|  |
| --- |
| 1. **INFORMACIÓN GENERAL** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Fecha**: | 27/08/2025 |
| **Programa de formación:** | Análisis y Desarrollo de Software |
| **No. De ficha:** | 2899747 |
| **Título de la propuesta**: | Zeyra |
| **INTEGRANTES DEL PROYECTO (MÁXIMO 4 APRENDICES)** | |
| |  |  | | --- | --- | | Nombre del Aprendiz | Juan Sebastián González Horta | | Identificación | 1077227978 | | Correo electrónico | jsgonzalez879@ soy.sena.edu.co | | |

|  |
| --- |
| 1. **DATOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO** |

|  |
| --- |
| 1. **RESUMEN** |
| **Zeyra es una plataforma eCommerce web diseñada para simplificar la venta online.** Permite a los administradores crear, gestionar y actualizar productos de forma ágil, y ofrece a los clientes una experiencia de compra optimizada mediante búsquedas rápidas, una navegación clara y una interfaz intuitiva en tiempo real. |
| 1. **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA** |
| **Alta tasa de abandono de carrito y baja conversión ocasionadas por mala descubribilidad de productos y fricción en la experiencia de compra.** Causas comunes: búsqueda ineficiente (resultados irrelevantes), filtros pobres, descripciones/imágenes insuficientes, proceso de checkout largo o confuso, tiempos de carga lentos y falta de señales de confianza. |
| 1. **JUSTIFICACIÓN** |
| Zeyra ofrecerá una experiencia de compra optimizada y fluida que reduce la fricción en cada etapa del funnel. Mediante búsqueda y filtrado inteligentes, recomendaciones personalizadas, un checkout simplificado, rendimiento web mejorado y señales de confianza (reseñas, políticas claras, pagos seguros), Zeyra facilitará que los usuarios encuentren productos relevantes y completen sus compras, incrementando la conversión y fidelidad. Además, las operaciones en tiempo real garantizan inventarios precisos y menor frustración por productos agotados. |
| 1. **OBJETIVO GENERAL** |
| Mejorar la tasa de conversión y la experiencia de compra del eCommerce Zeyra reduciendo las fricciones de búsqueda y compra, y aumentando la confianza y retención de clientes. |
| 1. **OBJETIVOS ESPECÍFICOS** |
|  Facilitar **la búsqueda de productos**   * Implementar un buscador visible y filtros básicos (categoría, precio). * Indicador simple: aumentar el número de búsquedas que terminan en visita a ficha de producto.    Hacer **el proceso de compra más corto**   * Reducir pasos del checkout (permitir compra como invitado y guardar menos campos obligatorios). * Indicador simple: disminuir el número de pasos hasta el pago.    Aumentar **la confianza del usuario**   * Mostrar información clara (precio, envío, política de devolución) y un sello de pago seguro en la ficha de producto y checkout. * Indicador simple: más ventas completadas tras ver la ficha (proporción visitas→compras). |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES** | | | | | | | | | | | |
| **ACTIVIDAD** | **Detalles** | **MES 1** | **MES 2** | **MES 3** | **MES 4** | **MES 5** | **MES 6** | **MES 7** | **MES 8** | **MES 9** | **MES 10** |
| Documentación completa |  | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Diseño de la web y app |  |  |  | X | X |  |  |  |  |  |  |
| Desarrollo de la web y app |  |  |  |  |  | X | X |  |  |  |  |
| Revisiones y correcciones |  |  |  |  |  |  |  | X | X |  |  |
| Entregas finales |  |  |  |  |  |  |  |  |  | X | X |