

Integración de servicios por medio de aplicaciones web y ventas por internet en directorios funcionales y adaptables

Luis Alonso Serrano Ramírez

Instituto Tecnológico de Celaya

luis_alonso@outlook.com

Resumen

En México las tecnologías web han avanzado de tal forma que ya no necesitas salir de casa para hacer una transacción bancaria, o para rentar una película, o incluso para ver a una persona, por esta razón es importante averiguar que lleva al usuario a seleccionar un servicio de otro, ya que hoy en día la propuesta de mercado para cualquier aplicación digital es muy extensa.

Una aplicación muy interesante es la posibilidad de ver un directorio en internet, pero el enigma de todo esto es, ¿que lleva a un usuario a consultar un directorio en línea?, ¿Será la opción de solo escribir un negocio y que se filtre la información ahorrando tiempo de búsqueda? o puede ser que el ¿Usuario se sienta atraído por la interface gráfica de la página? Para comprender mejor este tipo de temas definiremos algunos conceptos clave:

Usuario es la persona que consulta la página o la aplicación móvil de directorio y tiene facultades de ver negocios ordenar y reservar.

Cliente es la persona que contrató con el directorio, “la dueña del negocio” pagando una suscripción mensual, y al ser cliente automáticamente se habilita el perfil de su

empresa, y tendrá facultades de administrar el mismo perfil (Imágenes, información, ordenes, reservaciones, crear usuarios delegados, etc.).

Asentamiento es un lugar físico que se clasifica en alguna de las siguientes categorías restaurantes, bares, antros, hoteles, plazas, lugares turísticos, spas y balnearios.

Muchas incógnitas de investigación se pueden formular a partir de aplicaciones de este tipo y esta investigación tratara de abarcar los siguientes aspectos:

- ¿Que motiva a un usuario a escoger un directorio de otro?
- ¿Realmente una aplicación de ventas por internet puede incrementar las ganancias de un negocio?
- ¿Qué tan listo está el mercado mexicano para tener una interacción recurrente en una aplicación web?
- ¿Qué impacto puede tener una aplicación en México que paradigmas puede romper?

Palabras Clave: Aplicación, Cliente, Directorio, Usuario, Web.

Abstract

In Mexico the web technologies have advanced so you no longer need to leave home to make a bank transaction, or to rent a movie, or even to see a person, therefore it is important to find out who takes the user to select a other service as today market proposition for any digital application is very extensive.

A very interesting application is the ability to view a directory on the Internet, but the enigma of all this is, that leads a user to consult an online directory ?, Is it an option to just write a business and to leach the saving time searching info? or it may be that the

user was charmed by the graphical interface of the page? To better understand such issues define some key concepts:

User is the person consulting the page or the mobile application and has the power to see order and book business.

Customer is the person who contracted with the directory, "the owner of the business" by paying a monthly subscription, and the client automatically activated when your company profile enabled, and shall have power to administer the same profile (Images, information, orders, bookings create delegate users, etc.).

Many unknowns research can be formulated from such applications and this research will cover the following aspects:

- *What motivates a user to choose a directory to other?*
- *Do you really an application of Internet sales may increase profits of a business?*
- *How ready is the Mexican market to have a recurrent interaction in a web application?*
- *What impact can be an application in Mexico that can break paradigms?*

Keywords: *Aplication, Client, Directory, User, Web.*

1. Introducción

Internet es un medio masivo de información el cual tiene usuarios de todo tipo para el desarrollo de esta investigación necesitamos tener una muestra de usuarios que utilicen una plataforma digital para consultar información y así establecer conclusiones.

El e-commerce también conocido como comercio electrónico consiste en la compra y venta de productos o de servicios, bajo este concepto se puede deducir que esto se hace atreves de software conectado a internet, lo que también nos indica que es

relativamente nuevo, y se necesita una constante actualización de los medios, el problema con los medios es que no han sabido adaptarse a las necesidades del mercado actual refiriéndonos al mercado mexicano, ya que iniciaron con una forma de vender pionera, las plataformas actuales claro que han intentado actualizarse, por ejemplo sección amarilla paso del libro a internet, y otras empresas no han sabido como difundir sus herramientas ya que al usarlas no resultan tan atractivas.

Decimos que no resultan tan atractivas puesto que carecen de una interfaz intuitiva y agradable para el usuario, posiblemente por un bajo conocimiento de las tecnologías actuales y la integración de las mismas.

Es por esto que nuestra propuesta para atacar el problema es generar una aplicación que se adapte en todos los sentidos, desde cómo evoluciona una empresa en su imagen hasta en su forma de vender, y claro una plataforma que integre todas las tecnologías de difusión actuales con capacidad de actualización. Con el único objetivo de comprobar los siguientes factores:

- ¿Que motiva a un usuario a escoger un directorio de otro?

Para tener la respuesta tendremos que ofrecer en el mercado actual, una aplicación que integre servicios existentes (galerías de fotos, localización GPS, integración con redes sociales) con el objetivo de demostrar que entre más opciones el usuario se verá más atraído, lo que lo motivara a preferir el directorio en cuestión. Es importante señalar la “receta secreta” o los pasos que se seguirán para lograr estos resultados:

1. Monedero electrónico, cada vez que se haga una compra o reservación desde la aplicación se sumara dinero virtual en el Asentamiento o negocio que se compró, para posteriores compras en el mismo asentamiento, afianzando al cliente.
2. Cupones físicos al pagar en un asentamiento, las empresas que tengan contrato, aparte de que se pegaran calcomanías en su negocio referentes a a

la aplicación, se le darán cupones que representan dinero canjeable en la aplicación lo cual generara más mercado de consumo.

3. Todas las promociones y eventos de acuerdo a la categoría de los mismos, se podrán visualizar en orden cronológico, generando así competencia entre los mismos clientes, mejorando las promociones y siendo directamente un beneficio más para los usuarios.

- ¿Realmente una aplicación de ventas por internet puede incrementar las ganancias de un negocio?

En este punto se generaran datos a comprar dentro de la aplicación es decir almacenamiento es una base de datos, lo que nos dará valores cuantitativos que podremos comparar con las ventas actuales de cada negocio, lo que nos traerá como consecuencia el saber si incrementamos ventas o no lo hacemos.

- ¿Qué tan listo está el mercado mexicano para tener una interacción recurrente en una aplicación web?

Para medir esta cuestión es necesario tener un contador de visitas el cual delimitara el alcance de la aplicación, y si la dirección MAC o la dirección IP se repite varias veces significa que los clientes permanecen activos logrando así comprobar que es una aplicación recurrente.

- ¿Qué impacto puede tener una aplicación en México que paradigmas puede romper?

En México y de acuerdo a datos del INEGI, las transacciones bancarias por internet no son lo suficientemente favorables para una aplicación de este tipo, pero nosotros pensamos que de acuerdo a la propuesta atractiva y la comodidad que puede generarle al usuario el no salir de su casa o ahorrar tiempo en la búsqueda de información de directorios, lograra aumentar esta tasa significativamente, claro estos resultados se esperan a largo plazo.

2. Métodos

La aplicación que se desarrolló para responder a las incógnitas ya especificadas y esta basada en el modelo MVC el cual nos ofrece las siguientes ventajas:

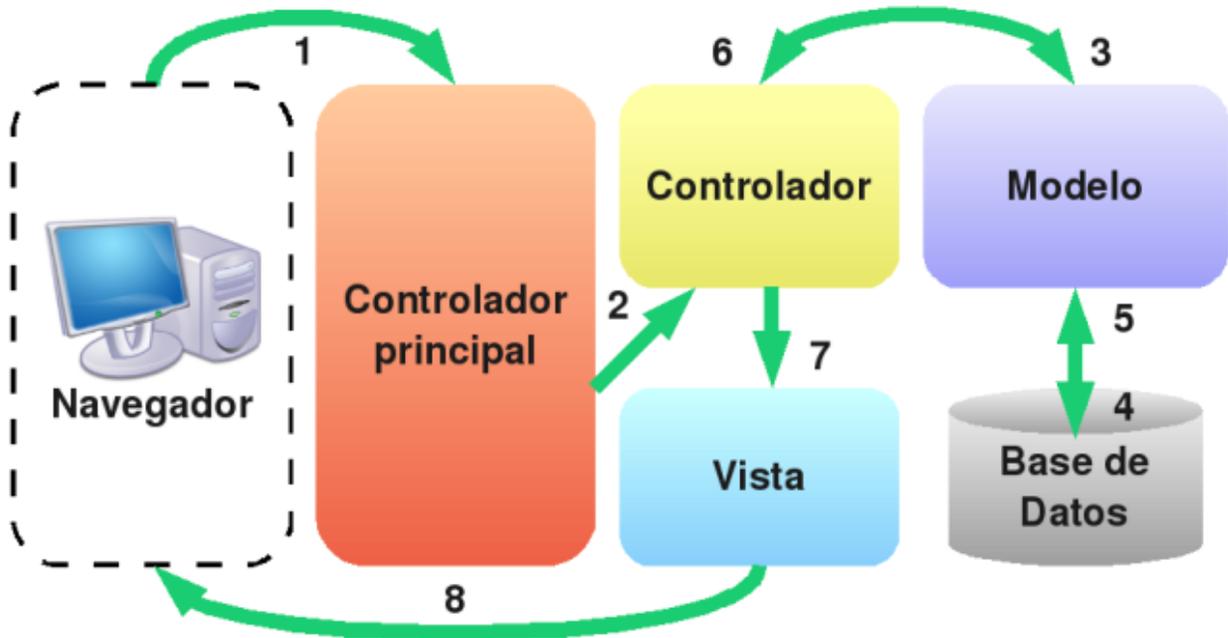


Fig. 1: Modelo vista-controlador a emplear.

1. Aunque no tenga nada que ver, comencemos con algo tan sencillo como son el HTML y las CSS. Al principio, en el HTML se mezclaba tanto el contenido como la presentación. Es decir, en el propio HTML tenemos etiquetas como "font" que sirven para definir las características de una fuente, o atributos como "bgcolor" que definen el color de un fondo. El resultado es que tanto el contenido como la presentación estaban juntos y si algún día pretendíamos cambiar la forma con la que se mostraba una página, estábamos obligados a cambiar cada uno de los archivos HTML que componen una web, tocando todas y cada una de las etiquetas que hay en el documento. Con el tiempo se observó que eso no era

práctico y se creó el lenguaje CSS, en el que se separó la responsabilidad de aplicar el formato de una web.

2. Al escribir programas en lenguajes como PHP, cualquiera de nosotros comienza mezclando tanto el código PHP como el código HTML (e incluso el Javascript) en el mismo archivo. Esto produce lo que se denomina el "Código Espaguete". Si algún día pretendemos cambiar el modo en cómo queremos que se muestre el contenido, estamos obligados a repasar todas y cada una de las páginas que tiene nuestro proyecto. Sería mucho más útil que el HTML estuviera separado del PHP.
3. Si queremos que en un equipo intervengan perfiles distintos de profesionales y trabajen de manera autónoma, como diseñadores o programadores, ambos tienen que tocar los mismos archivos y el diseñador se tiene necesariamente que relacionar con mucho código en un lenguaje de programación que puede no serle familiar, siendo que a éste quizás solo le interesan los bloques donde hay HTML. De nuevo, sería mucho más fácil la separación del código.
4. Durante la manipulación de datos en una aplicación es posible que estemos accediendo a los mismos datos en lugares distintos. Por ejemplo, podemos acceder a los datos de un directorio desde la página donde se muestra éste, la página donde se lista el directorio de Asentamiento o la página de *backend* donde se administran los artículos de un sitio web. Si un día cambiamos los datos del directorio (alteramos la tabla para añadir nuevos campos o cambiar los existentes porque las necesidades de nuestro directorio varían), estamos obligados a cambiar, página a página, todos los lugares donde se consumían datos del directorio. Además, si tenemos el código de acceso a datos disperso por decenas de lugares, es posible que estemos repitiendo las mismas sentencias de acceso a esos datos y por tanto no estamos reutilizando código.

Ahora que ya podemos tener una idea de las ventajas que nos puede aportar el MVC, analicemos las diversas partes o conceptos:

Modelos

Es la capa donde se trabaja con los datos, por tanto contendrá mecanismos para acceder a la información y también para actualizar su estado. Los datos los tendremos habitualmente en una base de datos, por lo que en los modelos tendremos todas las funciones que accederán a las tablas y harán los correspondientes *selects*, *updates*, *inserts*, etc.

Vistas

Las vistas, como su nombre nos hace entender, contienen el código de nuestra aplicación que va a producir la visualización de las interfaces de usuario, o sea, el código que nos permitirá renderizar los estados de nuestra aplicación en HTML. En las vistas nada más tenemos los códigos HTML y PHP que nos permite mostrar la salida.

En la vista generalmente trabajamos con los datos, sin embargo, no se realiza un acceso directo a éstos. Las vistas requerirán los datos a los modelos y ellas se generarán las salidas, tal como nuestra aplicación requiera.

Controladores

Contiene el código necesario para responder a las acciones que se solicitan en la aplicación, como visualizar un elemento, realizar una compra, una búsqueda de información, etc.

En realidad es una capa que sirve de enlace entre las vistas y los modelos, respondiendo a los mecanismos que puedan requerirse para implementar las necesidades de nuestra aplicación. Sin embargo, su responsabilidad no es manipular directamente datos, ni mostrar ningún tipo de salida, sino servir de enlace entre los modelos y las vistas para implementar las diversas necesidades del desarrollo.

Es importante señalar el modelo ya que siempre se buscara la forma más eficaz para producir la información que nos dejara comprobar los resultados de esta investigación.

3. Resultados

Como producto de este trabajo se desarrolló y mejoró el portal Web denominado “Véu Planonline.com” cuya imagen de la página de inicio se muestra en la siguiente figura.



Fig. 2: Vista del portal Véu Planonline.com (<https://veuplanonline.com/>).

Este portal se encuentra actualmente en operación, ofreciendo servicios de información.



Fig. 3: Acceso a servicios de información por destino.

A la fecha el portal cuenta con directorios de destinos en los estados de Guanajuato, Querétaro, Quintana Roo y San Luis potosí.

4. Discusión

Como muchos proyectos, por ahora está resuelta la parte técnica, sin embargo queda como materia pendiente verificar algunos aspectos como:

1. Una aplicación integral de servicios existentes y componentes agregados logra hacer que los usuarios prefieran este directorio frente a otros.
2. Las ventas de un negocio incrementan gracias a la alta participación de usuarios visitando el directorio y comprando por internet en el mismo.
3. El mercado Mexicano está listo para evolucionar al consultar la información y al comprar por internet.
4. A largo plazo el directorio incrementara en México el consumo de servicios por internet.

En el marco de tiempo del presente proyecto algunas de estas incógnitas faltan por resolverse, sin embargo los aspectos técnicos han sido adecuadamente resueltos, quedando estas incógnitas para trabajos futuros.

Bibliografía

- [1] Bravo, A. G. (2009). *PHP5 a través de ejemplos* (1era Edicion ed.). Mexico DF: Alfaomega.
- [2] Garcia, A. a. (2010). *HTML5*. Anaya: Anaya Multimedia.

- [3] Jones, S. k. (2009). *Business-to-Business Internet Marketing* (5th Edición ed.). Hutchinson: Maximun Press.
- [4] Katz, B. B. (2010). *jQuery in Action* (Segunda Edicion ed.). Greenwich: Manning.
- [5] Traver, K. C. (2009). *e-commerce negocios, tecnología, sociedad* (4ta Edicion ed.). (A. V. Elizondo, Trad.) New York: Pearson Educacion.
- [6] INEGI. (2001). Inegi. Obtenido de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/metodologias/MODUTIH/MODUTIH2013/MODUTIH2013.pdf
- [7] Alvarez, M. A. (02 de 01 de 2014). *Desarrollo Web* . Recuperado el 27 de 08 de 2015, de Desarrollo Web: <http://www.desarrolloweb.com/articulos/que-es-mvc.html>