



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO

DE TECNOLOGÌA

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

DISEÑO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**“DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA PROMOCIONAR EQUIPOS
DE SONIDOS DE LA CASA MUSICAL “DARWIN”**

AUTOR:

Hurtado Torres Vicente Andrés

Guayaquil, Ecuador 2018

DEDICATORIA

A Dios.

Por permitir llegar a estas instancias de mi vida, dándome salud para seguir mis metas y porque siempre está conmigo.

A mis padres

Por creer siempre en mí, dándome confianza, valor, y siempre inculcarme los valores en el hogar.

Por tenerme paciencia en todo momento y a lo largo de mi vida estudiantil, por brindarme su comprensión y su apoyo incondicional.

Vicente Hurtado Torres

AGRADECIMIENTO

Para el presente trabajo de investigación agradezco a Dios por llenarme de bendiciones y alegrías, por permitirme cumplir con mis sueños y anhelos.

Al instituto Tecnológico Bolivariano por instruirme a lo largo de 4 años de carrera estudiantil, por permitirme desarrollarme como profesional a través de su metodología de enseñanza y a mis maestros por la formación académica que me brindaron contribuyendo a mi formación.

Vicente Hurtado Torres

Índice general

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
Índice general	v
Índice de figuras.....	viii
Índice de tablas	ix
Índice de anexos	x
Resumen	xi
Abstract.....	xii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Ubicación del problema en un contexto.....	1
1.3 Situación de conflicto	2
1.4 Delimitación del problema	3
1.5 Formulación del problema.....	3
1.6 Variables	3
1.6.1 Variable Independiente:	3
1.6.2 Variables Dependiente:	3
1.7 Evaluación del problema.	3
1.7.1 Objetivos	4
1.7.2 Objetivos Generales:	4
1.7.3 Objetivos Específicos:	4
1.8 Justificación	4
1.9 Viabilidad	5
CAPITULO II.....	7

2	MARCO TEÓRICO	7
2.1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	7
2.2	Antecedentes referenciales	8
2.3	Bases teóricas	10
2.4	Fundamentación Legal.....	19
	CAPITULO III	21
3	METODOLOGIA.....	21
3.1	Nombre de la empresa.....	21
3.2	Misión	21
3.3	Visión	21
3.4	Organigrama	22
3.5	Metodología de la investigación	22
3.6	Diseño metodológico de la investigación.....	23
3.6.1	Descriptiva.....	23
3.6.2	Explicativa.	23
3.6.3	Correlacional.	23
3.7	Población	23
3.8	Muestra.....	25
3.9	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	26
3.9.1	recolección de información.	26
3.9.2	técnica de la encuesta	26
3.9.3	Técnica de la entrevista	26
3.10	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	26
3.10.1	MÉTODOS TEÓRICOS.....	27
3.10.2	METODO EMPIRICO	27
3.10.3	Método Estadístico-descriptivo.....	28
3.10.4	Métodos Estadístico.	28

Capitulo IV	29
4 La propuesta	29
4.1 Análisis de resultado	29
4.2 Diagrama de GANTT	38
4.3 Determinación de requerimientos.....	42
4.4 Objetivos.....	43
4.4.1 General.....	43
4.4.2 Específicos	43
4.5 Estudio de Factibilidad	43
4.5.1 Administrativo	43
4.5.2 Legal	43
4.5.3 Presupuestaria	44
4.5.4 Técnico.....	44
4.6 Arquitectura de software	45
4.8 Diagrama jerárquico HIPO	46
4.9 Diseño de la propuesta	47
4.10 Diagrama general del sistema	49
4.11 Diagrama de flujo de datos	52
4.12 Modelamiento de datos.....	53
4.13 Diccionario de datos	54
4.14 Diseño de pantallas	61
4.15 Conclusiones	67
4.16 Recomendaciones	68
Bibliografía	69
Anexos.....	72

Índice de figuras

Figura 1. Mapa de navegación.....	8
Figura 2. Tabla de contenido de la unidad educativa escuela Normal Superior De Corozal.	9
Figura 3. Modelo de cascada	18
Figura 4. Encuesta pregunta # 1	29

Índice de tablas

Tabla 1. Estructura organizativa.....	22
Tabla 2. Cuadro de la poblacion	24
Tabla 3. Cuadro de la muestra	25
Tabla 4. Desglose del cálculo de la muestra	25
Tabla 5. Encuesta pregunta # 1	29
Tabla 6. Hardware	42
Tabla 7. Software	42
Tabla 8. Recursos	42
Tabla 9. Diagrama casos de uso - Nomenclatura.....	47
Tabla 10. Diagrama general del sistema.	49

Índice de anexos

Anexo 1. Anexo 1 de foto de tienda	73
Anexo 2. Anexo 2 de foto de tienda	73
Anexo 3. Anexo 3 de foto de tienda	74

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

Autor: Vicente Andrés Hurtado Torres

Tema: “DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA PROMOCIONAR EQUIPOS DE SONIDOS DE LA CASA MUSICAL “DARWIN”

Tutor: Ing. Walter Criollo

Resumen

La situación de no contar con un medio de publicidad para la empresa, tiene una gran desventaja, de esta manera podemos dar a conocer cuáles son la deficiencia que se presentan para dar a conocer los servicios y producto.

Dentro de las desventajas que obtendría la empresa a que la publicidad constante dentro de las 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año, hace que no se pueda dar a conocer la información sobre lo que se ofrece continuamente hacia los clientes, de esta misma manera la información de sus productos y servicios está disponible para cualquier cliente potencial, a cualquier hora y puede ser accedida desde cualquier parte del mundo lo que supone una presencia a nivel mundial.

De la misma manera el no contar con una herramienta, puede generar un conflicto, ya sea que la imagen de la empresa se vea afectada, al no contar con una tecnología donde la empresa pueda proyectarse de manera moderna haciendo que sus clientes estén actualizados sobre lo que se presenta dentro de la empresa.

Palabras claves: Registro, Información, pagina web

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

Autor: Vicente Andrés Hurtado Torres

Tema: “DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA PROMOCIONAR EQUIPOS DE SONIDOS DE LA CASA MUSICAL “DARWIN”

Tutor: Ing. Walter Criollo

Abstract

The situation of not having a means of advertising for the company, has a great disadvantage, in this way we can make known what are the deficiencies that arise to publicize the services and product. Among the disadvantages that the company would obtain that the constant publicity within 24 hours a day, 7 days a week, 365 days a year, means that it is not possible to disclose the information about what is offered continuously to the customers, in the same way the information of their products and services is available to any potential client, at any time and can be accessed from anywhere in the world which means a worldwide presence. In the same way, not having a tool can create a conflict, whether the image of the company is affected, not having a technology where the company can project itself in a modern way, making its clients up to date on what that is presented within the company

Palabras claves: Registration, Information, web page

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

1.2 Ubicación del problema en un contexto.

Hoy en día cuando a uno le recomiendan una empresa el internet es una herramienta utilizada en todo el mundo, nos permite acceder a múltiples recursos y conocer sobre otras empresas con facilidad. Muchas están creciendo exponencialmente gracias a sus sitios web. Así que es hora de aprovechar esta herramienta para potenciar al máximo su empresa.

Recientemente, estudios de mercado ponen de manifiesto que una de las causas del fracaso de una empresa es la falta de un sitio web. No tenerlo es perder oportunidades de negocio.

Tener una página web es fundamental para su credibilidad, su marketing y su manera de comunicarse. El internet es la herramienta de información del presente y del futuro, y las ventas por internet están constantemente en aumento.

Cada empresa debe tener un sitio web profesional y bien diseñado de acuerdo con las características de la misma que permita a los usuarios encontrar fácilmente la información que buscan y la manera de adquirir sus productos y servicios.

Promover la comunicación con los clientes y proveedores. Un sitio web no solo promociona su empresa sino también puede recibir información de sus visitantes a través de un formulario de contacto, de manera pueden expresarle su interés, dudas o comentarios.

De esta manera el sitio web se convierte en una herramienta poderosa de comunicación de su empresa con sus potenciales clientes.

Muchos empresarios no cuentan con una página web ni tampoco conocen los beneficios que esta puede proporcionar a su empresa.

1.3 Situación de conflicto

La situación de no contar con un medio de publicidad para la empresa, tiene una gran desventaja, de esta manera podemos dar a conocer cuáles son la deficiencia que se presentan para dar a conocer los servicios y producto.

Dentro de las desventajas que obtendría la empresa a que la publicidad constante dentro de las 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año, hace que no se pueda dar a conocer la información sobre lo que se ofrece continuamente hacia los clientes, de esta misma manera la información de sus productos y servicios está disponible para cualquier cliente potencial, a cualquier hora y puede ser accedida desde cualquier parte del mundo lo que supone una presencia a nivel mundial.

De la misma manera el no contar con una herramienta, puede generar un conflicto, ya sea que la imagen de la empresa se vea afectada, al no contar con una tecnología donde la empresa pueda proyectarse de manera moderna haciendo que sus clientes estén actualizados sobre lo que se presenta dentro de la empresa.

Así mismo los resultados reales obtenidos de los clientes, hacia la empresa no se podrían visualizar haciendo que ocurra una total confusión, permitiéndose que los resultados desagradables para la imagen de la empresa.

Por consiguiente la económica de exponer sus productos por un medio habitual puede ser beneficioso ya que al promocionar productos o servicios se lo puede hacer sin costos de publicidad, sin tener que pagar por impresiones de catálogos, por anuncios televisión, radio o periódicos y con la posibilidad de actualización a bajo coste para que la página nunca quede obsoleta y siga aportando funcionalidad. Y, por supuesto, sin los costes que genera un local como punto de venta.

1.4 Delimitación del problema

Aspectos: Marketing y publicidad electrónica

Campo De Acción: Página Web

Área: Diseño de Aplicaciones Web

Periodo: 2017

1.5 Formulación del problema

¿Cómo influye la falta de un sitio web donde se pueda visualizar los productos y servicios de la empresa en el aumento del volumen de venta en “Electrónica Darwin” en el año 2017?

1.6 Variables

1.6.1 Variable Independiente:

Sitio web para visualizar los productos y servicios.

1.6.2 Variables Dependiente:

Aumento de volumen de venta y mejora en la publicidad de la empresa.

1.7 Evaluación del problema.

Delimitado. El presente proyecto se delimita en la provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil, (donde está ubicado “Darwin)

Claro. Cabe recalcar que en la actualidad no existe una página web para promocionar los equipos de sonido que tiene la casa musical Darwin, que ayude a dar información a los usuarios.

Evidente. Evidentemente y como ya se menciona en las líneas anteriores que forman parte de la casa musical Darwin, no cuenta con un sitio web que sirva para promocionar dichos instrumentos musicales.

Relevante. Mediante la creación del diseño de una página web no solo mejorara a promocionar los instrumentos musicales de la casa Darwin, si no también ayudara

para darse a conocer (marketing) y todo esto con fin de mejorar el bienestar de los mismos.

Original. La casa musical ya mencionada realiza sus procesos de comunicación mediante boletines o volantes, diseñar una página web que sirva de promoción, pretende ser de gran beneficio al momento de realizar las publicaciones de la información requerida a compartir con las personas interesadas.

Factible. El proyecto es factible ya que el proceso de este ayudara a optimizar los recursos monetarios que actualmente presenta la casa comercial para realizar la información de sus productos a la clientela, ayudara a optimizar los recursos de promoción a las personas interesadas en este tipo de instrumentos.

1.7.1 Objetivos

1.7.2 Objetivos Generales:

Diagnosticar el estado actual de la empresa y las estrategias actuales de manejo de ventas y marketing, mediante técnicas de investigación para diseñar una página web para la promoción de equipos de sonidos que permita mejorar el volumen de venta de la empresa y cambio de estrategia de marketing.

1.7.3 Objetivos Específicos:

- ✓ Identificar la información científica sobre el problema de estudio y el diseño de páginas web
- ✓ Diagnosticar el estado actual del problema de ventas, publicidad y las necesidades particulares en la propuesta
- ✓ Diseñar una página web para ofrecer productos y servicios de la empresa “Electrónica Darwin”

1.8 Justificación

Se pretende crear un modelo que ayude a corregirlos problemas que se presenta con la ausencia del sitio web.

Siendo una base para la apertura para futuras estrategias se pretende lograr los siguientes efectos:

Mejorar la competitividad de la empresa electrónica Darwin frente al mercado, dándole, en primer lugar, la posibilidad a los clientes de poder tener contacto directo con la empresa, conocer los servicios que ofrece, producciones realizadas, enfoque organizacional y llegar a tener un modelo de negocio que incorpore los diferentes servicios que ofrecen diversas compañías, en un solo espacio.

En segundo lugar, ofreciendo la producción de eventos privados para empresas o personas naturales a quienes quieran comprar o alquiler de sonido y otros elementos requeridos.

Adicionar valor al portafolio de servicios al tener la posibilidad de mostrar a sus clientes los equipos con que cuenta para alquiler o vender de diferentes marcas interesadas en el mercadeo promocional, buscando exhibir su marca de forma innovadora.

Aumentar el cubrimiento del mercado utilizando Internet como una herramienta de introducción y adquisición de nuevos clientes por medio de un trabajo riguroso, para ubicar el sitio web de la empresa de Audio.

De no darse un modelo de sitio web adecuado, es probable que la ejecución de la estrategia de Audio tenga un alto riesgo y altos costos en su realización, es posible también que no se llenen las expectativas de los clientes y los planes estratégicos de la empresa sean obstruidos. Por lo anterior, se justifica la realización del trabajo de investigación para evitar estas consecuencias no deseables.

1.9 Viabilidad

Viabilidad técnica

La elaboración de un sitio web para promocionar equipos de sonido de la casa musical "Darwin" se considera factible porque se sabe de las falencias que tiene dicho establecimiento, por lo tanto, es vital para el desarrollo del proyecto al

momento de realizar el análisis respectivo para dar paso a la creación del diseño, lo cual estará reflejado en la ejecución de programas y herramientas necesarias para el proyecto.

El establecimiento cuenta con una plataforma en Windows 8.1 Pro y con Visual Studio y SQL Server, proponiendo un sistema informático para dar a conocer y promocionar los equipos musicales, que supla las necesidades que presentan actualmente, es decir, el desconocimiento de estos equipos hacia la clientela.

Viabilidad económica

El proyecto del diseño de una página web para la casa musical Darwin es viable, porque la inversión que se realizara es mínima, se basa en mejorar y promocionar los equipos de sonido que la casa Darwin dispone.

Cabe recalcar que la inversión económica que realiza el establecimiento, se verá reflejada a corto plazo, y una de las justificaciones más importantes es que este proyecto ayudará a economizar recursos (papeles, tiempo y dinero).

Viabilidad ambiental

El presente proyecto no representa aspectos negativos ambientales, más bien todo lo contrario, se trata de optimizar recursos monetarios al invertir en volantes o boletines y de esta manera evitar el uso indebido del papel.

Viabilidad institucional

Se busca automatizar mayor parte de las actividades realizadas en la casa musical Darwin, a través de la página web dando a conocer los equipos de sonido que tiene dicho establecimiento y toda información requerida por el usuario de forma eficaz, por medio de la información que estará plasmada en dicha herramienta.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

1.10 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

La descripción del modelo de sitio web para la empresa “Electrónica Darwin” en Ecuador, se basa en el marco teórico conformado por las teorías de competitividad, centrándose en aspectos como la ventaja competitiva, el valor agregado y la diferenciación.

Según la serie de Fourier, se menciona que: “Modifica el contenido en frecuencias de la señal que procesa. Para ello, cambia las amplitudes de sus coeficientes de Fourier, lo que se traduce en diferentes volúmenes para cada frecuencia”. Con esto se puede variar de forma independiente la intensidad de los tonos básicos. Ciertos modelos de ecualizadores gráficos actúan sobre la fase de las señales que procesan, en lugar de actuar sobre la amplitud (Enginyeria, 2010).

De un modo doméstico generalmente se usa para reforzar ciertas bandas de frecuencias, ya sea para compensar la respuesta del equipo de audio (amplificador + altavoces) o para ajustar el resultado a gustos personales.

Ordena pedidos sin tomar el ningún tipo de riesgo necesario, para que los mismos, sean justificados, y no tengan pérdidas por mayor, afectando a la economía de la empresa.

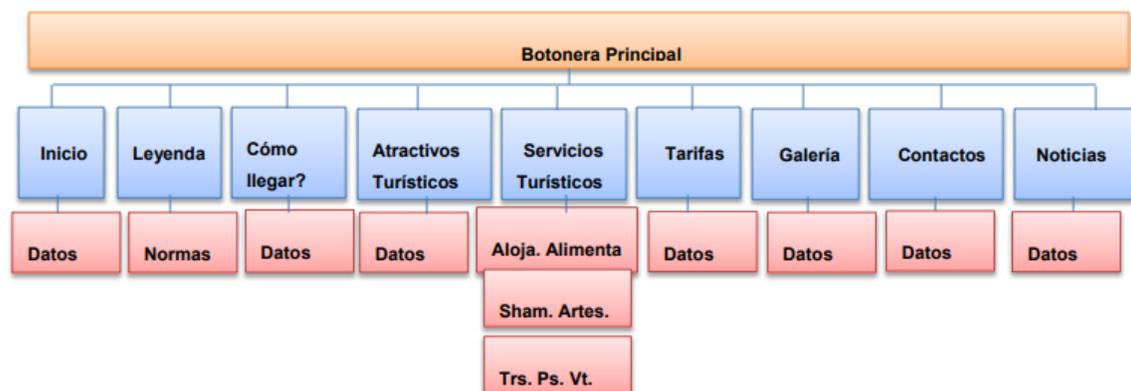
Se menciona que: “El vendedor opera desde el miedo. Otra perspectiva equivocada: Es mejor caerle bien que mal a un cliente, por eso busco ser amistoso”. Un malestar más son, cuando los vendedores tienen mucha relación con los clientes piensan que por que son amigos pueden hacer todo tipo de favor como el “Dame

que otro día te cancelado y esto puede llegar a la pérdida de clientes o de mercadería, que no se sabe cuándo pagaran la mercadería (Ingeniería Comercial, 2015).

1.11 Antecedentes referenciales

Según el autor (Bustamante, 2013), menciona en su proyecto de investigación: “la elaboración y promoción siendo necesario el diseño y la implementación de la página web, tecnología útil que contribuye al conocimiento de información acerca de la comunidad en cualquier parte del mundo”. Dicho proyecto encamina al perfil del analizando ciertos factores relevantes, como la factibilidad económica, el diseño propio del sitio web, así como la factibilidad técnica. El trabajo de titulación de dicho autor, fue realizado en Visual Studio, teniendo un mapa de navegación como se muestra a continuación (Bustamante, 2013):

Figura 1. Mapa de navegación.

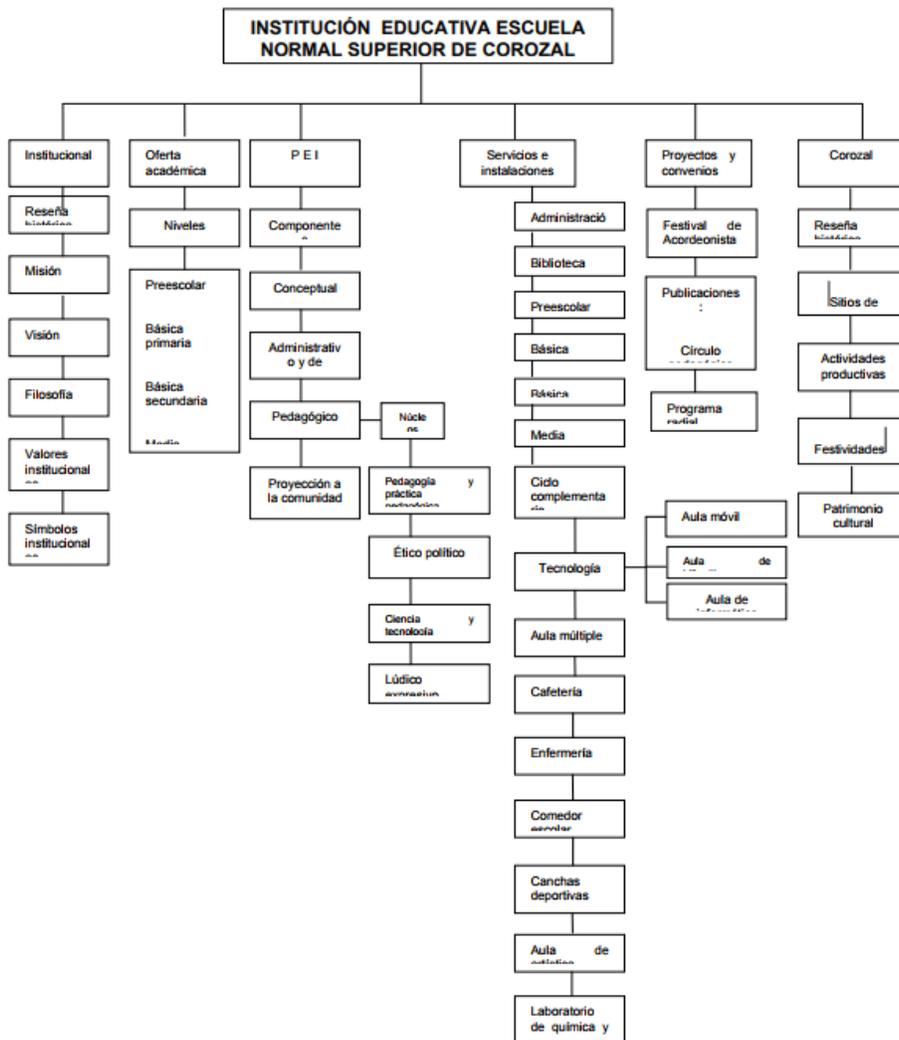


Otro proyecto parecido, es el (Medrano, 2009), la cual menciona: en su “diseño e implementación de un sitio web como medio de comunicación interactiva para promocionar y fortalecer los procesos de formación pedagógicos de la institución educativa escuela normal superior de corozal utilizando Dreamweaver.”

Quien pretende, con dicha investigación, pretende que el sitio web sea visitado por sureños para promocionar la comunicación mediante el uso de tecnología moderna,

de esta manera, seguir contribuyendo a la sociedad en el ámbito de la educación a nivel nacional e internacional. El mencionado proyecto es un poco más completo, a continuación se muestra el mapa de contenido:

Figura 2. Tabla de contenido de la unidad educativa escuela Normal Superior De Corozal.



Fue realizado en Dreamweaver en el que se desarrollaron las interfaces necesarias para lograr llevar a cabo el proyecto (un total de 6 interfaces) (Medrano, 2009).

Como tercer proyecto, por parte de la ingeniera (Pujos, 2012), en su proyecto de “el sitio web y su incidencia en la difusión y promoción del centro educativo Albert Einstein ubicado en la parroquia ciudad nueva del cantón Píllaro provincia de

Tungurahua”, quien menciona que el diseño ayudara a promocionar y a difundir la información del centro educativo antes mencionado, utilizando herramientas tecnológicas que ayuden a cumplir con dicha función, lo como es la implementación de un sitio web de administración y manejo sencillo para su navegación, en el proyecto, se usó la herramienta Wordpress para llevar a cabo el diseño de un sitio web de manera sencilla (Pujos, 2012).

1.12 Bases teóricas

Lenguajes de Programación

(Lenguajes de programación, 2016) Son herramientas informáticas que permite la correcta comunicación entre el computador y el usuario. Sin un lenguaje de programación no se podría expresar las instrucciones que queremos que el computador ejecute, ni que se muestren los resultados de dichas instrucciones.

De la misma forma los lenguajes de programación son programas escritos que primero pasan por un proceso de compilación, es decir que compilar es traducir al lenguaje máquina. Este proceso es necesario para que el computador pueda entender las peticiones. Por consiguiente el segundo proceso es hacer que el computador ejecute y procese los datos que le hemos pedido (CCM, 2017).

HTML.

La autora (Lamarca, 2013). “El lenguaje de marcas de hipertexto, HTML o (HyperText Markup Language) se basa en el metalenguaje SGML (Standard Generalized Markup Language) y es el formato de los documentos de la World Wide Web.” (BrainStormOverride, 2010).

HTML no es considerado como un lenguaje de programación, si no, como un lenguaje de hipermedia, es el más utilizado por la World Wide Web, y actualmente es considerado como el lenguaje hipermedia más aceptado a nivel mundial. Por tanto, es uno de los lenguajes de programación web más importante y uno de los más

usados para la creación de documentos. El HyperText Markup Language (HTML) es un lenguaje de marcado que se diseñó con el objetivo de estructurar documentos y mostrarlos en forma de hipertexto (BrainStormOverride, 2010).

JavaScript.

El autor (Eguíluz, 2005) menciona que “JavaScript es un lenguaje de programación que se utiliza principalmente para crear páginas web dinámicas.”

JavaScript es un lenguaje de programación orientado a objetos. Este lenguaje es muy dinámico, en lo que respecta a las variables no necesitan ser introducidas antes de su uso y los tipos de variables se resuelven dinámicamente durante la ejecución. Se trata de un lenguaje de programación del lado del cliente, porque es el navegador el que soporta la carga de procesamiento (MDN Web Doc, 2010).

Hojas de estilos (CSS).

La (Fundacion SIDAR, 2007) menciona que “Las hojas de estilo representan un avance importante para los diseñadores de páginas web, al darles un mayor rango de posibilidades para mejorar la apariencia de sus páginas”.

La hoja de estilos CSS es un tipo de documento que utiliza el navegador Web para redefinir las propiedades de los distintos elementos y las etiquetas dentro del código HTML. Permite dar formato a los documentos de manera global, proporcionando al diseñador de las páginas web definir un conjunto de ampliaciones HTML especiales y aplicarlas al documento (WDG Web Design Group, 2010).

Lenguajes del lado del servidor.

Los lenguajes por el lado del servidor son aquellos que se ejecutan por el propio servidor y son enviados al cliente en un formato claro y conciso para él.

PHP

Los (Lenguajes de programación, 2016) como PHP “sirve para programar scripts del lado del servidor, que se incrustan dentro del código HTML. Este lenguaje es gratuito

y multiplataforma”. Está implementado especialmente para el desarrollo web. Las siglas PHP quieren decir (Hypertext Preprocessor). Es un lenguaje de programación web de alto nivel y se ejecuta en el servidor (EcuRed, 2007).

PHP 5

Los (Lenguajes de programación, 2016) como PHP 5 fue lanzado oficialmente en septiembre del 2004, utilizando el motor Zend Engine 2.0. El objetivo principal de esta nueva versión de PHP es perfeccionar los mecanismos de la Programación Orientada a Objetos para dar una solución a las carencias de las versiones anteriores. Incluyéndose modificadores de control de acceso para implementar el encapsulamiento y el manejo de excepciones, lo cual no existía en las versiones anteriores (Historia de PHP, 2010).

Marketing digital

Según Juan Carlos Mejía, consultor, escritor y conferencista internacional, menciona que “El Marketing Digital, llamado mercadotecnia online, es el uso de Internet y las redes sociales con el objetivo de mejorar la comercialización de un producto o servicio” (Mejía, 2017).

El marketing digital, se lo conoce también, como mercadotecnia online, el cual, hace uso de herramientas tecnológicas, como el internet y las redes sociales para la comercialización y promoción de productos y servicios.

Surgió a mediados de los años noventa, junto con las primeras páginas electrónicas, como Amazon, Dell, entre otras. Es importante debido a que estudia varios factores como:

Medición.- Cuando se realiza mediante esta opción, resulta ser más fácil medir las estrategias que si se usara el marketing tradicional.

Personalización.- Como su nombre lo indica, permite personalizar la página según las especificaciones del cliente a muy bajo costo, esto resulta beneficioso porque los clientes prefieren un trato personalizado por parte de las entidades.

Visibilidad de marca.- Una entidad, debe estar en internet, si no se encuentra en la web, sencillamente no existe, debido a que los clientes antes de realizar las compras, revisan el internet para luego adquirir un producto o servicio.

Captación y fidelización de clientes.- El marketing online o digital, permite llamar la atención de los clientes, atraerlos, y hacer que sean fieles a la marca.

Aumento de las ventas.- La herramienta tecnológica, como una página web, permite a las empresas incrementar las ventas, debido a que esta herramienta llega a nivel mundial.

Crea comunidad.- Permite crear una comunidad entre los clientes, quienes interactúan entre si dando referencias sobre a marca.

Canal con gran alcance.- Usa el internet como canal de comunicación, permitiendo un alcance masivo, logrando un mayor impacto y posicionando la marca.

Experimentación.- Permite probar nuevas técnicas y estrategias para promocionar el producto o servicio en tiempo real.

Bajo costo.- Es mucho más rentable que el marketing tradicional, por lo que es accesible a la mayoría de las empresas incluso a las pequeñas y medianas empresas (Mejia, 2017).

Atención al cliente

Según (Gestiopolis, 2010) en su artículo “los Díez mandamientos de la atención al cliente, recalca que El plan estratégico de una empresa, que es su carta de navegación, está lleno de buenos propósitos e intenciones.”

La atención al cliente representa un vacío cuando la empresa representa ideales, cuando no se establece un plan estratégico pegado a la realidad, por tal motivo, se plantea un decálogo para cumplir correctamente la atención al cliente.:

1. El cliente por encima de todo

En este caso, el cliente se convierte en un comprador potencial, por lo tanto, se debe de tener en mente que el cliente esta antes que todo.

2. No hay nada imposible cuando se quiere

Hay ocasiones en que el cliente solicita algo imposible, sin embargo, con dedicación, esfuerzo y una buena atención, se conseguirá lo que él está solicitando.

3. Cumple todo lo que prometas

Este punto no siempre se cumple, muchas empresas prometen muchísimas cosas con el objeto de llamar la atención del cliente o retenerlo, sin embargo, no se cumplen, es aquí donde surge una interrogante, ¿Qué sucede cuando se da cuenta el cliente?

4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera

Se debe de conocer muy bien al cliente, para poder satisfacer sus necesidades, un cliente satisfecho es un cliente seguro, por ellos el trabajador se debe de enfocar en sus necesidades y deseos.

5. Para el cliente, tu marcas la diferencia

Se debe de tratar bien al cliente, es la responsabilidad del trabajador lograr que el cliente regrese o no mediante el buen trato, la diferencia la marca la imagen que el cliente se lleve del lugar y del trato.

6. Fallar en un punto significa fallar en todo

Es importante cumplir a cabalidad con lo que se ofrece, desde que se empieza a tratar al cliente hasta la entrega final de la mercadería, es necesario verificar que esta, no llegue averiada o en mal estado, así como asegurarse de que lo que se va a entregar sea lo que el cliente pidió.

7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

El primer cliente de una empresa son los trabajadores, es importante satisfacer sus necesidades para que se sientan cómodos, de esta manera, se transmitirá la misma energía al cliente por parte de los trabajadores, en este punto participa el área de recursos humanos así como las estrategias de marketing.

8. El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente

Existen muchas herramientas para medir la calidad del servicio, sin embargo, el cliente representa el método más fiable de catalogar el servicio.

9. Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar

Si se da un buen servicio, hay que buscar métodos, estrategias y planes para siempre andar actualizados y cada vez mejorar más y más la calidad de servicio.

10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo

Los equipos de trabajo no solo son para un trabajo en específico, todo el personal que labora en una empresa debe estar dispuesto a trabajar en la satisfacción del cliente (Gestiopolis, 2010).

Ingeniería en sonido y acústica

Para el presente trabajo de investigación, se tomó en cuenta el sonido y la acústica para ello la (Universidad de las Américas, 2018), se refiere “al estudio del fenómeno sonoro, diseñando e implementando soluciones enfocadas a cadenas electroacústicas tomando en cuenta los espacios”.

Se toma en cuenta los recursos tecnológicos para grabar, de simulación, se estudian las etapas de:

- Planificación
- Operación
- Evaluación

Se debe de tomar muy en cuenta varios aspectos para el desarrollo de proyectos de sonido y acústica como por ejemplo:

- La electrónica
- La informática
- La física
- Las matemáticas
- La gramática musical
- Manipulación de sistemas
- La grabación, entre otros.

Otro punto a estudiar son las vibraciones mecánicas, sobre todo si se va a trabajar con equipos que producen altos niveles de vibraciones (Universidad de las Américas, 2018).

Modelo SCRUM

Los autores (Baión, Albaladejo, & Arcos, 2012), mencionan como “el proceso en el que se aplica de manera regular un conjunto de buenas prácticas para trabajar en equipo obteniendo el mejor resultado posible en un proyecto”. Se debe de realizar un estudio para determinar la manera en que se pueda trabajar productivamente.

Se basa en realizar entregas parciales y y regulares de un producto, este modelo esta presentado a proyectos complejos para obtener resultados lo más pronto posible, sin olvidar que los requisitos varían, o se encuentran sin definirse en su totalidad, sin embargo, se cuenta con la innovación, competitividad, flexibilidad y la productos para ayudar en este proceso.

Este proceso también es usado cuando al cliente no se le está entregando lo que el necesita, es decir, si la entregas son extremadamente largas el costo se dispara o en su defecto, la calidad no es la misma. También cuando la rotación es alta siendo la moral de los equipos muy baja.

Entre las actividades que maneja SCRUM, son las siguientes:

- **Planificación de la iteración**

Se divide en dos partes, la primera llamada selección de requisitos, la cual abarca alrededor de 4 horas, en el cual en ese tiempo el cliente debe de priorizar un listado de los requisitos del proyecto o producto.

La segunda parte corresponde a la planificación de la iteración, la cual, de la misma manera que en la primera parte, un equipo designado es el encargado de desarrollar un listado de tareas para la realizar lo que se haya comprometido, este esfuerzo se debe de realizar de manera unificada, es decir, en equipo, asignando tareas a los miembros del equipo de manera automática.

- **Ejecución de la iteración**

En esta etapa, se realiza una reunión de sincronización, en la cual, cada uno de los miembros inspecciona el trabajo que se está realizando, se analizan aspectos como la dependencia, los avances y los obstáculos, de esta manera, se pueden tomar las medidas pertinentes para corregir en caso de que exista alguna desviación y poder cumplir con lo requerido

- **Inspección y adaptación**

Se divide en dos partes, la primera es la demostración, en la cual el equipo se prepara para entregar el resultado con un mínimo de esfuerzo. Una vez que es entregado, el cliente realiza las adaptaciones que sean necesarias y se re planifica el proyecto.

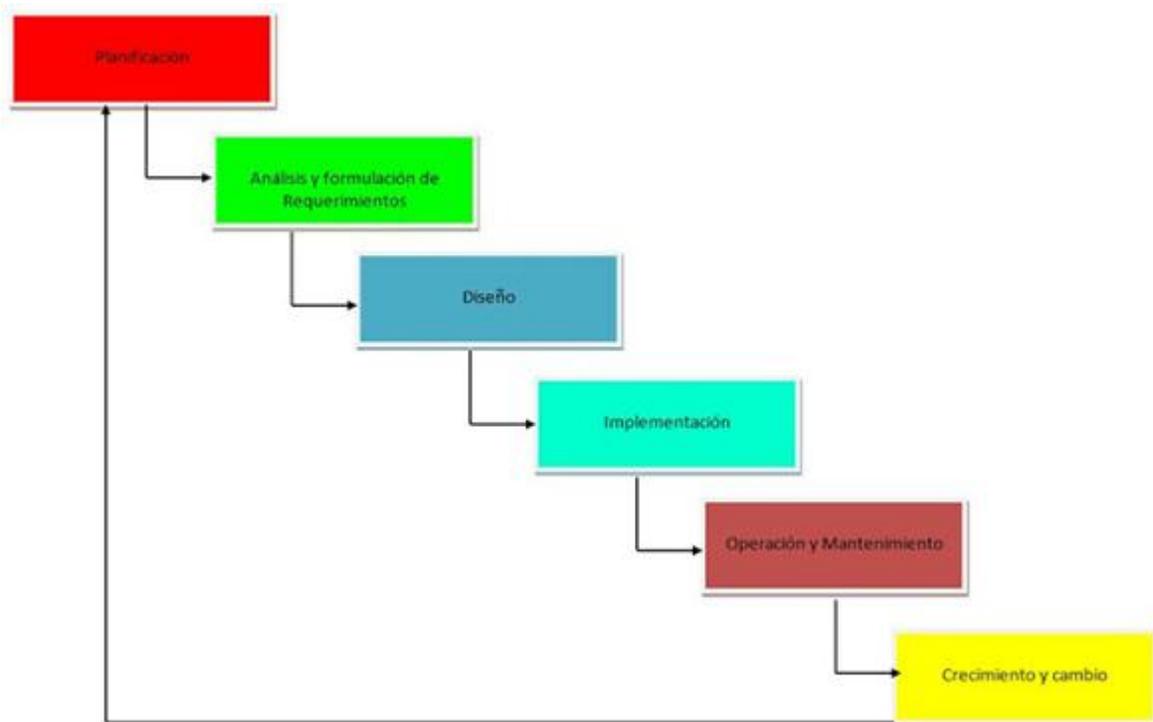
La segunda parte se trata de la retrospectiva, la cual consiste, en realizar un análisis de la manera en la que se trabajó, determinando los incontinentes que pudieran surgir al avanzar en el proyecto, de esta manera se está, mejorando la productividad, al ir identificando los obstáculos y eliminarlos oportunamente (Baión, Albaladejo, & Arcos, 2012).

Modelo de cascada

Según (Ramone, 2012) menciona que “el Modelo en Cascada o también conocido como Ciclo de Vida del software da las pautas que permiten la organización en el desarrollo del software a través de la implementación de sus etapas.”

Lo cual significa que para avanzar a la siguiente etapa, primero se debe de terminar con la etapa anterior. A continuación se describe el modelo de cascada:

Figura 3. Modelo de cascada



1. **Planificación**
2. **Análisis y Diseño de Requerimientos**
3. **Diseño**
4. **Implementación**
5. **Operación y Mantenimiento**
6. **Crecimiento y cambio**

1.13 Fundamentación Legal

LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE

DATOS Título Preliminar Art. 1.- Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas (Gobierno Nacional, 2002).

DE LOS MENSAJES DE DATOS

Capítulo I PRINCIPIOS GENERALES Art. 2.- Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.- Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta Ley y su reglamento.

Art. 3.- Incorporación por remisión.- Se reconoce validez jurídica a la información no contenida directamente en un mensaje de datos, siempre que figure en el mismo, en forma de remisión o de anexo accesible mediante un enlace electrónico directo y su contenido sea conocido y aceptado expresamente por las partes.

Art. 4.- Propiedad Intelectual.- Los mensajes de datos estarán sometidos a las leyes, reglamentos y acuerdos internacionales relativos a la propiedad intelectual.

Art. 5.- Confidencialidad y reserva.- Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta Ley y demás normas que rigen la materia.

Art. 6.- Información escrita.- Cuando la Ley requiera u obligue que la información conste por escrito, este requisito quedará cumplido con un mensaje de datos, siempre que la información que éste contenga sea accesible para su posterior consulta.

Art. 7.- Información original.- Cuando la Ley requiera u obligue que la información sea presentada o conservada en su forma original, este requisito quedará cumplido con un mensaje de datos, si siendo requerido conforme a la Ley, puede comprobarse que ha conservado la integridad de la información, a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como mensaje de datos (Gobierno Nacional, 2002).

DE LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS, CERTIFICADOS DE FIRMA ELECTRÓNICA, ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN DE INFORMACIÓN, ORGANISMOS DE PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, Y DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN ACREDITADAS Capítulo I DE LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS

Art. 13.- Firma electrónica.- Son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos, e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos.

Art. 14.- Efectos de la firma electrónica.- La firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio.

Art. 15.- Requisitos de la firma electrónica.- Para su validez, la firma electrónica reunirá los siguientes requisitos, sin perjuicio de los que puedan establecerse por acuerdo entre las partes:

- a) Ser individual y estar vinculada exclusivamente a su titular;
- b) Que permita verificar inequívocamente la autoría e identidad del signatario, mediante dispositivos técnicos de comprobación establecidos por esta Ley y sus reglamentos;

- c) Que su método de creación y verificación sea confiable, seguro e inalterable para el propósito para el cual el mensaje fue generado o comunicado.
- d) Que al momento de creación de la firma electrónica, los datos con los que se creare se hallen bajo control exclusivo del signatario; y,
- e) Que la firma sea controlada por la persona a quien pertenece (Gobierno Nacional, 2002).

CAPITULO III

METODOLOGIA

1.14 Nombre de la empresa

Casa musical Darwin

1.15 Misión

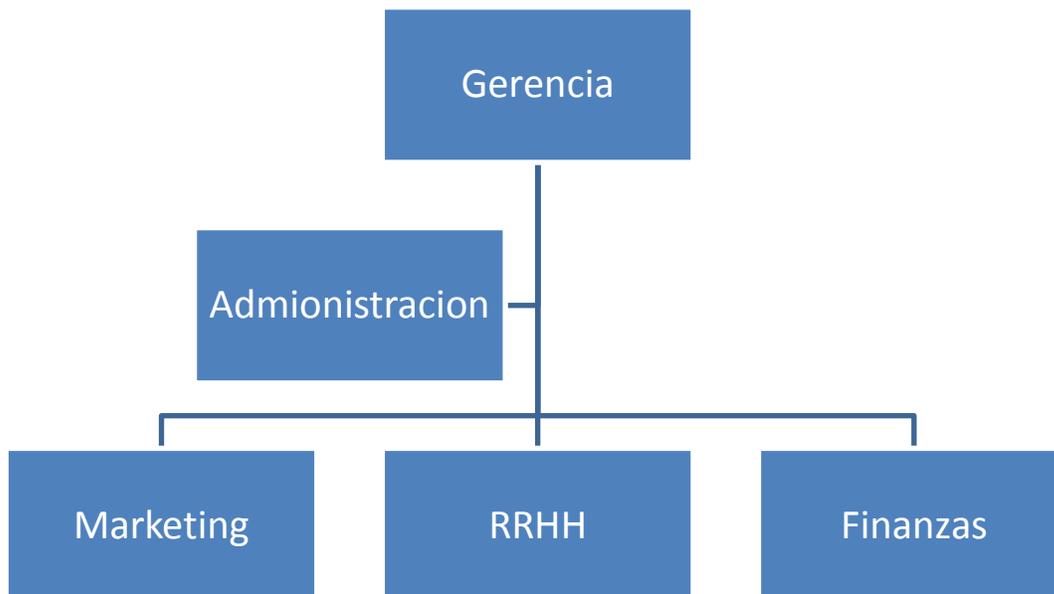
Nuestra misión es proporcionar los mejores instrumentos musicales con la más alta calidad y precios accesibles, para satisfacer a nuestros clientes. Queremos que estén satisfechos con nuestros productos y servicios. Brindaremos un mejor sonido y diseños innovadores para que tanto niños, jóvenes y adultos tengan acceso a productos que estén a la vanguardia.

1.16 Visión

Nuestra visión es ser la empresa número uno en venta de instrumentos musicales, así como también lograr un mejor sonido y diseños vanguardistas para lograr una mejor imagen en nuestros instrumentos.

1.17 Organigrama

Tabla 1. Estructura organizativa



Elaborado por: Vicente Hurtado

1.18 Metodología de la investigación

El diseño metodológico de (Sampieri & Batista, 2006), “se encuentra conformado por la fundamentación del enfoque de la investigación”, es decir, donde se abarca el tipo y el nivel; el contexto o campo de acción, la población objeto de estudio, muestra o unidad de análisis, técnica de instrumento de recolección de la información y el proceso de análisis e interpretación.

La investigación es de corte cualitativo –cuantitativo, cuantitativa ya que en el proceso de la investigación se obtuvo la participación de los individuos y se obtuvieron datos numéricos que fueron tabulados estadísticamente (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Se parte del hecho de que el enfoque de investigación es cualitativo ya que se ha pensado en la participación de los miembros de la comunidad que se beneficiario de las compra de los equipos de sonido y de música, para indagar a

cerca de sus propias necesidades y problemas, bajo la guía de técnicas, pero con la participación directa de los interesados en su desarrollo (Baena, 2014).

1.19 Diseño metodológico de la investigación

En este capítulo se desarrolla los procesos que conllevan la Metodología, Proceso, Análisis y Discusión de Resultados de la investigación realizada en búsqueda de esclarecer las interrogantes del estudio.

1.19.1 Descriptiva.

Según (Ramirez, 2006), “El principal objetivo de la investigación es medir una serie de probabilidades que podría conllevar tanto el diseño y desarrollo a futuro para el proceso de ofertar productos y servicios para el cliente”. De la misma manera ver el desempeño y ahorro de tiempo en cuanto a búsqueda y compra de manera confiable de un producto de audio y sonido (Explorable, 2010).

1.19.2 Explicativa.

El proceso de compras y ventas de productos de audio y sonido se vería afectado ya que el no contar con una herramienta que permita dar a conocer la información de los productos que se ofrecen en la empresa (El pensante, 2017).

1.19.3 Correlacional.

Conforme transcurre el proceso de compra y venta para los clientes, aumenta el desarrollo de nuevas herramientas para la visualización de los productos de audio y sonido (Hernández Sampieri, 2014).

1.20 Población

Según (Tamayo, 2012) señala que “la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica”, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno suscrito a una investigación, por lo tanto Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, donde se desarrollará la investigación (Sampieri & Batista, 2006).

Tabla 2. Cuadro de la población

Población	Cantidad
Trabajadores	9
Gerente	1
Cajero	1
Total	11

Elaborado por: Vicente Hurtado

Sin embargo, se la encuesta está dirigida a los clientes, tomando como muestra a las personas que viven cerca del establecimiento en un radio de 3 kilómetros.

1.21 Muestra

La muestra es una Parte o una pequeña cantidad de un elemento que se considera importante del total de lo que se va a realizar.

La muestra, es parte de la estadística que se ocupa de la selección y agrupación de elementos representativos de cierta población, con el fin de obtener relación en la misma (Tamaño de la muestra, 2010).

Tabla 3. Cuadro de la muestra

VARIABLES PARA EL CALCULO			
n/c=	95%		
z=	1,96	n=	96,04
p=	0,50		1,21
q=	0,50		
N=	100	n=	80
e=	5%		
n=			

Tabla 4. Desglose del cálculo de la muestra

n/c=	95%	n =	$\frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$
z=	1,96		
p=	50%		
q=	50%		
N=	100	n =	$\frac{(1.65)^2 (0.50) (0.50) (100)}{(100- 1) (0.05)^2 + (1.65)^2(0.50)(0.50)}$
e=	5%		
n=	0%		
		n =	$\frac{96,04}{1,21}$
		n =	80

1.22 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.22.1 Recolección de información.

La recolección de información se llevó a cabo a través de las técnicas seleccionadas como son las encuestas, entrevista determinados y previamente seleccionados, cuyos datos obtenidos fueron analizados y procesados, lo cual fue de vital importancia porque brindó información significativa para los análisis posteriores y enrumbar adecuadamente la propuesta (Definicion, 2017).

1.22.2 Técnica de la encuesta

Recopilación de información mediante diálogo entre el profesional investigador y sujetos fuente de información.

En este caso, se realizaron a los padres de familia de la institución educativa y estuvieron dirigidas obtener información, acerca de los efectos que producirá el diseño de un sistema de información web para promocionar equipos de sonidos de la casa musical “Darwin” (Tamayo, 2012).

1.22.3 Técnica de la entrevista

Recopilación de información mediante diálogo entre el profesional investigador y los sujetos fuente de información, en este caso se realizó al dueño de la casa musical “Darwin”.

Esto nos permitió obtener datos específicos a través del dialogo, para conocer la problemática referentes los métodos de proporcionar información sobre los equipos musicales de los cuales dispone la casa musical “Darwin” (Sampieri & Batista, 2006).

1.23 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:
Los métodos teóricos y los métodos empíricos (Sampieri & Batista, 2006).

1.23.1 MÉTODOS TEÓRICOS

Dentro de los diferentes métodos teóricos que se utilizó para la ejecución de esta investigación están:

1.23.1.1 Método Analítico – Sintético

Los métodos más utilizados en este tipo de investigación de corte técnico son los métodos teóricos e empíricos que se nombran a continuación:

1.23.1.2 Método inductivo – Deductivo

Se realizó un análisis a través de la observación a la situación actual de la forma de difundir la información de una página web dedicada a promocionar artículos musicales.

1.23.1.3 Método Inductivo

El método deductivo, fue utilizado para explicar el comportamiento evolutivo que han tenido las páginas web en el aspecto promocional de la música en los centros que se dedican a este tipo de actividad, así como su incidencia en mejorar la calidad de brindar dicha información a los consumidores (Ramirez, 2006).

1.23.1.4 El método deductivo

El método deductivo facilitó ir estructurando los hallazgos a cerca de los fenómenos a partir de las premisas que incluyan o contengan los principios explicativos (Tamayo, 2012).

1.23.2 METODO EMPIRICO

Se utilizaron dentro de la investigación por medio de la recolección de información, a través de las técnicas aplicadas tales como la encuesta realizada a

los representantes legales seleccionados con anterioridad, la entrevista al dueño de la casa musical “Darwin” (Sampieri & Batista, 2006).

1.23.3 Método Estadístico-descriptivo

Fue de gran relevancia al momento de tabular, presentar, interpretar y analizar los datos surgidos de la investigación, a partir de la aplicación de las encuestas a los consumidores y a la entrevista al dueño del establecimiento.

1.23.4 Métodos Estadístico.

Por medio de estos métodos, se procedió a delimitar los campos de acción. Se procesaron los datos y procedimientos estadísticos con la ayuda del computador y sistemas matemáticos para ubicar la población, la muestra, la representación gráfica de las respuestas seleccionadas y los cálculos que de ellas se desprendieron, y luego se analizaron por separado en la parte correspondiente del trabajo (Ramirez, 2006).

Capitulo IV

La propuesta

1.24 Análisis de resultado

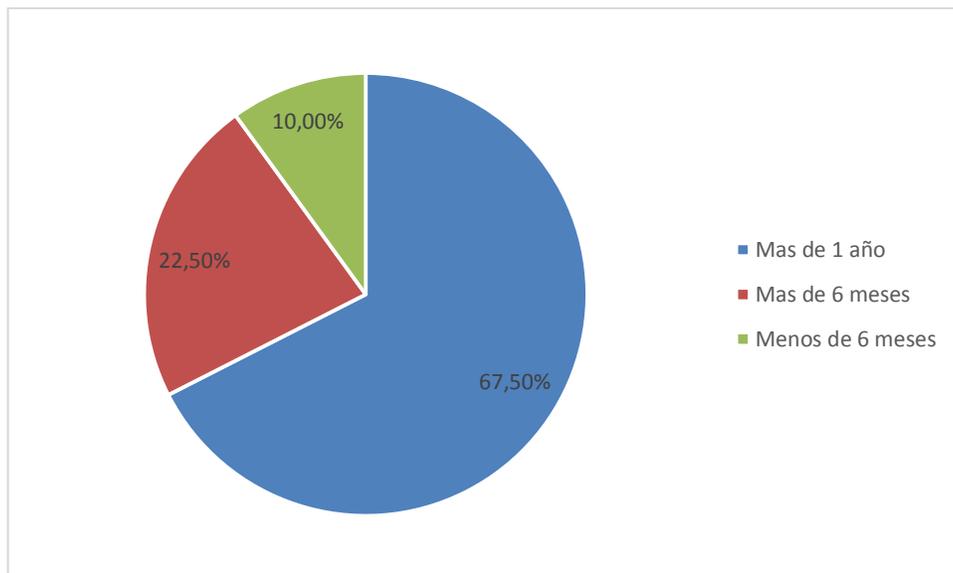
1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de la casa musical DARWIN?

Tabla 5. Encuesta pregunta # 1

Opción	Cantidad	Porcentaje
Más de 1 año	54	67,50%
Más de 6 meses	18	22,50%
Menos de 6 meses	8	10,00%
Total general	80	100,00%

Elaborado por: Vicente Hurtado

Figura 4. Encuesta pregunta # 1



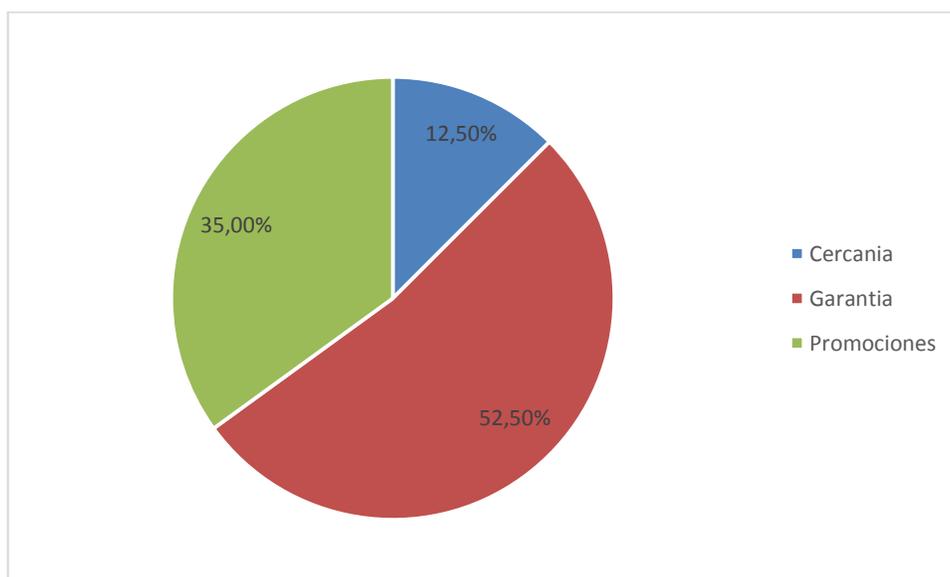
Elaborado por: Vicente Hurtado

El 67,50% de los encuestados mencionaron que llevan siendo clientes de la casa musical Darwin hace más de un año, el 22,50% menciona que solo llevan siendo clientes más de 6 meses, mientras que el 10% dijeron que apenas tienen menos de 6 meses adquiriendo productos de dicha casa musical.

2. ¿Por qué motivo Ud. Adquiere productos en la Casa musical DARWIN?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Cercanía	10	12,50%
Garantía	42	52,50%
Promociones	28	35,00%
Total general	80	100,00%

Elaborado por: Vicente Hurtado



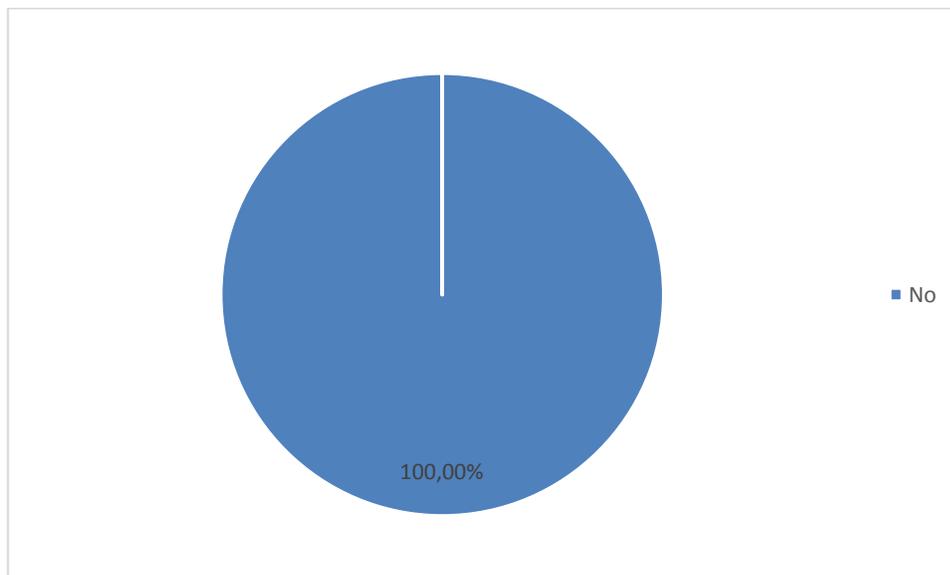
Elaborado por: Vicente Hurtado

El 52,50% menciona que comprar los productos de la casa musical Darwin debido a que ofrece buenas garantías, el 35% menciona que adquieren los productos porque tienen buenas promociones, mientras que solo el 12,50% opina que lo hace debido a la cercanía del establecimiento respecto a sus domicilios.

3. ¿La casa musical DARWIN utiliza algún medio publicitario actualmente?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	80	100,00%
Total general	80	100,00%

Elaborado por: Vicente Hurtado



Elaborado por: Vicente Hurtado

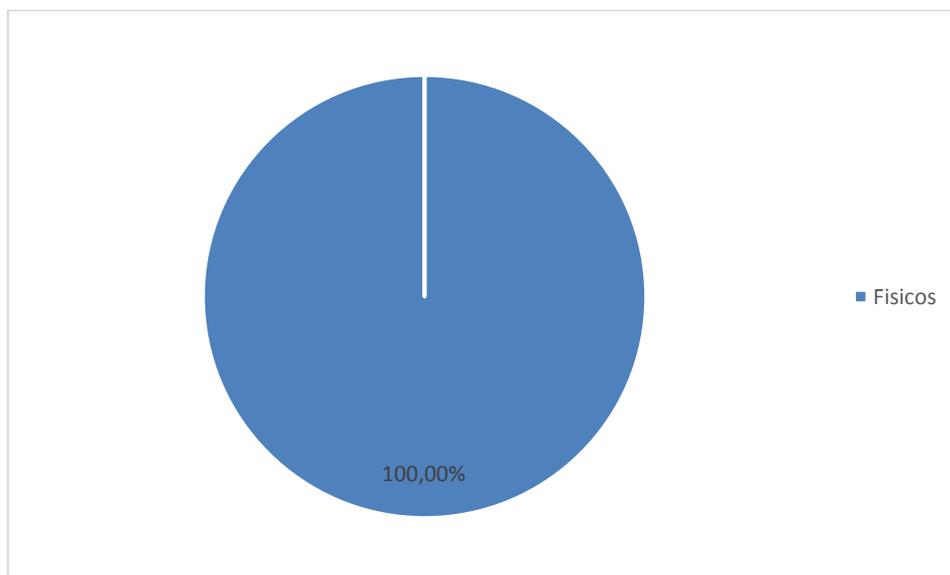
La pregunta número tres, busca conocer por parte de los encuestados si la casa musical Darwin, dispone de algún medio publicitario, obteniendo el siguiente resultado:

El 100% de los encuestados mencionaron que dicha casa musical no cuenta con ningún medio publicitario que ayude a darse a conocer a la población aledaña ni mucho menos expandirse.

4. ¿Qué tipo de medios publicitarios utiliza?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Digitales	0	0%
Físicos	80	100,00%
Total general	80	100,00%

Elaborado por: Vicente Hurtado



Elaborado por: Vicente Hurtado

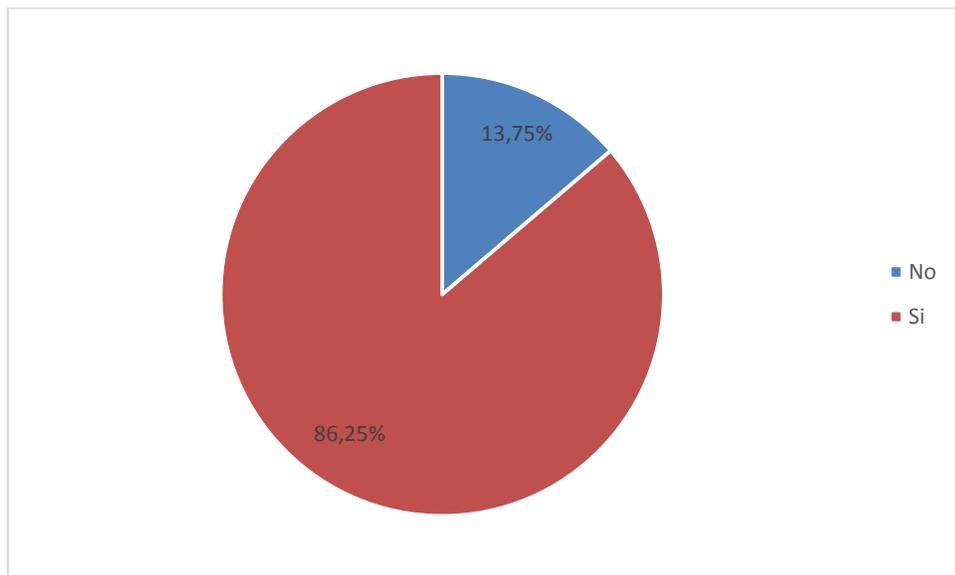
La pregunta número cuatro busca conocer por parte de los encuestados que medios utiliza la casa musical Darwin como métodos publicitarios, obteniendo el siguiente resultado:

El 100% de los encuestados mencionaron que la casa musical Darwin utiliza solo medios físicos.

5. Cree Ud. ¿Que la implementación de una página web ayudaría a promocionar los equipos musicales?

Opción	Cantidad	Porcentaje
No	11	13,75%
Si	69	86,25%
Total general	80	100,00%

Elaborado por: Vicente Hurtado



Elaborado por: Vicente Hurtado

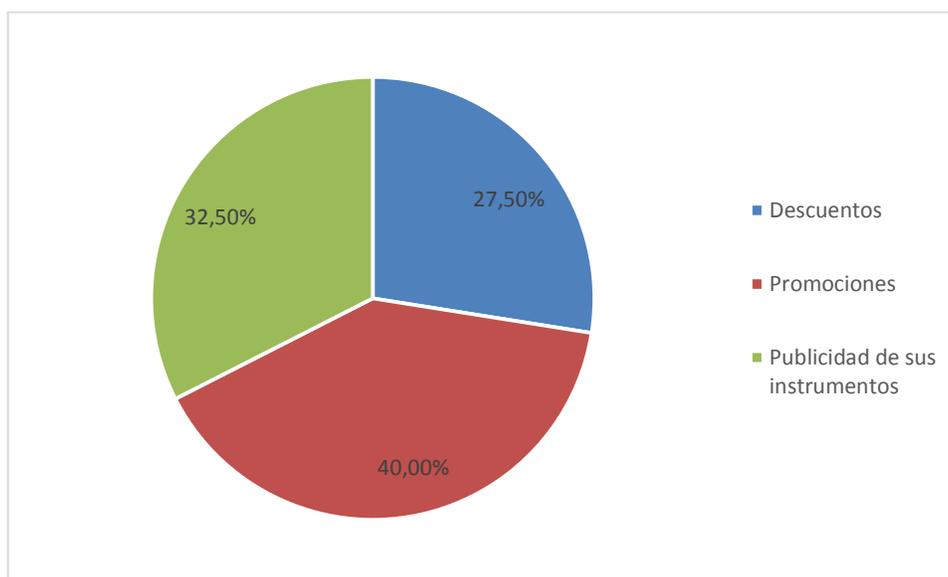
La pregunta número cinco, busca conocer por parte de los encuestados, si Ud. cree que la implementación de una página web, ayudaría a promocionar los equipos musicales de la casa musical Darwin, obteniendo el siguiente resultado:

El 86,25% de los encuestados menciona que si ayudarían a promocionar los equipos de los cuales dispone la casa musical anteriormente mencionada, mientras que el 13,75% opina todo lo contrario, es decir, no creen que ayudaría a promocionar los productos.

6. ¿Qué tipo de información considera que debe tener la página web?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Descuentos	22	27,50%
Promociones	32	40,00%
Publicidad de sus instrumentos	26	32,50%
Total general	80	100,00%

Elaborado por: Vicente Hurtado



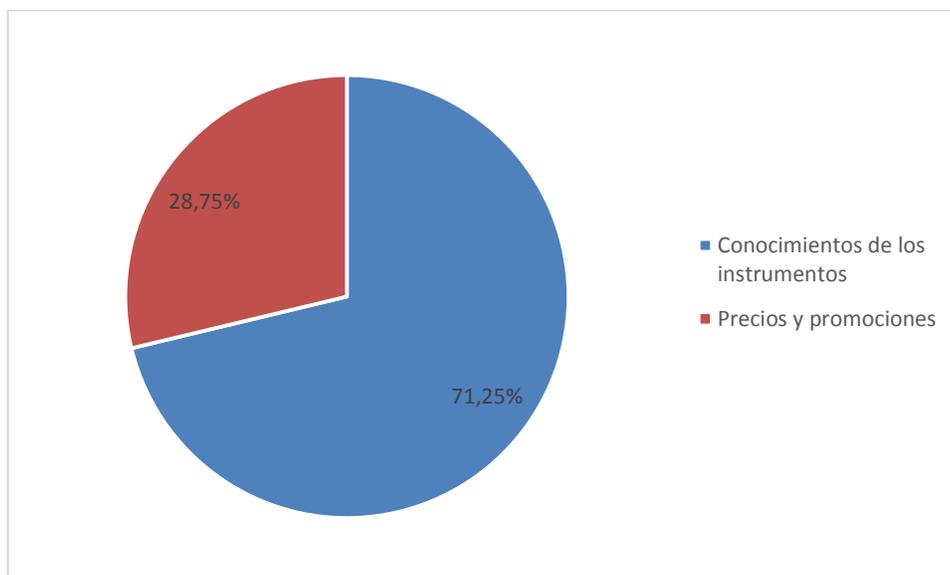
Elaborado por: Vicente Hurtado

El 40% de los encuestados menciona que en la página web debe de tener promociones de los instrumentos musicales, el 32,50% opina que la página debe de promocionar los equipos musicales, mientras que el 27,50% opina que se deben de incluir descuentos en la página musical.

7. ¿Qué ventaja considera Ud., con el manejo de una página web?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Conocimientos de los instrumentos	57	71,25%
Precios y promociones	23	28,75%
Total general	80	100,00%

Elaborado por: Vicente Hurtado



Elaborado por: Vicente Hurtado

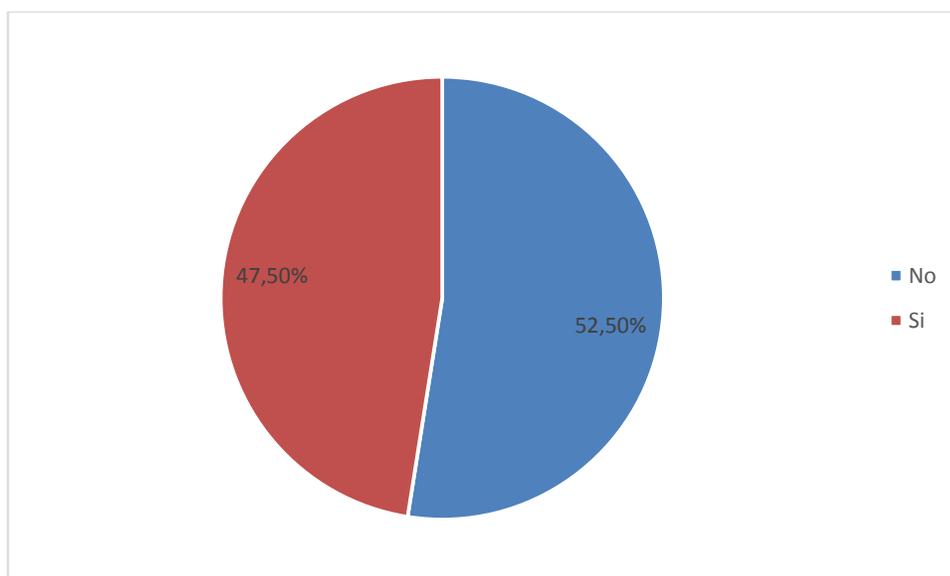
La pregunta número siete busca conocer por parte de los encuestados las ventajas que se obtienen con el manejo de una página web, obteniendo el siguiente resultado:

El 71,25% se refiere al conocimiento de los instrumentos, es decir, la página debe de contener detalles de los equipos de sonido que dispone la casa musical, mientras que el 28,75% menciona que una de las ventajas debe de ser los precios y promociones de los instrumentos.

8. ¿La casa musical DARWIN cuenta con personal capacitado para la implementación de una página web?

Opción	Cantidad	Porcentaje
No	42	52,50%
Si	38	47,50%
Total general	80	100,00%

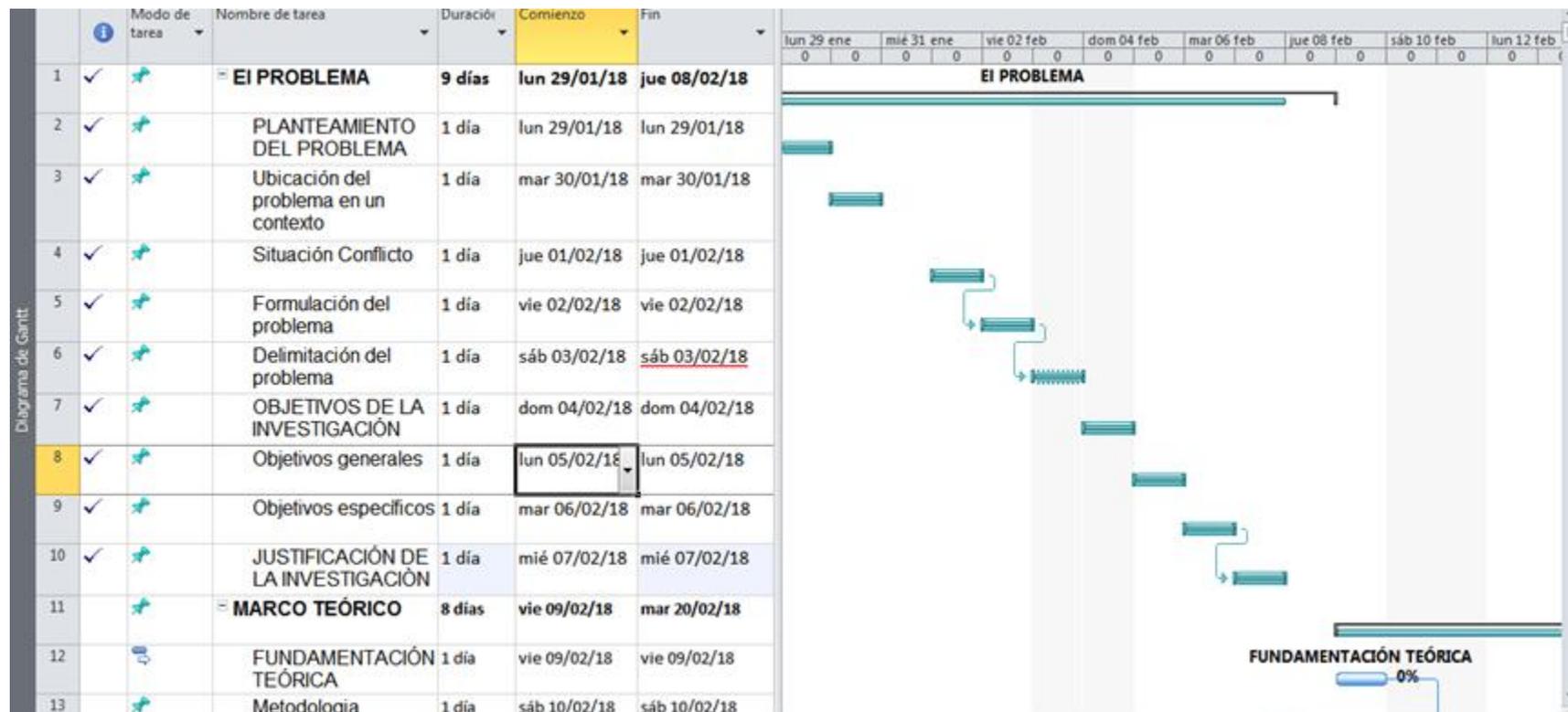
Elaborado por: Vicente Hurtado

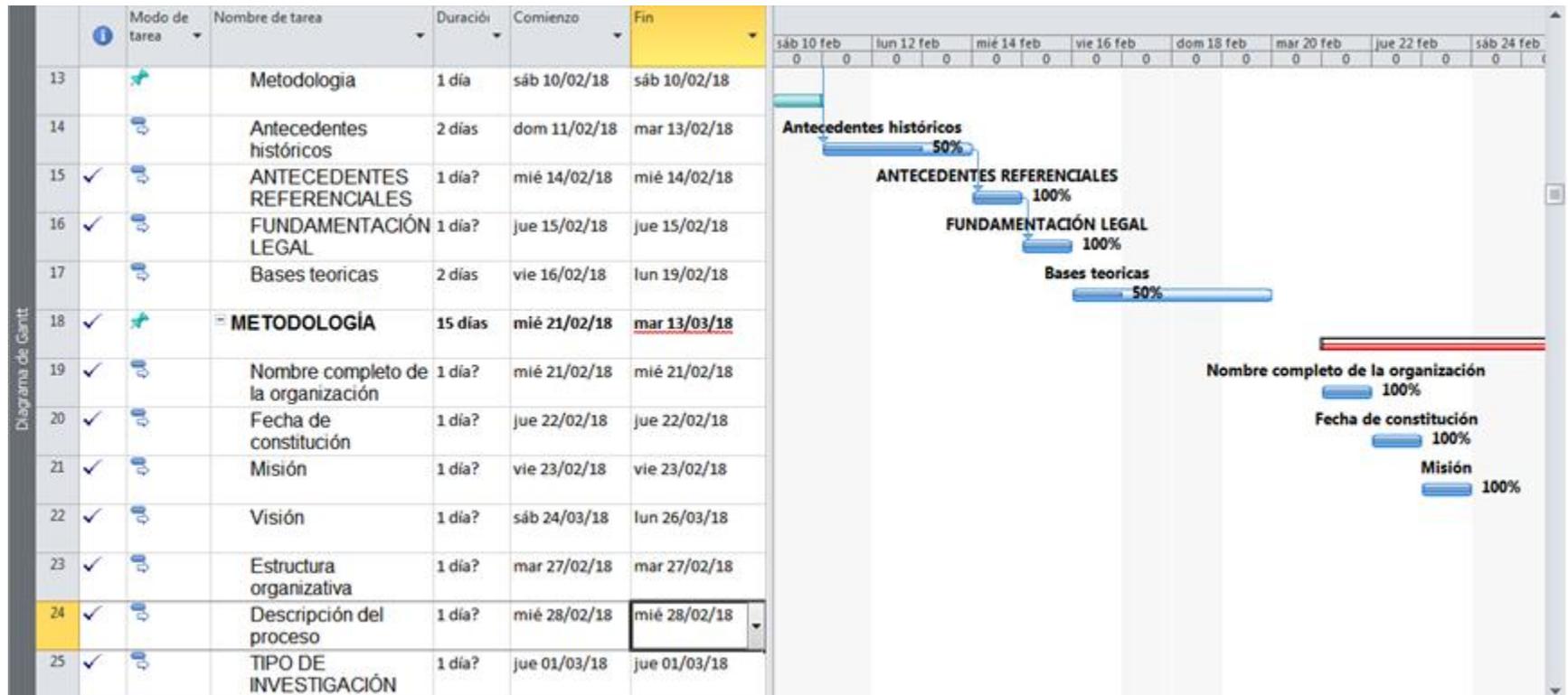


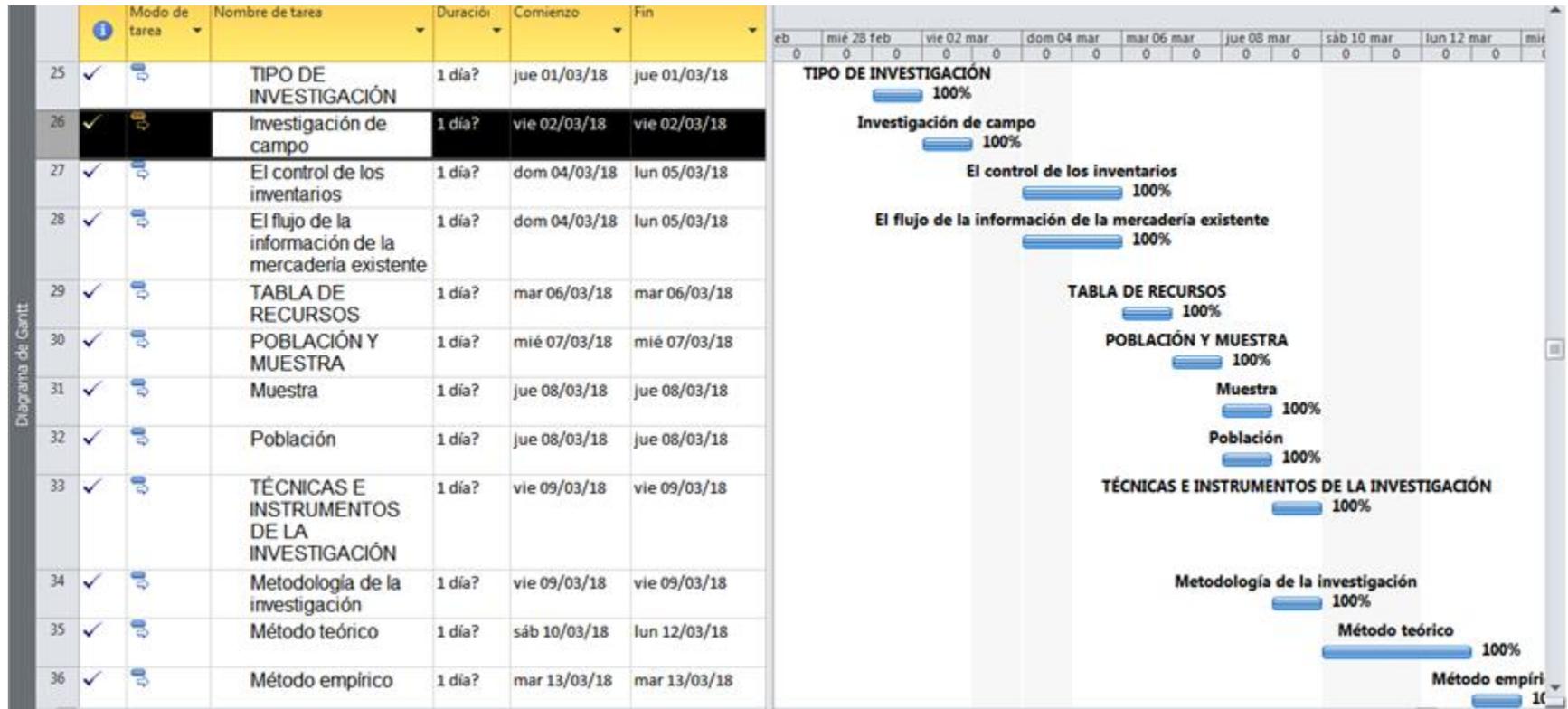
Elaborado por: Vicente Hurtado

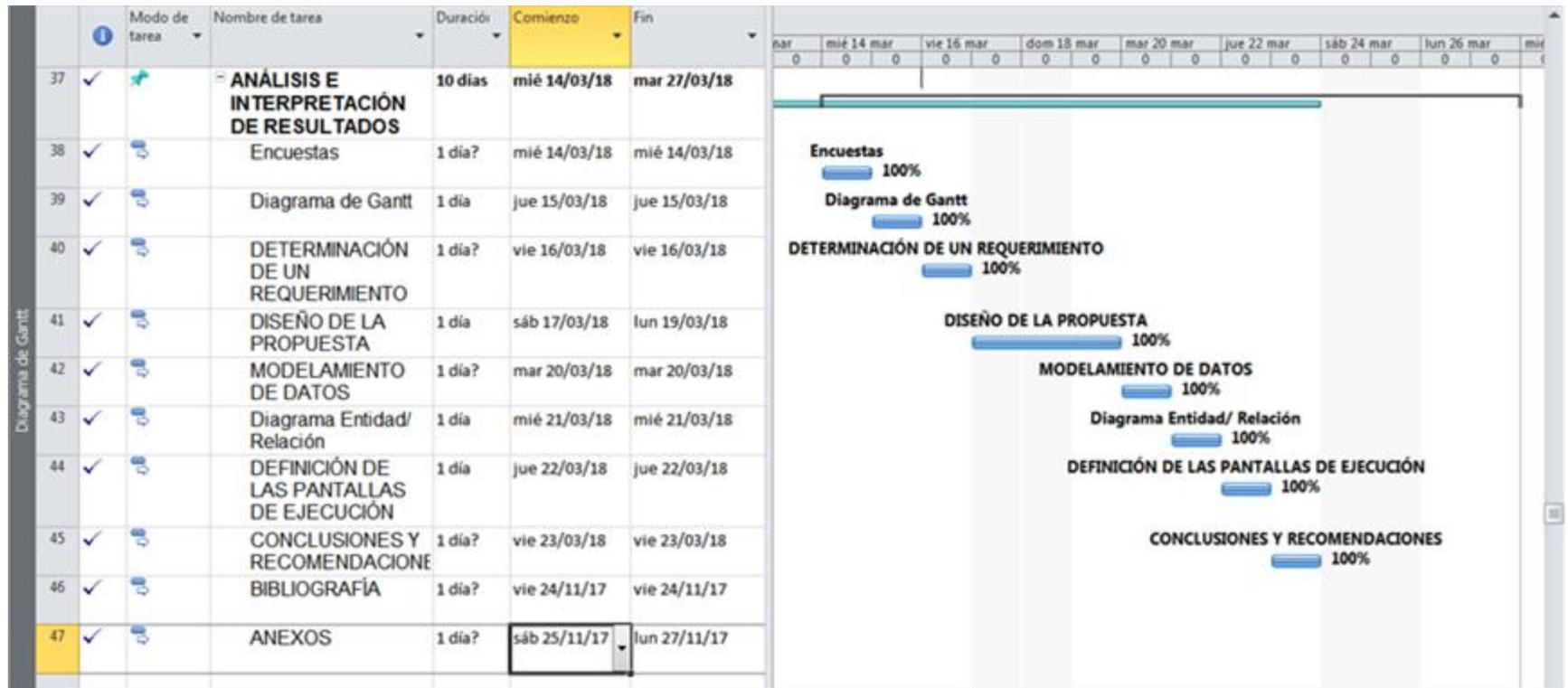
El 52,50% de los encuestados menciona que el personal que trabaja en la casa musical Darwin no está capacitado para el uso y manejo una página web, sin embargo, el 47,50% opina que el personal si está capacitado para manejar una página web que se implemente en la casa musical Darwin.

1.25 Diagrama de GANTT









1.26 Determinación de requerimientos Hardware

Tabla 6. Hardware

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Procesador Intel Core i5-3230 Mhz 500 GB de disco duro DDR3 Ram 8Gb	\$ 660.00	1	\$660.00
Servidor	\$ 1,200.00	1	\$ 1.200.00
TOTAL			\$ 1.880.00

Elaborado por: Vicente Hurtado

Software

Tabla 7. Software

DESCRIPCION - DETALLE	VALOR UNITARIO	CANTIDAD/MESES TRABAJO/PROGRAMADOR	TOTAL
Aplicaciones, Licencia de Desarrollo: OPEN SOURCE Licencia: GLP Versiones: Año 2017	\$ 0,00	0	0,00
Programador - Desarrollador OPEN SOURCE	\$ 1.000,00	2	2.000,00
			\$ 2.000,00

Elaborado por: Vicente Hurtado

Costo total del sistema

Tabla 8. Recursos

DESCRIPCION	VALOR
Costo de software	\$ 2.000,00
Costo de hardware	\$ 1.880.00
Total	\$ 3.880.00

Elaborado por: Vicente Hurtado

1.27 Objetivos

1.27.1 General

Dar a conocer la casa musical Darwin, sus equipos, descuentos y promociones brindando un buen servicio a través del diseño de la página web, con sus opciones (Crear, editar, modificar, eliminar y publicar)

1.27.2 Específicos

- Optimizar el tiempo para los clientes al poder visualizar y realizar actividades por medio de la página web.
- Generar información atractiva referente a los productos de la casa musical.
- Brindar confianza entre el local y la clientela a través de la página web.
- Brindar un servicio eficiente entre los trabajadores y la clientela.

1.28 Estudio de Factibilidad

1.28.1 Administrativo

El presente sistema propuesta, será manejado exclusivamente por el personal que forma parte de la casa musical Darwin.

Se pretende, dar a conocer los equipos de sonidos de los cuales dispone la casa musical antes mencionada, así como su promoción, y conocimiento del establecimiento.

Por tal motivo, dicha información será captada por los clientes interesados en adquirir los productos que se ofrece, sin la necesidad de que acudan al local comercial previamente, es decir, revisando la página web, y observando el instrumento que sea de su agrado.

1.28.2 Legal

La construcción de la página web no es motivo de violación a las normativas que rigen actualmente en el país, por tal motivo, se considera 100% legal el levantamiento de dicha página.

Sin embargo, la página web, además de brindar información, también se puede separar o adquirir productos a través de las opciones que muestra la página web.

1.28.3 Presupuestaria

Se considera un proyecto factible económicamente, debido a que su costo es relativamente bajo, permitiendo así, poder dar soluciones a dar a conocer la casa musical Darwin, así como establecer descuentos y promociones, evitando así, tener que imprimir volantes, provocando el uso del papel, de esta manera, se está contribuyendo ecológicamente al país.

También es importante mencionar, que se estaría ahorrando tiempo por parte de los clientes, debido a que pueden ingresar a la página desde sus domicilios, evitando que vayan al establecimiento. Además, algunos clientes no disponen de suficiente tiempo, debido a sus trabajos que le consumen la mayoría de tiempo, o en su defecto, llegan cansados de realizar sus labores cotidianas.

1.28.4 Técnico

Cuando se quiere dar a conocer un establecimiento, es te caso, una casa musical, debe hacerse uso de las tecnologías, es decir, aprovechar dicha herramienta. Haciendo uso de la página web, el establecimiento se beneficiara tanto al local como a la clientela

Se considera técnico debido a que solo se está usando una pc para publicar descuentos, promociones, instrumentos, según las necesidades del establecimiento. Dicha actividad se la puede realizar desde la casa musical o desde algún otro lugar según lo autorice el dueño del local.

1.29 Arquitectura de software

En los lenguajes de programación de software libre de código abierto que se usaron en este proyecto de investigación que permitieron tener un costo bajo en dicho proyecto son:

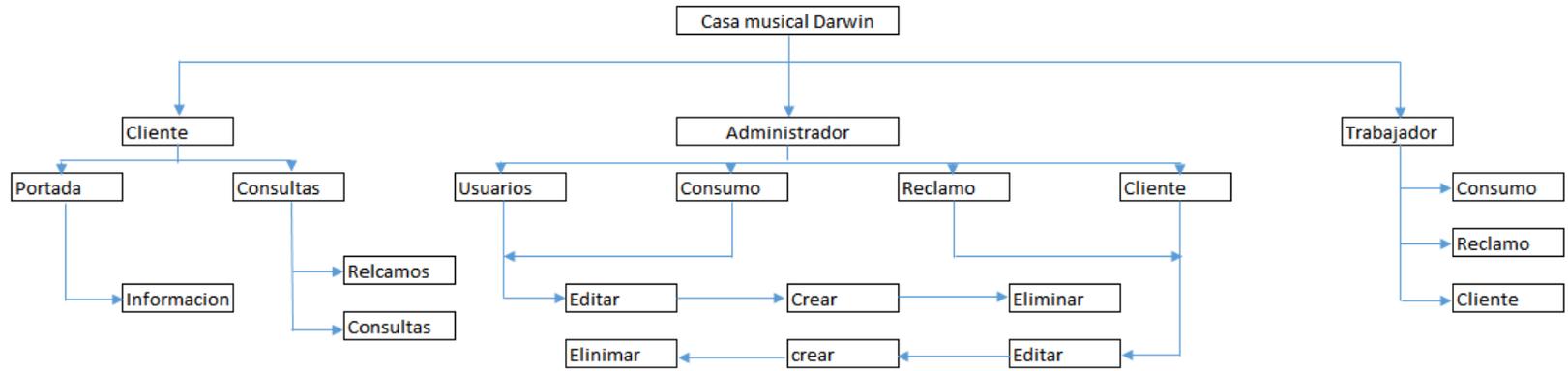
PHP

HTML 5

CSS 3

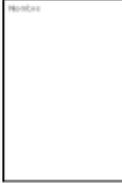
Mientras que para la base de datos se usó MySQL server el cual también es de código abierto, es decir, no hay la necesidad de cubrir algún tipo de licencia, y por lo tanto, no influye en el presupuesto del prototipo.

1.31 Diagrama jerárquico HIPO



1.32 Diseño de la propuesta Diagrama de casos de uso

Tabla 9. Diagrama casos de uso - Nomenclatura

Símbolo	Descripción
	Actor
	Caso de Uso
	Flujo de datos (Asociación)
	Limitador del Sistema

Elaborado por: Vicente Hurtado

DIAGRAMA DE CASO DE USO

Fecha de Creación:
19/03/2018

Nombre de Autor:
Vicente Hurtado

Nombre del Sistema: Casa musical Darwin

Narrativa

Actores

Administrador
Trabajador
Visitante

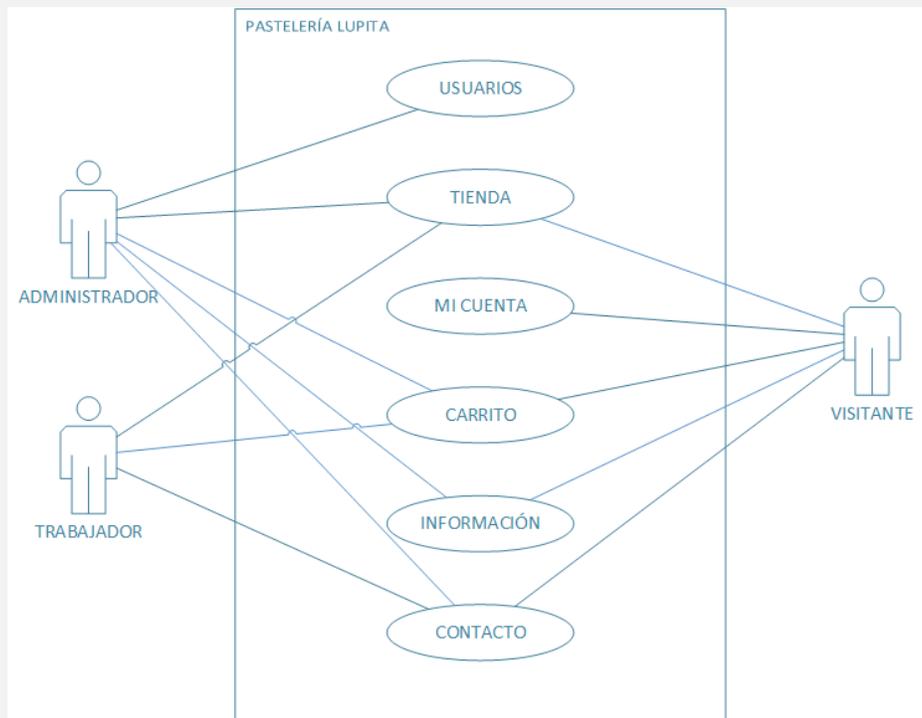
Casos de Uso

El Administrador puede realizar mantenimiento a usuarios y al sitio web, e interactuar con el visitante.

El trabajador puede hacer ediciones en el sitio web e interactuar en las compras con el visitante.

El visitante visualiza la información del sitio web, puede registrarse en mi cuenta.

Diagrama



Elaborado por: Vicente Hurtado

1.33 Diagrama general del sistema

Tabla 10. Diagrama general del sistema.

Símbolo	Descripción
	Proceso
	Enlace

Elaborado por: Vicente Hurtado

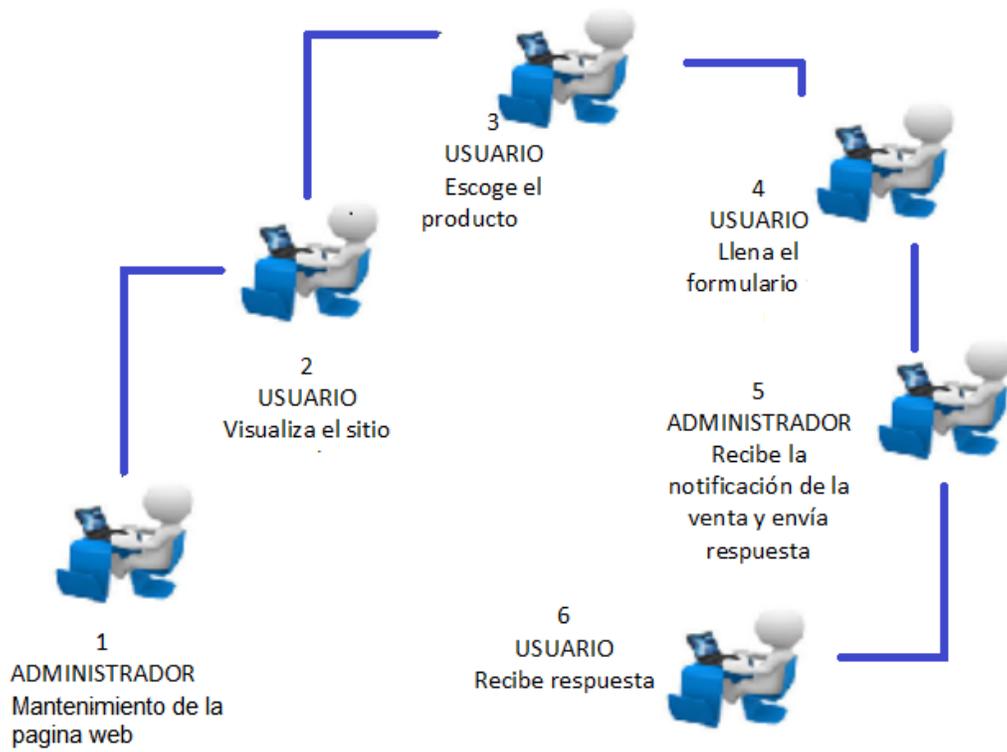
DIAGRAMA GENERAL DEL SITIO WEB

Fecha de Creación:
20/03/2018

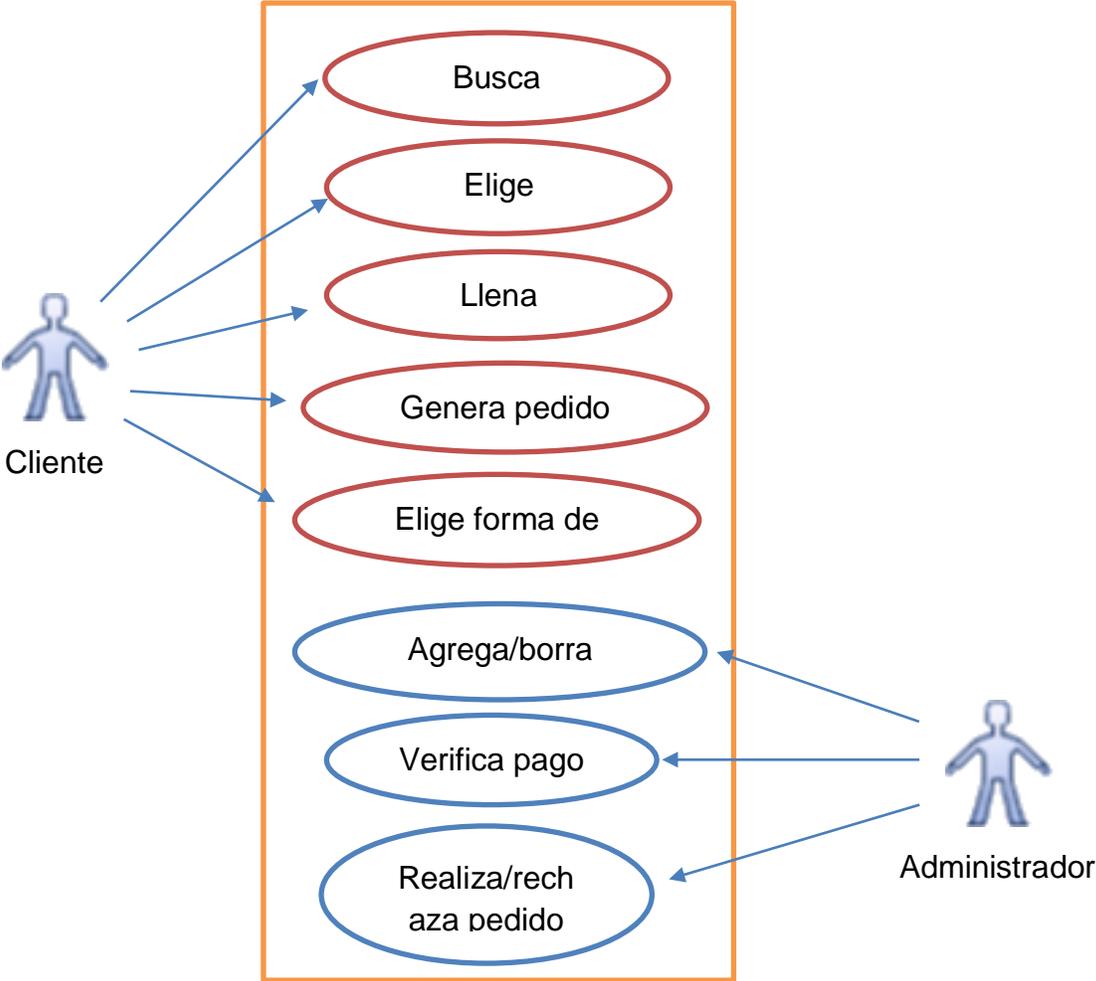
Nombre de Autor:
Vicente Hurtado

Nombre del Sitio web:
CASA MUSICAL
DARWIN

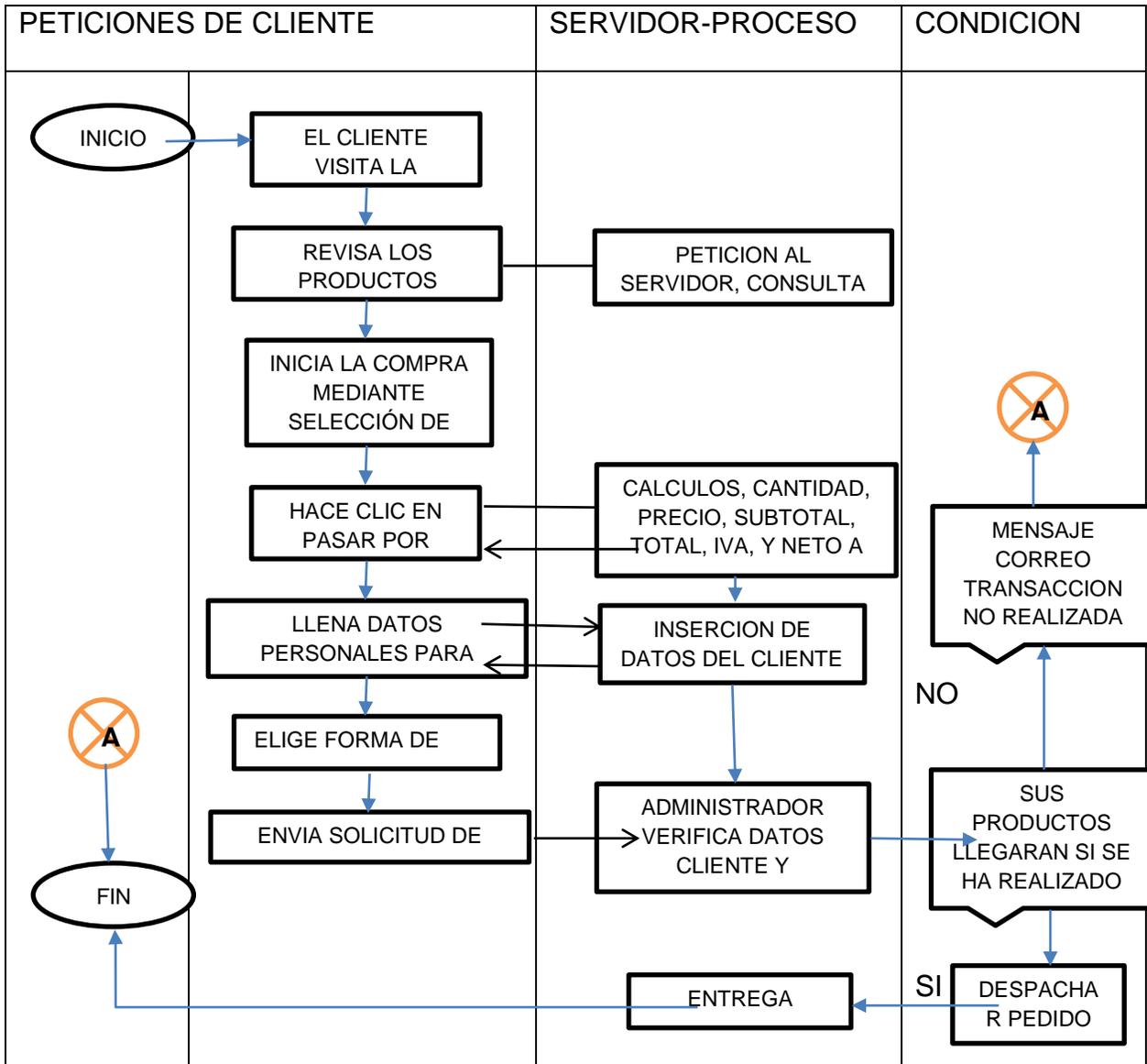
Diagrama



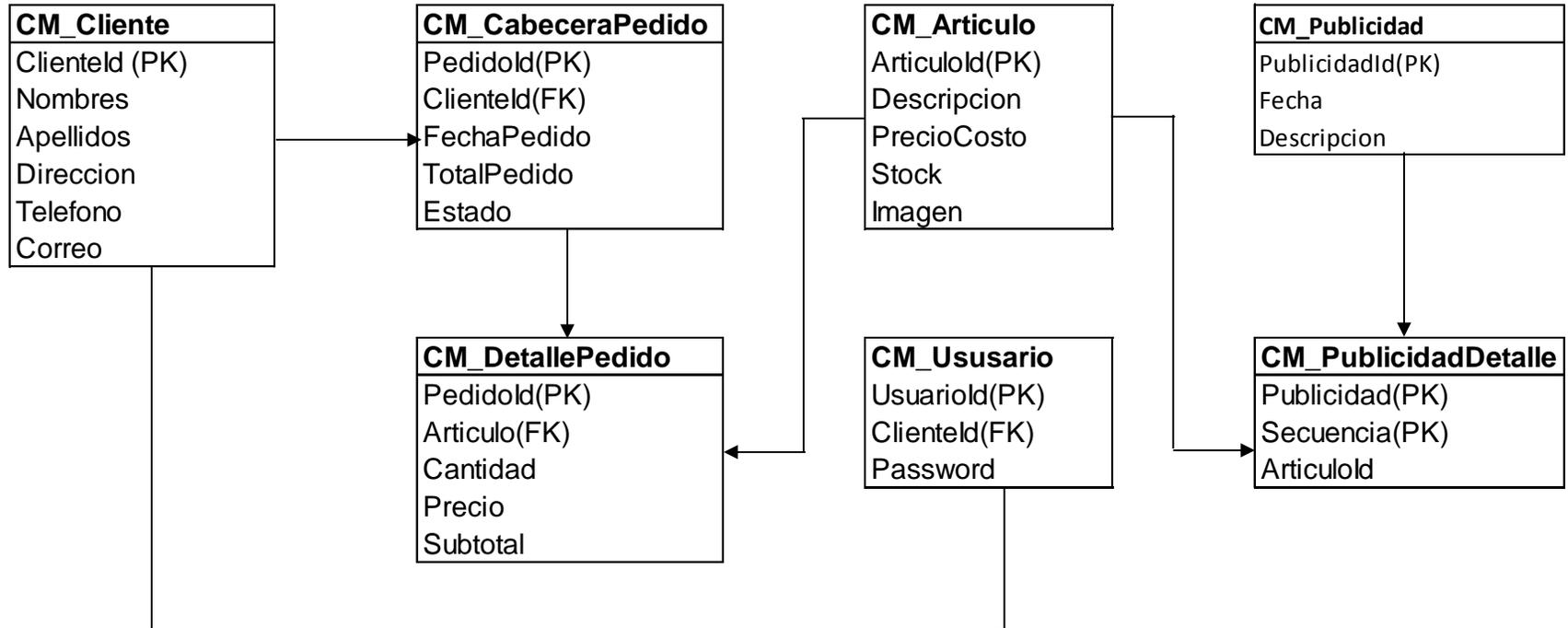
CASOS DE USO TIENDA MUSICAL



1.34 Diagrama de flujo de datos



1.35 Modelamiento de datos



1.36 Diccionario de datos

Nombre de la tabla:							CM_Cliente	Versión:		1.0	
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para los clientes											
Nombre de la Base de Datos:							Mus_Darwin				
Autor (Creación):							Vicente Hurtado		Fecha Creación:		20/03/2018
									Fecha Modificación:		20/03/2018
CAMPOS DE LA TABLA											
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción					
1	PK	Cliente Id	INT	10	NOT NULL	Identificador Único del cliente					
2		Nombres	VARCHAR	50		Se describe el nombre del cliente					
3		Apellidos	VARCHAR	50		Se describe el apellido del cliente					
4		Dirección	VARCHAR	50		Se describe la dirección del cliente					
5		Teléfono	VARCHAR	50		Se describe el teléfono del cliente					
6		Correo	VARCHAR	50		Se describe el correo del cliente					

Nombre de la tabla:	CM_CabeceraPedido	Versión:	1.0			
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para la cabecera del pedido						
Nombre de la Base de Datos:	Mus_Darwin					
Autor (Creación):	Vicente Hurtado	Fecha Creación:	20/03/2018			
		Fecha Modificación:	20/03/2018			
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	Pedido Id	INT	10	NOT NULL	Identificador Único del pedido
2	FK	Cliente Id	INT	10		Identificador Único del cliente
3		Fecha Pedido	DATETIME			Se describe la fecha del pedido
4		Total Pedido	INT	10		Se describe el total del pedido
5		Estado	VARCHAR	200		Se describe el estado del pedido

Nombre de la tabla:	CM_DetallePedido	Versión:	1.0			
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para el detalle de los pedidos						
Nombre de la Base de Datos:	Mus_Darwin					
Autor (Creación):	Vicente Hurtado	Fecha Creación:	20/03/2018			
		Fecha Modificación:	20/03/2018			
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	Pedido Id	INT	10	NOT NULL	Identificador Único del pedido
2	FK	Articulo	VARCHAR	200		Se describe el artículo del pedido
3		Cantidad	INT	10		Se describe la cantidad el pedido
4		Precio	FLOAT	10		Se describe el precio del pedido
5		Subtotal	FLOAT	10		Se describe el subtotal del pedido

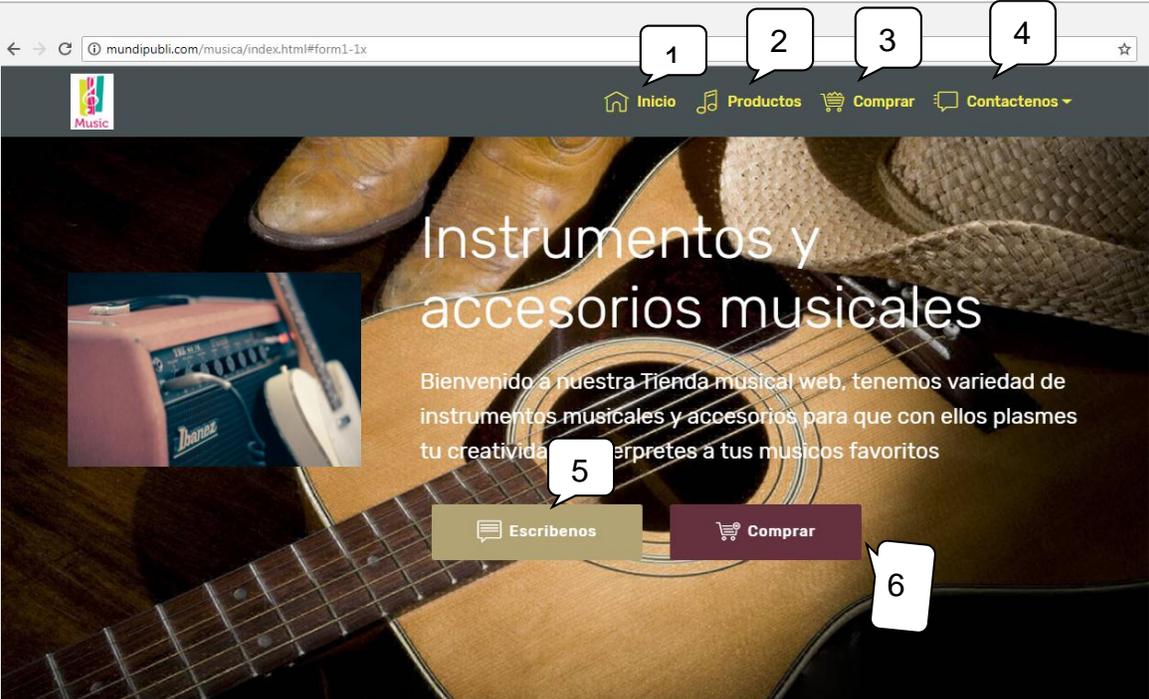
Nombre de la tabla:		CM_Articulo	Versión:		1.0	
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para los artículos						
Nombre de la Base de Datos:		Mus_Darwin				
Autor (Creación):		Vicente Hurtado	Fecha Creación:		20/03/2018	
			Fecha Modificación:		20/03/2018	
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	Articulo Id	INT	10	NOT NULL	Identificador Único del articulo
2		Descripción	VARCHAR	200		Se describe el articulo
3		Precio Costo	FLOAT	10		Se describe el precio costo del articulo
4		Stock	INT	10		Se describe el stock del articulo
5		Imagen	VARCHAR	50		Se describe la imagen del articulo

Nombre de la tabla:		CM_Usuario	Versión:		1.0	
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para los usuarios						
Nombre de la Base de Datos:		Mus_Darwin				
Autor (Creación):		Vicente Hurtado	Fecha Creación:		20/03/2018	
			Fecha Modificación:		20/03/2018	
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	Articulo Id	INT	10	NOT NULL	Identificador Único del articulo
2		Descripción	VARCHAR	200		Se describe el articulo
3		Precio Costo	FLOAT	10		Se describe el precio costo del articulo
4		Stock	INT	10		Se describe el stock del articulo
5		Imagen	VARCHAR	50		Se describe la imagen del articulo

Nombre de la tabla:		CM_Publicidad	Versión:		1.0	
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para realizar la publicidad						
Nombre de la Base de Datos:		Mus_Darwin				
Autor (Creación):		Vicente Hurtado	Fecha Creación:		20/03/2018	
			Fecha Modificación:		20/03/2018	
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	Publicidad Id	INT	10	NOT NULL	Identificador Único de la publicidad
2		Fecha	DATETIME			Se describe la fecha
3		Descripción	VARCHAR	200		Se describe la publicidad

Nombre de la tabla:		CM_PublicidadDetalle	Versión:		1.0	
Descripción de la Tabla: Tabla establecida para realizar el detalle de la publicidad						
Nombre de la Base de Datos:		Mus_Darwin				
Autor (Creación):		Vicente Hurtado	Fecha Creación:		20/03/2018	
			Fecha Modificación:		20/03/2018	
CAMPOS DE LA TABLA						
No.	Tipo de Campo	Nombre de Columna	Tipo de Datos	Longitud	Permiso Valores Nulos	Descripción
1	PK	Publicidad	INT	10	NOT NULL	Se describe la publicidad
2	FK	Secuencia	INT	10		Se describe la secuencia
3		Articulo Id	VARCHAR	200		Identificador del articulo

1.37 Diseño de pantallas

DISEÑO PANTALLA INICIO		
Fecha de Creación: 19/03/2018	Nombre de Autor: Vicente Hurtado	Nombre del Sistema: Casa musical Darwin
Narrativa		
Descripción: Pantalla de inicio del sitio web		
Pantalla		
 <p>The screenshot shows a web browser displaying the home page of a music store. The browser's address bar shows the URL 'mundipubli.com/musica/index.html#form1-1x'. The website features a dark navigation bar with a 'Music' logo and menu items: 'Inicio', 'Productos', 'Comprar', and 'Contactenos'. The main content area has a background image of a guitar and boots. The headline reads 'Instrumentos y accesorios musicales'. Below it, a welcome message says: 'Bienvenido a nuestra Tienda musical web, tenemos variedad de instrumentos musicales y accesorios para que con ellos plasmes tu creatividad e interpretes a tus músicos favoritos'. At the bottom, there are two buttons: 'Escribenos' and 'Comprar'. Six numbered callouts are overlaid on the image: 1 points to the browser address bar, 2 to the 'Inicio' menu item, 3 to the 'Productos' menu item, 4 to the 'Comprar' menu item, 5 to the 'Escribenos' button, and 6 to the 'Comprar' button.</p>		

LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES		
Ítem	Componente	Contenido
1	LblInicio	Etiqueta para el inicio de la página musical
2	lblProducto	Etiqueta para el producto
3	lblComprar	Etiqueta para comprar
4	lblContactenos	Etiqueta para contáctenos
5	BtnEscribenos	Etiqueta para los bajos
6	BtnComprar	Etiqueta para los comprar

DISEÑO PANTALLA PERSONALIZACION DEL PRODUCTO

Fecha de Creación:
19/03/2018

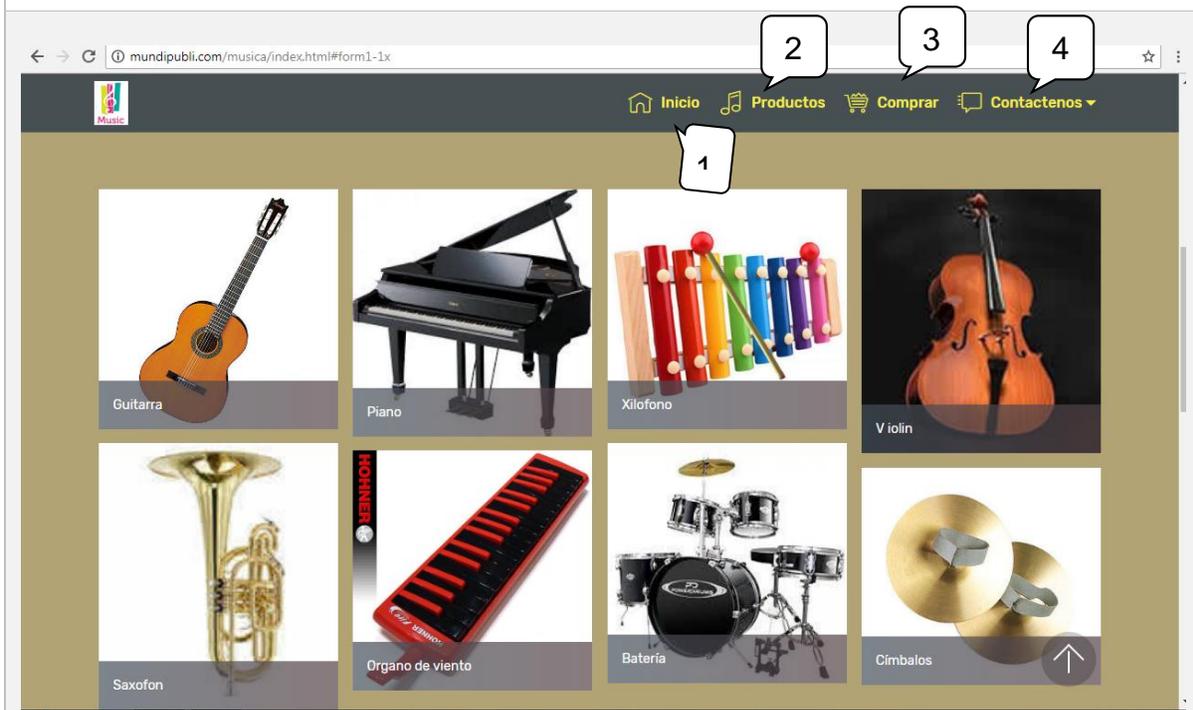
Nombre de Autor:
Vicente Hurtado

Nombre del Sistema: Casa
musical Darwin

Narrativa

Descripción: Ver imágenes de los Productos

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES

Ítem	Componente	Contenido
1	LblInicio	Etiqueta para el inicio de la página musical
2	lblProducto	Etiqueta para el producto
3	lblComprar	Etiqueta para comprar
4	lblContactenos	Etiqueta para contáctenos

DISEÑO PANTALLA PERSONALIZACION DEL PRODUCTO

Fecha de Creación:
19/03/2018

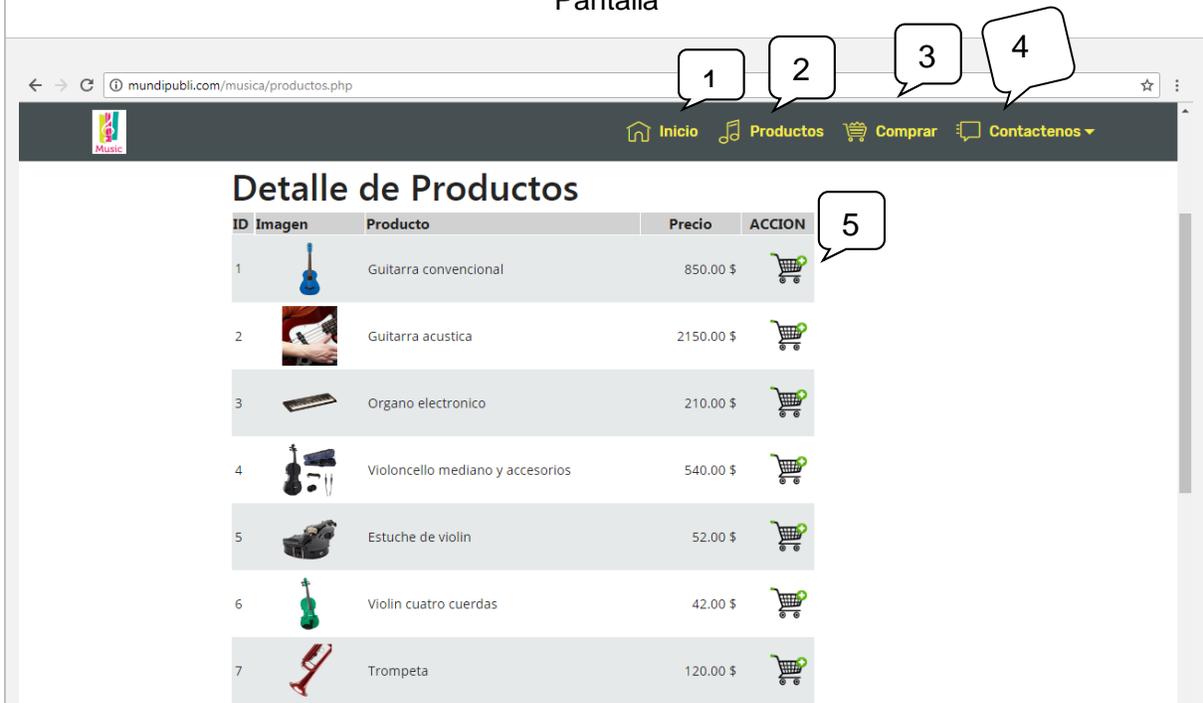
Nombre de Autor:
Vicente Hurtado

Nombre del Sistema: Casa musical Darwin

Narrativa

Descripción: Compra

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES

Ítem	Componente	Contenido
1	LblInicio	Etiqueta para el inicio de la página musical
2	lblProducto	Etiqueta para el producto
3	lblComprar	Etiqueta para comprar
4	lblContactenos	Etiqueta para contáctenos
5	BtnCarrito	Botón para añadir el producto al carrito de compras

DISEÑO CARRITO DE COMPRAS

Fecha de Creación: 19/03/2018	Nombre de Autor: Vicente Hurtado	Nombre del Sistema: Casa musical Darwin
-------------------------------	--	--

Narrativa

Descripción: Carrito de compras

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES

Ítem	Componente	Contenido
1	Btniracomprar	Botón para dirigirse a la página de añadir producto
2	BtnFinalizarCompra	Botón para finalizar la compra

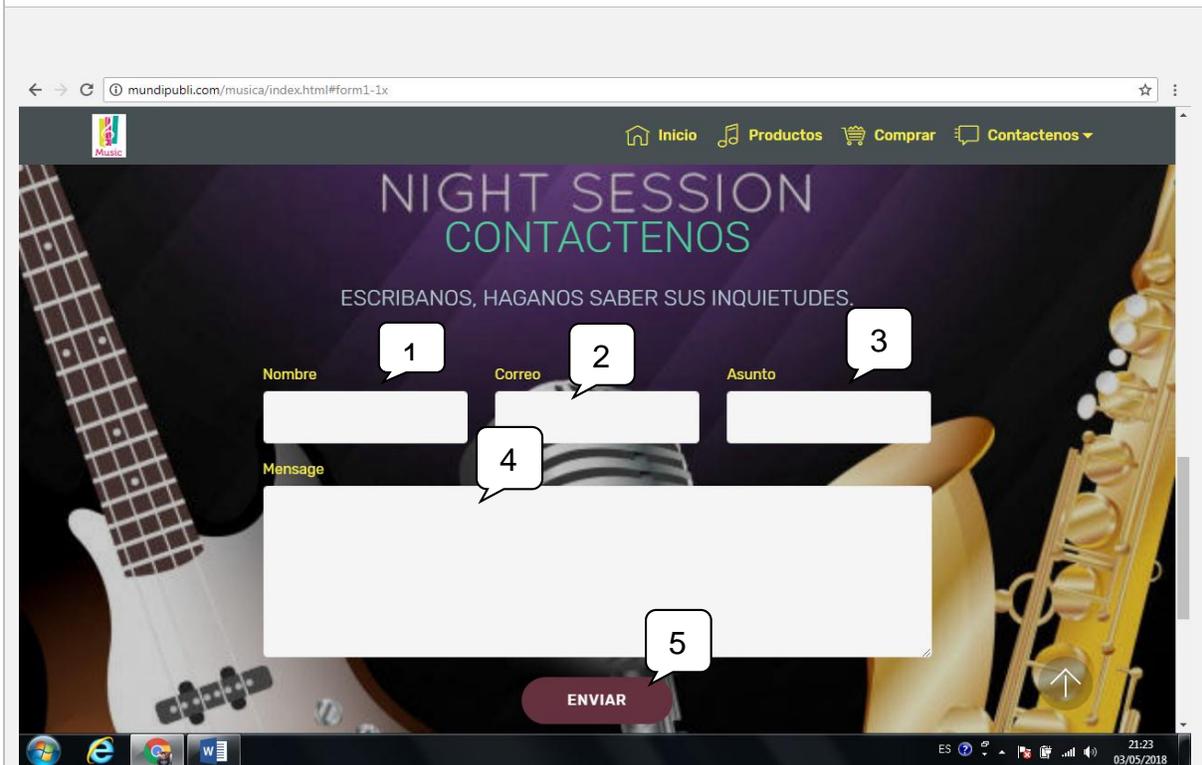
DISEÑO PANTALLA CONTACTENOS

Fecha de Creación: 19/03/2018	Nombre de Autor: Vicente Hurtado	Nombre del Sistema: Casa musical Darwin
-------------------------------	--	--

Narrativa

Descripción: Contáctenos

Pantalla



LISTADO DE ELEMENTOS DE CONTROLES

Ítem	Componente	Contenido
1	TxtNombre	Textbox para ingresar el nombre
2	TxtCorreo	Textbox para ingresar el correo
3	TxtAsusto	Textbox para ingresar un asunto
4	TxtMensaje	Textbox para ingresar un mensaje
5	btnenviar	Botón para enviar la información

1.38 Conclusiones

- Conforme al sistema analizado en las preguntas de la encuesta, se pudo evidenciar que es una buena idea la implementación de una página web que ayude a dar a conocer y promocionar los productos con los que cuenta la entidad musical, como lo es la casa musical Darwin.

- En la presente investigación se realizó un diagnóstico de como una página web tiene influencia sobre el aumento de las ventas, debido a que mediante la página se da a conocer y se expone a nuevo mercados, por medio de los productos y servicios que ofrece la entidad musical.

- Por medio del software utilizado, es decir, programas opens urce como HTML, PHP y Python, que fueron los programas bases para la creación de la página web del presente proyecto de investigación.

1.39 Recomendaciones

- Se recomienda analizar otros programas destinados a la creación de páginas web, no solo para tener alternativas y opciones al momento de seleccionar uno para implementarlo, sino también para ir mejorando y actualizando la página web en caso de que sea incorporada a la entidad musical.
- De la misma manera se recomienda, analizar los lenguajes de programación para ir mejorando la página web, como por ejemplo, incorporar una base de datos que ayude a la entidad a proporcionar información necesaria para la propia página, así como para que los clientes tengan una alternativa de visión referente a los instrumentos de los cuales dispone la casa musical Darwin.
- Como recomendación final, es importante analizar el software y los equipos tecnológicos con los que cuenta la casa musical Darwin. Se debe realizar un mantenimiento cada cierto tiempo, según lo disponga la entidad, para corregir cualquier tipo de falla, así como mantener actualizado el software que usa dicha entidad.

Bibliografía

Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Grupo editorial Patria.

Baión, T., Albaladejo, X., & Arcos, M. (2012). *Qué es SCRUM*. Obtenido de <https://proyectosagiles.org/que-es-scrum/>

Behar, D. (2008). *Introducción a la metodología de la investigación*. Mexico: Shalon 2008.

BrainStormOverride. (13 de Diciembre de 2010). *¿Por qué HTML no es un lenguaje de programación?* Obtenido de <https://brainstormoverride.wordpress.com/2010/12/13/%C2%BFpor-que-html-no-es-un-lenguaje-de-programacion/>

Briones, G. (1996). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá: ICFES.

Bustamante, D. (2013). *DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA COMUNIDAD AGUA BLANCA, CANTÓN PUERTO LÓPEZ, PROVINCIA DE MANABÍ*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2065/1/T-UCE-0004-10.pdf>

CCM. (27 de Marzo de 2017). *Lenguajes de programación*. Obtenido de <http://es.ccm.net/contents/304-lenguajes-de-programacion>

Definicion. (2017). *Recoleccion de datos*. Obtenido de <https://definicion.de/recoleccion-de-datos/>

EcuRed. (2007). *Lenguaje de programación*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Lenguaje_de_Programaci%C3%B3n_Web

Eguíluz, J. (2005). *JAVASCRIPT*. Obtenido de http://www.jesusda.com/docs/ebooks/introduccion_javascript.pdf

El pensante. (2017). *La investigación explicativa*. Obtenido de <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-explicativa/>

Enginyeria, E. T. (2010). *Ingeniería Electronica*. Obtenido de Modifica el contenido en frecuencias de la señal que procesa

Explorable. (2010). *Diseño de Investigación Descriptiva*. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>

Fundacion SIDAR. (7 de octubre de 2007). *Hojas de estilo*. Obtenido de <http://www.sidar.org/recur/revisa/usocss/index.php>

g. (s.f.).

Galán, M. (27 de Mayo de 2008). *Guia Metodologica Para Diseños De Investigacion*. Obtenido de http://manuelgalan.blogspot.com/2008_05_25_archive.html

Gestiopolis. (2010). *Los 10 mandamientos de la atención al cliente*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/10-mandamientos-atencion-cliente/>

Gobierno Nacional. (2002). *LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/spanish/cyb_ecu_ley_comelectronico.pdf

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. D. (2010). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://www.pucesi.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Hern%C3%A1ndez-Sampieri-R.-Fern%C3%A1ndez-Collado-C.-y-Baptista-Lucio-P.-2003.-Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n.-M%C3%A9xico-McGraw-Hill-PDF.-Descarga-en-Internet.pdf>

Historia de PHP. (2010). *Historia de PHP*. Obtenido de <http://www.gestiondefiscalias.gob.ec/Manuales/Php/history.php.html>

Ingenieria Comercial. (15 de Octubre de 2015). *¿Los vendedores deben ser amigos de los clientes?* Obtenido de <http://www.ingenieriacomercial.com/los-vendedores-deben-ser-amigos-de-los-clientes/>

Lamarca, M. (8 de Diciembre de 2013). *HTML*. Obtenido de <http://www.hipertexto.info/documentos/html.htm>

Lenguajes de programacion. (2016). *Lenguajes de programacion*. Obtenido de <http://www.lenguajes-de-programacion.com/lenguajes-de-programacion.shtml>

MDN Web Doc. (2010). *Introducción a JavaScript orientado a objetos*. Obtenido de https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/JavaScript/Introducci%C3%B3n_a_JavaScript_orientado_a_objetos

Medrano, B. (2009). *DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB COMO MEDIO DE COMUNICACION INTERACTIVA PARA PROMOCIONAR Y FORTALECER LOS PROCESOS DE FORMACION PEDAGOGICOS DE LA*

INSTITUCION EDUCATIVA ESCUELA NORMAL SUPERIOR DE COROZAL UTILIZANDO DREAMWEAVER. Obtenido de <http://maricelybetty.galeon.com/textos/PROYFINAL.pdf>

Mejia, C. (30 de Mayo de 2017). *Marketing digital.* Obtenido de <http://www.juancmejia.com/marketing-digital/que-es-el-marketing-digital-su-importancia-y-principales-estrategias/>

Ministerio de Salud. (2000). *Gestión financiera.* Obtenido de <http://www.minsa.gob.pe/publicaciones/pdf/gestion%20financiera.pdf>

Pujos, J. (2012). *EL SITIO WEB Y SU INCIDENCIA EN LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO ALBERT EINSTEIN UBICADO EN LA PARROQUIA CIUDAD NUEVA DEL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.* Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7196/1/Esp.DAW.1508.pdf>

Ramirez, R. D. (2006). *Método y conocimiento, metodología de la investigación.* Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

Sampieri, & Batista. (2006). *Metodología III.* Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/fonseca_g_a/capitulo3.pdf

Tamaño de la muestra. (2010). *Tamaño de la muestra.* Obtenido de Tamaño de la muestra: <https://explorable.com/es/tamano-de-la-muestra>

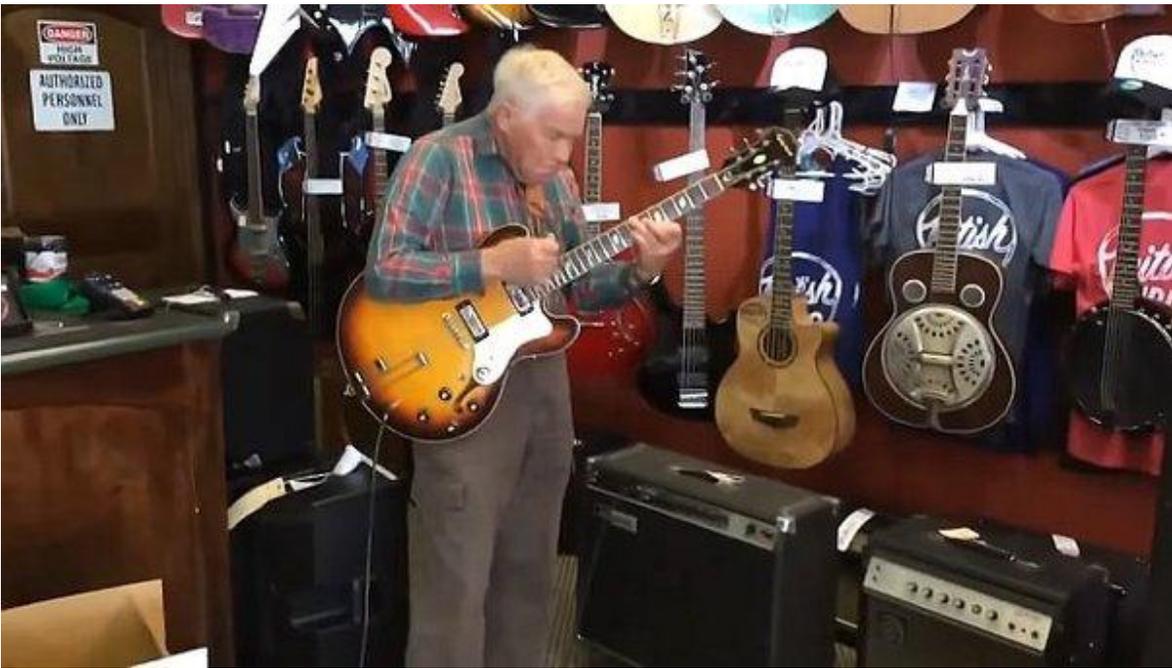
Tamayo. (2012). *Metodología de la investigación científica.* Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>

Universidad de las Américas. (2018). *INGENIERÍA EN SONIDO Y ACÚSTICA.* Obtenido de <http://www.udla.edu.ec/carreras/programas-academicos/pregrados/facultad-de-ingenieria-y-ciencias-aplicadas/ingenieria-en-sonido-y-acustica/>

WDG Web Design Group. (2010). *Enlazando Hojas de estilo con HTML.* Obtenido de <http://www.htmlhelp.com/es/reference/css/style-html.html>

Anexos

Anexo 1. Anexo 1 de foto de tienda



Anexo 2. Anexo 2 de foto de tienda



Anexo 3. Anexo 3 de foto de tienda



Formato de la encuesta

1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de la casa musical DARWIN?

Menos de seis meses

Más de seis meses

Más de un año

2. ¿Considera que la Casa musical DARWIN ha tenido un incremento en sus ventas en los últimos tres años?

Si

No

3. ¿La casa musical DARWIN utiliza algún medio publicitario actualmente?

Si

No

4. ¿Qué tipo de medios publicitarios utiliza?

Digitales

Físicos

5. ¿Cree Ud. que la implementación de una página web ayudaría a promocionar los equipos musicales?

Si

No

6. ¿Qué tipo de información considera que debe tener la página web?

Publicidad de sus instrumentos

Promociones

Descuentos

7. ¿Qué ventaja considera Ud., con el manejo de una página web?

Conocimiento de los instrumentos

Precios y promociones

8. ¿La casa musical DARWIN cuenta con personal capacitado para la implementación de una página web?

Si

No