

TALLER DE PROGRAMACION WEB

**Avance 1 del proyecto final**

**PROFESOR:**

**David Cornelio Huanasca Rivas**

**Integrantes:**

* **Jeanpiere Anthony Condori Pari - U23265526**
* **Francis Alejandro Inche Nuñez - U23240673**
* **Carrion Meza Brayan Alejandro – U23241472**
* **Mathias Fabrizio Ruiz More - U23242907**

**Sección:**

**30557**

**2025**

**Tiendas de Ahorro 3A**

1. Introducción

1.1 Descripción de la empresa o institución

Tiendas de Ahorro 3A es una cadena de supermercados de formato hard discount, creada por el Grupo AJE, reconocido mundialmente por marcas de bebidas como Big Cola. Esta propuesta nació en el Perú como un modelo de negocio enfocado en ofrecer productos de primera necesidad a precios bajos, priorizando marcas propias y buscando democratizar el acceso a la canasta básica.

En menos de un año desde su lanzamiento, 3A logró abrir más de 100 locales en diversas regiones del país, convirtiéndose en un competidor directo en el sector minorista frente a supermercados tradicionales y tiendas de conveniencia.

Su lema “Ven, compara y ahorra en Tiendas 3A” refleja la misión de brindar precios accesibles sin sacrificar la calidad, con el objetivo de beneficiar a las familias peruanas que buscan maximizar su poder adquisitivo.

1.2 Justificación

A pesar de su rápido crecimiento y buena aceptación en el mercado, Tiendas 3A carece de una página web corporativa oficial, lo cual limita su alcance digital y reduce las oportunidades de comunicación directa con clientes, proveedores y potenciales socios.

El desarrollo de un portal web permitirá:

* Mejorar su imagen institucional y posicionamiento de marca frente a la competencia.
* Brindar un canal informativo oficial sobre locales, promociones, productos y novedades.
* Establecer un espacio de contacto directo con proveedores, distribuidores y consumidores.

* Crear un entorno confiable y moderno que respalde el crecimiento de la cadena en el sector retail.

**Misión**

Brindar a las familias peruanas acceso a productos de calidad a precios bajos, a través de un modelo de ahorro sostenible, innovador y cercano, que contribuya a mejorar su calidad de vida y optimizar su economía diaria.

**Visión**

Consolidarnos como la cadena minorista líder en el Perú en el formato hard discount, reconocida por democratizar el consumo responsable, expandir nuestro alcance a nivel nacional y ser un referente de eficiencia y accesibilidad en toda Latinoamérica.

1.3 Objetivos (General y Específicos)

Objetivo General

Diseñar y desarrollar una página web corporativa para Tiendas de Ahorro 3A, que refuerce su presencia digital, muestre sus valores de ahorro y accesibilidad, y permita una comunicación eficaz con sus diferentes públicos.

Objetivos Específicos

* Presentar de manera clara e informativa la historia, misión, visión y filosofía de la empresa.
* Incorporar un directorio interactivo de tiendas con ubicación georreferenciada.
* Destacar promociones, campañas de ahorro y productos de marca propia en un formato atractivo.
* Integrar un módulo de contacto institucional para proveedores, clientes y socios estratégicos.
* Facilitar la conexión con redes sociales y ofrecer boletines informativos digitales.

1. **Planteamiento del Problema**

2.1 Situación actual

Actualmente, Tiendas 3A no cuenta con una página web oficial, lo que genera una brecha en su estrategia digital. Su comunicación depende principalmente de medios físicos (tiendas) y redes sociales, lo que dificulta consolidar un canal formal, confiable y accesible para todo tipo de usuarios.

2.2 Problemática detectada

* Ausencia de presencia digital estructurada: No existe un portal oficial que respalde y difunda la identidad corporativa.
* Dificultad de acceso a información confiable: Los clientes no cuentan con un canal oficial donde consultar promociones, direcciones de tiendas o datos de contacto.
* Comunicación limitada con proveedores: La falta de un sitio institucional impide establecer vínculos más directos y profesionales con distribuidores y aliados comerciales.
* Oportunidades perdidas de posicionamiento: Competidores directos ya cuentan con páginas web sólidas, lo que deja a 3A en desventaja digital.

2.3 Solución propuesta

La solución consiste en implementar una página web moderna, funcional y de fácil acceso que permita:

* Mostrar la propuesta de valor de Tiendas 3A como referente en ahorro y accesibilidad.
* Ofrecer un mapa interactivo con la ubicación de cada tienda en el país.
* Publicar promociones y catálogos digitales actualizables.
* Integrar formularios de contacto para proveedores, postulaciones laborales y consultas de clientes.
* Incorporar elementos dinámicos como blog de ahorro, integración con redes sociales y registro a newsletters.

Link: <https://www.instagram.com/tiendasdeahorro3a/?hl=es>