



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## **Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí**

### **Título:**

Página web para la gestión de ventas en joyería Montenegro, en Estelí, año 2022

Website for sales management in jewelry Montenegro, in Estelí, year 2022

### **Autores:**

Brenda del Rosario Zelaya González, FAREM-Estelí, zelayabrenda13@gmail.com

Francis Anielka Peralta Meza, FAREM-Estelí, francis.peralta115@gmail.com

## **Resumen**

Considerando la falta de un espacio amplio para brindar una mayor visualización a los productos que ofrece la Joyería Montenegro y poder facilitar la gestión de ventas, se plantea una solución informática que le permita disponer de un espacio en la web, esto con el fin de dar a conocer los diferentes productos dentro de la plataforma, además de poseer una herramienta comunicacional actualizable e innovadora para una amplia y mejor atención. Por esta razón se decidió realizar una página web dinámica, que colaborará para que la empresa preste una comunicación adecuada, sencilla, eficaz, pero con un toque elegante que se le brinda por los colores utilizados y así aportar con accesibilidad a la negociación en el ciber espacio, mediante una herramienta importante como lo es una página web moderna y basada en el arte de diseño de joyas. La información que se visualice sea precisa cubra las necesidades que el cliente requiere, siendo esta una plataforma sencilla de manejar, contar también con la seguridad de la información de los que accedan al medio en la web, además, establece un servicio de calidad distintivo ante las otras empresas, ya que ofrece un diseño exclusivo en sus diferentes piezas, dándole un apoyo a la difusión de la empresa para mejorar sus ventas, aumentar su clientela y esta se posiciona entre las mejores joyerías dentro de la ciudad de Estelí y fuera del país. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo. Por tanto, el desarrollo del estudio concluyó con la realización de la página web, dado en la ciudad de Estelí en el año 2022.

**Palabras clave:** Web, diseño, gestión de ventas, comunicación, clientes.

## **Abstract**

Considering the lack of ample space to provide greater visualization to the products offered by Montenegro jewelry and to be able to facilitate sales management, a computer solution is proposed that allows you to have a space on the web, this in order to publicize the different products within the platform, in addition to having an updatable and innovative communication tool for a wide and better service. For this reason, it was decided to create a dynamic website, which would collaborate so that the company provides adequate, simple, effective communication, but with an elegant touch that is given by the colors used and thus provide accessibility to negotiation in cyberspace, through an important tool such as a modern website based on the art of jewelry design. The information that is displayed is accurate covers the needs that the client requires, this being a simple platform to manage, also have the security of the information of those who access the medium on the web, in addition, is establishes a distinctive quality service before the other companies, since it offers, an exclusive design in its different pieces, giving support to the dissemination of the company to improve its sales, increase its clientele and it is positioned among the best jewelry stores within the city of Estelí and outside the country.

**Keywords:** web, design, sales management, communication, customers.

## **Introducción**

En este estudio se parte del problema de investigación, el cual consiste en que la empresa no contaba con una página web para hacer publicidad a sus productos, llevando una trayectoria de 4 años en movimiento, la falta de un espacio en la web ha obstaculizado el crecimiento de la empresa para generar mayores ventas dentro y fuera del país.

Se creó una página web para la gestión de ventas de Joyería Montenegro ubicada en la ciudad de Estelí, Nicaragua en el año 2022. Con un diseño flat design, porque este brinda elegancia en su diseño y una fácil manipulación de la plataforma. Esto con el fin de que el propietario gestione las ventas de la joyería, y se dispone de un espacio accesible para la visualización de sus productos y una mejor comunicación con sus clientes.

## **Antecedentes**

En búsquedas de trabajos relacionados al tema de investigación se encontraron antecedentes a nivel internacional y nacional, los que se detallan a continuación:

### **A nivel internacional:**

Ecuador, por Páez (2012) , titulado “Diseño de una página web y su incidencia en la difusión de la Empresa Molle Estudio de Diseño, ubicada en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, cuyo objetivo fue determinar cómo incide un sitio web en la difusión en el mercado de la Empresa.

### **A nivel Nacional:**

Martínez y Rivera (2012) denominada “Desarrollo de un sistema para la gestión de ventas de servicios y productos de la empresa clínica del pie. Su objetivo fue desarrollar una aplicación robusta y eficiente que automatice la gestión de ventas de servicios y productos de la empresa clínica del pie, a fin de brindar apoyo al área administrativa financiera de dicha entidad.

## **Objetivo general**

Diseñar una página web para la gestión de ventas en la Joyería Montenegro en la ciudad de Estelí, en el segundo semestre del año 2022.

## **Caracterización general del problema**

Un espacio en la web, es una necesidad hoy en día para los propietarios de las empresas. Más si su propósito es vender sus productos.

Es importante disponer de una página web que muestre un catálogo de los productos de la joyería, con diseño de interfaz intuitivo, siendo este primeramente la visualización de las piezas disponibles, diseños exclusivos y personalizados. Con esta imagen se brinda un mayor refuerzo a la empresa y sus ventas, ya que los clientes pueden comunicarse con el propietario directamente, a través de la plataforma y obtener más seguridad al momento de hacer sus compras. De este modo facilitando el proceso de gestión de venta de la joyería y mostrando presencia y acceso virtual en todo el mundo.

En el desarrollo del proyecto, se dieron algunas limitaciones para la edición de la página en WordPress, ya que algunos plugins no estaban actualizados, pero con constantes investigaciones y videos tutoriales se optó por otras opciones para concluir el trabajo.

## **Materiales y métodos**

En este apartado se describe el tipo de investigación, alcance obtenido, área de estudio donde se realizó, la población y la muestra a la que se le aplicó el estudio, métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos, así como las etapas que se llevaron a cabo en la realización de la investigación.

## **Tipo de investigación**

En este estudio el tipo de investigación es cualitativo, de acuerdo con Santander (2021) la investigación cualitativa implica recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias vividas, emociones o comportamientos, con los significados que las personas les atribuyen. Por esta razón, los resultados se expresan en palabras.

Por ello, se consideró cualitativo, porque se centró en la recopilación y análisis de información de una empresa siendo estos una pequeña muestra de clientes de la empresa, ya que el objetivo no era

solo investigar, sino también llevar a cabo la realización de la página web para la Joyería Montenegro adentrándose en el campo experimental debido a que es un sitio aplicable y actualizable. También, su alcance es temporal porque el estudio se realizó en el segundo semestre 2022.

## **Población y muestra**

### **Población:**

Según INE (2016) , es un conjunto de personas que habitan una determinada área geográfica o de elementos que se quiere investigar, estos elementos pueden ser objetos, acontecimientos, situaciones o grupo de personas.

La población del estudio está conformada por 115 clientes de la Joyería Montenegro (45 clientes nacionales y 70 internacionales).

### **Muestra:**

De acuerdo con López (2004), es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros. La muestra es una parte representativa de la población.

Para el presente estudio se utilizó el muestreo no probabilístico, según García (2009), es una técnica de muestreo, donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados. Es por ello, que la muestra del estudio son 7 clientes de la joyería.

## **Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

### **Técnicas de recolección de datos:**

Para la recopilación de la información se utilizaron diferentes técnicas que fueron de ayuda para llevar a cabo la investigación.

### **Encuesta:**

De acuerdo con QuestionPro (2021), es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos.

Para conocer las diferentes opiniones de los clientes dirigidos a la Joyería Montenegro, que habitan en la ciudad de Estelí, se trabajó con encuestas dirigidas a los clientes seleccionados, que formaron una muestra de un estimado de 7 clientes de la joyería que llegaron el día 27 de noviembre del año 2022, de las cuales todos aceptaron participar. Al realizar la encuesta se utilizó la herramienta digital de Google Form, que proporcionó un mejor resultado.

### **Entrevista:**

Según el punto de vista de Uriarte (2022), es una reunión fijada de antemano entre dos personas, en la cual ocurre un intercambio de información. A diferencia del diálogo o la simple conversación, la entrevista persigue un propósito determinado, que puede apuntar a la evaluación, la divulgación o el diagnóstico del entrevistado, tiene que ver con la previa definición de sus objetivos, así como la habilidad del entrevistador para manejar la conversación en cualquier situación que se requiera.

Para valorar la gestión de ventas en la Joyería Montenegro en la ciudad de Estelí, se procedió a realizar una entrevista al dueño de la joyería, el cual nos brindó material informativo sobre la gestión de ventas, mantenimiento de la empresa, materiales que utiliza, Estrategia empresarial, la cual lo ha mantenido entre los joyeros reconocidos de Estelí.

### **Revisión documental:**

De acuerdo con Ortega (2017), es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc.

Para complementar el marco teórico, se hizo uso de esta técnica para reunir información de diversas fuentes a fin de obtener datos completos y precisos para garantizar la integridad de la investigación.

### **Resultados y discusión**

En este apartado se presentan los datos recolectados en la encuesta y entrevista realizada a los participantes del estudio, así como el análisis de los datos, los que se detallan de acuerdo a los objetivos de la investigación:

### **Proceso que se realiza en la gestión de ventas de la joyería Montenegro**

Mediante la realización de una entrevista dirigida al dueño de la joyería, se logró investigar a través de diferentes preguntas relacionadas sobre la gestión de ventas que él maneja, de esta manera se identificó que no era suficiente la visualización y distribución de los productos en la red social que utilizaba, ya que tiene cuatro años de trayectoria, en el cual ha estado vendiendo y obteniendo reconocimiento a través de la red social Facebook. Tiene un horario de atención de 9 de la mañana a 5 de la tarde y distribuye sus productos dentro y fuera de Nicaragua. Por eso, se consideró implementar en la página web el mejoramiento de la gestión de ventas y se creó un espacio donde se puede acceder a la visualización de productos de una forma más amplia y tomando en cuenta a los clientes que viven fuera del país que no pueden visitar el local, mediante la página tienen acceso a todos los productos y los nuevos que se irán actualizando constantemente.

Actualmente el propietario trabaja solo, se encarga de todas las labores en su empresa, pero quiere lograr capacitar a colaboradores dedicados a la joyería, ya que es importante contar con personal capacitado y coordinado tanto para el equipo de ventas como el trabajo mecánico. En la parte de estrategias comerciales no se obtuvo respuestas por el hecho de que solo el propietario se encarga de manejar ese proceso. Cuenta con un mercado aproximado de 40 clientes nacionales y más de 70 internacionales, deseando extenderse por medio de la página.

La página web funciona todo el día, todos los días del año. Atrae, capta y vende de forma automática, con una mayor inversión y conversión se pueden captar más vistas y vender más, el cliente puede comprar independientemente de donde se encuentre ya que el propietario vende fuera del país también. Ahorra un montón de tiempo y esfuerzo en captar clientes y vender los productos online ya que funciona de forma automática porque está en la web. Y sobre todo la publicidad online te permite llegar a tu audiencia a un coste muy inferior a la de los medios tradicionales.

### **Herramientas y parámetros a desarrollar en una página web para la gestión de ventas**

Al enfatizar sobre los parámetros y herramientas que conlleva la realización de una página web, se obtuvieron respuestas en internet, se indagó en diferentes tesis relacionadas a la nuestra, en blogs, entre otros. Todo esto ayudó para llevar un mejor orden y desempeño en el proyecto.

## **Tipo de página que se implemento**

Se abordó el tipo de página Tienda online, ya que es una empresa que se encarga de realizar venta de joyas, en el cual se desarrolló el objetivo, que es diseñar una página web para la gestión de ventas de la joyería Montenegro. Además, mejorar su imagen visual en la web.

## **Estilo de página web**

El estilo de página web que se utilizó se llama flat design o diseño plano, consiste en eliminar o reducir todo tipo de decoración en un diseño de interfaz o web para simplificar el mensaje y facilitar la funcionalidad. Se eliminan texturas, degradados, biselados, sombreados, el objetivo es en definitiva eliminar todo lo que no aporte valor al mensaje o información que se quiere transmitir al usuario que interactúa con la interfaz.

## **Tipografías**

La tipografía que se utilizó, es la tendencia en fuentes opens sans para cuerpos. Para títulos sirve casi cualquier fuente de fácil lectura, incluso las creativas. Estas van de acuerdo con la presentación de la página y ayudan a su fácil comprensión al momento de navegar en la web.

## **Herramientas que se utilizaron para la creación de la página**

### **Hosting**

Desde el punto de vista de Acibeiro (2021), es el ordenador donde se puede almacenar un sitio web, siempre debe de estar encendido, a diferencia del ordenador que se tiene en casa, para servir un sitio web necesitamos una máquina que esté conectada a internet a través de una red que tenga un ancho más amplio que las típicas conexiones a internet. El hosting sirve para que la página web este siempre online y disponible.

Se compró un hosting que dura un año. La página web se mantendrá en línea siempre, este permitirá publicar todo el contenido relacionado con el sitio web actualizable.

### **Dominio**

De igual manera, se obtuvo un dominio web llamado <https://joyeriamontenegro.visualyam.com/> que es de mucha importancia para darle más protección a la página al momento de utilizar datos personales.

## **WordPress**

Según Web Empresa (2022), describe WordPress como 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, permite crear una clase de web más compleja, se actualiza periódicamente, si se escribe contenido con cierta frecuencia cuando alguien accede al sitio web, puede encontrar todos los contenidos ordenados cronológicamente (primero las más recientes y por último los más antiguos).

### **Colores del estilo de plataforma:**

Se suelen utilizar colores de paletas Pantone, que van conforme al diseño de la página web, con pocas variaciones de cada color, se intentó utilizar esquemas de color que ayudaran al usuario a “comprender” el diseño de forma visual y así facilitar la interacción.

### **Validar página web para la gestión de ventas de la joyería Montenegro.**

Se enfocó en la implementación del proyecto, que fue la creación de la página web para la joyería Montenegro, dándole una mejor visualización a sus piezas con un catálogo de productos. En los últimos días de la realización de la página se dieron algunas dificultades en la activación del plugin de catálogo de productos, así que se optó por hacer una investigación más amplia y se pudo encontrar un sitio adecuado y funcional para dicho propósito. Al momento de validar el diseño de la página web, la pertinencia del contenido escrito y visual fue aprobada por el dueño de la joyería, para lo cual sugirió agregar más imágenes a los productos, teniendo como resultado un excelente trabajo implementado.

La página web se realizó de acuerdo a la imagen corporativa de la Joyería. Los correos electrónicos fueron entregados al dueño de la Joyería Montenegro quien le dará uso y seguirá implementándola en su empresa.

A los clientes que son el principal objetivo de la Joyería, la página web será de mucha ayuda, ya que tendrán un espacio más amplio para visualizar los productos, de fácil acceso y manejo, también teniendo una mejor y más directa comunicación y según la encuesta que se les realizó sus respuestas fueron positivas y alentadoras para llevar a cabo la página.

## **Conclusiones**

Para el proceso de gestión de ventas se investigó con el propietario de la joyería, por medio de una entrevista, la cual nos sirvió para desarrollar la página web.

Las herramientas y parámetros que se utilizaron para realizar la página web fueron, la compra de un hosting, este le da alojamiento a la página por un año y le permitirá publicar constantemente el contenido. El hosting incluye un dominio que sirve para dar protección al momento de utilizar datos personales. También se utilizó la herramienta WordPress que permite crear y mantener el medio.

Se realizó la validación de la página con el propietario, se hicieron ajustes en la presentación de los productos, se agregó más contenido informativo y otros pequeños detalles para darles una mejor visualización en la calidad de imagen.

## Referencias bibliográficas

- Acibeiro, M. (23 de 06 de 2021). *GoDaddy*. Obtenido de GoDaddy:  
[https://es.godaddy.com/blog/que-es-el-hosting-web-y-para-que-sirve/?gclid=Cj0KCQjwzqSWBhDPARIsAK38LY9jyJ3w-1z9d\\_A\\_YgHGUt70LUgYgJb16yGFQ3eLA38d5F6mI9yrwJgaAsjuEALw\\_wcB#wordpress](https://es.godaddy.com/blog/que-es-el-hosting-web-y-para-que-sirve/?gclid=Cj0KCQjwzqSWBhDPARIsAK38LY9jyJ3w-1z9d_A_YgHGUt70LUgYgJb16yGFQ3eLA38d5F6mI9yrwJgaAsjuEALw_wcB#wordpress)
- Ceballos Vergara , N. (2016). *Implementacion pagina web para la empresa sáner S.A.S*. Caldas. Obtenido de  
[http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1795/1/Implementacion\\_pagina\\_web\\_Saner.pdf](http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1795/1/Implementacion_pagina_web_Saner.pdf)
- Da Silva, D. (21 de Julio de 2020). *Blog de Zendesk*. Obtenido de  
<https://www.zendesk.com.mx/blog/sistema-de-control-de-ventas/>
- Editorial Economía. (Septiembre de 2014). *Economía*. Obtenido de  
<https://economia.org/joyeria.php>
- Garcia, J. (05 de Octubre de 2022). *Departamento de ciencias* . Obtenido de Departamento de ciencias : <https://www.departamentodeinternet.com/que-es-flat-design-diseno-plano/>
- García, L. A. (2009). *Gestiopolis*. Obtenido de [https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/#:~:text=Seg%C3%BAn%20\(Cuesta%2C%202009\)El,iguales%20oportunidades%20de%20ser%20seleccionados](https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/#:~:text=Seg%C3%BAn%20(Cuesta%2C%202009)El,iguales%20oportunidades%20de%20ser%20seleccionados).
- Gete, M. (17 de Octubre de 2019). *Adverthia*. Obtenido de <https://www.adverthia.com/que-tipos-de-paginas-web-existen/>
- Guaita, A. (2018). *Aplicación web, para la gestión de venta y servicios en la empresa computav*. Ambato,Ecuador. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/8163>
- INE. (2016). *INE*. Obtenido de <https://www.ine.gob.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/poblacion/que-es-poblacion>
- López, P. L. (2004). *Scielo*. Obtenido de  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Martínez , J., & Rivera, O. (2012). *Desarrollo de un sistema para la gestión de ventas de servicios y productos de la empresa clínica del pie*. Managua, Nicaragua. Obtenido de <http://repositorio.uca.edu.ni/539/1/UCANI3691.PDF>
- MD. (2022). *Marketing Digital*. Obtenido de <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>
- Millenium. (2022). *Millenium*. Obtenido de  
<https://www.informaticamillenium.com.mx/es/temas/que-es-una-pagina-web.html>

- Ortega, C. (12 de Septiembre de 2017). *Question Pro*. Obtenido de Question Pro:  
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-documental/>
- Páez , C. (2012). *Diseño de una pagina web y su incidencia en la difusión de la Empresa Molle Estudio de Diseño*. Ambato,Ecuador. Obtenido de  
<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/7198>
- Pineda Torrez, H. A., Centeno Montoya, J. A., & Matamoros Duarte, J. M. (2019). *Sistema de información web para la gestión de ventas internacionales en la empresa Drew Estate Tobacco Company S.A*. Managua. Obtenido de <https://ribuni.uni.edu.ni/2580/1/92799.pdf>
- pipo. (04 de abril de 2013). *pipo.777.wordpress.com*. Obtenido de pipo.777.wordpress.com:  
<https://pipo777.files.wordpress.com/2013/04/ud01.pdf>
- QuestionPro. (2021). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>
- Santander. (10 de 12 de 2021). *Santander- Becas*. Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html#:~:text=Los%20datos%20recogidos%20se%20pueden,las%20palabras%20y%20los%20significados>.
- Uriarte, J. M. (24 de Junio de 2022). *Humanidades*. Obtenido de Humanidades:  
<https://humanidades.com/entrevista/>
- webempresa. (15 de enero de 2022). *webempresa*. Obtenido de webempresa:  
<https://www.webempresa.com/wordpress/que-es-wordpress.html>

## Tablas, gráficas y figuras

**Tabla 1: Matriz**

**Objetivo general:** Diseñar una página web para la gestión de ventas en la Joyería Montenegro en la ciudad de Estelí, en el segundo semestre del año 2022.

Objetivos específicos	Categorías	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Instrumentos
Describir el proceso que se realiza en la gestión de ventas de la joyería Montenegro.	<b>Página web</b>	Es un sitio con información y datos acerca de una temática en particular a la que se puede acceder desde un buscador en internet y esta publicada por una persona o empresa.	Es un documento accesible desde cualquier navegador con acceso a internet, y que puede incluir audio, vídeo, texto y sus diferentes combinaciones	virtual	Adaptable, Actualizable Diseño Creatividad Online Eficiente	<p>1 ¿Qué piensa usted sobre una página web para que pueda ver el catálogo de productos de la joyería?</p> <p>2 ¿Es importante una página web para la joyería?</p> <p>3 ¿Una página web es eficiente para hacer sus compras?</p> <p>4 ¿Qué es lo que le llama la atención al hacer sus compras de productos de joyería?</p>	Encuesta

						<p>5 ¿Cuál es el color indicado para la presentación de la página según la imagen de la joyería?</p> <p>6 ¿Según su preferencia al hacer sus compras como posicionaría los materiales y diseños de la joyería?</p> <p>7 ¿Cómo calificaría el servicio de la joyería?</p> <p>8 ¿Cree que una página web aumentaría la productividad de ventas en la joyería Montenegro?</p> <p>9 ¿El diseño de la página puede motivar a una compra favorable y más segura?</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						10 ¿La creación de esta página puede motivar a otras empresas a tener un espacio en la web para la distribución de sus productos?	
Identificar las herramientas y parámetros a desarrollar en una página web para la gestión de ventas.	<b>Gestión de ventas</b>	Es el proceso de desarrollar una fuerza de ventas a través de la coordinación de estrategias y tácticas de venta más efectivas, las cuales permitan alcanzar los objetivos comerciales	Determina las necesidades y deseos de una persona, y presenta un producto de tal forma que la motive a tomar una decisión de compra favorable.	virtual	Compras Ventas Calidad Exclusividad Exportación Importación	1 ¿Cuál es su nombre? 2 ¿Nombre de la empresa? 3 ¿Cómo dio inicio la idea de su negocio? 4 ¿Cuántos años de recorrido tiene la empresa? 5 ¿Cuál es su objetivo? 6 ¿Quién creó la imagen de la empresa? 7 ¿En dónde ha distribuido sus productos? 8 ¿Cómo ha obtenido reconocimiento?	Entrevista

						<p>9 ¿Cuál es el resultado que ha obtenido de parte de sus compradores?</p> <p>10 ¿Cómo distribuye sus productos?</p> <p>11 ¿cuál es su horario de atención?</p> <p>12 ¿Qué opinión tiene acerca de la página para la venta de sus productos?</p> <p>13 ¿Cree que con la creación de la página aumenten sus ventas?</p> <p>14 ¿Cómo propietario se considera alguien responsable para el mantenimiento de la página?</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

*Fuente: Elaboración propia.2022.*

## Página principal

La página principal contiene la bienvenida, inicio, tienda, ¿Quiénes somos?, contáctanos. Al presionar cualquiera de estos botones te enviara directamente al lugar que desees.

**Figura 1.** *Página principal.*



*Fuente: Elaboración propia.2022.*

**Figura 2.** *Los más recientes*



*Fuente: Elaboración propia.2022.*

**Figura 3. Banner alusivo a los anillos**

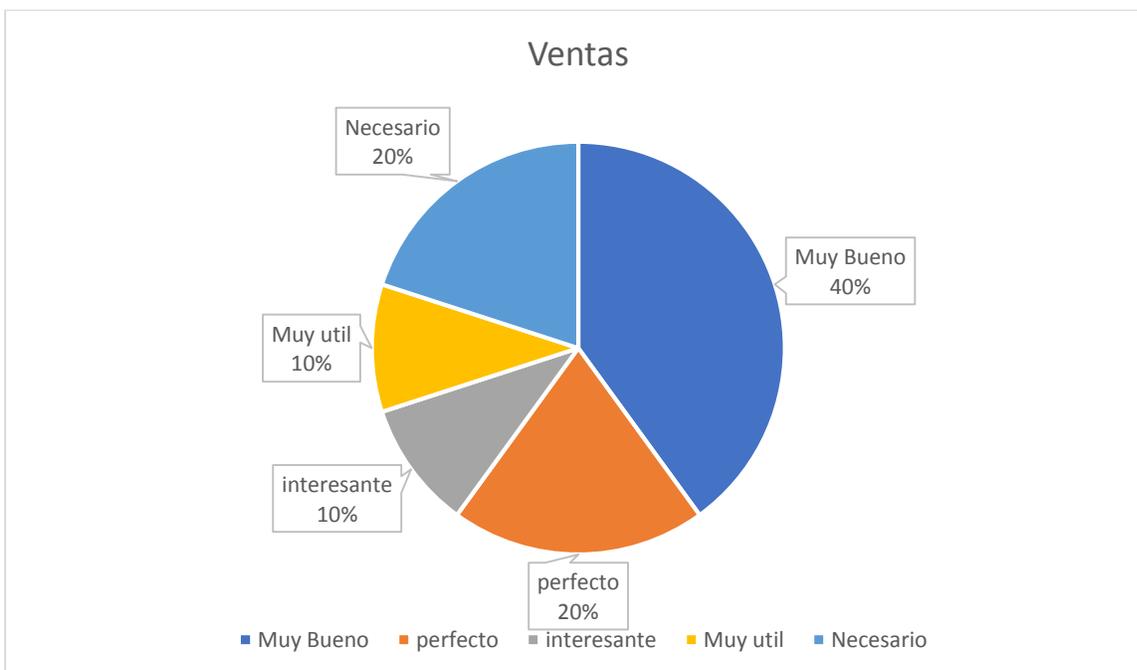


*Fuente: Elaboración propia.2022.*

### Preguntas encuesta

**Figura 12. ¿Qué piensa usted?**

1. ¿Qué piensa usted sobre una página web para que pueda ver el catálogo de productos de la joyería?

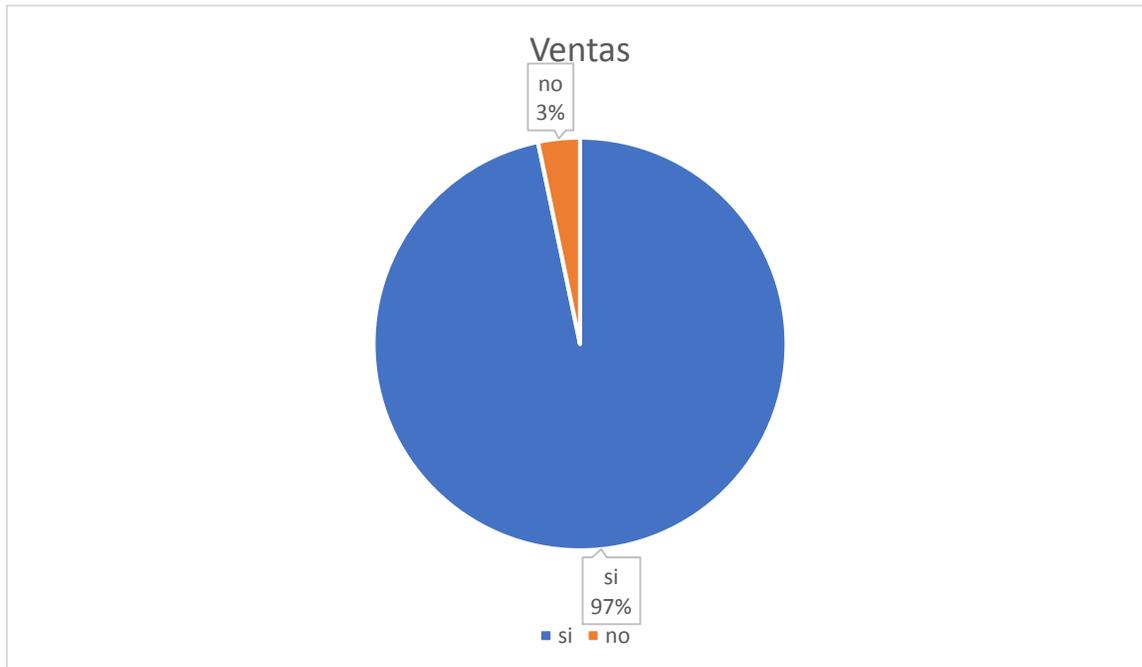


*Fuente: Elaboración propia.2022.*

En la pregunta número uno obtuvimos respuestas diferentes que daban un resultado positivo fortaleciendo nuestros datos para la creación de la página.

**Figura 13.** *Importancia de una página web*

**2. ¿Es importante una página web para la joyería?**



*Fuente: Elaboración propia.2022.*

En la pregunta numero dos obtuvimos un resultado de 94.7% de personas que piensan que es importante una página web para la joyería.