



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

ESTUDIO Y CREACIÓN DE UN SITIO WEB PARA UNA TIENDA DE ZAPATOS

Alumna: Raquel Romera Castro

Julio, 2017

Resumen

El Trabajo Fin de Grado trata sobre el estudio y creación de un sitio web para una tienda de zapatos. Este proyecto se desarrolla, desde el inicio hasta el final, la creación de una tienda online para una tienda real de zapatos y bolsos especializada en fiesta. En él vamos a ver la evolución que he ido llevando para la puesta en marcha de la tienda online.

El objetivo principal es que la tienda online este operativa en todas las funciones, desde el proceso de selección del producto, pasando por el proceso de compra, hasta llegar al paso final, el pago. Otro de los objetivos es intentar conseguir a lo largo del proyecto que la tienda online vaya evolucionando y sobretodo incrementando las ventas. La tienda online nos ofrece la posibilidad de acercarnos a otro tipo de público y contamos con otra forma de mostrar nuestros productos.

Abstract

The End of Grade Work is about the study and creation of a website for a shoe store. This project develops, from start to finish, the creation of an online store for a real shoe and bag store specializing in partying. In it we are going to see the evolution that I have been taking for the launch of the online store.

The main objective is for the online store to operate in all functions, from the product selection process, through the purchase process, to the final step, payment. Another objective is to try to get throughout the project that the online store is evolving and above all increasing sales. The online store offers us the possibility of getting closer to another type of public and we have another way to show our products.

INDICE

1. Introducción	8
2. Idea de negocio	10
a. Estudio de Mercado.....	10
b. Planificación	14
- Tareas a realizar para la tienda online	15
c. Presupuesto	16
d. Estudio tecnológico	16
1. Página web convencional	17
2. Centros comerciales online	17
3. CMS (Content Management System).....	18
3. Análisis del sistema	21
a. Requisitos del sistema	21
1. Administración de catálogo	21
2. Visualización del producto	21
3. Administración del sitio.....	22
4. Optimización para motores de búsqueda.....	22
5. Finalización de compra.....	22
6. Envío.....	22
7. Pagos.....	23
8. Marketing.....	23
9. Inicio de sesión al cliente.....	23
10. Traducciones	23
11. Seguridad	23
12. Análisis e informes.....	24
13. Administración Multi-tienda.....	24
b. Diseño del sistema.....	24
1. Diseño de datos	24
2. Diseño de funcionalidades	25
3. Diseño de la estructura	25

4. Implementación y resultados	27
a. Implementación de la empresa	27
I. Proceso de planificación	27
1. Elegir un método de gestión de tienda online	27
2. Elegir la plantilla y los módulos que vaya a necesitar	27
3. Escoger el Hosting que más se ajuste a lo que queremos	29
4. Elegir y reservar el dominio	29
5. Buscar los mejores proveedores	30
6. Publico objetivo y política comercial	30
II. Desarrollo de la tienda	30
1. Administración del sistema	31
2. Añadir módulos	32
3. Añadir menús	33
4. Métodos de pago	36
5. Redes Sociales	37
b. Resultados	38
I. Descripción de resultados	38
1. Añadir productos	38
II. Pruebas de funcionamiento	44
5. Conclusiones y trabajo futuro	47
6. Bibliografía	50

INDICE DE FIGURAS

1. Figura 1. Sección mujer Martinelli. Fuente: https://www.martinelli.es/es-es/mujer.html	11
2. Figura 2. Sección señora fiesta Pedro Miralles. Fuente: https://www.pedromiralles.com/online/articulos_busqueda.php?todo=1	12
3. Figura 3. Sección zapatos Menbur. Fuente: https://www.menbur.com/es/es/zapatos-h	13
4. Figura 4. Tienda online MariPaz. Fuente: http://www.marypaz.com/	14
5. Figura 5. Diseño de estructura para nuestra tienda online	26
6. Figura 6. Pagina inicio Raquel Zapatos. Fuente: http://www.raquelzapatos.com/es/	28
7. Figura 7. PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente: http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminDashboard&token=2a38765cb461fbaca431084d61a161c6	29
8. Figura 8. Pagina inicio Raquel Zapatos. Fuente: http://www.raquelzapatos.com/es/	31
9. Figura 9. Lista de módulos PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente: http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminModules&token=da455d8130c01025a8d7aed2175667e1	32
10. Figura 10. Inicio Raquel Zapatos. Fuente: http://www.raquelzapatos.com/es/	34
11. Figura 11. Inicio Raquel Zapatos. Fuente: http://www.raquelzapatos.com/es/	35
12. Figura 12. Inicio Raquel Zapatos. Fuente: http://www.raquelzapatos.com/es/	35
13. Figura 13. Inicio Raquel Zapatos. Fuente: http://www.raquelzapatos.com/es/	36
14. Figura 14. Configuración Redsys. PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente: http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminModules&token=da455d8130c01025a8d7aed2175667e1&configure=redsys&tab_module=payments_gateways&module_name=redsys	36
15. Figura 15. Configuración redes sociales PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente: http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminModules&token=da455d8130c01025a8d7aed2175667e1&configure=blocksocial&tab_module=front_office_features&module_name=blocksocial	38
16. Figura 16. Sección Fiesta Raquel Zapatos. Fuente: http://www.raquelzapatos.com/es/133-FIESTA	40

17. Figura 17. Producto Pedro Miralles Referencia 20138 Raquel Zapatos. Fuente:
<http://www.raquelzapatos.com/es/salones/979-pedro-miralles.html>41
18. Figura 18. Sección productos PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente:
<http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminProducts&token=1fde3112ed0a9dd1d60f591d70d77823>43
19. Figura 19. Producto Karmin Referencia 13041 PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente:
http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminProducts&id_product=763&updateproduct&token=1fde3112ed0a9dd1d60f591d70d7782344
20. Figura 20. Pedido de prueba Raquel Romera PrestaShop Raquel Zapatos.
http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminOrders&id_order=5&vieworder&token=77df4b844f2681bf742c3b9d7892e94244
21. Figura 21. Primera compra de un producto PrestaShop Raquel Zapatos.
http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminOrders&id_order=6&vieworder&token=77df4b844f2681bf742c3b9d7892e94245
22. Figura 22. Listado de pedidos de la tienda online Raquel Zapatos PrestaShop Raquel Zapatos.
<http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminOrders&token=77df4b844f2681bf742c3b9d7892e942>45

1. INTRODUCCION

El estudio y creación de un sitio web para una tienda de zapatos es un proyecto en el que he ido desarrollando desde el inicio hasta el final de la creación de una tienda online para una tienda real de zapatos y bolsos especializada en fiesta. En el proyecto vamos a ver la evolución que he ido llevando para la puesta en marcha de la tienda online.

El objetivo principal es que la tienda online este operativa en todas las funciones, desde el proceso de selección del producto, pasando por el proceso de compra, hasta llegar al paso final, el pago. Otro de los objetivos es intentar conseguir a lo largo del proyecto que la tienda online vaya evolucionando y sobretodo incrementando las ventas.

Para realizar cualquier proyecto lo ideal es que este escogido y movido por la motivación. Dos son los principales motivos por los que he decidido emprender este proyecto:

- Gran conocimiento adquirido del que dispongo en este tema que traspasa incluso el interés educativo sino también el personal.
- Se trata de la empresa familiar que actualmente dispone de dos tiendas físicas con vistas a abrir dos más.

La tienda online nos ofrece la posibilidad de acercarnos a otro tipo de público y contamos con otra forma de mostrar nuestros productos. Actualmente la tienda esta en activo y semanalmente contamos con beneficios gracias a la gente que confía y compra a través de ella.

La idea principal es llegar a millones de personas y que compren nuestros productos. He realizado estudios de mercado de las competencias, estudiándolos a fondo como también estudios de las plataformas más adecuadas para utilizar en nuestra tienda online. He estado estudiando y probando dos plataformas para crear la tienda online, en primer lugar probé con SiWeb, pero al no estar completa me decidí por PrestaShop ya que es la que mejor se adapta a mi proyecto. He hecho una planificación de todo lo necesario para la creación de la tienda online con una estimación de presupuesto.

Tras este estudio he hecho un análisis de los requisitos de la tienda online junto con el diseño, este último es muy importante ya que es lo que más va a influir a la hora de que el cliente decida comprar el producto. Por último he realizado la creación de la tienda online y concluido con unos resultados productivos.

2. IDEA DE NEGOCIO

La venta de calzado en Internet es una de las ideas de negocio más rentables, supone mucha menos inversión que una tienda física y es capaz de llegar a miles de personas, muchas más que las que pueda visitar una tienda física.

a. Estudio de mercado

Para comentar he realizado un estudio de mercado sobre las diferentes tiendas online de zapatos. En primer lugar estuve estudiando las que venden productos similares a los que nosotros ofrecemos, de ellas he cogido muchas ideas ya que sin saber mucho sobre tiendas online me ayudaron bastante a darle un poco de forma a la plantilla que escogí. Entre todas ellas he seleccionado algunas más relevantes que explico a continuación sus ventajas e inconvenientes y las razones por las que me gustan más o menos.

- Martinelli

Sin lugar a dudas es la página web de zapatos y bolsos más completa. Nosotros vendemos esta marca en nuestras tiendas físicas y en la tienda online.

Ventajas:

- Es una página que ofrece mucha facilidad a la hora de la búsqueda.
- Claridad, ligereza y sencillez a la hora de buscar talla y color, al fin y al cabo es lo más relevante e importante a la hora de tener nuestra tienda online.
- Dispone de mucha variedad y de una amplia gama de colores.

No he encontrado ningún inconveniente.

Aquí podemos comprobar, en la siguiente imagen, la pagina oficial de Martinelli, la sección de zapatos de señora. Una página sencilla, clara y fácil de utilizar.

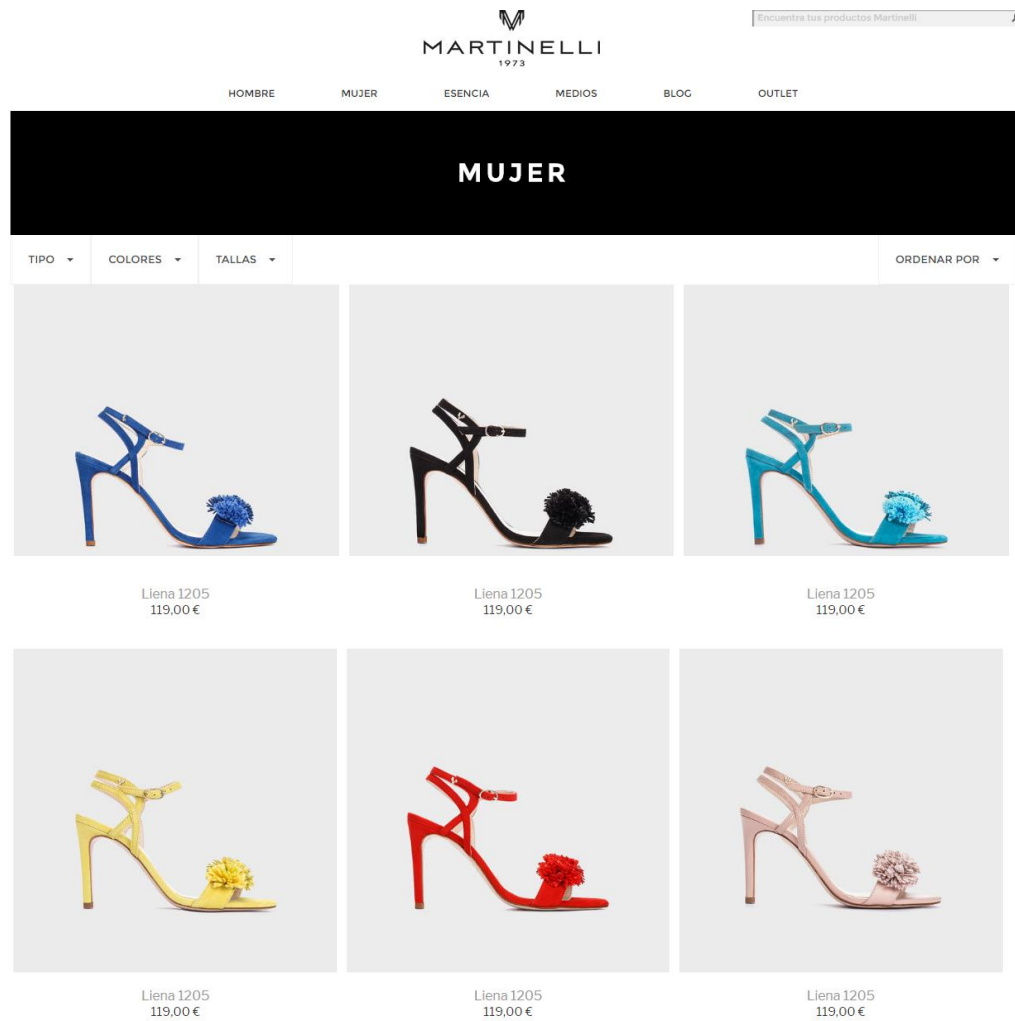


Figura 1. Sección mujer Martinelli. Fuente: <https://www.martinelli.es/es-es/mujer.html>

- Pedro Miralles

Una tienda online también muy completa y muy similar a Martinelli.

Ventajas:

- Claridad y estilo.
- Es una página rápida y con accesos directos muy cómodos.
- Dispone de mucha variedad y de una amplia gama de colores.

Inconvenientes:

- Al entrar en tienda online, lo primero que aparece es la selección del idioma, y a mi parecer está un poco lioso y ocasiona un poco de pérdida de tiempo.

En la siguiente imagen podemos apreciar el gran parecido con la página de Martinelli, un poco más liosa a la hora de elegir talla y color, pero muy completa y bonita.



Figura 2. Sección señora fiesta Pedro Miralles. Fuente: https://www.pedromiralles.com/online/articulos_busqueda.php?todo=1

- Menbur

Menbur es una tienda online de zapatos de más baja calidad, la he estado estudiando y hay muchas mejoras que debería realizar.

Ventajas:

- Es una página ligera, clara y rápida.
- Dispone de mucha variedad.

Inconvenientes:

- Falta de estilo.
- Mejora en las fotografías.
- Productos de media-baja calidad a altos precios.

Esta tienda online, nos ofrece visualmente los productos muy parecidos a las anteriores, pero indagando hay muchas mejoras que realizar.

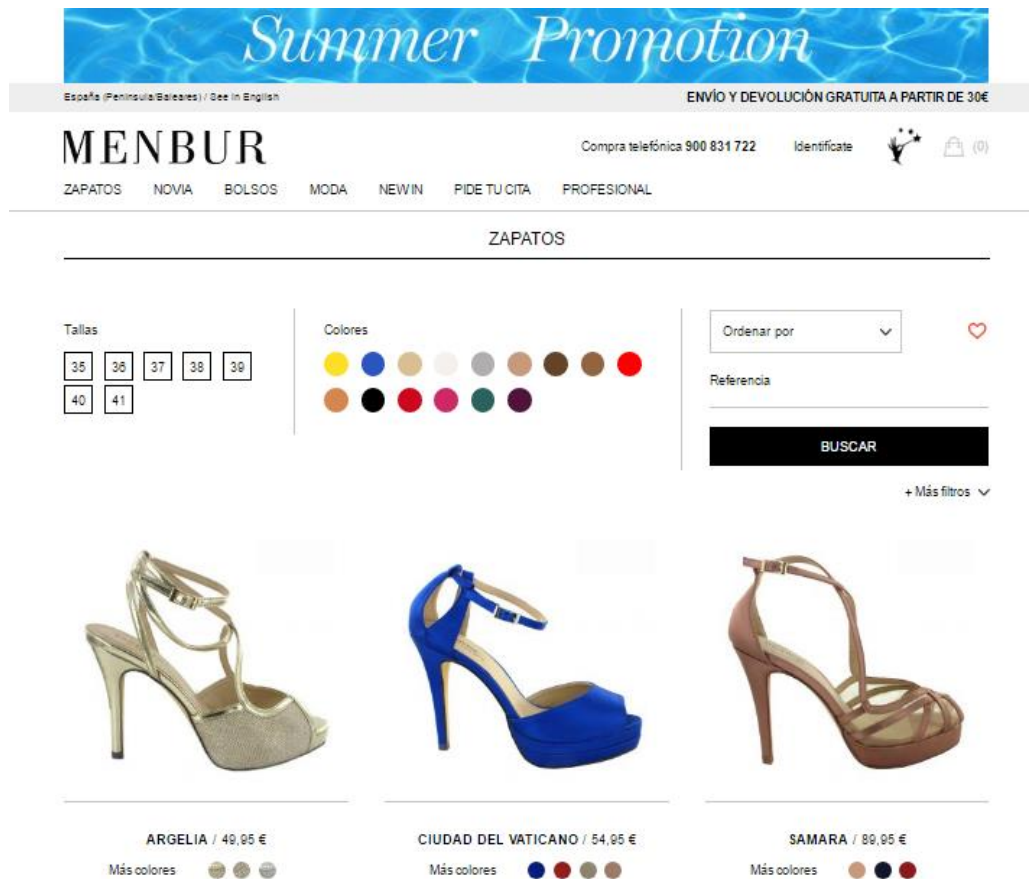


Figura 3. Sección zapatos Menbur. Fuente: <https://www.menbur.com/es/es/zapatos-h>

- MariPaz

MariPaz ofrece zapatos de mala calidad fabricados en el extranjero a un precio bastante alto. Este tipo de productos son totalmente opuestos a lo que nosotros vendemos.

Ventajas:

- Tiene mucha variedad.

Inconvenientes:

- Una página cargada de zapatos.
- Imágenes de baja calidad y esto genera desconfianza a la hora de comprar.
- Tiene demasiadas pestañas que pueden generar errores al hacer “click” y redirigir a otro lugar diferente.

Como podemos observar, es una tienda online que requiere bastantes mejoras. No nos supone competencia alguna ya que vende productos de baja calidad a un alto precio. En la siguiente imagen podemos comprobar todo lo mencionado anteriormente.

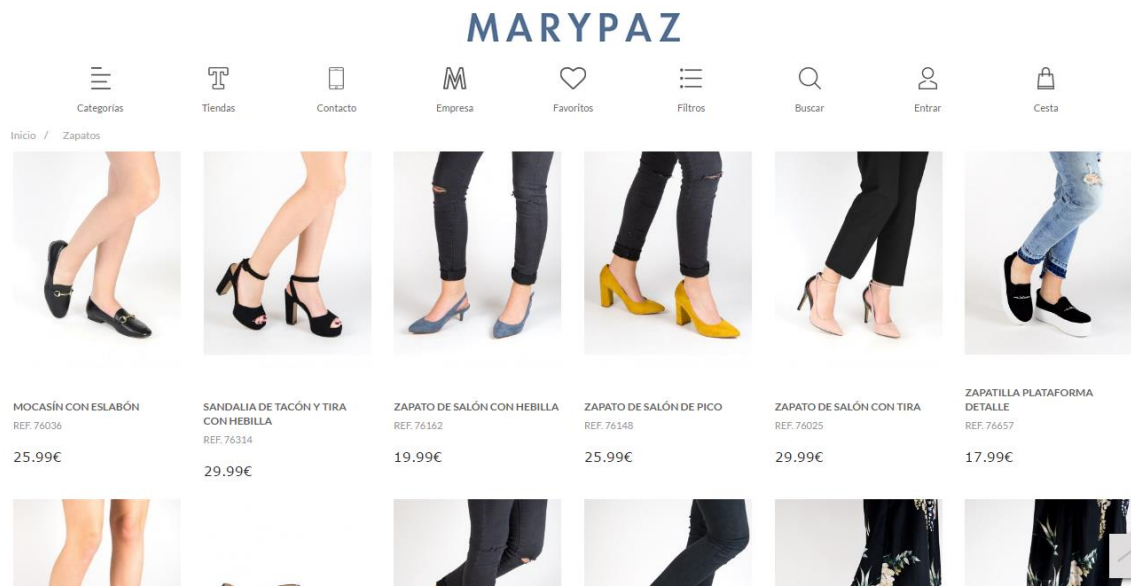


Figura 4. Tienda online MariPaz. Fuente: <http://www.marypaz.com/>

Una vez realizado este estudio de tiendas online de zapatos, me decido claramente por hacer una tienda online de un estilo clásico, claro y sencillo destinado a un tipo de público que le sea más fácil manejarse por Internet. Una vez ya, teniendo claro como quiero mi tienda online, voy a proceder a explicar paso a paso como voy a ir trabajando para la creación de esta. Partiendo desde el estudio de la planificación, pasando por el estudio tecnológico y terminado con la implementación y los resultados de la tienda online.

b. Planificación

Debe de haber un plan de negocio tras una tienda online, ya sea más o menos elaborado, más grande o más pequeño, no podemos empezar desde la nada sin tener una planificación del proyecto. De acuerdo a toda la información adquirida pienso que podría haber problemas en el mercado o poco a poco irían saliendo si no se planifica bien con la desventaja de poner en peligro nuestro pequeño negocio, como puede ser una elevada competencia, beneficios escasos, etcétera, por eso siempre que comencemos algo debemos intentar destacar en algo para ser los mejores.

- Tareas a realizar para la tienda online[1]

Aquí os muestro las tareas más relevantes que debemos tener en cuenta a la hora de abrir una tienda online.

- Elegir un método de gestión de tienda online

El método de gestión de nuestra tienda online es algo que tenemos que elegirlo con cuidado y rigurosamente. Los más populares y conocidos son PrestaShop y WordPress. Son software libre y nos permiten una gestión muy elaborada a través de un panel donde podemos controlar cualquier aspecto de nuestra tienda online.

- Elegir la plantilla y los módulos que vaya a necesitar

La plantilla es la base de la tienda online, en mi caso, la plantilla que deba escoger será la que mas vaya a utilizar e ir modificando con el paso del tiempo. Lo ideal sería una de pago que vienen más completas y preparadas para crear nuestra tienda online.

- Escoger el Hosting que más se ajuste a lo que queremos

Para empezar una página web o tienda online, lo más recomendable es un Hosting compartido ya que es más asequible y va bien, cuando ya empiezan a tener un volumen alto de tráfico diario es cuando empiezan a tener problemas y lo mejor es un Hosting único.

- Elegir y reservar el dominio

Lo más importante de un dominio es tener un nombre con gancho, lo más conveniente sería un nombre original y que llame la atención. Es muy importante tener claro el nombre que le vas a dar a tu marca en Internet y conseguir el dominio antes de que te quedes sin él. Otra cosa a tener en cuenta es el dominio .com, .es o .org; el primero hace referencia de manera internacional, el segundo te sirve especialmente para un mercado dentro de España y el último está orientado a las actividades sin ánimo de lucro así que no lo recomiendo para una tienda online.

- Buscar los mejores proveedores

Este punto, para mí personalmente, es el más importante ya que sin buenos proveedores y sin buenos productos que ofrecer costaría mucho más esfuerzo que siga adelante y de sus frutos. Los proveedores básicos serían el proveedor logístico; que de un buen servicio con un precio asequible y que repartan los pedidos lo más rápido posible, son los esenciales para que la tienda online funcione bien, los proveedores de los productos; estos deben ser de confianza, los proveedores del Hosting; es de vital el alojamiento en Internet para la creación de nuestra tienda online.

c. Presupuesto

El presupuesto de la tienda online.

El tiempo estimado será de 14 meses. Trabajare 20 días al mes. De esos 20 días le dedicare 4 horas al día.

Horas trabajadas	280 días* 4 horas= 1.120 horas
Precio horas trabajadas	1.120 horas* 10€= 11.200€
Precio Hosting	87€
Precio Plantilla PrestaShop	89.90€
Total Estimado Tienda Online	11.376.90€

Al tener tiendas físicas no hay que invertir en productos ya que cuando se vendiera en la tienda online lo suministraríamos directamente de la tienda principal, si en esta tienda está agotado, lo cogemos de la tienda secundaria.

d. Estudio tecnológico

Para la creación de una tienda online existen diferentes alternativas que las vamos a explicar a continuación con sus ventajas e inconvenientes.

1. Página web convencional[2]

La pagina web convencional esta creada con programación.

Sus principales ventajas:

- Es un diseño web a medida.
- Es más segura y evita ataques a la red.
- No necesita actualizaciones en el software.
- Dispone de una estructura en el diseño más flexible a la hora de crear la tienda online.

Sus principales inconvenientes:

- No dispone de soporte técnico a la hora de tener algún error o algún problema en la tienda online ya que es una plataforma personalizada.
- Supondría un coste adicional si después de que la tienda online esté terminada, necesitamos ayuda de un programador informático.

2. Centros comerciales online[2]

Los centros comerciales online son plataformas que tienen comercio electrónico y que les ofrece a otros vendedores un lugar para poner en marcha su actividad en Internet por un coste. En los centros comerciales hay muchas tiendas y todas las transacciones de cada producto se realizan en esta plataforma.

Sus principales ventajas:

- Tienes la posibilidad de vender y tener tus productos como tienda online sin la necesidad de tener una página web propia.
- La mayoría de estos centros comerciales online se ocupan de los pagos.
- Tiene un mayor ahorro en el coste logístico.
- Tiene mayor confianza y seguridad a la hora de hacer los pagos por los productos.

Su principal inconveniente:

- Tiene más competencia a la hora de elegir el producto ya que al tener múltiples empresas hay una mayor competencia y perjudica a la hora de que elegían nuestro producto.

3. CMS (Content Management System)[3]

Un sistema de gestión de contenidos es un software que

Un sistema de gestión de contenidos (CMS) es un software que permite crear una estructura de soporte para la creación y administración de contenidos. El CMS se utiliza principalmente en la gestión de webs en Internet o en una Intranet.

Algunos de los CMS más populares son:

- Joomla [4]/Virtuemart [5]: *“Joomla es la herramienta líder en la creación de webs, es el Gestor de Contenidos (CMS en inglés) más premiado a nivel mundial, existen más de 30 millones de páginas web creadas con Joomla y tienes a tu disposición más de 10.000 componentes que te permitirán ir ampliando las funcionalidades de tu web con nuevas opciones como pueden ser tienda virtual, envío de boletines, foros, galerías de imágenes y un sinfín de posibilidades que no paran de crecer. Virtuemart: VirtueMart es una aplicación de Cesta de Compra (o carrito de compra) para la venta de productos en Internet. Es un Componente (o programa) para Joomla! y no puede ser utilizado sin Joomla! Quien quiera construir una Tienda en Internet, puede utilizar este componente para vender cualquier producto a sus clientes”*
- Drupal [6]/Ubercart [7]: *“es un CMS o sistema de gestión de contenidos que se utiliza para crear sitios web dinámicos y con gran variedad de funcionalidades. Drupal es un software libre, escrito en PHP, que cuenta con una amplia y activa comunidad de usuarios y desarrolladores que colaboran conjuntamente en su mejora y ampliación. Esta ampliación es posible gracias a que se trata de un sistema modular con una arquitectura muy consistente, que permite que los módulos creados por cualquier desarrollador puedan interactuar con el núcleo del sistema y con los módulos creados por otros miembros de la comunidad. Con Drupal es posible implementar una gran variedad de sitios web: un blog personal o profesional, un portal corporativo, una tienda virtual, una red social o comunidad virtual, et Ubercart es un “Contributed Module” mediante el que podremos implementar sitios de comercio electrónico de una forma fácil y rápida. Este no es el más flexible y potente de los módulos de comercio electrónico (mirar e-Commerce), pero sí el que con menos esfuerzo permite*

obtener los mejores resultados. Su secreto es la inteligencia con que integra los elementos propios del comercio electrónico con la arquitectura de Drupal.”

- WordPress [8]/Woocommerce [9]: *“WordPress es un sistema de gestión de contenidos (CMS) que permite crear y mantener un blog u otro tipo de web. Con casi 10 años de existencia y más de un millar de temas (plantillas) disponibles en su web oficial, no es solo un sistema sencillo e intuitivo para crear un blog personal, sino que permite realizar toda clase de web más complejas. Woocommerce es un plugin gratuito que se puede descargar desde el mismo WordPress. Es una herramienta muy sencilla e intuitiva que permite montar una tienda online pequeña (por ejemplo con unos 50 productos). Y está traducida al castellano.”*
- Magento Community [10]: *“Magento es una solución flexible y escalable con la que se pueden desarrollar prácticamente todo tipo de proyectos e-commerce. Magento es la plataforma más popular a nivel mundial, la usan cerca del 20% de las webs dedicadas a la venta por Internet. Ofrece muchas funcionalidades entre las que destacan especialmente la gran flexibilidad en el diseño y el potente panel de control. Otro punto fuerte que tiene la plataforma es que, al ser de código abierto (opensource), se pueden realizar las personalizaciones que el negocio online necesite.”* Magento también cuenta con la versión de pago Magento Enterprise. Es un potente software utilizado por grandes marcas como Ford o Samsung.
- Opencart [11]: *“OpenCart es un sistema de comercio electrónico de código abierto (open source) basado en PHP para tiendas de venta online. Una solución de comercio electrónico robusta para comerciantes de Internet con la capacidad de crear su propio negocio en línea y obtener un comercio electrónico con un coste mínimo.”*
- PrestaShop [12]: *“PrestaShop es una plataforma de carrito de compras gratuita que permite a pequeñas y grandes empresas crear y gestionar una tienda en línea. Se trata de un gestor de contenidos dinámico pensado para construir desde cero tiendas con software 100% gratuito, que además puede ser alimentado con temas y módulos gratuitos o desarrollados por profesionales bajo licencias comerciales. Desde 2007, fecha en la que PrestaShop vio la luz, cada vez más negocios online utilizan esta plataforma de e-commerce para gestionar la venta de productos físicos o digitales,*

existiendo en la actualidad más 250.000 tiendas funcionando con este CMS de origen francés. Trabaja con innumerables pasarelas de pago entre las que destacan PayPal, Authorize.net, Google Checkout, Skrill, Moneybookers, Klarna, Redys/Servired/Sermepa, etc. PrestaShop tiene una página de pago, ofrece a los compradores un gran número de opciones para ver los productos elegidos, opciones de envío confiables junto con logística de control de envíos (tarifas, restricciones de envío, peso y mucho más) y la capacidad de adjuntar mensajes personalizados.”

Los CMS tienen las siguientes ventajas: [3]

- La gran mayoría de los CMS son gratuitos aunque casi todos cuentan con herramientas de pago. Las herramientas y contenidos del modo gratuito nos son suficientes para crear una tienda online bastante buena.
- Es fácil de utilizar, como en mi caso, no me ha hecho falta conocimientos informáticos avanzados para llevarla a cabo.
- Conforme va evolucionando la página vamos aprendiendo nuevas funciones que iremos integrando y que no teníamos pensado que existían.
- Su flexibilidad para todas las aplicaciones es increíble, poco a poco te vas haciendo a ella y descubres muchas herramientas para mejorarla.
- También contamos con una comunidad de desarrolladores que van mejorando la plataforma periódicamente, corrige los errores, crea actualizaciones, integra plugins y añaden temas nuevos.
- Hay mucha información en Internet, foros y YouTube es por donde más me he movido a la hora de aprender cualquier herramienta o aplicación para saber el funcionamiento de esta. También varios problemas que me han ido saliendo en la creación de la tienda online, gracias a esto he logrado solucionarlo...

Y en el caso de las desventajas de los CMS: [3]

- Están expuestas a ataques informáticos por lo que requiere actualizaciones periódicas.
- Si utilizas la plantilla por defecto es menos exclusivo, por lo que recomiendo buscar una plantilla que aunque suponga un coste pero merece la pena.

3. ANALISIS Y DISEÑO DEL SISTEMA

En este capítulo voy a estudiar las funciones que son necesarias para la plataforma que utilizemos para nuestra tienda online y seguidamente el diseño de nuestra tienda online que es un bloque muy importante a la hora de tener la pagina creada y el cliente decida hacer su búsqueda y posteriormente la compra del producto.

a. Requisitos del sistema

Aquí vamos a explicar todo lo necesario para realizar la creación de nuestra tienda online [13].

1. Administración de catálogo

La administración de catálogo permite manejar la lista de productos, ya sea uno o cientos de productos. Esta interfaz te permite administrar el inventario y actualizarlo rápido y sencillo. Yo personalmente lo tengo sincronizado con el programa que tengo en las tiendas físicas, es mucho más cómodo y efectivo. Teníamos un programa en ambas tiendas y para crear la tienda online tuvimos que cambiar de programa, el que usamos ahora está en una nube y aunque el coste es un poco más alto que el anterior programa, este nos ofrece muchas más ventajas como el simple hecho de sincronizar con la plataforma que vayamos a utilizar.

2. Visualización del producto

Este requisito ofrece mostrar los productos de una forma fácil y cómoda, creo que es lo más importante a la hora de elegir un producto para el cliente.

Los productos que ofrecemos son escogidos y elegidos con la intención de proporcionarles a nuestros clientes el mejor diseño y la mejor calidad del mercado. [4]

3. Administración del sitio

Esta función es de las más útiles, mas adelante la explicare más a fondo. Se trata de la administración de la tienda online, desde aquí podemos hacer cualquier cambio, tanto para mejorarla como cambiar cualquier cosa. [4]

4. Optimización para motores de búsqueda

La optimización de la tienda online y los motores de búsqueda son cosas esenciales a la hora de buscar cualquier producto desde Google, poco a poco he ido rellenando con palabras claves para mejorar la búsqueda de productos de nuestra tienda online para que al cliente le sea más fácil de encontrar en Google. Poco a poco, gracias a estas etiquetas y palabras clave, obtendremos mejor posicionamiento en Google que es lo más importante tanto en una tienda online como en una página web. [4]

5. Finalización de compra

Otra función imprescindible es la finalización de compra la plataforma que utilicemos debe tener la ventaja de ofrecernos la finalización de compra en una página. Desde el diseño, pasando por el envío y terminando con el pago seguro hace que a nuestra tienda le dé un nivel de seguridad a la hora de la compra. Al registrarte tus datos ya quedan guardados automáticamente para compras futuras y ya tenemos varios clientes que han comprado varias veces en nuestra tienda online ya que es una experiencia fácil y sencilla para los clientes. [4]

6. Envío

La logística es también fundamental, debemos tener un transportista que no nos de ningún problema ya que para el cliente contar con un buen servicio es importantísimo, la mayoría no lo valoran pero si cometemos un fallo puede perder la confianza en nosotros el cliente y eso no nos interesa. Por eso es muy importante contar con un transportista confiable. [4]

7. Pagos

Para mí es muy importante que el cliente se sienta seguro y cómodo a la hora de proporcionar su información y su pago. Por eso de momento solo contamos con el método de pago de tarjeta bancaria ya que es el único que domino por el momento. [4]

8. Marketing

El Marketing es un requisito imprescindible y yo juego con la ventaja de tener más de 10.000 seguidores en Facebook, las redes sociales hoy en día es lo que más mueve las ventas, las chicas blogueras, influencers etc., son los principales iconos de moda. Cada vez que alguna lleva algún producto que vendemos lo muestro en las redes sociales de Raquel Zapatos y esto hace que vendamos más. [4]

9. Inicio de sesión del cliente

La satisfacción de los clientes es fundamental para que confíen en nosotros e incrementar tanto los clientes como las ventas. El inicio de sesión tiene que ser fácil y rápido. [4]

10. Traducciones

La traducción esta en español pero ofrece la posibilidad de disponer de todos los idiomas posibles ya que PrestaShop es una comunidad mundial y puede traducir con un click la tienda entera en 41 idiomas diferentes. Poco a poco quiero poder hacer envíos a toda Europa, de momento solo tengo la opción disponible para España peninsular. [4]

11. Seguridad

La seguridad para los clientes cuando están comprando en línea es otro gran punto a resaltar, una conexión a Internet segura y que la página no caiga es fundamental a la hora de comprar un producto. Tenemos que tener en cuenta que la plataforma que utilicemos cuente con todo lo necesario para que el cliente se sienta seguro en su compra. [4]

12. Análisis e Informes

Los análisis, informes y estadísticas son la clave para el seguimiento y la optimización del rendimiento. Gracias a Google Analytics nos da un resultado más exacto y preciso, esta herramienta me la recomendaron y es muy interesante y efectiva, ya que la mayor ventaja que tiene, en mi opinión, es que te dice exactamente desde que lugar entran a la tienda online, los sitios más frecuentes en mi caso son Madrid y Sevilla.

Esta herramienta también nos permite conocer si el funcionamiento es el correcto y si hay que mejorar en algún aspecto. [4]

13. Administración Multi-tienda

Para mí este requisito es fundamental, al tener dos tiendas tenemos dos almacenes debemos buscar una plataforma que tenga esta opción integrada. Esta administración permite administrar los productos de varias tiendas físicas, al hacer la compra se quita automáticamente el producto de la tienda principal y si en este se encuentra agotado, se eliminaría de la tienda secundaria. [4]

b. Diseño del sistema

En este apartado, veremos cómo organizar los datos y la funcionalidad del sistema. A su vez, mostraremos la estructura del sitio web.

1. Diseño de datos

A continuación se muestran los datos que el sistema maneja [14]:

- Clientes: hace referencia a los usuarios que se registrarían en nuestra tienda online.
- Proveedores: son los que nos subministran los productos para poder venderlos.
- Productos: sin este dato no podríamos crear la tienda online. El fin de esta es vender todos los productos posibles.

- Fabricantes: los que realizan los productos.
- Distribuidores: suelen ser agencias de transportes, estas contratan personal para que repartan los pedidos.
- Pedidos: es un tipo de documento que da la notificación sobre la compra del producto.
- Compras: es como los pedidos pero de una manera más formal.
- Facturas: el documento donde se refleja la compra realizada.
- Albaranes: es una nota de entrega que firma la persona que lo recibe.
- Bancos: son los encargados de recibir el dinero mediante una plataforma.

2. Diseño de funcionalidades

- La Ficha de Cliente debe recoger información sobre su facturación, vendedor por defecto, zona, forma de pago, descuentos, tarifa, fecha de última venta, cuenta bancaria, cuenta contable, e-mail, dirección de envío, precios especiales por producto, etc.
- Los Proveedores deberán almacenar información como la dirección, descuentos, fechas, formas de pago, web, e-mail, cuenta bancaria, cuenta contable, compras a proveedor, etc.
- Gestión de Albaranes de Compras a proveedor, con posibilidad de albaranar pedido y después facturar albarán.
- Control de Facturas de Compra: proveedor al que se realiza, número de albarán, ilimitados vencimientos, forma de envío, portes, observaciones. Control de relaciones con el pedido que la pudo generar.

3. Diseño de la estructura

La estructura que le quiero dar a la tienda online es muy similar a la del programa que usamos en las tiendas físicas.

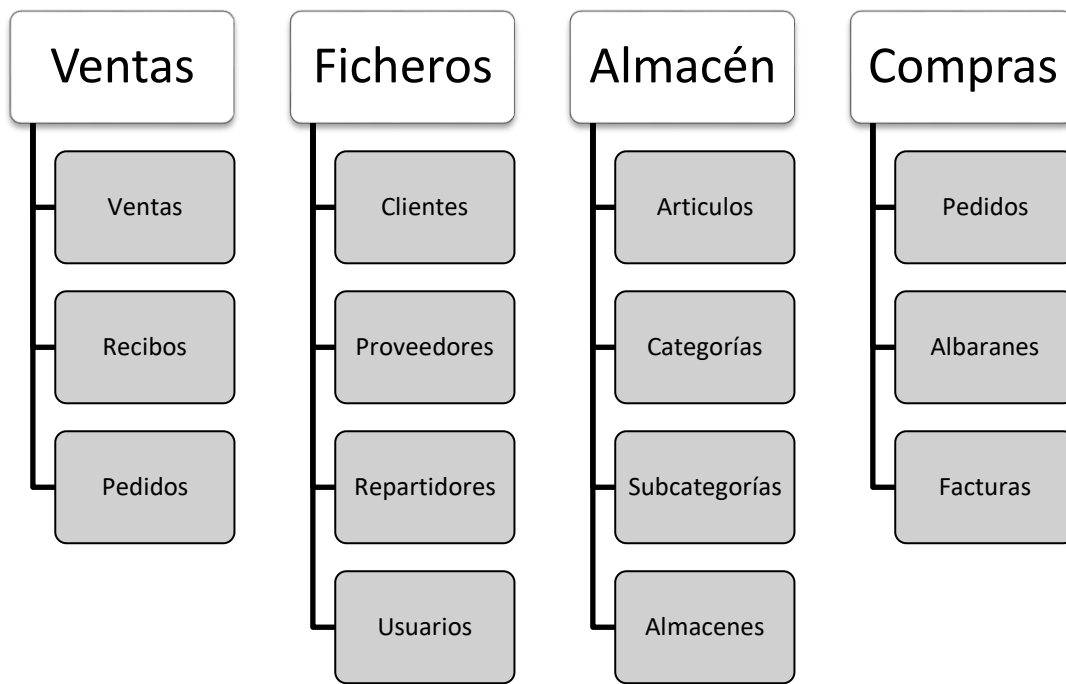


Figura 5. Diseño de estructura para nuestra tienda online.

4. IMPLEMENTACION Y RESULTADOS

Después de recopilar toda la información, empezamos con el proceso de creación de nuestra tienda online. Este capítulo vamos a relatar paso a paso la implementación en la tienda online y los resultados adquiridos.

a. Implementación de la empresa

La implementación es el proceso que vamos a recorrer para la puesta en marcha de nuestra tienda online.

I. Proceso de planificación

1. Elegir un método de gestión de tienda online

Al principio sugiero que debemos probar, yo elegí SiWeb para este proyecto, con el Hosting de www.raquelzapatos.es pero no me gusto y decidí cambiar a PrestaShop, que el Hosting tuve que cambiarlo por www.raquelzapatos.com, mucho más completo, más cómodo para gestionar la tienda online y ofrece muchas más prestaciones que SiWeb.

2. Elegir la plantilla y los módulos que vaya a necesitar

La elección de la plantilla es fundamental para la estética de la tienda online. Primero probé con la plantilla que viene por defecto, después de editarla y echarle mucho tiempo descubrí que es muy limitada y que merece la pena comprar una que se adapte a nuestras preferencias. Ahí fue cuando decidí que quería una tienda online clara, fácil de usar, sencilla y rápida. La elección de la plantilla me ocupo mucho tiempo ya que es difícil decidir, hay muchísimas y cada una tiene sus ventajas y sus inconvenientes, me decidí por una que fue la que vi más completa y la que más se ajustaba a lo que iba buscando. La plantilla elegida creo que es la

que más le puede gustar al cliente y también buscaba la finalidad de que el cliente este cómodo a la hora de buscar el producto.

La plantilla se descarga directamente al comprarla y debes introducir el dominio de la tienda online para que solo se use en ese dominio. Para instalarla tienes que utilizar un programa llamado FileZilla, este paso de instalación tuve que encontrar ayuda ya que no manejo el tema de la programación y esto requiere de ello. Mi plantilla me costó 89.99€.

Después de instalar la plantilla escogida, hay que tener en cuenta todos los módulos y plugins necesarios para nuestra tienda online ya que son de gran utilidad. Tras ver varios tutoriales en YouTube e investigar en varios hilos de foros de PrestaShop escogí los más adecuados, no me hizo falta pagar por ninguno de momento, con los que trae PrestaShop gratuitos me valen, solo he ido instalando los que me han ido haciendo falta para que la pagina funcione mejor y tenga las prestaciones suficientes.



Figura 6. Pagina inicio Raquel Zapatos. Fuente: <http://www.raquelzapatos.com/es/>

Como os muestro en la imagen anterior, es la portada inicial de nuestra página, las fotografías son realizadas por mí ya que por derechos de autor no puedo poner fotos bajadas de Internet. La barra de las redes sociales me gusta que este en un lugar fácil de acceder. Son muy importantes ya que la mayor parte de personas entran en esta página gracias a ellas.

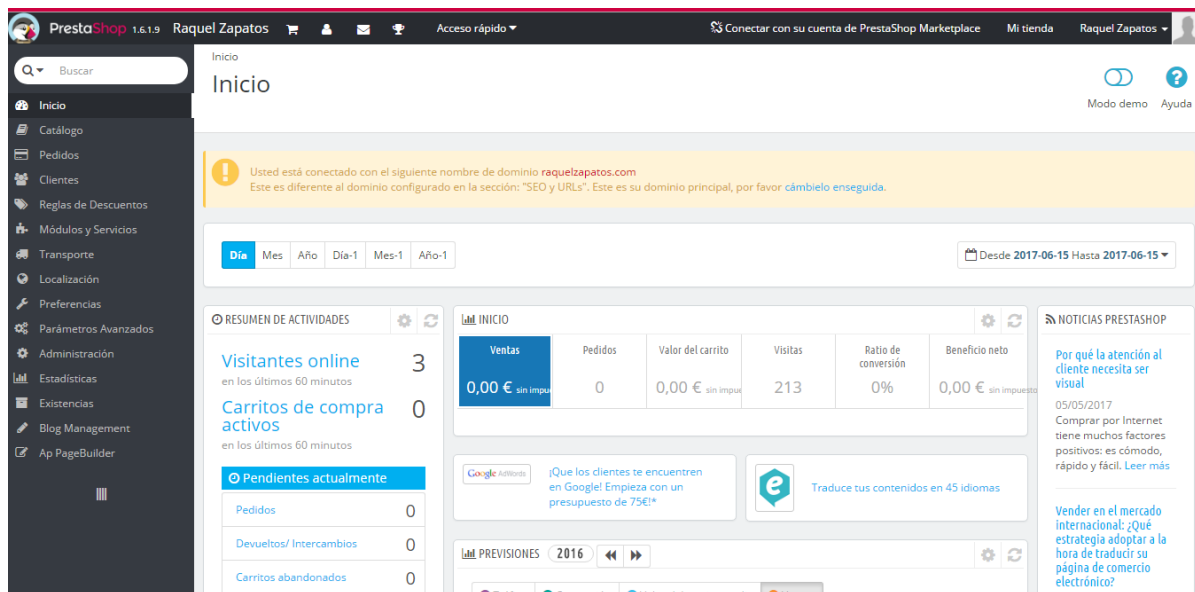


Figura 7. PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente: <http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminDashboard&token=2a38765cb461fbaca431084d61a161c6>

En la anterior imagen podemos ver el interior de la tienda online, ahí muestro la página de inicio, para mi es la más importante ya que nos muestra en resumen todo lo necesario para conocer como han sido los movimientos durante el día.

3. Escoger el Hosting que más se ajuste a lo que queremos

Escogí el Hosting compartido. Mi tienda online tiene alojamiento en Hispana Web, es donde más recomendaciones buenas me han dado y su precio es de unos 87€ anuales.

4. Elegir y reservar el dominio

Elegí www.raquelzapatos.com porque las tiendas que tenemos se llaman Raquel Zapatos, pero para cualquier otra tienda sugiero que es más conveniente poner un nombre más original y con más gancho.

5. Buscar los mejores proveedores

Llevamos más de 15 años en el negocio de los zapatos buenos y calidad al mejor precio y mucha experiencia con grandes marcas, nuestros proveedores de productos son de confianza y de los mejores.

6. Público objetivo y política comercial

El publico objetivo al que está destinada nuestra tienda online es para todo tiempo de gente, contamos con zapatos modernos para gente joven y atrevida y también zapatos especiales para pies delicados para gente más mayor. También ofrecemos zapatos cómodos para diario que de calidad precio es insuperable. La frecuencia con la que los clientes repiten es alta ya que para cada evento les gusta cambiar de modelo en el caso de las mujeres, los hombres compran un par de zapatos y les duran muchos años.

Nuestro público es exigente ya que pagan un precio caro por unos zapatos y nosotros le ofrecemos la garantía de que si el zapato se estropea, o lo mandamos a fabrica a que lo arreglen y si este no tiene solución le dan uno nuevo, en el caso de que no hubiera se le devolvería el dinero.

Siempre intentamos adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes ofreciéndole lo mejor, lo más actual y el mejor diseño del mercado, esto es posible ya que llevamos muchos años en este mundo y vamos a ferias de muestras del calzado donde la actualidad está presente.

La tienda online lleva a sus espaldas dos años en las redes sociales, para mi opinión esta herramienta es la más importante para la hora de que conozcan nuestros productos y entren en nuestra tienda online ya que ofrece la posibilidad de poner enlaces directos a nuestra tienda online.

II. Desarrollo de la tienda

La tienda online puede visitarse en el siguiente enlace:

www.raquelzapatos.com



Figura 8. Pagina inicio Raquel Zapatos. Fuente: <http://www.raquelzapatos.com/es/>

Raquel Zapatos es una tienda dedicada a zapatos y bolsos de todos los estilos pero más orientada a la fiesta. En ella puedes adquirir zapatos buenos y de calidad, creados en España con las mejores pieles y productos del mercado.

1. Administración del sistema

Para entrar en PrestaShop Raquel Zapatos es necesario disponer de tu propio usuario y contraseña. Por este motivo las opciones de administración, al necesitar usuario y contraseña no se pueden mostrar en el documento al tener información confidencial dado que el sistema está actualmente en funcionamiento.

Desde la administración se pueden crear y dar de baja productos, están almacenados todos los datos personales de cada cliente, etc.

2. Añadir módulos

En el menú de PrestaShop podemos ver módulos y servicios, al entrar en módulos podemos ver todos los que tenemos activos y desactivados, yo tengo 75 módulos activados entre los cuales los más importantes para mi tienda online son:

- Bloque CMS: es el bloque de la guía de compra.
- Bloque de blog: es el bloque para administrar el blog, en nuestro caso lo tenemos desactivado por el momento.
- Bloque de búsqueda rápida
- Bloque de carrito
- Bloque de información de contacto: nuestra información
- Bloque de información de usuario: información sobre los clientes
- Bloque newsletter: boletín de noticias y productos nuevos.
- Google Analytics: herramienta esencial para analizar nuestra tienda online.
- Leo Megamenu Bootstrap: configuración del menú inicio.
- Leo Presentación para su página de inicio: configuración de la presentación de las imágenes de inicio.
- Redsys: es la forma de pago por tarjeta bancaria, la única disponible.
- Redes sociales: para mí un bloque fundamental.

En la figura 9 podemos ver la lista de algunos módulos que hay instalados.

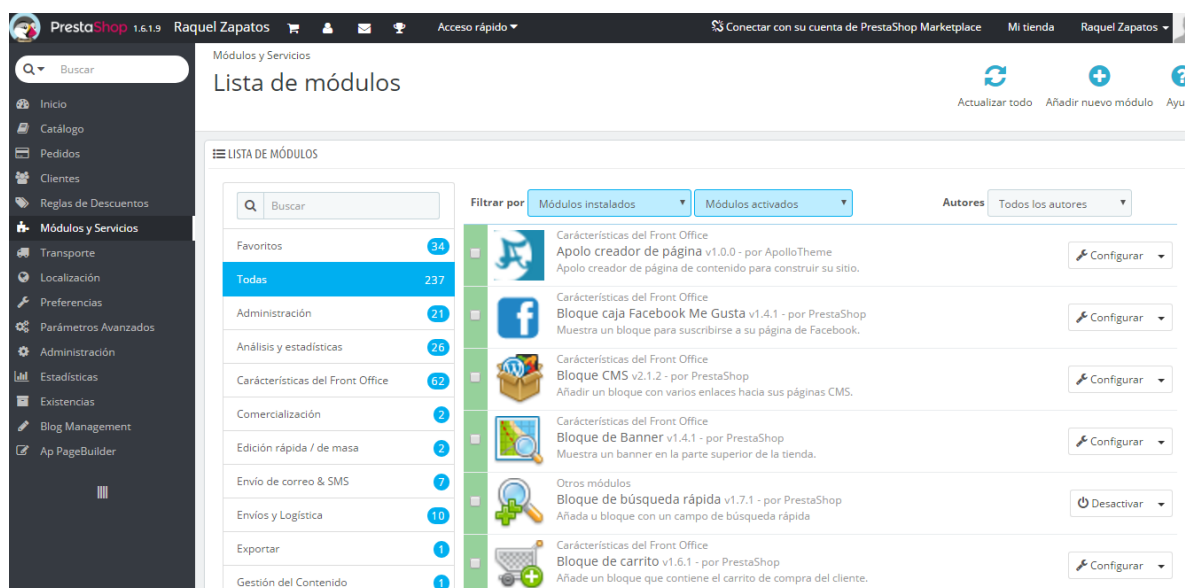


Figura 9. Lista de módulos PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente: <http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminModules&token=da455d8130c01025a8d7aed2175667e1>

3. Añadir menús

Los menús son un factor clave en el diseño de cualquier tienda online. Estos están creados con el fin de navegar por la tienda online de manera más sencilla, rápida e intuitiva para el cliente. En nuestro menú hemos añadido los siguientes:

- Redes Sociales: menú imprescindible.
- Categorías: están formadas por los productos que ofrecemos. Aquí mostramos el stock disponible de nuestra tienda online. Le he dado el nombre de Fiesta, Señora, bolsos y Caballero y está organizada para que al situar el ratón sobre las pestañas, en estas aparezca un desplegable de las subcategorías.
- Contacto: menú para que el cliente se ponga en contacto con nosotros mediante correo electrónico.
- Presentación de fotografías: diferentes imágenes con enlaces directos al producto mostrado.
- Opción de registrarse: En esta opción encontramos varias alternativas; iniciar sección, mi cuenta, revisa, lista de deseos y comparar.
- Carrito de la compra: Al clicar en esta opción nos aparece nuestro carrito de la compra, en el cual si tenemos algún producto que queremos comprar, este aparecerá ahí.
- Opción de búsqueda: para buscar un producto rápidamente solo tienes que introducir cualquier dato y te aparece el producto buscado.
- Boletín de noticias: para estar al tanto de todas nuestras novedades es bueno registrarte en nuestro newsletter.
- Información sobre nosotros: aquí muestro un pequeño resumen de lo que es Raquel Zapatos desde sus inicios.
- Información sobre la guía de compra: requisito imprescindible a la hora de crear una tienda online. Explicar paso a paso todo el proceso de compra, aviso legal y privacidad, los cambios y devoluciones, las formas de envío y pago, la política de cookies, las preguntas frecuentes y la atención al cliente.

- Información de nuestro horario: nuestro horario comercial.
- Información de nuestras tiendas: aquí muestro la dirección y número de teléfono de nuestras tiendas físicas.

En la figura 10 trata del inicio y podemos ver arriba a la izquierda el menú de las redes sociales, arriba en el centro, el menú de registrarse, y a la derecha el menú del buscador y del carrito de la compra.

Un poco más abajo y en el centro el logo de nuestras tiendas y justo debajo el menú de categorías. Abajo del todo la presentación de fotografías, cada una tiene un enlace directo para acceder al zapato que aparece en la fotografía.



Figura 10. Inicio Raquel Zapatos. Fuente: <http://www.raquelzapatos.com/es/>

En la figura 11 podemos ver que se sigue tratando del inicio y nos muestra más información relevante como el caso de envíos gratis, pago seguro y número de teléfono. También aparecen algunas de nuestras marcas.



Figura 11. Inicio Raquel Zapatos. Fuente: <http://www.raquelzapatos.com/es/>

En la figura 12 seguimos en inicio y muestra el boletín de noticias, Newsletter.



Figura 12. Inicio Raquel Zapatos. Fuente: <http://www.raquelzapatos.com/es/>

En la figura 13 a la izquierda aparece información sobre nosotros, en el centro se encuentra ubicada todo lo referente a la guía de compra y dentro de esta está toda la información que el cliente debe conocer antes de realizar su pedido. Debajo en el centro, aparece el horario comercial de las tiendas físicas, y finalmente, a la derecha, las direcciones de las tiendas físicas, el número de teléfono de contacto y el correo de información, justo abajo el menú de redes sociales.



Figura 13. Inicio Raquel Zapatos. Fuente: <http://www.raquelzapatos.com/es/>

4. Métodos de Pago

Los métodos de pago de los que disponemos actualmente son:

- Pago por Redsys. Este método de pago es el que cuenta con la opción de tarjeta de crédito.

En la figura 14 podemos ver el modulo del banco, trabajamos con CaixaBank y Redsys es la plataforma con la que trabajan.

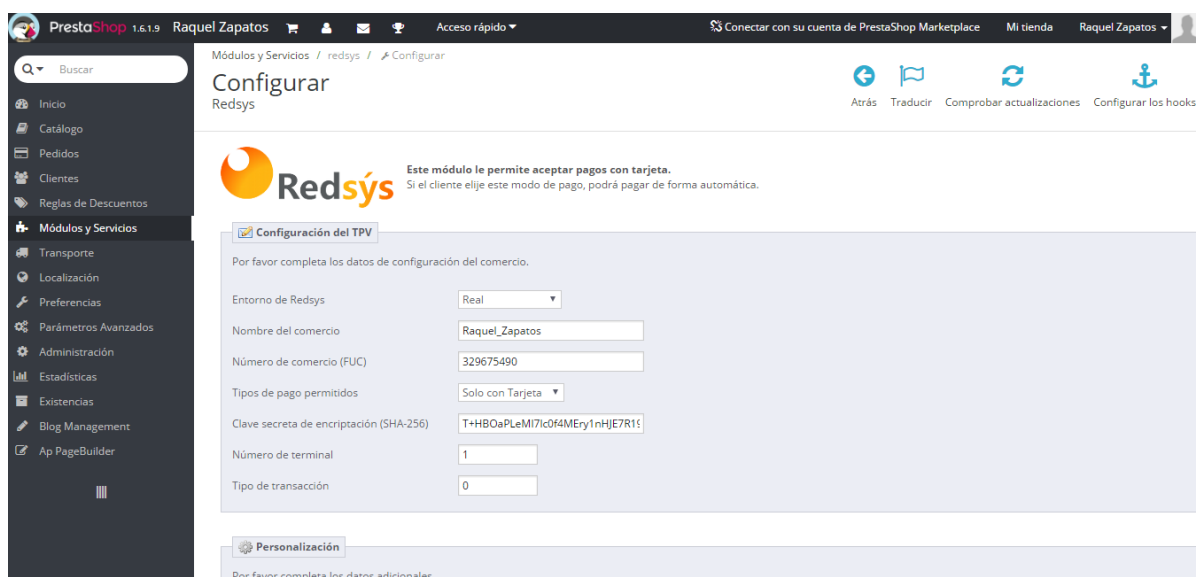


Figura 14. Configuración Redsys. PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente: <http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminModules&token=da4>

55d8130c01025a8d7aed2175667e1&configure=redsys&tab_module=payments_gateways&module_name=redsys

5. Redes Sociales

La razón por la que he creado esta tienda online es la venta de los productos a través de Facebook e Instagram, día a día nos iban pidiendo clientes de otros lugares de España que veían nuestros productos por las redes sociales y no podían venir a comprarlos a la tienda física, entonces decidimos empezar a enviar productos, ellas nos hacían una transferencia bancaria o ingreso al número de cuenta que le facilitábamos y nosotros le mandábamos el producto que querían, entonces decidimos de iniciar este proyecto por el cual he estado entrando todo lo adquirido en la universidad y aprendiendo poco a poco de lo necesario para poner en práctica una tienda online. Gracias a ello se lo debo a las redes sociales que las considero una gran estrategia a la hora de poner en marcha una tienda online.

Tras comenzar a vender online yo sigo teniendo un trato cercano e intento aconsejar en lo mejor que puedo a cada cliente, sobre todo por Facebook, hay muchas que se encuentran inseguras a la hora de pedir por la tienda online, entonces les recomiendo que también pueden hacer sus pedidos como anteriormente lo hacía, mediante transferencia bancaria.

Las redes sociales cuentan con muchísimas ventajas y aquí he recogido 5 de las más importantes:

- Las redes sociales permiten un trato directo y cercano con los clientes sin necesidad de intermediarios.
- Es uno de los mejores medios para la atención al cliente.
- Llega rápidamente a más clientes los productos que ofrecemos en las tiendas.
- Nos permiten conocer mejor a los clientes y saber de sus preferencias.
- Desde mi punto de vista son las mejores herramientas publicitarias del momento.

Tenemos cuentas en Instagram, Facebook, Google+ y Twitter. En Instagram contamos con casi 1.000 seguidores y en Facebook con más de 10.000 seguidores.

En la figura 15 es ponemos los enlaces directos de nuestras redes sociales para que aparezcan en la tienda online y al hacer click te redirige a ese lugar.

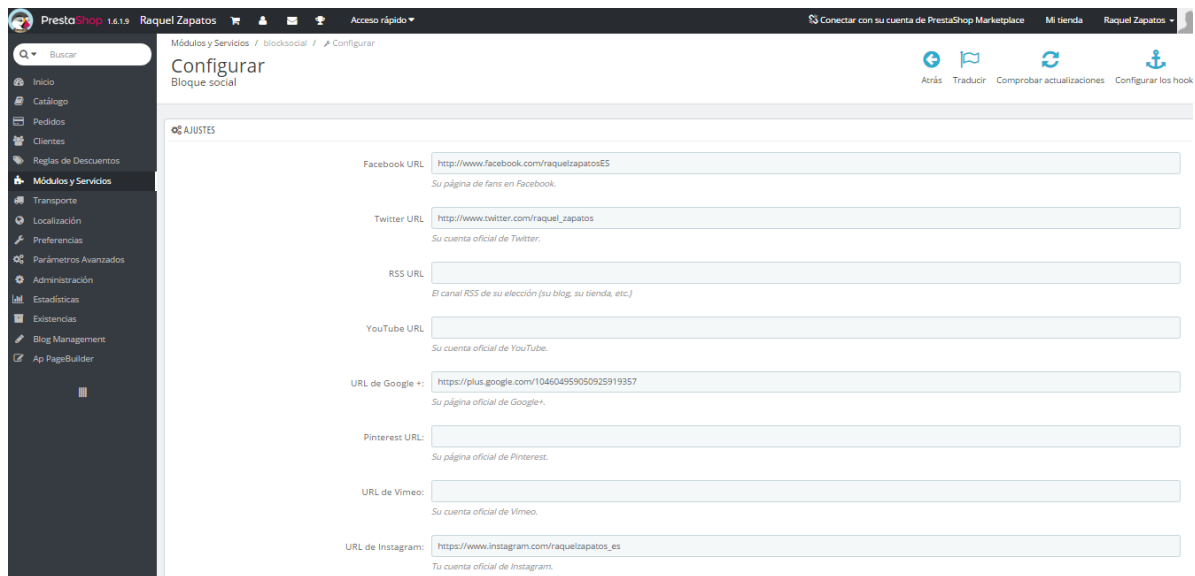


Figura 15. Configuración redes sociales PrestaShop Raquel Zapatos.
http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminModules&token=da455d8130c01025a8d7aed2175667e1&configure=blocksocial&tab_module=front_office_features&module_name=blocksocial

b. Resultados

Aquí vamos a explicar detenidamente como quedan los productos para la vista del cliente y las compras que hay estado realizado.

I. Descripción de resultados

1. Añadir productos.

Contamos con una amplia gama de zapatos de fiesta por eso he creado una línea solo para esos productos.

La tienda online la he tenido que separar en 4 categorías porque lo veo más práctico y menos lioso a la hora de buscar en ella, los zapatos de fiesta por un lado, los zapatos de señora en otro apartado, por otro lado los bolsos, y finalmente los zapatos de caballero.

Para poder clasificar los productos tuve que poner en el programa el nombre de la categoría y de la su categoría para que al sincronizarse estuviera todo correctamente ordenado y que no diera pie a fallo.

Los productos correspondientes a la categoría de Fiesta se dividen en 3 subcategorías:

- Salones: Aquí recogemos todos los zapatos de puntera, tanto los clásicos salones, un básico en el armario de una mujer, también los salones destalonados, ideales para el verano, salones acordonados, con tacón fino, ancho, mas alto, más bajo. De un mismo modelo puedes llegar a encontrar hasta 10 colores diferentes y pieles distintas.
- Peeptoes: Este tipo de zapato está más orientado a las personas bajas, ya que tienen un tacón demasiado alto y plataforma. Es el más cómodo sin lugar a dudas.
- Sandalias: La sandalia de fiesta está diseñada para el calor y el verano ya que es una pieza creada con tiras de diferentes tamaños y anchuras, una opción muy elegante y sofisticada.

En la figura 16 podemos observar el catalogo de señora de fiesta. Podemos ver a la izquierda un mapa del sitio de todo nuestro catalogo. Más abajo podremos seleccionar la talla, color, marca, etc., que deseemos. Al dejar el puntero sobre la fotografía del zapato, podremos observar cómo cambia a otra fotografía del zapato en otra perspectiva.

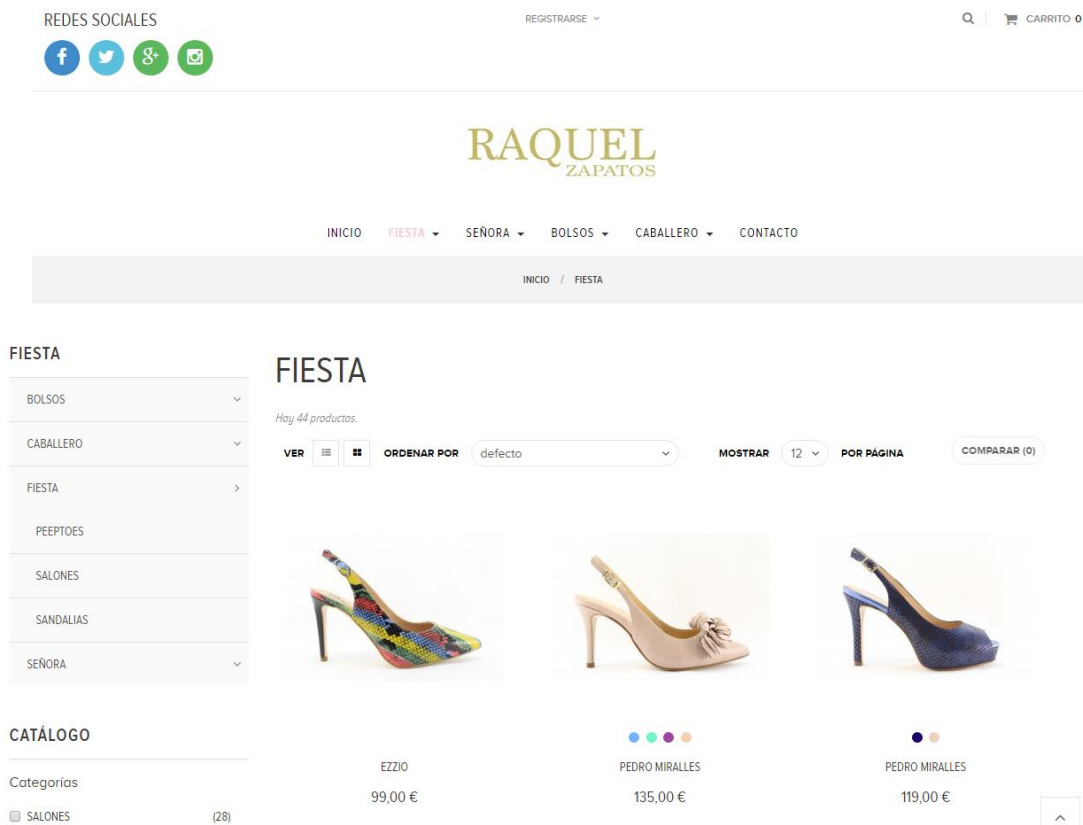


Figura 16. Sección Fiesta Raquel Zapatos. Fuente: <http://www.raquelzapatos.com/es/133-FIESTA>

En la figura 17 podemos observar el producto detenidamente, tiene indicado en el lado derecho todas las características, tallas disponibles y colores.

REDES SOCIALES

REGISTRARSE

Q CARRITO 0

RAQUEL ZAPATOS

INICIO FIESTA SEÑORA BOLSOS CABALLERO CONTACTO

INICIO / FIESTA / PEDRO MIRALLES

FIESTA

BOLSOS

CABALLERO

FIESTA

PEEPTOES

SALONES

SANDALIAS

SEÑORA

¡LO MÁS VENDIDO!

KARMINE 105,00 €

KARMINE 99,00 €

PEDRO MIRALLES

Referencia: 20138

Estado: Producto nuevo

135,00 €

CARACTERISTICAS Salon-detalonada-realizado-en-piel-mini-tejus-con-adorno-floral Tacon-de-9-cm-y-plataforma-interior-de-1-cm-

1 Artículo Disponible

Advertencia: ¡últimos artículos en stock!

Impresión

TALLA 35 36 37 38 39 40 41

COLOR

1 COMPRAR

COMPARAR

Twitter Facebook Google+ Email

Figura 17. Producto Pedro Miralles Referencia 20138 Raquel Zapatos. Fuente: <http://www.raquelzapatos.com/es/salones/979-pedro-miralles.html>

Los productos que pertenecen a la categoría de Señora se dividen en 5 subcategorías:

- Zapatos: Amplia gama de zapatos cerrados para el día a día.
- Sandalias: Las sandalias de esta sección son más casuales.
- Botines: Estilo de zapato que se vende en invierno y que a día de hoy tiene más éxito que las botas.
- Botas: Botas altas y bajas, para todos los gustos, también es un calzado de temporada de invierno
- Deportivas: Aquí solo podremos encontrar las deportivas casuales, la mayoría realizadas en piel.

Los productos correspondientes a la categoría de Bolsos se dividen en 4 subcategorías:

- Bolsos: En esta subcategoría podemos encontrar bolsos de todos los tamaños y formas, la mayoría suelen tener un tamaño grande.
- Carteras: Aquí están recogidas todas las carteras de fiesta, la mayoría son compañeras a sus zapatos de fiesta correspondientes.
- Clutches: Es un tipo de cartera pero esta realizada en materiales rígidos.
- Mochilas: Hoy día, con la moda casual es muy común ver mochilas, antes no las teníamos en las tiendas físicas, este año hemos empezado por incluirlas.

Los productos asociados a la categoría de Caballero se dividen en 5 subcategorías:

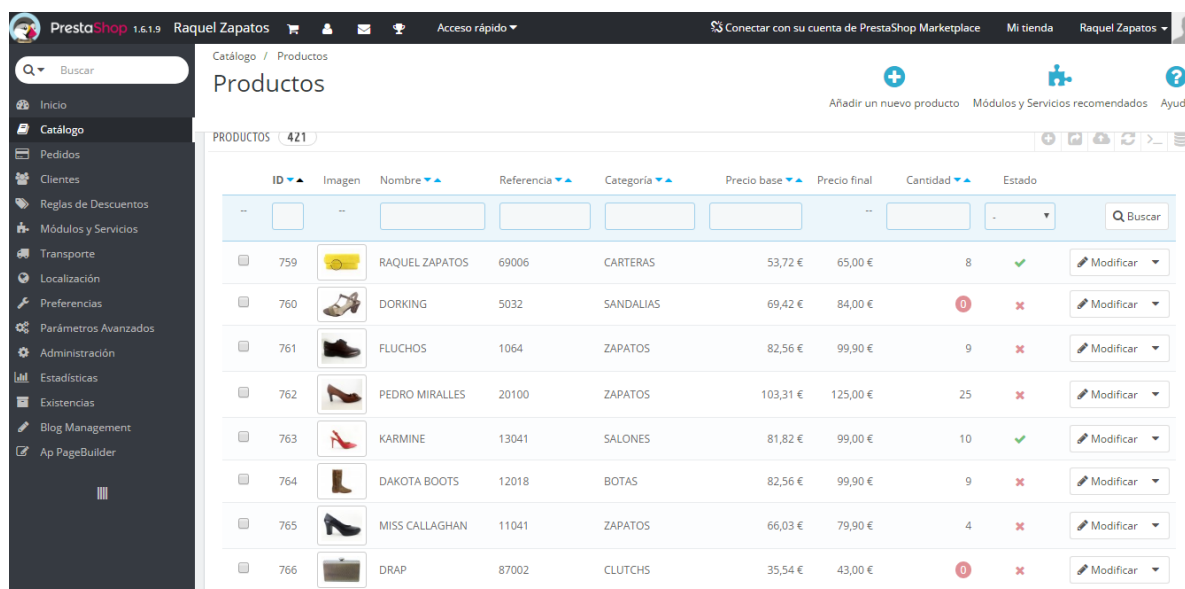
- Ceremonia: Aquí recogemos todos los zapatos de novio y de fiesta de la categoría caballero.
- Zapatos: En esta subcategoría podemos encontrar los zapatos para el día a día de caballero.
- Deportivas: Como en la subcategoría de deportivas señora, aquí también podemos ver las deportivas realizadas en piel de caballero.
- Botines: Para el invierno, cada vez más, se están empezando a vender los botines, los más comunes son los de Panamá Jack.
- Botas: Esta subcategoría la he incluido pero es la de menos éxito.

Podemos crear productos manualmente, pero al estar Vestanube, nuestro programa en la nube de las tiendas físicas, y PrestaShop sincronizados, el paso de crear productos nos lo ahorramos. Si quisiéramos crear un producto manualmente es muy sencillo, basta con ir a Catalogo y dentro de este, productos, arriba nos sale “añadir nuevo producto” y nos aparece una ventana en la que puedes añadir la descripción del producto, hablar sobre las características de este. Lo que si hago manualmente desde PrestaShop es añadir las imágenes del producto, creo que es una opción que deberían mejorar ya que hay que subir foto a foto por talla y color diferente, es un poco menos practico pero no hay otra forma más rápida de hacerlo.

Nuestras tiendas físicas tienen 419 productos y en la tienda online dispone de 198 productos activados, ya que solo tenemos productos de la temporada en la tienda online.

Los productos que ofrecemos, tanto en la tienda online como en las tiendas físicas, son variables, exceptuando los bolsos, ya que disponen de varios números, en señora disponemos desde el 35 al 42 y de caballero desde el 39 al 46.

En la figura 18 podemos observar desde dentro algunos de nuestros productos, esto esta sincronizado con nuestro programa de las tiendas físicas y es mucho más fácil y rápido de administrar. En estado podemos ver los productos que queremos que aparezcan en nuestra tienda online, también los selecciono desde el programa de las tiendas físicas.



ID	Imagen	Nombre	Referencia	Categoría	Precio base	Precio final	Cantidad	Estado
759		RAQUEL ZAPATOS	69006	CARTERAS	53,72 €	65,00 €	8	✓
760		DORKING	5032	SANDALIAS	69,42 €	84,00 €	0	✗
761		FLUCHOS	1064	ZAPATOS	82,56 €	99,90 €	9	✗
762		PEDRO MIRALLES	20100	ZAPATOS	103,31 €	125,00 €	25	✗
763		KARMINE	13041	SALONES	81,82 €	99,00 €	10	✓
764		DAKOTA BOOTS	12018	BOTAS	82,56 €	99,90 €	9	✗
765		MISS CALLAGHAN	11041	ZAPATOS	66,03 €	79,90 €	4	✗
766		DRAP	87002	CLUTCHS	35,54 €	43,00 €	0	✗

Figura 18. Sección productos PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente: <http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminProducts&token=1fd3112ed0a9dd1d60f591d70d77823>

Si seleccionamos cualquier producto, podemos entrar en una ventana donde administramos, comprobamos que todo este correctamente sincronizado y añadimos las fotos y la descripción del producto. En la figura 19 podemos comprobarlo.

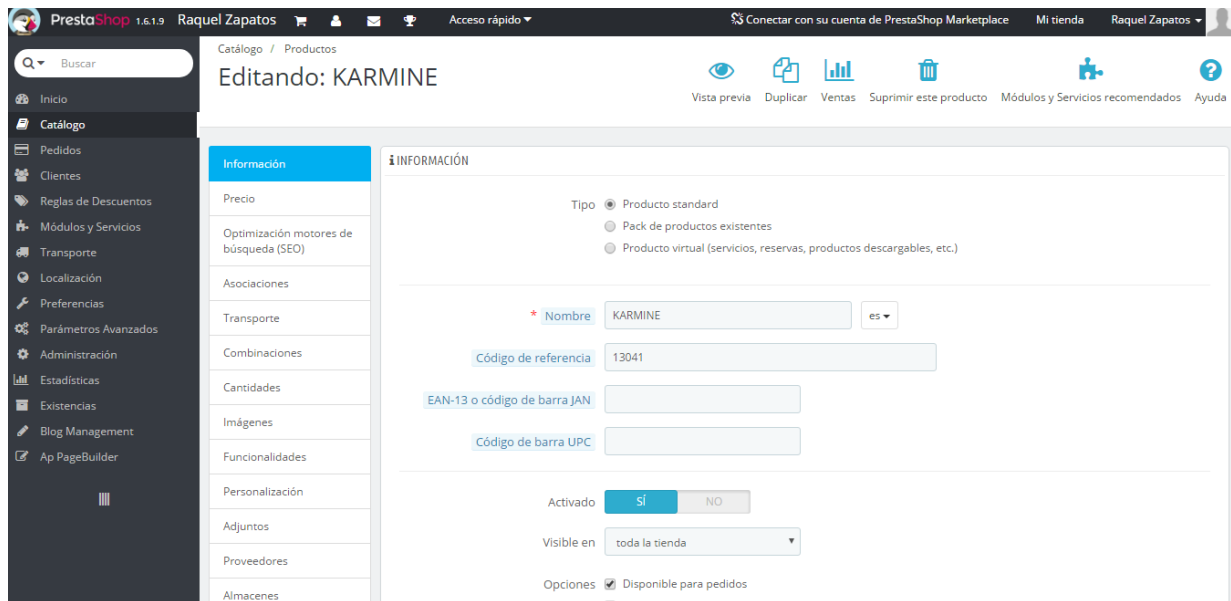


Figura 19. Producto Karmine Referencia 13041 PrestaShop Raquel Zapatos. Fuente: http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminProducts&id_producto=763&updateproduct&token=1fde3112ed0a9dd1d60f591d70d77823

II. Pruebas de funcionamiento

Haciendo una prueba, primero hice la compra y luego la cancele. Figura 20.

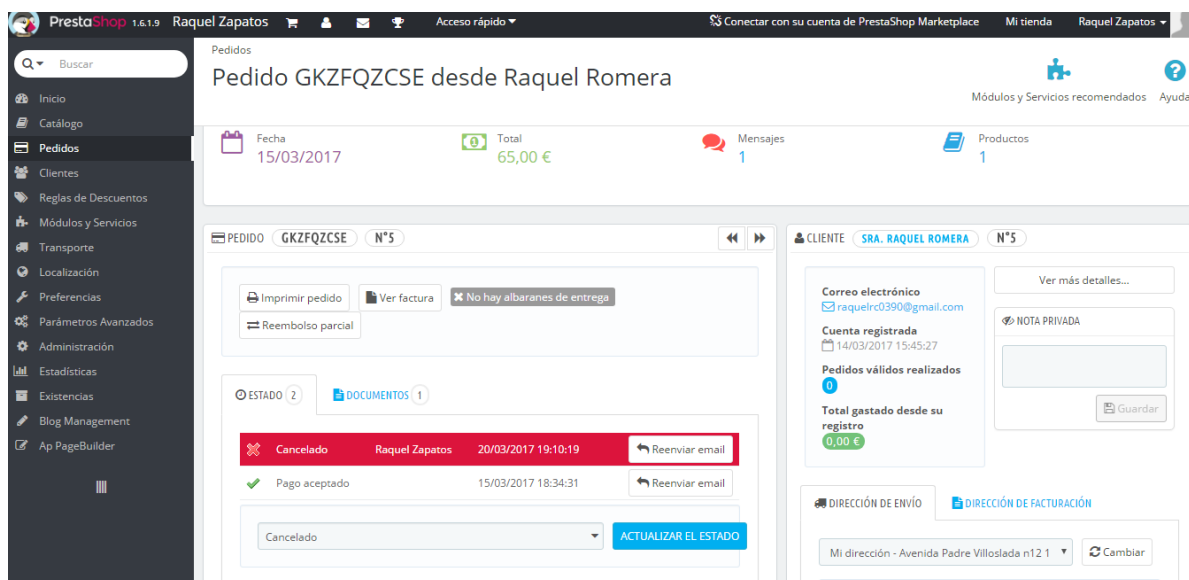


Figura 20. Pedido de prueba Raquel Romera PrestaShop Raquel Zapatos. http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminOrders&id_order=5&vieworder&token=77df4b844f2681bf742c3b9d7892e942

Nuestra primera clienta y venta de producto. Figura 21.

Pedido ILDNPISMY desde Angela Barba oraa

Fecha: 15/03/2017 | Total: 105,00 € | Mensajes: 1 | Productos: 1

PEDIDO (ILDNPISMY) N°6

Imprimir pedido | Ver factura | Ver albaranes de entrega | Reembolso parcial

ESTADO 3 | DOCUMENTOS 2

Estado	Realizado por	Fecha	Acciones
Entregado	Raquel Zapatos	20/03/2017 09:30:38	
Enviado	Raquel Zapatos	16/03/2017 11:59:09	Reenviar email
Pago aceptado		15/03/2017 22:55:19	Reenviar email

CLIENTE: SRA. ANGELA BARBA ORAA N°8

Correo electrónico: andesignbo@gmail.com
Cuenta registrada: 15/03/2017 22:51:44
Pedidos válidos realizados: 1
Total gastado desde su registro: 105,00 €

DIRECCIÓN DE ENVÍO | DIRECCIÓN DE FACTURACIÓN

Figura 21. Primera compra de un producto PrestaShop Raquel Zapatos.
http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminOrders&id_order=6&vieworder&token=77df4b844f2681bf742c3b9d7892e942

Nuestro listado de últimas ventas. Son pocas pero esperamos que vaya aumentando con el paso del tiempo. Figura 22.

Pedidos

Ratio de conversión 30 DÍAS: 0.04% | Carritos abandonados HOY: 1 | Valor medio del pedido 30 DÍAS: 93,81 € | Beneficio neto por visitante 30 DÍAS: 0,02 €

PEDIDOS (48)

ID	Referencia	Nuevo cliente	Entrega	Cliente	Total	Pago	Estado	Fecha	PDF
48	BNMCTJKIQ	Sí	España	M. Muñoz Andrés	119,00 €	Redsys	Entregado	21/06/2017 14:31:43	
47	JELYXRCKF	Sí	España	M. García Heredia	105,00 €	Redsys	Entregado	16/06/2017 20:05:23	
46	YXJKSVGGV	Sí	España	M. CRUZ CRUZ	125,00 €	Redsys	Entregado	09/06/2017 16:51:29	
45	QSQRFERDB	No	España	T. Ballon	105,00 €	Redsys	Entregado	07/06/2017 16:42:54	
44	XTFKOCBFM	Sí	España	A. Castillo	89,00 €	Redsys	Entregado	23/05/2017 10:47:45	
43	SMSCAOJA	Sí	España	A. Pineda parcia	105,00 €	Redsys	Entregado	22/05/2017 18:59:48	

Figura 22. Listado de pedidos de la tienda online Raquel Zapatos PrestaShop Raquel Zapatos.
<http://raquelzapatos.com/admin313pve7hm/index.php?controller=AdminOrders&token=77df4b844f2681bf742c3b9d7892e942>

5. CONCLUSIONES Y TRABAJO FUTURO

Este proyecto ha sido muy útil ya que la puesta en marcha de la tienda online es real. Esto no habría sido posible gracias a los avances de la tecnología que están al alcance de cualquier persona con un poco de conocimiento informático y personas como yo hemos podido beneficiarnos gracias a que con un poco de interés es fácil la creación de una página web y en nuestro caso una tienda online.

Para nosotros nos ha sido de especial interés este proyecto, porque no es cualquier proyecto, es un proyecto que se está llevando a cabo y está funcionando en la realidad. Estamos haciendo estudios de mercado para iniciar proyectos nuevos y ampliar nuestro número de tiendas con el paso del tiempo porque aunque la tienda online sea una idea satisfactoria, a un sector de clientes les gusta ir a una tienda física y probar el producto. Por eso creo que la tienda online también es una buena forma de ofrecer el producto en modo catalogo, la gente conoce el producto y viene a probarlo. Pero también hay que ir mejorándola poco a poco, día a día van sacando nuevas tecnologías y avances y trae consigo aprenderlo y aplicarlo. En este proyecto hay muchas ideas que se han quedado atrás, ya sea por tiempo o porque no hemos tenido la necesidad de incluirlo. Hay tres ideas que me habrían gustado aplicarlas que son las siguientes:

- La creación de un blog

Para una tienda online es fundamental el manejo de un blog. Este supone mucho tiempo y antes quiero dedicarle ese tiempo a otras mejoras de la tienda online. Nuestra tienda lo tiene integrado y en un futuro lo pondremos en activo. Es muy importante ya que nos ayuda a sacar el máximo partido a nuestros productos, pero requiere de actualizaciones constantes.

- Mejorar el marketing

Esta idea es de vital interés ya que hay que estar muy actualizados e ir ofreciendo nuevas ideas día tras día. En un futuro me centrare en este apartado ya el marketing hoy día esta a la orden del día en cualquier tienda, tanto online como física, y cobra bastante importancia.

- Nuevos métodos de pago

Esta es la idea con más relevancia respecto a las otras dos, integrar los métodos de pago por transferencia bancaria, PayPal, y contrareembolso, hay muchos clientes que por seguridad no les gusta dar sus datos o no confían en el banco, por esa razón me gustaría incluir estas opciones de pago en el apartado de métodos de pago.

Esta tienda online ha sido trabajada diariamente con mucho cariño y esfuerzo y siempre cuidado cada detalle al máximo. Gracias a esto he ido adquiriendo conocimientos suficientes para la realización de una tienda online, solucionando problemas que han ido surgiendo y también me ha servido para superarme día tras día. Es muy satisfactorio que un proyecto creado por uno mismo está obteniendo pequeños beneficios semanalmente

Por último me gustaría dar las gracias a Carmen Martínez Cruz, mi tutora en este Trabajo de Fin de Grado, por su gran ayuda para llevarlo a cabo. Gracias a este proyecto y los conocimientos adquiridos al finalizarlo, me ha ayudado a complementar mis estudios de Finanzas y Contabilidad y lo más importante, un proyecto que se ha llevado a cabo y que actualmente está en activo.

6. BIBLIOGRAFIA

[1]Samuel Juliá (2015). Claves para planificar tu e-commerce. *¿Cómo planificar la creación de una tienda online?* (Recuperado de <http://www.hoswedaje.com/blog/como-planificar-la-creacion-de-una-tienda-online/>).

[2]Alberto Alcocer. Ventajas y desventajas de tener una página web gratis para tu empresa. (Recuperado de <http://www.societicbusinessonline.com/2015/06/29/como-hacer-una-pagina-web-gratis-para-tu-empresa-guia-y-manual-de-estrategia/>)

[2] El economista (2014). *Cinco ventajas de unirse a un centro comercial online para pymes.* (Recuperado de <http://www.eleconomista.es/emprendedores-innova/noticias/5460294/01/14/Cinco-ventajas-de-unirse-a-un-centro-comercial-online-para-pymes.html>)

[3] Xavier García Cuerda (2004). Introducción a los Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS) de código abierto (Recuperado de <http://mosaic.uoc.edu/2004/11/29/introduccion-a-los-sistemas-de-gestion-de-contenidos-cms-de-codigo-abierto/>)

[4]Web Empresa. Joomla. *¿Qué es Joomla?* (Recuperado de <https://www.webempresa.com/joomla.html>)

[5]Jordi Sala (2011). VirtueMart. *¿Qué es VirtueMart?* (Recuperado de <https://www.webempresa.com/blog/que-es-virtuemart.html>)

[6]Jorge Buitrago (2011). Drupal. *¿Qué es Drupal? ¿Para qué se usa?* (Recuperado de <https://groups.drupal.org/node/148379>)

[7]Cursos Drupal.UberCart. *UberCart.* (Recuperado de <http://www.cursosdrupal.com/content/ubercart>)

[8]Web Empresa. WordPress. *¿Qué es WordPress?* (Recuperado de <https://www.webempresa.com/wordpress/que-es-wordpress.html>)

[9]Eines (2013). WooCommerce. *WooCommerce, el plugin de WordPress para tiendas online* (Recuperado de <http://www.cobdc.net/programarilliure/woocommerce-el-plugin-de-wordpress-para-tiendas-online/>)

[10]Vian Solutions. Magento. *¿Qué es Magento?* (Recuperado de <http://www.viansolutions.com/magento/>)

[11]OpenCart Spanish. OpenCart. *¿Qué es OpenCart?* (Recuperado de <http://www.opencartspanish.com/index.php/quees>)

[12]Web Empresa. PrestaShop. *¿Qué es PrestaShop?* (Recuperado de <https://www.webempresa.com/prestashop/que-es-prestashop.html>)

[13]Web Empresa. Funciones de PrestaShop. *Características Pack Tienda Prestashop*. (Recuperado de <https://www.webempresa.com/prestashop/caracteristicas-prestashop.html>)

[14] Solincloud. *Solincloud*. (Recuperado de <https://www.solincloud.com/index.php>)

Leo Theme (2016). *Leo Minimal guide for prestashop 1.6* (Recuperado de http://www.leotheme.com/guides/prestashop16/leo_minimal/)

Luis Cambra(2016). *Curso Prestashop 1.6* (Recuperado de https://www.youtube.com/playlist?list=PL4mfa7m_QlaX1P4zBony3FZHYg7PlQh7C)