales por mes.</p>

Ítem	Fecha	PSR	PT	IRS
1	01/04/2021	3	3	100,00%
2	02/04/2021	1	2	50,00%
3	03/04/2021	2	2	100,00%
4	04/04/2021	1	2	50,00%
5	05/04/2021	1	3	33,33%
6	06/04/2021	2	2	100,00%
7	07/04/2021	3	5	60,00%
8	08/04/2021	1	3	33,33%
9	09/04/2021	1	2	50,00%
10	10/04/2021	1	1	100,00%
11	11/04/2021	2	3	66,67%
12	12/04/2021	2	2	100,00%
13	13/04/2021	1	5	20,00%
14	14/04/2021	1	2	50,00%
15	15/04/2021	1	1	100,00%





## Anexo N° 05: Ficha de registro Re Test N° 01 – Índice de rapidez del servicio

Ficha de registro Re-Test N° 01 - Índice de Rapidez del Servicio.

Ficha de Registro			
<b>Tipo de prueba:</b>	Re test		
<b>Empresa Investigada:</b>	SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL		
<b>Investigador(es):</b>	Vargas Conde Jossep Lincohl		
<b>Fecha de Inicio:</b>	01/05/2021	<b>Fecha Final:</b>	15/05/2021

Variable	Indicador	Unidad de Medida	Fórmula
Proceso de Ventas	Índice de Rapidez Del Servicio.	Porcentaje	$IRS = \frac{PSR}{PT} \times 100$ <p>IRS = Índice de Rapidez del Servicio.                      PSR = Número de pedidos sin retraso por mes.                      PT = Número de pedidos totales por mes.</p>

Ítem	Fecha	PSR	PT	IRS
1	01/05/2021	2	2	100,00%
2	02/05/2021	4	4	100,00%
3	03/05/2021	3	3	100,00%
4	04/05/2021	4	5	80,00%
5	05/05/2021	3	4	75,00%
6	06/05/2021	1	1	100,00%
7	07/05/2021	4	5	80,00%
8	08/05/2021	2	3	66,67%
9	09/05/2021	3	4	75,00%
10	10/05/2021	2	2	100,00%
11	11/05/2021	1	1	100,00%
12	12/05/2021	2	2	100,00%
13	13/05/2021	3	4	75,00%
14	14/05/2021	1	2	50,00%
15	15/05/2021	2	2	100,00%



## Anexo N° 06: Ficha de registro Test N° 02 – Índice de calidad del servicio

Ficha de registro Re-Test N° 02 - Índice de Calidad del Servicio.

Ficha de Registro			
Tipo de prueba:	Re test		
Empresa Investigada:	SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL		
Investigador(es):	Vargas Conde Jhossep Lincohl		
Fecha de Inicio:	01/05/2021	Fecha Final:	15/05/2021

Variable	Indicador	Unidad de Medida	Fórmula
Proceso de Ventas	Índice de Calidad del Servicio.	Número	$ICS = \frac{PND}{PT}$ <p>ICS = Índice de Calidad del Servicio.                      PND = Número de pedidos no devueltos por mes.                      PT = Número de pedidos totales por mes.</p>

Ítem	Fecha	PND	PT	ICS
1	01/05/2021	1	2	0,50
2	02/05/2021	3	4	0,75
3	03/05/2021	3	3	1,00
4	04/05/2021	4	5	0,80
5	05/05/2021	4	4	1,00
6	06/05/2021	1	1	1,00
7	07/05/2021	2	5	0,40
8	08/05/2021	2	3	0,67
9	09/05/2021	4	4	1,00
10	10/05/2021	2	2	1,00
11	11/05/2021	1	1	1,00
12	12/05/2021	2	2	1,00
13	13/05/2021	1	4	0,25
14	14/05/2021	1	2	0,50
15	15/05/2021	2	2	1,00



## Anexo N° 07: Ficha de registro Re Test N° 02 – Índice de calidad del servicio

Ficha de registro Test N° 02 - Índice de Calidad del Servicio.

Ficha de Registro			
Tipo de prueba:	Test		
Empresa Investigada:	SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL		
Investigador(es):	Vargas Conde Jossep Lincohl		
Fecha de Inicio:	01/04/2021	Fecha Final:	15/04/2021

Variable	Indicador	Unidad de Medida	Fórmula
Proceso de Ventas	Índice de Calidad del Servicio.	Número	$ICS = \frac{PND}{PT}$ <p>ICS = Índice de Calidad del Servicio.                      PND = Número de pedidos no devueltos por mes.                      PT = Número de pedidos totales por mes.</p>

Ítem	Fecha	PND	PT	ICS
1	01/04/2021	1	3	0,33
2	02/04/2021	1	2	0,50
3	03/04/2021	1	2	0,50
4	04/04/2021	1	2	0,50
5	05/04/2021	2	3	0,67
6	06/04/2021	2	2	1,00
7	07/04/2021	1	5	0,20
8	08/04/2021	1	3	0,33
9	09/04/2021	2	2	1,00
10	10/04/2021	1	1	1,00
11	11/04/2021	1	3	0,33
12	12/04/2021	2	2	1,00
13	13/04/2021	1	5	0,20
14	14/04/2021	1	2	0,50
15	15/04/2021	1	1	1,00



## Anexo N° 08: Reporte de ventas del Mes de Abril - Mayo para calcular el índice de rapidez del servicio

Reporte de ventas del Mes de Abril 2021 para calcular el índice de rapidez del servicio.

Vendedor	Cliente	Sucursal	Fecha	Pedidos sin retraso	Total pedidos
C O N F I D E N C I A L	C O N F I D E N C I A L	C O N F I D E N C I A L	01/04/2021	3	3
			02/04/2021	1	2
			03/04/2021	2	2
			04/04/2021	1	2
			05/04/2021	1	3
			06/04/2021	2	2
			07/04/2021	3	5
			08/04/2021	1	3
			09/04/2021	1	2
			10/04/2021	1	1
			11/04/2021	2	3
			12/04/2021	2	2
			13/04/2021	1	5
			14/04/2021	1	2
			15/04/2021	1	1

Reporte de ventas del Mes de Mayo 2021 para calcular el índice de rapidez del servicio.

Vendedor	Cliente	Sucursal	Fecha	Pedidos sin retraso	Total pedidos
C O N F I D E N C I A L	C O N F I D E N C I A L	C O N F I D E N C I A L	01/05/2021	2	2
			02/05/2021	4	4
			03/05/2021	3	3
			04/05/2021	4	5
			05/05/2021	3	4
			06/05/2021	1	1
			07/05/2021	4	5
			08/05/2021	2	3
			09/05/2021	3	4
			10/05/2021	2	2
			11/05/2021	1	1
			12/05/2021	2	2
			13/05/2021	3	4
			14/05/2021	1	2
			15/05/2021	2	2



## Anexo N° 09: Reporte de ventas del Mes de Abril - Mayo para calcular el índice de calidad del servicio

Reporte de ventas del Mes de Abril 2021 para calcular el índice de calidad del servicio.

Vendedor	Cliente	Sucursal	Fecha	Pedidos no devueltos	Total pedidos
C O N F I D E N C I A L	C O N F I D E N C I A L	C O N F I D E N C I A L	01/04/2021	1	3
			02/04/2021	1	2
			03/04/2021	1	2
			04/04/2021	1	2
			05/04/2021	2	3
			06/04/2021	2	2
			07/04/2021	1	5
			08/04/2021	1	3
			09/04/2021	2	2
			10/04/2021	1	1
			11/04/2021	1	3
			12/04/2021	2	2
			13/04/2021	1	5
			14/04/2021	1	2
			15/04/2021	1	1

Reporte de ventas del Mes de Mayo 2021 para calcular el índice de rapidez del servicio.

Vendedor	Cliente	Sucursal	Fecha	Pedidos no devueltos	Total pedidos
C O N F I D E N C I A L	C O N F I D E N C I A L	C O N F I D E N C I A L	01/05/2021	1	2
			02/05/2021	3	4
			03/05/2021	3	3
			04/05/2021	4	5
			05/05/2021	4	4
			06/05/2021	1	1
			07/05/2021	2	5
			08/05/2021	2	3
			09/05/2021	4	4
			10/05/2021	2	2
			11/05/2021	1	1
			12/05/2021	2	2
			13/05/2021	1	4
			14/05/2021	1	2
			15/05/2021	2	2



## ANEXO N° 10: Validación Metodología



### VALIDACION DE LA METODOLOGIA

#### VII. DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del Experto:**

FELIX ARMANDO FERMIN PEREZ

**Grados Académicos:** Magister

**Fecha:** 22/06/2021

- Título de la Investigación:  
SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL
- Autor: Vargas Conde Jhossep L.

ITEM	Puntajes: Bueno = 3 - Regular = 2 - Malo = 1			
	CRITERIOS	SCRUM	XP	RUP
1	Representa y describe adecuadamente un flujo de trabajo.	3	2	3
2	Tamaño del proyecto es proporcional a sus interacciones.	3	2	3
3	Posee tiempos limitados de entrega.	3	3	2
4	Permite tener menos personal según sus roles.	3	3	2
5	Desarrollo iterativo e incremental.	2	2	3
6	Permite la adaptabilidad y respuesta a cambios.	3	2	3
7	Permite que el cliente sea parte del equipo.	2	2	2
8	Asegura un software de alta calidad.	2	2	3
<b>TOTAL:</b>		21	18	21

Observaciones: \_\_\_\_\_

*Félix Armando Fermín Pérez.*

Félix Armando Fermín Pérez

**Fuente: Elaboración Propia**

## ANEXO N° 11: Validación Metodología



### VALIDACION DE LA METODOLOGIA

#### VII. DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del Experto:**

PEREZ FARFAN IVAN MARTIN

**Grados Académicos:** Magister

**Fecha:** 22/06/2021

- Título de la Investigación:  
SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL
- Autor: Vargas Conde Jhossep L.

ITEM	Puntajes: Bueno = 3 - Regular = 2 - Malo = 1			
	CRITERIOS	SCRUM	XP	RUP
1	Representa y describe adecuadamente un flujo de trabajo.	3	2	3
2	Tamaño del proyecto es proporcional a sus interacciones.	3	2	3
3	Posee tiempos limitados de entrega.	3	3	2
4	Permite tener menos personal según sus roles.	3	3	2
5	Desarrollo iterativo e incremental.	2	2	3
6	Permite la adaptabilidad y respuesta a cambios.	3	2	3
7	Permite que el cliente sea parte del equipo.	2	2	2
8	Asegura un software de alta calidad.	2	2	3
<b>TOTAL:</b>		21	18	21

Observaciones: \_\_\_\_\_

Firma del Experto

**Fuente: Elaboración Propia**



## ANEXO N° 12: Validación Metodología



### VALIDACION DE LA METODOLOGIA

#### VII. DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del Experto:** DIAZ REATEGUI MONICA

**Grados Académicos:** Doctor

**Fecha:** 27/06/2021

- Título de la Investigación:  
SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL
- Autor: Vargas Conde Jhossep L.

ITEM	Puntajes: Bueno = 3 - Regular = 2 - Malo = 1			
	CRITERIOS	SCRUM	XP	RUP
1	Representa y describe adecuadamente un flujo de trabajo.	3	2	2
2	Tamaño del proyecto es proporcional a sus interacciones.	3	2	2
3	Posee tiempos limitados de entrega.	3	2	3
4	Permite tener menos personal según sus roles.	3	2	2
5	Desarrollo iterativo e incremental.	3	2	2
6	Permite la adaptabilidad y respuesta a cambios.	3	2	2
7	Permite que el cliente sea parte del equipo.	3	2	3
8	Asegura un software de alta calidad.	3	2	2
<b>TOTAL:</b>		24	16	18

Observaciones: \_\_\_\_\_

Firma del Experto

**Fuente: Elaboración Propia**



## ANEXO N° 13: Validación Instrumento Indicador 1



### VALIDACION DE INSTRUMENTO

#### I. DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del Experto:** FERMIN PEREZ FELIX ARMANDO

**Grados Académicos:** Magister

**Fecha:** 22/06/2021

- Motivo de Evaluación: **Ficha de Registro N° 01: Índice de Rapidez del Servicio.**

- Fórmula:

IRS = Índice de Rapidez del Servicio.

PSR = Número de pedidos sin retraso por mes.

PT = Número de pedidos totales por mes.

$$IRS = \frac{PSR}{PT} \times 100$$

- Título de la Investigación: SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL

- Autor: Vargas Conde Jhossep L.

INDICADORES	CRITERIO	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-50%	BUENO 51-70%	MUY BUENO 71-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Presenta un lenguaje apropiado					90
OBJETIVIDAD	Expresa datos perfectamente registrables					90
ORGANIZACIÓN	Muestra los datos en un orden relacional					90
SUFICIENCIA	Presenta los datos necesarios para medir el indicador					90
INTENCIONALIDAD	Adecuado para el registro de datos					90
COHERENCIA	Presenta coherencia con los indicadores y dimensiones					90
METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo de investigación					90
PERTINENCIA	Adecuado para el tipo de investigación					90

Promedio de valoración: 90%

*Félix Armando Fermin Pérez*

Félix Armando Fermin Pérez

**Fuente: Elaboración Propia**

## ANEXO N° 14: Validación Instrumento Indicador 1



### VALIDACION DE INSTRUMENTO

#### I. DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del Experto:** PEREZ FARFAN IVAN MARTIN

**Grados Académicos:** Magister

**Fecha:** 22/06/2021

- Motivo de Evaluación: **Ficha de Registro N° 01: Índice de Rapidez del Servicio.**
- Fórmula:
 

IRS	= Índice de Rapidez del Servicio.	$IRS = \frac{PSR}{PT} \times 100$
PSR	= Número de pedidos sin retraso por mes.	
PT	= Número de pedidos totales por mes.	
- Título de la Investigación: SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL
- Autor: Vargas Conde Jhossep L.

INDICADORES	CRITERIO	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-50%	BUENO 51-70%	MUY BUENO 71-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Presenta un lenguaje apropiado				71%	
OBJETIVIDAD	Expresa datos perfectamente registrables				71%	
ORGANIZACIÓN	Muestra los datos en un orden relacional				71%	
SUFICIENCIA	Presenta los datos necesarios para medir el indicador				71%	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para el registro de datos				71%	
COHERENCIA	Presenta coherencia con los indicadores y dimensiones				71%	
METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo de investigación				71%	
PERTINENCIA	Adecuado para el tipo de investigación				71%	

Promedio de valoración: 71%

---

Firma del Experto

**Fuente: Elaboración Propia**

## ANEXO N° 15: Validación Instrumento Indicador 1



### VALIDACION DE INSTRUMENTO

**I. DATOS GENERALES**

**Apellidos y Nombres del Experto:** DIAZ REATEGUI MONICA

**Grados Académicos:** Doctor

**Fecha:** 27/06/2021

- Motivo de Evaluación: **Ficha de Registro N° 01: Índice de Rapidez del Servicio.**
- Fórmula:
 

IRS	= Índice de Rapidez del Servicio.	$IRS = \frac{PSR}{PT} \times 100$
PSR	= Número de pedidos sin retraso por mes.	
PT	= Número de pedidos totales por mes.	
- Título de la Investigación: SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL
- Autor: Vargas Conde Jhossep L.

INDICADORES	CRITERIO	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-50%	BUENO 51-70%	MUY BUENO 71-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Presenta un lenguaje apropiado				75	
OBJETIVIDAD	Expresa datos perfectamente registrables				75	
ORGANIZACIÓN	Muestra los datos en un orden relacional				75	
SUFICIENCIA	Presenta los datos necesarios para medir el indicador				75	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para el registro de datos				75	
COHERENCIA	Presenta coherencia con los indicadores y dimensiones				75	
METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo de investigación				75	
PERTINENCIA	Adecuado para el tipo de investigación				75	

Promedio de valoración: 75%

Firma del Experto

**Fuente: Elaboración propia.**

## ANEXO N° 16: Validación Instrumento Indicador 2



### VALIDACION DE INSTRUMENTO

#### II. DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del Experto:** FERMIN PEREZ FELIX ARMANDO

**Grados Académicos:** Magister

**Fecha:** 22/06/2021

- Motivo de Evaluación: **Ficha de Registro N° 02: Índice de Calidad del Servicio.**
- Fórmula:  
 ICS = Índice de Calidad del Servicio.  
 PND = Número de pedidos no devueltos por mes.  
 PT = Número de pedidos totales por mes.
 

$$ICS = \frac{PND}{PT}$$
- Título de la Investigación: SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL
- Autor: Vargas Conde Jhossep L.

INDICADORES	CRITERIO	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
		0-20%	21-50%	51-70%	71-80%	81-100%
<b>CLARIDAD</b>	Presenta un lenguaje apropiado					90
<b>OBJETIVIDAD</b>	Expresa datos perfectamente registrables					90
<b>ORGANIZACIÓN</b>	Muestra los datos en un orden relacional					90
<b>SUFICIENCIA</b>	Presenta los datos necesarios para medir el indicador					90
<b>INTENCIONALIDAD</b>	Adecuado para el registro de datos					90
<b>COHERENCIA</b>	Presenta coherencia con los indicadores y dimensiones					90
<b>METODOLOGIA</b>	Responde al propósito del trabajo de investigación					90
<b>PERTINENCIA</b>	Adecuado para el tipo de investigación					90

Promedio de valoración: 90%

*Fermin Pérez*

Félix Armando Fermín Pérez

**Fuente: Elaboración propia.**

## ANEXO N° 17: Validación Instrumento Indicador 2



### VALIDACION DE INSTRUMENTO

#### II. DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del Experto:** PEREZ FARFAN IVAN MARTIN

**Grados Académicos:** Magister

**Fecha:** 22/06/2021

- Motivo de Evaluación: Ficha de Registro N° 02: Índice de Calidad del Servicio.
- Fórmula:  

$$ICS = \frac{PND}{PT}$$

ICS = Índice de Calidad del Servicio.  
 PND = Número de pedidos no devueltos por mes.  
 PT = Número de pedidos totales por mes.
- Título de la Investigación: SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL
- Autor: Vargas Conde Jhossep L.

INDICADORES	CRITERIO	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-50%	BUENO 51-70%	MUY BUENO 71-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Presenta un lenguaje apropiado				71%	
OBJETIVIDAD	Expresa datos perfectamente registrables				71%	
ORGANIZACIÓN	Muestra los datos en un orden relacional				71%	
SUFICIENCIA	Presenta los datos necesarios para medir el indicador				71%	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para el registro de datos				71%	
COHERENCIA	Presenta coherencia con los indicadores y dimensiones				71%	
METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo de investigación				71%	
PERTINENCIA	Adecuado para el tipo de investigación				71%	

Promedio de valoración: 71%

Firma del Experto

**Fuente: Elaboración propia.**



## ANEXO N° 18: Validación Instrumento Indicador 2



### VALIDACION DE INSTRUMENTO

#### II. DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del Experto:** DIAZ REATEGUI MONICA

**Grados Académicos:** Doctor

**Fecha:** 27/6/2021

- Motivo de Evaluación: **Ficha de Registro N° 02: Índice de Calidad del Servicio.**
- Fórmula:  
 ICS = Índice de Calidad del Servicio.  
 PND = Número de pedidos no devueltos por mes.  
 PT = Número de pedidos totales por mes.
 
$$ICS = \frac{PND}{PT}$$
- Título de la Investigación: SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL
- Autor: Vargas Conde Jhossep L.

INDICADORES	CRITERIO	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-50%	BUENO 51-70%	MUY BUENO 71-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Presenta un lenguaje apropiado				76	
OBJETIVIDAD	Expresa datos perfectamente registrables				76	
ORGANIZACIÓN	Muestra los datos en un orden relacional				76	
SUFICIENCIA	Presenta los datos necesarios para medir el indicador				76	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para el registro de datos				76	
COHERENCIA	Presenta coherencia con los indicadores y dimensiones				76	
METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo de investigación				76	
PERTINENCIA	Adecuado para el tipo de investigación				76	

Promedio de valoración:    76%

Firma del Experto

**Fuente: Elaboración propia.**

**ANEXO N°19:**  
**DESARROLLO – METODOLOGÍA SCRUM**

## INTRODUCCIÓN

Este documento indica la implementación de metodología de trabajo SCRUM, para el desarrollo del **SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS DE LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL.** La propuesta de la metodología SCRUM, consiste en ejecutar entregas potencialmente disponibles reiterativas, en periodos de 2 a 4 semanas llamadas "Sprints". Para lograrlo, se establecerá normas organizativas, como modo de guía para el desarrollo de las mismas.

## ALCANCE

Considerando lo observado del objetivo específico, se estima conveniente que en el proyecto propuesto debe obtener los objetivos prioritarios:

- Desarrollar un Sistema web multiplataforma que agilice el proceso de ventas.
- Desarrollar un Sistema web multiplataforma que ayude a la gestión de pedidos de los clientes.

## VALORES DE TRABAJO

Los valores que establecidos y que han de ser puestos en práctica por los integrantes del proyecto, y que harán posible que la metodología SCRUM tenga éxito son:

- Autonomía del equipo.
- Respeto en el equipo.
- Responsabilidad.
- Información, transparencia y visibilidad.

### 1. ROLES

Tabla 1: Nombre y Roles del proyecto

ROL	NOMBRE
Product Owner	Lin Mei Xia
Development Team	Jhossep L. Vargas Conde
Scrum Master	David Hu

Fuente: Elaboración Propia



## 2. PLANEAMIENTO DEL PRODUCTO

### 2.1 HISTORIAS DE USUARIO

Jimmy Molina y María Nieves (2019) menciona lo siguiente: “Las historias de usuario son empleadas por la metodología Scrum para así poder describir todas las funciones que generará la aplicación. Las historias de usuario se emplean en la mayoría de metodologías ágiles, se divide en tres partes que son la definición, mediante el uso de plantillas, la revisión, la cual consiste entre un diálogo entre el gerente y el cliente y la última la aceptación la cual se busca la validación de las historias” (p, 77).

**Tabla 2: Historia de Usuario**

HISTORIAS DE USUARIO	
<b>NÚMERO: 1</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Login clientes	<b>ESTIMACIÓN: 4</b>
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep Vargas C.</b>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> El sistema permitirá acceder al usuario como cliente particular o empresa.	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 3: Historia de Usuario**

HISTORIAS DE USUARIO	
<b>NÚMERO: 2</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Login de usuarios	<b>ESTIMACIÓN: 5</b>
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO: Alta</b>	<b>RIESGO EN DESARROLLO: Bajo</b>
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> El sistema permitirá acceder a los usuarios registrados con rol de administrador, almacén o contabilidad/administración.	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 4: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 3</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Registro de clientes	<b>ESTIMACIÓN:</b> 5
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN: Permite la creación y alta de nuevos clientes que se registren mediante un formulario.</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 5: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 4</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Carrito de compras	<b>ESTIMACIÓN:</b> 5
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN: Permitirá añadir los productos seleccionados a su carrito para la posterior compra.</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 6: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 5</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Pedidos clientes	<b>ESTIMACIÓN:</b> 3
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> Listar y gestionar los pedidos de los clientes.	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 7: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 6</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Buscar productos	<b>ESTIMACIÓN:</b> 3
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> Realiza la búsqueda del producto que desea añadir al carrito.	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 8: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 7</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Procesar Pagos	<b>ESTIMACIÓN:</b> 6
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN: El cliente podrá realizar el pago con tarjeta mediante la pasarela de pagos Redsys.</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 9: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 8</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Restablecer contraseña	<b>ESTIMACIÓN:</b> 4
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN: Se le generará al cliente en caso haya olvidado su clave, una contraseña aleatoria que será enviada a su correo para su nuevo acceso a la plataforma.</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 10: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 9</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Productos	<b>ESTIMACIÓN:</b>
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN: El cliente visualizará el detalle del producto que ha seleccionado, incluyendo imágenes y texto informativo.</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 11: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 10</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Categoría de productos	<b>ESTIMACIÓN:</b> 5
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN: En este apartado el cliente visualizará los productos separados por categorías para su mejor distribución y localización.</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 12: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 11</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Localizar envíos	<b>ESTIMACIÓN:</b> 4
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN: El sistema permitirá la localización de su pedido, según el transportista por el cual se ha enviado.</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 13: Historia de Usuario**

<b>HISTORIAS DE USUARIO</b>	
<b>NÚMERO: 12</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Estado del pedido	<b>ESTIMACIÓN:</b> 4
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN: Realiza la consulta del estado de su pedido en tiempo real.</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 14: Historia de Usuario**

HISTORIAS DE USUARIO	
<b>NÚMERO: 13</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Direcciones	<b>ESTIMACIÓN:</b> 6
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> El sistema permitirá el registro de diferentes direcciones de envío.	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 15: Historia de Usuario**

HISTORIAS DE USUARIO	
<b>NÚMERO: 14</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Empresas	<b>ESTIMACIÓN:</b> 7
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> El sistema permitirá el registro de diferentes direcciones de Facturación.	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 16: Historia de Usuario**

HISTORIAS DE USUARIO	
<b>NÚMERO: 15</b>	<b>USUARIO: Todos</b>
<b>NOMBRE DE HISTORIA:</b> Mi cuenta	<b>ESTIMACIÓN:</b> 3
<b>PRIORIDAD EN NEGOCIO:</b> Alta	<b>RIESGO EN DESARROLLO:</b> Bajo
<b>RESPONSABLE: Jhossep L. Vargas Conde</b>	
<b>DESCRIPCIÓN: Permitirá visualizar los datos de la cuenta y solicitar una modificación.</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

**Fuente: Elaboración propia.**



Tabla 17: Historias de Usuario (Cliente)

#	Historia de Usuario	Descripción	Estimación días	Prioridad
HU1	Login clientes	El sistema permitirá acceder al usuario como cliente particular o empresa.	1	Alta
HU2	Login usuarios	El sistema permitirá acceder a los usuarios registrados con rol de administrador, almacén o contabilidad/administración.	1	Alta
HU3	Registro de clientes	Permite la creación y alta de nuevos clientes que se registren mediante un formulario.	1	Alta
HU4	Carrito de compras	Permitirá añadir los productos seleccionados a su carrito para la posterior compra.	1	Alta
HU5	Listado pedidos	Listar y gestionar los pedidos de los clientes.	1	Alta
HU6	Buscar productos	Realiza la búsqueda del producto que desea añadir al carrito.	1	Alta
HU7	Procesar Pagos	El cliente podrá realizar el pago con tarjeta mediante la pasarela de pagos Redsys.	1	Alta
HU8	Restablecer contraseña	Se le generará al cliente en caso haya olvidado su clave, una contraseña aleatoria que será enviada a su correo para su nuevo acceso a la plataforma.	1	Alta
HU9	Productos	El cliente visualizará el detalle del producto que ha seleccionado, incluyendo imágenes y texto informativo.	1	Alta
HU10	Categoría de productos	En este apartado el cliente visualizará los productos separados por categorías para su mejor distribución y localización.	1	Alta
HU11	Localizar envíos	El sistema permitirá la localización de su pedido, según el transportista por el cual se ha enviado.	1	Alta
HU12	Estado del Pedido	Realiza la consulta del estado de su pedido en tiempo real.	1	Alta
HU13	Direcciones	El sistema permitirá el registro de diferentes direcciones de envío.	1	Alta
HU14	Empresas	El sistema permitirá el registro de diferentes direcciones de Facturación.	1	Alta
HU15	Mi cuenta	Permitirá visualizar los datos de la cuenta y solicitar una modificación.	1	Alta

Fuente: Elaboración propia.

## 2.2 PRODUCT BACKLOG

Kim Pries y Jon Quigley (2016) nos dice: “El backlog de sprint es aquella tabla que se deriva del backlog del producto que formaliza el cronograma de sprint. El dueño del producto (Product Owner) es el responsable de la lista del producto. La lista de producto va evolucionando a medida que el producto en el que se emplea también lo hacen. (p, 34)

### Requerimientos funcionales

**Tabla 18: Requerimientos funcionales y no funcionales**

**Leyenda:** F: Funcional NF: No funcional

Identificador	Nombre del Requisito	Descripción	Tipo
RS-01	Tipo de cuenta	Contemplar 3 tipos de usuarios para el sistema: -Administrador. -Cliente (Particular / Empresa). -Contabilidad. -Almacén.	F
RS-02	Medio de pago	Dar elección al cliente para elegir su método de pago preferido y dar instrucciones. -Tarjeta -Contra reembolso -Transferencia	F
RS-03	Identificador de Pedidos	Asignar un número de pedido al momento de que el cliente registre un pedido, auto incrementable.	F
RS-04	Identificador de facturas	Fijar una estructura para la numeración de las facturas.  AÑO + F + ID_LOCAL + IDENTIFICADOR (MAX. 4 DIGITOS) <b>2020F010004</b>	F
RS-05	Precio Productos	Fijar 2 tarifas en los productos de acuerdo al tipo de usuario (Particular/Empresa).	F
RS-06	Detalle Producto	Contar con un campo para la descripción detallada del producto y deberá contar con subida de imágenes.	F
RS-07	Direcciones de Entrega	El cliente tendrá la opción de añadir “x” direcciones a su cuenta y seleccionarlas al realizar un pedido.	F
RS-08	Multi Facturación	El cliente podrá realizar pedidos desde su cuenta en la cual podrá registrar y asignar otra empresa para su respectiva Factura.	F
RS-09	Estado de Pedidos	El cliente y los usuarios verán el progreso de su pedido. -Registrado.	F

		-Pendiente de Pago. -Pagado. -En preparación. -Anulado.	
<b>RS-10</b>	Stock	Establecer Stock manualmente, e ir decrementando según los pedidos pagados se completen.	<b>F</b>
<b>RS-11</b>	Tiempo de respuesta	El sistema deberá contemplar los últimos 1000 registros(pedidos) para su visualización	<b>NF</b>
<b>RS-12</b>	Almacenamiento Facturas	Contará con un espacio en la nube para el almacenamiento de facturas que se generen y sea de fácil acceso y envío.	<b>NF</b>
<b>RS-13</b>	Búsqueda de documentos por fecha	Las interfaces de Pedidos y Facturas contarán con un filtro de documentos para su fácil búsqueda por fecha y/o nro de documento.	<b>NF</b>
<b>RS-14</b>	Lenguaje de programación	Se requiere como lenguaje de programación PHP versión 5.6 para la ejecución del sistema y plugins externos. Agiliza la interacción y tiempo de respuesta.	<b>NF</b>
<b>RS-15</b>	Servidor Web	RAM mínimo 2GB , almacenamiento 5GB de almacenamiento y soporte de usuarios en simultaneo 100, ampliables según avance.	<b>NF</b>
<b>RS-16</b>	Tolerancia a Fallos y Mantenibilidad	Contar con la documentación del sistema, para que el área de Sistemas ante cualquier imprevisto pueda solucionar y dar la continuidad del servicio. Asignando un identificador de a cada error que se presente.	<b>NF</b>
<b>RS-17</b>	Flexibilidad	Según el volumen del negocio, se necesita que los recursos sean graduables en función a las necesidades de la empresa.	<b>NF</b>
<b>RS-18</b>	Compatibilidad	Compatible para su uso desde un dispositivo móvil, ordenador de mesa y/o App. Tanto para el acceso al panel de administración como para el acceso de clientes a su zona de pedidos.	<b>NF</b>
<b>RS-19</b>	Integración	El pase a producción se maneje de forma rápida o en su caso, realizar los cambios en caliente dentro del servidor web contratado.	<b>NF</b>
<b>RS-20</b>	Normativa	La web con acceso a clientes externos deberá contar con las normativas vigentes establecidas.  -Ley de cookies. -L.O.P.D. (Ley Orgánica de Protección de Datos) -Información general de la empresa.	<b>NF</b>

**Fuente: Elaboración propia**

## Definición de Sprint

Tabla 19: Definición del Sprint

Sprint	Requerimientos	Estimación
Sprint 0	--	10
Sprint 1	HU1 – HU2 - H3	15
Sprint 2	HU4 – HU8 – HU6 – HU9	20
Sprint 3	HU5 – HU7 – HU10 – HU11	24
Sprint 4	HU12 – HU13 – HU14 – HU15	23

Fuente: Elaboración Propia

## Construcción del Sprint

Tabla 20: Construcción del Sprint 0

Sprint 0			
Actividad	Estimación	Prioridad	Encargado
Creación Base de datos	10	10	Jhossep Vargas C.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21: Construcción del Sprint 1

Sprint 1			
Actividad	Estimación	Prioridad	Encargado
Login clientes	5	1	Jhossep Vargas C.
Login usuarios	5	1	
Registro de clientes	5	1	

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 22: Construcción del Sprint 2**

<b>Sprint 2</b>			
<b>Actividad</b>	<b>Estimación</b>	<b>Prioridad</b>	<b>Encargado</b>
<b>Carrito de compras</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>Jhossep Vargas C.</b>
<b>Restablecer contraseña</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	
<b>Buscar productos</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
<b>Productos</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	

**Fuente: Elaboración Propia**

**Tabla 23: Construcción del Sprint 3**

<b>Sprint 3</b>			
<b>Actividad</b>	<b>Estimación</b>	<b>Prioridad</b>	<b>Encargado</b>
<b>Listado Pedidos</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>Jhossep Vargas C.</b>
<b>Procesar pagos</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	
<b>Categoría de productos</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	
<b>Localizar envíos</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	

**Fuente: Elaboración Propia**

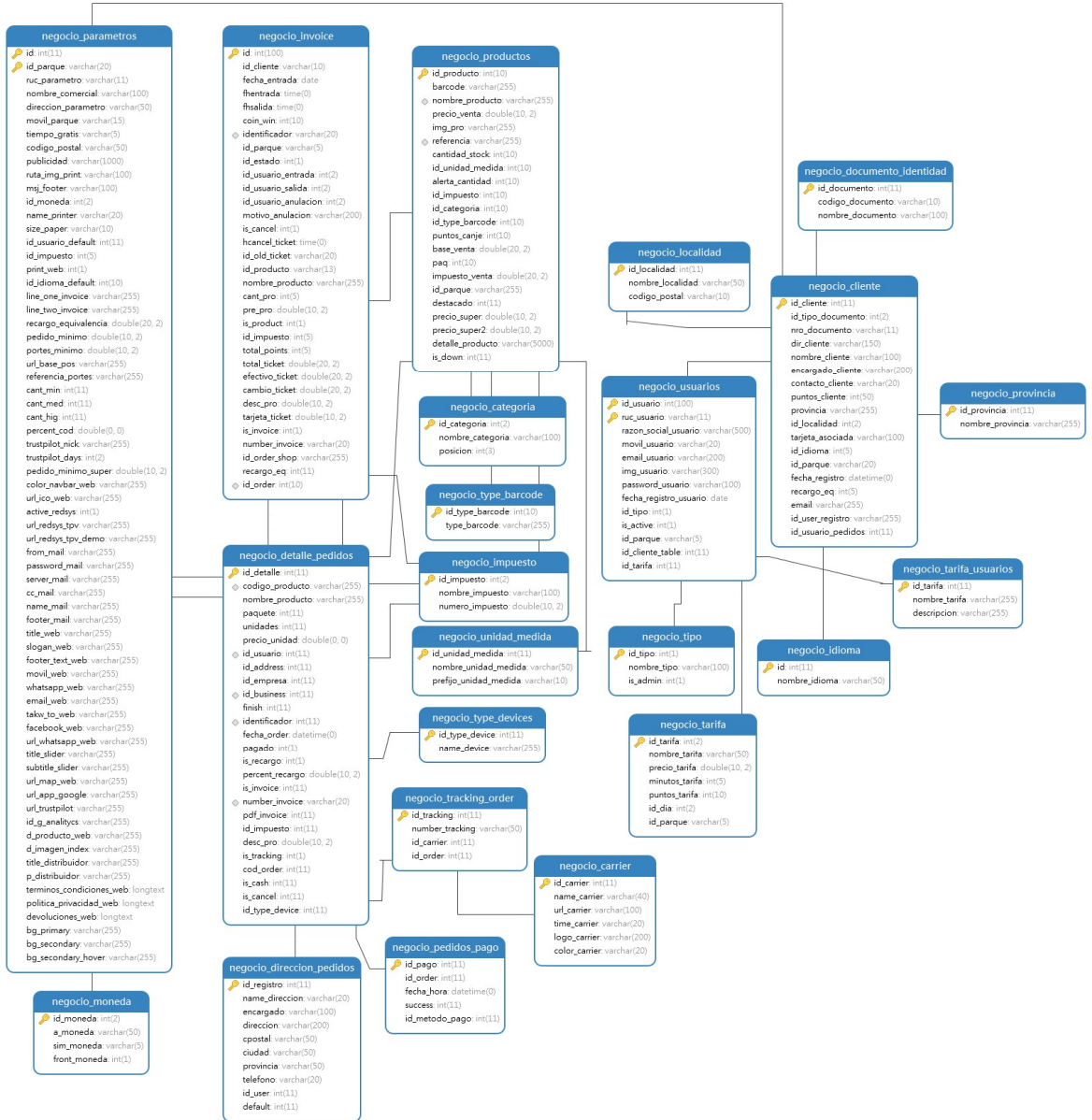
**Tabla 24: Construcción del Sprint 4**

<b>Sprint 4</b>			
<b>Actividad</b>	<b>Estimación</b>	<b>Prioridad</b>	<b>Encargado</b>
<b>Estado del pedido</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>Jhossep Vargas C.</b>
<b>Direcciones</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	
<b>Empresas</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	
<b>Mi cuenta</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	

**Fuente: Elaboración Propia**

## a. Planificación del Sprint 0

### Creación de la Base de datos en el Servidor.



Fuente: Elaboración propia

b. Planificación del Sprint 1

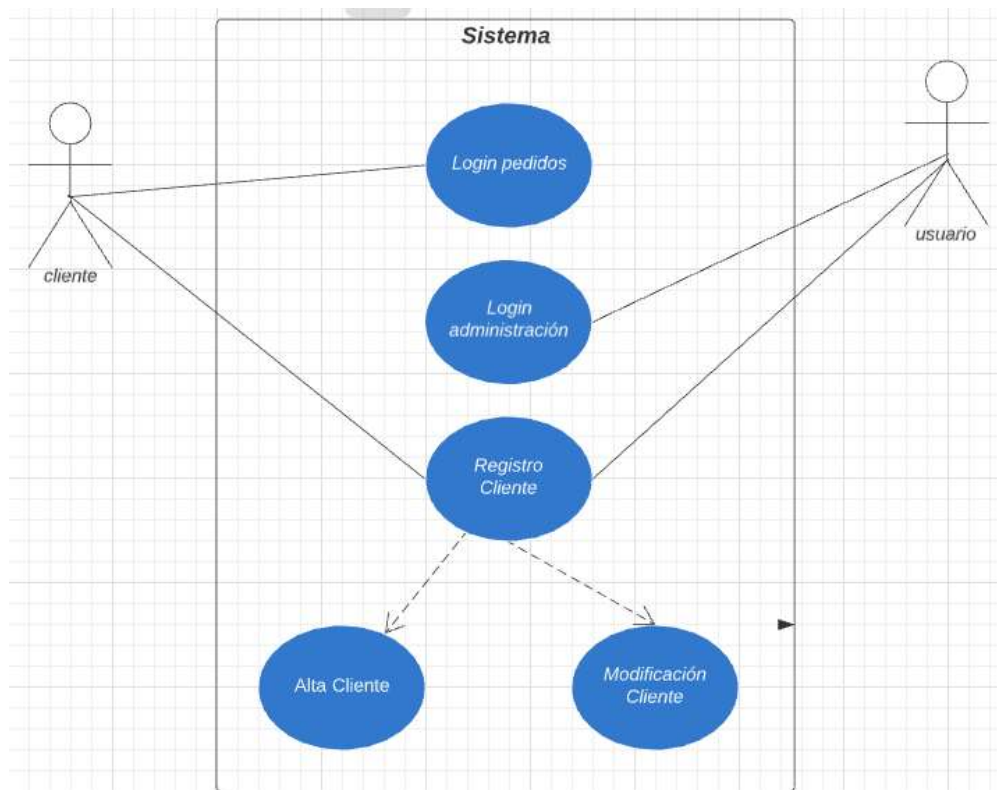
Tabla 25: Planificación del Sprint 1

Tareas	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Total de Horas
Maquetar Login de clientes	3	1	0	0	0	4
Desarrollo y programación de interface Login de clientes.	0	5	2	0	0	7
Maquetar Login de usuarios	0	3	1	0	0	4
Desarrollo y programación de interface Login de usuarios	0	0	5	2	0	7
Maquetar registro de clientes	0	0	3	1	0	4
Desarrollo y programación de interface registro de clientes	0	0	0	5	2	7

Fuente: Elaboración propia.

1. Caso de Uso Sprint 1

Figura 1: Caso de Uso Sprint 1



Fuente: Elaboración propia

## 2. Diseño y desarrollo de interfaces

### Pantalla principal

En la siguiente figura se muestra la pantalla de inicio el cual será visualizado una vez el cliente acceda a la plataforma.

Figura N°2: Boceto Pantalla Principal



Fuente: Elaboración propia

Figura N°3: Mockup Pantalla Principal




Fuente: Elaboración propia



## Figura N°4: Interface Pantalla principal

Regístrate para poder añadir los productos al carrito o hacer pedidos.


Móvil / WhatsApp  
+34 999 999 999





Shuang zhi  
Flores y Jardines Artificiales


Información, ventas:  
demo@example.com


★ PRODUCTOS DESTACADOS ★


  
 Flor ramo 12/SHUICH...  
 Referencia: SH04540-3  
2.15 €

  
 Flor ramo 12/SHUICH...  
 Referencia: SH04540-3  
2.15 €


  
 Flor ramo 12/SHUICH...  
 Referencia: SH04540-3  
2.15 €


  
 Flor ramo 12/SHUICH...  
 Referencia: SH04540-3  
2.15 €


  
 Flor ramo 12/SHUICH...  
 Referencia: SH04540-3  
2.15 €

  
 Flor ramo 12/SHUICH...  
 Referencia: SH04540-3  
2.15 €


⚠ RECIÉN LLEGADOS ⚠


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm c...  
0.90 €


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm c...  
0.90 €


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm c...  
0.90 €

  
 Flor de pascua 5 flores 73cm c...  
0.90 €


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm c...  
0.90 €


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm c...  
0.90 €


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm c...  
0.90 €


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm c...  
0.90 €


+ MÁS PRODUCTOS


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm colo...  
0.90 €


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm colo...  
0.90 €


  
 Flor de pascua 5 flores 73cm colo...  
0.90 €

  
 Flor de pascua 5 flores 73cm colo...  
0.90 €

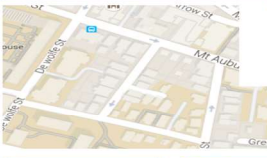
  
 Flor de pascua 5 flores 73cm colo...  
0.90 €

  
 Flor de pascua 5 flores 73cm colo...  
0.90 €

  
 Flor de pascua 5 flores 73cm colo...  
0.90 €

  
 Flor de pascua 5 flores 73cm colo...  
0.90 €


CONTACTO





**WHATSAPP (INFORMACIÓN Y PEDIDOS)**  
+34 999 999 999


**TELEFONOS**  
+34 999 999 999


**E-MAIL**  
demo@example.com



 **Visítanos en Facebook**

 **Hablar con un Asesor**

 **Consultas por Whatsapp**

 **Darme de Alta**

¿ERES TIENDA, DECORADOR DE ESPACIOS O QUIERES SER DISTRIBUIDOR?

Si eres profesional del sector, agente de distribución o estás interesado en realizar compras al por mayor, rellena nuestro formulario y únete a nuestra membresía para profesionales, disfrutarás de precios reducidos, y servicios exclusivos.

DARME DE ALTA

**Enlaces**

[Política de privacidad](#)

[Política de privacidad](#)

[Términos y condiciones](#)

[Sitemap](#)

[Contacto](#)

**Distribuidores**

[Accede](#)

[Divide mi Clave](#)

[APP Pedidos \(Android\)](#)

[Dar de Alta](#)

**Preguntas Frecuentes**

¿Cómo acceder al panel de Pedidos?

¿Cómo me doy de alta?

¿Dónde se encuentra mi pedido?

¿Cómo contactar con un asesor?

¿Tiempo de entrega de mi pedido?

¿Hay un mínimo de compra?

¿Son precios incluyen IVA?

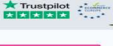
**Información**

Entrega en 24-48 horas

Email: [demo@example.com](mailto:demo@example.com)

Teléfono: +34 999 999 999

Horario:  
Lunes a Viernes de 10:00 a 19:00




TE LLAMAMOS

SOLICITAR LLAMADA


\*En agente te contactará telefónicamente o Via Whatsapp en cuanto este disponible.

ELIGE TU IDIOMA



© 2021 BR568426 | SHUANG ZHI IMPOR EXPORT SL. Desarrollado por AvusPeró.

Flores artificiales, jardines verticales, Botes de luz, decoración para interiores. Proveedor y venta al por mayor de plantas artificiales.



Fuente: Elaboración propia

Figura N°5: Fragmento de Código Fuente Pantalla principal

```
<div class="custom_products_wrapper">

  <h2 class="section_heading title_destacados" style="padding-top: 15px;">
  
  PRODUCTOS DESTACADOS
  
  </h2>
  <div class="flexbox">

    <div class="custom_product col-sm-2 product">
      <div class="product_wrapper">

        <div class="product_img">
          <a href="#2950-flor-ramo-12-shuichao-fucsia">
            
          </a>
        </div>

        <div class="inside">
          <div class="product_name">
            <a href="#">NOMBRE</a>
            <br>
            <span class="reference_p">Referencia: 5845460_3</span>
          </div>

          <div class="product_bottom">
            <div class="product_price">
              <!--<span>Desde </span>-->
              <span class="money">2.15 €</span>
            </div>
            <div class="product_links">

              <a class="btn btn-icon btn-cart" href="#" title="Visualizar">
                <span class="icon fl-chappps-eye95"></span><span>Visualizar</span>
              </a>
            </div>
          </div>
        </div>
      </div>
    </div>

    <div class="custom_product col-sm-2 product">
      <div class="product_wrapper">

        <div class="product_img">
          <a href="#">
            
          </a>
        </div>

        <div class="inside">
          <div class="product_name">
            <a href="#">NOMBRE</a>
            <br>
            <span class="reference_p">Referencia: 5845460_3</span>
          </div>

          <div class="product_bottom">
            <div class="product_price">
              <!--<span>Desde </span>-->
              <span class="money">2.15 €</span>
            </div>
            <div class="product_links">

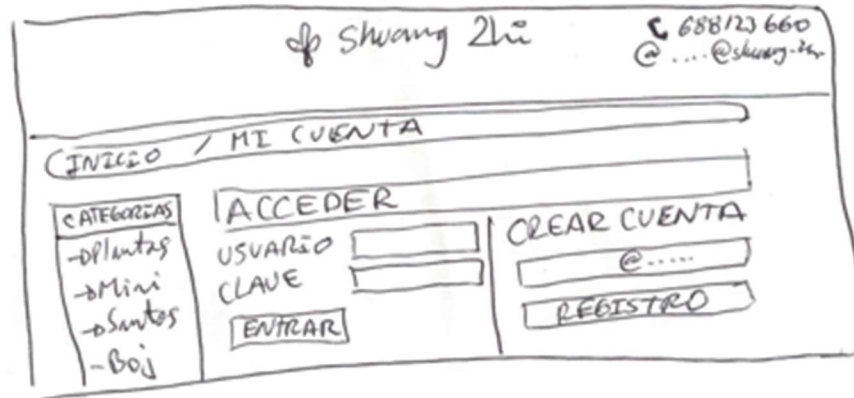
              <a class="btn btn-icon btn-cart" href="#" title="Visualizar">
                <span class="icon fl-chappps-eye95"></span><span>Visualizar</span>
              </a>
            </div>
          </div>
        </div>
      </div>
    </div>
  </div>
</div>
```

Fuente: Elaboración propia

## Login clientes

Se muestra el formulario de acceso a los clientes mediante la plataforma web.

Figura 6: Boceto Login Clientes



Fuente: Elaboración propia

Figura 7: Mockup Login clientes



Fuente: Elaboración propia

Figura 8: Interface Login Clientes



Fuente: Elaboración propia

Figura 9: Fragmento de Código Fuente Login Clientes

```
<div class="col-xs-12 col-sm-6">
  <div class="box">
    <h3 class="page-subheading">¿YA REGISTRADO?</h3>
    <div class="form_content clearfix">
      <div class="form-group">
        <label for="email">Email o CIF</label>
        <input class="account_input form-control" type="email" id="email_login" value=""
autocomple="off" style="">
      </div>
      <div class="form-group" style="margin-bottom:10px;">
        <label for="passwd">Contraseña</label>
        <input class="account_input form-control" type="password" id="password_login"
autocomple="off" style="">
      </div>

      <div id="div_message"></div>

      <p class="lost_password form-group">
        <a href="#mi-cuenta?action=recover-password" title="Recover your forgotten password"
rel="nofollow">¿Olvidaste tu contraseña?</a>
      </p>
      <p class="submit">
        <button id="btn-acceder" class="btn btn-default btn-md">
          <span>
            <i class="fa fa-lock left" style="display: contents;"></i>
            Entrar
          </span>
        </button>
      </p>
    </div>
  </div>
</div>
```

Fuente: Elaboración propia

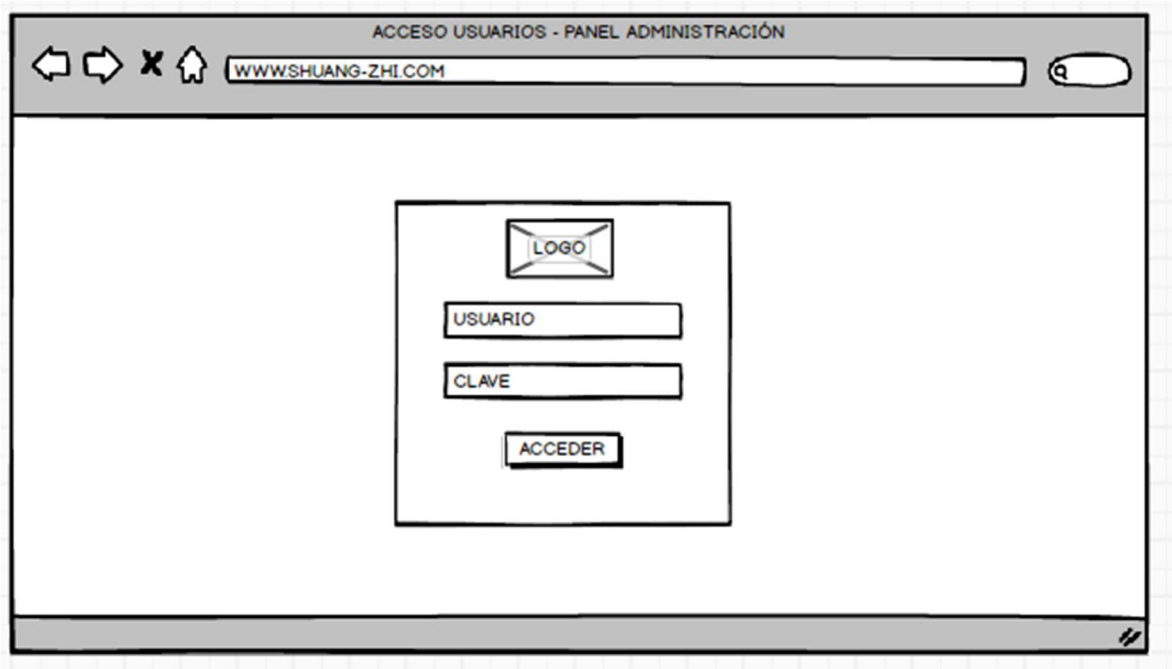
## Login Usuarios

Figura 10: Boceto Login Usuarios



Fuente: Elaboración propia

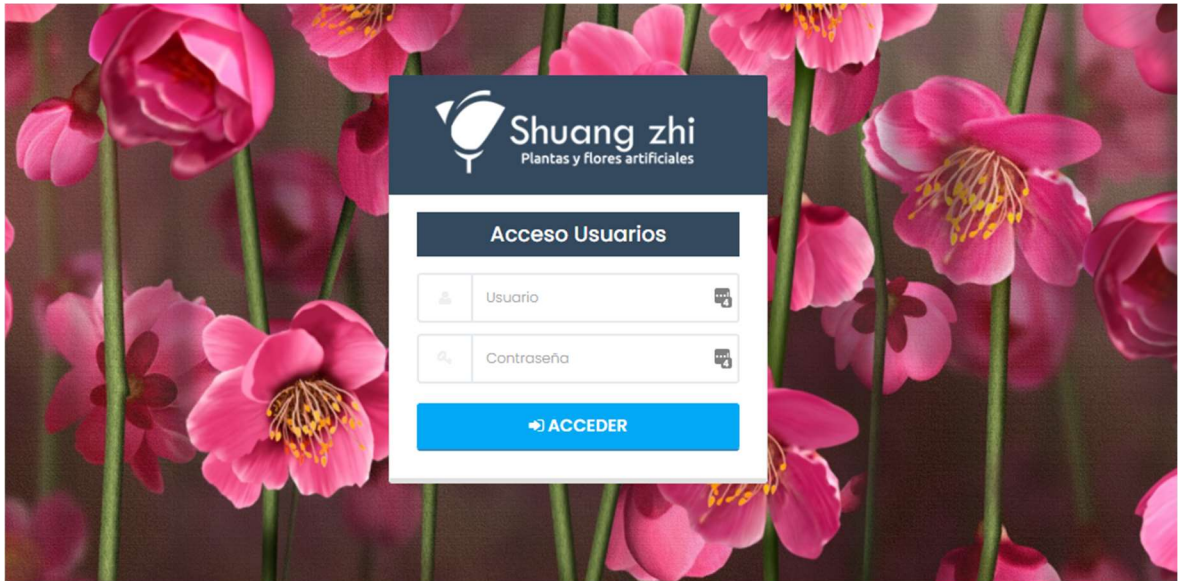
Figura 11: Mockup Login Usuarios



Fuente: Elaboración propia



Figura 12: Interface Login Usuarios



Fuente: Elaboración propia

Figura 13: Fragmento código fuente Login Usuarios

```
<div id="login-box-inner">
<form method="post" role="form" _lpchecked="1">
<div class="row">
<div class="col-xs-12">
<h3 class="title-login"><i class="ion-ios-box-outline"></i> Acceso Usuarios</h3>
</div>
</div>
<div id="alertBoxes"></div>
<div class="input-group">
<span class="input-group-addon"><i class="fa fa-user"></i></span>
<input id="login_username" name="login_username" class="form-control" type="text" placeholder="Usuario"
required="" maxlength="11" autocomplete="off" style="">
</div>
<div class="input-group">
<span class="input-group-addon"><i class="fa fa-key"></i></span>
<input type="password" name="login_userpass" id="login_userpass" class="form-control"
placeholder="Contraseña" required="" autocomplete="off" style="">
</div>
<div class="row">
<div class="col-xs-12">
<button id="login_userbttm" type="submit" class="btn btn-primary col-xs-12"><i class="fa fa-sign-in">
</i> Acceder</button>
</div>
</div>
</form>
</div>
```

Fuente: Elaboración propia

## Registro de clientes

El cliente podrá registrarse según sea el caso, como cliente particular o como empresa, para el registro de clientes particulares se dará de alta automáticamente y se le enviará al mail proporcionado sus claves de acceso generadas aleatoriamente, por otro lado, el cliente que se registre como empresa, deberá pasar un proceso en el cual se deberán validar sus datos para la respectiva alta.

Figura 14: Boceto registro de clientes

999222444	SHUANG ZHI	mail@example.com
<b>Categorías</b>	<b>Registro de Clientes</b>	
- Seto	CIF	MOVIL
- Santos	NOMBRE	
- Mini	DIRECCION	
- Boj	CÓDIGO POSTAL	LOCALIDAD
- Plantas	MENSAJE	

Fuente: Elaboración propia

Figura 15: Mockup registro de clientes

The mockup shows a browser window with the URL 'SHUANG-ZHI.COM'. The page header includes 'MAIL: DEMO@EXAMPLE.COM', a 'LOGO' placeholder, and 'TEL: 999 999 999'. The main content is divided into two sections: 'CATEGORIAS' and 'DARME DE ALTA'. The 'CATEGORIAS' section lists: BOJ, PLANTAS, MINI, SANTOS, HOJAS, RAMA VERDE, LARGO, GIRASOL, GOMAEVA, BAMBU, ROSA, and SILICONA. The 'DARME DE ALTA' section contains input fields for: DNI, NOMBRE EMPRESA, ENCARGADO, LOCALIDAD, PROVINCIA, MOVIL, DIRECCION, and EMAIL. Below these is a 'MENSAJE' text area and a 'REGISTRAR' button.

Fuente: Elaboración propia

Figura 16: Interface registro de clientes

The screenshot shows the top navigation bar with contact information: 'Móvil / WhatsApp +34 688 123 660', the 'Shuang zhi' logo with 'Plantas y flores artificiales', and 'Información, ventas: comercial@horo.es'. Below is a breadcrumb trail: 'INICIO / PÁGINAS / ALTA DE USUARIO PROFESIONAL'. The main content area has a green header with 'Categorías' and 'Dar me de alta' (with a 'Soy Particular' link). The 'Dar me de alta' section includes a text block explaining the benefits for professionals, followed by a registration form with fields for: DNI / CIF, NOMBRE EMPRESA, ENCARGADO, LOCALIDAD (with a postal code search), PROVINCIA (pre-filled with 'A Coruña'), MÓVIL, DIRECCIÓN, and CORREO ELECTRÓNICO. At the bottom, there are radio buttons for 'RECARGO DE EQUIVALENCIA' (selected 'NO') and a 'MENSAJE (OPCIONAL):' field.

Fuente: Elaboración propia



Figura 17: Fragmento de código registro de clientes

```
<div id="contact_page">
  <h1 class="page_heading" style="display:flow-root;">Darme de alta
    <a href="/mi-cuenta?action=new-user" class="button-redsys" style="width: 150px;float: right;">
    <span class="fa fa-reply icon"></span>
    <span style="margin-left: 10px;">Soy Particular</span>
  </a></h1>

  <div class="rte">
    Si eres <b>profesional o trabajas en el sector de la decoración</b> y estás dado de <b>alta en el IAE</b>, puedes visitar nuestra web para profesionales, tener acceso al catálogo completo de productos y beneficiarte de la tarifa de venta al por mayor de nuestros productos
    <br><br>
    Para acceder solo tienes que completar el siguiente formulario de registro:
  </div>

  <div id="div_message"></div>

  <form>
    <div id="contactFormWrapper">
      <div class="row">
        <div class="col-sm-4 form-group">
          <label>DNI / CIF:</label>
          <input type="text" class="form-control hint" id="documento_cliente"
name="documento_cliente" minlength="9" maxlength="9">
        </div>
        <div class="col-sm-4 form-group">
          <label>NOMBRE EMPRESA:</label>
          <input type="text" class="form-control hint" id="nombre_cliente"
name="nombre_cliente">
        </div>
        <div class="col-sm-4 form-group">
          <label>ENCARGADO:</label>
          <input type="text" class="form-control hint" id="nombre_encargado"
name="nombre_encargado">
        </div>
        <div class="col-sm-4 form-group">
          <label>PROVINCIA:</label>
          <select class="form-control hint" id="provincia" name="provincia">
            <option value="Madrid">Madrid</option>
          </select>
        </div>
      </div>
    </div>
  </form>

```

Fuente: Elaboración propia

c. Planificación del Sprint 2

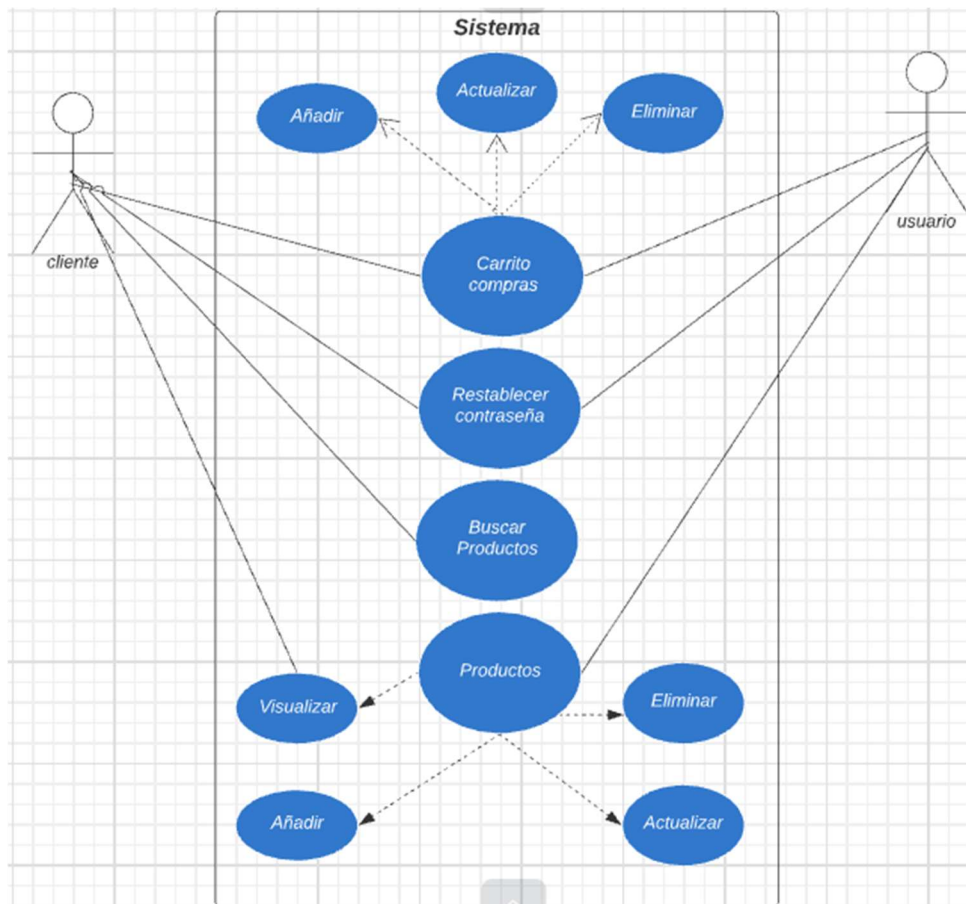
Tabla 26: Planificación del Sprint 2

Tareas	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Total de Horas
Maquetar Carrito de compras	2	1	0	0	0	3
Desarrollo y programación de interface Carrito de compras.	0	5	3	0	0	8
Maquetar Restablecer contraseña	0	1	1	0	0	2
Desarrollo y programación de interface Restablecer contraseña	0	0	3	1	0	4
Maquetar Productos	0	0	2	2	0	4
Desarrollo y programación de interface Productos	0	0	0	5	4	9
Maquetar Buscar Productos	1	0	0	0	2	3
Desarrollo y programación de interface Buscar Productos	3	0	0	0	0	3

Fuente: Elaboración propia.

### 3. Caso de uso Sprint 2

Figura 18: Caso de Uso Sprint 2









Fuente: Elaboración propia

### 4. Diseño y desarrollo de interfaces

#### Carrito de compras

En ella se visualizará el detalle de los productos añadidos antes de confirmar la compra. Indicando su Nombre, código o referencia, precio, cantidad, y el stock del mismo.

Figura 19: Boceto Carrito de compras

999231333	SHUANG ZHI	mail@example.com																																						
Categorías	Detalle Carrito de Compras																																							
- Seto	<table border="1"><thead><tr><th>#</th><th>IMAGEN</th><th>NOMBRE</th><th>Precio</th><th>Cantidad</th><th>Importe</th></tr></thead><tbody><tr><td></td><td></td><td>Grasol</td><td>2</td><td>1</td><td>2</td></tr><tr><td></td><td></td><td>Hoja</td><td>4</td><td>2</td><td>8</td></tr><tr><td colspan="4"></td><td>Subtotal</td><td>10</td></tr><tr><td colspan="4"></td><td>Envío</td><td>5</td></tr><tr><td colspan="4"></td><td>Total</td><td>15</td></tr></tbody></table>	#	IMAGEN	NOMBRE	Precio	Cantidad	Importe			Grasol	2	1	2			Hoja	4	2	8					Subtotal	10					Envío	5					Total	15			
#	IMAGEN	NOMBRE	Precio	Cantidad	Importe																																			
		Grasol	2	1	2																																			
		Hoja	4	2	8																																			
				Subtotal	10																																			
				Envío	5																																			
				Total	15																																			
- Santos																																								
- Mini																																								
- BQJ																																								
- Grasol																																								

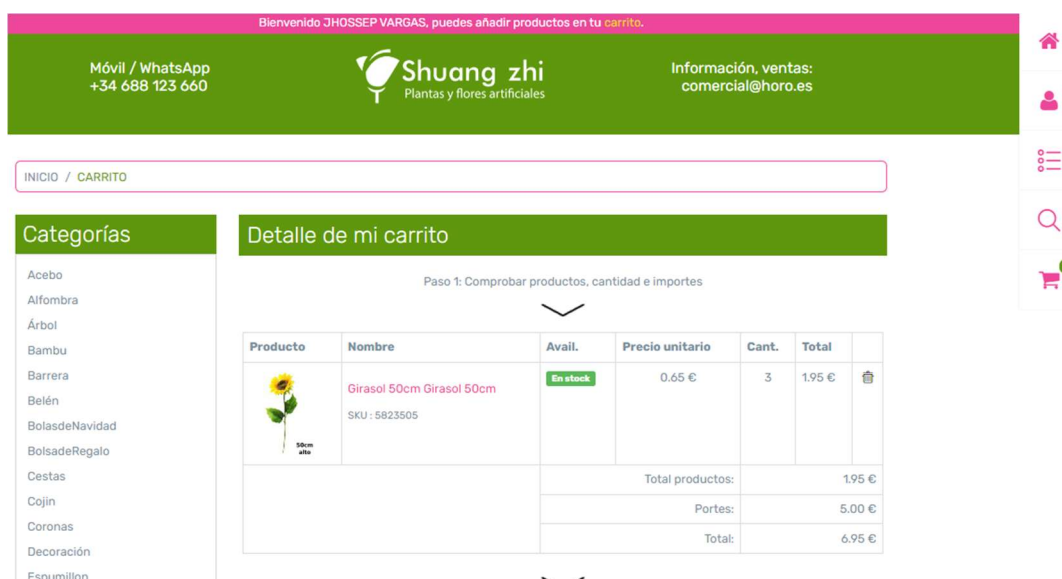
Fuente: Elaboración propia

Figura 20: Mockup Carrito de compras



Fuente: Elaboración propia

Figura 21: Interface Carrito de compras



Fuente: Elaboración propia

Figura 22: Fragmento de código Carrito de compras

```

<table id="cart_summary" class="table table-bordered stock-management-on">
  <thead>
    <tr>
      <th class="cart_product first_item">Producto</th>
      <th class="cart_description item">Nombre</th>
      <th class="cart_avail item">Avail.</th>
      <th class="cart_unit item">Precio unitario</th>
      <th class="cart_quantity item">Cant.</th>
      <th class="cart_total item">Total</th>
      <th class="cart_delete last_item">&nbsp;</th>
    </tr>
  </thead>
  <tfoot>
    <tr class="cart_total_price">
      <td rowspan="4" colspan="2" id="cart_voucher" class="cart_voucher"></td>
      <td colspan="2" class="total_price_container text-right"><span>Total productos:</span></td>
      <td colspan="3" id="total_price_container" style="text-align:right;">
        <span id="total_importe">1.95 €</span>
      </td>
    </tr>

    <tr class="cart_total_delivery">
      <td colspan="2" class="text-right">Portes:</td>
      <td colspan="3" id="total_shipping" style="text-align:right;">5.00 €</td>
    </tr>

    <tr class="cart_total_price">
      <td colspan="2" class="total_price_container text-right"><span>Total:</span></td>
      <td colspan="3" id="total_price_container" style="text-align:right;">
        <span id="total_price">6.95 €</span>
      </td>
    </tr>
  </tfoot>

  <tbody>
    <tr id="product_row_5823505" class="cart_item last_item first_item address_0 odd">
      <td class="cart_product">
        <a href="/producto/954-girasol-50cm--girasol-50cm"></a>
      </td>
      <td class="cart_description" data-title="Girasol 50cm Girasol 50cm">
        <p class="product-name"><a href="/producto/954-girasol-50cm--girasol-50cm">Girasol 50cm
Girasol 50cm</a></p>
        <small class="cart_ref">SKU : 5823505</small>
      </td>

      <td class="cart_avail">
        <span class="label label-success">En stock</span>
      </td>

      <td class="cart_unit" data-title="Precio unitario" style="text-align:center;">
        <span id="product_price_10_88_0">
        <div class="price special-price">0.65 €</div>
      </span>
      </td>

      <td class="cart_quantity text-center" data-title="Cantidad">
        <span>3</span>
      </td>
      <td class="cart_total" data-title="Total">
        <span id="total_product_price_10_88_0">1.95 €</span>
      </td>
      <td class="cart_delete text-center" data-title="Eliminar">
        <div>
          <button title="Eliminar" class="delete_item_carrito" id="5823505"><i class="fl-chapps-
trash54"></i></button>
        </div>
      </td>
    </tr>
  </tbody>
</table>

```



Fuente: Elaboración propia

### Restablecer contraseña

En este formulario, el cliente deberá introducir el correo electrónico o el número de documento con el cual fue registrado, para que el sistema le genere otra clave, y pueda ser enviada a su mail correspondiente.

Figura 23: Boceto Restablecer contraseña

999999888      SHUANG ZHI      mail@example.com

Categorias

- Seto
- Mimi
- Plantas
- Birnada
- Santos

Recuperar Contraseña

Recuperación  
Digite su mail:

Recuperar clave

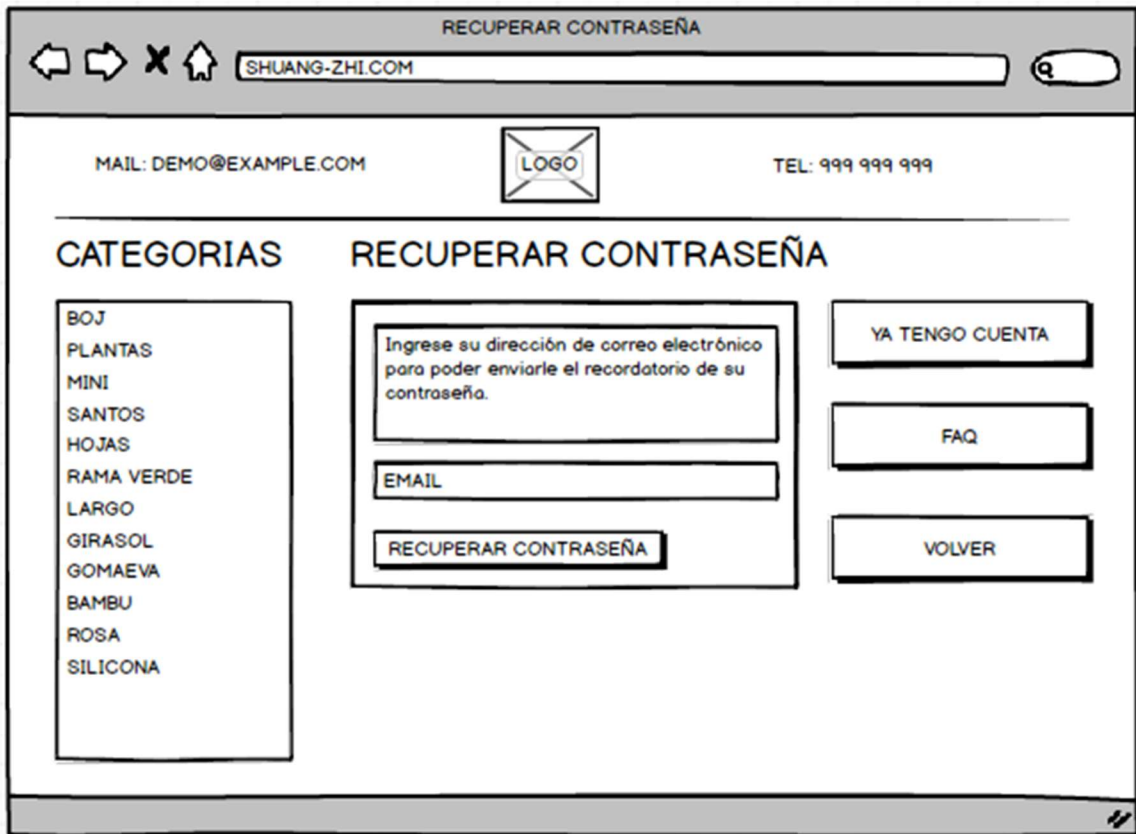
INICIO

FAQ

SALIR

Fuente: Elaboración propia

Figura 24: Mockup Restablecer contraseña



Fuente: Elaboración propia

Figura 25: Interface Restablecer contraseña



Fuente: Elaboración propia

Figura 26: Fragmento de código Restablecer contraseña



```
<div class="col-xs-12 col-sm-6">
  <div class="box">
    <h3 class="page-subheading"><font style="vertical-align: inherit;"><font style="vertical-align: inherit;">Recuperación</font></font></h3>
    <div class="form_content clearfix">
      <p><font style="vertical-align: inherit;">
        <font style="vertical-align: inherit;">Ingrese su dirección de correo electrónico para poder enviarle el recordatorio de su contraseña.</font></font></p>
      <div class="alert alert-danger" id="create_account_error" style="display:none"></div>

      <div id="div_message"></div>

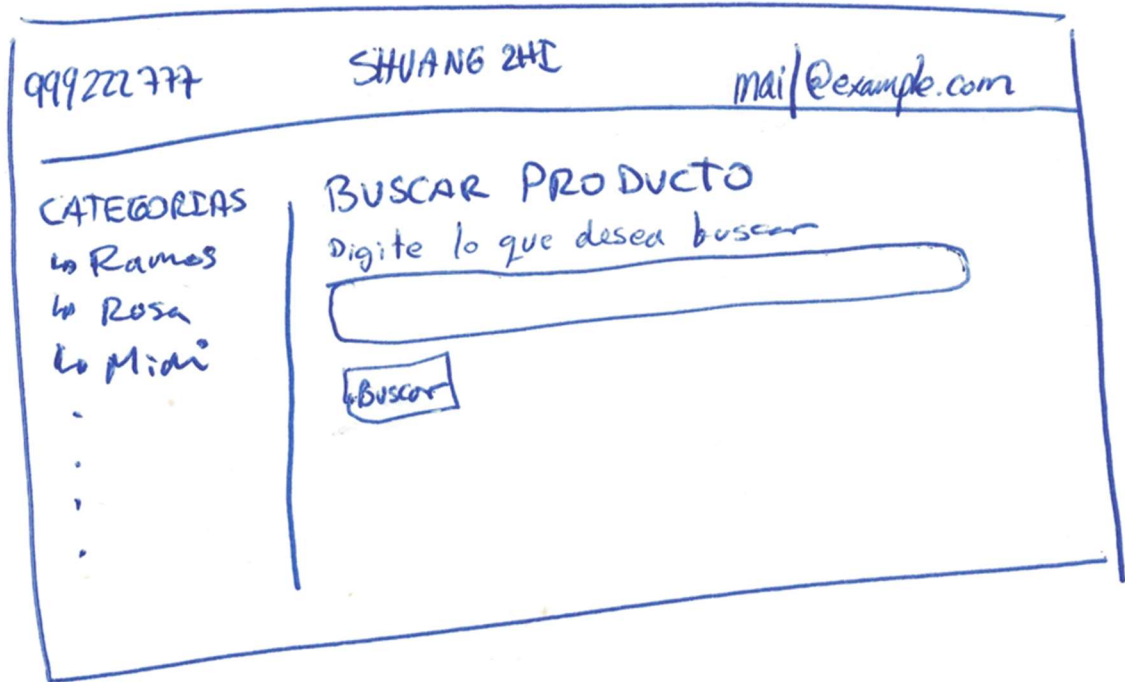
      <div class="form-group">
        <label for="email_create"><font style="vertical-align: inherit;">
          <font style="vertical-align: inherit;">Dirección de correo electrónico</font></font>
        </label>
        <input type="email" class="account_input form-control" id="email" name="email"
          autocomplete="off">
        </div>
        <br>
        <div class="submit">
          <a class="btn btn-default btn-md" id="btn_recover" onclick="recover_password();">
            <span>
              <i class="fa fa-user left" style="display: contents;"></i><font style="vertical-align: inherit;"><font style="vertical-align: inherit;">
                Recuperar contraseña
              </font></font></span>
            </a>
          </div>
        </div>
      </div>
    </div>
  </div>
</div>
```

Fuente: Elaboración propia

### Buscar productos

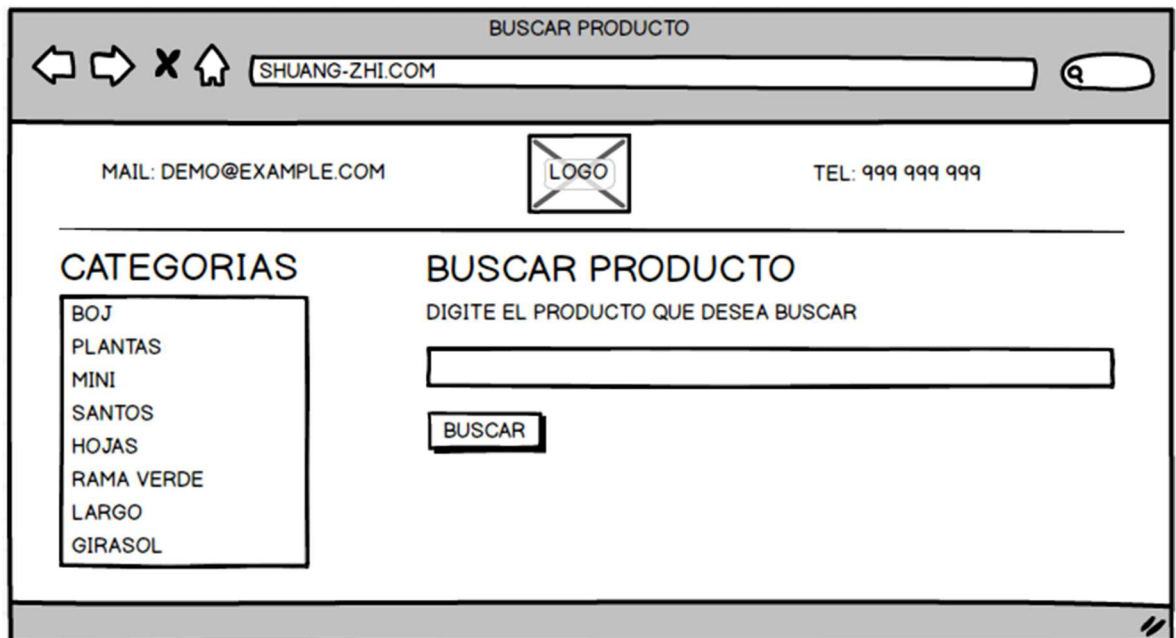
En el campo habilitado para la búsqueda, se deberá digitar el nombre del producto que el cliente desee buscar, mostrando las coincidencias en una nueva ventana de búsqueda.

Figura 27: Boceto Buscar productos



Fuente: Elaboración propia

Figura 28: Mockup Buscar productos



Fuente: Elaboración propia

Figura 29: Interface Buscar productos



Fuente: Elaboración propia

Figura 30: Fragmento de código Buscar productos

```
<div class="main_content col-sm-9 col-sm-push-3">
<h1 class="page_heading" style="margin-bottom:10px;">Búsqueda</h1>

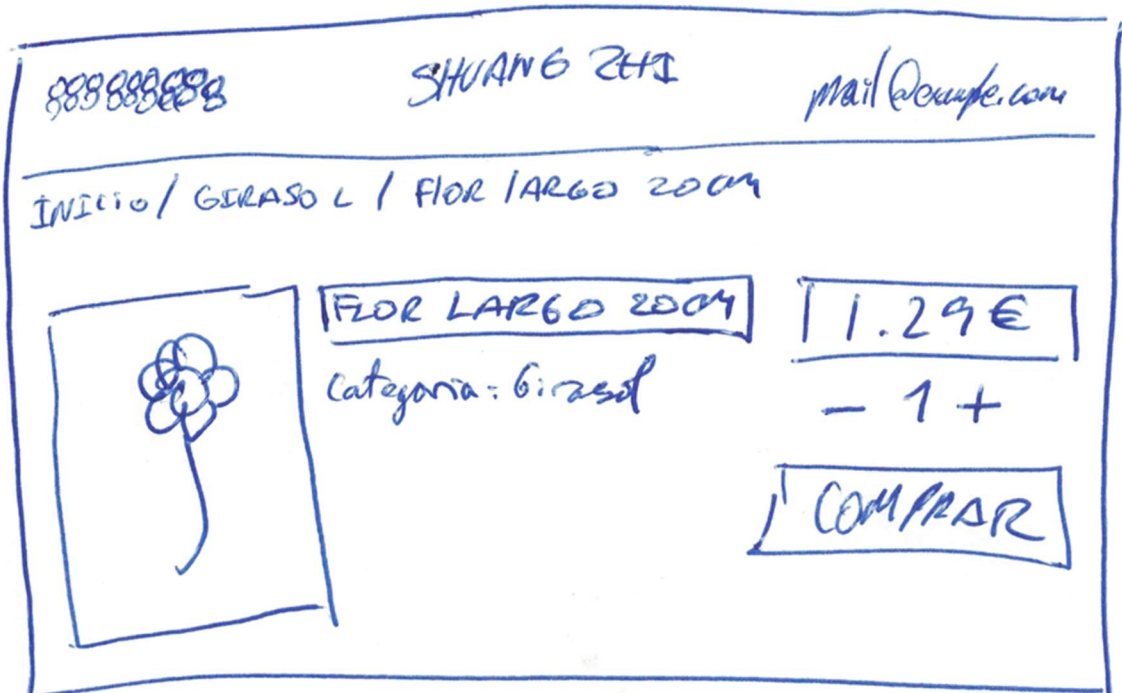
<div class="col-md-12">
<form action="/buscar.php" method="GET">
<input class="form-control hint" style="
border-radius: 0px;
height: 3em;
border: solid 2px #f1741a;
" name="query" autocomplete="off" placeholder="Digite las palabras que desea buscar y presione
ENTER">
</form>
</div>
</div>
```

Fuente: Elaboración propia

## Productos

El detalle de cada producto se visualizará en la interface, indicando los campos como nombre, precio, categoría, descripción e imagen. Para que así el cliente pueda ver las especificaciones de cada producto.

Figura 31: Boceto Productos



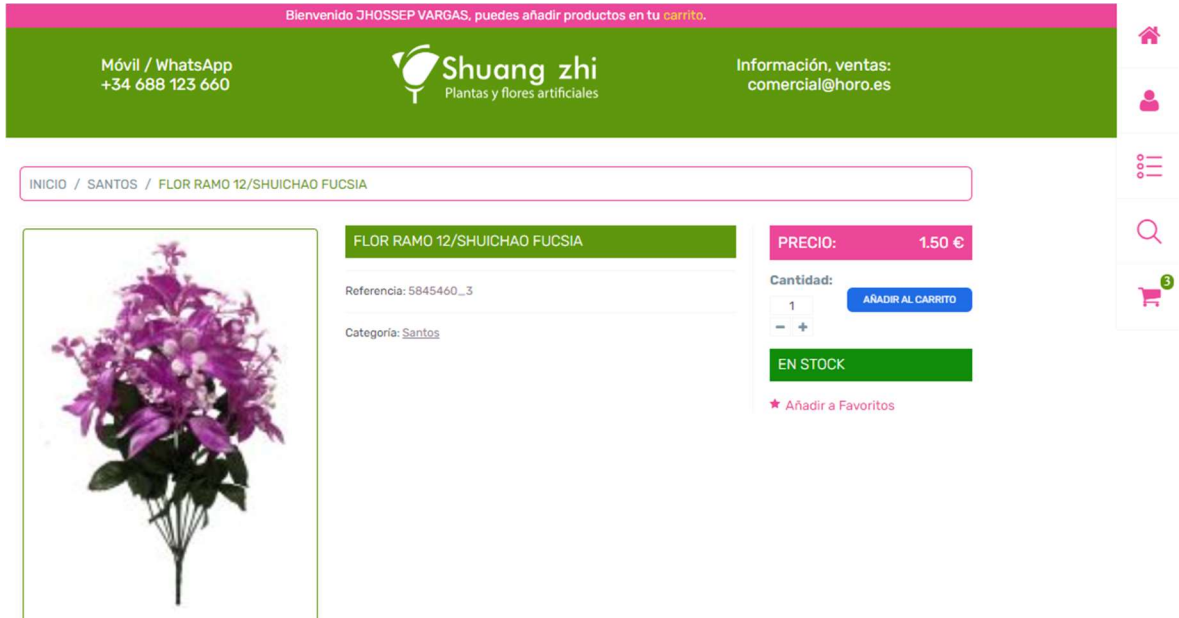
Fuente: Elaboración propia

Figura 32: Mockup Productos



Fuente: Elaboración propia

Figura 33: Interface Productos



Fuente: Elaboración propia

Figura 34: Fragmento de código Productos

```

<div class="col-sm-7 col-md-8">
  <div class="product_info_wrapper">
    <div class="product_info_left">
      <h1 class="product_name">Flor ramo 12/SHUICHAO Fucsia</h1>
      <div class="product_details">
        <p class="product_details_item product_collections">
          <b>Categoría:</b> <a href="/categoria/15-santos">Santos</a>
        </p>
      </div>
    </div>
    <div class="product_info_right">
      <div id="product_price">
        <p class="price product-price span-pprice">
          <span>Precio: </span><span class="span-price-p">1.50 €</span>
        </p>
      </div>
      <div id="purchase">
        <label for="quantity_form">Cantidad:</label>

        <div class="quantity_box">
          <input id="quantity_form" type="text" name="quantity" value="1" class="quantity_input">
          <span class="quantity_modifier quantity_down"><i class="fa fa-minus"></i></span>
          <span class="quantity_modifier quantity_up"><i class="fa fa-plus"></i></span>
        </div>
        <button class="btn btn-cart" data-reference="5845460_3" data-paquete="1" id="add-to-cart-add"
          style="float: right;">Añadir al carrito</button>
      </div>
      <h1 class="producto_stock_on" style="margin-top:15px;">EN STOCK</h1>
    </div>
  </div>
</div>

```

Fuente: Elaboración propia

#### d. Planificación del Sprint 3

Tabla 27: Planificación del Sprint 3

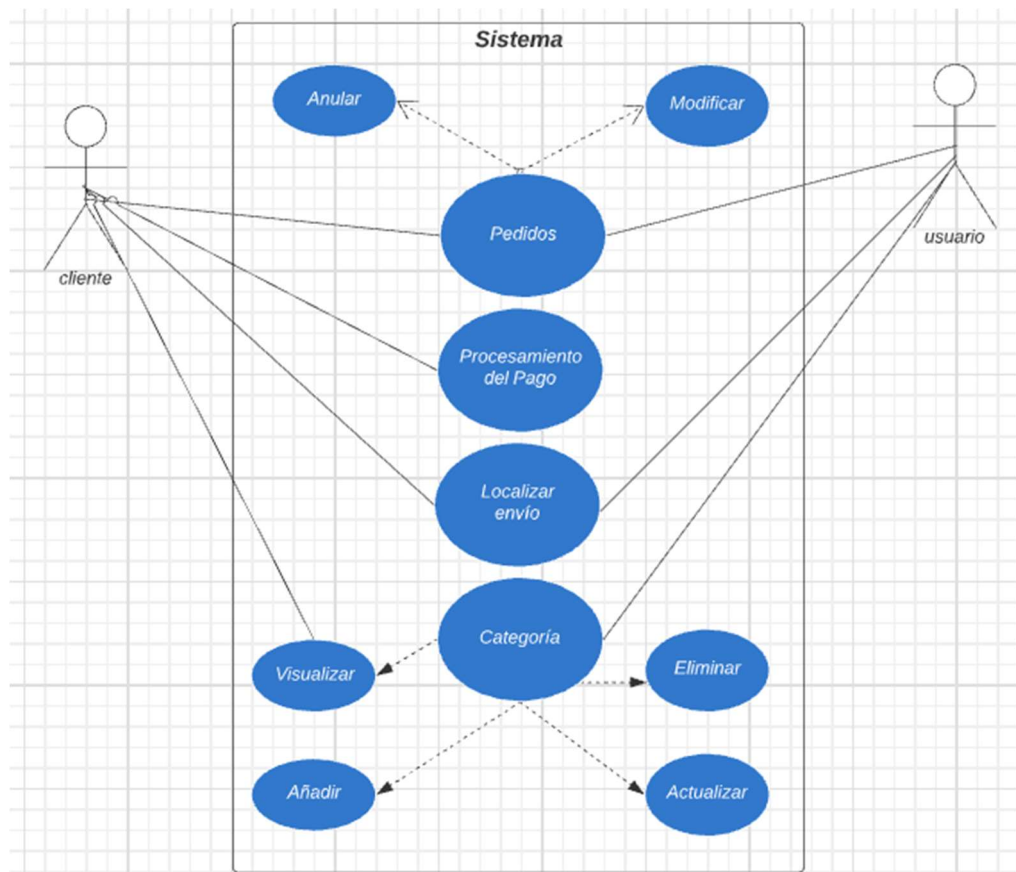
Tareas	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Total de Horas
Maquetar Listado Pedidos	1	1	0	0	0	2
Desarrollo y programación de interface Listado pedidos	0	2	2	0	0	4
Maquetar Procesar pago	0	1	2	0	0	3
Desarrollo y programación de interface Procesar pago	0	0	3	2	0	5
Maquetar Categoría de productos	0	0	2	2	0	4

Desarrollo y programación de interface Categoría de productos	0	0	0	4	5	9
Maquetar Localizar envíos	1	0	0	0	1	2
Desarrollo y programación de interface Localizar envíos	5	0	0	0	0	5

Fuente: Elaboración propia

## 1. Caso de uso Sprint 3

Figura 35: Caso de Uso Sprint 3



Fuente: Elaboración propia

## 2. Diseño y desarrollo de interfaces

### Listado Pedidos



Proporcionará información a los clientes, con respecto a sus pedidos realizados, en curso, pendientes de pago y/o anulados.

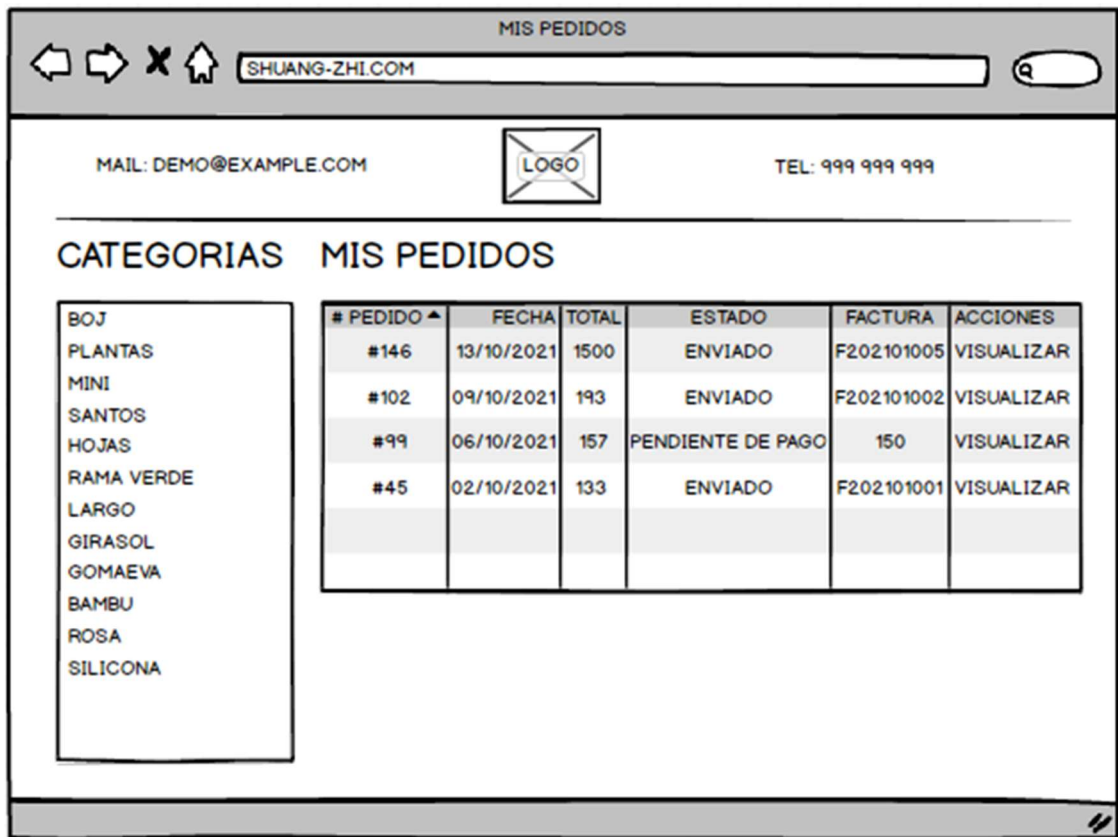
Figura 36: Boceto Listado Pedidos

#	FACTURA	Fecha	Total	Acciones
1720	2021F1002	11/21/21	200€	VER
1530	2021F1001	01/10/21	500€	VER
1100	-	11/09/21	234€	VER PAGAR

Fuente: Elaboración propia

Figura 37: Mockup Listado Pedidos





Fuente: Elaboración propia

Figura 38: Interface Listado Pedidos



Fuente: Elaboración propia

Figura 39: Fragmento de código Listado Pedidos

```
<table id="cart_summary" class="table table-bordered stock-management-on">
  <thead>
    <tr>
      <th class="cart_product first_item"># PEDIDO</th>
      <th class="cart_description item">FECHA</th>
      <th class="cart_total item">TOTAL</th>
      <th class="cart_avail item">ESTADO</th>
      <th class="cart_unit item">FACTURA</th>
      <th class="cart_delete last_item">ACCIONES</th>
    </tr>
  </thead>
<tbody>

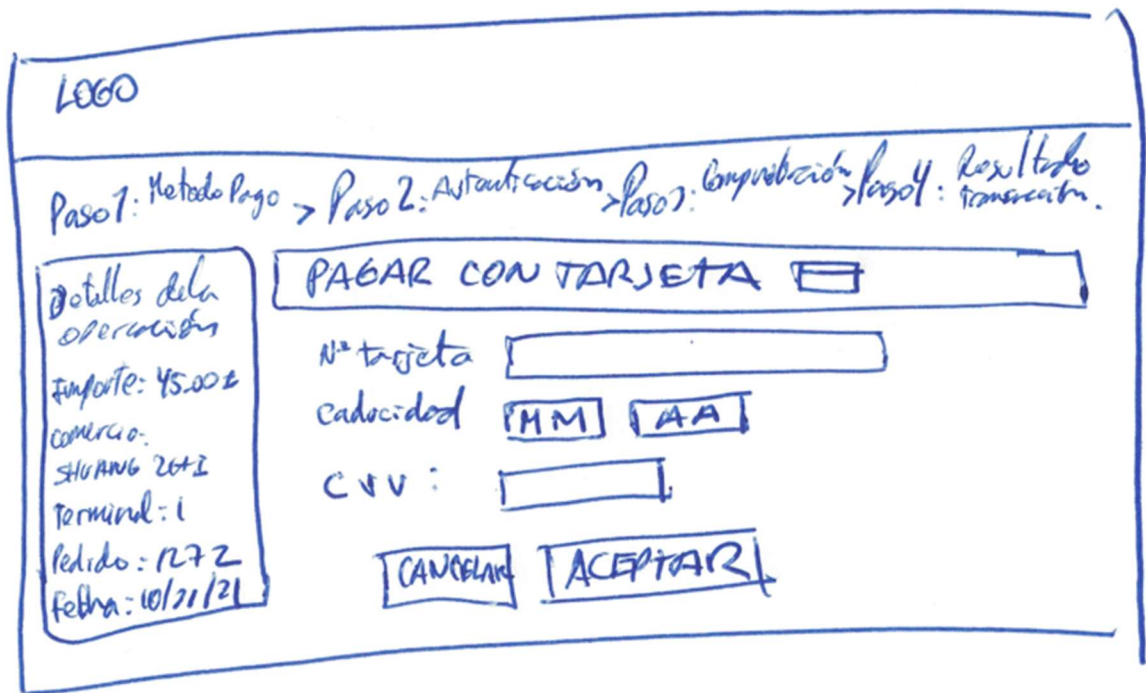
  <tr class="cart_item last_item first_item address_0 odd">
    <td class="cart_product text-center text-red">
      <a href="/mis-pedidos/detail-order/1160"> 1160 </a>
    </td>
    <td class="cart_description text-center text-red">07/07/2021<br>11:09:28</td>
    <td class="cart_total text-center text-red">
      <span>19.25 €</span>
    </td>
    <td class="cart_avail text-center">
      <span class="label label-danger">Anulado</span>
    </td>
    <td class="cart_delete text-center">
      <div>
        <a href="/mis-pedidos/detail-order/1160" class="button-view">
          <span>Visualizar</span> <i class="icon fl-chapps-eye95"></i>
        </a>
      </div>
    </td>
  </tr>
</tbody>
</table>
```

Fuente: Elaboración propia

### Procesar pagos

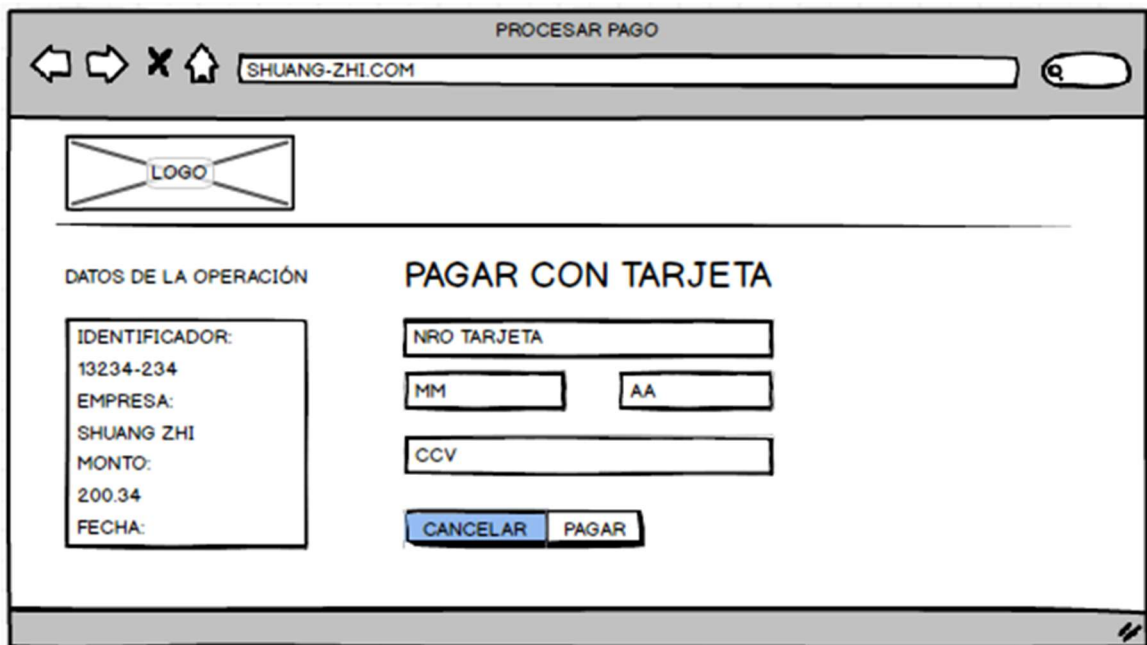
Una vez completado el pedido, se mostrará un formulario en el cual, el cliente deberá proporcionar los datos de su tarjeta, para así, poder validar el pago del pedido mediante su entidad financiera, la pasarela de pagos utilizada será Redsys.

Figura 40: Boceto Procesar pagos



Fuente: Elaboración propia

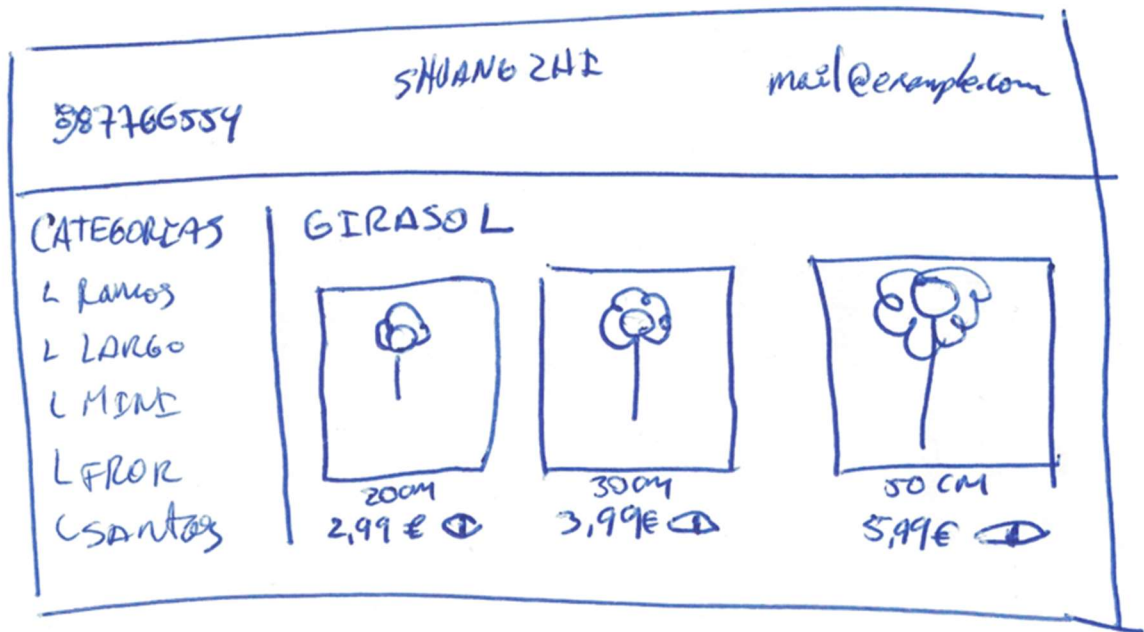
Figura 41: Mockup Procesar pagos



Fuente: Elaboración propia

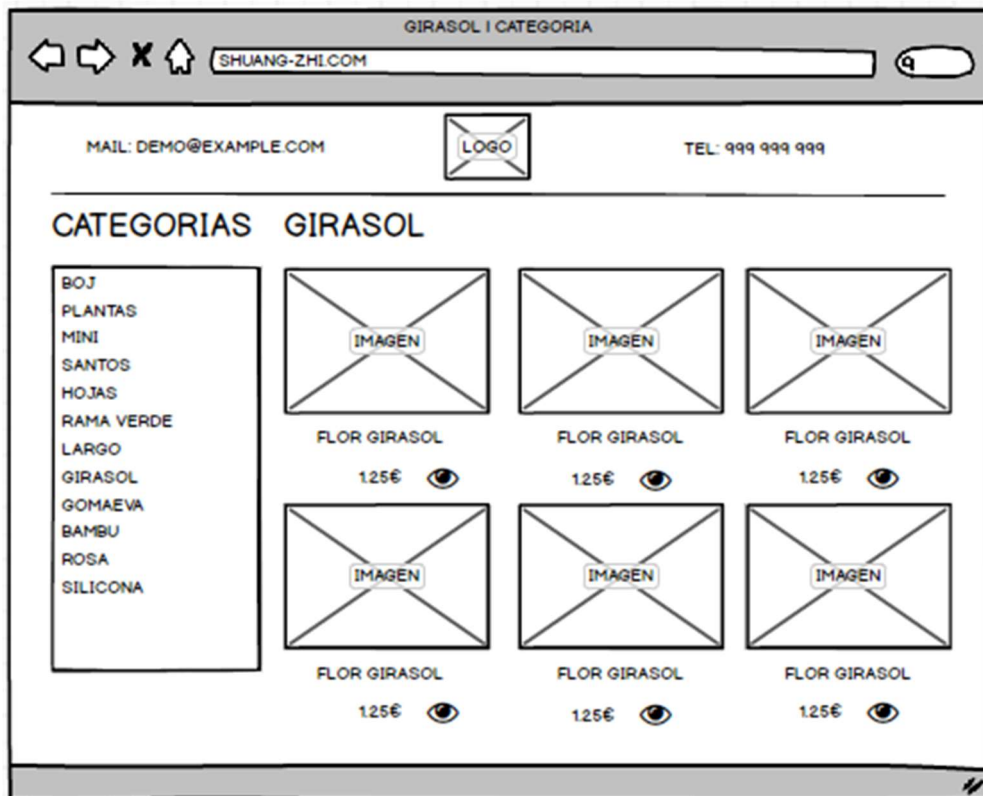


Figura 44: Boceto Categoría de productos



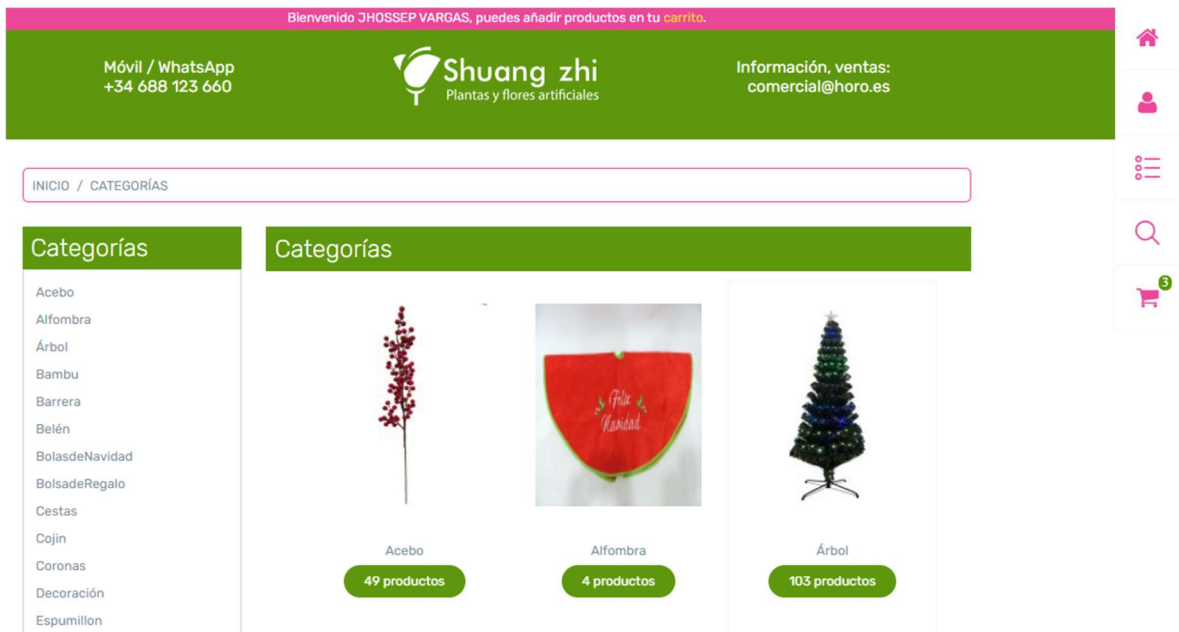
Fuente: Elaboración propia

Figura 45: Mockup Categoría de productos



Fuente: Elaboración propia

**Figura 46: Interface Categoría de productos**



**Fuente: Elaboración propia**

**Figura 47: Fragmento de código Categoría de productos**



```
<div class="flexbox" id="categoria_flex" style="display: flex; flex-direction: row; justify-content: space-between; align-items: center; padding: 10px 0 0 0;">

  <div class="custom_product col-sm-4 product">
    <div class="product_wrapper">

      <div class="product_img">
        <a href="/categoria/30-acebo">
          
        </a>
      </div>

      <div class="inside">
        <div class="product_name"><a href="/categoria/30-acebo">Acebo</a></div>

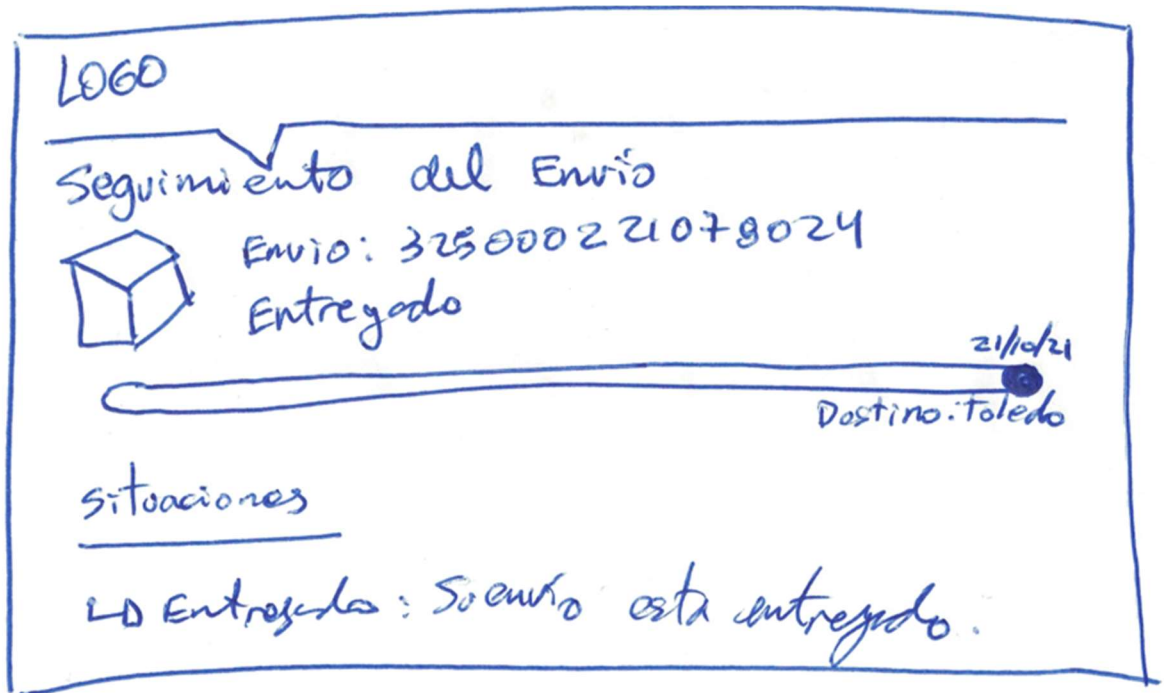
        <div class="product_bottom">
          <div class="product_price">
            <span>Desde </span>
            <span class="money">49 productos</span>
          </div>
        </div>
      </div>
    </div>
  </div>
</div>
```

Fuente: Elaboración propia

### Localizar Envío

Cliente podrá visualizar en que situación se encuentra su pedido una vez ha sido enviado con el transportista.

Figura 48: Boceto Localizar envío



Fuente: Elaboración propia

Figura 49: Mockup Localizar envío



Fuente: Elaboración propia



**Figura 50: Interface Localizar envío**

## Seguimiento del envío



Envío: 3283000236625987  
Entregado.

su envío está entregado.

Entregado - 21 oct 11:40

Origen del envío: FUENLABRADA

Destino del envío: YECLA

### Situaciones de tu envío

Fechas/hora	Población	Estado
Jue 21/10/2021 11:40	MURCIA	ENTREGADO. Su envío está entregado.
Jue 21/10/2021 08:14	MURCIA	EN REPARTO. Su envío se encuentra en reparto. Lo recibirá en la fecha de entrega prevista.
Jue 21/10/2021 07:20	MURCIA	EN DESTINO. Su envío está en nuestras instalaciones de destino y lo estamos clasificando. Lo recibirá en la fecha de entrega prevista.
Mié 20/10/2021 19:10	MADRID GETAFE	EN RUTA A LOCALIDAD DE DESTINO. Su envío está en uno de nuestro vehiculos siendo transportado a la localidad de destino. Lo recibirá en la fecha de entrega prevista.

**Fuente: Elaboración propia**

Figura 51: Fragmento de código Localizar envío

```
<div class="tracking">

  <div class="clearfix tracking-title">
    <div class="clearfix tracking-title-text">
      <div class="wrapper--tracking-icon text-center">
        
      </div>

      <h3 class="pull-left big prim-color status">
        <span class="shipping">
          Envío: <span>3283000236625987</span>
        <br>
        </span>
        Entregado.
      </h3>
      <div class="more-info-btn">
        <a id="moreInfoButton">más info...</a>
      </div>
      <div class="status-desc">
        <p id="statusText" class="bold pull-left status-message">Su envío está entregado.</p>
      </div>
    </div>
  </div>

  <div data-progress="100" class="row tracking-block green">
    <div class="col-xs-5 col-sm-5 col-md-12">
      <div class="top-info-tracking-wrapper bold clearfix m-b-10">
        <div class="progress-value" style="margin-left: 816px; margin-top: 0px;">
          Entregado
          - <span class="updated-at">21 oct 11:40</span>
        </div>
      </div>
    </div>
  </div>

  <div class="col-xs-2 col-sm-2 col-md-12">
    <div class="tracking-wrapper m-b-25">
      <div class="progress--bg">
        <div class="progress--bar" style="width: 100%;">
          <div class="progress--bar--circle pull-right"></div>
        </div>
        <div class="progress--bg--circle pull-right"></div>
      </div>
    </div>
  </div>
</div>
```

Fuente: Elaboración propia

e. Planificación del Sprint 4

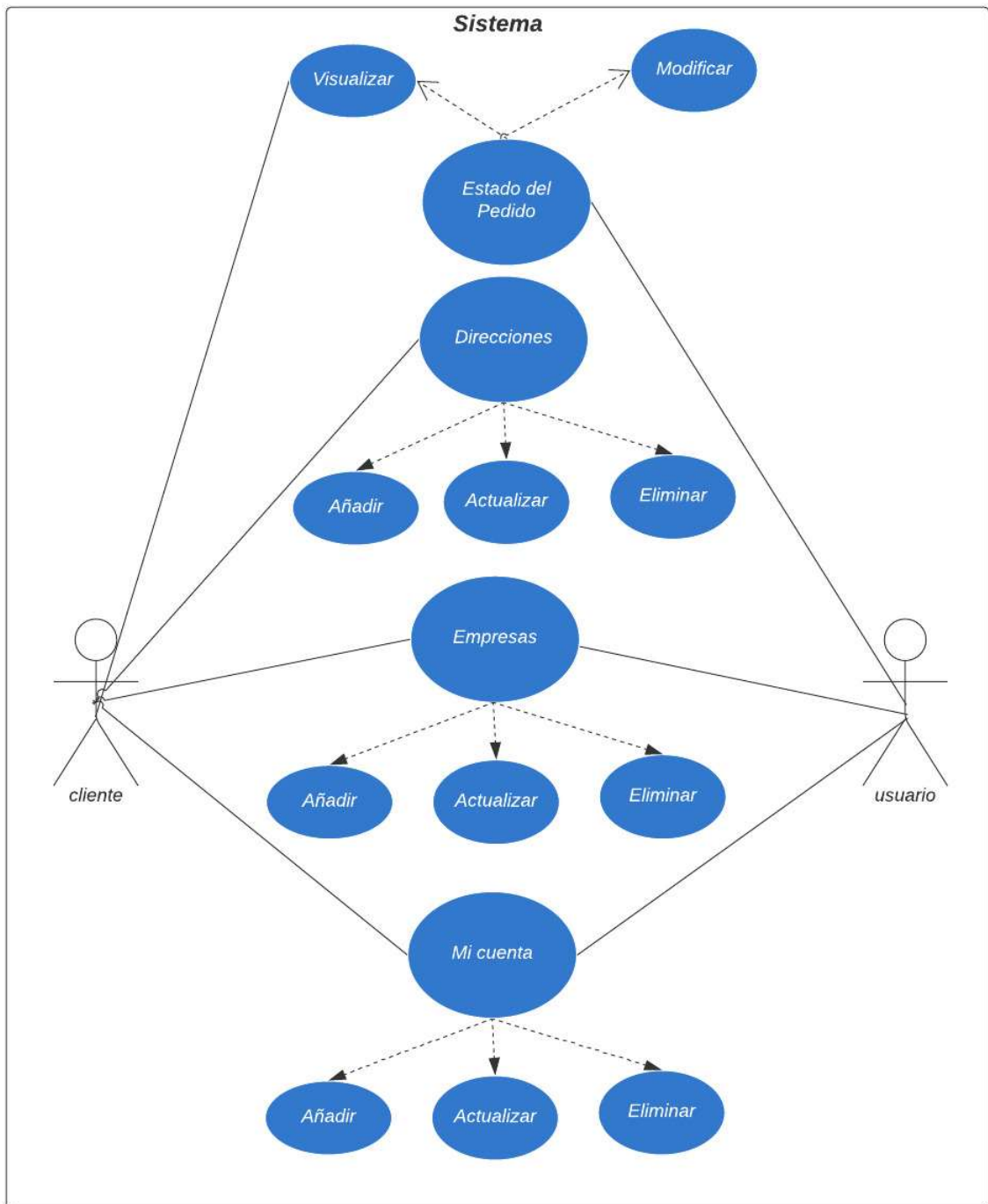
Tabla 28: Planificación del Sprint 4

Tareas	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Total de Horas
Maquetar Estado del pedido	2	1	0	0	0	3
Desarrollo y programación de interface Estado del pedido	0	5	3	0	0	8
Maquetar Listado Direcciones	0	1	1	0	0	2
Desarrollo y programación de interface Direcciones	0	0	3	1	0	4
Maquetar Listado Empresas	0	0	2	2	0	4
Desarrollo y programación de interface Listado empresas	0	0	0	5	4	9
Maquetar Mi cuenta	1	0	0	0	2	3
Desarrollo y programación de interface Mi cuenta	3	0	0	0	0	3

Fuente: Elaboración propia

## 1. Caso de uso Sprint 4

Figura 52: Caso de Uso Sprint 4



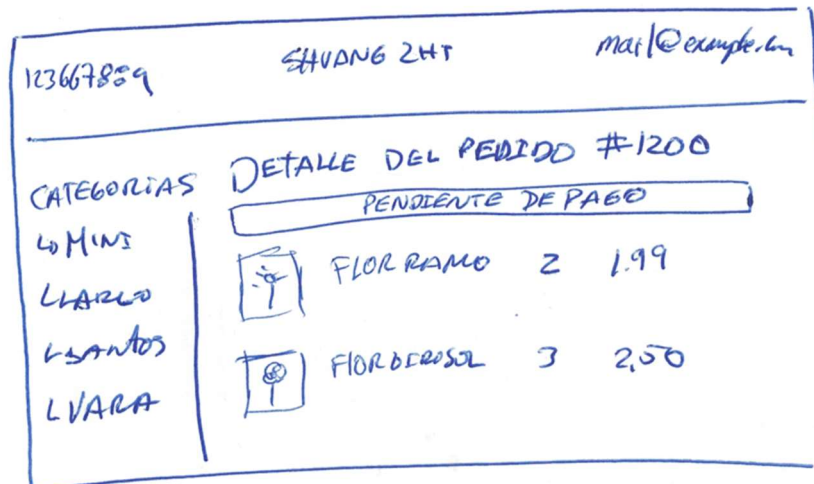
Fuente: Elaboración propia

## 2. Diseño y desarrollo de interfaces

## Estado del pedido

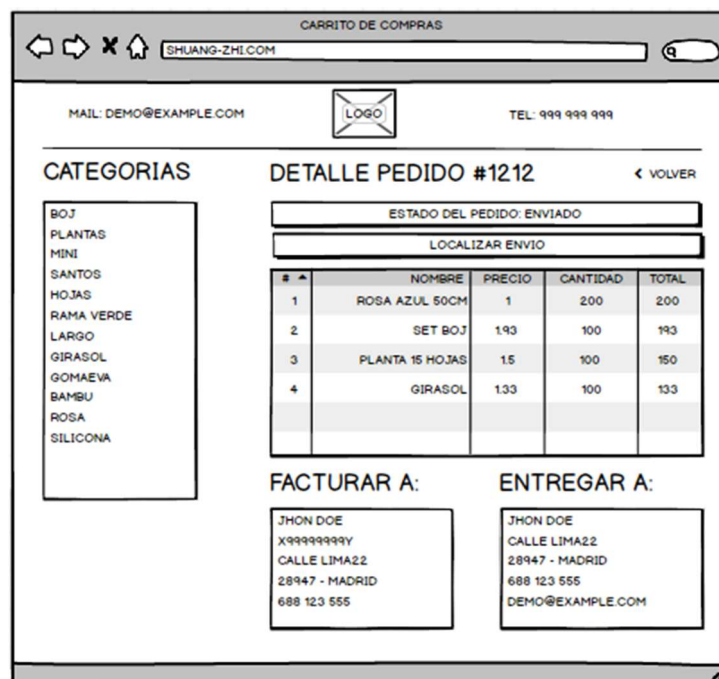
En este apartado se visualizará el detalle del pedido indicando que productos se incluyen, la cantidad, el precio como también en qué estado se encuentra, mostrando así los siguientes estados: Pendiente de pago, en preparación, Enviado y Finalizado.

Figura 53: Boceto Estado del Pedido



Fuente: Elaboración propia

Figura 54: Mockup Estado del Pedido




Fuente: Elaboración propia

**Figura 55: Interface Estado del Pedido**

Bienvenido JHOSSEP VARGAS, puedes añadir productos en tu [carrito](#).

Móvil / WhatsApp  
+34 688 123 660



**Shuang zhi**  
Plantas y flores artificiales

Información, ventas:  
info@shuang-zhi.com

INICIO / MI CUENTA / MIS PEDIDOS / DETALLE PEDIDO #2083

**Categorías**

- FlorPascua
- Espumillon
- Acebo
- Cojin
- Alfombra
- BolsadeRegalo
- Luces
- Ropa
- Coronas
- BolasdeNavidad
- Muñeco
- Belén
- Decoración

Pedido #2083
Volver

Estado del Pedido: Pendiente Pago

Contrareembolso +3,5%

Pagar con Redsys

Producto	Nombre	Precio unitario	Desc.	Cant.	Total
	Espumillon navidad plata entero 200cm <small>SKU : 5828630_1</small>	0.60 €	0.00 %	1	0.60 €
Subtotal:					7.02 €
IVA:					1.48 €
Total:					8.50 €

**Fuente: Elaboración propia**

Figura 56: Fragmento de código Estado del Pedido

```

<table id="cart_summary" class="table table-bordered stock-management-on">
  <thead>
    <tr>
      <th class="cart_product first_item">Producto</th>
      <th class="cart_description item">Nombre</th>
      <th class="cart_unit item">Precio unitario</th>
      <th class="cart_quantity item">Desc.</th>
      <th class="cart_quantity item">Cant.</th>
      <th class="cart_total item">Total</th>
    </tr>
  </thead>
  <tfoot>
    <tr class="cart_total_price">
      <td rowspan="4" colspan="2" id="cart_voucher" class="cart_voucher"></td>
      <td colspan="2" class="text-right">Subtotal:</td>
      <td colspan="2" id="total_product" class="text-right">7.02 €</td>
    </tr>
    <tr>
      <td colspan="2" class="text-right">IVA:</td>
      <td colspan="2" class="price-discount text-right" id="total_wrapping">1.48 €</td>
    </tr>
    <tr class="cart_total_price">
      <td colspan="2" class="total_price_container text-right"><span>Total:</span></td>
      <td colspan="3" id="total_price_container" class="text-right">
        <span id="total_price">8.50 €</span>
      </td>
    </tr>
  </tfoot>
  <tbody>
    <tr id="product_row_5828030_1" class="cart_item last_item first_item address_0 odd">
      <td class="cart_product">
        <a href="/producto/1500-espumillon-navidad-plata-entero-200cm"></a>
      </td>
      <td class="cart_description" data-title="Espumillon navidad plata entero 200cm">
        <p class="product-name"><a href="/producto/1500-espumillon-navidad-plata-entero-200cm">Espumillon navidad plata entero 200cm</a></p>
        <small class="cart_ref">SKU : 5828030_1</small>
      </td>
      <td class="cart_unit" data-title="Precio unitario" style="text-align:center;">
        <span id="product_price_10_88_0">
          <div class="price special-price">0.00 €</div>
        </span>
      </td>
      <td class="cart_quantity text-center" data-title="Descuento">
        <span>0.00 %</span>
      </td>
      <td class="cart_quantity text-center" data-title="Unidades">
        <span>1</span>
      </td>
      <td class="cart_total" data-title="Total">
        <span id="total_product_price_10_88_0">0.00 €</span>
      </td>
    </tr>
  </tbody>
</table>

```

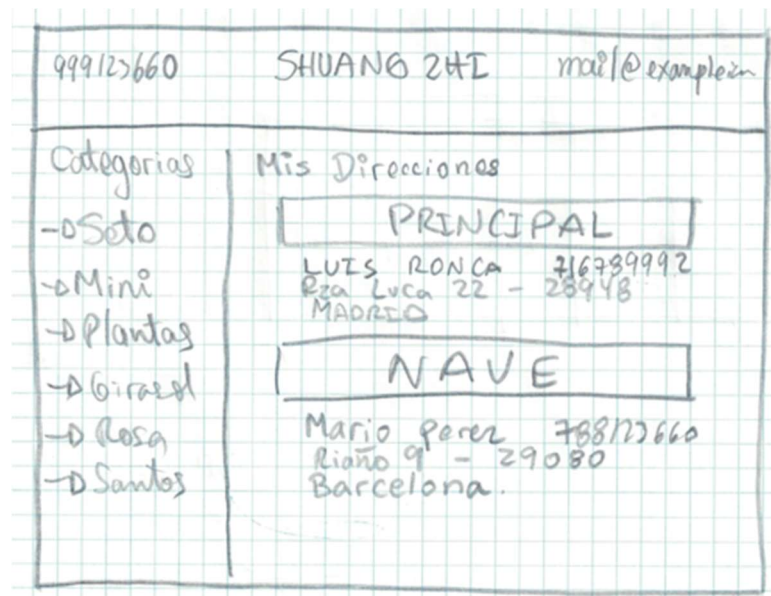
Fuente: Elaboración propia



## Direcciones

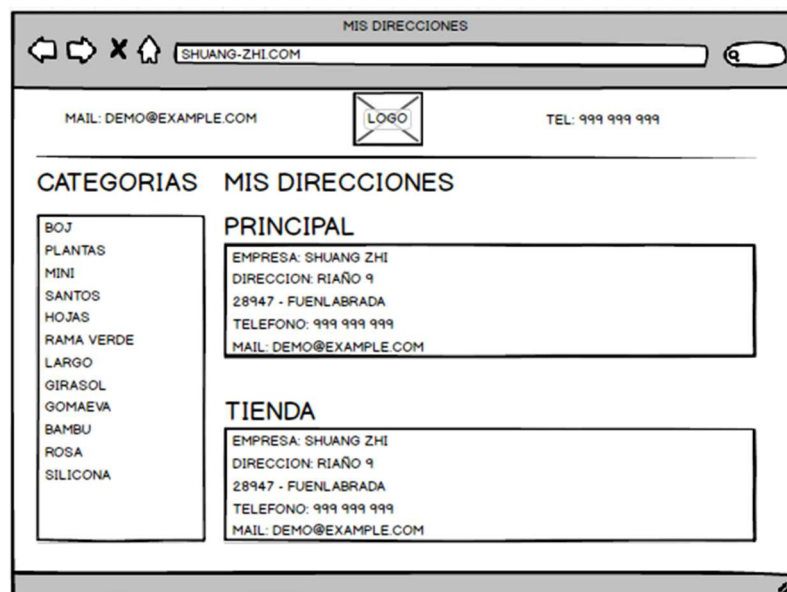
En esta ventana se podrá identificar que direcciones tiene el cliente registrado en su cuenta, le será válido cuando su dirección de entrega sea distinta a la dirección de Facturación.

Figura 57: Boceto Direcciones



Fuente: Elaboración propia

Figura 58: Mockup Direcciones



Fuente: Elaboración propia



**Figura 59: Interface Direcciones**

Bienvenido JHOSSEP VARGAS, puedes añadir productos en tu [carrito](#).

Móvil / WhatsApp  
+34 688 123 660

 **Shuang zhi**  
Plantas y flores artificiales

Información, ventas:  
comercial@horo.es

INICIO / MI CUENTA / MIS DIRECCIONES

**Categorías**

- Acebo
- Alfombra
- Árbol
- Bambu
- Barrera
- Belén
- BolasdeNavidad
- BolsadeRegalo
- Cestas
- Cojín
- Coronas
- Decoración
- ...

**Mis direcciones** [Volver](#)

Desde este apartado podrá **Modificar/Añadir/Eliminar** sus direcciones de entrega.

**Mis Direcciones De Entrega**

Principal			
ENCARGADO:	AUGUSTO URCEIRA PARAMOS	TELÉFONO:	610120934
DIRECCIÓN	LUGAR CARREGAL DE ARRIBA N:19	PROVINCIA:	PONTEVEDRA
CÓDIGO POSTAL:	36791	LOCALIDAD:	TOMIÑO
ACCIONES:	<a href="#">✎ Editar</a> <a href="#">🏠 Establecer como predeterminado</a>		

Fuente: Elaboración propia

**Figura 60: Fragmento de código Direcciones**

```

<table class="cart_list" style="margin-top: 10px;">
<tbody><tr style="background: var(--main-bg-secondary)!important;color: white;" class="text-center">
<td colspan="4">Principal </td>
</tr>

<tr>

<td class="blue">ENCARGADO:</td>
<td>AUGUSTO URCEIRA PARAMOS</td>

<td class="blue">TELÉFONO:</td>
<td>610120934</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">DIRECCIÓN</td>
<td>LUGAR CARREGAL DE ARRIBA N:19</td>

<td class="blue">PROVINCIA:</td>
<td>PONTEVEDRA</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">CÓDIGO POSTAL:</td>
<td>36791</td>

<td class="blue">LOCALIDAD:</td>
<td>TOMIÑO</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">ACCIONES:</td>
<td colspan="3">
<a id="action_edit_address"><span><i class="fa fa-edit" aria-hidden="true"></i> Editar</span></a>
<a class="mleft-20" id=""><i class="fa fa-home" aria-hidden="true"></i> Establecer como
predeterminado</a></td>
</tr>

</tbody></table>

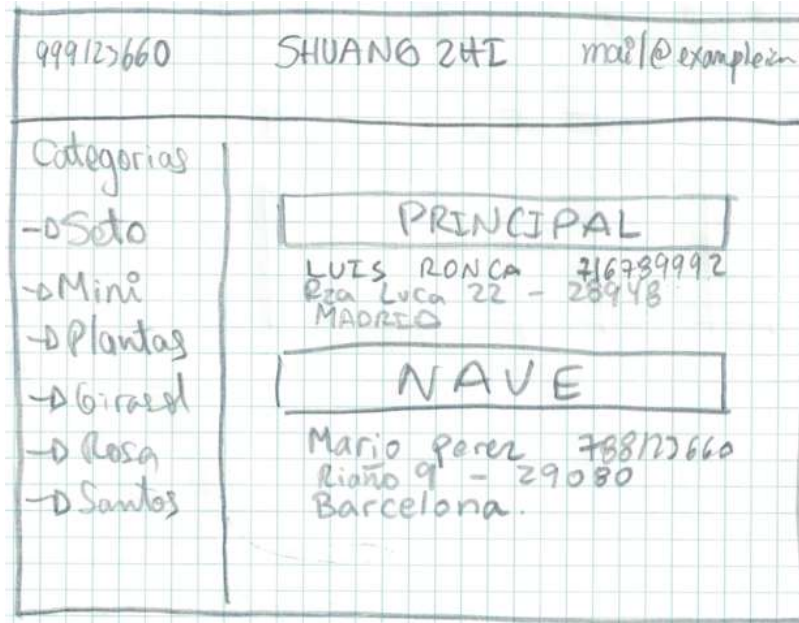
```

Fuente: Elaboración propia

## Empresas

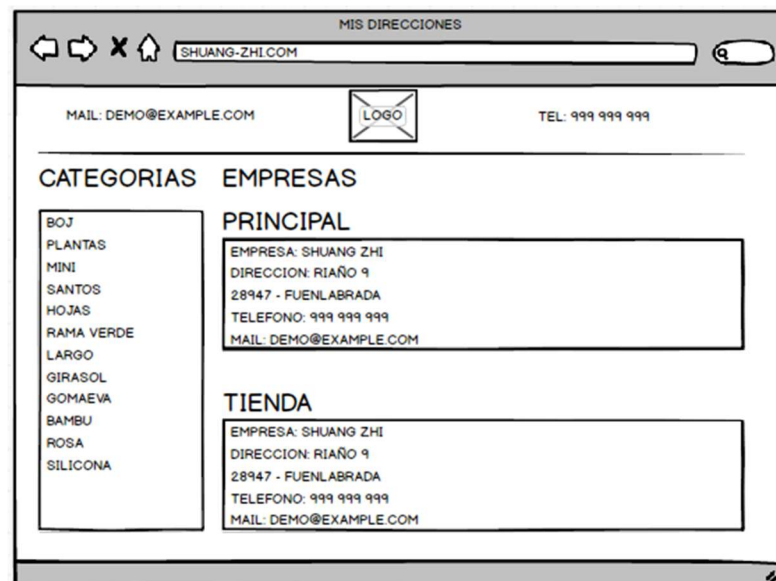
Esta interface se podrá visualizar las empresas añadidas que tiene el cliente registrado en su cuenta, le será válido cuando desea cambiar los datos de una Factura.

Figura 61: Boceto Empresas



Fuente: Elaboración propia

Figura 62: Mockup Empresas



Fuente: Elaboración propia

**Figura 63: Interface Empresas**



**Fuente: Elaboración propia**

**Figura 64: Fragmento de código Empresas**

```

<table class="cart_list" style="margin-top: 10px;">
<tbody><tr style="background: var(--main-bg-secondary)!important;color: white;" class="text-center">
<td colspan="4">PRINCIPAL </td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">ENCARGADO:</td>
<td>JHOSSEP VARGAS</td>
<td class="blue">TELÉFONO:</td>
<td>693321506</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">DIRECCIÓN</td>
<td>PLAZA DE LA MELENDRA 1 2-A</td>
<td class="blue">PROVINCIA:</td>
<td>MADRID</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">CÓDIGO POSTAL:</td>
<td>28944</td>
<td class="blue">LOCALIDAD:</td>
<td>FUENLABRADA</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">ACCIONES:</td>
<td colspan="3">
<a id="action_edit_address"><span><i class="fa fa-edit" aria-hidden="true"></i> Editar</span></a>
<a class="mleft-20" id=""><i class="fa fa-home" aria-hidden="true"></i> Establecer como
predeterminado</a></td>
</tr>

</tbody></table>

```

**Fuente: Elaboración propia**

## Mi cuenta

Refleja la información de la cuenta del cliente, tanto como número de identificación, nombre, dirección, teléfonos, mail. Desde aquel apartado también podrá realizar el cambio de clave de la cuenta.

Figura 65: Boceto Mi cuenta

222337676      SHUANG ZHI      mai@example.com

CATEGORIAS

- MINI
- LARGO
- ROSA
- VERDE
- SANTOS

MIS DATOS PERSONALES

MI DIRECCIÓN DE FACTURACIÓN PRINCIPAL

NIF: Y5439627A	MOBI: 221678946
Nombre: JOSSEP VARGAS CONDE	
DIRECCIÓN: RIAÑO 9 - P.I. COBO CALLEJA	
Código POSTAL: 28947	Localidad: Fuenlabrada
Email: demo@mail.com	Recargo EQ: NO

Fuente: Elaboración propia

Figura 66: Mockup Mi cuenta

MI CUENTA

SHUANG-ZHI.COM

MAIL: DEMO@EXAMPLE.COM      LOGO      TEL: 999 999 999

CATEGORIAS      MIS DATOS PERSONALES

- BOJ
- PLANTAS
- MINI
- SANTOS
- HOJAS
- RAMA VERDE
- LARGO
- GIRASOL
- GOMAEVA
- BAMBU
- ROSA
- SILICONA

MI DIRECCIÓN DE FACTURACIÓN PRINCIPAL      < VOLVER


CIF	Y5439627A	NOMBRE	JOSSEP VARGAS
DIRECCION	RIAÑO 9	PROVINCIA	MADRID
CÓDIGO POSTAL	28947	LOCALIDAD	FUENLABRADA
TELEFONO	999888999	MAIL	VCONDE@SHUANG-ZHI.COM

Fuente: Elaboración propia

**Figura 67: Interface Mi cuenta**

Bienvenido JHOSSEP VARGAS, puedes añadir productos en tu [carrito](#).

Móvil / WhatsApp  
+34 688 123 660



**Shuang zhi**  
Plantas y flores artificiales

Información, ventas:  
[comercial@horo.es](mailto:comercial@horo.es)

INICIO / MI CUENTA / MIS DATOS PERSONALES

**Categorías**






- Acebo
- Alfombra
- Árbol
- Bambu
- Barrera
- Belén
- BolsadeNavidad
- BolsadeRegalo
- Cestas
- Cojin
- Coronas
- Decoración
- Espumillon

**Mis datos personales** ↶ Volver

A continuación se mostrarán los datos que nos ha proporcionado, si existe algun fallo o desea realizar una modificación, contacte con nosotros. **(Atención al Cliente)**

**Dirección De Facturación Principal**

CIF:	35568469G	TELÉFONO:	610120934
NOMBRE:	AUGUSTO URCEIRA PARAMOS		
EMAIL:	GUSPARAMOS.INFO@GMAIL.COM		
DIRECCIÓN:	LUGAR CARREGAL DE ARRIBA N:19		
CÓDIGO POSTAL:	36791	LOCALIDAD:	TOMIÑO

**Fuente: Elaboración propia**

Figura 68: Fragmento de código Mi cuenta

```
<table class="cart_list" style="margin-top: 10px;">
<tbody><tr>
<td class="blue">CIF:</td>
<td>35568469G</td>

<td class="blue">TELÉFONO:</td>
<td>610120934</td>

</tr>

<tr>
<td colspan="1" class="blue">NOMBRE:</td>
<td colspan="3">AUGUSTO URCEIRA PARAMOS</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">EMAIL:</td>
<td colspan="3">GUSPARAMOS.INFO@GMAIL.COM</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">DIRECCIÓN</td>
<td colspan="3">LUGAR CARREGAL DE ARRIBA N:19</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">CÓDIGO POSTAL:</td>
<td>36791</td>

<td class="blue">LOCALIDAD:</td>
<td>TOMIÑO</td>
</tr>

<tr>
<td class="blue">PROVINCIA:</td>
<td>PONTEVEDRA</td>
</tr>

<tr>
<td colspan="2" class="blue">RECARGO DE EQUILAVENCIA:</td>
<td colspan="2">NO</td>
</tr>
</tbody></table>
```

Fuente: Elaboración propia

**Figura 69: Acta de conformidad Sprint 0**

**Acta de entrega del Sprint 0**

<b>Fecha:</b>	01/10/2021
<b>Scrum Master:</b>	David Hu
<b>Scrum Owner:</b>	Lin Mei Xia

En la presente acta se validará los objetivos establecidos por el equipo de desarrollo del **Sprint 0**.

Dentro del Sprint se estableció lo siguiente:

Sprint	Objetivos
<b>Sprint 0</b>	Creación y restauración de la base de datos en el servidor.



**Shuang Zhi S.L.**  
CIF: B8558425  
Calle Comercio 8, Fuenlabrada  
Tel: 916423409  
www.shuang-zhi.com

---

**Gerente General**  
**Lin Mei Xia**

**Fuente: Elaboración propia.**



## Figura 70: Acta de conformidad Sprint 1

### Acta de entrega del Sprint 1

Fecha:	08/10/2021
Scrum Master:	David Hu
Scrum Owner:	Lin Mei Xia

En la presente acta se validará los objetivos establecidos por el equipo de desarrollo del **Sprint 1** y también los elementos (Historias de Usuario) que contiene este Sprint.

Dentro del Sprint se estableció lo siguiente:

Sprint	Objetivos	Historias de Usuario
Sprint 1	Acceso de Clientes: El sistema permitirá acceder al usuario como cliente particular o empresa.	H1
	Acceso de Usuarios: El sistema permitirá acceder a los usuarios registrados con rol de administrador, almacén o contabilidad/administración.	H2
	Registro de Clientes: Permite la creación y alta de nuevos clientes que se registren mediante un formulario.	H3



Gerente General

Lin Mei Xia

Fuente: Elaboración propia.



**Figura 71: Acta de conformidad Sprint 2**

**Acta de entrega del Sprint 2**

Fecha:	15/10/2021
Scrum Master:	David Hu
Scrum Owner:	Lin Mei Xia

En la presente acta se validará los objetivos establecidos por el equipo de desarrollo del **Sprint 2** y también los elementos (Historias de Usuario) que contiene este Sprint.

Dentro del Sprint se estableció lo siguiente:

Sprint	Objetivos	Historias de Usuario
<b>Sprint 2</b>	Carrito de compras: Permitirá añadir los productos seleccionados a su carrito para la posterior compra.	H4
	Restablecer contraseña: Se le generará al cliente en caso haya olvidado su clave, una contraseña aleatoria que será enviada a su correo para su nuevo acceso a la plataforma.	H8
	Buscar productos: Realiza la búsqueda del producto que desea añadir al carrito.	H6
	Productos: El cliente visualizará el detalle del producto que ha seleccionado, incluyendo imágenes y texto informativo.	H9

 **Shuang Zhi S.L.**  
B85583425  
Matarrosa 8, Fuenlabrada  
TEL: 916423480  
**Gerente General**  
**Lin Mei Xia**

**Fuente: Elaboración propia.**

**Figura 72: Acta de conformidad Sprint 3**

**Acta de entrega del Sprint 3**

Fecha:	22/10/2021
Scrum Master:	David Hu
Scrum Owner:	Lin Mei Xia

En la presente acta se validará los objetivos establecidos por el equipo de desarrollo del **Sprint 3** y también los elementos (Historias de Usuario) que contiene este Sprint.

Dentro del Sprint se estableció lo siguiente:

Sprint	Objetivos	Historias de Usuario
<b>Sprint 3</b>	Listado de pedidos: Listar y gestionar los pedidos de los clientes.	H5
	Procesar Pagos: El cliente podrá realizar el pago con tarjeta mediante la pasarela de pagos Redsys.	H7
	Categoría de productos: En este apartado el cliente visualizará los productos separados por categorías para su mejor distribución y localización.	H10
	Localizar envíos: El sistema permitirá la localización de su pedido, según el transportista por el cual se ha enviado.	H11

 **Shuang Zhi S.L.**  
C.I.F. 65263425  
C/ Marrosa 8, Fuenlabrada  
TEL: 916423480  
<http://shuang-zhi.com>  
**Gerente General**

**Lin Mei Xia**

**Fuente: Elaboración propia.**

**Figura 73: Acta de conformidad Sprint 4**

**Acta de entrega del Sprint 4**

Fecha:	29/10/2021
Scrum Master:	David Hu
Scrum Owner:	Lin Mei Xia

En la presente acta se validará los objetivos establecidos por el equipo de desarrollo del **Sprint 4** y también los elementos (Historias de Usuario) que contiene este Sprint.

Dentro del Sprint se estableció lo siguiente:

Sprint	Objetivos	Historias de Usuario
<b>Sprint 4</b>	Estado del Pedido: Realiza la consulta del estado de su pedido en tiempo real.	H12
	Direcciones: El sistema permitirá el registro de diferentes direcciones de envío.	H13
	Empresas: El sistema permitirá el registro de diferentes direcciones de Facturación.	H14
	Mi cuenta: Permitirá visualizar los datos de la cuenta y solicitar una modificación.	H15



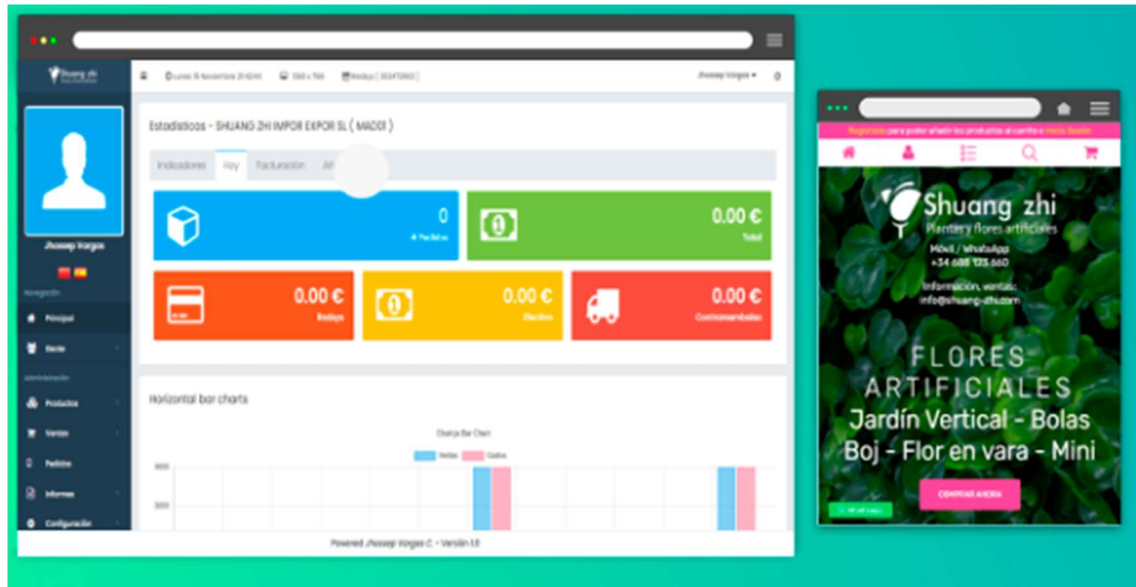
**Gerente General**

**Lin Mei Xia**

**Fuente: Elaboración propia.**

## ANEXO 20

### “MANUAL DE USO DE SISTEMA WEB MULTIPLATAFORMA PARA EL PROCESO DE VENTAS DE LA EMPRESA SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL”



### MANUAL DE USUARIO - SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL

#### Herramientas Utilizadas:

PHP 5.6

MySQL

JQuery

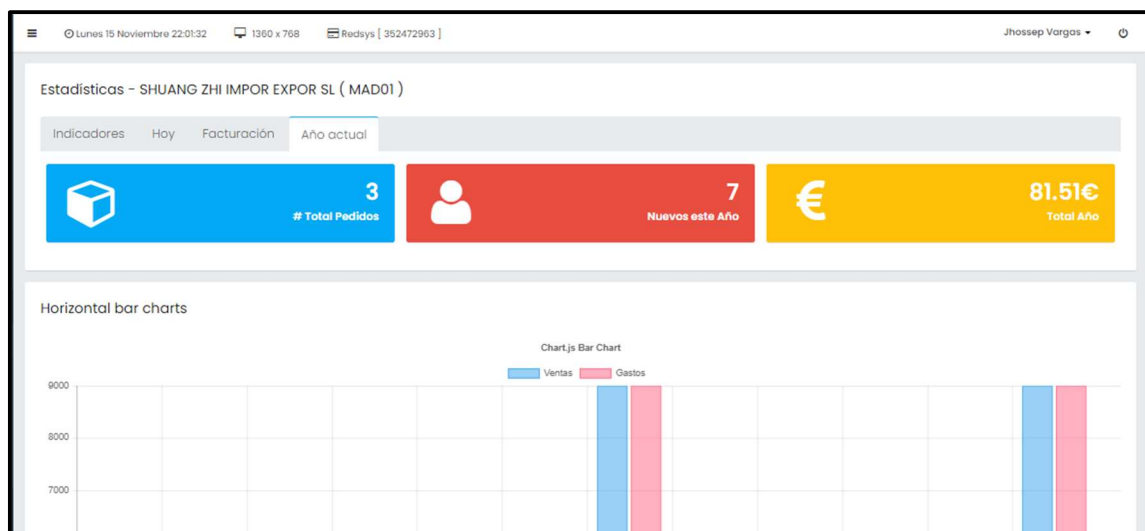
Bootstrap

## A) BARRA DE NAVEGACIÓN

Para entender la barra de navegación es necesario tener en cuenta:



1) En la pestaña Dashboard se podrá visualizar las estadísticas del sitio web.



2) En la pestaña de Gente, se proporcionará las herramientas para poder gestionar todo lo relacionado hacia los clientes registrados.

Principal > Clientes  
Listado de Clientes

Mostrar 10 registros

#	NRO Y TIPO DOCUMENTO	NOMBRE	DIRECCIÓN	CONTACTO	PUNTOS	TARJETA	ACCIONES
1	Y5679982P (CIF) RECARGO +5.20%	CLIENTE: MAYLER ENCARGADO: MAYLER	CALLE JUAN JOSE BAQUERO 4B, 41720 - LOS PALACIOS Y VILLAFRANCA SEVILLA	665454042 MAYARA.BOTEHO@HOTMAIL.COM	0	INACTIVO	TICKETS, FACTURAS, PEDIDOS, MODIFICAR, ELIMINAR, USUARIO
2	48997594G (CIF)	CLIENTE: GEMA GIL CRUJERA ENCARGADO: GEMA GIL CRUJERA	C/ PALOMA 14 45200 - ILLESCAS TOLEDO	66908242 GEMAMARIA.GIL@GEMAMARIA.GIL.COM	0	INACTIVO	TICKETS, FACTURAS, PEDIDOS, MODIFICAR, ELIMINAR
3	11111111 (CIF)	CLIENTE: USUARIO SUPER ENCARGADO: USUARIO SUPER	MELENDRA 1 28947 - FUENLABRADA MADRID	999888999 JVARGASC15@UCVVIRTUAL.EDU.PE	0	INACTIVO	TICKETS, FACTURAS, PEDIDOS, MODIFICAR

a. Dentro de la Pestaña de Gente en la sección de Localidad, se visualizará el formulario de registro de nuevos códigos postales y su eliminación de la misma.

Principal > Localidades  
Listado de Localidades

Mostrar 10 registros

#	CÓDIGO POSTAL	LOCALIDAD	# CLIENTES	ACCIONES
1	28944	FUENLABRADA	1	Modificar
2	28947	FUENLABRADA	1	Modificar
3	08032	BARCELONA	0	Eliminar, Modificar
4	43850	CAMBRILS	0	Eliminar, Modificar
5	29007	MALAGA	0	Eliminar, Modificar
6	15190	A CORUÑA	0	Eliminar, Modificar
7	06000	ALMÉRIA	0	Eliminar, Modificar

Añadir Localidad

LOCALIDAD  
NOMBRE LOCALIDAD

CÓDIGO POSTAL  
EJM: 28944

Añadir Localidad



### 3) En la Pestaña de Productos, se facilitará el mantenimiento de los productos.

Principal > Productos  
Listado de Productos

Mostrar 10 registros

Buscar:

#	IMAGEN	CODIGO DE BARRAS	PRODUCTO	CATEGORIA	STOCK	TPV	SUPER	SUPER 2	ACCIONES
3459		BARCODE: 5818859 REF: 5818859	BOLA SETO BOJ 20CM	SETO	1000	1.55 €	3.90 €	0.00 €	Visualizar Eliminar
3458		BARCODE: 5815616 REF: 5815616	BOLA SETO BOJ 30CM	SETO	1000	3.25 €	9.90 €	0.00 €	Visualizar Eliminar
3457		BARCODE: 5820245 REF: 5820245	★ Producto destacado BOLA SETO BOJ 50CM	SETO	999	12.50 €	29.90 €	0.00 €	Visualizar Eliminar

a. La sección de Productos también contará con el apartado de Categorías.

Principal > Categorías  
Listado de Categorías

Mostrar 10 registros

Buscar:

#	CATEGORIA	# PRODUCTOS	ACCIONES
1	Seto	38	Modificar
2	Barrera	22	Modificar
3	Hojas1	160	Modificar
4	Hojas2	202	Modificar
5	Girasol	8	Modificar

Añadir Categoría

NOMBRE CATEGORIA

NOMBRE CATEGORIA

+ Añadir Categoría

b. Como también, el apartado de Unidad de Medida.

Principal > Unidades de Medida  
Listado de Unidades de Medida

Mostrar 10 registros

Buscar:

#	NOMBRE	ABREVIATURA	VECES UTILIZADO	ACCIONES
1	KILO	KG	0	Eliminar Modificar
2	LITRO	L	0	Eliminar Modificar
3	CAJA	CJ	0	Eliminar Modificar
4	UNIDAD	UNID	3459	Modificar

Mostrando 1 a 4 de 4 registros

Añadir Unidad de Medida

Nombre

NOMBRE EJM: LITRO

ABREVIATURA

EJM: L

+ Añadir Unidad de Medida

- 4) La sección de Ventas, contará con la sección de Facturación, donde se visualizarán las facturas emitidas a través de los pedidos gestionados.

Principal > Facturas

Listado de Facturas Nueva Factura

Registrados Pendientes

Mostrar 10 registros Buscar:

FACTURA	CLIENTE	FECHA	IMPORTE	IVA	TOTAL	ESTADO	ACCIONES
2021F010003	Y5439627A JHOSSEP VARGAS	06-11-2021 11:00:38 PM	11,77 €	2,47 €	14,24 €	ACTIVO	Detalle Anular
2021F010002	USUARIO SUPER	04-11-2021 12:00:23 AM	38,32 €	8,05 €	46,37 €	ACTIVO	Detalle Anular

- 5) La sección de Pedidos mostrará el listado de todos los pedidos realizados por los clientes con sus distintos estados e información relevante.

Principal > Pedidos

Listado de Pedidos Ir al Dashboard

Cambiar Cliente Modificar Localizados Rango de fechas Pendiente Envío Pendiente Pago Pendiente Factura

Entrantes En carrito de compra Clientes inactivos

Mostrar 10 registros Buscar:

#	PEDIDO	CUENTA	FECHA	TOTAL PEDIDO	FACTURAR A	ENVIAR A	PAGADO	ACCIONES
5	#5	Y5439627A JHOSSEP VARGAS JVARGASCONDE@GMAIL.COM	08/11/21 07:31:59 PM	12,95 €	Y5439627A JHOSSEP VARGAS PLAZA DE LA MELENDRA 1 2-A 28944 - FUENLABRADA 693321506	PRINCIPAL JHOSSEP VARGAS PLAZA DE LA MELENDRA 1 2-A 28944 - FUENLABRADA (MADRID) TELÉFONO: 693321506 Dropshipping	NO	Ver Pedido Tarjeta Efectivo Anular
4	#4	Y5439627A JHOSSEP VARGAS JVARGASCONDE@GMAIL.COM	08/11/21 06:11:03 PM	12,95 €	Y5439627A JHOSSEP VARGAS PLAZA DE LA MELENDRA 1 2-A 28944 - FUENLABRADA 693321506	PRINCIPAL JHOSSEP VARGAS PLAZA DE LA MELENDRA 1 2-A 28944 - FUENLABRADA (MADRID) TELÉFONO: 693321506	NO	Ver Pedido Tarjeta Efectivo Anular



- 6) La sección de Informes gestionará todas las Facturas filtradas por un rango de fechas para que sean utilizadas por el departamento de contabilidad.

Principal > Facturas

### Listado de Facturas

Fecha Inicio:  Fecha Fin:

Registrados  Pendientes

Mostrar  registros

FECHA	FACTURA	IMPORTE	IVA	RECARGO	TOTAL	CLIENTE	CIF	# PEDIDO	METODO PAGO
06/11/2021	2021F010003	11.77 €	2.47 €	0.00 €	14.24 €	JHOSSEP VARGAS	Y5439627A	0000003	Tarjeta
04/11/2021	2021F010002	38.32 €	8.05 €	0.00 €	46.37 €	USUARIO SUPER	111111111	0000002	Efectivo
03/11/2021	2021F010001	17.27 €	3.63 €	0.00 €	20.90 €	JHOSSEP VARGAS	Y5439627A	0000001	Tarjeta

Mostrando 1 a 3 de 3 registros

- 7) En la sección configuración, se establecerán los parámetros generales de la web.

Principal > Configuración

### Configuración del Ticket (MAD01)

**Información** - Los campos marcados con \* son campos de entrada obligatorios.

Logo del Ticket/Sitio

CIF \*

Nombre Empresa \*

Dirección \*

Código Postal - Localidad \*

Números de contacto \*

- 8) En la parte final de Registros se ha implementado un Log de Registros para que cada acción desde el panel de administración, sea grabada por el sistema.

Principal > Registros

### Registro de Actividad

Mostrar 10 registros

Buscar:

#	MODULO	DETALLE	USUARIO	FECHA Y HORA
11	PEDIDOS	SE EL LOCALIZADOR DEL PEDIDO CORRECTAMENTE. [ PEDIDO: 3 ]	JHOSSEP VARGAS	06-11-2021 11:31 PM
10	PEDIDOS	SE GENERÓ LA FACTURA CORRECTAMENTE. [ FACTURA: 2021F010003 ]	JHOSSEP VARGAS	06-11-2021 11:30 PM
9	PEDIDOS	SE FACTURÓ EL PEDIDO CORRECTAMENTE. [ PEDIDO: 3 ]	JHOSSEP VARGAS	06-11-2021 11:30 PM
8	PEDIDOS	SE GENERÓ LA FACTURA CORRECTAMENTE. [ FACTURA: 2021F010002 ]	JHOSSEP VARGAS	04-11-2021 01:05 AM
7	PEDIDOS	SE GENERÓ LA FACTURA CORRECTAMENTE. [ FACTURA: 2021F010002 ]	JHOSSEP VARGAS	04-11-2021 01:04 AM
6	PEDIDOS	SE GENERÓ LA FACTURA CORRECTAMENTE. [ FACTURA: 2021F010002 ]	JHOSSEP VARGAS	04-11-2021 12:58 AM
5	PEDIDOS	SE FACTURÓ EL PEDIDO CORRECTAMENTE. [ PEDIDO: 2 ]	JHOSSEP VARGAS	04-11-2021 12:56 AM
4	PEDIDOS	SE EL LOCALIZADOR DEL PEDIDO CORRECTAMENTE. [ PEDIDO: 1 ]	JHOSSEP VARGAS	03-11-2021 11:44 PM
3	PEDIDOS	SE GENERÓ LA FACTURA CORRECTAMENTE. [ FACTURA: 2021F010001 ]	JHOSSEP VARGAS	03-11-2021 11:34 PM
2	PEDIDOS	SE GENERÓ LA FACTURA CORRECTAMENTE. [ FACTURA: 2021F010001 ]	JHOSSEP VARGAS	03-11-2021 11:33 PM

## B) MANTENIMIENTO DE CLIENTES

Principal > Clientes

### Listado de Clientes

Mostrar 10 registros

Buscar:

**Usuario registrado con pedidos no se puede eliminar**

**Usuario registrado sin pedidos se puede eliminar**

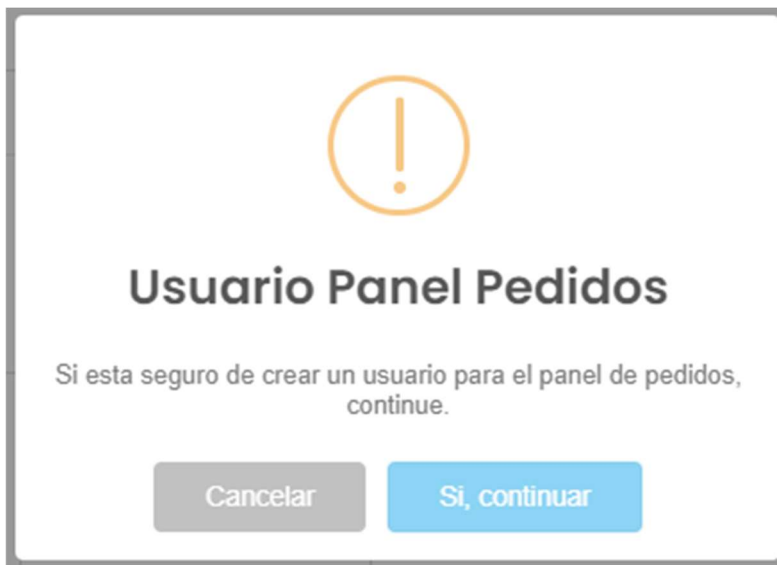
**Usuario pendiente de comprobación**

#	NRO Y TIPO DOCUMENTO	NOMBRE	DIRECCIÓN	CONTACTO	PUNTOS	TARJETA	ACCIONES
1	Y5679982P (CIF) RECARGO +5.20%	CLIENTE: MAYLLER <b>TPV</b> ENCARGADO: MAYLLER	CALLE JUAN JOSE BAQUERO 4B, 41720 - LOS PALACIOS Y VILLAFRANCA SEVILLA	665454042 MAYARA.BOTELHO@HOTMAIL.COM	0	INACTIVO	TICKETS, FACTURAS, PEDIDOS, MODIFICAR, ELIMINAR, USUARIO
2	48997594G (CIF)	CLIENTE: GEMA GIL CRUJERA <b>SUPER</b> ENCARGADO: GEMA GIL CRUJERA	C/PALOMA 14 45200 - ILLESCAS TOLEDO	669086242 GEMAMARIAGIL@GEMAMARIAGIL.COM	0	INACTIVO	TICKETS, FACTURAS, PEDIDOS, MODIFICAR, ELIMINAR
3	11111111 (CIF)	CLIENTE: USUARIO SUPER <b>SUPER</b> ENCARGADO: USUARIO SUPER	MELENDRA 1 28947 - FUENLABRADA MADRID	999888999 JVARGASC15@UCVVIRTUALEDU.PE	0	INACTIVO	TICKETS, FACTURAS, PEDIDOS, MODIFICAR

- 1) Cuando el botón de “+ Usuario” esta activo, significa que un cliente con tarifa TPV esta pendiente de aprobación para su alta.



Una vez validado sus datos, se procede al registro automático.



- 2) Esta situación significa, que el usuario ha sido registrado correctamente, pero no tiene pedidos realizados, puede ser dado de baja o proceder a su total eliminación.



- 3) Esta situación nos indica que, el cliente también ha sido registrado correctamente, pero cuenta con pedidos realizados y no puede proceder su eliminación total, sino solo una baja del sistema.



- 4) Para poder modificar cualquier cliente, se deberá acceder a través de ese botón al formulario de datos del cliente.



Una vez en el formulario corregir los datos del cliente.

A screenshot of a web application form titled 'Editar Cliente'. The breadcrumb trail at the top reads 'Principal > Clientes > Editor Cliente Y5679982P'. A blue 'Atrás' button is in the top right. A light blue banner contains the text 'Atención - Complete los campos requeridos.' The form is organized into a grid of fields:

- Tipo documento: CIF - Código Identificación Fiscal
- Localidad \*: 41720 - LOS PALACIOS Y VILLAFRANCA
- Email: MAYARA.BOTELHO@HOTMAIL.COM
- Nro Documento: Y5679982P
- Provincia: SEVILLA
- Idioma: Español
- Nombre \*: MAYLLER
- Dirección: CALLE JUAN JOSE BAQUERO 4B,
- Tarjeta Asociada: (empty)
- Encargado \*: MAYLLER
- Contacto \*: 665454042
- Recargo Equivalencia \*: Si tiene

A blue 'Actualizar' button is at the bottom right.

## C) MANTENIMIENTO DE LOCALIDADES

- 1) En el listado se podrá visualizar que acciones están disponibles para cada registro.

Principal > Localidades

### Listado de Localidades

Mostrar 10 registros Buscar:

#	CÓDIGO POSTAL	LOCALIDAD	# CUENTES	ACCIONES
1	28944	FUENLABRADA	1	<a href="#">Modificar</a>
2	28947	FUENLABRADA	1	<a href="#">Modificar</a>
3	08032	BARCELONA	0	<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Modificar</a>
4	43850	CAMBRILS	0	<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Modificar</a>

- 2) Para poder registrar una nueva localidad, será necesario completar el código postal y su nombre de localidad.

### Añadir Localidad

**LOCALIDAD**

  
**CÓDIGO POSTAL**

EJM: 28944




[+ Añadir Localidad](#)

## D) MANTENIMIENTO DE PRODUCTOS

- 1) En el listado, se visualizarán las opciones de cada registro de producto, indicando su stock, precio, categoría y si es un producto destacado.

Listado de Productos


Mostrar 10 registros Buscar:

#	IMAGEN	CODIGO DE BARRAS	PRODUCTO	CATEGORIA	STOCK	TPV	SUPER	SUPER 2	ACCIONES
3459		BARCODE: 5816859 REF: 5816859	BOLA SETO BOJ 20CM	SETO	1000	1.55 €	3.90 €	0.00 €	<a href="#">● VISUALIZAR</a> <a href="#">✖ ELIMINAR</a>
3458		BARCODE: 5815616 REF: 5815616	BOLA SETO BOJ 30CM	SETO	1000	3.25 €	9.90 €	0.00 €	<a href="#">● VISUALIZAR</a> <a href="#">✖ ELIMINAR</a>
3457		BARCODE: 5820245 REF: 5820245	<span style="color: orange;">★ Producto destacado</span> BOLA SETO BOJ 50CM	SETO	999	12.50 €	29.90 €	0.00 €	<a href="#">● VISUALIZAR</a> <a href="#">✖ ELIMINAR</a>

- 2) Modificar producto deberá presionar el botón VISUALIZAR, el cual le mostrará el formulario con todos los datos del producto para su modificación.

Detalle Producto

⚠ Atención - Recuerde que el Código de Barras y la Referencia no pueden ser modificadas.



Reemplazar imagen

Simbología Código de barras	Stock Actual	Paquete de _ unidades
CODE128	1000	1
Código de Barras	Precio SUPER	Precio SUPER 2
5816859	3.90	0.00
Referencia	Precio de Venta* (IVA incluido) TPV	
5816859	1.55	
Nombre del Producto *	Impuesto	
BOLA SETO BOJ 20CM	IVA 21%	
Categoría	Base imponible	
Seto	1.28	
Unidad del Producto	Impuestos	
UNID - UNIDAD	0.27	
Puntos Canje	Alerta de Cantidad	
0	100	
¿Activo?	<input type="button" value="Si"/> <input type="button" value="No"/>	
<input type="button" value="Actualizar Producto"/>		


3) Para la creación de un nuevo producto, deberá ubicarse en la parte superior derecha, en el botón Añadir Producto.

Agregar Producto

**i Información** - Los campos marcados con \* son campos de entrada obligatorios.

Almacén: MAD01


Categoría: Seto

Imagen: 


Unidad del Producto: UNID - UNIDAD

Simbología Código de barras: CODE128


Alerta de Cantidad: 0

Código de Barras \*: 

Precio de Venta\* (IVA incluido): 0.00

Referencia: 

Impuesto: IVA 21%

Nombre del Producto \*: 

Base imponible: 0.00

Puntos Canje: 0

Impuestos: 0.00

**Registrar Producto**

Deberá completar los datos que correspondan y elegir una imagen del producto, de lo contrario el sistema le asignará uno por defecto.

## E) MANTENIMIENTO DE CATEGORÍAS







1) El listado mostrará las acciones disponibles de cada categoría.

Principal > Categorías

### Listado de Categorías

Mostrar 10 registros

Buscar:

#	CATEGORIA	# PRODUCTOS	ACCIONES
21	Decoración	93	 Modificar
22	Árbol	103	 Modificar
23	Alfombra	4	 Modificar
24	Hinchables	12	 Modificar
25	BolasdeNavidad	211	 Modificar
26	BolsadeRegalo	46	 Modificar

2) Añadir nueva categoría, deberá asignar un nombre de la categoría.



Añadir Categoría

NOMBRE CATEGORIA

NOMBRE CATEGORIA

+ Añadir Categoría

F) MANTENIMIENTO DE UNIDAD DE MEDIDA

1) El listado de Unidad de Medida mostrará las acciones disponibles de cada registro.



Principal > Unidades de Medida

Listado de Unidades de Medida

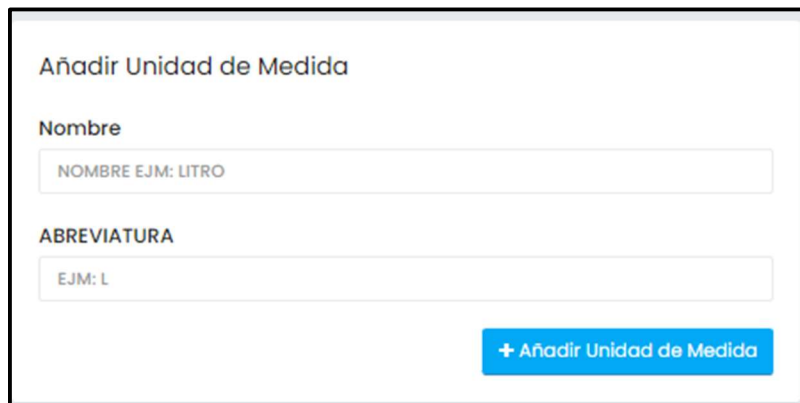
Mostrar 10 registros

Buscar:

#	NOMBRE	ABREVIATURA	VECES UTILIZADO	ACCIONES
1	KILO	KG	0	Eliminar Modificar
2	LITRO	L	0	Eliminar Modificar
3	CAJA	CJ	0	Eliminar Modificar
4	UNIDAD	UNID	3459	Modificar

Mostrando 1 a 4 de 4 registros

2) Para añadir una nueva Unidad de medida, será necesario tener el nombre y la abreviatura de la misma.



Añadir Unidad de Medida

Nombre

NOMBRE EJM: LITRO

ABREVIATURA

EJM: L

+ Añadir Unidad de Medida



## G) LISTADO DE FACTURAS

- 1) Se visualizarán los registros de facturas indicando los botones disponibles para cada uno.

Principal > Facturas

Listado de Facturas Nueva Factura

Registrados Pendientes

Mostrar 10 registros Buscar:

FACTURA #	CUENTE #	FECHA #	IMPORTE #	IVA #	TOTAL #	ESTADO #	ACCIONES #
2021F010003	Y5439627A JHOSSEP VARGAS	06-11-2021 11:00:38 PM	11.77 €	2.47 €	14.24 €	ACTIVO	<a href="#">Detalle</a> <a href="#">Anular</a>
2021F010002	11111111 USUARIO SUPER	04-11-2021 12:00:23 AM	38.32 €	8.05 €	46.37 €	ACTIVO	<a href="#">Detalle</a> <a href="#">Anular</a>
	Y5439627A	07-11-2021					<a href="#">Detalle</a>

- 2) Presionando el botón de Detalle podrá visualizar la Factura y generar su respectivo PDF y enviarlo al cliente.

Principal > Facturas > 2021F010003

Factura [ 2021F010003 ] Pedidos Facturas

Generar PDF
Visualizar PDF
Enviar PDF

**Shuang zhi**  
Plantas y flores artificiales

SHUANG ZHI IMPOR EXPOR SL  
B85583425  
CALLE RIAÑO 9  
28947 - FUENLABRADA  
688 123 660

### FACTURA

FACTURA #	FECHA
2021F010003	06/11/2021

FACTURAR A:	
JHOSSEP VARGAS	Y5439627A
PLAZA DE LA MELENDRA 12-A	28944 - FUENLABRADA
	693321506

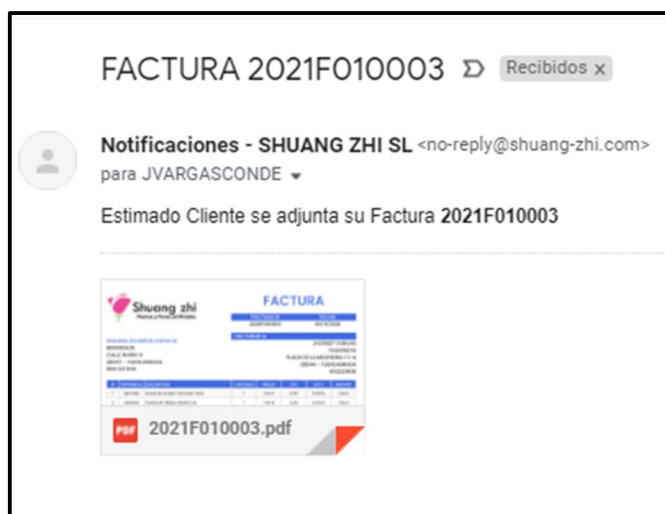
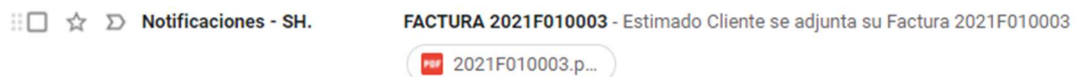
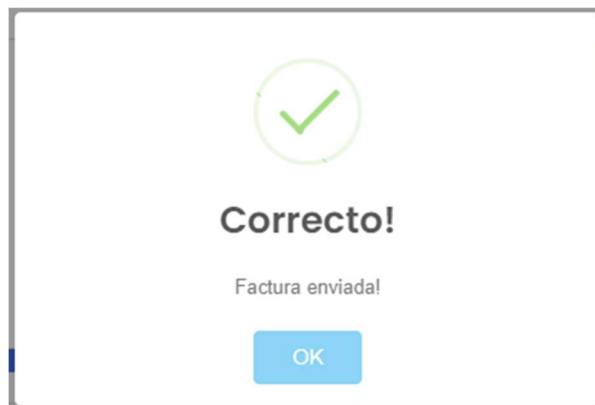
#	REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DTO	IVA %	IMPORTE
1	5837366	RAMA DE ACEBO 72CM REF 7356	1	129 €	0.00	21.00 %	129 €
2	5834891	PLANCHA TRÉBOL 40X60 CM	1	7.95 €	0.00	21.00 %	7.95 €
3	P5	PORTES	1	5.00 €	0.00	21.00 %	5.00 €

MÁS INFORMACIÓN	
Nro Pedido:	20211106-3
Método de Pago:	Tarjeta
Ticket:	No hay información
Efectivo:	0.00 €
Tarjeta:	14.24 €
Cambio:	0.00 €

- 3) **Enviar Factura, le saltará una ventana emergente el cual deberá confirmar para realizar el envío.**



- 4) **Una vez aceptado, mostrará un mensaje de confirmación y el cliente podrá revisarlo en su bandeja de entrada del mail registrado a su cuenta.**





## H) GESTIÓN DE PEDIDOS

1) Se listarán todos los últimos 100 pedidos con sus respectivas opciones.

Principal > Pedidos

Listado de Pedidos

Cambiar Cliente | Modificar Localizador | Rango de fechas | Pendiente Envío | Pendiente Pago | Pendiente Factura

Entrantes | En carrito de compra | Clientes inactivos

Mostrar 10 registros | Buscar:

#	PEDIDO	CUENTA	FECHA	TOTAL PEDIDO	FACTURAR A	ENVIAR A	PAGADO	ACCIONES
5	#5	Y5439627A JHOSSEP VARGAS TPV JVARGASCONDE@GMAIL.COM	08/11/21 07:31:59 PM	12.95 €	Y5439627A JHOSSEP VARGAS PLAZA DE LA MELENDRA 12-A 28944 - FUENLABRADA 693321506	PRINCIPAL JHOSSEP VARGAS PLAZA DE LA MELENDRA 12-A 28944 - FUENLABRADA (MADRID) TELÉFONO: 693321506 Dropshipping	NO	Ver Pedido Tarjeta Efectivo Anular
4	#4	Y5439627A JHOSSEP VARGAS TPV JVARGASCONDE@GMAIL.COM	08/11/21 06:11:03 PM	12.95 €	Y5439627A JHOSSEP VARGAS PLAZA DE LA MELENDRA 12-A 28944 - FUENLABRADA 693321506	PRINCIPAL JHOSSEP VARGAS PLAZA DE LA MELENDRA 12-A 28944 - FUENLABRADA (MADRID) TELÉFONO: 693321506	NO	Ver Pedido Tarjeta Efectivo Anular

2) Los siguientes botones son:



Ver Pedido: Abrirá un modal, el cual mostrará los ítems del pedido.

Tarjeta: Ingresar un pago vía Tarjeta/Transferencia.

Efectivo: Ingresar el pago cuando se realiza el pago en tienda o metálico.

Anular: Se puede anular el pedido.

Añadir Localizador: Asignar transportista por donde se realiza el envío del pedido.

3) Visualizar Pedido nos mostrará los ítems dentro del pedido.

Detalle del pedido #4

REF	NOMBRE	UNIDADES	PRECIO	DESCUENTO %	IMPORTE	ACCIÓN
5834891 #9	PLANCHA TRÉBOL 40X60 CM	1	7.95	0.00	7.95	Actualizar Eliminar
P5 #10	PORTES	1	5	0.00	5.00	Actualizar Eliminar

+ Acciones | Imprimir | Cerrar

- 4) Ingresar pago, al presionar este botón saltará una ventana para su confirmación respecto al pago, ya sea por tarjeta o efectivo.



- 5) Anular pedido, se podrá elegir esta opción cuando el cliente o el usuario del sistema decida que desea anular el pedido por falta de stock o cambios en el pedido.



- 6) Añadir Localizador, nos dará la opción de elegir por donde deseamos enviar el pedido, para poder asignarle un número de seguimiento proporcionado por el transportista.

Elija por donde enviar: ✕

Express Correos 24/48h

ctt Express 48/72h

✕ Cerrar

Añadir localizador al Pedido ✕

Digite el localizador del envío:

✕ Cerrar
✓ Añadir Localizador

## I) INFORMES (CONTABILIDAD)

- 1) Este apartado será de utilidad para el área de contabilidad, el cual nos facilitará las Facturas filtradas por rango de fechas para su presentación contable.

Principal > Facturas Facturas

**Listado de Facturas**

Fecha Inicio:  Fecha Fin:  Buscar

Registrados Pendientes

Mostrar 100 registros Buscar:

FECHA	FACTURA	IMPORTE	IVA	RECARGO	TOTAL	CLIENTE	CIF	# PEDIDO	METODO PAGO
06/11/2021	2021F010003	11.77 €	2.47 €	0.00 €	14.24 €	JHOSSEP VARGAS	Y5439627A	0000003	Tarjeta
04/11/2021	2021F010002	38.32 €	8.05 €	0.00 €	46.37 €	USUARIO SUPER	11111111	0000002	Efectivo
03/11/2021	2021F010001	17.27 €	3.63 €	0.00 €	20.90 €	JHOSSEP VARGAS	Y5439627A	0000001	Tarjeta

Mostrando 1 a 3 de 3 registros < 1 >

## J) CONFIGURACIÓN

### 1) Detalle de los parámetros de configuración de la tienda.

Configuración del Ticket (MAD01)

**i Información** - Los campos marcadas con \* son campos de entrada obligatorios.

Logo del Ticket/Sitio

CIF \*

Nombre Empresa \*

Dirección \*

Código Postal - Localidad \*

Números de contacto \*

Moneda  
 EUR - 00.00 €  USD - \$ 00.00  PEN - S/. 00.00

Texto footer ticket