

**UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA**  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN  
DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



## **Análisis de la información de tiendas online que venden complementos**

### **TRABAJO DE FIN DE GRADO**

Trabajo presentado por D. Isabel Gamito Suárez para la obtención del título de grado en Comunicación Audiovisual bajo la dirección del profesor D. M<sup>a</sup> del Rosario Fernández Falero

BADAJOS  
2017/18

## **Análisis de la información de tiendas online que venden complementos**

Trabajo presentado por D. Isabel Gamito Suárez para la superación de la asignatura *Trabajo Fin de Grado* (Código 500381), del título de grado en Comunicación Audiovisual, curso 2017/18 bajo la dirección de D.Mª del Rosario Fernández Falero, profesor del Departamento de información y comunicación de la Universidad de Extremadura.

El alumno

Vº Bº del Director

Fdo. Isabel Gamito Suárez

Fdo. Mª del Rosario Fernández Falero.

## **Resumen**

### **Análisis de la información de tiendas online que venden complementos**

Este proyecto de fin de grado está compuesto por un estudio comparativo de mercado. En concreto, hemos analizado la información desde el punto de vista del cliente/usuario. El análisis se ha llevado a cabo en tienda de moda para la mujer, nos hemos fijado principalmente en aquellas que se dediquen a la venta de complementos. Nos hemos guiado de diferentes estudios, documentos y libros de textos. Uno de los más importantes, y que ha sido la guía para llevar a cabo nuestra metodología es el elaborado por el grupo de investigación Sapiencia de la UEX.

Como conclusión a partir de los resultados obtenidos hemos propuesto un proyecto propio de tienda online, que recoge toda las características que consideramos idóneas para elaborar una tienda online. Algunas de estas características son por ejemplo una tipología clara y fácilmente legible, que sea una página web práctica etc. Para ello debemos tener en cuenta qué colores usar para nuestra web así como la organización entre otros elementos.

## ÍNDICE GENERAL

Índice de figuras.....	2
Índice de tablas.....	3
Siglas y acrónimos .....	4
1. Introducción .....	5
2. Objetivos .....	6
3. Marco teórico.....	7
3.1. Definición de comercio electrónico.....	7
3.2. Tipos de comercio electrónico.....	8
3.3. El comercio electrónico: la figura del consumidor.....	10
4. Material y método .....	10
4.1. Objeto de estudio:.....	11
4.2. Búsqueda de la información: .....	11
4.3. Análisis de los sitios online .....	12
5. Análisis .....	19
6. Discusión .....	23
6.1. Fase 1.....	23
6.2. Fase 2.....	26
6.3. Fase 3 (Contenidos comerciales).....	29
6.4. Fase 3 (Contenidos corporativos).....	32
6.5. Fase 4.....	35
7. Conclusión .....	38
8. Elaboración de la tienda virtual .....	40
9. Bibliografía .....	49
Anexo nº1. Direcciones de tiendas online.....	52
Anexo nº 2. Análisis de direcciones web .....	55

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Business to business. Fuente: (González, 2014) .....	8
Figura 2: Bussiness to Costumer. Fuente: (González, 2014).....	9
Figura 3: Costumer to Business. Fuente: (González, 2014) .....	9
Figura 4: Costumer to Costumer. Fuente: (González, 2014).....	9
Figura 5: Ilustración de una página web. Fuente: (Anedecoco (2017)).....	24
Figura 6: ¿Qué páginas utilizan un lenguaje sencillo? Fuente: (elaboración propia).....	25
Figura 7: Composición de una página web. Fuente: ( <a href="https://cursoweb20.net/2012/05/30/paginas-web-definicion-y-estructura/">https://cursoweb20.net/2012/05/30/paginas-web-definicion-y-estructura/</a> ).....	28
Figura 8: <i>Logotipo de Minako</i> . Fuente: elaboración propia.....	41
Figura 9: <i>Logotipo de Minako más su identificador</i> . Fuente: elaboración propia.....	41
Figura 10: <i>Logotipo de Minako versión web</i> . Fuente: elaboración propia.....	42
Figura 11: <i>Tipografía maxwell regular</i> . Fuente: elaboración propia.....	42
Figura 12: <i>Tipografía mistral regular</i> . Fuente: elaboración propia.....	43
Figura 13: <i>Sección tienda</i> . Fuente: elaboración propia.....	44
Figura 14. <i>Página detalle del producto</i> . Fuente: elaboración propia.....	45
Figura 15. <i>Sección nosotros</i> . Fuente: elaboración propia. ....	46
Figura 16. <i>Sección preguntas</i> . Fuentes: elaboración propia. ....	47
Figura 17. <i>Sección contacto</i> . Fuente: elaboración propia. ....	48

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Primera fase. Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011).....	13
Tabla 2: Segunda fase. Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011) .....	14
Tabla 3: Tercera fase (contenidos comerciales). Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011).....	15
Tabla 4: Tercera fase (contenidos corporativos). Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011).....	16
Tabla 5: Cuarta fase. Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011).....	18
Tabla 6: Análisis-Primera fase colores del menú.....	19
Tabla 7: Análisis-Primera fase .....	20
Tabla 8: Análisis-Segunda fase.....	20
Tabla 9: Análisis- Segunda fase tipos de menú .....	21
Tabla 10: Análisis- Tercera fase (contenidos comerciales) .....	21
Tabla 11: Análisis-Tercera fase (contenidos corporativos) .....	21
Tabla 12: Análisis-Cuarta fase .....	22

## SIGLAS Y ACRÓNIMOS

B2B	Business to business
B2C	Business to costumer
C2B	Costumer to business
C2C	Costumer to costumer
UEX	Universidad de Extremadura
URL	Uniform resource locator
SSL	Secure sockets layer
PDF	Portable document format
DNI	Documento nacional de indentidad
HSB	Hue, saturation, srightness
CMYK	Cyan, magenta, yellow, key
WWW	World wide web
HTTPS	Hyper text transfer protoco

## 1. INTRODUCCIÓN

Vivimos rodeados de tecnología, crecemos con la televisión, nos comunicamos e interaccionamos prácticamente a través de la pantalla de nuestro móvil, ordenador o cualquier dispositivo electrónico.

Pero es Internet quien controla nuestras vidas, Castells (2001) dice que *“Internet es el tejido de nuestras vidas”* y es que en los últimos años todo lo que hacemos está relacionado con este medio. Porque nos permite comunicarnos desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento.

No sólo a nivel de usuario. Muchas empresas encuentran en Internet una nueva manera de darse a conocer y de poder distribuir productos y servicios a cualquier parte del planeta, a través del comercio electrónico.

Este es un mundo muy competitivo ya que existen muchas facilidades a disposición de cualquier usuario para montar una tienda online, con costes muy bajos. Nos podemos encontrar diferentes plataformas gratuitas diseñadas únicamente para poder crear tiendas online. Una de ellas es Wix (2017) como vemos en su página es *“una plataforma líder en desarrollo web, basada en el sistema “en la nube”, con millones de usuarios”*. Para construir un sitio online con estas plataformas no es necesario saber programar puesto que está pensada para que cualquier usuario pueda manejarlo sin problemas.

Por otra parte para poder crear una tienda física se requiere una gran inversión de dinero y en comparación llegas a un menor número de clientes, el consumidor de a pie.

Según Gómez (2001) podemos decir que el comercio electrónico es un recurso muy útil ya que nos permite distribuir los productos a cualquier lugar del mundo. Además nos ahorramos los costes de los diferentes intermediarios por lo tanto los precios son más bajos y también se elimina cualquier tipo de desplazamiento por parte del cliente.



Esta facilidad a la hora de crear una tienda online favorece el exceso y fragmentación de muchos comercios del mismo tipo en la red. Es decir, hay un exceso de información a la que el usuario debe hacer frente.

Por su parte Rodríguez (2000) comenta que el usuario o consumidor es quién decide cuanto tiempo desea gastar en una tienda online. El vendedor pasa a un segundo plano; en este caso no lleva el control de la venta, y es el usuario el que decide el tiempo que desea pasar en un sitio web. Por eso en esta sociedad de la información donde prima el exceso de contenidos en la red. Las empresas que formen parte de esta trama de comercialización virtual deben destacar del resto, deben estudiar el mercado online para ser únicos y diferenciarse de la competencia para que el consumidor se quede en la tienda online.

Nosotros vamos a analizar la presencia de tiendas electrónicas en la web centrándonos en aquellas que vendan complementos de mujer para celebraciones. Este trabajo es un proyecto de naturaleza profesional, donde estudiaremos el comercio electrónico y el comportamiento del cliente ante esta innovadora forma de comprar.

## **2. OBJETIVOS**

En este trabajo tenemos como objetivo analizar la información de tiendas online que distribuyan complementos para la mujer, como son cinturones de flores, cinturones de cordón de seda, tocados... Es decir, complementos orientados para algún tipo de celebración como por ejemplo los usados en bodas, comuniones, bautizo, etc.

Este análisis lo realizaremos desde el punto de vista del usuario/cliente en la red e indagaremos en todos los rincones de la web. Nos adentraremos en cada una de las tiendas online que vendan complementos y analizaremos los sitios web con una metodología concreta.

Se ha decidido analizar las tiendas online que distribuyan complementos online porque es un tema de interés por parte del autor de este trabajo. Debido a que en un futuro le gustaría abrir una tienda online donde distribuir este tipo de

complementos. Y antes de llegar a ese punto hay que estudiar a la competencia, pero sobre todo estudiar el comercio electrónico desde el punto de vista del usuario.

Ponernos en la piel del cliente y estudiar su comportamiento antes este tipo de información, porque como comenta Rodríguez (2000) el cliente es la parte activa a la hora de seleccionar a qué información quiere prestar atención y a cuál no en una página web.

Por tanto nuestros objetivos son:

1. Buscar tiendas online, con sede en España, donde vendan complementos orientados a la mujer. Y elaborar un listado para después analizarlas.
2. Analizar el comercio electrónico.
3. Estudiar las tiendas online según una metodología concreta. Este estudio se realizará desde el punto de vista del cliente, y ver cómo este se enfrenta a la información y a los contenidos online.
4. Extraer, analizar y comparar todos los datos.

### **3. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1. Definición de comercio electrónico**

Hoy día estamos en una época de crisis y el comercio electrónico te evita invertir en materiales tangibles, como sucede con el comercio tradicional, que tienes que hacer una fuerte inversión en los inicios porque debes tener una tienda física y todo lo que conlleva amueblarla.

Además las nuevas generaciones conviven con los medios electrónicos y tienen asimilado el concepto de intangible, por tanto el comercio electrónico es un modelo de negocio a tener en cuenta hoy día.

Según González (2014) el comercio electrónico es un intercambio entre el vendedor y el comprador a través de medios electrónicos. Nos olvidaríamos de ir a una tienda física e interactuar con el vendedor, únicamente nos valdríamos del medio en el que realizásemos la compra online.

A diferencia del comercio tradicional el comercio electrónico abarca una amplia gama de medios tecnológicos y de comunicaciones para distribuir los productos. Por ejemplo ventas a través de las redes sociales, por intercambios de mensajería en correos electrónicos etc.

Por otra parte Gómez (2001) destaca dos características muy importantes a tener en cuenta del comercio electrónico:

- Tiene un carácter transnacional
- Y una naturaleza interdisciplinar

Esto se debe a que en Internet no tenemos fronteras, podemos comprar productos de China desde Aliexpress (2017) estando en España sentados en nuestro sofá.

Aunque también implique un riesgo legal porque el ciberespacio no está sujeto a una legitimidad concreta. Pero este aspecto en vez de ser negativo para los empresarios es un factor a explotar porque pueden ofrecer sus productos sin depender de un mercado geográfico concreto.

### 3.2. Tipos de comercio electrónico

Según González (2014) las categorías del comercio electrónico se centran en la relación que se establece entre la empresa y el consumidor. A continuación, vamos a explicar detalladamente cada una de estas categorías según el punto de vista del mismo autor.

#### **B2B: *Business to business***

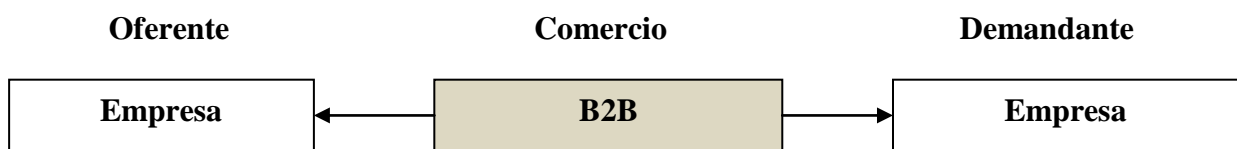


Figura 1: Business to business. Fuente: (González, 2014)

Es cuando las empresas hacen un intercambio comercial sin que en él intervengan consumidores; de empresa a empresa.

### **B2C: *Business to Costumer***

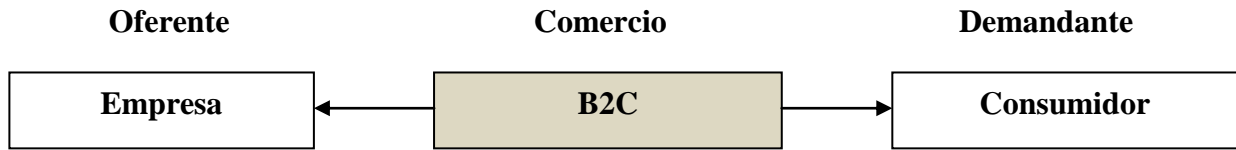


Figura 2: Bussiness to Costumer. Fuente: (González, 2014)

Este es el tipo de comercio electrónico más conocido. En el intercambio comercial intervienen la empresa y el consumidor. No existen intermediarios, la empresa pone directamente a disposición de los consumidores finales los productos.

### **C2B: *Costumer to Business***

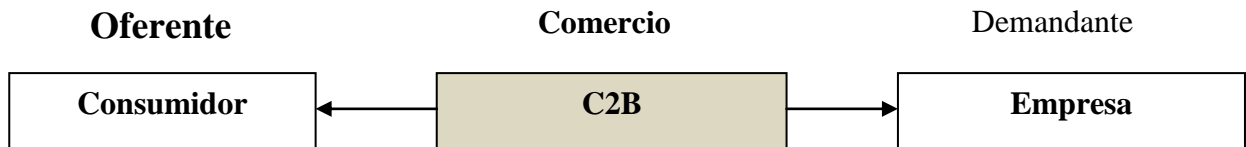


Figura 3: Costumer to Business. Fuente: (González, 2014)

El intercambio comercial es fijado inicialmente por un consumidor o grupo de consumidores a la empresa, es este el que impone las condiciones de venta a las empresas.

### **C2C: *Costumer to Costumer***

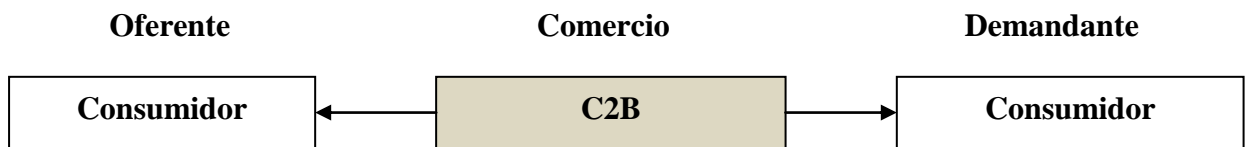


Figura 4: Costumer to Costumer. Fuente: (González, 2014)

Es el intercambio comercial entre consumidores. Este tipo de comercio ya existía antes del comercio electrónico; un ejemplo serían los rastros. Realizan el papel de compradores y vendedores. Algunos ejemplos de comercio C2C son: ebay, ibazar etc.

### **3.3. El comercio electrónico: la figura del consumidor**

Debido al cambio de contexto en comparación con el comercio tradicional, el consumidor del comercio electrónico se le atribuye unas características diferentes.

González (2014) destaca que el consumidor tiene a su disposición una gran cantidad de información, Internet es un mercado que te ofrece infinidad de opciones.

Además de jugar un papel destacable en el intercambio online de contenidos. Porque el consumidor electrónico puede dejar sus opiniones acerca de una compra que haya realizado en foros, blogs u otras plataformas. Este empieza a tomar conciencia del poder que puede generar su opinión en una compra online.

A los consumidores les gustaba intercambiar información con otros usuarios online y así contractar información. Podemos decir también que el cliente online no es un cliente fiel a una tienda concreta, como sucede con el comercio tradicional que suelen ir a comprar en los mismos locales. Por otro lado en el comercio online no conoces al vendedor por tanto el sentimiento de compromiso hacia esa persona no existe y al haber tanta oferta en la web lo que prima por ejemplo es el precio más bajo.

En definitiva el cliente no tiene que adaptarse a una oferta delimitada según su zona geográfica como sucede con el consumidor tradicional. El usuario online tiene una infinidad de productos en la nube que puede analizar y comparar para realizar su compra.

## **4. MATERIAL Y MÉTODO**

En este trabajo se han buscado comercios electrónicos que vendiesen complementos para la mujer. La búsqueda y recuperación de esta información ha sido realizada entre 09-01-2016 y el 30-04-2017. Generalmente todas estas tiendas online estaban centradas en venta de ropa para mujer o complementos; orientados únicamente al sector femenino. Esta búsqueda se ha realizado principalmente a través de una red social que se llama Facebook (2017) y el buscador Google (2017).

#### 4.1. Objeto de estudio:

España es el país en el que se centra la búsqueda, debido a que es el lugar donde se realiza el estudio.

Se ha optado en este trabajo a analizar la información de aquellas tiendas que venden complementos hechos a mano, así como tocados o cinturones utilizados en bautizos, comuniones, bodas etc. Es decir complementos que son usados generalmente por el sector femenino en alguna festividad.

Este es un tema de interés por parte del investigador, debido al deseo de crear en un futuro su propia marca de complementos hechos a manos y distribuirlos en este tipo de tiendas. Además de contar con la experiencia de trabajar realizando algunos complementos para tiendas en Badajoz. Por tanto resultaba bastante atractivo analizar a la competencia y extraer información acerca de este campo de estudio de cara al futuro.

#### 4.2. Búsqueda de la información:

La búsqueda de la información para este estudio fue a través de Internet:

##### - **Facebook**

En la actualidad *Facebook* está sirviendo de escaparate y venta para muchas tiendas online. La primera etapa ha sido buscar una tienda concreta de Badajoz. En la cual sabíamos que se distribuían complementos hechos a mano en esta red social, y a partir de ella nos han ido apareciendo sugerencias de otros perfiles similares.

La segunda etapa se centraba en seleccionar solo aquellas tiendas que distribuyeran complementos. Nos interesaban únicamente aquellas que tuvieran un portal online de venta. Porque mientras se realizó la búsqueda nos dimos cuenta que muchos de estos perfiles no disponían de una página web para la venta de sus artículos, pero sí utilizaban esta red social para vender estos complementos.

Una vez que seleccionamos las tiendas de nuestro interés fuimos anotando aquellas con una sede en España. Posteriormente recabamos toda la información

necesaria para su análisis. Es decir apuntamos sus direcciones web y otros datos de interés que nos facilitase su estudio.

#### - **Google**

*Google* es una herramienta mundialmente conocida por ser un buscador entre otras funciones. Para buscar contenidos en este medio tenemos que introducir las palabras claves en un cuadro de búsqueda y nos salen multitud de resultados con datos relacionados.

En nuestro caso escribimos palabras claves como son: cinturones de flores, complementos hechos a mano, tocados mujer, cinturones cordón de seda etc. Cuando introduces estas palabras te salen muchos sitios. Así que fuimos pulsando según el orden que iban apareciendo y anotando aquellos que nos interesaban.

### **4.3. Análisis de los sitios online**

Para realizar el análisis de cada una de las tiendas online se ha tenido en cuenta el trabajo realizado por M<sup>a</sup> del Rosario Fernández Falero como podemos observar en su estudio del “Comportamiento humano de la información comercial: teleformación en España” (Fernández Falero y Peral, 2011).

Vamos a realizar la misma metodología para el análisis de nuestras tiendas online. Vemos que Fernández Falero y Peral (2011) primero parten desde una búsqueda de direcciones online, este análisis lo realiza pensando siempre en las necesidades que tiene el usuario online. Una vez tenidas en cuentas dichas necesidades establece un formulario con una serie de características a analizar.

Según en el estudio de Fernández Falero y Peral (2011) este formulario o ciclo de compra está dividido en distintas fases:

En la *primera fase* se analizará el aspecto de la página, lo primero que vemos cuando nos metemos en una página web y aquello que más nos llama la atención, si contiene fotos, los colores que utilizan etc. Todos aquellos aspectos que captan la atención y atraen al usuario online a seguir profundizando en el sitio web.

- **Primera fase**

Tabla 1: Primera fase. Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011)

<b>PRIMERA FASE</b>		
<b>Características a analizar</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cómo realizar el análisis</b>
■ <b>Colores</b>	Determinar el color predominante de la página	Indicar el color que se utiliza en el menú de la página de entrada
■ <b>Fotos, animaciones</b>	Si la página web incluye fotos, dibujos, animaciones. Es decir si contiene alguna imagen de sus productos o asociadas a su web	Indicar si incluye fotos en cualquiera de sus páginas, así como dibujos y animaciones
■ <b>Idiomas</b>	Si te permite seleccionar el idioma al inicio, sin necesidad de navegar por un idioma desconocido	Señalar si facilita la consulta en otros idiomas
■ <b>Tipo de lenguaje</b>	Si utiliza un lenguaje sencillo y accesible para un gran número de personas, sin abusar de tecnicismos y con una estructura sencilla	Señalar si utilizan un lenguaje claro y sencillo
■ <b>Accesibilidad para discapacitados</b>	Si encontramos apoyos audiovisuales para personas con discapacidades	Indicar si hay materiales de apoyo para personas con discapacidades



En la *segunda fase* se hace un análisis más consciente, ya no es solo lo que vemos a simple vista, sino que nos fijamos en la usabilidad de la página web y en que sea lo más intuitivo y sencillo a la hora de navegar.

- **Segunda fase**

Tabla 2: Segunda fase. Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011)

<b>SEGUNDA FASE</b>		
<b>Características a analizar</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cómo realizar el análisis</b>
■ <b>Tiempo de descarga</b>	Fijarnos si el tiempo de cargar de la página no supera los 10 segundos	Tiempo que tarda en abrir la página (debe ser inferior a 10s.)
■ <b>Estructura de la información</b>	Si la información de la página está estructurada mediante un índice o menú	Indicar si contiene algún tipo de menú, ya sea horizontal, vertical etc.
■ <b>Nº de clic para comprar</b>	Que no sea necesario realizar más de tres clics para acceder a cualquier información	No superar tres clics para acceder al producto (desde la página de entrada)
■ <b>Estado de los enlaces</b>	Comprobar que todos los enlaces estén activos y funcionen correctamente, además de otras aplicaciones que hubiese	Indicar que todos los enlaces funcionen correctamente en todo el proceso de la compra

<p>■ <b>Si posibilita la personalización</b></p>	<p>Si la página web te permite editar y personalizar la web al gusto del usuario que realice la compra</p>	<p>Si te permite ajustar o cambiar el color de la página web u otros tipos de ajustes de personalización</p>
<p>■ <b>Motor de búsqueda</b></p>	<p>Si te permite buscar información concreta a través de un motor de búsqueda.</p>	<p>Si incluye un motor de búsqueda</p>

En la *tercera fase* se procede a reunir y evaluar la información de la página web, por ejemplo todo aquello que esté relacionado con el contenido comercial. Es decir, información concreta sobre lo que queremos comprar. Si incluye una descripción detallada del producto, si nos indican el precio o algún otro tipo de contenido relacionada con la información de la web.

Por otra parte también destacaremos aquellos contenidos relacionados con la empresa por ejemplo si contiene un logotipo, el nombre de la empresa sus objetivos etc.

- **Tercera fase (contenidos comerciales)**

Tabla 3: Tercera fase (contenidos comerciales). Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011)

<b>TERCERA FASE</b> <b>(contenidos comerciales)</b>		
<b>Características a analizar</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cómo realizar el análisis</b>
<p>■ <b>Presentación del producto</b></p>	<p>Si el producto contiene datos que lo presenten, como son el nombre o la marca</p>	<p>Indicar si el producto incluye su nombre o la marca</p>

■ <b>Descripción del producto</b>	Si el producto incluye a su lado una breve descripción	Indicar si tiene una descripción
■ <b>Proporciona un catálogo de los productos</b>	Si nos facilita una página o archivo con fotos de todos los productos en general	Catálogo con fotos de los productos
■ <b>Proporciona links con información relacionada</b>	Si proporciona enlaces relacionados, ya sea información adicional sobre las marcas que distribuyen u otros contenidos.	Links relacionados
■ <b>Si el producto incluye el precio</b>	Si se incluye el precio al lado del producto	Precio del producto

Tabla 4: Tercera fase (contenidos corporativos). Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011)

<b>TERCERA FASE(contenidos corporativos)</b>		
<b>Características a analizar</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cómo realizar el análisis</b>
■ <b>Información sobre la empresa</b>	Si incluye los datos de la empresa. Contenidos como su historia, la misión, visión u objetivos	Indicar si incluye esa descripción de la empresa
■ <b>Logotipo o marca</b>	Si contiene el logotipo de la empresa o la marca en la página de entrada	Señalar si contiene el logotipo o marca

<p>■ <b>Posibilidad de suscripción</b></p>	<p>Si te permite suscribirte en algunas plataformas o redes sociales para conseguir información adicional</p>	<p>Indicar la posibilidad de suscripción para conseguir información</p>
<p>■ <b>Fecha de la última foto en la página web</b></p>	<p>Fecha de publicación de la última foto en la página web</p>	<p>Indicar si nos muestra la última vez que han publicado un elemento en la página web</p>
<p>■ <b>Proporciona información de contacto o atención al cliente</b></p>	<p>Si la empresa proporciona algún tipo de información de contacto o atención al cliente por si surge algún problema</p>	<p>Información de contacto</p>
<p>■ <b>Incluye mapa de localización</b></p>	<p>Si incluye algún mapa con la localización de la tienda física o URL de sus sitios online como las redes sociales</p>	<p>Indicar si contiene información sobre la localización física u online</p>

La *cuarta fase* hace referencia al proceso de la compra y a todos aquellos elementos y características que favorecen a la fiabilidad de la empresa y sus productos. Elementos que nos hacen sentir seguros en su página web y nos hacen volver. Como por ejemplo mensajes de seguridad o facilidades de pago y confidencialidad.

- Cuarta fase

Tabla 5: Cuarta fase. Fuente: (Fernández Falero y Peral, 2011)

CUARTA FASE		
Características a analizar	Descripción	Cómo realizar el análisis
■ <b>Certificado de seguridad</b>	Si la página tiene una certificación de seguridad (SSL), o número de referencia del producto	Indicar si contiene dicho certificado
■ <b>Si incluye formulario de reserva</b>	Si la página web dispone de un formulario para reservar los productos	Si contiene formulario de reserva
■ <b>Si incluye formulario de compra</b>	Si la página web contiene un formulario de compra, donde debes incluir todos tus datos personales antes de proceder al pago del producto	Si incluye un formulario de compra
■ <b>Mensaje de seguridad</b>	Si incluye algún un mensaje de seguridad que te promete la protección de datos personales y/o bancarios	Mensaje de seguridad para realizar la compra
■ <b>Valoración de otros usuarios</b>	Si en el sitio web donde realizas la compra aparecen comentarios de otros compradores explicando su experiencia con la compra	Comentarios y valoraciones de otros usuarios de la web

<p>■ <b>Ofrece facilidades de pago</b></p>	<p>Si incluye varias formas de pago distintas (tarjeta de crédito, paypal, otros)</p>	<p>Señalar si incluye varias formas de pago</p>
--	---	---

## 5. ANÁLISIS

Una vez buscadas las 60 tiendas realizamos el análisis. Este es representado mediante tablas, como vemos a continuación. Lo hemos separado por las distintas fases según las fases del ciclo de compra.

Hemos ido contestando a las preguntas de cada fase indicando con números solo el total de tiendas que cumplen los requisitos de cada pregunta. Por ejemplo en nuestro análisis solo 42 tiendas de las 60 analizadas tienen el menú de color blanco, por tanto hemos escrito el número 42 en la celda correspondiente (tabla 6).

O como vemos en la tabla 7 en la pregunta de si ¿Incluye fotos u animaciones? Hemos indicado con un número el total de tiendas que si las incluye y el restante que no las incluyen. Por ejemplo en este caso las 60 tiendas sí tienen foto y 0 tiendas no tienen fotografías.

Tabla 6: Análisis-Primera fase colores del menú

Primera fase - ¿Color del menú?							
Blanco	Gris	Transparente	Negro	Verde	Trama de flores	Rosa	NO
42	10	3	1	1	1	1	1

Tabla 7: Análisis-Primera fase

<b>Primera fase</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
¿Incluye fotos u animaciones?	60	0
¿Facilita la elección de idiomas?	1	59
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	58	2
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	0	60

Tabla 8: Análisis-Segunda fase.

<b>Segunda fase</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	59	1
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	60	0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	57	2
¿La web posibilita la personalización?	0	60
¿Tiene motor de búsqueda?	42	18

Tabla 9: Análisis- Segunda fase tipos de menú

<b>Segunda fase</b>	<b>Horizontal</b>	<b>Vertical</b>	<b>Ninguno</b>
Tipo de menú	59	0	1

Tabla 10: Análisis- Tercera fase (contenidos comerciales)

<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
¿Presentación del producto/marca?	60	0
¿Incluye descripción del producto?	53	7
¿Proporciona catálogo de los productos?	60	0
¿Tiene links con información relacionada?	48	12
¿El producto incluye el precio?	60	0

Tabla 11: Análisis-Tercera fase (contenidos corporativos)

<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
¿Incluye información sobre la empresa?	54	6
¿Contiene el logotipo o marca?	60	0
¿Posibilita la suscripción?	46	14
¿Fecha de publicación de la última foto?	0	60



¿Proporciona información de contacto?	60	0
¿Tiene mapa de localización?	28	32

Tabla 12: Análisis-Cuarta fase

<b>Cuarta fase</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
¿Tiene certificado de seguridad?	15	45
¿Incluye formulario de reserva?	0	60
¿Contiene formulario de compra?	60	0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	1	59
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	3	57
¿Ofrece facilidades de pago?	59	1

## 6. DISCUSIÓN

A continuación vamos a extraer conclusiones de los datos recogidos en nuestro análisis. La discusión se va a llevar a cabo por fases (anteriormente expuestas).

### 6.1. Fase 1.

En esta primera fase se estudiará el aspecto de la página web. Y si esta cumple con las exigencias del usuario. Descubriremos si las tiendas online satisfacen las necesidades del cliente. Se procede por tanto a visitar las tiendas online y analizar el aspecto de la web como son los colores, si incluye fotos etc. (Pestana, 2014).

- **Color de menú**

Como se puede observar en la tabla 6 la mayoría de las tiendas utilizan para sus menús los tonos claros, siendo el blanco el color más usado. Podemos destacar que: el blanco ha sido elegido por unas 42 tiendas, el tono gris por 10 tiendas, el transparente por 3, el negro por 1, el verde por 1, la trama de flores por 1 y el rosa por 1.

La elección de los colores es un factor muy importante en la imagen que damos a los clientes. Cuando creamos un sitio online debemos tener en cuenta el contraste de los colores. Combinar colores claros y oscuros para resaltar unas zonas de otras sirve para llamar la atención del cliente (PenHolder, 2008).

Nos hemos dado cuenta que la mayoría de las tiendas online utilizan el color blanco como fondo con letras en tonos oscuros; principalmente usan el color negro o la gama de grises. Esta combinación genera contraste lo que facilita así una mejor legibilidad por parte del usuario (PenHolder, 2008).

- **¿Incluye fotos u animaciones?**

Todas las tiendas (tabla 7) seleccionadas han utilizado fotos u animaciones en sus páginas. Las 60 páginas utilizan principalmente imágenes de sus productos,

hemos visto que muchas de estas páginas se valen de modelos femeninos para exponer sus complementos.

Según González (2014) es vital que los productos de una tienda web estén claramente presentados, para que el sitio sea considerado un lugar fiable. Que transmita seriedad y confianza, para que el usuario decida quedarse y seguir navegando por la página.

- **¿Facilita la elección de idiomas?**

De las 60 tiendas analizadas sólo en 1 de ellas hemos visto que funcione correctamente la elección de otros idiomas (tabla 7). La mayoría de las tienda estás íntegras redactadas en español.

La opción de elección de idiomas de esta página la encontramos en la parte superior derecha con tres iconos con la bandera que representa cada idioma: español, inglés y vasco (como vemos en la figura 5).

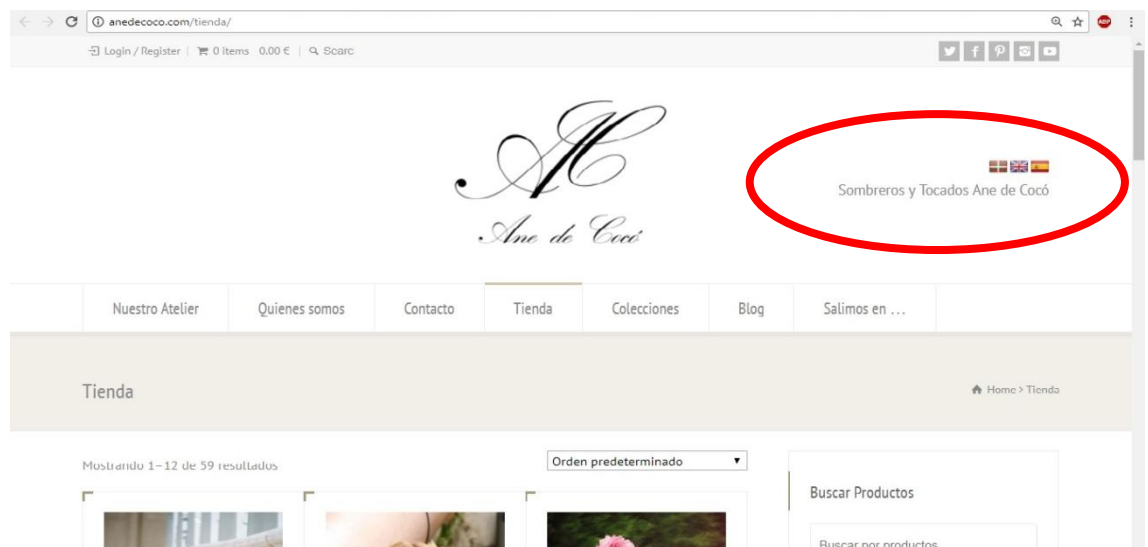


Figura 5: Ilustración de una página web. Fuente: (Anedecoco (2017))

González (2014) destaca el concepto de accesibilidad de una página web. Internet es un medio en el que navegan personas de todo el mundo y por tanto hablan distintos idiomas.

En definitiva hay que tener en cuenta todos los elementos necesarios para facilitar al usuario la navegación y que compre con comodidad. Todas las personas deberían de acceder con igualdad de condiciones a los contenidos. No debería de existir ningún tipo de limitación ya sea del lenguaje o de otro tipo.

- **¿Utiliza un lenguaje sencillo?**

Todas las páginas tienen un lenguaje sencillo y entendible. Sin embargo del total de las 60 tiendas (tabla 7) solo 2 de ellas tienen elementos que dificultan su comprensión. Por ejemplo mezclan dos idiomas, sin tener la opción en la página de elegir un idioma u otro. Por lo que resulta irritante para el cliente. Hay palabras que desconoce, lo que favorece a que el cliente abandone el lugar.

No se deben mezclar idiomas y hay que utilizar un lenguaje enfocado al cliente. Debemos evitar por otro lado tecnicismo. Usar un vocabulario accesible para el comprador y nunca enfocado a la empresa (González, 2014).

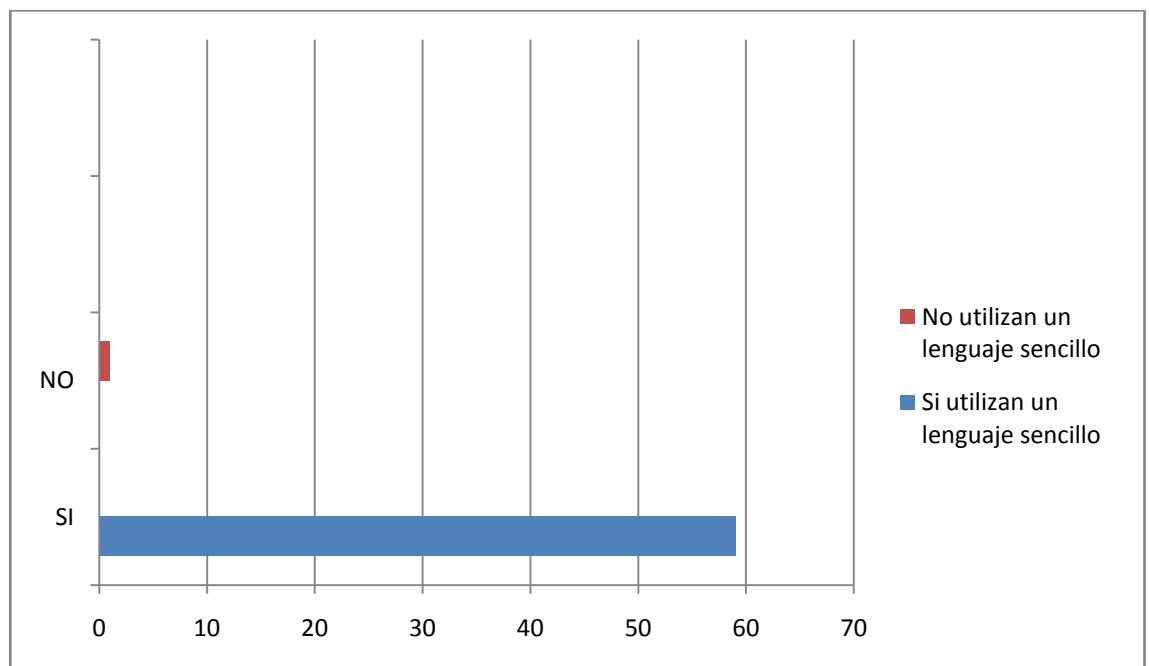


Figura 6: ¿Qué páginas utilizan un lenguaje sencillo? Fuente: (elaboración propia)

- **¿Dispone de apoyo a discapacitados?**

Ninguna de las páginas dispone de apoyo a discapacitados (tabla 7) Venegas y Mansilla (2005) comentan que hay muchas páginas con falta de accesibilidad además de apoyo que puedan compensar esta falta.

Consideramos apoyo a cualquier aplicación, programa o dispositivo que facilite la navegación a personas con necesidades especiales. La ausencia de este apoyo podría generar la pérdida de usuarios y por lo tanto menos ventas.

Hemos observado que las páginas están principalmente diseñadas para navegar utilizando el sentido de la vista, lo que puede limitar el acceso a usuarios con algún déficit en la visión. La once considera que *“El 80% de la información necesaria para nuestra vida cotidiana implica el órgano de la visión”* (Once, 2017).

Y aquellos usuarios que presenten algún déficit de este sentido les sería difícil comprar en una tienda online donde todo el proceso de compra es utilizando la visión.

Resultaría interesante introducir algunos elementos que complementen a este tipo de discapacidad como buscadores a través de reconocimiento por voz o elementos de apoyo auditivo, que reduzcan esta limitación.

## **6.2. Fase 2**

Como comenta Pestana (2014) en esta segunda fase nos centramos en aquellos elementos que nos faciliten buscar información en las páginas web. Que contenga un menú o que disponga de un buscador hace que podamos reunir información sobre el producto que queremos comprar.

- **¿El tiempo de descarga es inferior a 10 segundos?**

El tiempo de descarga de la mayoría de las tiendas es inferior a 10 segundos, solo una de ellas (tabla 8) presenta un tiempo de descarga superior a los 10 segundos. Se estima que el tiempo de descarga de las tiendas es de entre 3 y 8 segundos.

Es un factor que aunque no lo parezca es muy importante. Según López (2015) “*Se dice que el 40% de los visitantes cierran una web si tarda más de 2 segundos en cargar*”.

Hacer esperar a los usuarios puede desembocar a que se dirijan a otras páginas web para realizar sus compras. Proporcionando una mala imagen.

- **¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?**

Todas las tiendas que hemos analizado te permiten acceder a los productos en menos de tres clics (tabla 8). Son tiendas muy básicas con una navegación sencilla e intuitiva. Se puede acceder al catálogo online de productos en casi todas ellas desde el menú de la página de inicio.

Además González (2014) afirma la importancia de “*la regla de los tres clics*” es decir que con un máximo de tres clics podemos ir a cualquier sitio de la página web. Haciendo así más cómoda la navegación a los clientes.

- **¿Los enlaces funcionan correctamente?**

Una de las primeras razones para que el usuario abandone una página web es la existencia de enlaces rotos. No tener una tienda online actualizada implica perder dinero y clientes (Sánchez, 2015).

En nuestro estudio solo 2 páginas web han mostrado enlaces rotos del total de las 60 tiendas analizadas (tabla 8).

El cliente puede pensar que durante la compra se le produzca algún fallo y le lleve a perder su dinero, por tanto antes de que suceda deciden irse a otro sitio.

- **¿La web posibilita la personalización?**

Ninguna de las tiendas online permite la personificación (tabla 8). Es decir te puedes mover cómodamente en todas las webs pero no puedes adaptar ninguna a tus gustos personales, ya sea cambiar algún color o el tipo de letra para que sea más cómodo a la lectura etc.

- **¿Tiene motor de búsqueda?**

De las 60 tiendas; 48 presentan motor de búsqueda; las 18 restantes carecen de él (tabla 8).

Como comenta González (2014), que una página web integre buscador hace que facilite y mejore el proceso de navegación. Permite a los usuarios localizar productos concretos de una manera rápida y sencilla.

También es interesante, que en el momento de la búsqueda si no está disponible el producto deseado, que muestren otros productos relacionados. De esta manera el usuario no tiene una sensación de mal funcionamiento.

La presencia de un buscador es un factor positivo para facilitar las ventas.

- **¿Incluye menú? ¿Tipo?**

Todas las páginas web; a excepción de 1, cuentan con un algún tipo de menú (tabla 9). En nuestro estudio podemos destacar que el menú predominante es el horizontal.

La página web debe de estar estructurada de una forma sencilla, limpia, simple e intuitiva para el cliente. El usuario debe acceder de una forma rápida, para ello es conveniente que el catálogo de los productos sea visible a primera vista.

Según González (2014) una página web está compuesta por varias zonas como vemos en la figura 9, son:

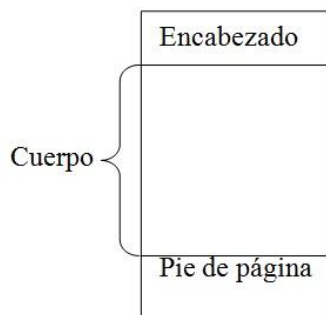


Figura 7: Composición de una página web. Fuente: (<https://cursoweb20.net/2012/05/30/paginas-web-definicion-y-estructura/>)

- **Encabezado:** cómo podemos ver en la figura 7 el encabezado está en la parte superior. Este está formado por el logo de la empresa, el nombre de la tienda con es nuestro caso, información de contacto y el menú.
- **Cuerpo:** cómo podemos ver en la figura 7 el cuerpo ocupa la mayor parte de la página. En la zona de la izquierda suele contener un menú con las distintas categorías que encontramos dentro del sitio web. En el centro el contenido y en la zona de la derecha la información a destacar, por ejemplo ofertas, los productos más vendidos etc.
- **Pie de página:** suele contener enlaces externos a redes sociales, condiciones de servicio, direcciones, políticas de empresa, información de contacto es decir información complementaria (figura 7).

### 6.3. Fase 3 (Contenidos comerciales)

Nos hemos dado cuenta en nuestro análisis que todas las empresas cuidan bastante los contenidos comerciales. Los aspectos más importantes como la presentación del producto, así como el catálogo online, es decir el listado donde ver todos los productos ya sea catálogo completo o por categoría etc.

En segundo plano hemos visto que algunas tiendas; aunque un porcentaje bajo, han descuidado los contenidos comerciales. Como vemos en la tabla 10, alguna de las tiendas no incluían información relacionada. A continuación vamos a analizar más exhaustivamente los resultados de nuestro estudio de la fase 3.

- **¿Presentación del producto/marca?**

Los productos están debidamente presentados e identificados. Como vemos en la tabla 10 todos incluían una foto para ver el artículo y su nombre.

Según González (2014) *“La presentación de los productos es vital y debe transmitir seriedad, confianza y profesionalidad”*. Utilizar una foto de calidad que se vea bien el producto favorece a que el usuario se decida a comprar el producto.



- **¿Incluye descripción del producto?**

Como hemos visto en la tabla 10 solo en 7 de las páginas analizadas se ha detectado que descuidan la descripción de los productos. El restante de ellas (58 tiendas en total) si presentan una descripción la cual nos permite conocer más detalles acerca del producto que queremos comprar.

Según González (2014) la descripción del producto hay que utilizarla como una ventaja de venta, las características bien explicadas ayudan a disipar cualquier duda por parte del cliente y favorece a una compra inmediata.

- **¿Proporciona catálogo de los productos?**

El catálogo en PDF está desapareciendo. Nos hemos visto que ninguna tienda online tenga opción de descargar un catálogo de sus productos en PDF.

En cambio todas las tiendas tienen un catálogo online (tabla 10) con los productos presentados adecuadamente para su venta. González (2014) destaca dos **categorías:**

- **Por listado** → los productos están ordenados en forma de lista, es decir un producto por línea. Esta categoría te permite incluir una descripción más detallada de los elementos y ordenarlos por precio, fecha etc. El único inconveniente es que ocupa más espacio por tanto hay menos productos por página (listado dividido).
- **Por cuadrícula** → en esta categoría tenemos varias imágenes por línea. Se le da una mayor importancia a la fotografía del producto, dejando en un segundo plano la descripción. En esta categoría podemos incluir muchos más productos por página pero menos información.

En nuestro análisis la mayoría de las tiendas presentan sus artículos por cuadrícula, predominando la imagen del producto frente a su descripción.

- **¿Tiene links con información relacionada?**

De las 60 tiendas que hemos analizados 48 de ellas contenían links con información relacionada (tabla 10).

En este punto debemos destacar que las tiendas online que presentaban esta característica (la mayoría) ya incluían una opción con productos relacionados. Cuando seleccionábamos un producto para visualizar todas sus características nos aparecía, en la misma página, una opción con información relacionada. Esta información eran otros elementos que estaban en venta.

Es un apartado que nos ha gustado mucho porque incita al cliente a comprar otros artículos que complementan su compra. Además de mostrar otras alternativas que en un principio no se le hubiera ocurrido al cliente por falta de información (Ruiz, 2014).

- **¿El producto incluye el precio?**

Hemos visto que todos los productos están acompañados de su precio. El 100% de las tiendas han coincidido en incluir el coste del artículo (tabla 10). Consideramos que esta opción es muy útil para el cliente a la hora de extraer información, porque el precio es una de los datos principales por parte de los usuarios a la hora de descartar.

Según González (2014) este elemento evita que el cliente abandone su compra. Con esto no hacemos perder el tiempo a un futuro cliente potencial. Si llega al final de la compra sin conocer previamente el precio y le resulta un precio elevado, puede que el cliente se moleste y abandone el sitio. Además de quedarse con una sensación negativa de nuestra tienda. Por tanto es un aspecto positivo que el cliente desde el minuto 1 vea el coste del producto para no llevarse sorpresas futuras.

#### 6.4. Fase 3 (Contenidos corporativos)

En esta fase conoceremos más sobre quién nos venden los complementos, es decir información sobre la empresa.

- **¿Incluye información sobre la empresa?**

La mayoría de las páginas incluyen información referente a la empresa. Vemos que en todas vienen el nombre de la empresa, incluso alguna descripción breve de la empresa, qué productos venden, misión, objetivos etc. Solo 6 de las 60 analizadas no incluían suficiente información (tabla 11).

Hemos visto que la información de algunas páginas es muy escueta. Solo tienen una breve descripción de lo que venden y a lo que se dedican. Consideramos que esta misión debe ir orientada a lo que necesita el cliente, no solo decir los productos que vendes.

Tu puedes tener una tienda online y vender productos telefónicos o complementos para la mujer que pueden pasar de moda de un año a otro. Cuando describes tu misión es interesante hacerlo desde el mi punto de vista de la necesidad que puede tener un consumidor.

En definitiva no vendes un simple cinturón de flores que ahora está de moda y al año que viene no se acuerda nadie. Vendes una necesidad, una experiencia, tratamos de conseguir que el cliente se sienta bien con nuestros complementos. No vender un producto sino vender una idea enfocada a solventar las necesidades del consumidor (Armtrong, 2011).

- **¿Contiene el logotipo o marca?**

Todas las empresas contienen su logotipo o marca (tabla 11). Chaves (2005) define el logotipo como la “*versión gráfica estable del nombre de la marca*”. Es decir el logotipo es un elemento visual muy importante. Y nosotros como humanos nos resulta más fácil recordar una imagen. Por eso es necesario que las tiendas online contengan un logotipo único que marque la diferencia y destaque frente al resto de competidores.

Además la marca añade valor al producto y tiene mucho poder, porque a veces lo que vendemos no es un producto en sí, sino una marca. Por eso es muy importante tener bien cuidada nuestra marca y el logotipo.

- **¿Posibilita la suscripción?**

Subscribirte en la tienda web implica crearte una cuenta de usuario, dar tu correo y recibir información de productos o novedades de la tienda online. Además de gestionar tus compras y realizar un seguimiento de ellas.

En nuestro estudio un total de 46 tiendas del total de las 60 analizadas nos permite subscribirnos y crearnos un perfil en el sitio online (tabla 11). Este elemento es muy cómodo porque tus datos quedan guardados en el sistema, por lo que se agilizan los trámites en compras futuras.

Según González (2014) tener una base con los datos de los clientes es positivo para la empresa porque:

- Los datos quedan registrados y así ahorramos trabajo a nuestros clientes. Evitamos que pierdan el tiempo rellenando de nuevo el formulario de compra.
- Además de conocer sus gustos y poder ofrecerle durante su compra productos relacionados. Personalizando así su compra y con esto conseguir que su navegación sea más amena.

- **¿Fecha de publicación de la última foto?**

De las 60 tienda analizadas ninguna de ellas incluye la fecha de publicación de alguna fotografía (tabla 11). Es un punto interesante porque así podemos saber si las fotos de los productos de las páginas web son actualizadas en cortos periodos de tiempo, y no son artículos pasados de moda de temporadas anteriores.

- **¿Proporciona información de contacto?**

Las 60 tiendas online analizadas presentan información de contacto (tabla 11). Para el cliente tener un número de teléfono, un correo, una dirección de una tienda física etc. en la misma página resulta tranquilizador. Porque si ocurre algún problema con un pedido o duda, es reconfortante tener un sitio donde transmitir tus inquietudes.

Además González (2014) comenta que los clientes muchas veces utilizan los formularios de contacto para resolver dudas en el proceso de compra, para pedir información adicional sobre algún producto, para poner una queja, entre otras cosas. Esta interacción con el cliente ayuda a profundizar en las necesidades de nuestros consumidores. Y poder así recabar información útil para mejorar el sitio online.

- **¿Tiene mapa de localización?**

En nuestro análisis hemos visto que solo 28 tiendas online tienen mapa de localización y 32 no lo incluían (tabla 11).

Al igual que sucede con la información de contacto, el mapa de localización, es otro dato adicional para ponerse en contacto con la empresa si tenemos algún problema. Consideramos que es un punto a favor por parte de la tienda online para ganarse la confianza del cliente, aunque hemos visto en la investigación que más de la mitad de las empresas no lo tenían.

El mapa de localización añade seguridad, saber que existe un lugar físico con dependientes que pueden atender tus dudas cara a cara es reconfortante para el consumidor.

Además en el blog de la plataforma de desarrollo de páginas web conocida como [www.wix.com](http://www.wix.com) destaca 3 razones para añadir nuestra ubicación física en las tiendas online (Wixblog, 2011):

- Los clientes cuando quieren buscar un producto o servicio en un buscador ponen casi siempre el nombre del producto más la ubicación. Porque en la nube hay infinidad de productos en todo el

mundo. Si necesitas por ejemplo un fontanero siempre añades la ubicación para que esté lo más próximo al lugar que te encuentras.

- Tener una ubicación genera confianza. Los clientes se sienten seguros porque tienen un lugar físico donde resolver sus problemas.
- Por último destacan que tener un mapa web puede mejorar tu posición en los buscadores como en [www.google.com](http://www.google.com).

#### 6.5. Fase 4

En esta fase el cliente ya tiene información acerca de la empresa y los productos, por tanto solo queda la decisión de realizar la compra. Y las preguntas que contienen la fase 4 son las que nos van a ayudar a tomar esta decisión.

- **¿Tiene certificado de seguridad SLL?**

Hemos visto que de las 60 tiendas analizadas solo 15 contienen un certificado de seguridad (tabla 12), ya sea indicado por una imagen al finalizar la compra o explicados en los apartados de política de privacidad.

La presencia de un certificado de seguridad SLL significa que tus datos estarán seguros en la red. Según Águila (2000) este certificado sirve para que la comunicación entre la web y el cliente sea segura.

Como comenta Águila (2000) el protocolo SLL *“proporciona la autenticación de servidores utilizando certificados digitales, emitidos por empresas certificadoras de claves públicas y privadas. Este protocolo garantiza la autenticación de servidores, el cifrado de datos y la integridad de los mensajes”* (p.63)

Consideramos que la presencia de este protocolo es muy importante en una tienda online. Porque una de las causas por las que no se llega a realizar la compra es por la inseguridad que nos genera una tienda online. Evitas dejar tus datos personales, como es dar el DNI o números de cuentas a personas que no vemos. Siempre temes que vayan a utilizar tus datos para una estafa o alguna actividad

fraudulenta. Y son los certificados SLL los que te dan esa confianza para finalizar la compra.

- **¿Incluye formulario de reserva?**

Ninguna de las 60 tiendas online presentaban formularios para reservar o apartar productos temporalmente (tabla 12). Sí bien sabemos que en muchas tiendas físicas puedes reservar productos dejando una señal monetaria, como una fianza. En cambio no hemos visto que ninguna página web incluya esta opción.

Además como comenta Fernández (2016) este formulario de reserva resultaría muy interesante para mostrar productos que todavía no están disponibles para exponerlos en la tienda online. Son artículos que puedes publicar para que los usuarios los reserven (pagando un porcentaje del coste).

Es muy útil por ejemplo cuando has hecho un pedido a un proveedor y está de camino la mercancía pero tienes fotos para exponerlo en la web. Este formulario sirve también para saber cuál será el producto más demandado y de cual necesitarás más stock.

- **¿Contiene formulario de compra?**

Todas las tiendas analizadas presentan formularios de compras (tabla 12). Nos hemos dado cuenta que en algunas páginas resulta pesado porque te obligan rellenar infinidad de datos, aunque en muchos casos es sólo en la primera compra. Una vez suscrito en la tienda online los datos se quedan registrados y salen automáticamente.

Este medio es interesante porque te personalizan las compras y te mantienen informado de las novedades de la tienda al quedarse tus datos y compras registradas. Otro atajo que hemos visto son las compras rápidas, se trata de rellenar en la misma solo los datos imprescindibles para la compra, sin necesidad de registrarte, es rápido y sencillo.

Además González (2014) comenta otro aspecto importante tras rellenar el formulario de compra y formalizar el pedido. Es recibir un mensaje de confirmación de compra que incluya además información adicional del pedido.

Por tanto que un cliente rellene un formulario de compra implica que este está seguro navegando en la tienda y tiene la confianza necesario para dar información personal, como son sus datos personales, su dirección e incluso datos bancarios.

- **¿Tiene algún mensaje de seguridad?**

De las 60 tiendas que hemos analizado no hemos visto ningún mensaje de seguridad dentro de la página web. Y tampoco en el proceso de realizar la compra. Consideramos que si aparece un mensaje de seguridad por parte de la empresa dando razones de que es una página segura antes de rellenar tus datos personales, o al final en el formulario de compra, daría confianza al cliente.

- **¿Hay valoraciones de otros usuarios?**

Solo en 3 tiendas de las 60 analizadas hemos observado valoraciones personales de usuarios acerca de la compra o trato recibido en el sitio (tabla 12). Aunque sí hemos visto que muchas de ellas contenían la opción de dejar comentarios sobre el producto.

Pienso que resultaría interesante activar algún método para que los clientes dejen comentarios tras una venta, por ejemplo un descuento para la próxima compra etc. Ver comentarios positivos acerca de un producto ayuda a disipar las dudas que tuviera el futuro comprador.

Carrión (2015) comenta que los comentarios de clientes que ya han comprado sus productos sirven de apoyo a la descripción del producto. Si el comentario es positivo servirá al futuro cliente para contractar la información y disipar cualquier duda a la hora de culminar su compra.

- **¿Ofrece facilidades de pago?**

Todas las páginas ofrecen facilidades a la hora de pagar, hemos visto que prima el pago a través tarjetas de crédito, por transferencia bancaria o con plataformas como Paypal (2017).

Solo hemos detectado que una página te obligue a pagar únicamente con transferencia bancaria (tabla 12). Es un medio de pago incómodo para aquellas



personas que no controlen sus cuentas a través de plataformas online. Porque conlleva a un desplazamiento a una entidad bancaria, además de invertir tiempo en traslados. Por tanto considero que es un factor negativo no ofrecer otros tipos de facilidad a la hora de pagar online.

Además ofrecer un solo método de pago restringe la posibilidad de ventas. González (2014) afirma que cuanta más variedad de formas de pagos haya, más ventas tendremos, porque a más opciones de pago más posibilidades tenemos que nos compren.

## **7. CONCLUSIÓN**

Este trabajo lo inicié con un objetivo en mente y pensando en un futuro profesional para mí y mi hermana Laura. Porque ambas empezamos un proyecto, que consistía en elaborar cinturones y tocados hechos a mano. Los creábamos entre las dos y en la actualidad seguimos haciendo complementos para tiendas.

Personalmente me he dado cuenta que crear un negocio es un trabajo arduo, y por experiencia propia es difícil de mantener. Cuando empecé este trabajo de fin de grado ya cooperaba con tiendas donde vendíamos nuestros complementos. Una de estas tiendas la cual está incluida en este estudio. El día 27/10/2017 fue la última vez que pudimos colaborar con ellos. Tuvo que cerrar sus puertas debido a la crisis que hay en el comercio, y en especial en Badajoz. Llevo ya dos años trabajando como dependienta en el comercio textil y he llegado a la conclusión que tanto tener una tienda online o física implica un gran sacrificio pero con apoyos adecuados y perseverancia todo puede ser posible.

Por eso empezamos este proyecto, un pequeño paso para iniciar un negocio propio. Y para ello lo primero que hicimos fue analizar a la competencia. Hemos tenido como objetivo principal analizar tiendas online que venden complementos orientados al sector femenino. Primero se recopiló un directorio de tiendas online, que cumplieran estas características. Estas se analizaron según una metodología concreta.

Tras analizar todas las fases de nuestra metodología nos hemos dado cuenta que el comercio electrónico está todavía en desarrollo; pero viene pisando fuerte. Porque el 50% o más de las tiendas que hemos analizado en nuestro estudio cumplían todas las fases propuestas. Resulta un apoyo más para el comercio tradicional, que les permite mostrar sus productos a un público más amplio a través de internet.

Hemos llegado a la conclusión que las tiendas online prestan especial atención a la hora de mostrar sus productos. El total de las tiendas analizadas mostraban correctamente los productos a vender; así como su precio. Todos estos elementos estaban ordenados correctamente en catálogos.

Aunque también hay tiendas que deben mejorar algunos aspectos. Por ejemplo muy pocas tenían la opción de elegir otros idiomas diferentes al español. Según mi experiencia con las tiendas que hemos tenido relación han sido comercios menores. Y estas únicamente estaban enfocadas en vender a nivel nacional y no veían necesario traducir la página en otro idioma.

Añadir también que ninguno de los dueños de los negocios sabían hablar inglés. No tenían conocimientos de otros idiomas a parte del suyo natal. Por tanto es un factor que puede depender del nivel de desarrollo de la misma empresa, que esté en su fase inicial y no tengan medios suficientes para solventar la falta.

En definitiva pienso que el comercio electrónico está en pleno desarrollo y que está evolucionando día a día, a la par que el desarrollo de las nuevas tecnologías y la sociedad. Por tanto las tiendas online siempre tendrán que estar atentas a los nuevos cambios para mejorar sus sitios webs.

## **8. ELABORACIÓN DE LA TIENDA VIRTUAL**

A partir de los datos obtenidos hemos llegado a la conclusión que una página web debería tener unas características determinadas, para que sea más óptima para los usuarios y favorezca la venta de sus productos. Como por ejemplo que tenga un fondo blanco con letras oscuras, que presente buscadores para que facilite la navegabilidad, productos bien representados etc.

Hemos considerado que en base a los datos obtenidos deben tener una determinada forma, nosotros a modo de conclusión hemos planteado el siguiente proyecto. Una creación de una tienda online de venta de complementos hechos a mano.

Lo primero que hicimos fue pensar en un nombre para la tienda online. En nuestro caso la marca, el nombre y el logo es lo mismo. Intentamos transmitir con nuestro nombre los valores propios de la marca.

Hemos utilizado un nombre corto, claro y directo; consideramos que a la hora de elaborar un diseño <<menos es más>>. Es importante transmitir mucho en pocas letras ya que es más fácil de recordar.

Queremos buscar con esa sencillez que sea legible, que aunque en ocasiones cambiemos de tamaño no resulte difícil de identificar. Al mismo tiempo tiene que ser impactante, pretendemos que se quede gravado en la mente de los futuros clientes. Por ese motivo hemos utilizado letras gruesas, redondeadas, claras y sonoramente hemos utilizados fonemas fuertes. El color que hemos seleccionado ha sido el negro.

En concreto nuestro logo es una composición de letras negras en fondo blanco. Como hemos visto en nuestro estudio la mayoría de las tiendas utilizan el color blanco de fondo para sus páginas (tabla 6), es un color que ofrece una sensación de limpieza y favorece un mayor contraste con los demás colores.

A continuación vamos a ver las diferentes variaciones de nuestro logo en función del lugar de la publicación y lo que queremos transmitir. Ya que el logotipo se puede presentar de muchas formas diferentes:

- **Logotipo**

En la figura 8 podemos ver el logo en su forma más sencilla.



Figura 8: *Logotipo de Minako*. Fuente: elaboración propia.

- **Logotipo más identificador**

Es el logo acompañado de su identificador, nos proporciona mayor información de la marca. El logotipo + identificador, visible en la figura 9, es el que más utilizamos ya que consideramos que es el que más información proporciona en menos espacio. En la parte identificadora hemos utilizado otra tipografía diferente a la utilizada en el logo, hemos intentado que le dé un toque de elegancia.



Figura 9: *Logotipo de Minako más su identificador*. Fuente: elaboración propia.

- **Logotipo versión web**

Diseñado principalmente para promocionar la dirección web de la empresa [www.minako.es](http://www.minako.es), en la que se añade al logotipo sencillo “.es”, figura número 10.

www.minako.es

Figura 10: *Logotipo de Minako versión web*. Fuente: elaboración propia.

- **Colores**

Los colores usados para la creación de Minako han sido el negro y el blanco.

Color Negro: #000000 **CMYK:** C84% M83% Y73% K80% **HSB:** H0% S0% B0%

Blanco: #fefefe **CMYK:** C 0% M0% Y0% K% **HSB:** H0% S0% B99%

- **Tipografía**

Para la creación del logo la tipografía utilizada ha sido la mostrada en la figura 11, Maxwell regular.

MAXWELL REGULAR  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Figura 11: *Tipografía maxwell regular*. Fuente: elaboración propia.

Para el identificador la tipografía que hemos usado ha sido la que se puede observar en la figura 12, Mistral regular.

MISTRAL REGULAR  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Figura 12: Tipografía mistral regular. Fuente: elaboración propia

- **Tienda**

Una vez elegido el logo y nombre de la empresa hemos procedido a la creación de la tienda online. En relación a nuestro estudio hemos visto que todas las tiendas tienen una estructura determinada (figura 7) formada por el encabezado, el cuerpo y el pie de página. Por tanto nosotros hemos dividido nuestra tienda online en esas partes, la parte superior está el encabezado con el logo de la empresa y el menú.

Hemos decidido utilizar el menú horizontal como vemos en la figura 13. En nuestro estudio la mayoría de las tiendas, a excepción de una del total de las 60 analizadas han utilizado este modelo de menú (tabla 9).

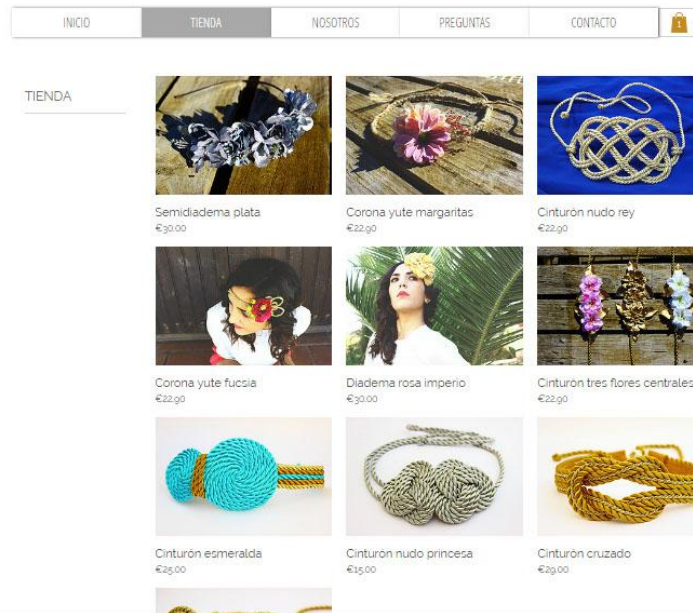


Figura 13: *Sección tienda*. Fuente: elaboración propia.

Nuestro menú cuenta con distintas pestañas de inicio, tienda, nosotros, preguntas y contactos:

La zona de *inicio* es lo primero que vemos nada más entrar en una tienda online por lo que tiene que ser atractiva para el cliente. En la sección de *tienda* aparecen todos los productos disponibles para acceder a su compra. Como podemos ver en la figura 13 los productos están organizados en modo de cuadrícula, dividido en tres columnas y centrados en el margen derecho. En el margen izquierdo en la parte superior nos encontramos escrito la sección en la que nos encontramos.

Cada uno de los productos está representado con una imagen y un título a pie de foto que los identifica, como hemos visto en la segunda fase de nuestro estudio. También está disponible a simple vista debajo del título su precio.

Para realizar la compra de cualquier producto tenemos que pulsar en uno de ellos y nos deriva a su página detalle en la cual como podemos observar en la figura 14 nos aparece una descripción más detallada. Nos muestra por ejemplo el material del que está hecho el producto o el color. También nos proporciona una

descripción y el acceso directo a la compra que es a partir del botón “agregar al carrito”.



Figura 14. *Página detalle del producto*. Fuente: elaboración propia

Por otro lado tenemos el apartado de **nosotros** (figura 15). Aquí realizamos una pequeña descripción de Minako, redactamos su principal función. Adjuntamos también una imagen representativa de nuestra marca en la cual aparece nuestro logo más el identificador. Como podemos ver en la figura 15 que el texto y la imagen aparecen centradas en el margen derecho.

Y en la zona superior izquierda aparece una aclaración escrita de la sección en la que te encuentras, como hemos mencionado anteriormente. Por último al igual que el resto de la página el fondo es en tono blanco y las letras son negras.





Figura 15. Sección *nosotros*. Fuente: elaboración propia.

Otra de las pestañas que encontramos en el menú horizontal es la de *preguntas*. En este apartado intentamos resolver de antemano todas aquellas dudas que puedan albergar nuestros clientes. Proporcionamos información relacionada con la venta, devoluciones o formas de pago de nuestros productos. También tratamos otros temas como son la política de privacidad de datos.

El texto rige la misma distribución y estilos que las otras secciones.

## PREGUNTAS

### Condiciones de envío

\*Los envíos a Península, Baleares, Ceuta y Melilla cuestan 5 euros, siendo el envío GRATUITO cuando el importe del pedido supera los 100€.

\*Puedes recibir tu pedido en cualquier dirección (particular, trabajo) excepto apartados de correos.

\*El plazo de entrega es de un máximo de 3 días laborables desde la recepción del pago.

### Privacidad

En cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de la LSSI-CE 34/2002, se informa al interesado que los datos de carácter personal que voluntariamente facilita, incluido su correo electrónico, se incorporarán a un fichero automatizado propiedad y responsabilidad de Minako. Al remitir el interesado sus datos, expresamente autoriza la utilización de los mismos para realizar comunicaciones periódicas, incluyendo las que se realicen vía correo electrónico, que Minako llevará a cabo. Minako le informa de su derecho de acceso, rectificación, oposición y cancelación de estos datos mediante mensaje a través de cualquier vía de contacto (facebook, whatsapp, Skype o correo electrónico).

### Compromiso de confidencialidad y protección de datos

A los efectos de la ley orgánica 15/1999, de protección de datos de carácter personal, le informamos de que los datos recabados en nuestros formularios serán incluidos en un fichero automatizado de datos cuya única finalidad es poder servir a sus peticiones. No se destinarán en ningún otro caso a ninguna otra finalidad, ni se entregarán en ningún caso a terceras partes, de acuerdo con los principios de protección de datos de carácter personal de la LORTAD (ley orgánica 15/1999, de 13 de diciembre).

### Devoluciones y reembolsos

Desde la recepción del pedido tiene un plazo de 15 días para realizar un cambio o solicitar la devolución, que se hará únicamente mediante un vale sin fecha de caducidad, no en metálico.

Los costes de devolución correrán a cargo del cliente. Para la devolución deberá enviar el producto a través de Correos o servicio de mensajería a la dirección proporcionada por nosotros mediante mensaje privado a través nuestras vías de contacto (facebook, whatsapp, Skype o correo electrónico).

Los artículos retornados deberán estar en las mismas condiciones en las que fueron enviados, incluyendo su envoltorio. No se realizarán cambios si el artículo ha sido usado o presenta desperfectos.

[Buy Now](#)

Figura 16. Sección preguntas. Fuentes: elaboración propia.

Para terminar proporcionamos un apartado donde aparecen todas las vías de *contacto* disponibles para nuestros clientes (figura 17). El estilo de esta sección es el mismo que en el resto de la página.

En definitiva hemos considerado que todas estas características presentadas en la conclusión son las ideales para la creación óptima de una tienda online. Una tienda que haga que al usuario quedarse y comprar nuestros productos. Estas ideas las hemos podido obtener gracias al estudio previamente realizado.



Figura 17. *Sección contacto*. Fuente: elaboración propia.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

Águila, A. R. (2000). Comercio electrónico y estrategia empresarial hacia la economía digital. Madris: Ra-Ma

*Aliexpress* [en línea] [fecha de consulta: 31/10/2017]. Disponible en:[https://es.aliexpress.com/es\\_home.htm](https://es.aliexpress.com/es_home.htm)

Armtroug, G., Kotler, P., Merino, M.J., Pintado, T. y Juan, J.M. (2011). Introducción al marketing. Madrid: Pearson educación S.A.

*Anedecoco*[en línea] [fecha de consulta:31/10/2017]. Disponible en:<http://anedecoco.com/>

Carrión, R. (2015). Comentarios en tiendas online: consejos para vender más. Recuperado el 16 de julio de 2017, <https://www.humanlevel.com/articulos/comercio-electronico/comentarios-en-tiendas-online-consejos-para-vender-mas.html>

Castells, M., (2001), La galaxia Internet. Barcelona: Areté.

Chaves, N. (2005). La imagen corporativa. Barcelona: Gustavo Gili.

Fernández, M.C. (2016). Cómo Y Por Qué Incluir Reservas Online En Tu Ecommerce. Recuperado el 16 de julio de 2017, <https://www.lancetalent.com/blog/reservas-online-ecommerce/>

*Facebook* [en línea] [fecha de consulta:31/10/2017]. Disponible en: <https://www.facebook.com/>

Fernández Falero, M.R. y Peral, D. (2011). Comportamiento humano de la información comercial: teleformación en España. Recuperado el 16 de julio de 2017, <http://www.informationr.net/ir/16-1/paper459.html>

Gómez, J.A., (2001), Comercio electrónico en Internet. Madrid: Marcial Pons.

González, O.R. (2014). Comercio electrónico 2.0. Madrid: Anaya.

*Google* [en línea] [fecha de consulta:31/10/2017]. Disponible en:<https://www.google.es/>

López, A (2015). ¿Cómo afecta la velocidad de carga de una web en el SEO?. Recuperado el 16 de julio de 2017, <http://blog.posizionate.com/blog/como-afecta-la-velocidad-de-carga-de-una-web-en-el-seo/>

ONCE. (2017). Discapacidad visual. Recuperado el 16 de julio de 2017, <http://www.once.es/new/servicios-especializados-en-discapacidad-visual/discapacidad-visual-aspectos-generales>

*Paypal* [en línea] [fecha de consulta: 31/10/2017]. Disponible en: <https://www.paypal.com/es/home>

PenHolder. (2008). Guía básica para la combinación de colores. Recuperado el 16 de julio de 2017, <http://www.cristalab.com/tutoriales/guia-basica-para-la-combinacion-de-colores-c533451/>

Pestana, A. I. (2014). Análisis de la información en páginas web de Portugal, España, Reino Unido y Francia. EL caso del comercio electrónico de libros. (Tesis doctoral, Universidad de Extremadura. Recuperado de <http://dehesa.unex.es/handle/10662/2716>

Ruiz, I. (2014). Cuida el Catálogo de tu Tienda Online, 5 consejos. Recuperado el 16 de julio de 2017, <http://www.ekumba.es/blog/cuida-el-catalogo-de-tu-tienda-online-5-consejos/>

Rodríguez, I., (2000), Marketing.com. Madrid: Pirámide.

Sánchez. J. (2015). Cómo evitar el abandono del carrito de compra. Recuperado el 16 de julio de 2017,<https://www.freelancer.es/community/articles/como-evitar-abandono-del-carrito-compra>

Venegas, C.A., y Mansilla, G.M. (2005). Síntesis tecnológica. Recuperado el 16 de julio de 2017, [http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-025X2005000100001&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-025X2005000100001&lng=es&nrm=iso&tlng=es)

Wix [en línea] [fecha de consulta: 31/10/2017]. Disponible en: <https://es.wix.com/>

Wixblog (2011). 3 Razones para Añadir tu Ubicación Geográfica a Tu Sitio. Recuperado el 16 de julio de 2017, <https://es.wix.com/blog/2011/08/3-razones-para-anadir-tu-ubicacion-geografica-a-tu-sitio/>

## ANEXO Nº1. DIRECCIONES DE TIENDAS ONLINE

<b>Direcciones de tiendas online que venden complementos</b>	
1.	<a href="http://floresenelpelo.com/">http://floresenelpelo.com/</a>
2.	<a href="http://carmenvivar.com/">http://carmenvivar.com/</a>
3.	<a href="http://www.lamatte-shop.com">www.lamatte-shop.com</a>
4.	<a href="http://www.tocados-mcsanz.com/es/">http://www.tocados-mcsanz.com/es/</a>
5.	<a href="http://www.24fab.com/">http://www.24fab.com/</a>
6.	<a href="http://www.indiatiarasytocados.com/">http://www.indiatiarasytocados.com/</a>
7.	<a href="http://www.tocadosartjoana.com">www.tocadosartjoana.com</a>
8.	<a href="http://www.cherubina.com">www.cherubina.com</a>
9.	<a href="http://www.esthertocados.es/">http://www.esthertocados.es/</a>
10.	<a href="http://litoylola.com/">http://litoylola.com/</a>
11.	<a href="http://www.lostocadosdemarieta.com/">http://www.lostocadosdemarieta.com/</a>
12.	<a href="http://www.mirthashop.com/">http://www.mirthashop.com/</a>
13.	<a href="http://cucullia.com/">http://cucullia.com/</a>
14.	<a href="http://www.ritavon.es/">http://www.ritavon.es/</a>
15.	<a href="http://cordondeseda.es/">http://cordondeseda.es/</a>
16.	<a href="http://sombrososgreycat.com/">http://sombrososgreycat.com/</a>
17.	<a href="http://www.surflamenca.com/">http://www.surflamenca.com/</a>

18.	<a href="http://www.misscucu.com">www.misscucu.com</a>
19.	<a href="http://www.cantuc.com/">http://www.cantuc.com/</a>
20.	<a href="http://www.patriciabazarot.es/">http://www.patriciabazarot.es/</a>
21.	<a href="http://www.lazodeseda.es/">http://www.lazodeseda.es/</a>
22.	<a href="http://www.jamir.com/">http://www.jamir.com/</a>
23.	<a href="http://vintivintae.com/">http://vintivintae.com/</a>
24.	<a href="https://nanagolmar.com/">https://nanagolmar.com/</a>
25.	<a href="http://www.soledadmarti.com/">http://www.soledadmarti.com/</a>
26.	<a href="http://monic.es/">http://monic.es/</a>
27.	<a href="http://tavieletta.bigcartel.com/">http://tavieletta.bigcartel.com/</a>
28.	<a href="http://www.cinturonesdeflores.com">www.cinturonesdeflores.com</a>
29.	<a href="http://tissora.es/">http://tissora.es/</a>
30.	<a href="http://www.tocadoslukamoon.com/">http://www.tocadoslukamoon.com/</a>
31.	<a href="https://nita.com.es/">https://nita.com.es/</a>
32.	<a href="http://valentinanero.es/">http://valentinanero.es/</a>
33.	<a href="http://www.etcbahia.com/">http://www.etcbahia.com/</a>
34.	<a href="http://www.lollipopshop.es">http://www.lollipopshop.es</a>
35.	<a href="http://www.eljardindeldeseo.es/">http://www.eljardindeldeseo.es/</a>
36.	<a href="http://www.adarahm.es/es/">http://www.adarahm.es/es/</a>
37.	<a href="http://tocadosangeladachary.com/">http://tocadosangeladachary.com/</a>



38.	<a href="https://www.quesenote.com/">https://www.quesenote.com/</a>
39.	<a href="http://www.cruztemprado.com/">http://www.cruztemprado.com/</a>
40.	<a href="http://abrilonline.es/">http://abrilonline.es/</a>
41.	<a href="http://www.anacarado.es/">http://www.anacarado.es/</a>
42.	<a href="http://elescapatedeveronica.es/">http://elescapatedeveronica.es/</a>
43.	<a href="http://www.hipandlove.com/">http://www.hipandlove.com/</a>
44.	<a href="https://www.thepoppy.net/es/">https://www.thepoppy.net/es/</a>
45.	<a href="http://anedecoco.com/tienda/">http://anedecoco.com/tienda/</a>
46.	<a href="http://logana.es/">http://logana.es/</a>
47.	<a href="http://www.verdepimienta.es/tiendaonline/">http://www.verdepimienta.es/tiendaonline/</a>
48.	<a href="https://viandbi.com/">https://viandbi.com/</a>
49.	<a href="https://www.quattrocentoavila.com/lang/es/">https://www.quattrocentoavila.com/lang/es/</a>
50.	<a href="http://www.floresenelcolumpio.com/">http://www.floresenelcolumpio.com/</a>
51.	<a href="http://almudenaruizatelier.com/">http://almudenaruizatelier.com/</a>
52.	<a href="https://www.luciabe.com/">https://www.luciabe.com/</a>
53.	<a href="https://www.siempreprimavera.es/">https://www.siempreprimavera.es/</a>
54.	<a href="https://www.elarmariodelasflores.com/">https://www.elarmariodelasflores.com/</a>
55.	<a href="http://www.anitababus.com/">http://www.anitababus.com/</a>
56.	<a href="http://leticciamarco.com/">http://leticciamarco.com/</a>
57.	<a href="http://tocadosparami.com/">http://tocadosparami.com/</a>

58.	<a href="https://www.lulecollage.com/">https://www.lulecollage.com/</a>
59.	<a href="https://www.ataviada.es/">https://www.ataviada.es/</a>
60.	<a href="http://sarabiafloral.com/">http://sarabiafloral.com/</a>

## ANEXO Nº 2. ANÁLISIS DE DIRECCIONES WEB

Análisis de direcciones web		
Nº1	Dirección web: <a href="http://floresenelpelo.com/">http://floresenelpelo.com/</a>	Análisis realizado: 20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
Blanco		
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 0	No: 1
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
<b>Nº 2</b>	<b>Dirección web: <a href="http://carmenvivar.com/">http://carmenvivar.com/</a></b>	<b>Análisis realizado: 20/05/2017</b>
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

Análisis de direcciones web		
Nº3	Dirección web: <a href="https://www.lamatte-shop.com/">https://www.lamatte-shop.com/</a>	Análisis realizado:20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

Análisis de direcciones web		
Nº4	Dirección web: <a href="http://www.tocados-mcsanz.com/es/">http://www.tocados-mcsanz.com/es/</a>	Análisis realizado:20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 0	No: 1
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

Análisis de direcciones web		
Nº5	Dirección web: <a href="http://www.24fab.com/">http://www.24fab.com/</a>	Análisis realizado:20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 0
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
<b>Nº6</b>	<b>Dirección web:</b> <b>http://www.indiatiarasytocados.com/</b>	<b>Análisis realizado:</b> <b>20/05/2017</b>
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 0	No: 1
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 0	No: 1

<b>Análisis de direcciones web</b>		
<b>Nº7</b>	<b>Dirección web:</b> <b><a href="https://www.tocadosartjoana.com/">https://www.tocadosartjoana.com/</a></b>	<b>Análisis realizado:</b> <b>20/05/2017</b>
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0



Análisis de direcciones web		
<b>Nº8</b>	<b>Dirección web: <a href="http://www.cherubina.com/">http://www.cherubina.com/</a></b>	<b>Análisis realizado: 20/05/2017</b>
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 0
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
<b>Nº9</b>	<b>Dirección web:</b> <a href="http://www.esthertocados.es/">http://www.esthertocados.es/</a>	<b>Análisis realizado:</b> <b>20/05/2017</b>
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Transparente	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 0	No: 1
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
<b>Nº10</b>	<b>Dirección web: http://litoylola.com/</b>	<b>Análisis realizado: 20/05/2017</b>
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 0	No: 1
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°11	Dirección web:http://www.lostocadosdemarieta.com/	Análisis realizado: 20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°12	Dirección web:http://www.mirthashop.com/	Análisis realizado: 20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Transparente	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°13	Dirección web:https://cucullia.com/es/	Análisis realizado:20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°14	Dirección web:http://www.ritavon.es/	Análisis realizado:20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 0
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°15	Dirección web:http://cordonedeseda.es/es/	Análisis realizado:20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0



<b>Análisis de direcciones web</b>		
°16	Dirección web: <a href="http://sombrososgreycat.com/">http://sombrososgreycat.com/</a>	Análisis realizado: 20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°17	Dirección web: <a href="http://www.surflamenca.com/">http://www.surflamenca.com/</a>	Análisis realizado: 20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°18	Dirección web: www.misscucu.com	Análisis realizado: 20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 0	No: 1
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°19	Dirección web: <a href="http://www.cantuc.com/">http://www.cantuc.com/</a>	Análisis realizado: 20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°20	Dirección web: <a href="http://www.patriciabazarot.es/">http://www.patriciabazarot.es/</a>	Análisis realizado: 20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°21	Dirección web: <a href="http://www.lazodeseda.es/">http://www.lazodeseda.es/</a>	Análisis realizado:20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°22	Dirección web: <a href="http://www.jamir.com/">http://www.jamir.com/</a>	Análisis realizado:20/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°23	Dirección web: <a href="http://vintivintae.com/">http://vintivintae.com/</a>	Análisis realizado:21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Negro	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0



<b>Análisis de direcciones web</b>		
°24	Dirección web: <a href="https://nanagolmar.com/">https://nanagolmar.com/</a>	Análisis realizado:21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°25	Dirección web: <a href="http://www.soledadmarti.com/">http://www.soledadmarti.com/</a>	Análisis realizado: 21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°26	Dirección web: <a href="http://monic.es/">http://monic.es/</a>	Análisis realizado: 21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°27	Dirección web: <a href="http://tavielletta.bigcartel.com/">http://tavielletta.bigcartel.com/</a>	Análisis realizado: 21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Verde	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 0	No: 1
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°28	Dirección web: www.cinturonesdeflores.com	Análisis realizado: 21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 0	No: 1
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°29	Dirección web: <a href="http://tissora.es/">http://tissora.es/</a>	Análisis realizado:21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°30	Dirección web: <a href="http://www.lukamoon.es/">http://www.lukamoon.es/</a>	Análisis realizado:21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 0	No: 1
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	No	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°31	Dirección web: <a href="https://nita.com.es/">https://nita.com.es/</a>	Análisis realizado:21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0



<b>Análisis de direcciones web</b>		
°32	Dirección web: <a href="http://valentinanero.es/">http://valentinanero.es/</a>	Análisis realizado:21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°33	Dirección web: <a href="http://etcbahia.com/">http://etcbahia.com/</a>	Análisis realizado:21/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 1	No: 0
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°34	Dirección web: <a href="http://www.lollipopshop.es/">http://www.lollipopshop.es/</a>	Análisis realizado: 22/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 0	No: 1
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°35	Dirección web: <a href="http://www.eljardindeldeseo.es/">http://www.eljardindeldeseo.es/</a>	Análisis realizado: 22/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 1	No: 0
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°36	Dirección web: <a href="http://www.adarahm.es/es/">http://www.adarahm.es/es/</a>	Análisis realizado:22/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 0	No: 1
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°37	Dirección web: <a href="http://tocadosangeladachary.com/">http://tocadosangeladachary.com/</a>	Análisis realizado:22/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°38	Dirección web: <a href="https://www.quesenote.com/">https://www.quesenote.com/</a>	Análisis realizado: 22/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 0	No: 1
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°39	Dirección web: <a href="http://www.cruztemprado.com/">http://www.cruztemprado.com/</a>	Análisis realizado: 22/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 1



<b>Análisis de direcciones web</b>		
°40	Dirección web: <a href="http://abrilonline.es/">http://abrilonline.es/</a>	Análisis realizado:24/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°41	Dirección web: <a href="http://www.anacarado.es/">http://www.anacarado.es/</a>	Análisis realizado:24/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°42	Dirección web: <a href="http://elescaparatedeveronica.es/">http://elescaparatedeveronica.es/</a>	Análisis realizado:24/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 0	No: 1
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°43	Dirección web: <a href="http://www.hipandlove.com/">http://www.hipandlove.com/</a>	Análisis realizado:28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Transparente	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°44	Dirección web: <a href="https://www.thepoppy.net/es/">https://www.thepoppy.net/es/</a>	Análisis realizado:28/05/17
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Trama de flores	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°45	Dirección web: <a href="http://anedecoco.com/tienda/">http://anedecoco.com/tienda/</a>	Análisis realizado:28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 1	No: 0
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°46	Dirección web: <a href="http://logana.es/">http://logana.es/</a>	Análisis realizado: 28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No:
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°47	Dirección web: <a href="http://www.verdepimienta.es/">http://www.verdepimienta.es/</a>	Análisis realizado:28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la subscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0



<b>Análisis de direcciones web</b>		
°48	Dirección web: <a href="https://viandbi.com/">https://viandbi.com/</a>	Análisis realizado: 28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 0	No: 1
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°49	Dirección web: https://www.quattrocentoavila.com/	Análisis realizado:28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No:
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No:
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No:
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No:
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 0	No: 1
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 0	No: 1
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°50	Dirección web: https://www.floresenelcolumpio.com/	Análisis realizado:28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°51	Dirección web: <a href="http://almudenaruizatelier.com/">http://almudenaruizatelier.com/</a>	Análisis realizado:28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Gris	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°52	Dirección web: <a href="https://www.luciabe.com/">https://www.luciabe.com/</a>	Análisis realizado: 28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°53	Dirección web: https://www.siempreprimavera.es/	Análisis realizado:28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 1
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°54	Dirección web: https://www.elarmariodelasflores.com/	Análisis realizado:28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 0	No: 1
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 0	No: 1
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°55	Dirección web: <a href="http://www.anitababus.com/">http://www.anitababus.com/</a>	Análisis realizado: 28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Rosa	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0



<b>Análisis de direcciones web</b>		
°56	Dirección web: <a href="http://leticciamarco.com/">http://leticciamarco.com/</a>	Análisis realizado: 28/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 0	No: 1
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 0	No: 1
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°57	Dirección web: <a href="http://tocadosparami.com/">http://tocadosparami.com/</a>	Análisis realizado: 29/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 0	No: 1
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°58	Dirección web: <a href="https://www.lulecollage.com/">https://www.lulecollage.com/</a>	Análisis realizado: 29/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°59	Dirección web: <a href="https://www.ataviada.es/">https://www.ataviada.es/</a>	Análisis realizado: 29/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	NO	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	NO	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 0	No: 1
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 1	No: 0
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 1	No: 0
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 1	No: 0
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0

<b>Análisis de direcciones web</b>		
°60	Dirección web: <a href="http://sarabiafloral.com/">http://sarabiafloral.com/</a>	Análisis realizado: 29/05/2017
<b>Primera fase</b>		
¿Color del menú?	Blanco	
¿Incluye fotos u animaciones?	Si: 1	No: 0
¿Facilita la elección de idiomas?	Si: 0	No: 1
¿Utiliza un lenguaje sencillo?	Si: 1	No: 0
¿Dispone de apoyo a discapacitados?	Si: 0	No: 1
<b>Segunda fase</b>		
¿El tiempo de descarga es inferior a 10 seg?	Si: 1	No: 0
¿Incluye un menú? ¿Tipo?	Menú horizontal	
¿Son menos de 3 clics para acceder al producto?	Si: 1	No: 0
¿Los enlaces funcionan correctamente?	Si: 1	No: 0
¿La web posibilita la personalización?	Si: 0	No: 1
¿Tiene motor de búsqueda?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos comerciales)</b>		
¿Presentación del producto/marca?	Si: 1	No: 0
¿Incluye descripción del producto?	Si: 1	No: 0
¿Proporciona catálogo de los productos?	Si: 1	No: 0
¿Tiene links con información relacionada?	Si: 1	No: 0
¿El producto incluye el precio?	Si: 1	No: 0
<b>Tercera fase (contenidos corporativos)</b>		
¿Incluye información sobre la empresa?	Si: 1	No: 0
¿Contiene el logotipo o marca?	Si: 1	No: 0
¿Posibilita la suscripción?	Si: 1	No: 0
¿Fecha de publicación de la última foto?	NO	
¿Proporciona información de contacto?	Si: 1	No: 0
¿Tiene mapa de localización?	Si: 0	No: 1
<b>Cuarta fase</b>		
¿Tiene certificado de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Incluye formulario de reserva?	Si: 0	No: 1
¿Contiene formulario de compra?	Si: 1	No: 0
¿Tiene algún mensaje de seguridad?	Si: 0	No: 1
¿Hay valoraciones de otros usuarios?	Si: 0	No: 1
¿Ofrece facilidades de pago?	Si: 1	No: 0