

# Avance de proyecto 2

Página web para emprendimiento de tejido

Integrantes:	Daniel Abarca Raimundo Torres María José Trujillo Nicolás Uribe
Profesores:	Ángel Jiménez Molina Iván Díaz Campos Victor Hernández
Monitora:	Victoria Arce
Fecha de entrega:	25 de Agosto, 2019

## Resumen

En el marco del curso Tecnologías de Información y Comunicaciones para la Gestión, se plantea un proyecto cuyo objetivo consiste en crear una aplicación web para un emprendimiento o negocio pequeño mediante la aplicación de los conocimientos en tecnologías de la información y comunicación adquiridos a lo largo del curso. En la extensión del presente informe se darán a conocer las motivaciones para elegir un emprendimiento, junto a la descripción del mismo, los objetivos que se busca lograr y una comparación con el mercado actual. Además, se presentarán los avances del proyecto tales como las interfaces de usuario implementadas y su justificación.

# Índice de Contenidos

<b>1. Descripción del Proyecto</b>	<b>1</b>
<b>2. Explicación de la propuesta</b>	<b>1</b>
<b>3. Benchmarking</b>	<b>2</b>
<b>4. Funcionalidades de la aplicación y formularios</b>	<b>3</b>
<b>5. Discusión</b>	<b>6</b>
<b>Anexo A. Interfaces</b>	<b>7</b>
A.1. Interfaces de usuario externo . . . . .	7
A.1.1. Página de Inicio . . . . .	7
A.1.2. Contacto . . . . .	7
A.1.3. Carro de compras . . . . .	8
A.1.4. Novedades . . . . .	9
A.2. Interfaces de administración . . . . .	10
A.2.1. Nuevo Producto . . . . .	10
A.2.2. Nueva Publicación . . . . .	11
A.2.3. Pedidos pendientes . . . . .	12
A.2.4. Iniciar sesión . . . . .	12

# Índice de Figuras

A.1. Landing page de ingreso a la página . . . . .	7
A.2. Contacto con la administradora . . . . .	7
A.3. Contacto enviado a la administradora . . . . .	8
A.4. Carro de compra para productos . . . . .	8
A.5. Datos de la tienda para pagar la compra . . . . .	9
A.6. Contacto con la administradora . . . . .	9
A.7. Agregar nuevo producto al catálogo . . . . .	10
A.8. Nuevo producto agregado . . . . .	10
A.9. Agregar nueva publicación . . . . .	11
A.10. Nueva publicación agregado . . . . .	11
A.11. Lista de pedidos pendientes . . . . .	12
A.12. Administrador inicia sesión . . . . .	12
A.13. Cuando la administradora inicia sesión es redireccionada a la página de inicio . . . .	13

## 1. Descripción del Proyecto

La organización elegida corresponde a una PYME, es decir una pequeña tienda de una estudiante de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile, llamada Valentina Garrido, la cual maneja su negocio a través de *Instagram*. Su tienda recibe el nombre de *@tejidosvali*. Su información de contacto, además de la página antes mencionada, es su número celular +56981369778 y correo electrónico *tejidosvali@gmail.com*.

La tienda se caracteriza por la venta de tejidos de lana confeccionados a mano. Sus productos consisten en cuellos, bufandas, guantes y gorros, entre otras prendas de vestir. Debido a que su negocio es una PYME y su mercado corresponde casi por completo a la facultad, no es tan popular como quisiera. Además, no cuenta con alguna plataforma donde promocionar sus productos a aquellos usuarios que no posean una cuenta de *Instagram* truncando la posibilidad de nuevos potenciales compradores lejanos a la red social, tales como adultos y adultos mayores.

## 2. Explicación de la propuesta

Se ofrece a Valentina la confección de una página web para su tienda, en la cual pueda exhibir sus productos ayudando a solucionar su problema de la poca difusión y poca variedad de contacto que tiene actualmente.

Para la aplicación web se propone lo siguiente:

- Exhibir mediante imágenes todos los productos que la tienda ofrece, junto a sus precios y el *stock* disponible.
- Tener un "carrito" donde seleccionar los productos que se desea adquirir. Una vez realizado el pedido se entregarán las instrucciones de pago.
- Una sección para solicitar, mediante un mensaje a través de la plataforma, productos a pedido que no se encuentran en *stock* o con especificaciones especiales.
- Una sección con otros contactos de la Valentina tales como número, correo y cuenta de *Instagram*

Por parte de Valentina, ella podrá tener total control de la página, donde podrá subir imágenes de los productos que vaya haciendo, además de notificar información que sea o le parezca relevante compartir con los compradores.

Con esto se espera que los ingresos de Valentina correspondientes a la venta de sus productos aumenten dado el mayor alcance que tendrá su marca.

### 3. Benchmarking

En el mercado, existen diversas PYMEs que tienen como principal y/o único medio de difusión y contacto *Instagram*, esto se puede ver en tiendas como *@donasporunsueno*, *@mieleriapuertomontt*, *@lazer.beauty*, entre otras.

No obstante, también hay tiendas dedicadas a la venta y/o confección de prendas de vestir que tienen adicionalmente una página web, que les ayuda a que los clientes puedan ver los productos de manera más ordenada junto a sus precios. Además, dando un contacto más rápido y formal. Si bien pueden no ser tiendas exactamente del mismo rubro (tejido), o siendo las prendas solamente uno de sus tantos rubros que abarca, la estrategia de ventas para el caso de la ropa es similar y por lo tanto resulta conveniente analizar sus plataformas:

#### **Hecho a mano**

Aunque se especializa en hacer diversos productos a mano, su sección de jerseys (siendo éste el ejemplo que usaremos), así como de gorros, calcetines y demás se acercan bastante a nuestra propuesta (<https://hechoamano.pro/jerseys>)

#### Aspectos positivos:

1. Tiene imágenes en buena calidad y muy vistosas que resaltan en relación a la página, lo que permite al cliente darse rápidamente una idea de la calidad del producto.
2. Al hacer click sobre las imágenes, redirecciona (en otra pestaña) a su respectiva publicación en *Amazon*, en la cual se permite realizar la compra, facilitando el proceso al entregar una plataforma conocida.
3. Posee una variedad muy amplia y variada de productos, lo que permite atraer mas clientes pues no apunta a un público en específico.

#### Aspectos negativos:

1. El hecho de que redirija a *Amazon* le resta individualidad, y la obliga a depender de un factor externo, por ejemplo si se cae *Amazon* o sus links la página deja de ofrecer la posibilidad de comprar.
2. La página no muestra mucha información de contacto ni redes sociales alternativas para la comunicación, haciendo que la relación con el cliente se sienta lejana.
3. Si bien están seccionados los distintos productos, no hay un mayor orden entre preferencias como el color, el tipo de material, etc entre aquellos que pertenezcan a la misma categoría.

### Trinidades

En este caso la propuesta sí se centra en vestuarios, pero ahora no a mano. (<https://trinidades.com/>)

Aspectos positivos:

1. Al igual que en la anterior, muestra imágenes de buena calidad a los clientes, pero con el añadido de que sí ordena en categorías los productos, dando mayor comodidad a la hora de ver la ropa.
2. La página tiene información de contacto complementaria y redes sociales alternativas, además que el proceso de compra se hace desde la misma página sin depender de enlaces externos.
3. Para algunas prendas, tiene la virtud de poder ser diseñada por el usuario, , dando más libertad al cliente.

Aspectos negativos:

1. Al inicio de la página las imágenes son tan grandes que hace que se vea demasiado aglomerado hasta bajar y poder encontrar el catálogo.
2. La pagina tiene un fondo muy claro al igual que el texto, haciendo que todo se vea demasiado homogéneo y las letras no tan distinguibles.
3. El tamaño de la letra es un tanto pequeño, pudiendo incomodar a usuarios con problemas de vista.

## 4. Funcionalidades de la aplicación y formularios

La página que se está confeccionada cuenta con una serie de funciones, las cuales serán enumeradas y descritas a continuación:

1. Al abrir la página, se puede observar una serie de fotografías de tejidos, correspondientes a los productos, junto con su precio en pesos chilenos y su disponibilidad, en caso de que esté disponible algún artículo, el usuario puede añadirlo al “carrito” para luego proceder a ponerse en contacto con Valentina para el pago de ellos.(Ver anexo A.1.1)
2. En el inicio también hay una forma de clasificar los productos por tipo, es decir, pueden verse todos los artículos o se pueden clasificar por: Crop tops, Gorros, Bufandas y Otros.
3. Luego, la siguiente función que se puede ver es la parte de “Contacto”, donde se encuentran los datos de Valentina, tales como su ciudad, número de teléfono, correo e *Instagram*, el cual tiene un link de acceso directo desde la página misma. (Ver anexo A.1.2).Además, está el primer formulario, el cual será una manera que tendrán los clientes de realizar tejidos a pedido y consta de:
  - Un input de tipo texto, en el cual los usuarios ingresarán su nombre.
  - Un input de tipo correo, para que Valentina pueda ponerse en contacto con el comprador.

- Un input de tipo *text área*, donde se puede describir qué es lo que se desea comprar, detallando si se requiere.
  - Una input de tipo selección de ficheros o *file select*, en el cual, en caso que se desee, se puede adjuntar alguna imagen de referencia para que valentina pueda guiarse y confeccionar el pedido.
  - Y obviamente, un botón para enviar los datos una vez se hayan finalizado de rellenar las casillas.
4. La función de “Carro de compras” (Ver anexo A.1.3) otorga un beneficio añadido para la dueña de la empresa, ya que ordena y simplifica el proceso de recepción de pedidos. Para esto se utilizó un formulario que recopila la información del cliente de la siguiente manera:
- Un input de tipo texto, en el cual los usuarios ingresarán su nombre.
  - Un input de tipo correo, para que Valentina pueda ponerse en contacto con el comprador.
  - Un input de tipo texto, para que el usuario indique su ciudad y así Valentina pueda ordenar el envío de los productos y facilitar la entrega de los productos al cliente.
- Además, también se pueden ver todos los productos que se han seleccionado para comprar, especificando la cantidad, el color, el nombre y el precio. En la parte final de este listado, se muestra el precio total a pagar.
5. En la sección de “Novedades”(Ver anexo A.1.4), se habilitó un espacio para que Valentina pueda publicar distintas noticias, ofertas y promociones que surjan posterior a la apertura de la página, con el objetivo de facilitar la elección de compra de los clientes, ya que mediante descuentos se generan una mayor cantidad de ventas. También se usará para informar a los clientes, como por ejemplo “Se acabó el stock de lana de color rojo”, “Me voy de viaje por una semana, así que no podré contestar mails”, etc.
6. La función “Nuevo Producto” (Ver anexo A.2.1) da la opción a Valentina de actualizar la página de inicio del sitio web con un formulario que presenta diferentes inputs descritos a continuación:
- Un input de tipo texto, donde se colocará el nombre del producto.
  - Un input de tipo número, para que se agregue el precio del artículo.
  - Un input de tipo texto, donde Valentina especificará de qué color de lana utilizó en su tejido.
  - Un input de tipo número, en el cual se detallará cuánto *stock* disponible hay.
7. En la parte de “Nueva Publicación” (Ver anexo A.2.2), Valentina podrá escribir las noticias que aparecerán en la sección de “Novedades”, rellenando un pequeño formulario descrito como sigue:
- Un input de tipo texto, donde Valentina colocará el título de la publicación como “Sólo por hoy” o “Septiembre” como se ve de ejemplo.

- Un input de tipo *text área*, para que Valentina pueda añadir una descripción de la novedad o noticia.
8. A continuación, se encuentra la sección de “Mis pedidos”(Ver anexo A.2.3), en la cual se muestra la información de los pedidos pendientes que tiene Valentina. En dicho apartado se pueden observar los siguientes datos: Código del pedido, una imagen de referencia, en nombre del producto, el color y por último el nombre del cliente junto con su correo electrónico.
  9. Por último, se encuentra la función de “Iniciar sesión” (Ver anexo A.2.4 )para que los clientes puedan acceder y así realizar compras o para que Valentina pueda operar su página web. Para iniciar sesión se debe contestar un formulario descrito de la siguiente manera:
    - Un input de tipo texto, para colocar el nombre de usuario.
    - Un input de tipo contraseña.
    - Adicionalmente, y si se desea, la persona puede colocar si gusta que la página recuerde sus datos para al volver a ingresar ya esté la sesión iniciada.

Cada vez que un formulario es enviado (a excepción del formulario para realizar una compra, el cuál lleva a una nueva pestaña) se mostrará una confirmación en un pop-up dinámico. Para dejar de ver este aviso es necesario presionar el botón X. La dificultad presentada en la implementación de cada formulario fue la misma en todos los casos y estuvo dada por la decisión de cual era la información que realmente era necesario almacenar, además de darle un sentido estético para que no se viera sobrecargado o poco atractivo para el usuario.

La mayor dificultad con respecto a elegir las interfaces a implementar estuvo dada por elegir qué vistas eran realmente necesarias buscando balancear satisfacer todas las necesidades de la página y evitar agregar interfaces inútiles al proyecto. En el aspecto técnico la mayor dificultad estuvo dada por la estética de la página más que su funcionamiento en back-end. En general, el problema estético fue la dificultad general a lo largo del desarrollo.



## 5. Discusión

A lo largo del proceso de creación y confección de la página web del proyecto, se presentaron algunas dificultades que es pertinente mencionar, pues ayudan a aprender y mejorar para el futuro:

La implementación del CSS para que haya una buena estética de la página, manteniendo un estilo de diseño consistente a lo largo de la misma.

Bajo el mismo concepto estético, se agregaron algunas funciones de JavaScript al proyecto (Por ejemplo, en la implementación de el filtro de productos o las confirmaciones de envío de formularios). Al no estar estos conocimientos dentro de los contenidos del curso actuales, se transformó en una dificultad.

Otra dificultad encontrada estuvo ligada al balance entre simplicidad y completitud. Pues siempre es preferible un diseño simple, pero no si este no cumple con las necesidades del usuario. Sumado a esto, se encuentra el desconocimiento del grupo en el area textil y por ende es más difícil establecer los límites entre los conceptos antes mencionados.

Si bien, todas estas dificultades fueron difíciles de abordar en un comienzo, manteniendo una buena comunicación de grupo y un feedback constante, fueron resueltas de buena manera.

## Anexo A. Interfaces

### A.1. Interfaces de usuario externo

#### A.1.1. Página de Inicio

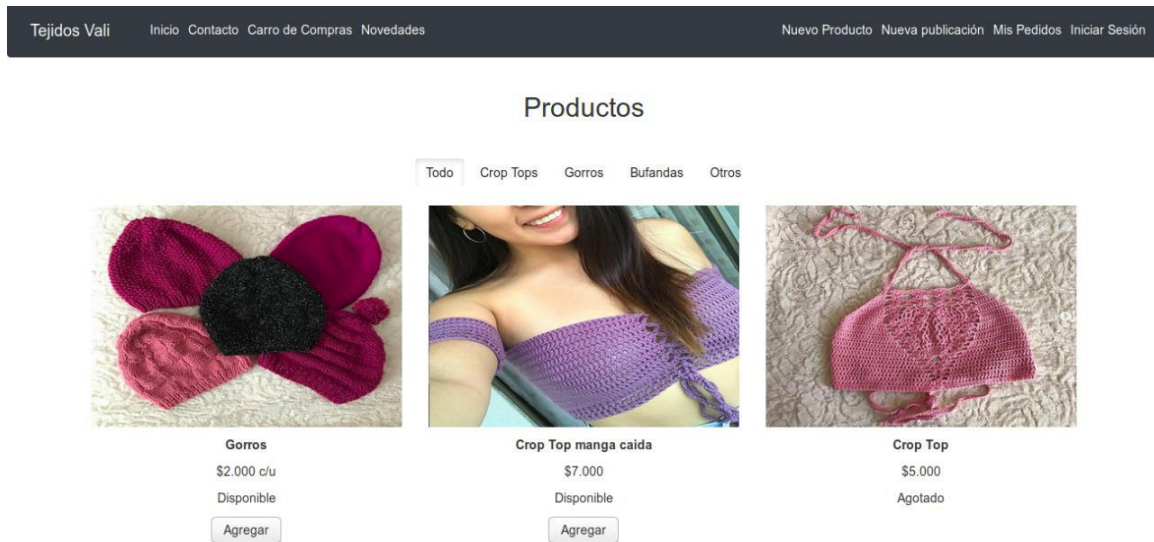


Figura A.1: Landing page de ingreso a la página

#### A.1.2. Contacto



Figura A.2: Contacto con la administradora

The screenshot shows the 'Contáctame' (Contact Me) page of the Tejidos Vali website. The header includes navigation links: 'Tejidos Vali', 'Inicio', 'Contacto', 'Carro de Compras', 'Novedades', 'Nuevo Producto', 'Nueva publicación', 'Mis Pedidos', and 'Iniciar Sesión'. The main content area features the name 'Valentina Garrido.' and contact details: 'Santiago, Chile', '+56981369778', 'tejidosvali@gmail.com', and '@tejidosvali'. A green success message states: 'Jane, tu envío fue exitoso Serás contactado/a a la brevedad.' Below this, a form asks '¿Quieres algo que no está en el catálogo? Te contactaré.' with input fields for 'Nombre' and 'Email', and a larger 'Descripción' field. A note suggests attaching a reference image if unsure how to describe the item, with an 'Examinar...' button and the text 'Ningún archivo seleccionado.' A blue 'Enviar' button is at the bottom.

Figura A.3: Contacto enviado a la administradora

### A.1.3. Carro de compras

The screenshot shows the shopping cart page of the Tejidos Vali website. The header is identical to the previous page. The page is divided into two main sections: 'Datos del comprador' (Buyer Data) and 'Productos' (Products). The 'Datos del comprador' section includes input fields for 'Nombre', 'Email', and 'Ciudad', along with a 'Finalizar' button. The 'Productos' section displays a table with columns: 'Imagen', 'Producto', 'Color', and 'Precio'. It shows one item: a 'Crop Top Manga caída' in 'Morado' (Purple) for '7.000'. Below the table, the 'Total' is listed as '7.000'. A note at the bottom states: 'Los envíos a regiones se realizarán con envío por pagar.'

Imagen	Producto	Color	Precio
	Crop Top Manga caída	Morado	7.000

Total: 7.000

Figura A.4: Carro de compra para productos

Tejidos Vali

Inicio Contacto Carro de Compras Novedades

Nuevo Producto Nueva publicación Mis Pedidos Iniciar Sesión

**Pedido realizado con éxito.**

**Código de pedido:** XADDSF

Se debe enviar tranferencia bancaria a:

**Cuenta Vista Banco estado**

**Nombre:** Valentina Garrido.

**rut:** 1.111.111-9

**Número de cuenta:** 1.111.111

**Correo:** tejidosvali@gmail.com

La transferencia debe ser realizada dentro de las primeras 24 horas y adjuntar el código identificador del pedido. Si luego de pasadas 24 horas de la recepción del pedido no se ha recibido la transferencia, el pedido será eliminado.

Imagen	Producto	Color	Precio
1 	Crop Top Manga caída	Morado	7.000
Total:			7.000

Figura A.5: Datos de la tienda para pagar la compra

#### A.1.4. Novedades

Tejidos Vali

Inicio Contacto Carro de Compras Novedades

Nuevo Producto Nueva publicación Mis Pedidos Iniciar Sesión

**Novedades**

**SOLO POR HOY**  
'Todos los crop-tops con 5% de descuento!

**SEPTIEMBRE**  
2x1 en todos los gorros

Figura A.6: Contacto con la administradora

## A.2. Interfaces de administración

### A.2.1. Nuevo Producto

Tejidos Vali Inicio Contacto Carro de Compras Novedades Nuevo Producto Nueva publicación Mis Pedidos Iniciar Sesión

### Nuevo producto

Agregar nuevo producto al catálogo

Nombre producto:

Valor:

Color:

Stock:

Enviar

Figura A.7: Agregar nuevo producto al catálogo

Tejidos Vali Inicio Contacto Carro de Compras Novedades Nuevo Producto Nueva publicación Mis Pedidos Iniciar Sesión

### Nuevo producto

Producto agregado con éxito ¡Revisalo en la pestaña de inicio!

Agregar nuevo producto al catálogo

Nombre producto:

Valor:

Color:

Stock:

Enviar

Figura A.8: Nuevo producto agregado

### A.2.2. Nueva Publicación

The screenshot shows the 'Nueva publicación' (New Publication) form. At the top is a dark navigation bar with 'Tejidos Vali' on the left and 'Nuevo Producto', 'Nueva publicación', 'Mis Pedidos', and 'Iniciar Sesión' on the right. Below the navigation bar, the title 'Nueva publicación' is displayed. Underneath, the text 'Agregar nueva publicación' is followed by the label 'Título:'. A text input field with the placeholder 'Título' is provided. Below this is the label 'Cuerpo:'. A larger text area with the placeholder 'Cuerpo de la noticia' is provided. At the bottom left of the form is a blue button labeled 'Enviar'.

Figura A.9: Agregar nueva publicación

This screenshot shows the same 'Nueva publicación' form as Figure A.9, but with a success message. A green banner at the top of the form area contains the text 'Publicación agregada con éxito ¡Revisalo en la pestaña de novedades!' and a close button (X). The form fields and the 'Enviar' button remain visible below the message.

Figura A.10: Nueva publicación agregado

### A.2.3. Pedidos pendientes


Tejidos Vali Inicio Contacto Carro de Compras Novedades Nuevo Producto Nueva publicación Mis Pedidos Iniciar Sesión				
Pedidos Pendientes				
Código de Pedido	Imagen	Producto	Color	Cliente
XADDSF		Crop Top Manga caída	Morado	Jane Doe jane@doe.com

Figura A.11: Lista de pedidos pendientes

### A.2.4. Iniciar sesión

Tejidos Vali Inicio Contacto Carro de Compras Novedades Nuevo Producto Nueva publicación Mis Pedidos Iniciar Sesión	
Usuario:	<input type="text" value="JuanaDeArco"/>
Password:	<input type="password" value="*****"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Recordarme	
	<input type="button" value="Iniciar sesión"/>

Figura A.12: Administrador inicia sesión

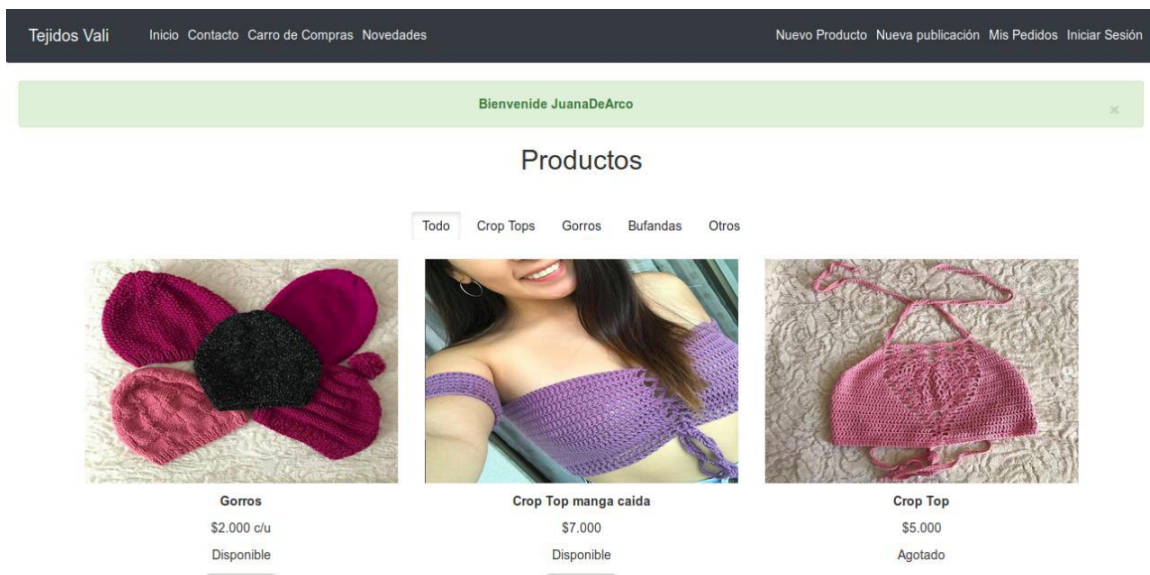


Figura A.13: Cuando la administradora inicia sesión es redireccionada a la página de inicio