

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

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

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

TEMA

**DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN WEB PARA LA
FABRICACION DE MUEBLES PERSONALIZADOS DE LA
EMPRESA LUCKY CARPENTER “MOBILIARIO &
DECORACIONES”**

Autor

Vilema Macas Carlos Luis

Tutor:

Msc. Roosevelt Espinoza Puertas

Guayaquil, Ecuador

2019

DEDICATORIA

Esta parte de mi vida las dedico a Dios, a mi difunta madrecita y a mi propia valentía por una culminación más de mi carrera como estudiante hacia el profesionalismo.

Te dedico papa dios este sacrificio y dedicación que he pasado durante años, así como mi humildad día a día poniendo en prácticas tus palabras ya que solo en tu nombre se puede lograr muchas cosas grandes.

Madrecita, aunque no estas con nosotros todos mis logros son para ti ya que cada meta que me propongo estas en mi mente y corazón sabiendo cómo fue tu sacrificio para darme los estudios trabajando en lluvia, en sol y a veces trabajando hasta estando enferma esta dedicatoria la escribo derramando lagrimas porque te me fuiste sin poder agradecerte, pero sé que cumpliendo todas tus enseñanzas estarás alegre desde el cielo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, familia, mujer y docentes ya que son parte de este logro más en mi vida e inspiración para avanzar hacia mis futuras metas.

Gracias mi dios por darme salud que es lo primordial ya que con la salud que me has brindado he podido trabajar desde muy pequeño para seguir estudiando, mil veces gracias por estar conmigo cuando más te necesitaba brindándome fuerzas para no caer y si caía me levantabas con más fuerza.

Totalmente agradecido con mis padres por sus valores desde muy pequeño, a mi difunta madrecita enseñándome el esfuerzo de trabajar para cumplir metas y a mi padre el ejemplo de una escalera para cumplir un sueño, agradezco a mis hermanos en especial a Arturo, Patricio y Esperanza que siempre recibí apoyo económico y palabras de aliento, agradezco a mi mujer Gloria Andrade por su apoyo incondicional un ejemplo de lucha e inspiración. A todos mis docentes que desde pequeño me formaron para una buena educación ya que fue la base para obtener el amor a los estudios y actualmente con los docentes del ITB que me inculcaron así el profesionalismo.

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS
PROYECTO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

TEMA:

**Desarrollo de una aplicación web para la fabricación de
muebles personalizados de la empresa Lucky Carpenter
“MOBILIARIO & DECORACIONES”**

Autor: Carlos Luis Vilema Macas

Tutor: Msc. Roosevelt Espinoza

RESUMEN

El trabajo presente es realizado con el fin de proponer un diseño de una plataforma web que puede gestionar pedidos de muebles personalizados por parte de los clientes de la Mueblería Lucky Carpenter. Para poder conseguir el objetivo, se han utilizado métodos de investigación para obtener información cualitativa y cuantitativa mediante técnicas de investigación como entrevista y encuestas; y desarrollo para realizar el diseño adecuado o acorde la necesidad del negocio y clientes para gestionar un pedido de un mueble personalizado. Por lo tanto se aplica cada uno de los métodos, para cumplir con la necesidad de Lucky Carpenter a lo largo de 4 capítulos que están divididos en definir el problema, levantar información científica, definir metodologías y para al final realizar el diseño que pueda ser manipulado por el usuario final y sacarle el mayor provecho a la tecnología.

Palabras claves:

Muebles	Personalizado	Materiales	Carpintería
---------	---------------	------------	-------------

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS
PROYECTO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

TEMA

**Desarrollo de una aplicación web para la fabricación de
muebles personalizados de la empresa Lucky Carpenter
“MOBILIARIO & DECORACIONES”**

Autor: Carlos Luis Vilema Macas

Tutor: Msc. Roosevelt Espinoza

ABSTRACT

The present work is carried out in order to propose a design of a web platform that can manage custom furniture orders by the customers of the Lucky Carpenter Furniture Store. In order to achieve the objective, research methods have been used to obtain qualitative and quantitative information through research techniques such as interviews and surveys; and development to carry out the appropriate design or according to the need of the business and customers to manage an order for a personalized piece of furniture. Therefore, each of the methods is applied to meet the need of Lucky Carpenter throughout four chapters that are divided in defining the problem, raising scientific information, defining methodologies and finally making the design that can be manipulated. by the end user and get the most out of the technology.

Keywords:

Custom	Furniture	Carpentry	Materials
--------	-----------	-----------	-----------

ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Páginas
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vi
RESUMEN.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
INDICE DE TABLAS	xiii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	1
1.1 Ubicación del problema en un contexto.....	1
1.2 Situación del conflicto.....	2
1.3 Formulación del Problema.....	3
1.4 Delimitación del Problema.....	3
1.5 Variables de Investigación.....	3
1.6 Evaluación del Problema.....	4
1.6.1 Delimitado.....	4
1.6.2 Claro	4
1.6.3 Evidente.....	4
1.6.4 Relevante.....	4
1.6.5 Factible	4
1.7 Objetivos de la Investigación.....	5
1.7.1 Objetivo General	5
1.7.2 Objetivos Específicos.....	5
1.8 Justificación de la Investigación	5
1.8.1 Conveniencia	5
1.8.2 Relevancia Social	5

1.8.3 Implicaciones Prácticas	6
1.8.4 Utilidad metodológica.....	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 Fundamentación Teórica.....	7
2.1.1 Antecedentes Históricos	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales	14
2.2 Fundamentación Legal.....	23
2.3 Definiciones Conceptuales	23
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	32
3.1 Presentación de la Empresa	32
3.1.1 Nombre	32
3.1.2 Logotipo.....	32
3.1.3 Ubicación	32
3.1.4 Misión	33
3.1.5 Visión	33
3.1.6 Organigrama de la Empresa.....	34
3.2 Diseño de la Investigación.....	34
3.2.1 Investigación Cualitativa	34
3.2.2 Investigación Cuantitativa	36
3.3 Tipos de Investigación.....	37
3.3.1 Exploratoria.....	37
3.3.2 Descriptiva	38
3.4 Población y Muestra	38
3.4.1 Población	38
3.4.2 Muestra.....	39
3.5 Técnicas de Investigación	40
3.5.1 Encuesta.....	40
3.6 Metodologías para crear sitios web.....	40
CAPÍTULO IV: LA PROPUESTA	47
4.1 Análisis e Interpretación de los resultados	47
4.2 Plan de Mejoras	57
4.2.1 Fundamentación	57

4.2.2 Justificación	57
4.3 Objetivos de la Propuesta	58
4.3.1 General	58
4.3.2 Específicos	58
4.4 Políticas de Seguridad	58
4.5 Políticas de Respaldo.....	59
4.6 Diseño de la Propuesta	60
4.6.1 Diagrama de Caso de Uso.....	60
4.6.2 Diagrama IPO	61
4.6.3 Diagrama General de la Aplicación.....	62
4.7 Modelo de Datos	63
4.7.1 Modelo Entidad – Relación	63
4.8 Estandarización de Código.....	64
4.8.1 Formato para secciones web.....	64
4.8.2 Formato para imágenes.....	64
4.8.3 Variables globales.....	65
4.9 Requerimientos y Costo	65
4.9.1 Hardware	65
4.9.2 Software.....	65
4.9.3 Red	66
4.9.4 Personal.....	66
4.9.5 Costo total.....	66
4.10 Estandarización de Pantallas	67
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Primera página web, por Tim Berners-Lee	8
Figura 2: Primer navegador gráfico, “Mosaic” en 1992	9
Figura 3: Sitio web de la Farmacia Gina	15
Figura 4: Página web de Baker Sweet Candy	16
Figura 5: Sitio web de Servicios Tecnológicos J.B.E	17
Figura 6: Muebles G.R.	18
Figura 7: Productos de la mueblería Polimueble	19
Figura 8: Tienda de Muebles (México) - Fuerzas de Porter	21
Figura 9: MH - Muebles y Decoración	22
Figura 10: Modelo Cliente-Servidor	27
Figura 11: Logotipo de la Empresa Lucky Carpenter	32
Figura 12: Ubicación de la Empresa Lucky Carpenter	32
Figura 13: Ubicación de la Empresa Lucky Carpenter en el Satélite	33
Figura 14: Organigrama de Lucky Carpenter	34
Figura 15: Proceso de la Investigación Cualitativa	35
Figura 16: Proceso de la Investigación Cuantitativa	36
Figura 19: Primera Metodología para creación de sitio web	41
Figura 20: Segunda metodología para creación de un sitio web	44

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de la Empresa Lucky Carpenter	39
--	----

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Ubicación del problema en un contexto

En la actualidad el uso de las herramientas tecnológicas ha aumentado con notoriedad en las empresas para dar a conocer sus productos o brindar facilidad de compra para los clientes, gracias al éxito que la www ha obtenido, siendo así un cambio total muy importante en el mundo del comercio electrónico, aplicaciones, redes sociales entre otros, para poder alcanzar el éxito en los negocios.

Las aplicaciones web son populares debido a lo práctico del navegador web como cliente ligero y requeridos en el comercio por parte de los clientes creándoles un confort donde se mantienen a gusto y de preferencia a dicha empresa, teniendo en cuenta que la aplicación web es de crucial importancia estratégica para el negocio que permiten exhibir productos y servicios mediante catálogos virtuales.

A través de la historia, los problemas de las distintas formas de fabricación de muebles han ido evolucionando y mejorando, ofreciendo mejores acabados, diseños y calidad; como elemento principal a satisfacer las necesidades de los clientes y rentabilidad del fabricante, dadas estas circunstancias los clientes se inclinan por un producto totalmente original que por un exhibidor de muebles llevando un producto engañoso en sus características.

Las empresas a nivel mundial se han ayudado en las nuevas tecnologías para poder conseguir una mejor prestación de servicios, pues mediante los sistemas se pueden brindar muchas facilidades al cliente como a llegar a fabricar su propio mueble personalizado, con una plataforma totalmente diversa a su elección, sintiéndose totalmente agradecidos con los fabricantes.

1.2 Situación del conflicto

La empresa Lucky Carpenter “Mobiliario & Decoraciones” ubicada en la ciudad de Guayaquil, Cooperativa Juan Montalvo la cual se dedica a la fabricación desde hace más de 10 años. El dueño de la empresa ha sabido satisfacer a sus clientes con el esfuerzo diario, promocionando sus servicios a través de volantes publicitarias y mediante recomendaciones de buenos comentarios de sus clientes. Pero ya para la actualidad con la oferta que se maneja en el mercado y con las exhibiciones que existen se ha vuelto complicado mantener la rentabilidad de la empresa.

La empresa actualmente no es tan reconocida por motivo de su ubicación lo cual no genera los ingresos de años atrás, esto se debe a varias causas que generan ese problema de tal magnitud. Siendo las principales causas la falta de publicidad de los servicios o productos que oferta la mueblería, y a su vez el servicio módico de la actualidad que es el comercio electrónico o ventas online como se lo conoce comúnmente.

Esta escasez de rama tecnológica no permite brindar un servicio de calidad y seguridad al adquirir un producto, lo cual pierde potencialidad frente a las demás empresas fabricantes de muebles que cuentan con una tecnología para promocionarse.

Los clientes en estos tiempos para adquirir un mueble, normalmente acuden al negocio que han visto en publicidad por redes sociales e incluso haciendo una reservación, en ocasiones desconocen la calidad de lo que están adquiriendo generando una publicidad engañosa por parte de la empresa, también recibiendo una atención por personal no capacitado sobre materiales de mejor calidad y que puedan satisfacer al cliente o cubrir

sus necesidades. Por lo tanto, lo que es factible para la propuesta es que el propio cliente puede elegir el material, color y diseño del producto que desea adquirir para su hogar u oficina.

Porque clientes que desean ese tipo de servicio de adquirir algo con originalidad en sus muebles, deben acercarse directamente hasta un fabricante lo cual le consume mucho tiempo dentro de su jornada o a su vez no es atendido por el mismo; no quedándole otra opción que realizar la compra que unos muebles tradicionales ya exhibidos en un local.

El propietario es autónomo de su empresa dado que el tiempo que lleva prestando servicios, ha tenido interrupciones de ingreso por la competencia elevada y por qué los clientes prefieren un producto ya elaborado en exhibición de cualquier parte del país, sin saber que reciben un producto con información falsa. Por las razones planteadas, el propietario de la empresa Lucky Carpenter “Mobiliario & Decoración”, se ha dado el deber de buscar solución a la situación actual.

1.3 Formulación del Problema

¿Cómo influye la falta de un medio de divulgación alternativo de muebles personalizados en el incremento de pedidos de productos de la empresa Lucky Carpenter “Mobiliario & Decoración”?

1.4 Delimitación del Problema

Aspecto: Desarrollo de aplicación web

Campo: Php, Mysql

Área: Tecnológica

Periodo: 2019

1.5 Variables de Investigación

Variables Dependiente: Fabricación de muebles personalizados.

Variable Independiente: Desarrollo de una aplicación web.

1.6 Evaluación del Problema

El presente problema se lo evalúa bajo la siguiente matriz para conocerlo un poco más a detalle.

1.6.1 Delimitado

Delimitar el problema, no es más que poner límites hasta donde se va abarcar para según aquello poder plantear la solución, por lo tanto, el mismo está destinado a una empresa, periodo y situación.

1.6.2 Claro

Es notorio el problema que se suscita en la empresa fabricante de muebles, ver la caída de las ventas, es decir la baja rentabilidad del mismo.

1.6.3 Evidente

Evidentemente el problema es por la falta de oferta en los productos, o porque el cliente lo tenga que seguir haciendo de manera tradicional sus compras, debido que en la actualidad la mayoría de la empresa manejan su propio sitio web.

1.6.4 Relevante

La relevancia es la falta del uso de herramientas tecnologías en la empresa, por lo tanto, es dejando de competir en el mercado y eso causa que las ventas empiecen a decaer porque el cliente empieza a tener preferencia en otras mueblerías.

1.6.5 Factible

Es que mediante técnicas que pretende realizar el presente autor para evidenciar que las personas en la actualidad realizan más compras en online porque les brindan beneficios a los clientes.

1.7 Objetivos de la Investigación

1.7.1 Objetivo General

Desarrollo de una aplicación web para la fabricación de muebles personalizados de la empresa LUCKY CARPENTER “MOBILIARIO & DECORACIONES” de la ciudad de Guayaquil en el 2019.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Identificar la información científica con respecto al desarrollo de aplicaciones web para la selección de materiales y fabricación de muebles personalizados.
- Diagnosticar el estado actual del problema, analizando la necesidad de contar con una aplicación web que permita mejorar el volumen de venta.
- Desarrollar la aplicación web para la fabricación de muebles personalizados, teniendo en cuenta la selección de materiales por parte del cliente.

1.8 Justificación de la Investigación

1.8.1 Conveniencia

El desarrollo de la aplicación web para la empresa Lucky Carpenter “MOBILIARIO & DECORACIONES”, será de beneficio para los clientes que no tienen la disponibilidad de tiempo para ir hacer sus muebles a gusto de ellos, es decir de forma personalizada. Por la otra parte la conveniencia queda para la empresa la cual tendrá un incremento en sus ventas mediante este nuevo servicio que van a incluir dentro de su gama.

1.8.2 Relevancia Social

El beneficio que le dará a la sociedad o la relevancia que tiene es poder generar comodidad a los clientes a realizar pedidos desde la comodidad de una aplicación web; sin tener que acudir al sitio ahorrándole tiempo y brindando una fabricación a su medida.

1.8.3 Implicaciones Prácticas

Permite al cliente ser el actor principal de esta aplicación web, tomando el control absoluto de diseñar a su antojo los muebles con los materiales de preferencia que desee; es decir sin limitaciones en sus gustos.

1.8.4 Utilidad metodológica

El alcance que tiene este proyecto es para replicarlo en todos los fabricantes de muebles, que permitirá la selección de materiales de muebles personalizada, brindándoles confianza y seguridad en el campo laboral y factible para el cliente, al contar su servicio con ayuda tecnológica especializada.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Teórica

Para el presente capítulo, se ha efectuado la recopilación respectiva de todos los datos que conlleven a determinar la relación que tienen las variables propuestas por el autor. Tomando en cuenta que las variables determinados son: **fabricación de muebles personalizados** y **desarrollo de una aplicación web**, como independiente y dependiente; se puede denotar a simple vista que al no encontrar formas alternativas de poder divulgar la información acerca de la empresa y su forma creativa de vender muebles personalizadas por el comprador, se han vistos estancados en su número de pedidos, denotándose que al no tener la primera variable definida en alza, el dependiente tampoco alza sino que se mantiene en los mismos valores o disminuye.

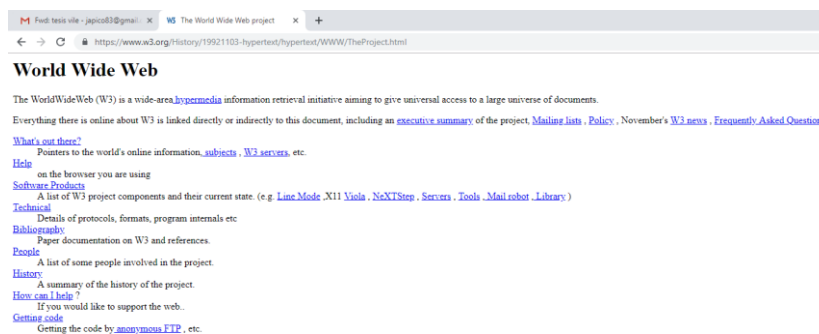
2.1.1 Antecedentes Históricos

Para el diseño de la aplicación web en el presente trabajo, es necesario entender de manera general la evolución del internet para la comunicación y su importancia en la vida cotidiana, para luego hablar de cómo las aplicaciones web han ayudado a desarrollar la industria en las empresas. Luego hay que conocer lo que corresponde a la publicidad en los distintos medios que han ido desarrollándose a través del internet, para al final reconocer como ha ido en aumento dentro del país el comercio a través de los medios electrónicos. Por otra parte, conocer acerca de las mueblerías y decoraciones, ante todo, el material utilizado.

El Internet y los Navegadores: Su evolución como medio de comunicación

Puede considerarse que el Internet es un medio de comunicación que ya tiene de vida más allá de dos décadas, para ser exactos, su surgimiento real se dio oficialmente el 23 de agosto de 1991, cuando se dio el lanzamiento y subida a la web de la primera página web, siendo Tim Berners – Lee la persona, considerado el padre de la web, el encargado de tan histórico momento. Esta página web era totalmente sencilla, lo único que hacía era explicar acerca del proyecto World Wide Web (www) (Portal educativo de las Américas, 2003).

Figura 1: Primera página web, por Tim Berners-Lee



Fuente: w3.org – The Project

Después de llevarse a cabo este acontecimiento, se pudo reconocer acerca de la necesidad de la codificación de una aplicación que permita realizar a un usuario sin mucho conocimiento acerca de web, poder visitar esta y más páginas a futuro, por lo que surgió el navegador, cuyo nombre era Mosaic, también creado por Tim Berners-Lee en el año 1992 (Portal educativo de las Américas, 2003).

Figura 2: Primer navegador gráfico, “Mosaic” en 1992



Fuente: Google Sites

Con el pasar de los años, los navegadores fueron creciendo y mejorando, surgiendo la “Guerra de los Navegadores”, haciéndose muy famosos el Netscape Navigator y el Internet Explorer durante los años 95 a 2000, luego de ello, el proyecto Netscape al ver que Internet Explorer por el hecho de venir incorporado en el Sistema Operativo Windows, induciendo a los usuarios a usarlo como navegador de preferencia en mayor escala, tomaron la decisión de hacer que su código fuente sea libre, naciendo así el proyecto Mozilla Firefox (Portal educativo de las Américas, 2003).

Para el año 2007 y 2008 recién fue introducido al mercado de navegadores el actualmente popular Google Chrome, esto fue realizado bajo una investigación mediante encuestas, donde se corrobora que en más del 50% de computadoras a nivel mundial, cuenta con el navegador de Google instalado. Y es así a que junto los navegadores, el internet ha ido evolucionando, partiendo de páginas web estáticos, a sitios web con información completa, redes sociales, un internet totalmente colaborativo, dinámico, cambiando la forma de vivir del ser humano, cambiando hábitos, preferencias, entre otros cambios importantes (Portal educativo de las Américas, 2003).

La Publicidad Digital, su evolución a grandes esferas

Internet nunca fue desarrollado con intenciones de ofrecer un mundo con grandes alcances para la publicidad como lo es actualmente, fue ideado

como una opción más efectiva de comunicación a través de las páginas, chat y correos electrónicos, en esos tiempos, nadie tuvo en mente el gran alcance e impacto que iba a tener en el planeta. Ese impacto, que luego de varios años de haber surgido el internet, los pioneros de marketing lograron identificarlo a gran escala, ya que la interconexión de personas ascendía brutalmente, la búsqueda de información en base a ciertos intereses aumentaba en cantidades importantes, convirtiéndose en el puntapié inicial a considerar para la historia de la publicidad digital (Bassols, 2017).

Se puede encuadrar en distintas etapas la evolución de la publicidad digital, que ha ido de la mano con las evoluciones de los sitios web y el internet, estas etapas se pueden considerar las siguientes:

1. La etapa del banner (años entre el 94 y 96)

Considerada la primera etapa del internet, donde los sitios web eran apenas páginas cuyo contenido era una simple copia de las informaciones que utilizaban las empresas en sus publicidades a través de medios convencionales. Hasta que, en el año 94, aparecieron los anuncios en forma de banners, cuyo fin era obtener réditos a través de los distintos clics que hacían los visitantes, llevándolos al sitio web del patrocinador (Bassols, 2017).

2. La etapa de los canales (años entre el 99 y 2000)

En esta etapa del desarrollo de la publicidad online, a pesar de que los banners no perdían vigencia, se buscaron nuevas estrategias de marketing, y es por esos años que con la llegada de Google, a más de convertirse en un fuerte competidor en el mundo de las búsquedas a través de la web, desarrollaron todo un sistema de anuncios, que se presentaba como “canales” de publicidad web, este sistema se conoce como “Adwords” y empezó a generar una

visión diferente del alcance que iba a tener internet como medio de publicidad (Bassols, 2017).

3. La etapa social (años entre el 2005 y 2008)

Surgieron los teléfonos inteligentes, gracias a la introducción de parte Apple de su famoso Iphone 3G, además de que Youtube ya hacía impacto en el internet, la era social había empezado, y el internet había dejado de ser simplemente un sitio de comunicación y páginas web estáticos, para convertirse en un medio de información por excelencia y colaborativo, por lo que una publicidad a través de los distintos medios sociales llegaría a tener un gran alcance de público (Bassols, 2017).

4. La etapa nativa (años entre 2009 y 2011)

Las redes sociales ya son parte esencial de la vida del ser humano, el internet ha llegado a tener el impacto enorme, que pasó a hacer un lujo a una necesidad imperante para las personas, y son las redes sociales que buscan crear medios de publicidad a través de sus sitios, sistemas “nativos” de publicidad, como en el caso de Twitter con sus HashTags Promocionados, o Facebook con sus páginas promocionados, los “trending topics”, y varias maneras ideadas por los desarrolladores de redes sociales para obtener réditos exitosos en el mundo de la publicidad digital (Bassols, 2017).

5. La etapa moderna (años 2012 – hasta la actualidad)

Se vive la etapa del despliegue viral, los experimentos sociales y otras formas de lograr captar un mercado para diferentes negocios, es así que simple videos pueden convertirse en tendencia, “viralizándose”, pudiendo sacar réditos de forma exponencial. Las redes siguen desarrollando formas nuevas de publicitar, como son el caso de los “Snap Ads”, “Sponsored

Geofilters”, entre otros. Esto ha permitido llegar a mucho más público, en cantidades inimaginables, abriendo nuevos canales y formatos para convertir a la publicidad digital, un medio de marketing mucho más efectivo que las conocidas como tradicionales (Bassols, 2017).

Reseña del Comercio Electrónico en el Ecuador

El comercio electrónico se ha convertido en una herramienta preferida para cualquier persona en el mundo, para adquirir las cosas que más necesite o simplemente para cumplir sus gustos, sin tener que moverse de su casa, estando en un aumento de forma exponencial, siendo así un método de compra cada vez más eficiente y con seguridades. Lo que ha hecho que las personas adquieran más confianza a este sistema de compra – venta que utiliza la tecnología como medio de comunicación, dejando de lado el hecho de tener que ir a una tienda física para hacer esa compra (Serrano, 2018).

En el caso de Ecuador, es un tema aún que se puede demostrar que va en aumento, pero que aún está verde, ya que la desconfianza de las personas sigue siendo un rubro importante a tomar en cuenta para lo que corresponde a tomar números acerca del desarrollo histórico del Comercio Electrónico del Ecuador. En este país, el comercio electrónico está considerado por sus leyes, donde es considerado como un método de compra – venta totalmente legal, pero que tiene que registrarse bajo los lineamientos de las leyes del país, al igual que el comercio tradicional, con las documentaciones respectivas en cuanto a lo tributario. Por otro lado, en estas transacciones, de parte del cliente y de parte del vendedor, las leyes les confiere derechos y obligaciones (Serrano, 2018).

Los primeros registros del Comercio Electrónico dentro del Ecuador se remontan a los años 2005, donde comprar mediante internet, era

aún algo complicado, apareció MercadoLibre y DeRemate.com, pero, sin embargo, hasta ahora, sigue sin ser 100% comercio electrónico, ya que su sistema igual requiere de la presencia física del vendedor y comprador. Luego de esto, ya por los años 2010 ya empezó a ponerse más en auge el comercio electrónico, pero aún se mantenía cierto miedo a utilizarlo dado que era necesario contar con una tarjeta de crédito para estos menesteres (Equipo del INEC, 2014).

En la actualidad, lo que corresponde a las compras online, el incremento da aproximadamente en un 17%, siendo una subida muy importante, generando ingresos muy alto, sin embargo, sigue sin corresponder a valores importantes para lo que es el comercio, que, en otros países, estos rubros son muchos más altos, y que falta aún por explotar. Aunque, con la aparición de los smartphones y las apps móviles, esto ha cambiado un poco, ya que han aparecido distintos tipos de servicios que pueden ser adquiridos electrónicamente, que no hubieran sido pensado en los años anteriores, por ejemplo servicios de taxi como uber o Cabify, servicios de entrega de cualquier compra de farmacia, comidas rápidas, tienda, etc, como es el caso de Glovo y domicilios.com, entre otros servicios electrónicos que ha hecho que los valores del comercio electrónico vayan en aumento (Equipo del INEC, 2014)..

Materiales de Fabricación de muebles

En estos tiempos, son muchos los materiales a usar para la fabricación de muebles, pues con los años ha evolucionado en el sector industrial, ya que la madre naturaleza nos brinda todo tipos de árboles de grandes tamaños y robustos que se logran fabricar diferentes muebles con acabados de primera, estos materiales pueden ser de:

Crudo. -Tablero de madera sin recubrimiento

Foil. -Tablero de madera recubierto con melamina

Melamina. -Tablero de madera recubierto con melamina

Chapa. -Tablero de madera recubierto con chapa de madera

Rh. -Tablero de madera resistente a la humedad

Rh Recubrimiento. -Tablero de madera resistente a la humedad con recubrimiento

Pintable. -Tablero de madera listo para ser pintado

Light. -Tablero de madera liviana

Ranurado. -Tablero de madera ranurado para exhibiciones

Mobiliario & Decoraciones

Normalmente en cualquier lugar de la casa o trabajo se haya con grupos de muebles ya que representa la modernidad y firmeza al estar presente y al mismo tiempo servir de una buena comodidad, por lo cual a continuación también hablaremos de los muebles personalizados.

Muebles personalizados

Hoy en día hay tantas maneras de adquirir un mueble, ya que en el mercado es un sector con elevado dinamismo, pero los muebles personalizados se convierten en la mejor forma de diseñar y responder a las necesidades del cliente, mostrando variedades y acabados de primera, a disposición de cada cliente y seleccionando de acuerdo a sus gustos de maderas, colores, laqueados, herrajes y más variedades para la personalización de muebles.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Para el presente trabajo de investigación, no se hace un arranque desde cero, se recopilaron ciertos datos y se ha podido reconocer la existencia de trabajos de investigación similares, sin embargo, realizados en otros campos de estudios, pero que a su vez logran establecer referencias importantes para el desarrollo de la investigación presente. Estas referencias son establecidas por los siguientes trabajos:

Diseño de página web para la venta de Medicamentos de la farmacia “Gina” de la ciudad de Guayaquil 2017- 2018, del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB), cuya autora es Rudy Isbelda Vargas Zamora.

Figura 3: Sitio web de la Farmacia Gina



Autora: Rudy Isbelda Vargas Zamora

El proyecto del trabajo presente presentaba la propuesta de diseño de una página web para la Farmacia “Gina”, utilizando el marketing digital para lograr el cometido de publicitar a la farmacia, aumentando así el volumen de ventas de la misma (Vargas Zamora, 2018).

Las referencias importantes a tomar en cuenta de este proyecto, están dadas en la forma del diseño, ya que está bajo los estándares actuales de diseño web, así mismo con el uso del modelo cliente - servidor, como es el uso de HTML5 y JavaScript en la parte del cliente; y PHP con MySQL en la parte del servidor.

Es importante las consideraciones de estas referencias, ya que permite tomar en cuenta detalles que llamarán la atención al usuario, dado a las comodidades que puede presentarles en visitar el sitio web, persuadiéndoles a hacer la respectiva compra del producto que se ofrece.

Diseño de una página web para una “Bakery Sweet Candy” , del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB), cuyo autor es Alberto Manuel Yuquilima Piedra

Figura 4: Página web de Baker Sweet Candy



Autor: Alberto Manuel Yuquilima Piedra

Este proyecto está basado en un estudio de campo que permitió la determinación de las necesidades, problemas y soluciones posibles para mejorar la rentabilidad del negocio “Baker Sweet Candy”, de esta manera fue determinado que era necesario mejorar la forma de publicitarse, buscando otros medios y métodos para lograr dicho objetivo, es así que se determinó la necesidad del diseño de una página web que permita promocionar al negocio y así mismo mejorar sus ventas (Yuquilima Piedra, 2018).

Como referencias importantes de este trabajo de investigación, se toma en cuenta la necesidad de hacer una mejor publicidad del negocio, para ello se determina que era importante la difusión correcta a través de la web, por lo que es importante que la promoción de la empresa a través del internet debe ser de forma efectiva, de ahí la necesidad imperante de buscar posicionarse en la red de redes, ya que es el mejor medio para difundir la presencia de una empresa, para ello es importante como base fundamental contar con un sitio web, ya que le brinda imagen, presencia y seriedad

dentro de la web, dándole la confianza necesaria a los visitantes para realizar operaciones comerciales con el negocio.

Diseño del sitio web empresarial para la empresa tecnológica J.B.E. del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB), cuyo autor es José Daniel Escobar Pincay.

Figura 5: Sitio web de Servicios Tecnológicos J.B.E



Autor: José Daniel Escobar Pincay

En el trabajo de investigación presentado como referencia, se pudo directamente denotar que el nivel de ventas de la empresa había decaído, y todo era claramente entendido, ya que, a pesar de ser una empresa tecnológica, no contaba con un sitio web para hacerse conocer y ofrecer todos sus servicios a través del internet, siendo una desventaja con respecto a otras empresas de servicios tecnológicos. Por ende, surgió la propuesta de un sitio web informativo que haga conocerse a través del internet, la existencia de la empresa “Servicios Tecnológicos J.B.E.” e informar acerca de los servicios que ofrece, además del acceso que se puede tener a cada uno de ellos (Escobar Pincay, 2014).

Lo relevante a tomar como referencia este trabajo, está en las metodologías de investigación usadas, el diseño del sitio, además de la importancia de determinar mediante simple observación, la necesidad lógica de contar con

presencia en el internet, porque si no se estará siempre un paso detrás de las otras empresas que ofrecen los mismos servicios.

En el presente trabajo, el autor busca obtener datos relevantes de la necesidad del diseño del sitio web a través de la investigación de campo, observación directa, analizando resultados de encuestas, entre otras herramientas y metodologías importantes que permita reflejarlas en un diseño de sitio web que permita el acometimiento de los objetivos trazados desde un principio.

Es muy importante destacar la importancia referencial en el presente trabajo de las investigaciones previas hechas, ya que surgen como una base del cual se parte para lograr obtener los resultados deseados, lo que se busca es seguir los mismos pasos, pero a su vez siempre tratando de innovar para así lograr obtener un diseño de sitio web que cause el impacto deseado para mejorar las ventas de la empresa “Lucky Carpenter”.

Diseño de la estructura gerencial integral de la empresa muebles G.R.
de la Universidad de La Salle (Colombia), cuyas autoras son Carol Milena Beltrán Daza y Lady Viviana Romero González

Figura 6: Muebles G.R.



Fuente: Carol Milena Beltrán Daza y Lady Viviana Romero González

El trabajo presentado como referencia muestra una investigación completa de la formación y promoción de la empresa Muebles G.R. en la ciudad de Bogotá – Colombia, en este trabajo, realizado en el año 2008, se muestra un análisis completo del camino a seguir para la formación y una correcta estrategia de marketing a trazarse para que la empresa Muebles G.R. surja y cause impacto comercial. Esta investigación se base en la observación y la utilización de encuestas, entrevistas y revisión de documentación para lograr el objetivo trazado (Beltrán Daza & Romero González, 2008).

Es importante tomar en cuenta las estrategias que se toman para obtener los datos a las personas, que se convertirán en potenciales clientes de la empresa G.R., pero para ello es necesario ir empapándose acerca de lo que son los muebles, materiales y todo lo que conlleva. A partir de conocer los gustos de los clientes, mediante el uso de herramientas para obtención de los datos necesarios, se puede obtener resultados cualitativos y cuantitativos que permiten deducir tendencias, que llevará al diseño de un correcto plan para promocionar la empresa “Luky Carpenter”, esto incluye el sitio web que se propone en el presente trabajo.

Necesario tomar en cuenta los elementos necesarios para llevar a cabo la investigación, aplicando las distintas metodologías para obtener los datos, aplicarlas para así lograr un plan de marketing que realmente llegue al público, así mismo aplicar las últimas tendencias en lo que corresponde a los modelos de los muebles y además de la aplicación de un correcto sitio web.

Propuesta de diferenciación comercial para los productos de la mueblería Polimueble en el 2017 del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB), cuyo autor es Luis Alfredo Paredes Supo.

Figura 7: Productos de la mueblería Polimueble



Autor: Luis Alfredo Paredes Supo

El trabajo añadido como referencia, realizado en el ITB, propone la creación de una empresa familiar de fabricación y venta de muebles, iniciando como un taller y expandiéndose como mueblería, por lo que se propone mediante la investigación previa, el desarrollo de estrategias para su promoción a través de las redes sociales y campañas publicitarias a bajo costo, como una forma de sobresalir ante la presencia de competencias fuertes como son los muebles prefabricados y el gremio de los muebles cuencanos (Paredes Supo, 2017).

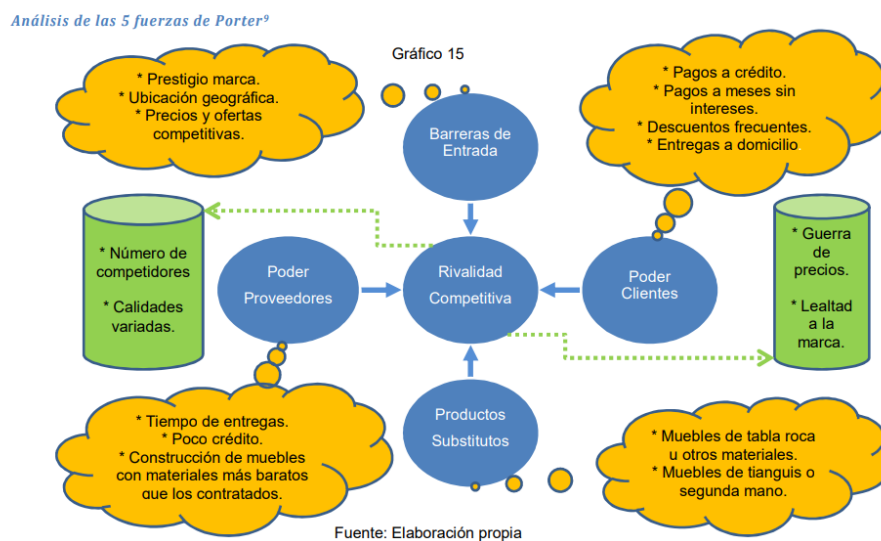
El presente trabajo toma como referencia el trabajo añadido desde el punto de vista investigativo, ya que de este trabajo se extraen las estrategias necesarias para promocionar la empresa Polimuebles, que pueden servir como punto de partida para el desarrollo de las estrategias del presente trabajo, entre ellas ante todo, las de las redes sociales y el del sitio web, así como la implementación de las herramientas de obtención de datos para demostrar la importancia de llevar a cabo la investigación presente.

La referencia del trabajo investigativo que se toma es muy importante, porque permite buscar un impacto no solo mediante el mundo virtual, sino la mejoría total de la forma de llegar a sus clientes a la empresa “Lucky

Carpenter”. Permitiendo así lograr el objetivo trazado, que es mejorar las ventas del negocio y a su vez, lograr un mayor ingreso que permita la empresa consolidarse a nivel nacional en la venta y fabricación de muebles.

Proyecto Tienda de Muebles Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (México), cuyo autor es Manuel Gómez Chávez.

Figura 8: Tienda de Muebles (México) - Fuerzas de Porter



⁹ Cf. Porter, Michael E., *Ventaja competitiva*, Grupo editorial Patria, México, 2009.

Fuente: Manuel Gómez Chávez

En este trabajo del cual se toma referencias para el presente, se determinan los efectos que tienen diferentes aspectos para un correcto manejo del negocio de los muebles, esos aspectos de acuerdo a Porter, son 5, que en este caso están determinado por: Barreras de Entrada, Poder de los Proveedores, Poder de los clientes y los productos Substitutos (Gómez Chávez, 2012). Por ende, es importante que además de tomar en cuenta el desarrollo de la mueblería es importante fijarse en los otros aspectos que sugiere el trabajo tomado en cuenta, a lo que se refiere al diseño del sitio para “Lucky Carpenter”.

Es importante saber que, para vender un mueble, es importante saber qué es lo que el usuario en mayoría le gusta, esto implica el material utilizado, formas de pagos y otros aspectos que le generan confianza y lealtad para con una marca. Por otro lado, siempre debe estar con el material necesario para trabajar, por lo que la comunicación correcta con los proveedores también forma parte esencial ya que es necesario que las entregas sean realmente inmediatas, sin retrasos.

La referencia que se toma en cuenta para el presente trabajo, es de suma importancia, puesto que, así como se deben tomar en cuenta para la empresa físicamente con su local, también debe considerarse estos aspectos necesarios en lo que respecta al diseño de un sitio web para la empresa “Lucky Carpenter”.

Implementación de una fábrica, comercializadora y distribuidora de una línea contemporánea de muebles” de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), cuyos autores son Andrea Nataly Miranda Miranda, María Eugenia Zambrano Verduga y José Jhonny Yaguana Hidalgo.

Figura 9: MH - Muebles y Decoración



Fuente: Andrea Miranda, María Zambrano y José Yaguana

En el trabajo presentado como referencia, se toma en cuenta el estudio que se hace a futura competencia del negocio, para conocer cómo llevar a cabo la investigación necesaria de lo que las empresas que son competencia de “Lucky Carpenter”, y con esos datos buscar que se puede mejorar y evolucionar, para que sea presentados como las mejores cartas de la empresa para sus clientes (Miranda Miranda, Zambrano Verduga, & Yaguana Hidalgo, 2009).

A partir del estudio que se realiza conociendo a la competencia, y además obteniendo mediante investigaciones cuantitativas y cualitativas, se puede determinar los distintos aspectos a tomar en cuenta para tomar procedimientos necesarios para la fabricación y ventas de los muebles, y en esa forma darle un mejor servicio, atractivo y efectivo para el cliente, en lo que respecto a la compra y venta de los muebles.

2.2 Fundamentación Legal

En el presente trabajo de investigación se presenta durante su desarrollo, la propuesta de llevar a cabo el diseño de un sitio web para compartir al público la información acerca de la empresa Lucky Carpenter “Muebles & Decoraciones”, además de la venta de muebles de forma personalizada, a elección del cliente, siendo así como parámetros importantes para determinar que el presente trabajo se ubica como un programa de ordenador. Siendo de esta manera, además, un programa ordenador que lleva comercio electrónico, dada a la venta de muebles personalizadas a través de la web. Por lo tanto, las leyes que fundamentan el presente trabajo son la Ley de Propiedad Intelectual, la Ley del Comercio Electrónico y Ley del Consumidor. **Ver Anexo 1**

2.3 Definiciones Conceptuales

Diseño Web

“...es la implementación de conceptos artísticos que se utilizan para desarrollar una página web logrando generar branding y ayudando a

fortalecer la imagen corporativa de una empresa o negocio” (Quiñonez Pico, 2017).

Lo que es el diseño web, corresponde a la utilización de diferentes conceptos de arte y de posicionamiento web para lograr convertirse en una marca posicionada con una imagen corporativa dentro del internet.

Pero como punto de partida, hay que saber lo que es una página web, “es aquel documento electrónico que contiene información textual, visual y/o sonora, que se encuentra alojada en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores web” (Quiñonez Pico, 2017).

Normalmente viene dado en extensión .html, pues contiene código html, donde se le agrega mediante este lenguaje de etiquetado diferente tipo de información hipertexto, para que sea interpretado por un navegador web y mostrado en los distintos dispositivos que se conectan a internet.

Los conceptos artísticos a tomarse en cuenta, está en el uso correcto de espacios, simetría y manejos de líneas, además usar correctamente los colores para que sea llamativo, pero a su vez sólido y que brinde sobriedad, ante todo, para que se vea profesional, que crea confianza en quienes lo visitan. El diseñador web debe siempre encargarse de que la página sea amigable, fácil de navegar, y que permita una interacción fluida entre el visitante y el contenido que se muestra. Al crearse un correcto diseño, se obtiene una eficiencia muy alta de una página web para una comunicación directa y rápida entre el productor y el consumidor.

Proceso Básico para la creación de un diseño web

1. Tener claridad de los colores corporativos a utilizar.
2. Las páginas que integrarán el sitio web deben ser consistentes en todos los aspectos: colores, fotos y contenido en general.
3. Mantener el sitio libre de contaminación visual, para que sea muy fácil de visitar y recorrer.

4. Utilizar imágenes de buena resolución, por lo que hay que escogerlas cuidadosamente.

El diseñador web, además de estas recomendaciones, toma en cuenta otros aspectos más, sin embargo, estos son los principales a tener muy en serio al realizar un diseño web.

Dominio Web

“...es lo que las personas escriben para acceder a tu sitio, y apunta el navegador web hacia el servidor que almacena esos recursos” (Gustavo B. - Equipo de Hostinger.es, 2019).

El dominio web consiste en la forma más sencilla de ubicar una dirección de un sitio web dentro del internet, apuntando hacia un servidor que hace mostrar el sitio a través del navegador web, mediante un nombre descriptivo y no mediante IP como realmente se direccionan.

Existen diferentes tipos de dominios web, estas son:

- TLD o dominios de nivel superior (Top Level Domains)
- Dominios de segundo nivel
- Subdominios

TLD (Dominios de nivel superior): Los dominios de nivel superior son “...un tipo de dominio que se encuentra en el nivel superior del sistema de dominios de Internet” (Gustavo B. - Equipo de Hostinger.es, 2019).

Los TLD son los tipos de dominio principales como son las comerciales (.com), organizacionales (.org), las de redes (.net) y las que son de educación (.edu).

Dentro de este nivel de dominio, tenemos:

- *ccTLD*: Que son los dominios de nivel superior de código de país, es decir, se basan en códigos internacionales de países como, por

ejemplo .py para Paraguay, .ec para Ecuador o .es para España, entre otros.

- *gTLD*: Son los dominios de nivel superior genéricos, que no especifican un país, sino la actividad que utilizan, como las mencionadas al principio: .com, .org, .net, entre otros.

Dominios de Segundo Nivel: "...dominio que se encuentra directamente debajo de un dominio de nivel superior" (Gustavo B. - Equipo de Hostinger.es, 2019).

Es decir, que después utilizar un TLD, se le agrega otro dominio, como en el caso de ".co.uk" o "gob.ec", entre otros.

Subdominios: "no requieren que los webmasters adquieran un dominio web adicional para crear divisiones dentro de su sitio" (Gustavo B. - Equipo de Hostinger.es, 2019).

Los subdominios son dominios internos, o dominios que apuntan a directorios específicos dentro del servidor, y que permiten tenerlos separados del sitio principal.

Servidor Web

"...es una máquina física que aloja los archivos y las bases de datos que conforman tu sitio web y los envía a las personas a través de Internet cuando visitan tu sitio desde su computadora" (Gustavo B. - Equipo de Hostinger.es, 2019).

Consiste en una computadora alojada normalmente de forma remota que contiene los archivos de un sitio web, además de su base de datos, que, al recibir petición de datos, devuelve la información deseada para mostrar por navegador web lo solicitado.

Hosting

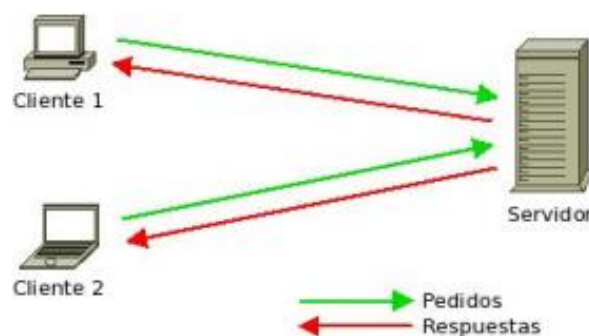
"...es un servicio en línea que te permite publicar tu sitio web o aplicación web en Internet..." (Gustavo B. - Equipo de Hostinger.es, 2019).

Es básicamente el servicio que, de un servidor web, ubicado remotamente que permite el alojamiento de los archivos de un sitio web para ser publicado en el internet, apuntando al dominio adquirido, para que el visitante pueda acceder al sitio web desde cualquier dispositivo conectado, en cualquier lugar del mundo.

Modelo Cliente – Servidor

“El modelo Cliente/Servidor es un modelo de aplicación distribuida en el que las tareas se reparten entre los proveedores de recursos o servicios, llamados servidores, y los demandantes, llamados clientes” (Marini, 2012). Comprende un modelo de desarrollo de aplicaciones mediante la repartición de funciones entre una sección compuesta por hardware o software que realiza peticiones de distintas informaciones, controlados por un usuario o visitante, al que se le conoce como el Cliente, también conocido como “Front-End”; en contacto con otro hardware o software que se encuentra siempre en estado pasivo, encargado de recibir las peticiones que hace el cliente, llegando a la parte del servidor de aplicaciones y de base de datos, donde se recupera la información requerida y se la devuelve al cliente con el formato deseado, a esto se conoce como Servidor o la parte del “Back-End”. Todo se transmite a través de la red o internet.

Figura 10: Modelo Cliente-Servidor



Fuente: linuxito.com

Las tecnologías que manejan el modelo Cliente – Servidor son las siguientes:

- **Arquitectura:** De ello depende el tipo de tecnologías se utilizará para el desarrollo de un software. Puede ser de dos capas (no tan efectivo, ya que consume más recursos y la parte de la lógica está en el cliente y no en el servidor) o puede ser de n capas, pero el más frecuentado es el de tres capas, por su mayor efectividad en la utilización de los recursos disponibles (Arias Fisteus, 2007 / 2008).
- **Tecnologías del lado del Cliente:** Corresponde a los programas de desarrollo del lado del front-end, la parte gráfica y atractiva para el cliente del sistema, se usan: HTML, CSS, y JavaScript, entre otros (Arias Fisteus, 2007 / 2008).
- **Tecnologías del lado del Servidor:** Se trata de los programas que se pueden usar para el desarrollo del lado del servidor, es decir el desarrollo de lógica de negocio, para ello se tiene: PHP, ASP.net, Node, entre otros (Arias Fisteus, 2007 / 2008).
- **Base de Datos:** Comprende los sistemas de gestión de Base de Datos (SGBD), consiste en los sistemas usados para administrar y gestionar las bases de datos. Las aplicaciones usadas son MySQL, Microsoft SQL Server, Oracle, entre otros (Arias Fisteus, 2007 / 2008).

HTML

Corresponde a las siglas de “Hypert Text Markup Language”, que identifica a un lenguaje basados en etiquetas para obtener o llevar a cabo la estructura interna de una aplicación. Este trabajo es del lado del Cliente, que consiste en la interfaz o “front-end”. Mediante el desarrollo por medio de HTML, de lo que es la parte de la interfaz, se hace la parte del diseño de la aplicación, o sea la parte gráfica. En la actualidad va por el estándar quinto, que permite el diseño adaptativo o responsive de las aplicaciones web, es decir, las páginas se adaptan

a diferentes tamaños de pantalla de los dispositivos a usar (Carrión del Valle, 2013).

CSS

Es un lenguaje utilizado para complementar el desarrollo con HTML desde el lado del cliente, es decir trabaja en conjunto con HTML para la interfaz gráfica del sistema. Mientras HTML hace el esqueleto, CSS te construye en forma general una página, CSS o los archivos de cascada, se encarga de poner en orden y en su lugar a cada cosa, tratando de hacer la página lo más atractivo posible. CSS se encuentra en la versión 3, con muchas incorporaciones y popularidad que la versión 2, permitiendo un desarrollo más limpio, efectivo, atractivo y completo para lograr persuadir a futuros clientes (Carrión del Valle, 2013).

PHP

Consiste en un lenguaje basado en código abierto, que se utiliza para el desarrollo web, ya que su código se usa para sobre todo trabajar en la parte del back-end de cualquier sistema web. PHP significa Hypertext Preprocessor, siendo su código muy similar al que es utilizado para mantenerlos (Carrión del Valle, 2013).

Sistema de Gestión de Base de Datos

Son los sistemas robustos encargados de poder llevar el control y administración de las operaciones de una base de datos de forma correcta. Para ello se tienen versiones gratuitas como MySQL y versiones pagas como Oracle y Microsoft SQL Server, que son SGBD que permiten administrar el correcto funcionamiento de las bases de datos (Carrión del Valle, 2013).

Base de Datos

“Una base de datos es una herramienta para recopilar y organizar información. Las bases de datos pueden almacenar información sobre personas, productos, pedidos u otras cosas” (Equipo de Microsoft Corporation: Office - Access, 2019).

Una base de datos no es nada más que la recopilación de diferentes datos, por intermedio de características o registros similares para ordenadamente almacenar, modificar, eliminar y recuperar información.

Información sobre la fabricación de los muebles

El proceso de la fabricación de muebles lleva consigo un detallado curso, por el cual se cuida cada finura del mueble para alcanzar la satisfacción de nuestros clientes. A continuación, explicaremos el proceso de la fabricación.

Primer proceso

Es el secado de la madera al aire libre, este método necesita de 2 a 3 meses de secado, ya que también se puede recurrir al segundo método de secado que es mediante un horno, allí se necesita de 1 a 2 horas dependiendo de la temperatura del horno.

Segundo proceso

En este proceso se trata del moldeo y ensamble de la madera, por lo tanto, vamos a necesitar maquinaria industrial como es la cortadora, el cepillo y si el mueble lleva partes curvos necesitaremos también una sierra cinta para luego proceder con el ensamble mediante espigas, tarugos, tornillos.

Tercer proceso

Una vez listo el mueble en crudo, seguimos con el proceso de protección contra la polilla, para aquello utilizaremos un preparado con maderol concentrado y diésel dejándolo secar por un mes, ya que este procedimiento es el más efectivo para que la madera adsorbe por mucho

más tiempo el preparado. Claro que también encontraremos maderol listo en los mercados para el uso inmediato y de rápido secado en lo cual la absorción de la madera es muy poco.

Cuarto proceso

Este proceso se trata del laqueado del mueble, ya que una vez seco el mueble del maderol, procederemos a limpiarlos con guaype mojado en diluyente con la finalidad de sacar todos los residuos de grasas para poder continuar con la masilla y lijado del mueble. Comenzamos con la lija 60 para sacar todos los rayones y nuevamente lo volvemos a masillar, para usar la lija 80 teniendo muy claro que este proceso se lo hace hasta llegar a la lija 150.

Quinto proceso

Finalmente, una vez que tenemos el mueble masillado y lijado hasta la lija 150..., ya está lista para poder darle el sellador de madera, considerando seco el sellador de madera lo lijamos con la lija 180 para luego pasar el tinte de color que se desee. Hay que tener claro que para aplicar el sellador y tinte lo podemos hacer mediante guaype, brocha o también con el uso de un soplete.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Presentación de la Empresa

3.1.1 Nombre

Empresa Lucky Carpenter “Mobiliario & Decoraciones”

3.1.2 Logotipo

Figura 11: Logotipo de la Empresa Lucky Carpenter



Fuente: Lucky Carpenter

3.1.3 Ubicación

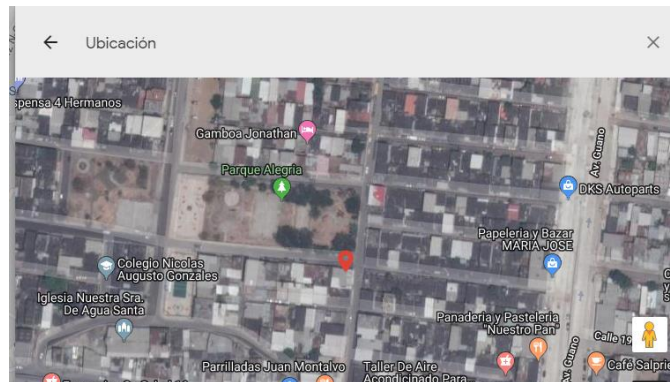
Se encuentra situada en la Cooperativa Juan Montalvo frente al Parque Alegría, de la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas.

Figura 12: Ubicación de la Empresa Lucky Carpenter



Fuente: Google Maps

Figura 13: Ubicación de la Empresa Lucky Carpenter en el Satélite



Fuente: Google Maps

3.1.4 Misión

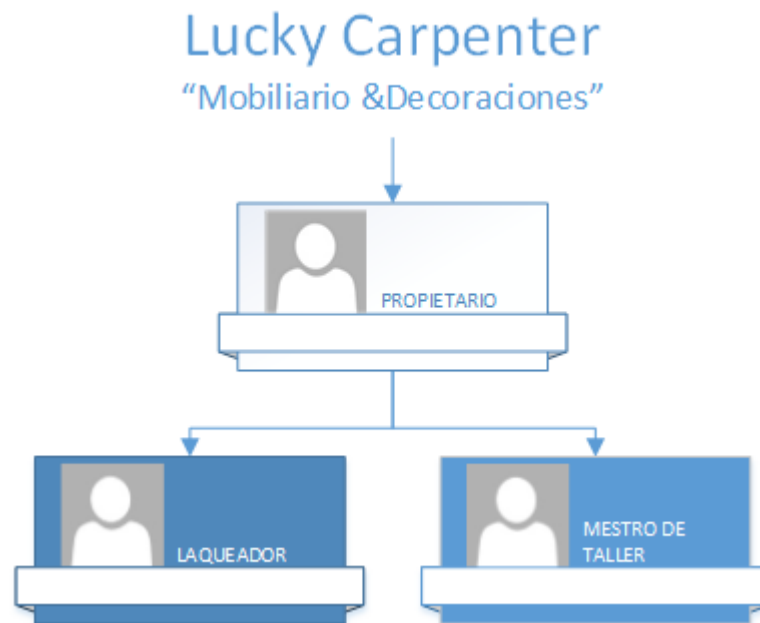
Poner a disposición mobiliario y accesorios, conservadores, modernos, que conlleven calidad, innovación tecnológica, tendencias propuestas con nuevos materiales, formas, colores y estilos, con el compromiso de innovar día a día.

3.1.5 Visión

Ser una empresa con proyección nacional, lo cual será posible mediante el esfuerzo, dedicación y profesionalismo, tomando en cuenta las tendencias, las necesidades de la actualidad y futuras de nuestros clientes.

3.1.6 Organigrama de la Empresa

Figura 14: Organigrama de Lucky Carpenter



Fuente: Lucky Carpenter

Elaborado por: Carlos Vilema

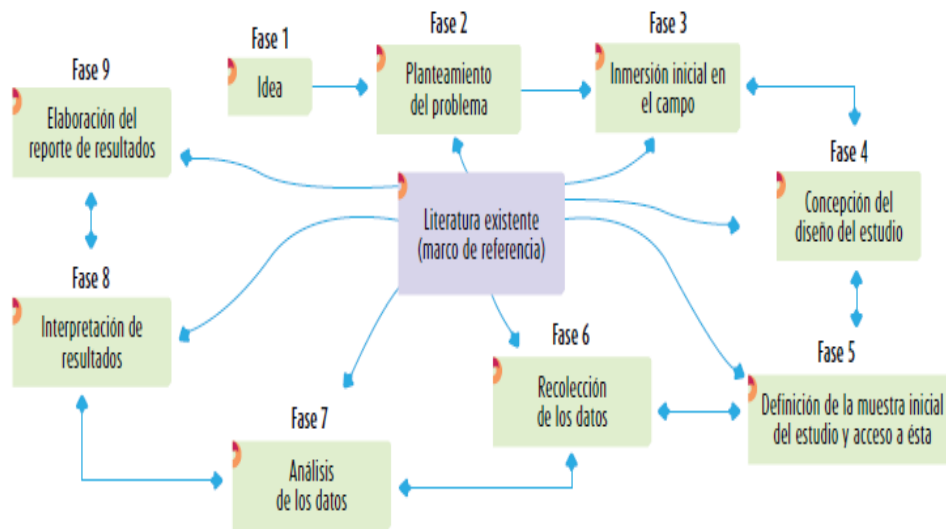
3.2 Diseño de la Investigación

3.2.1 Investigación Cualitativa

“Por su parte, la *investigación cualitativa* proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Por lo tanto, como lo definen varios autores, es mediante la cual se puede profundizar el tema para poder conocer de forma más detallada y realizando el análisis numérico que se obtiene de la técnica encuesta.

Figura 15: Proceso de la Investigación Cualitativa



Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

La **idea** es lo que se desea hacer u el objetivo al cual se quiere llegar para reflejar cada que tiempo ocurre o con que alcance.

El presente autor, se debe **plantar el problema** con ciertas limitaciones para poder hacer un estudio concreto.

Deberá tener **inmersión inicial** en donde generalmente no se generan hipótesis al principio, sino que con el avance del proceso se van presentando.

Realizar el **diseño del estudio**, los cuales se basan en recolectar datos sobre las personas que intervienen en la investigación y no usar estándares ni resultados predeterminados.

Definir la muestra inicial, es la aplicación de la formula sobre el total de la población cuando la misma, pase los 100 individuos y no pueda ser tomada en su totalidad.

Para la **recolección de datos** se aplica la técnica o el método que ha sido definido en el punto anterior de acuerdo a la necesidad que se presente.

El **análisis de los datos** se lo realiza mediante hipótesis que surgen de acuerdo a las respuestas que emiten los participantes, para al final obtener una conclusión sobre la información.

La **interpretación de resultados** es acorde a la capacidad del presente autor, los cuales deben salir a la luz para el conocimiento de las personas o clientes de interés.

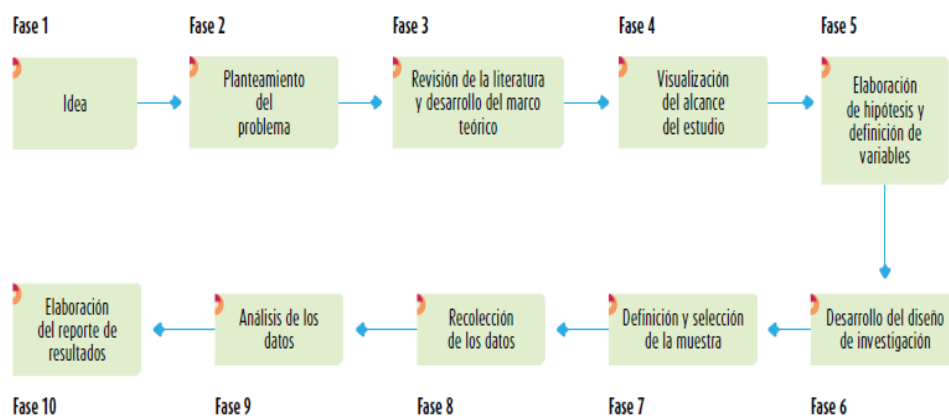
Para concluir se realiza un **reporte de los resultados** para el conocimiento del cliente y con mayor entendimiento, para que sepa donde es el comienzo del problema y su respectiva solución.

3.2.2 Investigación Cuantitativa

“la investigación cuantitativa una de las vías para obtenerlo, teniendo su soporte en la indagación a través de elementos cognitivos y en datos numéricos extraídos de la realidad, procesados estadísticamente para probar teorías.” (Del Canto & Silva Silva, 2013).

Es el tipo de investigación que permite trabajar con datos numéricos y estadísticos, para de esa forma realizar una respectiva medición en el proceso y de tal manera hallar cual es la fuente del problema, conocer sobre los cambios que necesitan realizar para brindar solución en la problemática. En este caso será tabular las encuestas con estadísticas para mostrar las conclusiones.

Figura 16: Proceso de la Investigación Cuantitativa



Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

La **idea** es la necesidad de lo que se desea saber sobre el problema cada que tiempo ocurre o con que alcance.

Se debe **plantear el problema** con ciertas limitaciones y cuestiones directas.

La **revisión de la literatura** es el previo levantamiento de información que se ha obtenido del lugar donde se suscita el problema, para la elaboración del **marco teórico** el cual va a construir varias hipótesis y servir de apoyo como evidencia a favor.

Visualizar el alcance, es lo que se genera mediante las hipótesis o creencia de lo que puede pasar, esto es lo que se piensa antes de hacer una recolección y análisis de datos.

Definición de variables, las mismas que ayudan a la medición y a la elaboración de los cuestionarios porque van en base a ellas.

Desarrollo el diseño de investigación, es donde se estipulan los métodos y técnicas que se van aplicar a lo largo de la investigación.

Para **definir la muestra**, se aplica la respectiva formula de muestreo de población finita donde ya queda una cantidad específica a la cual se le va a recolectar los datos.

La **recolección de datos**, es mediante la técnica que ha sido seleccionada en la etapa o fase del diseño, que dentro de la cuantitativa es que se pueda medir los datos entre esas esta la encuesta.

El posterior **análisis de los datos**, se lo realiza mediante tabulaciones, debido a que los resultados de las encuestas pueden ser medidos numéricamente y dejando atrás las hipótesis que se pudiesen generar.

La **elaboración del reporte** se lo hace mediante gráficos en forma vertical con los respectivos porcentajes a las respuestas y brindando una conclusión de entendimiento hacia el cliente.

3.3 Tipos de Investigación

3.3.1 Exploratoria

“nuestro estudio no se limite únicamente a medir variables, sino que, además pretendemos entender el comportamiento y determinar y cuantificar las relaciones...” (Lafuente Ibáñez & Marín Egoscozábal, 2008).

Como lo indican ambos autores, es una investigación que no se puede limitar, debido a que es un tema que no ha sido abordado con anterioridad y es de total desconocimiento para el propietario, por ende, se necesita acaparar el fenómeno hasta donde más sea posible sin limitaciones, dejando en clara dos variables para poder realizar el proceso de medición respectivo.

3.3.2 Descriptiva

Es la que permite describir cada una de la causa que provocan el problema, dejando en claro las características que posee, es decir que el problema se lo detalla de la manera general a lo específico. Para la presente investigación se deben chequear cuales son las causas de que el negocio Lucky Carpenter no tenga la misma rentabilidad que años atrás.

“La investigación descriptiva la llevamos a cabo cuando queremos mostrar las características de un grupo, de un fenómeno o de un sector...” (Lafuente Ibáñez & Marín Egoscozábal, 2008).

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

“La población objetivo está compuesta por las unidades que reúnen una o varias características comunes que son las que queremos estudiar.” (Lafuente Ibáñez & Marín Egoscozábal, 2008).

Es el objeto que debe ser estudiado para obtener información del presente proyecto, para los cuales se los debe seleccionar a individuos con características similares, pero los cuales tienen diferentes perspectivas sobre las preguntas que se van a realizar dentro del cuestionario. Para hallar las necesidades sobre el problema de que la rentabilidad no esté dando fruto en el negocio el objetivo principal es la clientela, satisfacer las necesidades que requieren en la actualidad, por lo tanto, la población serán clientes del sector donde se encuentra ubicado el negocio la Coop. Juan Montalvo que cuenta con 3000 pobladores aproximadamente.

Tabla 1: Población de la Empresa Lucky Carpenter

OBEJTIVO	CANTIDAD	TÉCNICA
Clientes	3000	Encuesta
TOTAL	3000	

Fuente: Lucky Carpenter

Elaborado por: Carlos Vilema

3.4.2 Muestra

“En la mayoría de los casos tendremos que extraer una muestra de la población y plantearnos si el estudio se va limitar a describir y conocer los elementos que conforman dicha muestra...” (Lafuente Ibáñez & Marín Egoscozábal, 2008).

Como indica Lafuente y Marín en ocasiones se suele trabajar la investigación con muestra, debido a que la población excede la capacidad que puede abarcar el presente autor, por lo tanto, se aplica la fórmula de muestra finita cuando la población es mayor a 100.

Por lo tanto, al tratarse de una población de 3000, será necesario aplicar la formularia para muestra finita; la cual se detalla a continuación:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

p= Proporción de la población con la característica deseada

q= Proporción de la población sin la característica deseada

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

$$n = \frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$$

$$n = \frac{(1.65)^2 (0.50) (0.50) (3000)}{(3000- 1) (0.05)^2 + (1.65)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 341$$

3.5 Técnicas de Investigación

3.5.1 Encuesta

“La encuesta se fundamenta en la elaboración de un cuestionario que formularemos a las personas, instituciones, empresas, etc.” (Lafuente Ibáñez & Marín Egoscozábal, 2008).

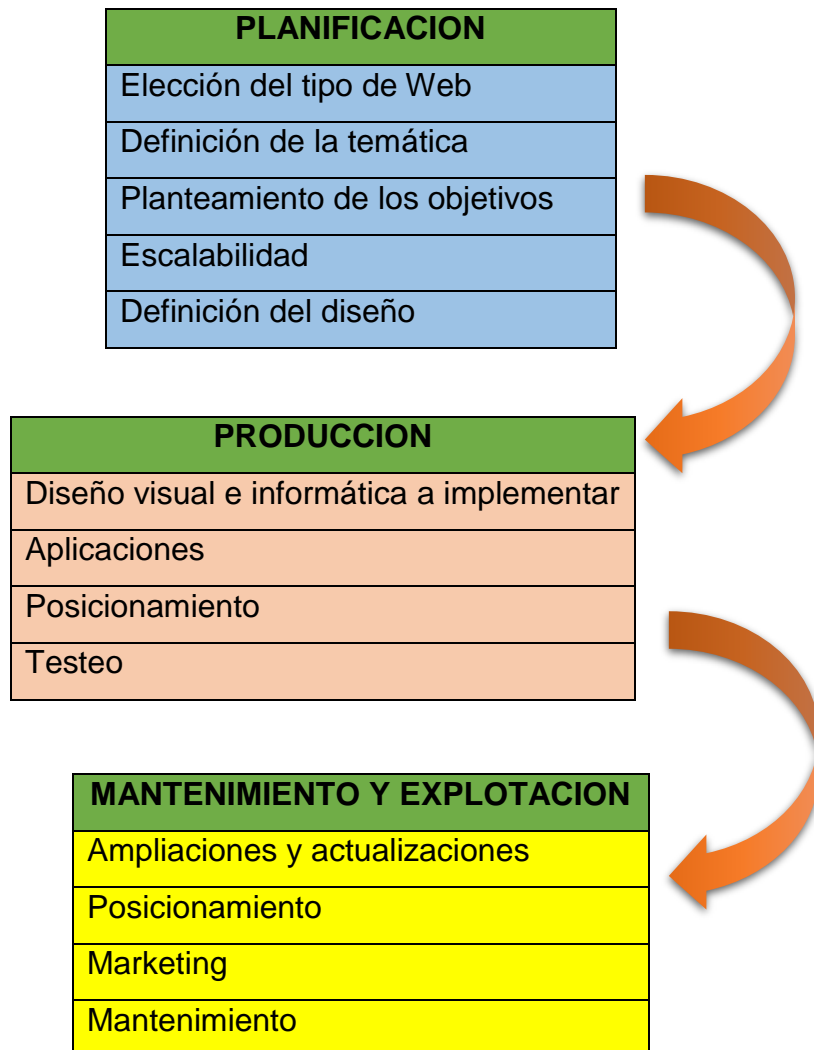
Son preguntas de tipo cerradas en forma de cuestionario, la cual no puede ser desviada con respuestas que sea lo que el presente autor desee saber para hallar la solución al presente problema en la rentabilidad de la mueblería.

3.6 Metodologías para crear sitios web

Para la creación de un sitio web, se pueden tomar dos caminos distintos, que a su vez son similares, difieren en algunos pasos únicamente.

La primera metodología a tomar en cuenta es la siguiente:

Figura 17: Primera Metodología para creación de sitio web



Fuente: Gestiopolis.com

Esta metodología destaca tres etapas importantes: Planificación, Producción y Mantenimiento y Explotación. Cada uno con sus subetapas:

1. PLANIFICACIÓN

- Elección del tipo de Web: "...decidir es el tipo de Web que queremos crear, es el punto de partida que afecta a todas las etapas posteriores de creación" (González Aguilar, 2011).

Hay que elegir a que alcance de visitantes se va a llegar, el tipo de diseño, navegabilidad, todo depende del tipo de web que puede ser comercial, profesional, información o de ocio.

- Definición de la Temática: "...definir los temas que se van a exponer en el sitio Web..." (González Aguilar, 2011).
Definiendo los temas a tratar, se definen diferentes términos claves para darle su respectivo posicionamiento. Pueden ser por ejemplo de oferta comercial, profesional, o diferentes tipos de informaciones.
- Planteamiento de objetivos: "...los objetivos que se quieren alcanzar con la creación del sitio Web..." (González Aguilar, 2011).
Al definir los objetivos, se pueden bosquejar estrategias para su consecución.
- Escalabilidad: "...las visiones a corto y largo plazo acerca de nuestro sitio Web..." (González Aguilar, 2011).
Con el tiempo, se piensa en una ampliación del sitio, actualizaciones, entre otros avances.
- Definición del diseño: "...estamos preparados para definir sobre papel el diseño de la Web, incluyendo los fondos, tipos de letras, botones, formularios, links, plantillas, aplicaciones..." (González Aguilar, 2011).
Se puede definir cuál es el diseño y que es lo que hay que mostrar o resaltar para que sea atractiva nuestra página.

2. PRODUCCIÓN Y CREACIÓN DEL SITIO WEB

- Diseño visual y creación de la información a implementar: “Creación del esqueleto de la Web, tablas, encabezados, espacio para imágenes, texto, botones...” (González Aguilar, 2011).

Se hace el desarrollo de toda la parte visual del sitio.

- Aplicaciones web: “...aplicaciones que contendrán nuestro sitio Web, encuestas, foros, soporte al cliente, pedidos on-line, mediante programación específica y creación de bases de datos” (González Aguilar, 2011).

Se hace el agregado de diferentes aplicaciones web programables, para una mejor navegabilidad y visualización del sitio.

- Posicionamiento: “...se ha de implementar una metodología específica para alcanzar un posicionamiento óptimo...” (González Aguilar, 2011).

Para ello se definen las palabras claves, creación de archivos robots.txt, entre otras estrategias, para que los buscadores lo ubiquen en los primeros lugares.

- Testeo: “Realización de pruebas para comprobar la usabilidad y correcto funcionamiento de nuestro sitio...” (González Aguilar, 2011).

Se hace las pruebas correspondientes para no encontrar algún tipo de error en diseño o programación en las aplicaciones web.

3. MANTENIMIENTO Y EXPLOTACIÓN DEL SITIO WEB

- Ampliaciones y Actualizaciones: “...importante ofrecer información novedosa que atraiga y fidelice a nuestros visitantes o clientes” (González Aguilar, 2011).

Por ello siempre es necesario tomar en cuenta el tener una página que viva actualizando novedades o noticias para mantener “vivo” el sitio.

- Posicionamiento: Hay que mantener un seguimiento al posicionamiento de forma constante para así lograr el éxito en el número de visitas del sitio.
- Marketing: “dar a conocer nuestra Web ya puede ser mediante publicaciones en periódicos, panfletos, links de otras Web...” (González Aguilar, 2011).

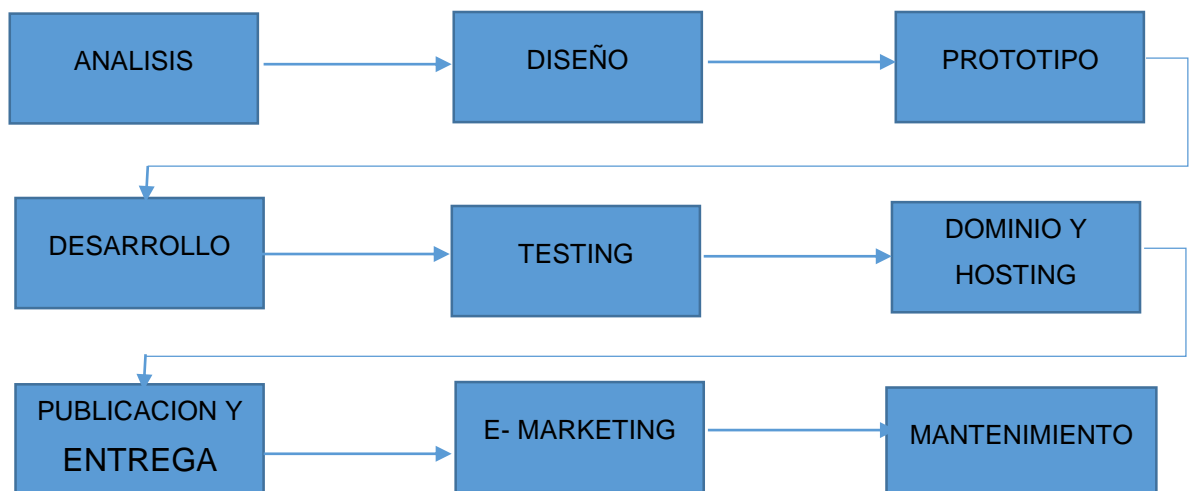
Promocionar el sitio web en diferentes lugares, no solo a través del internet, sino de formas tradicionales.

- Mantenimiento: “...programas de mantenimiento para que nuestra Web esté en funcionamiento durante toda su vida” (González Aguilar, 2011).

Mantener la página en constante mantenimiento y actualización, para que así se asegure un funcionamiento correcto siempre y haga al visitante siempre estar en constante visita.

En cuanto a la segunda metodología, tenemos lo siguiente:

Figura 18: Segunda metodología para creación de un sitio web



Fuente: Gestipolis.com

El proceso explicado es la siguiente:

1. Análisis: "...se levanta el requerimiento de las necesidades de su WebSite; definición de secciones de contenido, mapa de navegación, colores e imágenes deseadas y diseños de referencia" (González Aguilar, 2011).

Se hace el levantamiento de la información inicial que se tiene, en base a los requerimientos iniciales de quien hace la solicitud de creación de un sitio web.

2. Diseño: "Los diseñadores proceden a crear 2 Layouts (Maquetas Visuales) de su sitio Web a tamaño real, para seleccionar 1 de su preferencia y hasta 3 rondas de arreglos y modificaciones a la seleccionada" (González Aguilar, 2011).

Se hace maquetas visuales para que el solicitante pueda elegir uno de los diseños mostrados, de acuerdo a su preferencia.

3. Prototipo: "Se crean Wireframes (Maquetas funcionales) de su sitio para definir cómo quedarán estructurados sus contenidos y el funcionamiento de los mismos" (González Aguilar, 2011).

Se hace un prototipo funcional para ver que se pueda tener una representación gráfica de cómo se presentará el sitio y su contenido.

4. Desarrollo: Se crea el código con el cual se construye el sitio web a crear.

5. Testing: "...se hacen pruebas visuales y de funcionamiento..." (González Aguilar, 2011).

Esto se lo hace desde el lado del equipo de trabajo y luego por parte del cliente, para ver si los requerimientos que fueron definidos en el levantamiento, se han cumplido.

6. Dominio y Hosting: "...se procede a crear el Hosting final donde se hospedará, se migra todo el sitio web desde el

servidor de desarrollo y se enlaza con el dominio real...” (González Aguilar, 2011).

Se contrata el dominio y el hosting para alojarlo en la red de redes y así pueda ya ser entregado al cliente el sitio.

7. Publicación y entrega: “...se le entregan al cliente todos los datos de acceso y capacitación necesaria para el uso del mismo” (González Aguilar, 2011).

Se sube al alojamiento los archivos del sitio web, se lo publica y se le hace la entrega de los accesos al cliente, además de brindarle la capacitación que necesite para utilizarla correctamente.

8. E-marketing: “...incluyen palabras claves en los títulos y etiquetas para garantizar un buen posicionamiento en buscadores...” (González Aguilar, 2011).

Se hace un correcto manejo del posicionamiento a través de las palabras claves, correcto uso de los etiquetados html, entre otros aspectos para así siempre buscar el correcto posicionamiento.

9. Mantenimiento: “...Adiciones y modificaciones posteriores a la entrega, apoyo en la publicación de contenidos...” (González Aguilar, 2011).

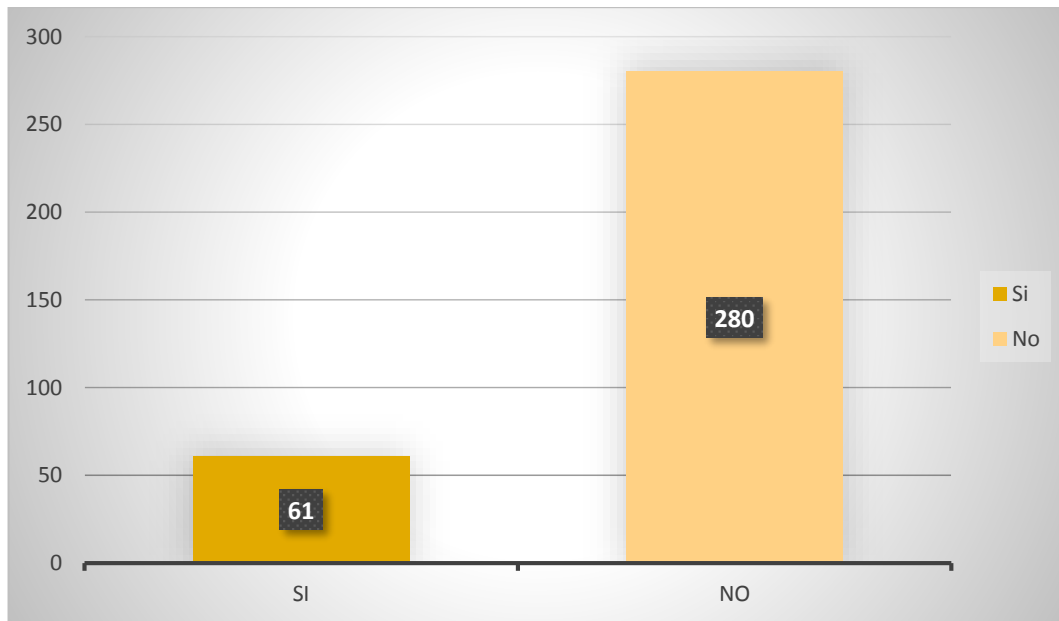
Corresponde a un paso opcional, y es cotizado normalmente aparte de las necesidades del cliente.

CAPÍTULO IV: LA PROPUESTA

4.1 Análisis e Interpretación de los resultados

1.- ¿Usted conoce sobre algún negocio de mueble que le permita realizar personalizaciones por la vía web?

LITERAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	61	18%
No	280	82%
TOTAL	341	100%

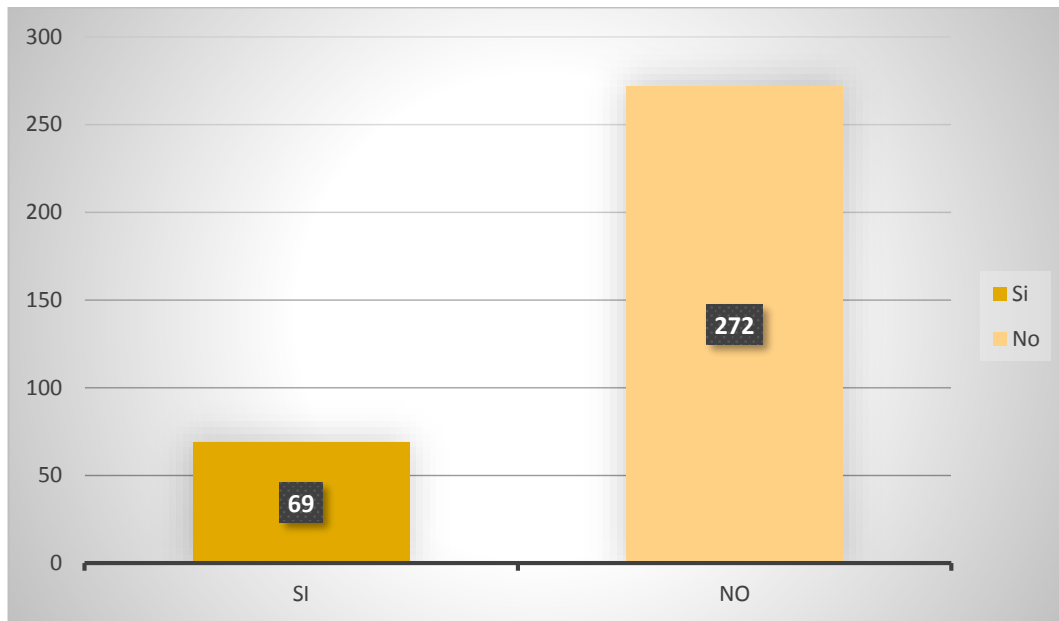


Conclusión:

El 82% de los clientes encuestados no conocen sobre mueblerías que le permitan seleccionar personalizaciones, tan solo un 18%; siendo un margen bajo y en donde es un déficit si alguna ocasión necesita algo a su gusto.

2.- ¿Cuándo va adquirir mueblen le brindan la información necesaria sobre el material con el que está elaborado?

LITERAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	69	20%
No	272	80%
TOTAL	341	100%

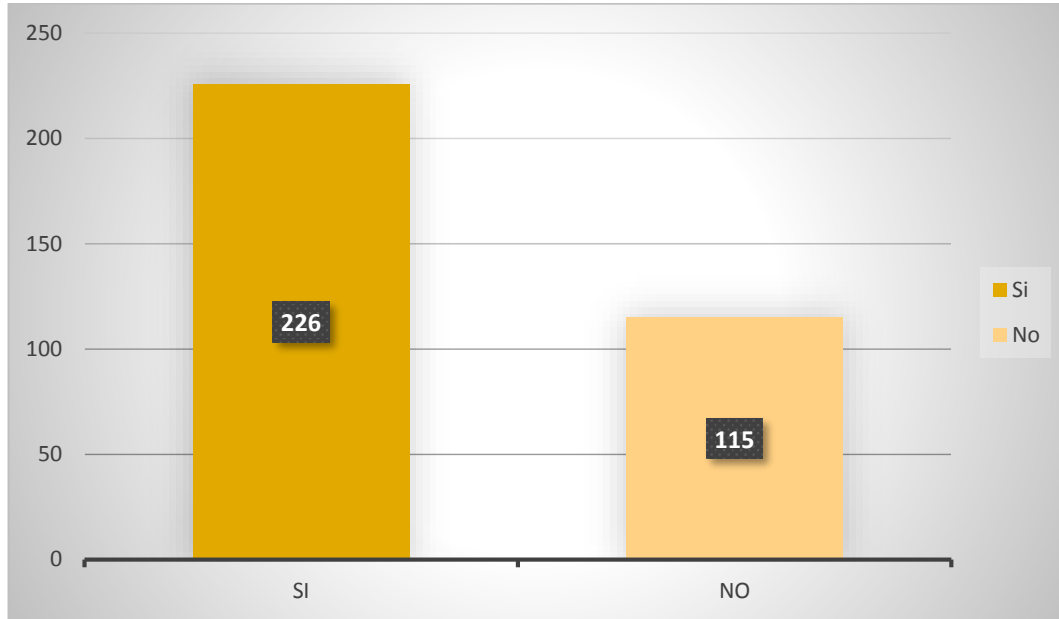


Conclusión:

A un 20% de los clientes según la gráfica le brindan información sobre los muebles que va adquirir es decir materia, tiempo de duración, etc. Pero en su gran parte al 80% por lo tanto desconoce del tema y cae en la versión de un cliente que adquiere simplemente por gusto de modelo.

3.- ¿Le satisface los muebles que ve por internet?

LITERAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	226	66%
No	115	34%
TOTAL	341	100%

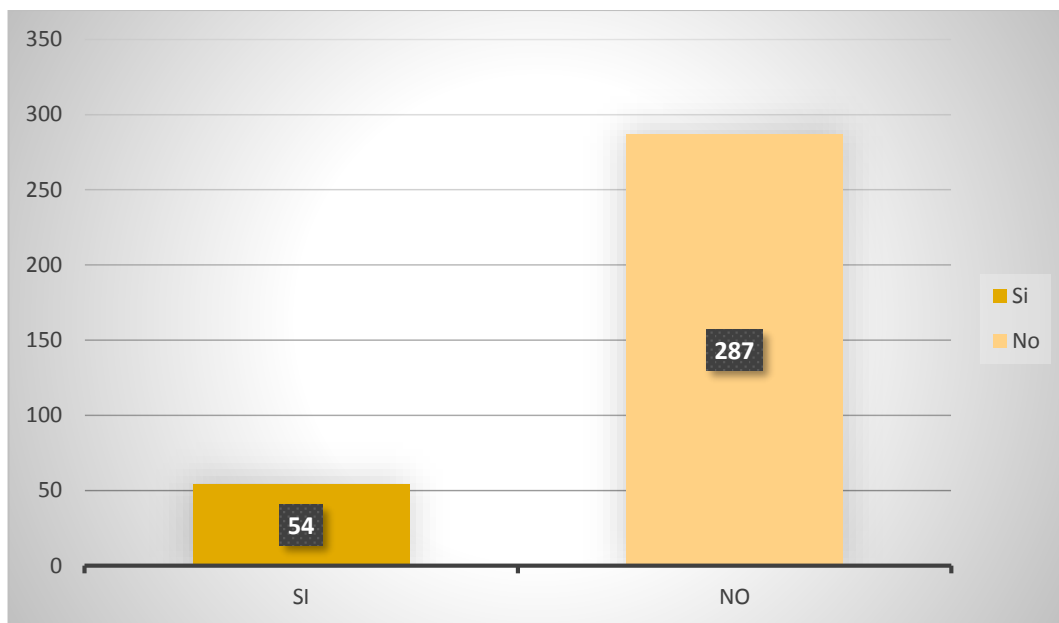


Conclusión:

El 66% aseguran que para buscar modelos de muebles lo hacen por internet es decir que si la carpintería implementa un sitio web los clientes si le darán uso para chequear las nuevas tendencias y poder solicitar sus muebles de su preferencia.

4.- ¿Cuándo acude a una mueblería tiene la opción de comprar muebles personalizados?

LITERAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	54	16%
No	287	84%
TOTAL	35	100%

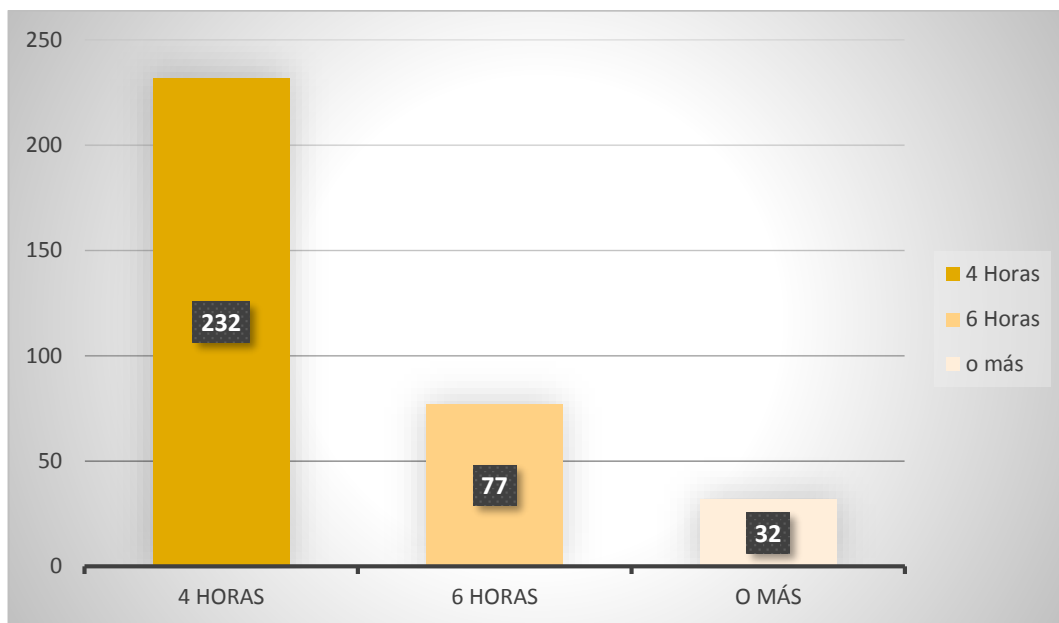


Conclusión:

Al 84% de los clientes cuando acuden a una mueblería para adquirir un producto, en la mayoría de los casos les toca comprar los que están exhibidos es decir, modelo estándar; no pueden realizar personalizaciones a gusto propio.

5.- ¿Qué tiempo le toma acudir a una mueblería a adquirir algún producto?

TIEMPO	CANTIDAD	PORCENTAJE
4 Horas	232	68%
6 Horas	77	23%
o más	32	9%
TOTAL	341	100%

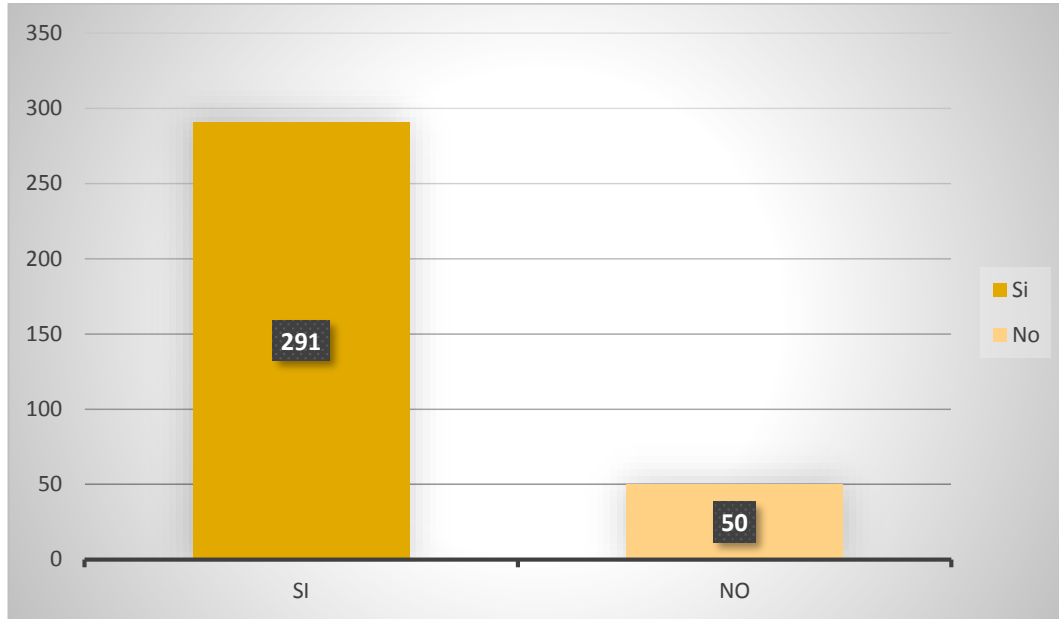


Conclusión:

Según el gráfico a la mayoría con un 68% le toma 4 HORAS acercarse a una mueblería a adquirir un producto mientras que entre 6 HORAS O MÁS es un total del 32%; siendo esto un porcentaje considerable para realizar la implementación de un sistema que facilite el ahorro de dicho tiempo para el cliente y ofrecerle un confort.

6.- ¿Le gusta comprar muebles personalizados?

LITERAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	291	85%
No	50	15%
TOTAL	341	100%

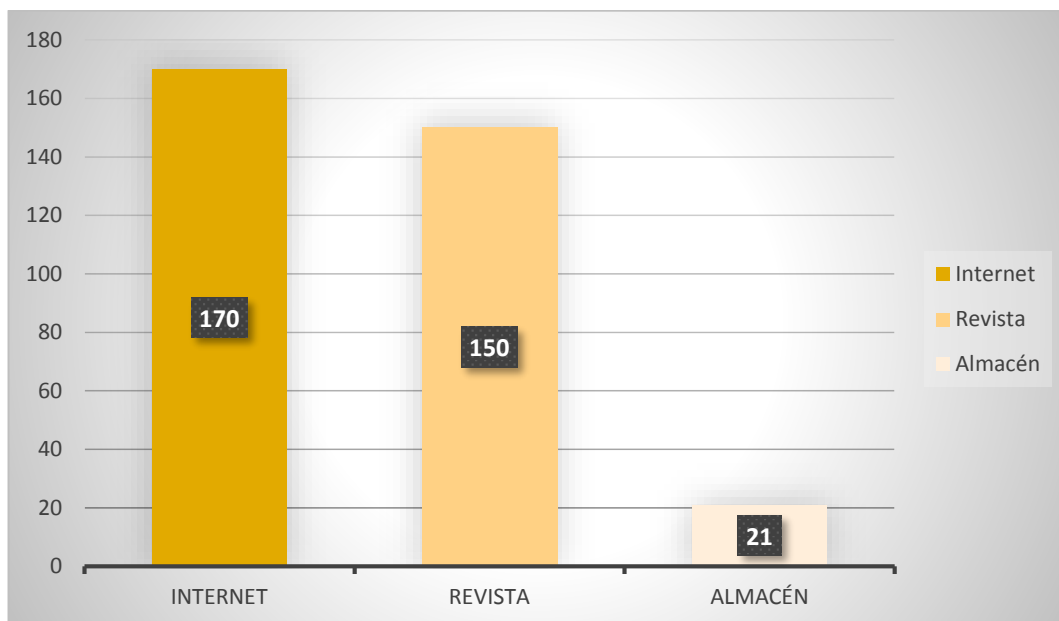


Conclusión:

Al 85% de los encuestados aseguran que les gusta comprar muebles personalizados es decir a gusto propio, esto se puede interpretar según el gráfico y mediante la encuesta aplicada; y a un 15% son los que compran lo que esta exhibido en un almacén.

7.- ¿Por qué medio conoce sobre las nuevas tendencias en la línea de muebles?

LITERAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Internet	170	50%
Revista	150	44%
Almacén	21	6%
TOTAL	341	100%

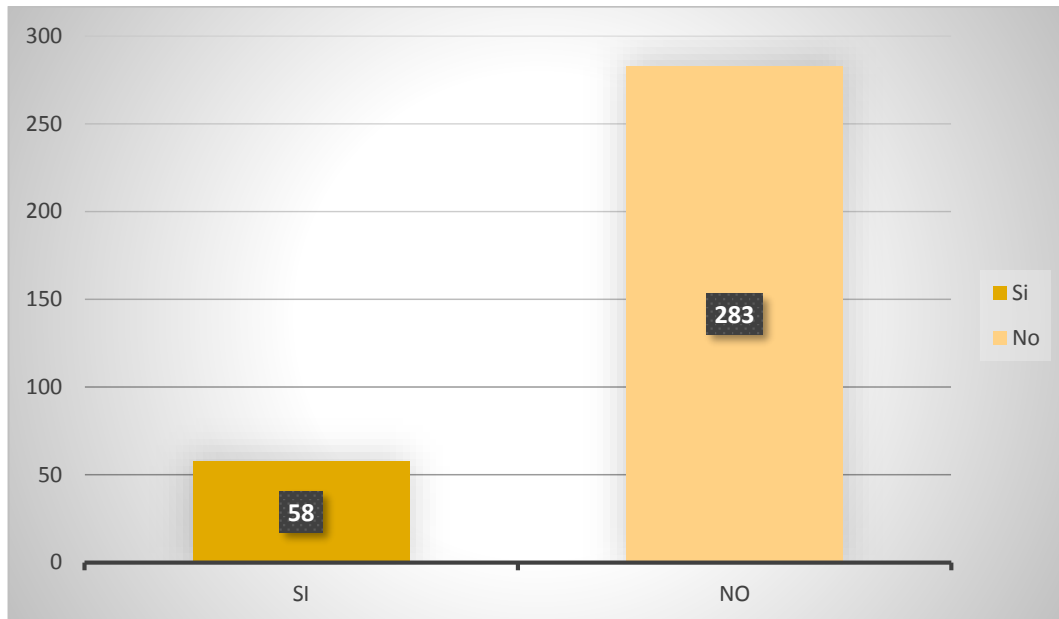


Conclusión:

Según el gráfico en esta pregunta la población está dividida entre las revistas y el internet para conocer sobre nuevas tendencias, aunque el internet lidera con un 50% esto se debe a que en la actualidad lo más nuevo en tendencias siempre se lo encuentra en la web; por lo tanto, implementar un sitio web para la carpintería sería muy visitado por clientes.

8.- ¿En su jornada diaria le queda tiempo para acudir a una mueblería?

LITERAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	58	17%
No	283	83%
TOTAL	341	100%

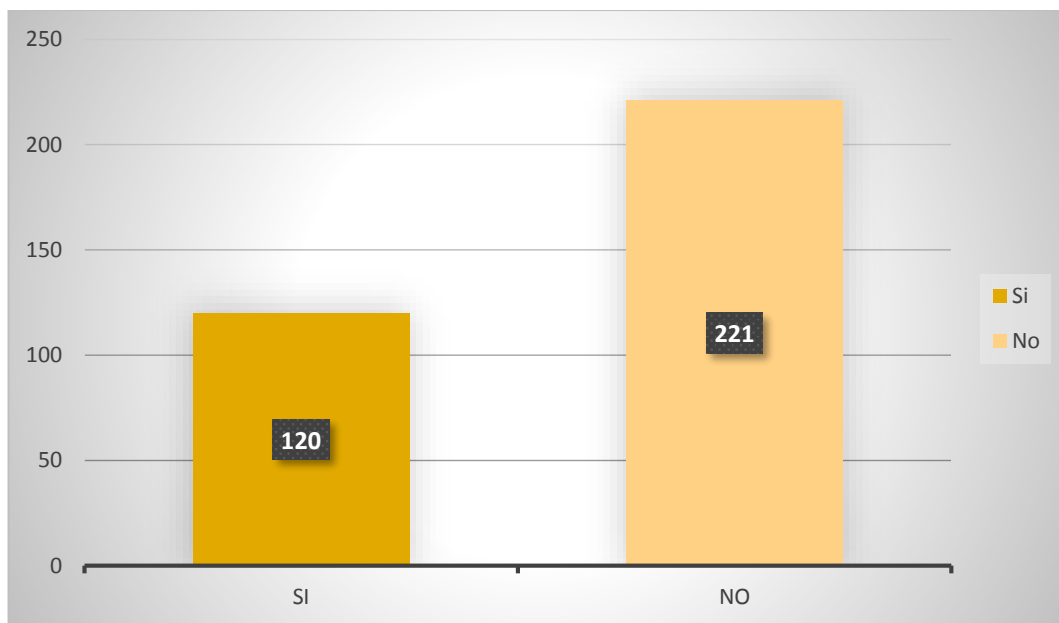


Conclusión:

El 83% de las personas encuestadas afirman que el tiempo dentro de su jornada no les alcanza para ir a una carpintería por lo tanto adquirir un producto o servicio de esto se le dificulta.

9.- ¿Cuándo tiene algún daño en sus muebles, conoce de alguna carpintería dónde acudir?

LITERAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	120	35%
No	221	65%
TOTAL	341	100%

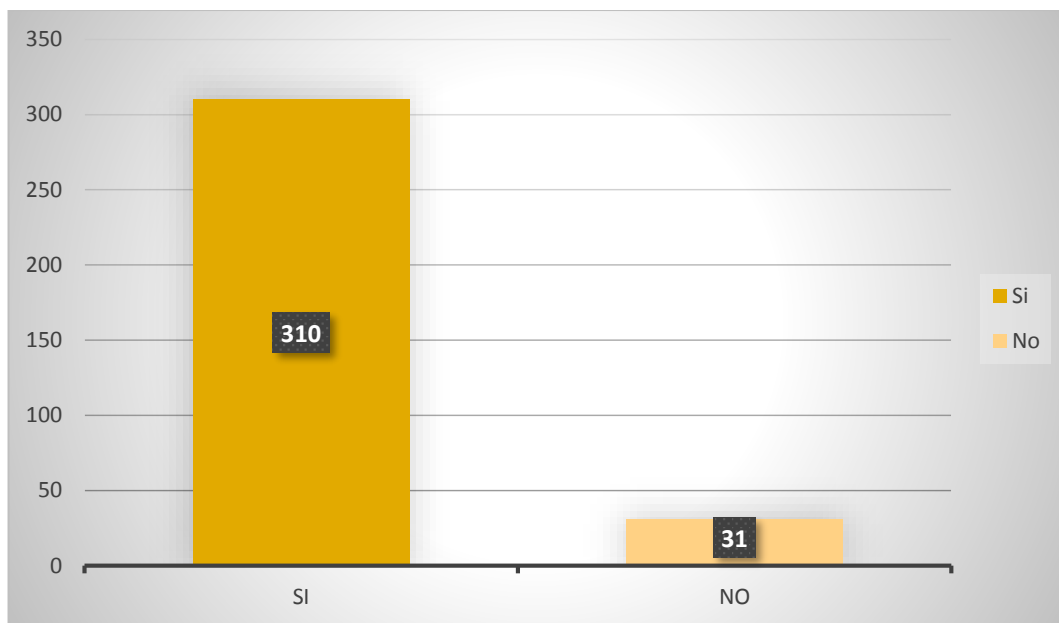


Conclusión:

Tan solo el 35% conoce de carpinterías donde acudir para realizar arreglo de muebles; porque actualmente lo que más común se encuentran son almacenes de ventas de muebles, pero no realizan reparaciones por lo tanto ofertar el servicio de reparaciones mediante el sitio web es de gran utilidad.

10.- ¿Está de acuerdo con la implementación de un sitio web para la mueblería donde puede gestionar sus productos o servicios?

LITERAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	310	91%
No	31	9%
TOTAL	341	100%



Conclusión:

El 91% se encuentra a favor de la implementación de un sitio web para la carpintería porque se dan cuenta sobre la serie de beneficios que se obtiene en la actualidad de adquirir los productos o servicios mediante el mercado digital.

4.2 Plan de Mejoras

Desarrollo de una aplicación web para la fabricación de muebles personalizados de la empresa Lucky Carpenter “Mobiliario & Decoraciones” en el año 2019. El mismo que se realiza para mejorar la experiencia de los clientes cuando desean adquirir muebles de forma personalizada y tener conocimiento de los materiales de fabricación es decir comprar a gusto propio y no los tradicionales de forma estándar que se encuentran en cualquier almacén de la ciudad. Este sitio web contará con varias secciones para navegar y visualizar productos terminados o escoger a personalización, contendrá información de los materiales que se usan y el cliente podrá ver en qué etapa de fabricación esta ósea dar un seguimiento a su pedido.

4.2.1 Fundamentación

La propuesta es con la finalidad de poder mejorar el servicio para el cliente, el cual pueda encontrar un sitio donde pueda adquirir muebles de forma personalizada, ahorrando tiempo porque no debe acudir hasta el negocio para elegir todo y como lo desea; por otra también poder promocionar los productos que tienen en stock actualmente y lo servicios que brindan como carpintería.

4.2.2 Justificación

Con la aplicación web, se espera alcanzar el volumen de clientes, debido a que para el negocio será más fácil darse a conocer y brindando un servicio de calidad para los clientes; siendo pioneros en este servicio de muebles personalizados mediante la web, debido a que otras mueblerías que cuentan con sitios web permiten comprar, pero tan solo los productos que tienen disponible en su stock.

4.3 Objetivos de la Propuesta

4.3.1 General

Desarrollar una aplicación web que le permita al cliente solicitar muebles personalizados de la empresa Lucky Carpenter “Mobiliario & Decoraciones” en el año 2019

4.3.2 Específicos

- Recopilar la información
- Seleccionar la metodología de desarrollo
- Establecer el lenguaje de programación
- Establecer el modelo de arquitectura
- Realizar el MER
- Establecer los tipos de usuarios
- Diseñar las pantallas de la aplicación web

4.4 Políticas de Seguridad

La aplicación web para la empresa Lucky Carpenter “Mobiliarios & Decoraciones”, se va a manejar pedidos de artículos los cuales conllevan transacciones de dinero en acuerdo de pago de manera personal o con tarjeta, por lo tanto, se debe cuidar dicha información para la empresa por motivo de que puede ser violada y adulterada perjudicando a cualquier parte en el proceso. Como es de conocimiento los hackers son los que actúan siempre en este tipo de sistemas debido a que es como una miel para ellos todo lo que tenga que ver con transacciones monetarias.

Por lo tanto, se debe considerar los siguientes aspectos:

- Utilizar una arquitectura para proteger los datos, como lo es la (https://) de sitio seguro, lo cual le da la confianza al usuario de navegar y exponer sus datos confidenciales.
- Usar equipos que soporten dicha infraestructura.

- Personal capacitado para brindar seguridad a la información es decir ética y moral; siendo ellos los actores principales que pueden dejar o hacer vulnerar dicha información.
- Evitar que se filtren link malicioso en forma de publicidad lo cual es ocasiones hace que en la transacción existan copias de la información de seguridad, suplantaciones o mensajes falsos mediante correos electrónicos.
- Escoger un hosting verificado para que los hackers no vulneren la información y el cliente se sienta seguro al usar la aplicación.

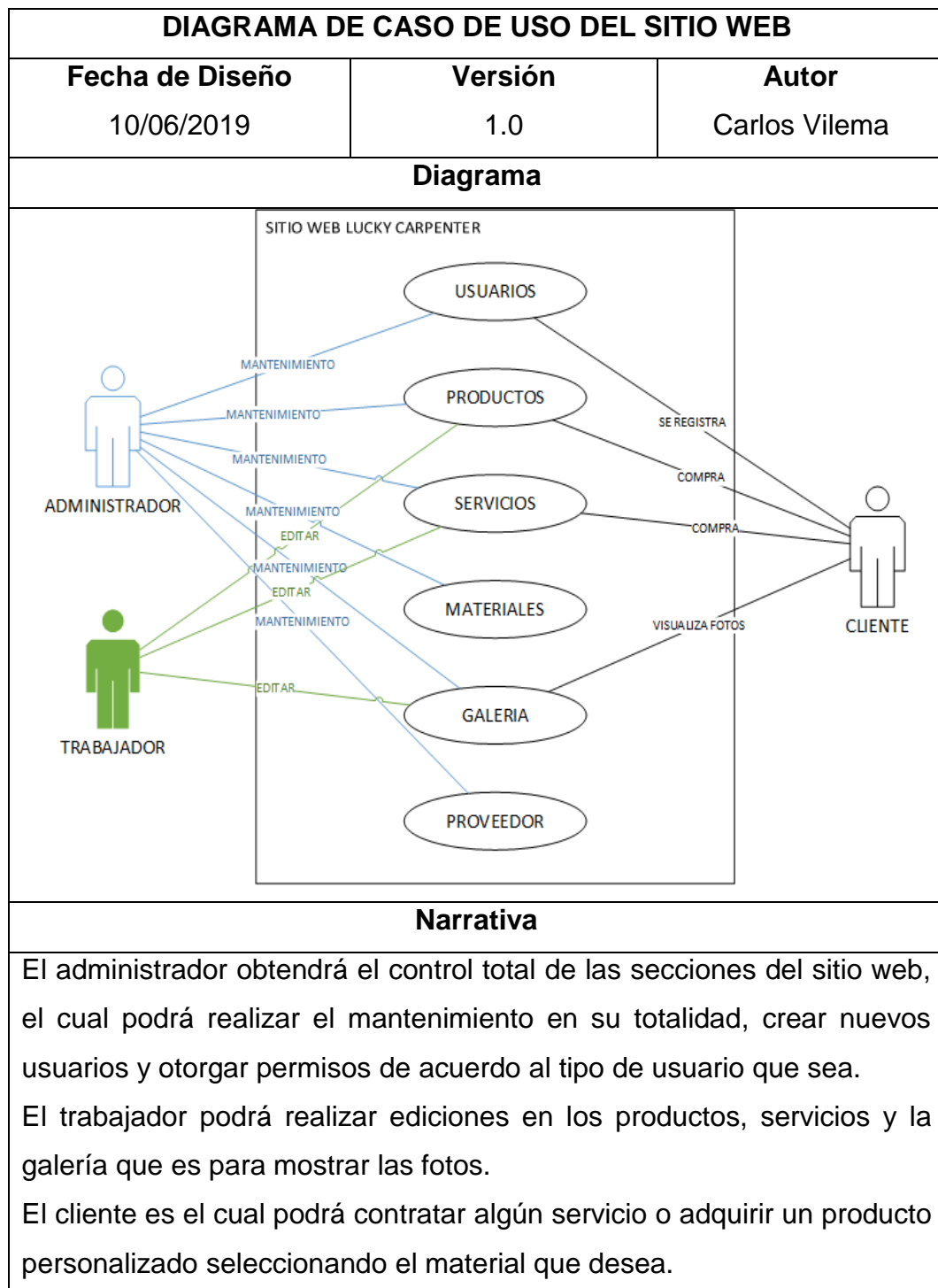
4.5 Políticas de Respaldo

Dentro del proceso de la gestión de ventas o pedidos de los muebles personalizado es la información más relevante debido a que con una pérdida de información pueden quedar en retraso o dar una mala imagen a varios clientes. El computador donde se va a manejar la parte administrativa estará configurado para que realice un respaldo, en la nube que se va contratar un espacio por parte de la empresa; dos veces en el día, en horarios que no se manejen transacciones para evitar molestias que se llegue a poner lento el sitio web. Por lo tanto, dichos horarios serán a las 6:00 am y 9:00 pm luego de cerrar el negocio y la información no tengas perdidas ni daño y todo continúe su ciclo con normalidad, manteniendo satisfechos a los clientes.

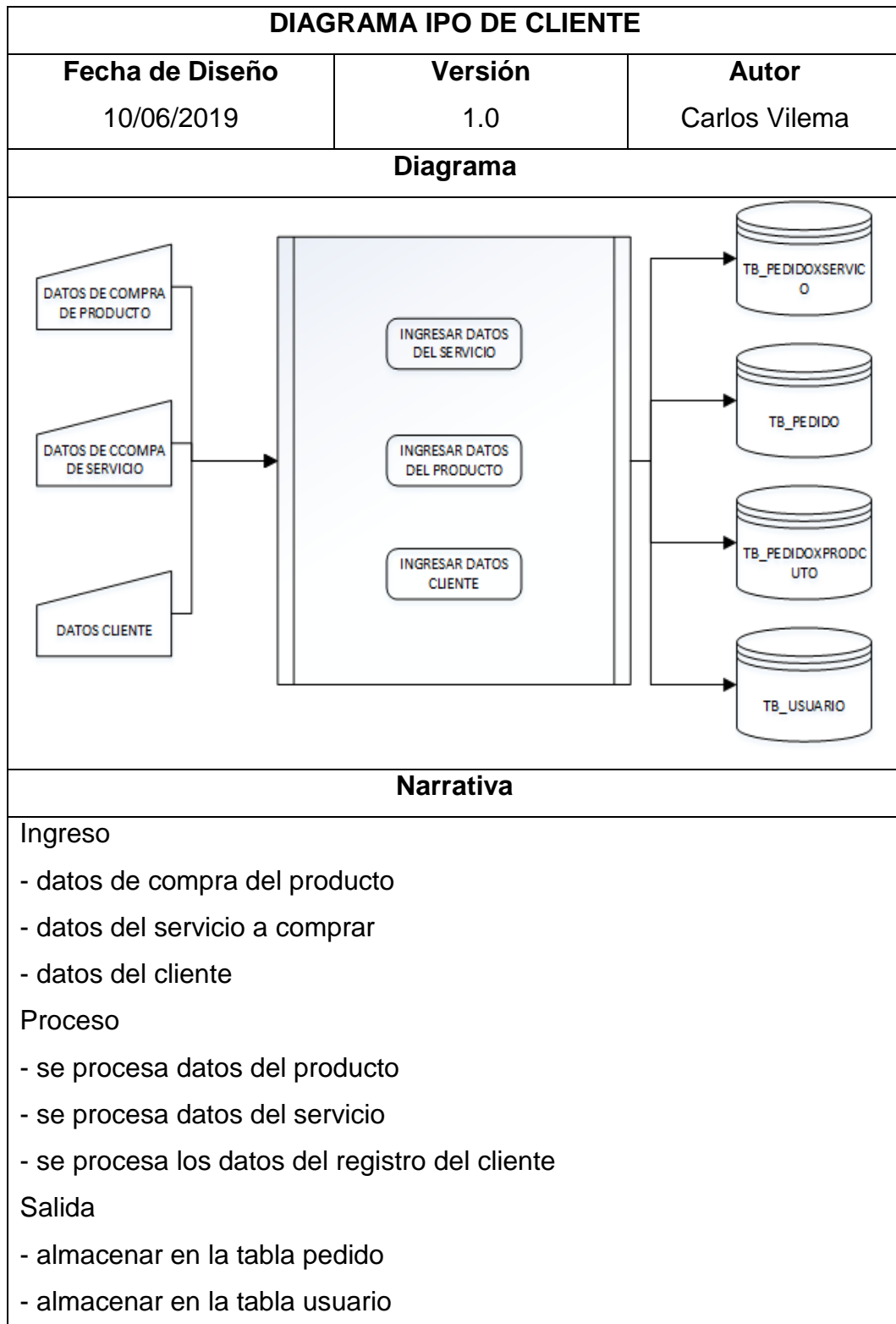
En el caso de una emergencia que se suscite un fenómeno natural, la información del negocio o de estas transacciones se mantendrá de forma segura; debido a que todo el respaldo en la nube será de forma digital y podrá seguir laborando con total normalidad-

4.6 Diseño de la Propuesta

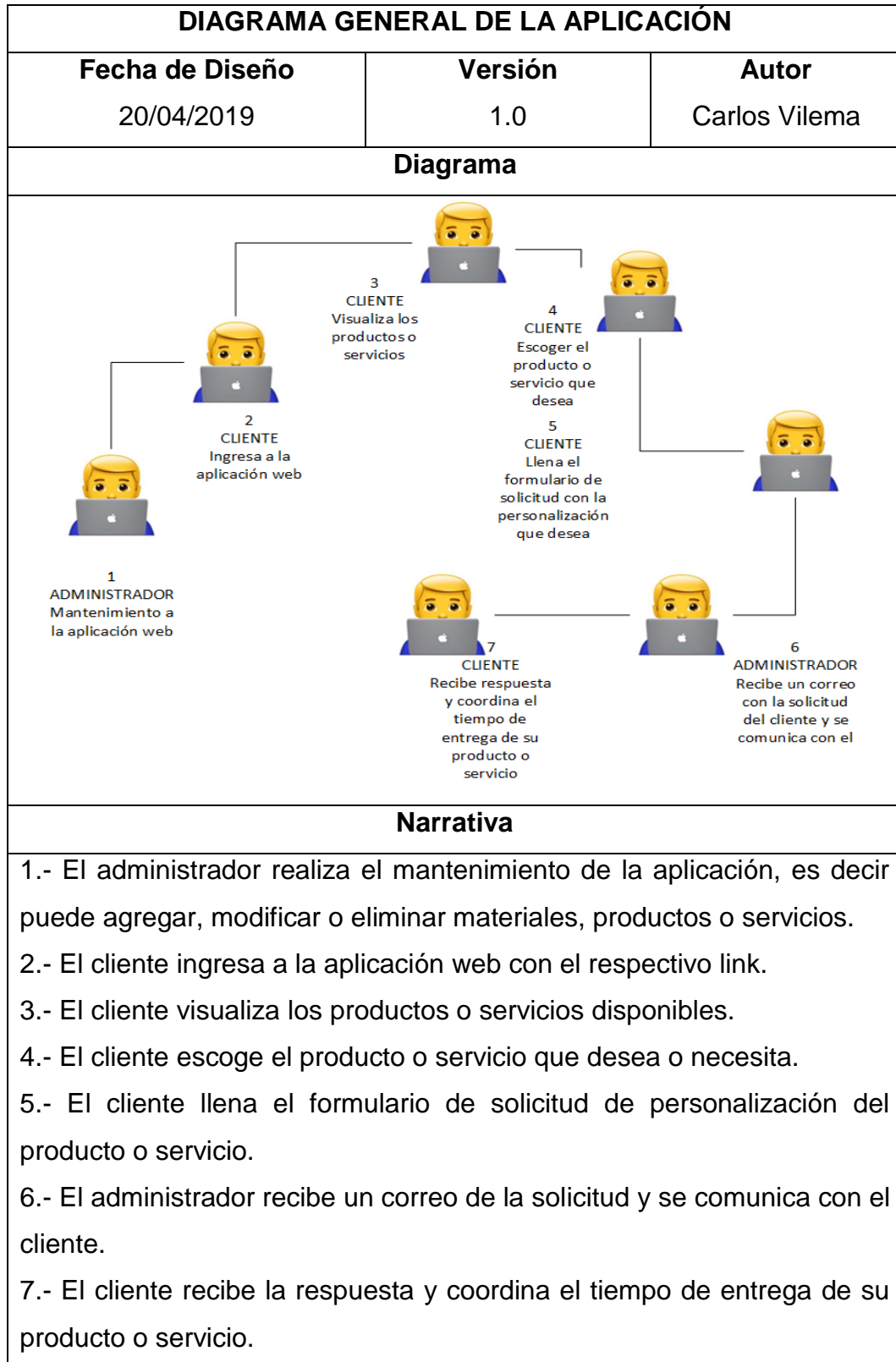
4.6.1 Diagrama de Caso de Uso



4.6.2 Diagrama IPO

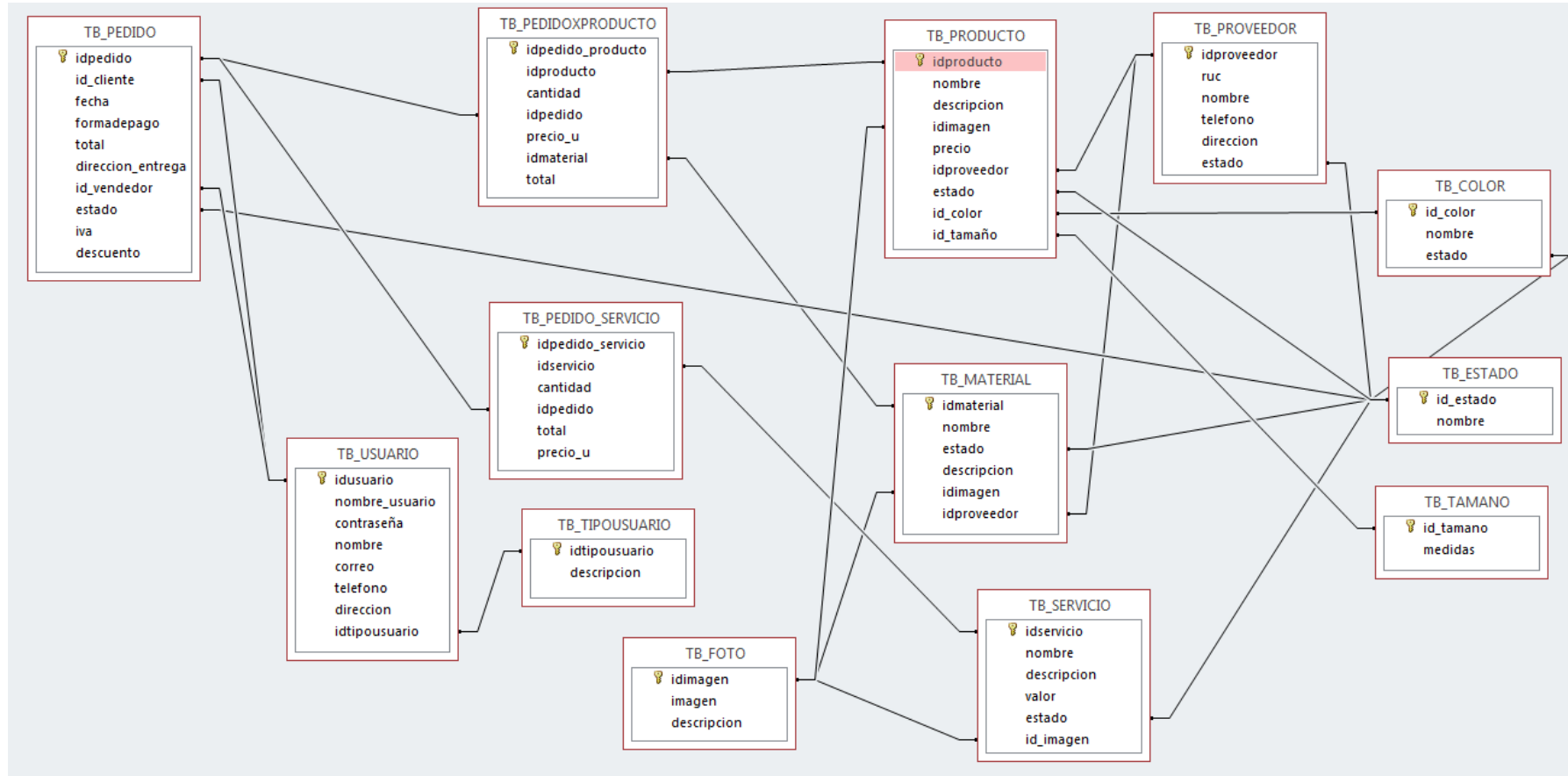


4.6.3 Diagrama General de la Aplicación



4.7 Modelo de Datos

4.7.1 Modelo Entidad – Relación

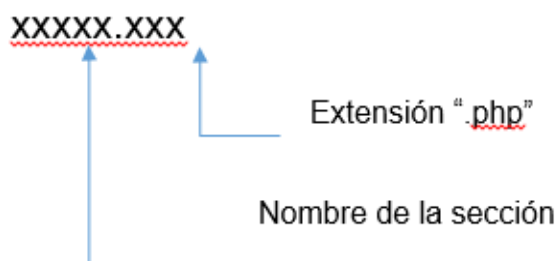


4.8 Estandarización de Código

4.8.1 Formato para secciones web

Las secciones del sitio web, deben tener un nombre que las identifique o sea representativo acorde a lo que van a contener para que dentro del código fuente se pueda saber cómo realizar los vínculos, como por ejemplo la portada del sitio o la pantalla principal se la denominara "index"; seguido de la respectiva extensión del lenguaje en el cual se está trabajando que es PHP.

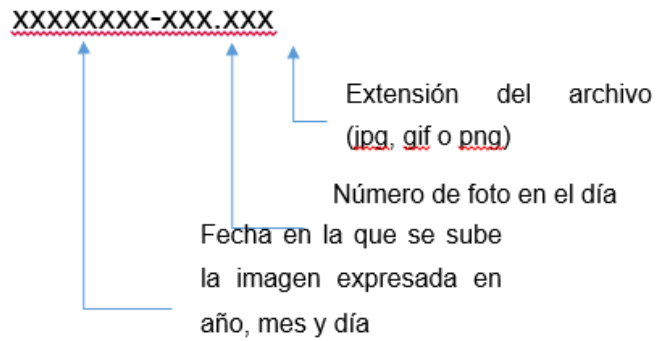
La forma estándar será:



4.8.2 Formato para imágenes

Las imágenes o fotos que será parte del sitio web del negocio LUCKY CARPENTER; se les dará un nombre por estándar para no tener ningún tipo de confusión cuando se necesita hallar alguna. El nombre será en dos partes en la primera la fecha en número del día que se la sube, en el orden de año, mes y día; la segunda parte se le dará un número de tres cifras con el número de foto que es en el día. Al final seguido de su respectiva extensión de archivo.

El formato estándar para las fotos será:



4.8.3 Variables globales

Aumentar los nombres de las variables globales (vg_tipodato_XXXXXXXX) ej

vg_Int_total, locales (vl_tipodato_XXXXXXXX) ej vl_dbl_acumula

Nombre de funciones (fn_objetivo) ej fn_calcularetencion

Nombre de clases (cls_XXXXXXXX) ej cls_factura

Nombre de objetos (obj_XXXXXXXX) ej obj_factura

4.9 Requerimientos y Costo

4.9.1 Hardware

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor total
1	Computador Central	\$500	\$500,00
1	Impresora CANNON	\$120,00	\$120,00
TOTAL:			\$620,00

4.9.2 Software

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor total
1	Visual Code	\$0 ,00	\$0,00
1	Xampp Server	\$0,00	\$0,00
1	PHP 4	\$0,00	\$0,00

1	MySQL (Licencia de gratuidad para proyecto)	\$0,00	\$0,00
1	Licencias Windows	\$150,00	\$150,00
TOTAL:			\$150,00

4.9.3 Red

Cantidad	Servicio	Valor	Valor total
1	Dominio (.com) Godaddy	\$18,21	\$18,21
1	Hosting estándar Godaddy	\$29,88	\$29,88
1	Internet (Netlife) Mensual	\$29,20	\$350,40
TOTAL:			\$398,49

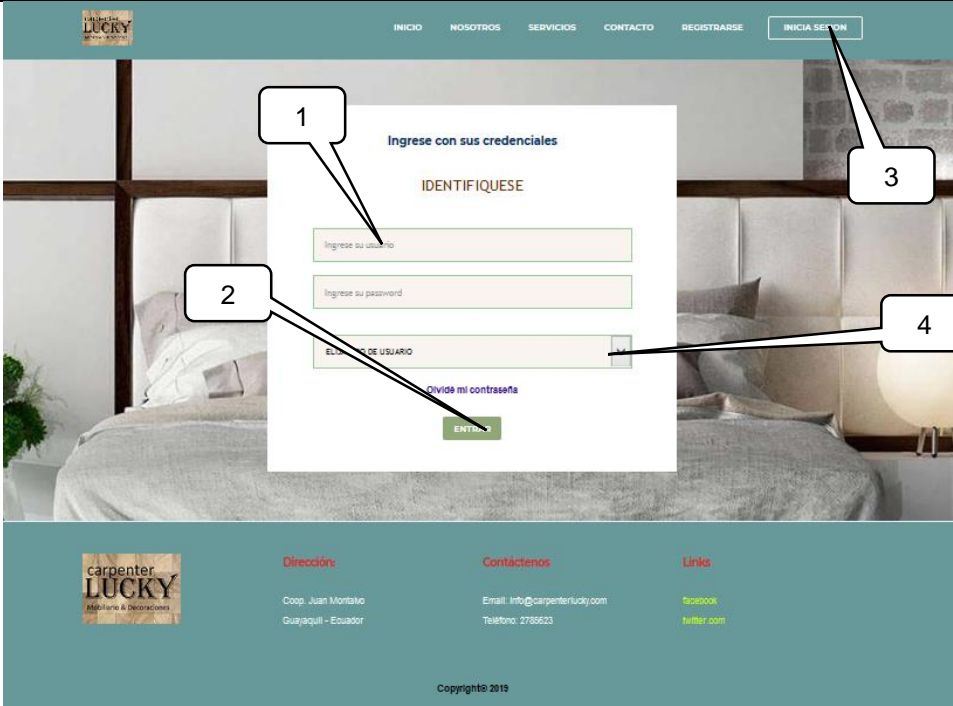
4.9.4 Personal

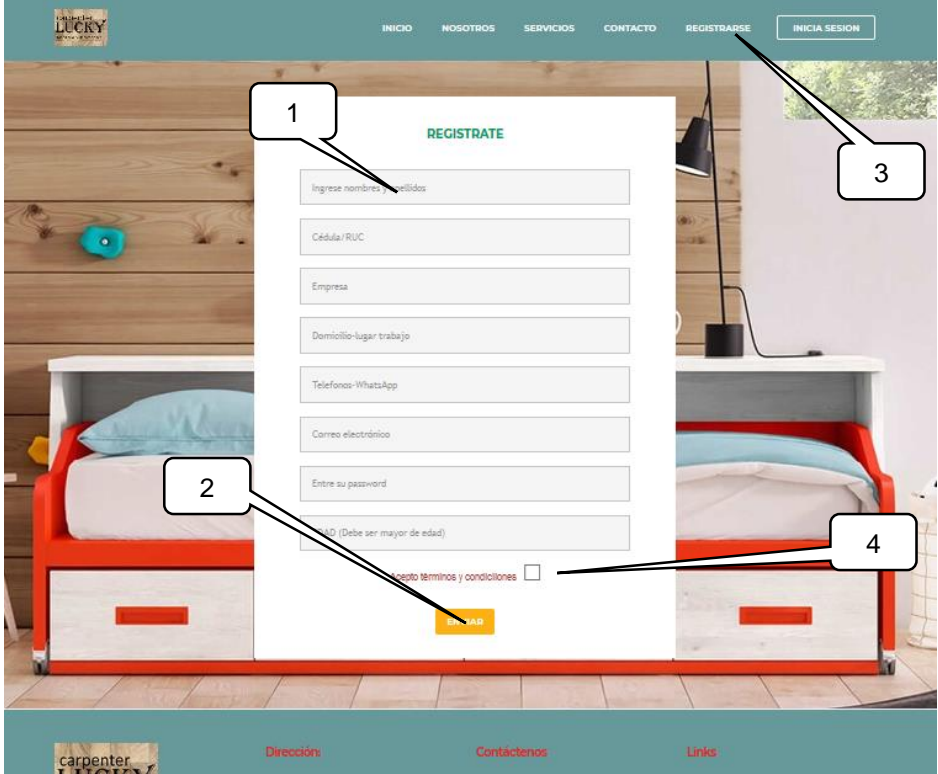
Cantidad	Función	Valor Mensual	Valor total
1	Analista programador (2 meses)	\$350,00	\$700,00
TOTAL:			\$700,00

4.9.5 Costo total

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor total
1	Hardware	\$2.352,88	\$620,00
1	Software	\$825,00	\$150,00
1	Red	\$454,32	\$398,49
1	Personal	\$1.320,00	\$700,00
TOTAL:			\$1.868,49

4.10 Estandarización de Pantallas

PANTALLA DE LOGIN		
Fecha de Creación: 16/07/2019		Autor: Carlos Vilema
Sitio web "Lucky Carpenter"		
Pantalla		
		
Controles		
#	Control	Función
1	txtUsuario	Caja de texto para el nombre de usuario
2	btnEntrar	Botón para iniciar sesión
3	Enlace "Sesión"	Dirige a la sección para iniciar sesión
4	cmbTipoU	Combo box para elegir tipo de usuario

PANTALLA DE REGISTRO		
Fecha de Creación: 16/07/2019	Autor: Carlos Vilema	
Sitio web "Lucky Carpenter"		
Pantalla		
		
Controles		
#	Control	Función
1	txtNombre	Caja de texto para el nombre del cliente
2	btnEnviar	Botón para enviar la información
3	Enlace "Registro"	Dirige a la sección para registrarse
4	chkTerminos	Check para aceptar términos y condiciones

PANTALLA DE CONSULTA DE COTIZACIONES																						
Fecha de Creación: 16/07/2019	Autor: Carlos Vilema																					
Sitio web "Lucky Carpenter"																						
Pantalla																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Acción</th> <th>Usuario</th> <th>Tipo de mueble</th> <th>Productos - Imagen</th> <th>Sub-tipo mueble</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Maritza Chuquillo</td> <td>Dormitorio</td> <td></td> <td>Camas Armarios Mesas y mesillas</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Maritza Chuquillo</td> <td>Muebles de Baño</td> <td></td> <td>Muebles Tv Muebles de Centro Librerías y vitrinas</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Maritza Chuquillo</td> <td>Muebles Centro de entretenimiento</td> <td></td> <td>Muebles de Comedor Mesas de comedor Aparadores y consolas</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Total de registros: 3</p>			Acción	Usuario	Tipo de mueble	Productos - Imagen	Sub-tipo mueble		Maritza Chuquillo	Dormitorio		Camas Armarios Mesas y mesillas		Maritza Chuquillo	Muebles de Baño		Muebles Tv Muebles de Centro Librerías y vitrinas		Maritza Chuquillo	Muebles Centro de entretenimiento		Muebles de Comedor Mesas de comedor Aparadores y consolas
Acción	Usuario	Tipo de mueble	Productos - Imagen	Sub-tipo mueble																		
	Maritza Chuquillo	Dormitorio		Camas Armarios Mesas y mesillas																		
	Maritza Chuquillo	Muebles de Baño		Muebles Tv Muebles de Centro Librerías y vitrinas																		
	Maritza Chuquillo	Muebles Centro de entretenimiento		Muebles de Comedor Mesas de comedor Aparadores y consolas																		
Controles																						
#	Control	Función																				
1	txtBuscar	Caja de texto para buscar cotización																				
2	dgvCotizar	Tabla de las cotizaciones																				
3	h2	Título de la sección																				
4	btnEstado	Estado de la fabricación																				

PANTALLA DE PEDIDO		
Fecha de Creación: 16/07/2019		Autor: Carlos Vilema
Sitio web "Lucky Carpenter"		
Pantalla		
Controles		
#	Control	Función
1	lblCliente	Etiqueta para el nombre del cliente
2	dgvMateriales	Tabla de los materiales
3	dgvMueble	Tabla de los productos
4	btnGuardar	Botón para hacer pedido

PANTALLA DE SELECCIÓN DE PRODUCTO

Fecha de Creación: 16/07/2019	Autor: Carlos Vilema
---	--------------------------------

Sitio web "Lucky Carpenter"

Pantalla




Controles

#	Control	Función
1	frmProducto	Formulario emergente para seleccionar el producto
2	cmbProducto	Combo box de la lista de los productos
3	ptbProducto	Imagen del producto
4	btnElegir	Botón para elegir producto

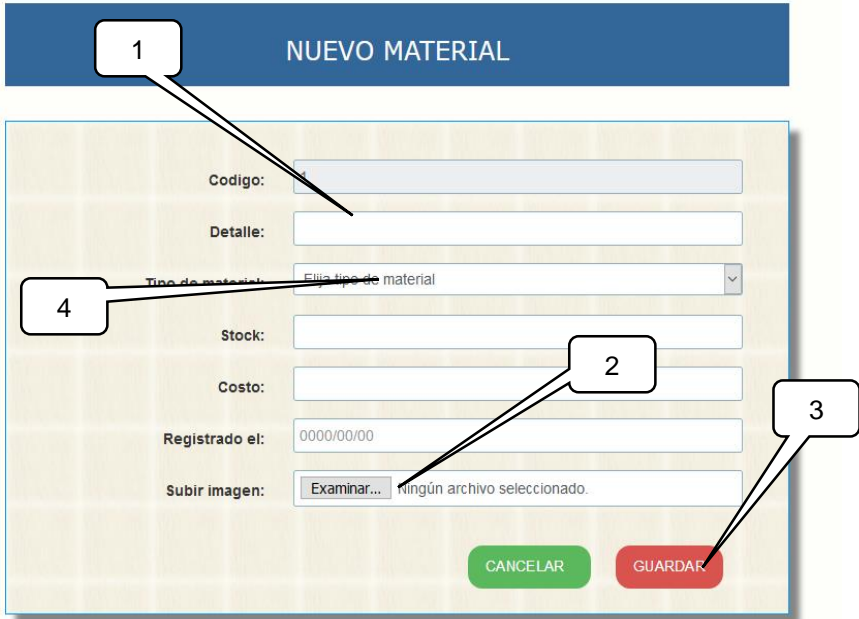
PANTALLA DE MENU CLIENTES																																		
Fecha de Creación: 16/07/2019		Autor: Carlos Vilema																																
Sitio web "Lucky Carpenter"																																		
Pantalla																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ACCION</th> <th>Cliente</th> <th>RUC/Cedula</th> <th>DIRECCION</th> <th>TEL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td>Maritza Chuquillo</td> <td>0301010997</td> <td>Barrio Ascocio Galay</td> <td></td> </tr> <tr> <td> </td> <td>José Hualca</td> <td>0913015721</td> <td>Calle Tulcan y Av. Portete</td> <td>0993501560</td> </tr> <tr> <td> </td> <td>Paola Zambrano</td> <td>0680521023</td> <td>Calle Tercera 201 y Alamos</td> <td>042500601</td> </tr> <tr> <td> </td> <td>Camilo Iturralde</td> <td>0756225002</td> <td>Av. Quito y Fco. Segura</td> <td>0932201011</td> </tr> <tr> <td> </td> <td>Odín Montesdeoca</td> <td>0925002252</td> <td>Cdla. Alborada 5ta etapa Mz 5 V12</td> <td>042500409</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Total de registros: 5</p>					ACCION	Cliente	RUC/Cedula	DIRECCION	TEL		Maritza Chuquillo	0301010997	Barrio Ascocio Galay			José Hualca	0913015721	Calle Tulcan y Av. Portete	0993501560		Paola Zambrano	0680521023	Calle Tercera 201 y Alamos	042500601		Camilo Iturralde	0756225002	Av. Quito y Fco. Segura	0932201011		Odín Montesdeoca	0925002252	Cdla. Alborada 5ta etapa Mz 5 V12	042500409
ACCION	Cliente	RUC/Cedula	DIRECCION	TEL																														
	Maritza Chuquillo	0301010997	Barrio Ascocio Galay																															
	José Hualca	0913015721	Calle Tulcan y Av. Portete	0993501560																														
	Paola Zambrano	0680521023	Calle Tercera 201 y Alamos	042500601																														
	Camilo Iturralde	0756225002	Av. Quito y Fco. Segura	0932201011																														
	Odín Montesdeoca	0925002252	Cdla. Alborada 5ta etapa Mz 5 V12	042500409																														
Controles																																		
#	Control	Función																																
1	h2	Título de la sección																																
2	txtBuscar	Caja de texto para la búsqueda																																
3	btnEliminar	Botón para eliminar cliente																																
4	btnBuscar	Botón para buscar cliente																																

PANTALLA DE MENU PEDIDO		
Fecha de Creación: 16/07/2019	Autor: Carlos Vilema	
Sitio web "Lucky Carpenter"		
Pantalla		
Controles		
#	Control	Función
1	h2	Título de la sección
2	txtBuscar	Caja de texto para la búsqueda
3	btnEstado	Estado del pedido
4	btnBuscar	Botón para buscar cliente

PANTALLA DE MENU DE PRODUCTOS																																
Fecha de Creación: 16/07/2019	Autor: Carlos Vilema																															
Sitio web "Lucky Carpenter"																																
Pantalla																																
<p>MOBILIARIO DE L.C. Ir atrás</p> <p>Nuevo producto</p> <p>Buscar</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Producto-mueble</th> <th>Tipo de mueble</th> <th>Productos - Imagen</th> <th>Precio V.P.</th> <th>Stock</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mobiliario, Mueble Tv 1.</td> <td>Muebles de Salón</td> <td></td> <td>350.00</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Mobiliario, Mueble Tv 2</td> <td>Muebles de Salón</td> <td></td> <td>430.00</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Librerías</td> <td>Muebles de Salón</td> <td></td> <td>140.00</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Mueble de Centro</td> <td>Mueble de Salón</td> <td></td> <td>135.00</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Mueble: Cama</td> <td>Dormitorio</td> <td></td> <td>500.00</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> <p>Total de registros: 5</p>			Producto-mueble	Tipo de mueble	Productos - Imagen	Precio V.P.	Stock	Mobiliario, Mueble Tv 1.	Muebles de Salón		350.00	3	Mobiliario, Mueble Tv 2	Muebles de Salón		430.00	2	Librerías	Muebles de Salón		140.00	3	Mueble de Centro	Mueble de Salón		135.00	4	Mueble: Cama	Dormitorio		500.00	2
Producto-mueble	Tipo de mueble	Productos - Imagen	Precio V.P.	Stock																												
Mobiliario, Mueble Tv 1.	Muebles de Salón		350.00	3																												
Mobiliario, Mueble Tv 2	Muebles de Salón		430.00	2																												
Librerías	Muebles de Salón		140.00	3																												
Mueble de Centro	Mueble de Salón		135.00	4																												
Mueble: Cama	Dormitorio		500.00	2																												
Controles																																
#	Control	Función																														
1	h2	Título de la sección																														
2	txtBuscar	Caja de texto para la búsqueda																														
3	btnEliminar	Eliminar producto																														
4	btnNuevoP	Botón para agregar producto																														

PANTALLA DE AGREGAR PRODUCTO		
Fecha de Creación: 16/07/2019		Autor: Carlos Vilema
Sitio web "Lucky Carpenter"		
Pantalla		
		
Controles		
#	Control	Función
1	txtDetalle	Nombre del producto
2	txtExaminar	Botón para subir imagen del producto
3	btnGuardar	Guardar nuevo producto
4	cmbTipoP	Combo box para seleccionar tipo de mueble

PANTALLA DE MENU DE MATERIALES																																						
Fecha de Creación: 16/07/2019	Autor: Carlos Vilema																																					
Sitio web "Lucky Carpenter"																																						
Pantalla																																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Código</th> <th>Material</th> <th>Material - Imagen</th> <th>Costo</th> <th>Stock mt.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td>1</td> <td>Material Roble negro</td> <td></td> <td>200.00</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td> </td> <td>2</td> <td>Material Roble crack</td> <td></td> <td>180.00</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td> </td> <td>3</td> <td>Material Acabado Turquesa</td> <td></td> <td>100.00</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td> </td> <td>4</td> <td>Material Aluminio plata</td> <td></td> <td>80.00</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td> </td> <td>5</td> <td>Material Aluminio Dorado</td> <td></td> <td>90.00</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Total de registros: 5</p>				Código	Material	Material - Imagen	Costo	Stock mt.		1	Material Roble negro		200.00	5		2	Material Roble crack		180.00	6		3	Material Acabado Turquesa		100.00	8		4	Material Aluminio plata		80.00	5		5	Material Aluminio Dorado		90.00	6
	Código	Material	Material - Imagen	Costo	Stock mt.																																	
	1	Material Roble negro		200.00	5																																	
	2	Material Roble crack		180.00	6																																	
	3	Material Acabado Turquesa		100.00	8																																	
	4	Material Aluminio plata		80.00	5																																	
	5	Material Aluminio Dorado		90.00	6																																	
Controles																																						
#	Control	Función																																				
1	h2	Título de la sección																																				
2	txtBuscar	Caja de texto para la búsqueda																																				
3	btnEliminar	Eliminar producto																																				
4	btnNuevoM	Botón para agregar material																																				

PANTALLA DE AGREGAR MATERIAL		
Fecha de Creación: 16/07/2019	Autor: Carlos Vilema	
Sitio web "Lucky Carpenter"		
Pantalla		
		
Controles		
#	Control	Función
1	txtDetalle	Nombre del material
2	txtExaminar	Botón para subir imagen del material
3	btnGuardar	Guardar nuevo material
4	cmbTipoM	Combo box para seleccionar tipo de material

PANTALLA DE COTIZACION		
Fecha de Creación: 16/07/2019		Autor: Carlos Vilema
Sitio web "Lucky Carpenter"		
Pantalla		
COTIZAR		
Controles		
#	Control	Función
1	lblNombre	Etiqueta del nombre del cliente
2	dgvProductos	Tabla para los productos seleccionados
3	dgvMaterial	Tabla para seleccionar materiales
4	ptbLogo	Imagen del negocio

CONCLUSIONES

En la visita a la mueblería se pudo evidenciar la falta de uso en las herramientas tecnológicas para mejorar el servicio a los clientes e incrementar la cartera de clientes.

Las encuestas realizadas a los clientes y futuros clientes, arrojaron información relevante para saber cómo diseñar la plataforma y tenga acogida obteniendo los resultados deseados.

En los trabajos similares, no se encontró plataformas que permitan personalizar sus productos, las tiendas online solo permiten comprar lo que tienen en su stock.

RECOMENDACIONES

Se recomienda presentar este diseño sin cambios ni alteraciones al documento para que cuando se haga dicha implementación se pueda obtener lo esperado por parte de los clientes.

Realizar las respectivas capacitaciones el personal que va administrar la plataforma web, para que haga el mantenimiento de la información que va a ser publicada para los clientes.

Implementar la plataforma web para el mejoramiento de la carpintería y pueda levantar tanto el volumen de venta como la cartera de clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias Fisteus, J. (2007 / 2008). *Tecnologías Web de Cliente y Servidor*. Informe de Investigación, Universidad Carlos III de Madrid, Laboratorio de Aplicaciones Telemáticas, Madrid. Recuperado el 24 de marzo de 2019, de <https://www.it.uc3m.es/labttlat/2007-08/material/tecnologias-web.doc>
- Bassols, M. (13 de noviembre de 2017). *Instituto de Economía Digital*. Recuperado el 23 de marzo de 2019, de Publicidad en Internet: Pasado, presente y futuro: <https://www.icemd.com/digital-knowledge/articulos/publicidad-en-internet-pasado-presente-y-futuro/>
- Beltrán Daza, C. M., & Romero González, L. V. (2008). *DISEÑO DE LA ESTRUCTURA GERENCIAL INTEGRAL DE LA EMPRESA MUEBLES G.R.* Proyecto de grado para la obtención de Administración de Empresas, Universidad de La Salle, Facultad de Administración de Empresas, Bogotá. Recuperado el 05 de mayo de 2019, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4108/T11.08%20B419d.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrión del Valle, D. (2013). *Universidad Ecotec*. Recuperado el 24 de marzo de 2019, de La Tecnología Cliente Servidor en el: http://gye.ecomundo.edu.ec/doc_aula_virtual_ecotec/tareas/2013E/COM401/alum/2012290353_3815_2013E_COM401_TRABAJO_1_CLIENTE_SERVIDOR.pdf
- Congreso Nacional del Ecuador. (1998). *Correos del Ecuador*. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de Registro Oficial No. 320 Ley de Propiedad Intelectual: https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/LEY_DE_PROPIEDAD_INTELLECTUAL.pdf
- Congreso Nacional del Ecuador. (2002). *Servicios de Rentas Internas (SRI)*. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos:

https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/LEY_DE_PROPIEDAD_INTELLECTUAL.pdf

Congreso Nacional del Ecuador. (2011). *Ministerio de Industrias del Gobierno de la República del Ecuador*. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de Ley Orgánica de defensa del Consumidor: <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>

Del Canto, E., & Silva Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: Abordaje desde la complementariedad en Ciencias Sociales. *Ciencias Sociales*, 25-34. Recuperado el 15 de Marzo de 2019

Equipo de Microsoft Corporation: Office - Access. (2019). *Microsoft Corporation - Microsoft Office Web*. Recuperado el 24 de marzo de 2019, de Conceptos básicos sobre bases de datos: <https://support.office.com/es-es/article/conceptos-b%C3%A1sicos-sobre-bases-de-datos-a849ac16-07c7-4a31-9948-3c8c94a7c204>

Equipo del INEC. (22 de julio de 2014). *INEC*. Recuperado el 24 de marzo de 2019, de Empresas que realizan Comercio electrónico en el Ecuador: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/el-171-de-las-empresas-realizan-comercio-electronico-en-ecuador/>

Escobar Pincay, J. D. (2014). *Diseño del sitio web empresarial para la empresa tecnológica J.B.E*. Proyecto de grado previo a la obtención del título en Tecnología en Análisis de Sistemas, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB), Unidad Académica de Educación Comercial, Administración y Ciencias (UAECAC), Guayaquil. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2015/06/24/TESIS_JOSE_DANIEL_ESCOBAR.docx

Gómez Chávez, M. (2012). *Proyecto Tienda de Muebles*. Proyecto de Graduación, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México D.F. Recuperado el 05 de mayo de 2019, de

<https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/3408/TOG%20Manuel%20Alejandro%20Gomez.pdf?sequence=2>

González Aguilar, V. (15 de marzo de 2011). *Gestiopolis*. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de Metodología para el diseño y elaboración de un sitio web: <https://www.gestiopolis.com/metodologia-para-el-diseno-y-elaboracion-de-un-sitio-web/>

Gustavo B. - Equipo de Hostinger.es. (18 de enero de 2019). *Hostinger*. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de ¿Qué es un hosting? Hosting web explicado para principiantes: <https://www.hostinger.es/tutoriales/que-es-un-hosting>

Gustavo B. - Equipo de Hostinger.es. (18 de enero de 2019). *Hostinger.es*. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de ¿Qué es un dominio web? Dominios explicados para principiantes: <https://www.hostinger.es/tutoriales/que-es-un-dominio-web>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). McGraw Hill Education. Recuperado el 19 de Abril de 2019, de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Lafuente Ibáñez, C., & Marín Egoscozábal, A. (2008). *Revista Escuela de Administración de Negocios*(64), 5-18. Recuperado el 15 de Marzo de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20612981002.pdf>

Marini, E. (2012). *El modelo Cliente-Servidor*. Documento sobre Cliente Servidor. Recuperado el 24 de marzo de 2019, de <http://index-of.co.uk/REDES/linuxito%20-%20El%20Modelo%20Cliente-Servidor.pdf>

Miranda Miranda, A. N., Zambrano Verduga, M. E., & Yaguana Hidalgo, J. J. (2009). *Implementación de una fábrica, comercializadora y distribuidora de una línea contemporánea de muebles*. Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral, ICHE, Guayaquil. Recuperado el 05 de mayo de 2019, de

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10675/1/D-39734.pdf>

Paredes Supo, L. A. (2017). *PROPUESTA DE DIFERENCIACIÓN COMERCIAL PARA LOS PRODUCTOS DE LA MUEBLERÍA POLIMUEBLE EN EL 2017*. Proyecto de Grado previo a la obtención del título de Tecnología en Administración de Empresas, Guayaquil. Recuperado el 05 de mayo de 2019, de https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2018/09/13/ilovepdf_merged.pdf

Portal educativo de las Américas. (20 de septiembre de 2003). *Portal educativo de las Américas*. Recuperado el 23 de marzo de 2019, de Capítulo 2: La World Wide Web: <http://www.educoas.org/portal/bdigital/contenido/valzacchi/valzacchicapitulo-2new.pdf>

Quiñonez Pico, A. (18 de marzo de 2017). *Ikkonos*. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de ¿QUÉ ES EL DISEÑO WEB?: <https://www.ikkonos.com/ideate/que-es-el-diseno-web>

Serrano, V. (03 de agosto de 2018). Comercio electrónico capta interés en usuarios en Ecuador. *El Universo*. Recuperado el 25 de marzo de 2019, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/08/03/nota/6887576/comercio-electronico-capta-interes-usuarios-pais>

Vargas Zamora, R. I. (2018). *Diseño de página web para la venta de medicamentos de la farmacia "Gina" de la ciudad de Guayaquil 2017-2018*. Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Tecnología en Análisis de Sistemas, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB), Unidad Académica de Educación Comercial, Administración y Ciencias (UAECAC), Guayaquil. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de <https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2018/09/15/RUDY1.pdf>

Yuquilima Piedra, A. M. (2018). *Diseño de una página web para una "Bakery Sweet Candy"*. Proyecto de Grado previa a la obtención del

título de Tecnología en Análisis de Sistemas, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB), Unidad Académica de Educación Comercial, Administración y Ciencias (UAECAC), Guayaquil. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2018/12/10/Tesis_de_Bakery_Sweet_Candy.pdf