



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

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

**TEMA:**

**DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA PRESENTAR PRODUCTOS Y  
SERVICIOS DE EVENTOS SOCIALES OFRECIDOS POR LA EMPRESA  
LOCURAS + TEREKES S.A. DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2019**

**Autor: DANIEL BUSTAMANTE YÉPEZ**

**Tutora: PhD. TATIANA TAPIA BASTIDAS**

**Guayaquil, Ecuador  
2019**

## INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	iv
RESUMEN.....	vii
ABSTRAC .....	viii
INDICE DE CONTENIDO.....	ix
INDICE DE FIGURAS .....	xiv
INDICE DE TABLAS.....	xv
INDICE DE ANEXOS .....	xvi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	1
1.1 Ubicación del problema en un contexto .....	1
1.2 Situación del conflicto .....	2
1.3 Planteamiento o formulación del Problema .....	2
1.4 Delimitación del Problema.....	2
1.5 Evaluación del Problema.....	3
1.5.1 Delimitado.....	3
1.5.2 Claro .....	3
1.5.3 Evidente.....	3
1.5.4 Relevante .....	3
1.5.5 Original .....	4
1.5.6 Factible .....	4
1.6 Objetivos de la Investigación.....	4
1.6.1 Objetivo General .....	4
1.6.2 Objetivos Específicos.....	4

1.7 Variables de Investigación.....	5
1.7.1 Variable Independiente .....	5
1.7.2 Variable Dependiente.....	5
1.8 Justificación e Importancia del Problema.....	5
1.8.1 Conveniencia.....	5
1.8.2 Relevancia social .....	5
1.8.3 Implicación practica.....	6
1.8.4 Utilidad metodológica.....	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	7
2.1 Fundamentación Teórica.....	7
2.1.1 Antecedentes históricos.....	7
2.2 Antecedentes referenciales .....	12
2.3 Definiciones Conceptuales .....	15
2.3.1 Sitio web .....	15
2.3.2 Framework.....	15
2.3.3 Wireframe .....	16
2.3.4 SCRUM .....	16
2.3.5 SSL.....	16
2.3.6 Back-end .....	16
2.3.7 Front-end.....	17
2.3.8 Internet.....	17
2.3.9 Protocolo.....	17
2.3.10 Protocolo TCP/IP .....	18
2.3.11 Dirección IP .....	19
2.3.12 Hosting .....	19

2.3.13	Arquitectura Cliente / Servidor.....	22
2.3.14	Página Web.....	23
2.3.15	Lenguaje HTML.....	24
2.3.16	Navegador Web .....	25
2.3.17	Seguridad HTTPS.....	26
2.3.18	Esquemas de páginas web.....	26
2.3.19	Lenguajes de programación web .....	28
2.3.20	Bases de datos.....	32
2.3.21	Sistema de Gestión de Base de Datos .....	33
2.3.22	Normativas diseños web.....	35
2.3.23	Propagación de la página web .....	36
2.4	Fundamentación Legal.....	37
2.4.1	Ley de Comercio Electrónico.....	37
2.4.2	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor .....	38
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....		42
3.1	Presentación de la Empresa .....	42
3.1.1	Nombre de la Empresa .....	42
3.1.2	Logo de la Empresa.....	42
3.1.3	Misión .....	42
3.1.4	Visión .....	42
3.1.5	Estructura de la Empresa.....	42
3.2	Diseño de la Investigación.....	43
3.2.1	Investigación Cuantitativa .....	43
3.3	Tipo de Investigación.....	44
3.3.1	Exploratorio .....	44

3.3.2 Descriptivo.....	44
3.3.3 Explicativos.....	44
3.3.4 Correlacional .....	45
3.4 Técnicas de Investigación .....	45
3.4.1 Encuesta.....	45
3.4.2 Entrevista.....	45
3.4.3 Análisis de la Entrevista.....	46
3.5 Población y Muestra .....	48
3.5.1 Población.....	48
3.5.2 Muestra.....	48
3.5.3 Resultados y análisis de la encuesta .....	49
3.6 Requerimientos.....	59
3.6.1 Hardware .....	59
3.6.2 Software .....	60
3.6.3 Red .....	60
3.6.4 Personal .....	60
3.7 Costos y Presupuestos.....	60
3.7.1 Software .....	61
3.7.2 Red.....	61
3.7.3 Personal.....	61
3.7.4 Total.....	61
CAPITULO IV: LA PROPUESTA .....	63
4.1 Objetivos .....	63
4.1.1 Objetivo general de la propuesta.....	63
4.1.2 Objetivos específicos de la propuesta.....	63

4.2 Beneficios de la página web.....	63
4.3 Descripción de la Propuesta.....	64
4.3.1 Diagrama de Caso de Uso UML.....	64
4.3.2 Diagrama BPMN .....	65
4.3.3 Diagrama General del Sitio web.....	68
4.3.4 Diagrama de Red.....	69
4.3.5 Diagrama HIPO.....	70
4.4 Diseño de las Pantallas .....	71
4.4.1 Pantallas del Operador .....	80
4.5 Diseño de la base de datos .....	86
4.5.1 Modelo ER.....	86
4.5.2 Diccionario de datos.....	87
CONCLUSIONES.....	97
RECOMENDACIONES .....	98
BIBLIOGRAFÍA.....	99
ANEXOS.....	106

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Interconexión de ARPANET .....	8
Figura 2: Crecimiento de los puntos de red .....	9
Figura 3: Primeros Catálogos en Estados Unidos.....	11
Figura 4: Modelo Cliente - Servidor .....	23
Figura 5: Ejemplo de Código HTML .....	25
Figura 6: Esquema de una página web en HTML5 .....	28
Figura 7: Javascript .....	29
Figura 8: PHP .....	29
Figura 9: Java .....	30
Figura 10: Ruby .....	31
Figura 11: Python .....	31
Figura 12: C# .....	32
Figura 13: MySQL .....	34
Figura 14: SQL Server .....	34
Figura 15: Oracle Database .....	35
Figura 16: Logo de la Empresa Lokuras + Terekes S.A. ....	42
Figura 17: Estructura organizacional de Lokuras + Terekes .....	43
Figura 18: Pregunta 1 de la encuesta .....	50
Figura 19: Pregunta 2 de la encuesta .....	51
Figura 20: Pregunta 3 de la encuesta .....	52
Figura 26: Pregunta 4 de la encuesta .....	53
Figura 21: Pregunta 5 de la encuesta .....	54
Figura 22: Pregunta 6 de la encuesta .....	55
Figura 23: Pregunta 7 de la encuesta .....	56
Figura 24: Pregunta 8 de la encuesta .....	57
Figura 25: Pregunta 9 de la encuesta .....	58
Figura 27: Pregunta 10 de la encuesta .....	59
Figura 28: Modelo ER .....	86

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de LOKURAS + TEREKES S.A. ....	48
Tabla 2: Pregunta 1 de la encuesta ..... 50	
Tabla 3: Pregunta 2 de la encuesta ..... 51	51
Tabla 4: Pregunta 3 de la encuesta ..... 52	52
Tabla 5: Pregunta 4 de la encuesta ..... 53	53
Tabla 6: Pregunta 5 de la encuesta ..... 54	54
Tabla 7: Pregunta 6 de la encuesta ..... 54	54
Tabla 8: Pregunta 7 de la encuesta ..... 55	55
Tabla 9: Pregunta 8 de la encuesta ..... 56	56
Tabla 10: Pregunta 9 de la encuesta ..... 57	57
Tabla 11: Pregunta 10 de la encuesta ..... 58	58
Tabla 12: Requerimiento de hardware ..... 59	59
Tabla 13: Requerimiento de Software ..... 60	60
Tabla 14: Requerimiento de red ..... 60	60
Tabla 15: Requerimiento de Personal ..... 60	60
Tabla 16: Costo de hardware ..... 60	60
Tabla 17: Costo de Software ..... 61	61
Tabla 18: Costo de red ..... 61	61
Tabla 19: Costo del Personal ..... 61	61
Tabla 20: Costo total del proyecto ..... 61	61
Tabla 21: Diagrama de Caso de Uso ..... 64	64
Tabla 22: Diagrama BPMN Administrador ..... 65	65
Tabla 23: Diagrama BPMN Operador ..... 66	66
Tabla 24: Diagrama BPMN Visitante ..... 67	67
Tabla 25: Diagrama General ..... 68	68
Tabla 26: Diagrama de Red ..... 69	69
Tabla 27: Diagrama HIPO ..... 70	70



## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Entrevista .....	105
Anexo 2: Encuesta .....	

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

### **1.1 Ubicación del problema en un contexto**

La tecnología se ha incrementado en los negocios en los últimos años, siendo la principal novedad las páginas web, este método que se lo usa para promocionar el servicio o productos que ofertan; se estima que a nivel mundial el 80% de la PYMES, compañías han creado sus páginas web para mejorar el volumen de sus ventas e incrementar la cartera de clientes.

“Es importante señalar que una de las variables en el éxito o fracaso de las PYMES analizadas es la influencia positiva o negativa de los cambios en variables del entorno” (Zapata Guerrero, 2004)

Por lo tanto, los negocios que son afines a las decoraciones o que ofertan el tipo de servicio con salón de eventos para todo tipo de fiestas, realicen su publicidad mediante sitio web donde le brindan al cliente la facilidad de poder visualizar galería de fotos de decoraciones anteriores para saber cuál elegir y es de su agrado, es decir cambiar su entorno, innovar para poder incursionar con nuevas herramientas que lo potencialicen en el mercado.

La página web o el medio más fuerte para las ventas es el mercado electrónico, que existe para poder promocionar y darse a conocer la PYMES, por lo tanto, la presentación de una página web debe contener un entorno gráfico atractivo o sea claro con lo que se desea que el usuario visualice que sea de fácil manejo y entendimiento para que no tengan excusa de poder ingresar y chequear la información.

La mayoría de las PYMES, se encuentran sin un medio de difusión masivo, no pueden seguir compitiendo en el mercado debido a que no pueden captar clientes; ocasionando que el volumen de venta disminuya considerablemente. Por lo tanto, se debe innovar para no carecer de dicho problema dando o conocer ya sea servicios o productos desde un sitio web donde el cliente pueda visualizar de acuerdo a su necesidad.

## **1.2 Situación del conflicto**

“Locuras + Terekes S.A.”, es una microempresa netamente familiar. Los clientes son conocidos o recomendados, unos de los factores críticos ha sido ingresar al mercado de Guayaquil. El uso de herramientas digitales como redes sociales o página web no se ha potencializado su uso o se ha omitido. La visión del propietario es darse a conocer en el mercado e intentar ampliar su cartera de cliente.

El volumen de contratos que se cierran es con clientes conocidos o referidos, la empresa no cuenta con un método adecuado para presentar sus servicios y productos, utiliza una carpeta donde almacena fotos de eventos anteriores y no presta las facilidades del caso para captar al cliente. A pesar del esfuerzo de la propietaria en brindar un excelente servicio y ser reconocida por la buena organización de eventos, no ha podido expandir su negocio de acuerdo a lo planificado cuando inició con esta actividad.

Los clientes necesitan conocer los precios de los servicios y productos para lo cual requiere de una cotización, la misma se complica por la poca facilidad de observar los productos y la dificultad de poder elegir algo que no conoce.

## **1.3 Planteamiento o formulación del Problema**

¿Cómo incide la falta de visualización de los productos y servicios en la posibilidad de cerrar un contrato para la empresa “Locuras + Terekes S.A. de la ciudad de Guayaquil en el 2019?

## **1.4 Delimitación del Problema**

**Campo:** Tecnología de la Información

**Área:** Desarrollo de página Web

**Aspecto:** Promocionar productos y servicios

**Periodo:** 2019

## **1.5 Evaluación del Problema**

### **1.5.1 Delimitado**

El problema es delimitado debido a que se encuentra centrado en una empresa Locuras + Terekes S.A. y se enfocará en la presentación de la empresa incluyendo los productos y servicios que ofrece. Lo que permite realizar un correcto estudio del caso de manera personalizado y determinar cuáles son las causas de la problemática

### **1.5.2 Claro**

La implementación de técnicas de investigación permite identificar con claridad la problemática, estudiar las actividades que la encierran y realizar una propuesta idónea.

### **1.5.3 Evidente**

La microempresa al no tener una Página web, no puede darse a conocer y se limita en el crecimiento de sus actividades; debido a que es un tipo de negocio para eventos sociales se ve en la necesidad de tener un medio de difusión masiva de los servicios.

### **1.5.4 Relevante**

La empresa mantiene una cartera de clientes pequeña lo que ocasiona las bajas ventas de servicios de eventos para ellos, pero la propuesta permite dar a conocer los productos y servicios relacionados a los eventos sociales a la población y con un buen trabajo de redes sociales se espera posicionar la marca o empresa en el mercado.

### **1.5.5 Original**

La propuesta se basa en solucionar una problemática específica que se encuentra dentro de la empresa “Locuras + Terekes S.A” y su actividad económica es muy particular.

### **1.5.6 Factible**

En el desarrollo web se cuenta con una amplia variedad de editores de textos que permiten la programación en lenguaje como HTML, CSS y Java Script, sin contar con los framework que permiten el desarrollo rápido de soluciones bien estructuradas. Los métodos para levantar los requerimientos nos garantizan una correcta identificación de las necesidades y conlleva a una solución inteligente.

## **1.6 Objetivos de la Investigación**

### **1.6.1 Objetivo General**

Diseñar una aplicación web para promocionar servicios de organización de eventos, ofrecidos por la empresa Locuras + Terekes S.A. de Guayaquil en el año 2019.

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

- Identificar material bibliográfico y tecnológico para promociones de organizaciones de eventos y marketing digital.
- Analizar situación actual de forma de promocionar el servicio de organización de eventos de la empresa.
- Presentar el prototipo web responsivo para la promoción de los servicios de organización de eventos que ofrece la empresa.

## **1.7 Variables de Investigación**

### **1.7.1 Variable Independiente**

Diseño aplicación web para promocionar servicios de organización de eventos

### **1.7.2 Variable Dependiente**

Ganar más clientes para la empresa

## **1.8 Justificación e Importancia del Problema**

### **1.8.1 Conveniencia**

La propuesta pretende mejorar los canales de presentación de productos y servicios de eventos sociales que permita un mejor acceso al mercado local. Los clientes se beneficiarán al contar con todo tipo de información para la preparación de su evento social, sin tener que dirigirse hasta las instalaciones de la empresa, brindando una mayor accesibilidad a la información de los servicios que brinda la microempresa.

### **1.8.2 Relevancia social**

Las personas se están inclinando más en lo que es en la informática y en las páginas web, ser conocidos a nivel empresarial y en las páginas web, lo cual las empresas se basan en eso para así vender sus productos de manera online, de esta forma aumentar clientes y ser conocidos a nivel nacional llegando a ser líderes en el mercado. Permitiéndole al cliente poder verificar o conocer de los servicios desde la comodidad de su trabajo u hogar. De esta forma, lo que se espera es ingresar al mercado local e impulsar la marca, con una campaña publicitaria adecuada brindar mayor empuje a la empresa.

### **1.8.3 Implicación practica**

El presente trabajo de una página web fortalecerá el alcance de crecer en los servicios que brinda el negocio, el cual obtendrá control en lo que se consume en cada evento que se realiza. También contribuirá a su vez en obtener mayor demanda porque tienden a mejorar la forma de darse a conocer usando un medio masivo, con el uso correcto de redes sociales; coordinando de manera adecuada las reservaciones que tengan y dejando a gusto al cliente para futuras contrataciones o ser recomendados.

### **1.8.4 Utilidad metodológica**

La utilidad que se espera lograr es el crecimiento de la cartera de clientes otorgando mayor número de servicios para que a futuro el negocio pueda crecer abriendo sucursales y los clientes la puedan encontrar en cualquier parte de la ciudad con visión a ser líder en el mercado y posicionar la marca a nivel nacional.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Fundamentación Teórica**

#### **2.1.1 Antecedentes históricos**

Historia de la evolución del Internet

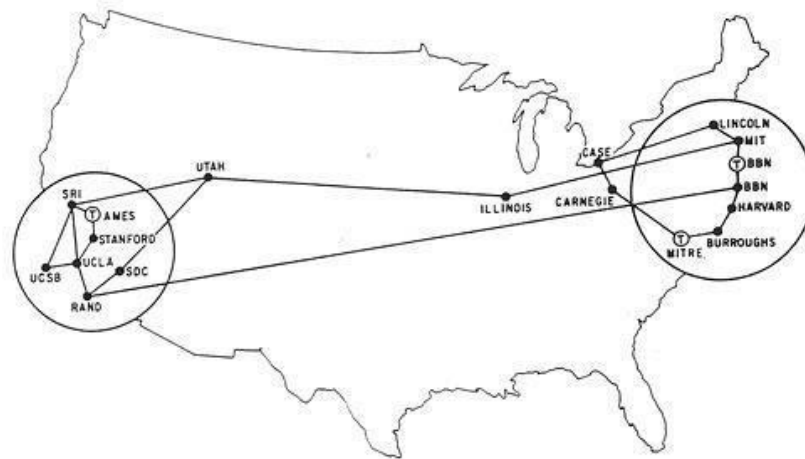
En los años antes de la aparición de la red de redes, la única forma de lograr una comunicación “digital” era mediante el telégrafo, cuya invención fue en 1840, basada en la emisión de señales eléctricas que era transportada mediante cables conectados entre el origen y el destino. Para efectuar esa comunicación, era necesario tener conocimiento del código Morse para la interpretación correcta de la información (Universidad Politécnica de Catalunya, 2002).

Los conocimientos previos para el nacimiento del Internet, empezaron en 1958, cuando Estados Unidos fundó el ARPA (Advanced Researchs Projects Agency) por intermedio del Ministerio de Defensa. Esta agencia se componía de aproximadamente 200 científicos de los niveles más altos, contando con muchos recursos presupuestarios, y el estudio se centró en la búsqueda de comunicaciones directas entre ordenadores para que se puedan interconectar las diferentes bases de investigación.

Es en 1962, que el ARPA crea un programa para llevar a cabo la investigación Computacional, bajo la dirección del científico del MIT John Licklider. En el año 67, el ARPA contaba con un trabajo totalmente soportado para publicar un plan para generar una red de ordenadores, a la que denominaría ARPANET; esta red hacía una recopilación de las mejores ideas de los equipos del MIT, el National Physics Laboratory del Reino Unido y la Rand Corporation. Esta red creció muy rápidamente y en el año 1971, ya contaba con 23 puntos conectados entre sí.

*Figura 1: Mapa de Interconexión de ARPANET*





MAP 4 September 1971

Fuente: Universidad Politécnica de Catalunya

Desde el 1972, ARPANET fue presentado en la First International Conference on Computers and Communication, en la ciudad de Washington D.C. los científicos de ARPA demostraron que la red creada ya en ese momento de 40 puntos conectados en diferentes localidades para que se puedan comunicar desde un punto a otro.

Es así que entre 1974 y 1982 surgieron algunas redes, entre ellas:

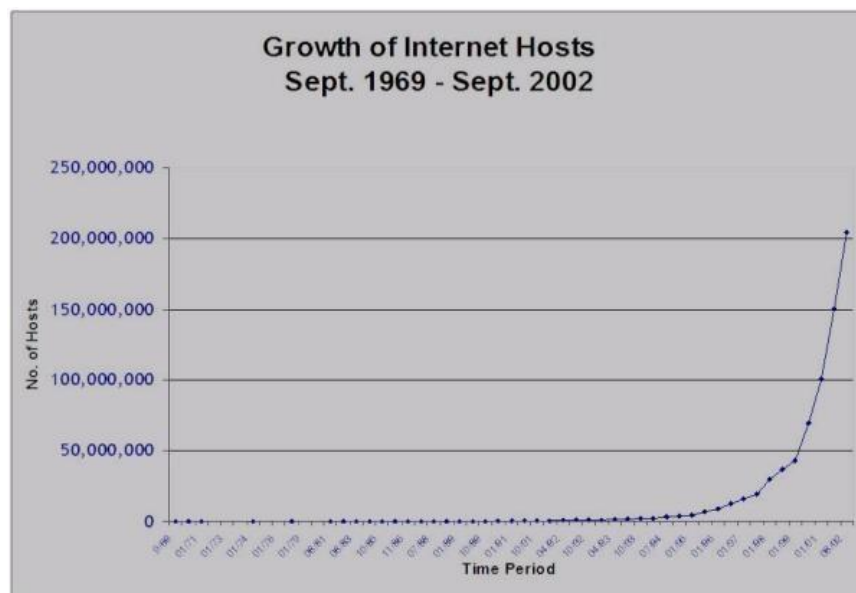
- “Telenet (1974): Versión comercial de ARPANET.
- Usenet (1979): Sistema abierto centrado en el e-mail y que aun funciona.
- Bitnet (1981): Un a las universidades americanas usando sistemas IBM.
- Eunet (1982): Un a Reino Unido, Escandinavia y Holanda” (Universidad Politécnica de Catalunya, 2002).

Como aún estaban en desarrollo, este mundo de redes vivía un poco en caos, aunque ARPANET era el “estándar”. En 1982, ARPANET, agregó el protocolo TCP/IP, surgiendo el Internet que conocemos a día de hoy (Universidad Politécnica de Catalunya, 2002).

Pero a inicios de los años 80, empezó el desarrollo de ordenadores exponencialmente, es decir un incremento de forma muy rápida. Siendo tan

veloz, que había el temor de que las redes se bloquearan debido al aumento en el número de usuarios y que los puntos conectados para el compartimiento de información que se transmitía, hecho que fue causado por la presencia del correo electrónico. Esta red siguió creciendo en forma exponencial a pesar de todo.

Figura 2: Crecimiento de los puntos de red



Fuente: Universidad Politécnica de Catalunya

En el año 1991 es que se presenta al público la World Wide Web (www), siendo una red de “sitios” que se pueden buscar y mostrarse mediante el protocolo HTTP (HyperText Transfer Protocol). Este concepto fue diseñado por Tim Berners-Lee, en conjunto con algunos científicos del CERN (Conseil Eurpeen pour la Recherche Nucléaire) en Ginebra. Quienes conformaban la investigación del CERN, buscaron formas de mostrar fácilmente documentación a través de Internet, para ello diseñaron un navegador / editor y le pusieron World Wide Web. Su crecimiento en el año 91 no fue espectacular, tal es así que en 1992 a penas existían 50 sitios web en el mundo y en el año 93, 150.

En 1993, Mark Andreessen, del NCSA (National Center for SuperComputing Applications de Illinois, publicó un navegador fácil de instalar y de usar, el Mosaic X. Suponiendo una mejora muy importante en la forma de mostrarse los gráficos a través del internet. Este navegador era muy parecido a los

que conocemos en la actualidad. Es a partir de todos estos desarrollos que internet se empezó a abrir paso, teniendo usos mucho más amplios: actividades comerciales, páginas personales, sitios con información colaborativa, entre otros. Este crecimiento a su vez conllevó el apareamiento de forma acelerada de ordenadores y dispositivos más baratos y potentes (Universidad Politécnica de Catalunya, 2002).

#### Breve reseña histórica de la evolución del Comercio Electrónico

Con el surgimiento de la World Wide Web y los avances del internet, generando el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), han surgido diversas maneras de comunicación y de comercio a través de la red, derribando las barreras y acortando las distancias. El surgimiento del Comercio Electrónico no puede decidirse una fecha exacta, sin embargo, se sabe que nació de la importancia de la autosuficiencia.

El comercio ha ido evolucionando, a veces de forma lenta, y otras veces de forma gigante, el comercio electrónico ha constituido en la última fase de este desarrollo, aunque conscientes de que no significa que sea el tope máximo, el comercio a través de la red es lo que actualmente se encuentra como unos de los desarrollos más importantes, que van de la mano con la publicidad a través del internet (Redaccion Lynkoo.com, 2012).

A pesar de que no está manifestado como el comercio electrónico conocido en la actualidad, se puede considerar su nacimiento en los años 20, en los Estados Unidos, mediante la venta por catálogo, siendo una revolución, ya que se compraba sin ver el producto con anterioridad. El catálogo brindaba fotos ilustrativas del producto, permitiendo así llegar a lugares que en esa época eran difíciles de acceder (Equipo de InternetNegocios.com, 2010).

*Figura 3: Primeros Catálogos en Estados Unidos*



Fuente: lynkoo.com

Pero es en 1960 que se realizó la invención de una forma considerable de intercambio de Datos Electrónicos, conocido como el EDI (Electronic Data Interchange), que permitió a las empresas hacer operaciones electrónicas e intercambiar información comercial. Luego de este surgimiento, en los Estados Unidos, durante el año 1970, fue que surgieron transacciones comerciales que hacían uso de un computador, aunque de una forma aún muy limitada, ya en el 80 es que el comercio por intermedio de catálogo evolucionó mediante las “televentas”, es decir ventas por televisión. Esto proporcionó mayor realismo de los productos exhibidos, ya que resaltaban de mejor manera sus características, además de que contaban con un mayor alcance de público, siendo una venta directa mediante llamadas telefónicas y pago por medio de las tarjetas de créditos.

Pero, el año decisivo de la tecnología, así como del comercio electrónico en años después, esto fue en el año 1989, con el aparecimiento de la World Wide Web (www), creada por el inglés Tim Berners-Lee, trabajando en Ginebra, Suiza para el CERN. Permitiendo la interconexión entre computadoras en diferentes lugares del mundo, innovando la forma de comunicarse y a la vez de comercialización para que las empresas puedan promocionar sus productos o servicios a través del comercio electrónico.

Ya en la década de los 90, con el Internet incursionando en el mundo, las operaciones comerciales a través del internet empezaron a crecer de forma exponencial, en un avance sin precedentes, fueron creados sitios que estaban dedicados al comercio electrónico, como son eBay y Amazon por

ejemplo, y que aún siguen creciendo hasta hoy en día. El paso que consolidó en su totalidad el comercio electrónico fue en el 1995, cuando se creó la iniciativa de un mercado global para pymes, idea surgida por los integrantes del G7, siendo una plataforma que tenía el fin de aumentar la utilización del E-commerce entre organizaciones a nivel mundial, siendo un total éxito (Redaccion Lynkoo.com, 2012).

El surgimiento de las redes sociales, las comunicaciones móviles, la web 2.0, los smartphones y tablets, han inculcado nuevos hábitos de consumo, a nivel global, haciendo que los sitios web no tengan que basarse exclusivamente en un catálogo estático de productos, como se hacía años atrás, esperando que los usuarios visiten el sitio y hagan sus adquisiciones. Ahora estos sitios tienen que buscar siempre un mejor posicionamiento en la red, mediante actualización constante de información, haciendo sus catálogos dinámicos, cambiantes, adaptados a los gadgets utilizados en la actualidad, agregando que siempre una amplia competencia, que permite a las personas utilizar sus teléfonos y tablets para realizar búsquedas, comparación de precios y compras en línea. Esta tendencia obliga a las empresas de operaciones en línea, adaptarse a estos hábitos y dispositivos, haciendo que sea importante contar con sitios adaptables a móviles para comprar por medio de internet.

## **2.2 Antecedentes referenciales**

- “Desarrollo de una tienda virtual para la venta de repuestos automotrices en la empresa Mega Repuestos” (Tunja Castro, 2018)

Según lo indica Tunja la información en la actualidad se genera ágil y confiable por lo tanto se deben manejar herramientas tecnológicas que oferten las cualidades para poder manejar la dimensión del negocio; una página web facilita y simplifica los procesos de ventas e incluso realizando el crecimiento en el volumen de clientes.

El aporte para el presente proyecto es el de adoptar un diseño amigable para el usuario final, en esta ocasión cliente; el mismo que le permita desplazarse a comodidad en la página web y visualizar los productos que se ofertan por parte de la microempresa.

- “Desarrollo de un catálogo digital multimedia para la venta de productos a través de dispositivos móviles” (Aucapiña Sanunga, 2016)

Como indica Aucapiña, los catálogos digitales es el de aprovechar los medios alternativos para darle comodidad al cliente en poder realizar la visualización, compra de producto o servicio que es ofertado por la empresa de manera asequible y sin ningún tipo de limitaciones para que el cliente maneja la página web en la totalidad. Siendo presentado con un nuevo recurso de la empresa e innovador.

Lo que se acoge de dicho proyecto es la forma de presentar el catálogo de los productos, para de esta forma por sección o categoría poder presentarlos en el presente proyecto para lo que es los tipos de eventos sociales y los recursos por materiales, valores y calidad con los cuales desean organizar su propio evento.

- “Diseño e Implementación de un sitio web para el Complejo Turístico Haras del Paraíso” (Cagua Parra & Vargas Pilco, 2011)

Para dicho proyecto lo que se busca es crear facilidad para el cliente, darle comodidades al momento de adquirir el servicio es decir una entrada para el complejo turístico e incluso hasta los productos que puedan adquirir para el consumo en el bar que se encuentra dentro del mismo. Generando la publicidad para el crecimiento de los clientes del complejo turístico, los mismo que elijan el complejo de preferencia por el servicio que se brinda generando comodidad para la persona que acude a disfrutar de las instalaciones.

Lo que se proyecta de este proyecto para el presente es la forma de generar la publicidad mediante un medio masivo de difusión donde muchos clientes pueden visualizar y llegar a conocer el negocio; realizando el manejo correcto en las redes sociales para ofertar la página web con toda la información que necesita chequear el cliente.

- “Análisis, Diseño e Implementación de una Tienda Virtual utilizando osCommerce, caso práctico tienda virtual de papel para imprentas en la Empresa JA Distribuidores S.A.” (Grijalva Marroquín, 2012)

Grijalva indica que el proyecto lo hace guiado por los nuevos cambios que se han generado en el comercio creando nuevos horizontes mediante la web, generando una revolución de la forma tradicional de las ventas con el término conocido como comercio electrónico o mercado digital. Utilizando la plataforma de osCommerce lo cual consiste en implementar una tienda virtual para promocionar y vender los productos del negocio cubriendo la satisfacción de los clientes; generando informen de cada uno de los movimientos o transacciones de las ventas y devoluciones que se generan.

El proyecto detallado, se lo acoge como modelo para el presente proyecto el modelo de negocio el cual pueda cubrir en su modelo de datos cada una de las ventas generando un registro para el respectivo control y visualización de incremento para visualizar el resultado que se espera con esta propuesta que se intenta ejecutar para la microempresa.

- “Negociación a través de Internet Organización de Eventos”  
(Carrasco Córdova, Criollo Portilla , Manzano Araujo, & Olaya, 2003)

Varios autores mencionan que las actividades de la empresa “EventSolution” han sido manejadas de forma tradicional por años, pero las nuevas tecnologías que se empiezan a incursionan obligan a evolucionar la forma del negocio; ofreciendo soluciones prácticas con la opción de adaptar el presupuesto con los requerimientos. Siendo el objetivo principal realizar un servicio integrado que en una sola página web pueda contratar el servicio para cualquier tipo de reunión social.

Lo que se acoge es el modelo de proyectar los servicio en la página web, por categorías de acuerdo al tipo de evento social que requiera el cliente, con cada uno de sus peticiones especiales por el cliente, buscando una mejor organización sin retrasos para quedar garantizado el servicio y un cliente satisfecho.

## **2.3 Definiciones Conceptuales**

### **2.3.1 Sitio web**

Los sitios web en la actualidad han evolucionado a grandes pasos dándole paso a que el usuario final pueda interactuar en ella y no tan solo que sean para lectura; es decir existen los sitios o portales en los cuales se puede manejar reservaciones como el proyecto actual.

“Una nueva revolución está agitando el entorno de internet, se llama web 2.0. Este concepto está empezando a generar nueva literatura profesional tratando de describir este planteamiento y aplicarlo a distintos ámbitos...” (Dídac Margaix, 2016).

### **2.3.2 Framework**

“Un framework agrega funcionalidad extendida a un lenguaje de programación, automatiza muchos de los patrones de programación...” (Martínez Villalobos, Camacho Sánchez, & Biancha Gutiérrez, 2010).

Por lo tanto, es el que permite desarrollar de mejor forma o el diseño para las aplicaciones que sean adecuadas para el usuario final; otorgando patrones que sean de fácil reconocimiento para el programador. Cada lenguaje de programación trabaja con un framework para darle mejor funcionamiento y automatizar procesos del mismo.



### **2.3.3 Wireframe**

Este término al cual se lo conoce de diferentes formas, no es más que realizar el diseño el cual permite visualizar al programador lo que se desea para el producto final o para que interactúe el usuario es decir el front-end.

“El esquema o wireframe, también se conoce con otros nombres como: guía visual, *sketch*, *blue-print*, etcétera” (Valdés Morris, 2008).

### **2.3.4 SCRUM**

“La metodología Scrum para el desarrollo ágil de software es un marco de trabajo diseñado para lograr la colaboración eficaz de equipos en proyectos...” (Navarro Cadavid, Fernández Martínez , & Morales Vélez, 2013).

Es una metodología de desarrollo ágil para crear nuevas aplicaciones, con un funcionamiento eficaz mediante equipos de trabajo que realizan tareas estipuladas en los tiempos pautados con reuniones cortas y dejando tareas asignadas y revisando de forma detallada cada uno de los avances.

### **2.3.5 SSL**

Es un protocolo de navegación segura, consiste en un socket con seguridad que permite autenticarse por medio de encriptación y des encriptación de datos.

“...son protocolos criptográficos que operan por debajo de la capa de aplicación y proporcionan cifrado de extremo a extremo a la seguridad...” (Cueva Hurtado & Alvarado Sarango, 2017).

### **2.3.6 Back-end**

“Es la parte de la aplicación que permite realizar las tareas de configuración y gestión de la información que viaja desde y hacia el Front-End” (Murcia Perez & Melendez Martinez, 2013).

El termino Backend, es el código que el usuario no lo visualiza pero que permite realizar todos los procesos para que el usuario se comunique con el servidor y envía la información requerida.

### **2.3.7 Front-end**

“Es la parte de la aplicación por medio de la cuál interactúa el usuario” (Murcia Perez & Melendez Martinez, 2013).

Es la interfaz gráfica, la que visualiza el usuario e interactúa por el medio cual hace el requerimiento de información y le es brindada.

### **2.3.8 Internet**

Consiste en una red internacional de redes, su nombre viene del inglés “International Network”. Es un método de interconexión de redes de forma descentralizada implementada mediante protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas funcionen de forma lógica, a escala mundial, es decir, el grupo de computadoras interconectadas globalmente (Arranz, 2007).

### **2.3.9 Protocolo**

El usuario de un dispositivo se transforma en un cliente cuando accede a un sitio web, así como, mediante una línea telefónica, puede solicitar información acerca de un servicio o producto a un determinado proveedor, que se puede identificar como un servidor. A esa forma de comunicarse en cuanto al modelo de envío y recepción de los datos adquiridos, la forma de comunicación, es lo que se conoce como un protocolo (Estrada Corona, 2004).

El protocolo consiste en normas y procedimientos para llevar a cabo una correcta transmisión de datos, entre el que emite y recepta. De acuerdo a la Real Academia Española de la Lengua (RAE), el protocolo es un “acta o cuaderno de actas relativas a un acuerdo, conferencia o congreso diplomático” (Estrada Corona, 2004).

### 2.3.10 Protocolo TCP/IP

Los Protocolos IP (Protocolo de Internet) y TCP (Protocolo de Control de Transmisión) fueron originados en los inicios de los años 80, que luego fueron adquiridos por la red ARPANET el año 83, siendo así integrados a la red mundial y es el protocolo sobre el cual funciona el internet hasta el día de hoy (Estrada Corona, 2004).

TCP e IP consisten en protocolos creados con el fin de convertirse en un lenguaje estándar para todas las computadoras que se adhieran al internet, su implementación se hizo presente con la unión de las redes ARPANET, CSNET y MILNET. Este protocolo representa en sí, las reglas que permiten la conexión de los ordenadores de marcas y tecnologías distintas (Estrada Corona, 2004).

Siendo los protocolos más importantes, el nombre TCP/IP representa al conjunto de protocolos que forman la arquitectura estructurada por cinco niveles o capas:

1. **Aplicación:** Contiene los protocolos SMTP, para el correo electrónico; FTP, para la transferencia de archivos; TELNET, para conexión remota y HTTP como protocolo de transferencia de hipertextos (Estrada Corona, 2004).
2. **Transporte:** Lo conforman los protocolos TCP y UCP, ocupándose del manejo y transporte de datos (Estrada Corona, 2004).
3. **Internet:** Ubicado en el nivel de red para el envío de paquetes de información (Estrada Corona, 2004).
4. **Físico:** Análogo al nivel físico del OSI (Estrada Corona, 2004).
5. **Red:** Corresponde al interfaz de la red (Estrada Corona, 2004).

### **2.3.11 Dirección IP**

Para que el usuario pueda recibir los archivos de información solicitados mediante su dispositivo, se necesita que cuente con datos que lo identifiquen para que pueda ser localizada. Estos datos se encuentran contenidos dentro de una dirección IP del dispositivo; consiste en un único número distintivo para cada equipo o "host", que se representa por cuatro cifras separadas por puntos, siendo cada cifra determinada por el 255 como límite, como por ejemplo "255.255.255.255". Con la dirección IP o dirección de internet, se logra la identificación del dispositivo del usuario y a la red que pertenece (Estrada Corona, 2004).

### **2.3.12 Hosting**

Un hosting consiste en un espacio de servidor que puede compartirse otros espacios, o ser único, dentro de uno o varios servidores, donde se aloja los archivos necesarios para la publicación de una determinada aplicación o sitio web (Giner Poveda, 2008).

#### **Servidor Virtual**

Otro tipo de cuenta de alojamiento compartido, pero que implementa una virtualización de recursos, con la característica de que se garantiza el contar con exclusividad un mínimo de procesador y memoria RAM (Giner Poveda, 2008).

#### **Servidor Dedicado**

A diferencia de los anteriores, se cuenta con un servidor entero exclusivo para el alojamiento de la aplicación o sitio web. Consiste en un ordenador completo que cuenta con la totalidad de los recursos con los que cuente, siendo estos la memoria, el procesador y el disco duro. La capacidad de alojamiento depende de la arquitectura del hardware, el ancho de banda y la transferencia de datos que tenga disponible (Giner Poveda, 2008).

Para el presente proyecto, se hará uso del servidor de tipo compartido, debido a que la solución a proponerse no requiere de mucho espacio para guardado de documentos que componen el sistema. Es un servidor compartido de tipo Linux, que permitirá ejecutar un entorno Apache, con PHP y el SGBD basado en MySQL llamado PHPMyAdmin.

### 2.3.13 Dominio

“Simplificándolo mucho, el dominio sería el nombre único y exclusivo que se le asigna a tu página web en Internet. Sería algo así como el equivalente de la matrícula de tu coche, pero aplicado a tu página web” (Andrés, 2014).

En la Internet, los sitios web están localizados por direcciones IP, sin embargo, es difícil de memorizarse, para ello se crearon los dominios, que permite que puedan ser nombrados por el tipo de sitio y nombre de negocio u organización que desea presentarse, siendo mucho más fácil de memorizarse. Para lograr esto, el dispositivo se comunica mediante DNS, que permite hacer esa traducción de Nombre de Dominio a IP y viceversa.

Los dominios constan de nombre y extensión del dominio. Los nombres de dominio, es el distintivo de los datos que se va a mostrar en el sitio web y la extensión es tipo de dominio que se está accediendo.

### **Tipos de Dominio**

De acuerdo a Torres Tagle (2020), de GoDaddy México, los tipos de dominio son 6:

- 1. Dominios de Nivel Superior (Top Level Domains en inglés)** “Estos dominios abreviados con las siglas TLD en inglés, terminaron conociéndose como extensiones de nombre de dominio y representan el nivel más alto en la jerarquía del Sistema de Nombres de Dominio (o DNS, como lo encontrarás en muchas fuentes de información)” (Torres Tagle, 2020).

## **2. Dominios Genéricos de Nivel Superior o gTLD (generic TopLevel Domain)**

“Los Dominios Genéricos de Nivel Superior (gTLD) funcionan como una “categoría” de los Dominios de Nivel Superior dentro del DNS” (Torres Tagle, 2020).

## **3. Dominios Geográficos/Territoriales o ccTLD (country code Top-Level Domains)**

“Los Dominios Geográficos o Territoriales (ccTLD) se utilizan en sitios web que pertenecen a un territorio o país determinado y están conformados por dos letras que asocian al portal web con su país de origen” (Torres Tagle, 2020).

## **4. Dominios de Nivel Superior de Código de País Internacionalizados o IDN ccTLD (Internationalised country code Top-Level Domains)**

“Son dominios internacionalizados que, a través de un formato codificado, permiten tener una o dos variantes del dominio, pero con caracteres especiales o letras que no pertenecen al alfabeto latino” (Torres Tagle, 2020).

## **5. Dominios de Segundo Nivel (SLD por sus siglas en inglés) “Un Dominio de Segundo Nivel (SLD) es la parte del nombre de dominio que está directamente debajo del Dominio de Nivel Superior (TLD)”**

(Torres Tagle, 2020).

## **6. Dominios de Tercer Nivel (Third-Level Domains)**

“Un Dominio de Tercer Nivel es la sección del nombre de dominio que aparece a la izquierda del Dominio de Segundo Nivel” (Torres Tagle, 2020).

Para el presente proyecto, se presentaría el sitio web en un dominio con extensión “.com”. El Nombre de dominio, sería el nombre de la empresa

“Lokuras+Tereques”. Por lo que la página sería:  
“http://www.lokuras+tereques.com”.

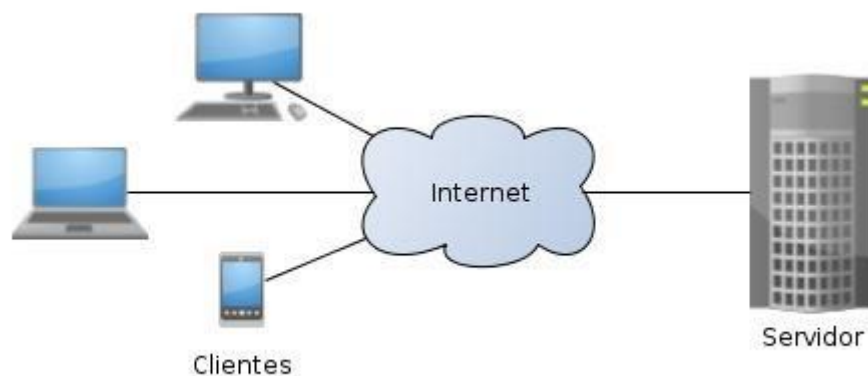
### 2.3.13 Arquitectura Cliente / Servidor

Es una forma de llevar una división y especialización de programas y equipos de cómputo de tal manera que la tarea que hace cada uno, se los efectúa con la mayor eficiencia posible, permitiendo una simplificación en su mantenimiento, escalabilidad y actualización. Es un sistema distribuido, donde el software se encuentra dividido en tareas del servidor y tareas del cliente (Villamor Lugo, Pickin, & Gil Ríos, 2005).

En la parte de las tareas del cliente, su dispositivo inicia el dialogo y envía peticiones al servidor mediante un protocolo asimétrico, esa petición conlleva un llamado a que actúe el servidor, o que le informe, o ambas cosas a la vez (Villamor Lugo, Pickin, & Gil Ríos, 2005).

Por otro lado, en la parte del servidor, se encuentra esperando de forma pasiva las peticiones de los clientes, respondiéndole de acuerdo a las políticas que le hayan programado, permitiendo que pueda atender a muchos clientes (Villamor Lugo, Pickin, & Gil Ríos, 2005).

*Figura 4: Modelo Cliente - Servidor*



Fuente: cibertareas.info

### **2.3.14 Página Web**

Es un documento electrónico que es parte de la World Wide Web (www), desarrollado generalmente en lenguaje HTML o en XHTML. Este documento puede contener enlaces que direcciona a otras páginas web cuando se hace clic sobre una de ellas. Para su correcta visualización, es necesario el uso de un navegador web o “browser” (Equipo de emprendelo.org, 2008).

Una página web puede contener diferentes tipos de elementos, entre ellos texto, imágenes, audio, objetos animados, hipervínculos, etiquetas, entre otros componentes. El conjunto de páginas web interrelacionadas dentro de un mismo espacio y dominio, conforman un Sitio web (Equipo de emprendelo.org, 2008).

Para la creación de las páginas web, se debe disponer de editores de texto (como Front Page, Dreamweaver, Notepad, Wordpad, entre otros), editores de Archivos gráficos (como Photoshop, Paint, Corel Draw, entre otros) (Equipo de emprendelo.org, 2008).

#### **2.3.14.1 Tipos de Pagina web**

De acuerdo a como son desarrolladas, estas páginas web pueden ser estáticos o dinámicos.

“Las webs estáticas fueron las primeras en surgir, son lugares sencillos que no pueden ser modificados ni permiten la interacción del usuario.

Simplemente se limita a consumir la información” (Universidad UNADE, 2021).

Las webs estáticas muestran un contenido ya prefabricado y formateado de una manera que se muestra dentro del etiquetado HTML, sin posibilidad de actualización inmediata, para realizar una actualización, se requiere volver a tocar el código de etiquetas ubicado, requiriendo más tiempo y



conocimiento, normalmente su contenido está en archivos de hipertexto (.html, .htm).

“Por el contrario, las webs dinámicas utilizan el lenguaje de programación para incluir aplicaciones dentro de esta. De este modo, la interactividad si es posible. Por ejemplo, a través de foros, encuestas o pedidos online” (Universidad UNADE, 2021).

Las páginas web dinámicas se basan en el uso de programación y base de datos que permita cambiar el contenido cuando sea necesario, y donde el operador no necesariamente requiera de tener conocimientos técnicos para actualizar el contenido. Un ejemplo es las páginas hechas en PHP (.php).

En este proyecto, la solución a presentarse se basa en páginas de tipo dinámicos, ya que la información va a ser guardada y recuperada en una base de datos, a través del lenguaje de programación web PHP.

### **2.3.15 Lenguaje HTML**

Es un lenguaje de etiquetado o marcas, no es un lenguaje de programación ya que el desarrollo se lo hace justamente mediante etiquetas generalizadas que permiten estructurar texto en encabezado, párrafos, listas, enlaces de hipertextos y otros elementos de una página web, que son interpretados por el navegador web para que pueda ser presentado por pantalla de forma gráfica para quien visite el sitio (Equipo de emprendelo.org, 2008).

El inicio de una etiqueta se indica en un formato general como <etiqueta> y para su finalización se utiliza </etiqueta>, la barra es el que le dice al navegador que la etiqueta ha finalizado (Equipo de emprendelo.org, 2008).

*Figura 5: Ejemplo de Código HTML*

### Código HTML

```
<html>
<head>
<title>COMUNIDAD DE MADRID</title>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html;
charset=iso-8859-1">
</head>

<body>
<h1> ¿Qué es una Página Web? </h1>
<p>
  Una Página Web es un
  documento electrónico
  que forma parte de la WWW (World
  Wide Web) generalmente
  construido en el lenguaje
  
    <a href=
    "http://www.etsit.upm.es/%7Ealvaro/manual/manual.html">
    HTML</a>
  
  en XHTML.
</p>
</body>
```

Fuente: Madrid.org

### 2.3.16 Navegador Web

Es un programa que permite la visualización del contenido de los diferentes sitios web que se encuentran en el Internet. Su función se basa en interpretar y mostrar la información que contiene los archivos correspondientes a las páginas web que conforman un sitio en el formato visual que se ha desarrollado en su codificación. Además, permite la interacción con esos sitios enviando y recibiendo datos para la realización de diferentes acciones (Lloret, 2017).

El navegador web no es Internet, es el programa que se conecta a Internet para obtener la información que se requiera. En la actualidad existen diferentes navegadores, que ya no solo se limita al uso de internet desde un ordenador, sino que ahora se presenta en diferentes dispositivos como tablets, smartphones, consolas de videojuegos, entre otros, permitiendo la navegación a través de los diferentes sitios web disponibles desde cualquier lugar del mundo a cualquier hora. (Lloret, 2017)

### 2.3.17 Seguridad HTTPS

Consiste en la utilización de un protocolo de comunicación a través de la red de redes, que conlleva una protección de la integridad y confidencialidad de los datos de usuarios entre sus dispositivos que se conectan a un determinado sitio web. Los usuarios siempre esperan que esa comunicación online se encuentre asegurada y privada, por lo que es recomendable adoptar HTTPS, para que se lleve a cabo una conexión protegida con el sitio web que se desarrolle, sin importar el contenido que este tenga.

El tratamiento de datos mediante HTTPS se lo realiza bajo la protección que brinda el protocolo Seguridad en la capa de Transporte (TLS), que permite filtrarse por medio de sus tres capas de seguridad principal:

1. **Cifrado:** Se realiza un cifrado de los datos que se intercambia para mantenerlas a salvo de miradas indiscretas, es decir, si una persona navega por un sitio, es muy complicado que otro usuario externo pueda “escuchar” las conversaciones o llevar un seguimiento de las actividades, ni robar información.
2. **Integridad de los datos:** No es posible modificarse ni dañarse los datos en las transferencias, de ninguna forma, sin que este sea detectado.
3. **Autenticación:** Permite demostrar que los usuarios están contactándose con el sitio web correcto, proporcionando protección frente a ataques de intermediarios, fomentando una confianza de partes de quienes visiten el sitio, brindando beneficios empresariales.

### 2.3.18 Esquemas de páginas web

El esquema de una página web o también conocido como “outline”, es el índice de los apartados de esa página, donde se muestran las relaciones jerárquicas entre los distintos apartados y subapartados. Este concepto fue formalizado en HTML5 con mayores precisiones que en el caso de HTML4

/ XHTML 1, donde se explican ciertas características y formas de utilizar las etiquetas de secciones y bloques de contenido.

En la actualidad, los navegadores aun no tienen incluido algoritmos que permiten el análisis de los esquemas de las páginas web, aunque el validador del consorcio W3C si realiza la respectiva validación, es por eso que ya con HTML 5.1, aparecido en 2016, se aconsejaba a los desarrolladores de las páginas web el seguir indicando la estructura de la página mediante etiquetas de título.

### **Esquema de una página web HTML5**

En HTML5, las etiquetas de título (<h1>, <h2>, etc) son quienes definen las secciones de una página de forma implícita, pero, adicional a eso, las etiquetas <body>, <blockquote>, <fieldset>, <figure> y <td> cuentan con un esquema propio; mientras que, las etiquetas <article>, <section>, <nav> y <aside>, también definen de forma explícita las secciones de la página y hacen un “reinicio” los títulos <h1>, ..., <h6> contenidos por ellas.

En el caso del segundo juego de etiquetas nombradas anteriormente, implica que, si en HTML5 se toman en cuenta dos páginas completas, y se hace una combinación en una tercera, que incluye el contenido de cada página en una etiqueta <article>, no va a ser necesario modificar títulos, como se muestra a continuación:

*Figura 6: Esquema de una página web en HTML5*



Fuente: <https://www.mclibre.org/consultar/htmlcss/html/html-esquema.html>

Este código funciona correctamente en HTML5, ya que la etiqueta `<article>` realiza la definición de una nueva sección en el esquema general de la página web y los títulos que se encuentran dentro de ella, se cuentan en la jerarquía, desde el nivel definido por el elemento `<article>`, por lo tanto, los `<h1>` ubicados dentro de las etiquetas `<article>` cuentan con un nivel menor que el `<h1>` de la etiqueta `<body>`.

### 2.3.19 Lenguajes de programación web

Los lenguajes de programación web corresponden a la codificación utilizada para creación de sitios web dinámicos. Los lenguajes de programación más usados para el desarrollo web son Javascript, PHP, Java, Ruby, Python, y C#.

#### Javascript

“...su objetivo inicial era maximizar los lenguajes HTML y CSS para que los programadores supiesen cómo interactuaban los usuarios dentro de una página web y así poder presentar el contenido de forma más dinámica” (Rodríguez, 2020).

Figura 7: Javascript



JavaScript

Fuente: Oddbytes.com

Este lenguaje fue desarrollado por Netscape en el año 1995, es un lenguaje sumamente utilizado, ya que es utilizado para encargarse de ciertos módulos, sectores o formatos específicos de parte del cliente, permitiendo ser manipulada una página web de forma dinámica o activar cuadros de diálogos.

## PHP

“Este lenguaje gratuito sirve de gran ayuda para aquellos programadores que empiezan a manejarse en la creación de páginas web y aplicaciones web dinámicas, gracias a su facilidad de comprensión y compatibilidad con el lenguaje estático HTML” (Rodríguez, 2020).

*Figura 8: PHP*



Fuente: webirix.com

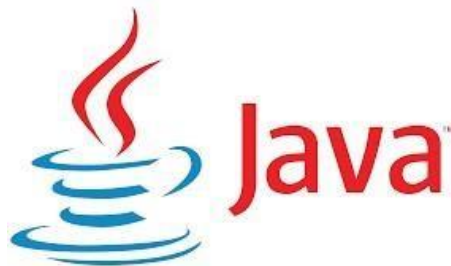
Es un lenguaje de programación que permite manejar dinámicamente aspectos de un desarrollo web, desde la parte del cliente y de parte del servidor, ya que permite mostrar al cliente la información recuperada desde la base de datos de forma dinámica. Algunos de los CMS más utilizados globalmente se encuentran desarrollados con este lenguaje de

programación. Tiene una codificación basada en lenguaje C, por lo que tiene similitudes, solo que es orientada a la programación web.

## **Java**

“...se ha caracterizado por ser un lenguaje que permitiese la posibilidad de ejecutar un mismo programa en varios sistemas operativos, ejecutar código en sistemas remotos de forma segura, además de ser un lenguaje fácil de usar y que no recelase a la hora de replicar en su propio software aquellas funciones que trabajan a la perfección en otros lenguajes” (Rodríguez, 2020).

*Figura 9: Java*



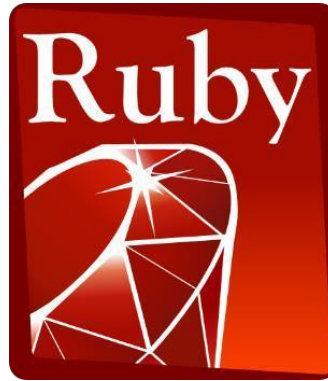
Fuente: 1000marcas.net

Es un lenguaje que se adapta a diferentes sistemas operativos, por lo que cualquier programa desarrollado con Java, permite ser ejecutado en la mayoría de dispositivos. Fue desarrollado y comercializado en 1995 por Sun Microsystems. Es otro lenguaje que se puede adaptar para desarrollo en parte del cliente y del servidor, lo que permite una buena escalabilidad y facilidad de mantenimiento, sin embargo, para lograrlo, se debe tener una vasta experiencia, ya que, para su revisión no es tan sencilla.

## **Ruby**

“...es un lenguaje de programación que ofrece escritura dinámica y un recolector de basura automático, es decir, es el propio software el que utiliza de forma eficiente la memoria, liberando espacio cuando ya no tiene sentido mantener todo aquello que está dentro de dicho espacio” (Rodríguez, 2020).

Figura 10: Ruby



Fuente: Programación.com.py

Ruby es un lenguaje de programación optimizada, ya que mucha codificación con respecto a otros lenguajes es reducida. Lo interesante es que optimiza el uso de memoria de acuerdo a las necesidades del sistema que se desarrolle.

## **Python**

“...es otro lenguaje gratuito que no reporta gran dificultad para programar en cualquier sistema operativo, es dinámico y se utiliza como lenguaje de scripting” (Rodríguez, 2020).

Figura 11: Python



Fuente: 1000marcas.net

Es un lenguaje muy sencillo y simplificado, tiene similitudes a C, pero con mucha mayor simplicidad, y es escalable, sin embargo, aunque existe CMS basado en Python, más se suele usar para realización de script, es decir programación para ciertos módulos del sistema, es decir funciones específicas, como JavaScript.



## **C#**

“Se trata de una evolución de Java y el lenguaje C++ que ayuda a construir aplicaciones sólidas y duraderas en el tiempo mediante la recolección de elementos no utilizados al igual que en Ruby o el manejo de excepciones para conocer qué errores se produjeron al ejecutar un programa informático” (Rodríguez, 2020).

*Figura 12: C#*



Fuente: médium.com

Vio la luz en el año 2001, y es perteneciente a Microsoft, y es considerado como un lenguaje obligatorio a conocer para el desarrollo, ya que su desarrollo permite adentrarse a la programación en Windows y la consola Xbox.

Para el desarrollo de la solución a proponerse en este trabajo, se hará uso de PHP y JavaScript, debido a que es un sitio web, y estos son los lenguajes accesibles para desarrollar el sistema que se va a proponer.

### **2.3.20 Bases de datos**

“Una base de datos es una colección organizada de información estructurada, o datos, típicamente almacenados electrónicamente en un sistema de computadora” (Oracle Mexico, 2021).

La base de datos se encarga de guardar colecciones de datos en forma organizada, de tal manera que pueda a futuro realizarse las operaciones más básicas: Agregar, Modificar, Eliminar y Consultar información. En los

sistemas web, que se basan mucho en sistemas Cliente – Servidor, la base de datos se encuentra del lado del servidor.

### **2.3.21 Sistema de Gestión de Base de Datos**

“Una base de datos es usualmente controlada por un sistema de gestión de base de datos (DBMS). En conjunto, los datos y el DBMS, junto con las aplicaciones que están asociados con ellos, se conocen como un sistema de base de datos, que a menudo se reducen a solo base de datos” (Oracle Mexico, 2021).

El sistema de Gestión de Base de Datos es un tipo de software que permite administrar las bases de datos, sus operaciones y la estructura de la información que contiene. El SGBD, es el que permite que las aplicaciones puedan manipular la base de datos para que puedan ejecutarse las operaciones básicas ya conocidas.

Entre los SGBD más conocidos se tiene: MySQL, SQL Server y Oracle Database.

#### **MySQL**

“...es un sistema de gestión de bases de datos relacionales de código abierto (RDBMS, por sus siglas en inglés) con un modelo cliente-servidor. RDBMS es un software o servicio utilizado para crear y administrar bases de datos basadas en un modelo relacional” (Hostinger.es, 2020).

*Figura 13: MySQL*



Fuente: Oracle.com

MySQL fue creada en 1994 por una empresa sueca llamada MySQL AB, para posteriormente ser adquirida por la estadounidense Sun Microsystems en el año 2008, pero luego en el 2010, pasó a ser de Oracle hasta la actualidad. Es un SGBD de Base de Datos Relacionales muy utilizado en el desarrollo web por el motivo de ser un sistema de código abierto.

## **SQL Server**

“SQL Server es un sistema de gestión de bases de datos relacionales, o RDBMS, desarrollado y comercializado por Microsoft. Al igual que otro software RDBMS, SQL Server está construido sobre SQL, un lenguaje de programación estándar para interactuar con las bases de datos relacionales. El servidor SQL está vinculado a Transact-SQL, o T-SQL” (Estrada Web Group, 2021).

*Figura 14: SQL Server*



Fuente: Microsoft

Este SGBD fue desarrollado por Microsoft en los años 90, y ha ido aumentando su desarrollo, cuenta con versiones Express, hasta empresariales, y se basa en el código Transact-SQL, para tener la comunicación con la base de datos generada.

## **Oracle Database**

“Oracle es una herramienta para la gestión de bases de datos, usada principalmente por las grandes empresas para que estas puedan controlar y gestionar una gran cantidad de contenidos desde un solo archivo” (Oracle Mexico, 2021).

*Figura 15: Oracle Database*



Fuente: Oracle

Surge con la empresa Oracle ya desde el año 1977, sin embargo, es en los 90 que empieza a contar con mayor utilización, en la actualidad corresponde a la versión pagada de SGBD de Oracle, ya que cuenta con otro de versión código abierto como es MySQL.

El SGBD a utilizarse para este proyecto será MySQL utilizado en los servicios web desde PHPMyAdmin.

### **2.3.22 Normativas diseños web**

Para la creación de un diseño web, se deben definir ciertas normas, considerando la simplificación de elementos, siendo una tarea compleja, ya que se debe reconocer las características esenciales e ir eliminando los que no lo son.

Algunas normas a tomar en cuenta son:

#### **1. Determinar un objetivo en cada página del sitio**

Se debe tomar en cuenta realizar una especie de mapa conceptual o mapa mental, bosquejado manualmente, para tener una representación más visual de la estructura.

#### **2. Elegir máximo dos familias tipográficas**

La tipografía refuerza un mensaje o personalidad de una marca, por eso debe ser elegido con mucho cuidado, además, se debe asegurar que

las fuentes elegidas sean legibles, limitando el número de éstos para que el diseño tenga una vista coherente.

### **3. Establecer una jerarquía**

En el diseño de una página web, se debe guiar al usuario, es por eso que la navegación debe ser clara, así como sus botones deben ser esencialmente entendibles sus funciones. El dividir la página en secciones que permita identificar a las que el usuario observará con mayor rapidez y frecuencia, permitirá que el diseño sea más amigable para el visitante del sitio.

### **4. Emplear adecuadamente los espacios en blanco**

El uso correcto de espacios en blanco, son de vital importancia, ya que mejoran la legibilidad y lectura fluida del sitio, estos espacios dependen del volumen de contenido.

### **5. Utilizar el contraste para añadir variedad**

Es importante que los elementos sean añadidos correctamente para darle variedad, lo que permite que la composición se vea atractiva y que se evite a identificar el sitio como monótono. Es la forma perfecta para darle dinamismo al sitio, mediante un correcto contraste de los elementos que lo componen.

#### **2.3.23 Propagación de la página web**

Es el medio por el cual se va a dar a conocer el sitio web para la acaparar nuevos clientes, el que siempre va a permitir posicionarse líder en la web y pueda ser visualizado por la mayor cantidad de usuarios que navegan a diario en la web; el que gestiona mediante seudocódigo y aparece a personas que realizan búsqueda sobre servicios similares a los que brinda la empresa.

## **2.4 Fundamentación Legal**

### **2.4.1 Ley de Comercio Electrónico**

#### **LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS**

#### **ELECTRONICAS Y MENSAJES DE DATOS**

#### **TITULO PRELIMINAR**

**“Art. 1.-** Objeto de la ley.- Esta ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas” (Congreso Nacional, 2002).

#### **CAPITULO I**

#### **PRINCIPIOS GENERALES**

**“Art. 2.-** Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.- Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta ley y su reglamento” (Congreso Nacional, 2002).

**“Art. 3.-** Incorporación por remisión.- Se reconoce validez jurídica a la información no contenida directamente en un mensaje de datos, siempre que figure en el mismo, en forma de remisión o de anexo accesible mediante un enlace electrónico directo y su contenido sea conocido y aceptado expresamente por las partes” (Congreso Nacional, 2002).

**“Art. 4.-** Propiedad intelectual.- Los mensajes de datos estarán sometidos a las leyes, reglamentos y acuerdos internacionales relativos a la propiedad intelectual” (Congreso Nacional, 2002).

**“Art. 5.-** Confidencialidad y reserva.- Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su

forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta ley y demás normas que rigen la materia” (Congreso Nacional, 2002).

## **2.4.2 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

### **CAPITULO I**

#### **PRINCIPIOS GENERALES**

**“Art. 1.- Ámbito y Objeto.-** Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2011).

**“Art. 3.- Derechos y Obligaciones Complementarias.-** Los derechos y obligaciones establecidas en la presente ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2011).

### **CAPITULO II**

#### **DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES**

**“Art. 4.- Derechos del Consumidor.-** Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que



conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2011).

**“Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.-** Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2011).

### **CAPITULO III**

#### **REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO**

**“Art. 6.- Publicidad Prohibida.-** Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2011).

**“Art. 7.- Infracciones Publicitarias.-** Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;
3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras;
4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras tales como medallas, premios, trofeos o diplomas” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2011).

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Presentación de la Empresa**

#### **3.1.1 Nombre de la Empresa**

LOKURAS + TEREKES S.A.

#### **3.1.2 Logo de la Empresa**

*Figura 16: Logo de la Empresa Lokuras + Terekes S.A.*



Fuente: Unidad Administrativa de Lokuras + Terekes

#### **3.1.3 Misión**

Pretendemos lograr los máximos patrones de rapidez, complacencia y diversidad de los productos y servicios que brindamos para consolidarnos en el mercado.

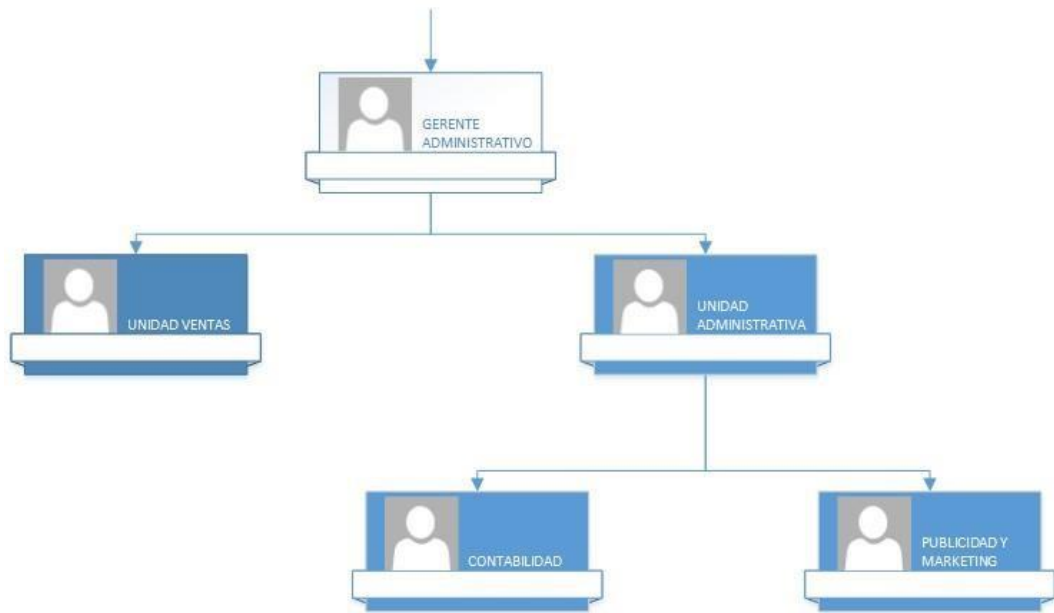
#### **3.1.4 Visión**

Identificarse y ser reconocida como una empresa rápida y confidencial, para que nuestros clientes puedan adquirir de forma "Rápida, Convincente y Entretenida", todo lo necesario para que su celebración o festividad sea un éxito.

#### **3.1.5 Estructura de la Empresa**

*Figura 17: Estructura organizacional de Lokuras + Terekes*

## LOKURAS + TEREKES S.A.



Fuente: Unidad Administrativa de Lokuras + Terekes

Elaborado por: Daniel Bustamante

### 3.2 Diseño de la Investigación

#### 3.2.1 Investigación Cuantitativa

La investigación cuantitativa es la que permite indagar mediante valores numéricos y encontrar conclusiones de acuerdo a opiniones que dan los individuos que son parte de la investigación, con información que es relevante para conocer más sobre las necesidades que se presentan; con cada una de las causas que generan malestares.

“La investigación cuantitativa se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas” (Sarduy Domínguez, 2007).

Mediante la investigación cuantitativa puede recopilar la información y tabular de forma numérica para verificar sin ningún tipo de hipótesis lo que

está pasando en la empresa; de acuerdo a lo que arrojen los resultados y las conclusiones que determine el presente autor del proyecto.

### **3.3 Tipo de Investigación**

#### **3.3.1 Exploratorio**

La investigación exploratoria, permite indagar sobre problemas con poco estudio realizado o realizarlo de forma diferente de acuerdo a la necesidad y lo que se desea solucionar. En esta ocasión se empieza a levantar información de la empresa Lokuras + Terekes S.A. para hallar o mostrar una nueva forma que eleve el nivel de ventas.

“Indagan desde una perspectiva innovadora” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 31).

#### **3.3.2 Descriptivo**

“Consideran al fenómeno estudiado y sus componentes” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Mediante la investigación descriptiva; se considera al problema de forma general teniendo en cuenta cada uno de sus causas y de forma estructurada.

#### **3.3.3 Explicativos**

“Determinan las causas de los fenómenos” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La investigación explicativa según el libro de Hernández Sampieri, es la que permite definir de forma detallada cada una de las causas y los efectos que generan al problema; para de tal forma saber porque lado existe mayor factibilidad de solución.

### **3.3.4 Correlacional**

“Asocian conceptos o variables, permitiendo predicciones” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La investigación correlacional permite determinar cuál es el nivel que une a las dos variables que han sido planteadas en el capítulo II del presente proyecto; para asociar sus variables causando una predicción sobre lo que pueda suceder.

## **3.4 Técnicas de Investigación**

### **3.4.1 Encuesta**

“Toda la investigación depende de que la recolección de datos se haga de la mejor manera posible, para que esos datos reflejen exactamente lo que el investigador desea analizar y tengan suficiente representatividad...” (Salinas, 2012).

Por esta razón es que se usa la técnica de la encuesta en la presente investigación para recopilar la información deseada por el autor y será de forma estructurada en base a preguntas cerradas en forma de cuestionario a las personas que arroje la muestra.

### **3.4.2 Entrevista**

“La entrevista, una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio...” (Troncoso Pantoja & Amaya Placencia, 2017).

Tal como lo indican dichos autores, es una herramienta que ayuda con la recopilación de datos; donde se debe crear un ambiente de confianza para obtener la información que desea el entrevistador para que la investigación

se fructífera y llega a los resultados deseados, logrando la solución de los problemas.

Esta técnica será únicamente aplicada al dueño de la empresa con preguntas una cantidad de 10 preguntas abiertas, donde el entrevistado podrá expandir su información. Para visualizar la entrevista la puede encontrar en el Anexo 1.

### **3.4.3 Análisis de la Entrevista**

La entrevista es aplicada únicamente al dueño de la empresa para saber más a fondo como es la situación actual y como se están manejando dichos procesos que se desean mejorar para resolver la problemática que se ha vendido estudiando a lo largo de la investigación,

#### **1.- ¿Actualmente cuál es el medio promocional de sus servicios?**

En la actualidad mi publicidad es mediante hojas volantes que se entregan en el sector de mi empresa para darnos a conocer.

#### **2.- ¿Su empresa actualmente consta con una aplicación web donde promocióne sus servicios de organización de eventos?**

No contamos con ninguna aplicación web para promocionar nuestros servicios como organización de eventos.

#### **3.- ¿Consta de un FanPage o utiliza redes sociales para promocionar sus servicios?**

No, mi empresa no está registrada en ninguna red social en la actualidad debido a que no contamos con un departamento que nos gestione la publicidad de la misma.

#### **4.- ¿Cuál es su mercado objetivo?**

Es llegar a toda la ciudad mediante publicidad y darnos a conocer, para organizar todo tipo de evento social el cual solicite el cliente.

**5.- ¿La empresa consta con los medios tecnológicos para llevar a cabo el proyecto?**

Si contamos con el recurso económico para adquirir los requerimientos que indica el autor de proyecto y estamos dispuestos a realizar la implementación del mismo para lograr nuestros objetivos.

**6.- ¿Una vez se desarrolle el plan promocional a través de una página web de propiedad de la empresa como piensa realizar la gestión del evento?**

La gestión del evento se piensa automatizar mediante la aplicación web, donde el cliente pueda seleccionar el tipo de evento que desea y con sus respectivos detalles donde va a encontrar todo con sus respectivos costos para las respectivas cotizaciones y ver cual está dentro de su presupuesto.

**7.- ¿De qué manera actualmente lleva el registro de la organización de los eventos?**

Los eventos en la actualidad lo manejan cada asesor en su agenda donde lleva el registro de lo que el cliente desea.

**8.- ¿Tienes proveedores para todo tipo de evento?**

Contamos con los proveedores que nos brindan los productos más actuales para las fiestas y nuestro stock propio.

**9.- ¿Ud. tiene Logística propia para la organización de los eventos o subcontrata?**

Disponemos la logística de stock disponible para la decoración de un evento y se contrata lo que es el buffet dependiendo lo que el cliente requiera.

**10.- ¿Ud. realizara el cierre del evento en la página?**

No, debido que el sitio web solo es para gestionar o contratar el evento que desea el cliente.



### 3.5 Población y Muestra

#### 3.5.1 Población

“La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar” (Ventura León, 2017).

Por lo tanto, para el presente proyecto lo que desea determinar es el volumen de ventas que está teniendo en la actualidad la empresa LOKURAS + TEREKES S.A., pero ellos no cuentan con una cartera de clientes establecida de la cual se pueda obtener información.

La población de clientes que tiene la empresa es de 300 personas de la población con la que cuenta el sector donde la empresa está ubicada que es en el sur-oeste de la ciudad de Guayaquil.

*Tabla 1. Población de LOKURAS + TEREKES S.A.*

<b>Sector</b>	<b>Cantidad</b>
Sur-oeste	300

Elaborado por: Daniel Bustamante

#### 3.5.2 Muestra

La muestra es una pequeña porción de la población o universo que se pretende estudiar, a los cuales se escogen que tengan similitudes con diferentes perspectivas para realizar el respectivo estudio y obtener la información relevante para el proyecto.

“Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación” (López, 2004).

Pero para obtener dicha muestra se aplica un respectivo método, el cual contiene una formula en la que el presente autor debe otorgar valores de nivel de confianza y el margen de error que estima.

“Es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población” (López, 2004).

De esta forma al tener una población de 300 personas se aplicará la siguiente fórmula de muestreo con un nivel de confianza del 95% y estimar un margen de error del 10% para que arroje una cantidad con la cual se pueda abarcar en la totalidad para el estudio respectivo.

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (300)}{(300- 1) (0.1)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 73//$$

Con la aplicación de la fórmula se determina que se va aplicar la encuesta a 73 personas del sector donde está ubicado el negocio o a su vez clientes que lleguen a realizar compra en la misma para conocer detalladamente mayor información sobre las falencias en la actualidad y mejoras que se puedan dar.

La encuesta aplicada a las personas se encuentra en el anexo 2.

### 3.5.3 Resultados y análisis de la encuesta

1.- ¿Con que frecuencia compra artículos de fiesta?

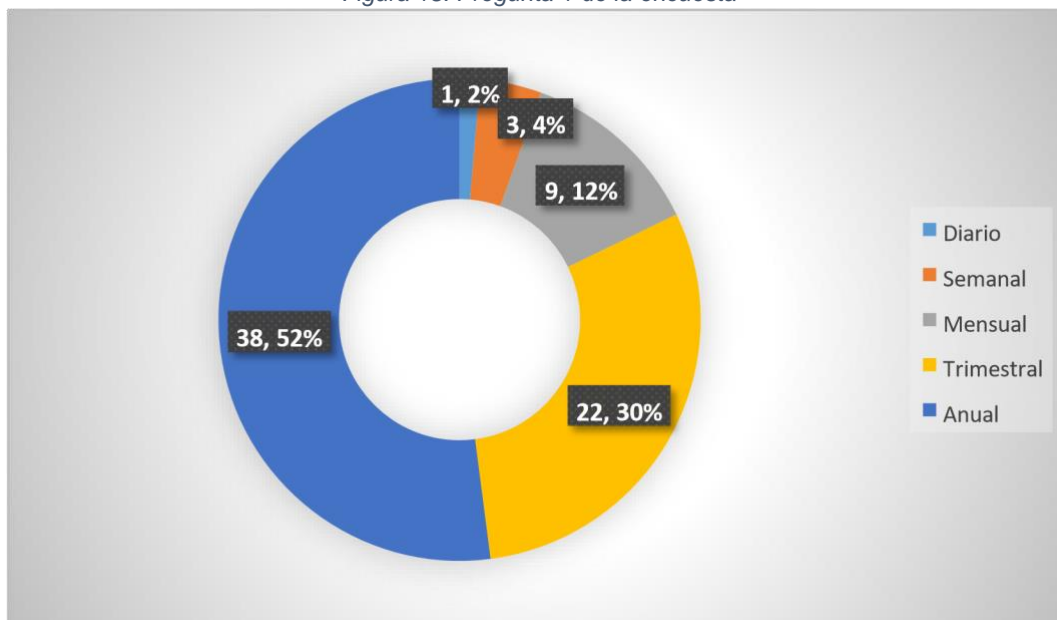
Tabla 2: Pregunta 1 de la encuesta

Ítem	Cantidad	Porcentaje
Diario	1	2%
Semanal	3	4%
Mensual	9	12%

Trimestral	22	30%
Anual	38	52%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura 18: Pregunta 1 de la encuesta



Elaborado por: Daniel Bustamante

Según los encuestados con un 52% son lo que compran artículos de fiesta una vez en el año, seguido de un 30% que lo hacen cada tres meses, es decir hay un gran margen potencial en estos clientes si se da a conocer la empresa.

2.- ¿Le gustaría conocer los productos que ofrece LOKURAS + TEREKES S.A.?

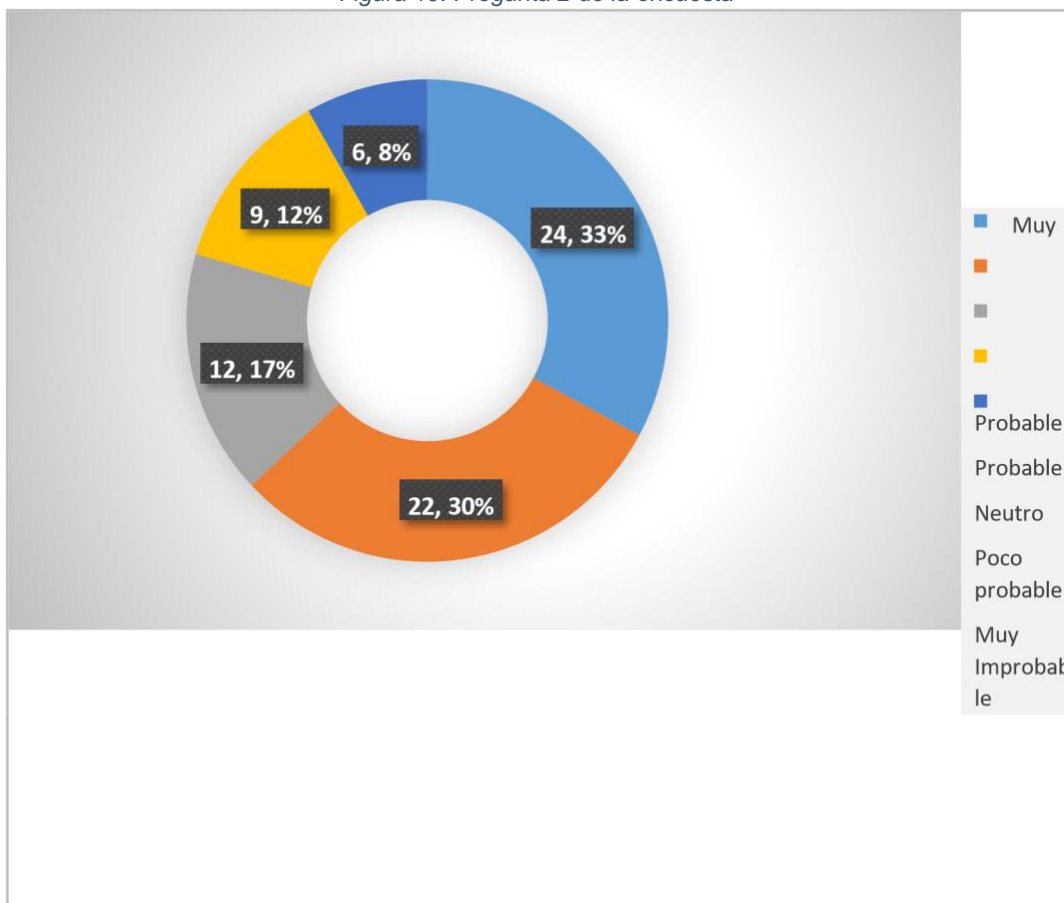
Tabla 3: Pregunta 2 de la encuesta

Ítem	Cantidad	Porcentaje
Muy Probable	24	33%
Probable	22	30%
Neutro	12	17%
Poco probable	9	12%

Muy Improbable	6	8%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura 19: Pregunta 2 de la encuesta



Elaborado por: Daniel Bustamante

A un gran margen de las personas encuestadas le gustaría conocer sobre los productos que ofrece la empresa LOKURAS + TEREKES S.A., porque es un método el cual les permite ahorrar tiempo y acudir a realizar la compra de forma directa; mientras que tan solo un 8% no concuerda con aquello y le es muy improbable.

3.- ¿Está de acuerdo en utilizar una página web para ahorrar tiempo en cotizaciones para fiesta en la empresa LOKURA + TEREKES?

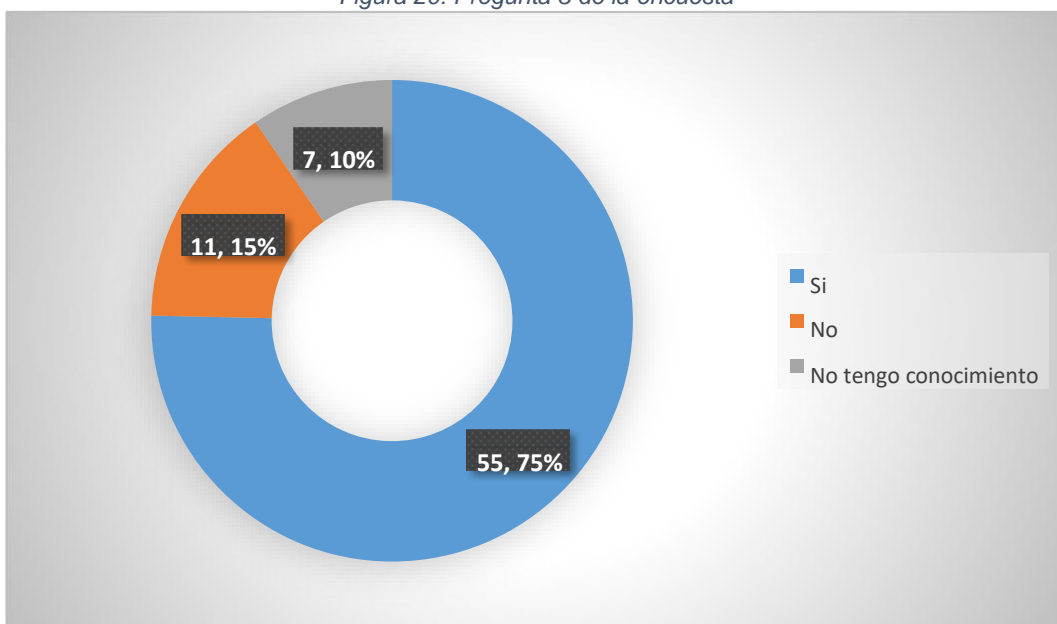
Tabla 4: Pregunta 3 de la encuesta

Ítem	Cantidad	Porcentaje
------	----------	------------

Si	55	75%
No	11	15%
No tengo conocimiento	7	10%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura 20: Pregunta 3 de la encuesta



Elaborado por: Daniel Bustamante

Mediante esta pregunta se pudo conocer que la personas si están interesadas en que exista un sitio web para poder cotizar los costos y de esta forma ahorrar tiempo y poder decidir dónde ir a comprar; siendo este el pensamiento del 75% de las personas encuestadas.

4.- ¿Marque la red social que más utiliza usted?

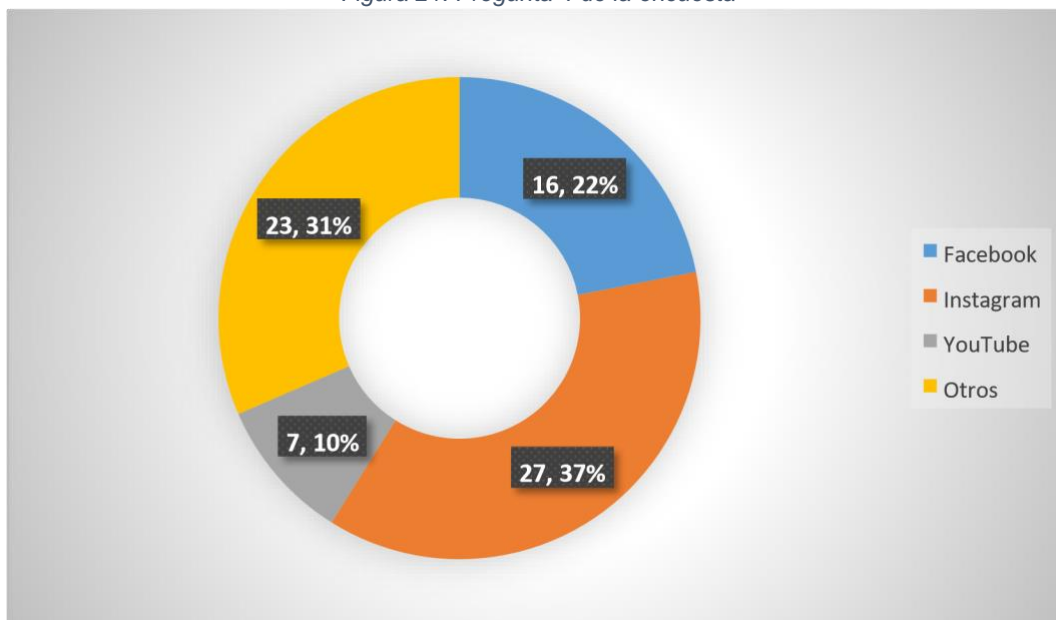
Tabla 5: Pregunta 4 de la encuesta

Ítem	Cantidad	Porcentaje
Facebook	16	22%
Instagram	27	37%
YouTube	7	10%

Otros	23	31%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura 21: Pregunta 4 de la encuesta



Elaborado por: Daniel Bustamante

El 37% de la población encuesta afirma que la red social que más usa es Instagram, seguido de un 31% que indica otros, lo cual se lo maneja como si fuese la red social de mensajería más usada en la actualidad Whatsapp.

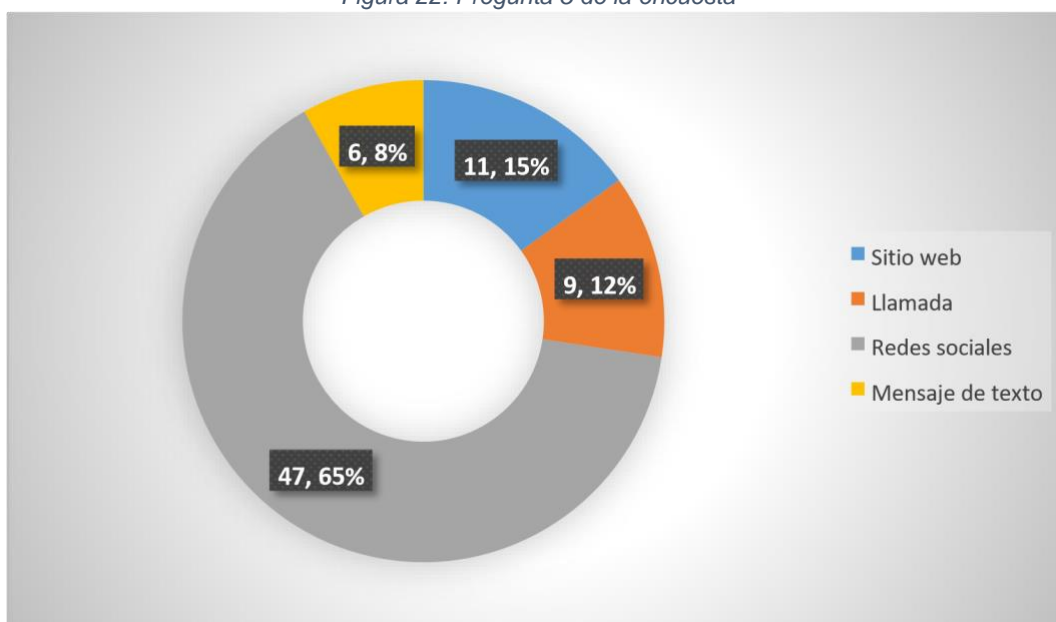
5.- ¿Mediante que método le gustaría realizar la compra en la empresa LOKURAS + TEREKES?

Tabla 6: Pregunta 5 de la encuesta

Ítem	Cantidad	Porcentaje
Sitio web	11	15%
Llamada	9	12%
Redes sociales	47	65%
Mensaje de texto	6	8%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura 22: Pregunta 5 de la encuesta



Elaborado por: Daniel Bustamante

Las personas en la actualidad prefieren con un 65% realizar la compra o un pedido mediante las redes sociales debido que le brinda mayor facilidad en la comunicación y está al alcance de la mayor parte de la población, en un futuro se haría la creación del sitio web como un medio para darse a conocer y que mediante otra aplicación gestione el pedido o la venta.

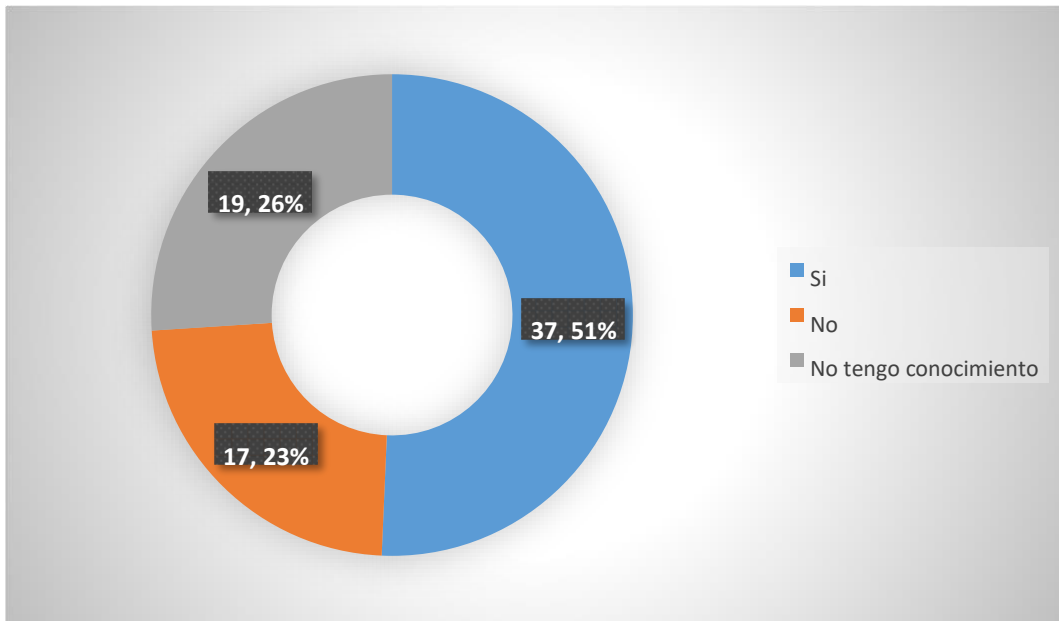
6.- ¿Usted está a favor de las compras que se realizan por internet?

Tabla 7: Pregunta 6 de la encuesta

Ítem	Cantidad	Porcentaje
Si	37	51%
No	17	23%
No tengo conocimiento	19	26%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura 23: Pregunta 6 de la encuesta



Elaborado por: Daniel Bustamante

El 23% de la población encuesta no está a favor de las compras de internet debido a que en algún momento se le han presentado varios malestares o escenarios que no han sido nada bueno para dicho cliente.

7.- ¿Qué tipo de calificación usted lo otorga a las páginas de ventas por internet?

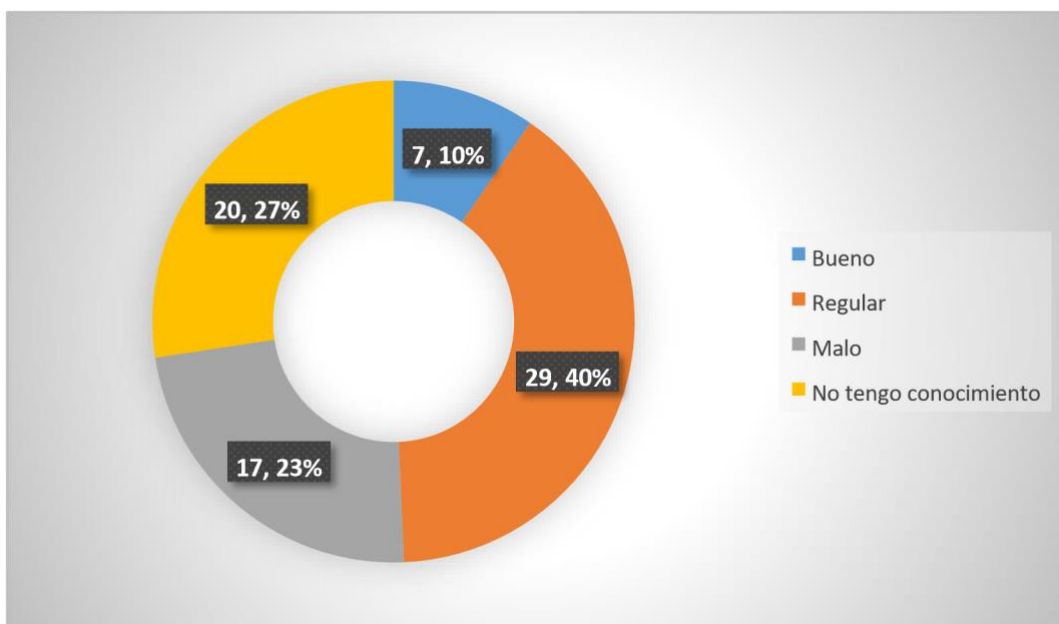
Tabla 8: Pregunta 7 de la encuesta

Ítem	Cantidad	Porcentaje
Bueno	7	10%
Regular	29	40%
Malo	17	23%
No tengo conocimiento	20	27%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura 24: Pregunta 7 de la encuesta





Elaborado por: Daniel Bustamante

La mayor parte de la población con un 40% afirma que los sitios web que realizan ventas por internet son regulares debido a que todo tiene ventajas y desventajas, lo que se pretende con el actual proyecto es mejorar o tomar de ejemplo sistemas similares para futuras correcciones.

8.- ¿Considera usted que es importante tener una página web para vender productos de fiesta en la empresa LOKURAS + TEREKES?

Tabla 9: Pregunta 8 de la encuesta

Ítem	Cantidad	Porcentaje
Si	19	26%
Tal vez	28	38%
No	22	30%
No tengo conocimiento	4	6%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

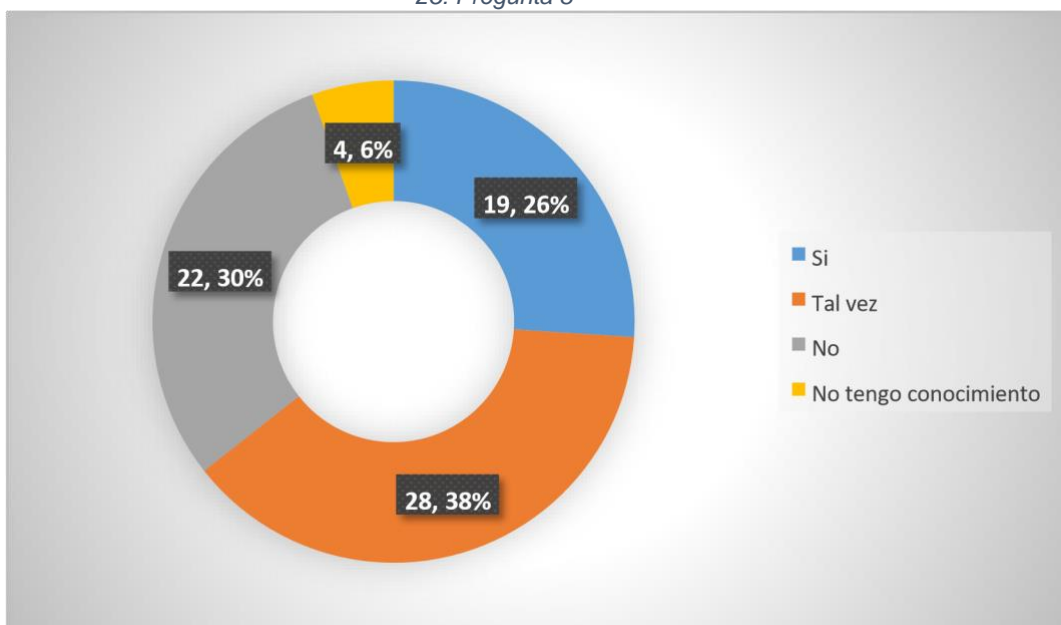
Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura de la encuesta

<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------	-------------

<b>Ítem</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	17	23%
No	36	49%
No tengo conocimiento	20	28%

25: Pregunta 8



Elaborado por: Daniel Bustamante

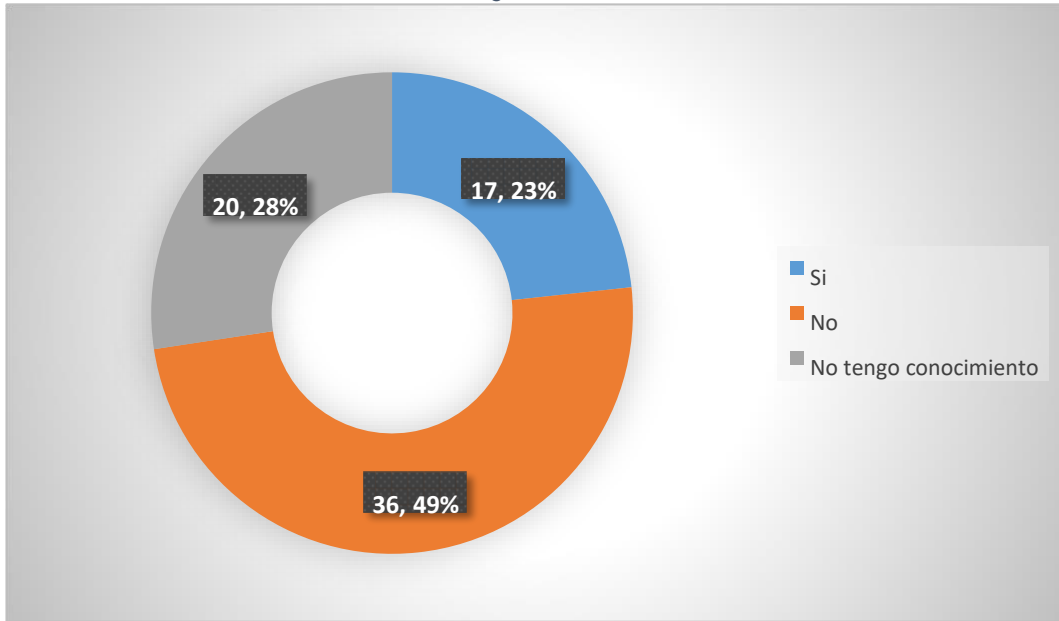
El 30% de las personas aseguran que no es necesario que una empresa cuente con una página para vender productos, pero en la actualidad es la mejor publicidad para darse a conocer y liderar el mercado y obtener un crecimiento deseado.

Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura de la encuesta

9.- ¿En alguna ocasión ha realizado una compra o pedido en alguna página web?

Tabla 10: Pregunta 9 de la encuesta  
26: Pregunta 9



Elaborado por: Daniel Bustamante

El 49% de la población aduce que no ha realizado ningún pedido ni compra por internet, pero para lograr que ese tipo de personas cambien su forma de pensar es brindar charlas y que el sitio web llegue al objetivo deseado.

10.- ¿Usted qué tan seguro se siente realizando un pedido o compra por internet?

Tabla 11: Pregunta 10 de la encuesta

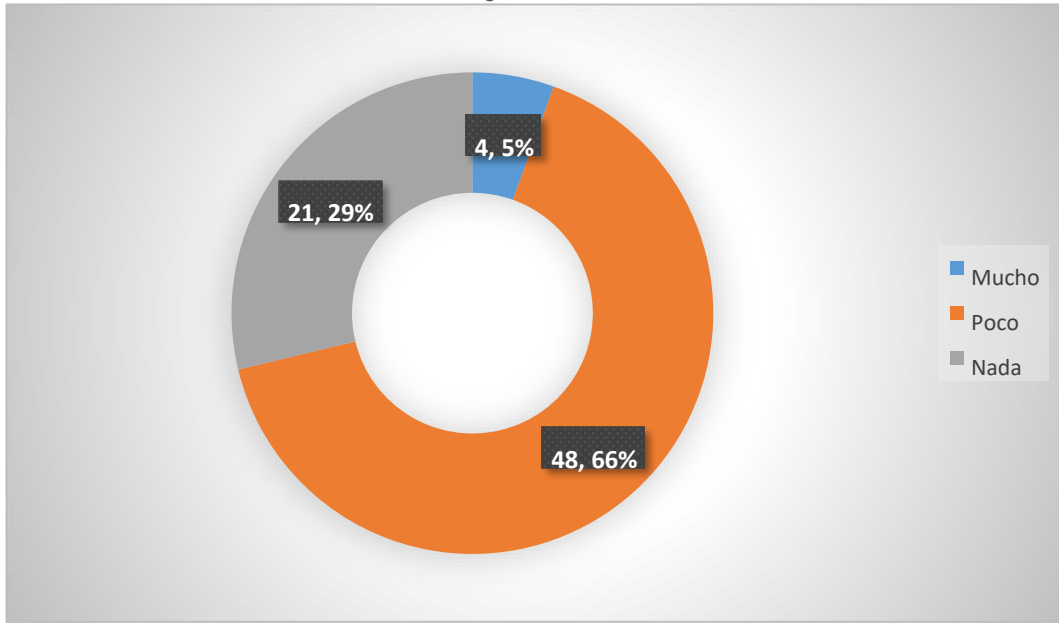
Ítem	Cantidad	Porcentaje
Mucho	4	5%
Poco	48	66%

Elaborado por: Daniel Bustamante

Figura de la encuesta

Nada	21	29%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

27: Pregunta 10



Elaborado por: Daniel Bustamante

El 66% de la población siente poca seguridad al realizar compras por internet, en un inicio solo será un gestor de pedidos y que los clientes puedan retirar en las instalaciones de la empresa.

### 3.6 Requerimientos

#### 3.6.1 Hardware

Tabla 12: Requerimiento de hardware

Cantidad	Descripción
4	Conectores RJ45 para la conexión de red
1	Cable de red CAT6, 20 metros
1	Computador servidor o central

Elaborado por: Daniel Bustamante

### 3.6.2 Software

*Tabla 13: Requerimiento de Software*

<b>Cantidad</b>	<b>Programa</b>
4	Notepad++
1	Navegador
1	MySQL

Elaborado por: Daniel Bustamante

### 3.6.3 Red

*Tabla 14: Requerimiento de Red*

<b>Cantidad</b>	<b>Programa</b>
1	Internet 40Mbps
1	Hosting
1	Dominio

Elaborado por: Daniel Bustamante

### 3.6.4 Personal

*Tabla 15: Requerimiento de Personal*

<b>Cargo</b>	<b>Fase</b>	<b>Cantidad</b>
Analista	Levantamiento y Diseño	1
Programador	Desarrollo	1

Elaborado por: Daniel Bustamante

### 3.7 Costos y Presupuestos

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor U</b>	<b>Valor T</b>
4	Conectores RJ45 para la conexión de red	\$0,25	\$1,00
1	Cable de red CAT6, 20 metros	\$0,40	\$8,00

Tabla 16: Costo de hardware

1	Computador servidor o central	\$1270,00	\$1270,00
---	-------------------------------	-----------	-----------

Elaborado por: Daniel Bustamante

### 3.7.1 Software

Tabla 17: Costo de Software

Cantidad	Programa	Valor U	Valor T
4	Notepad++	\$0,00	\$0,00
1	Navegador	\$0,00	\$0,00
1	MySQL	\$725,00	\$725,00

Elaborado por: Daniel Bustamante

### 3.7.2 Red

Tabla 18: Costo de red

Cantidad	Programa	Valor U	Valor T
1	Internet 40Mbps (3 meses)	\$32,80	\$98,40
1	Hosting (1 año)	\$9,99	\$119,88
1	Dominio (1 año)	\$7,15	\$85,80

Elaborado por: Daniel Bustamante

### 3.7.3 Personal

Tabla 19: Costo del Personal

Cargo	Fase	Cantidad	Valor
Analista	Levantamiento y Diseño	1	\$350,00
Programador	Desarrollo	1	\$500,00

Elaborado por: Daniel Bustamante

### 3.7.4 Total

Tabla 20: Costo total del proyecto

Detalle	Valor
Hardware	\$1279,00
Software	\$725,00
Red	\$304,08

Personal	\$850,00
<b>Total</b>	<b>\$3158,08</b>

Elaborado por: Daniel Bustamante

El presupuesto total es de un monto de tres mil ciento cincuenta y ocho dólares americanos con ocho centavos, el mismo que la empresa está de acuerdo con la inversión para mejorar sus procesos de ventas y publicidad con la finalidad de lograr el crecimiento y la misión de la misma.

## **CAPITULO IV: LA PROPUESTA**

### **4.1 Objetivos**

#### **4.1.1 Objetivo general de la propuesta**

Diseñar una página web que permita gestionar reservación para todo tipo de evento social y promocionar sus productos.

#### **4.1.2 Objetivos específicos de la propuesta**

- Identificar los beneficios de la creación de la página web
- Diseñar la estructura de la página web
- Establecer el modelo de datos que soporte la información de la página web

### **4.2 Beneficios de la página web**

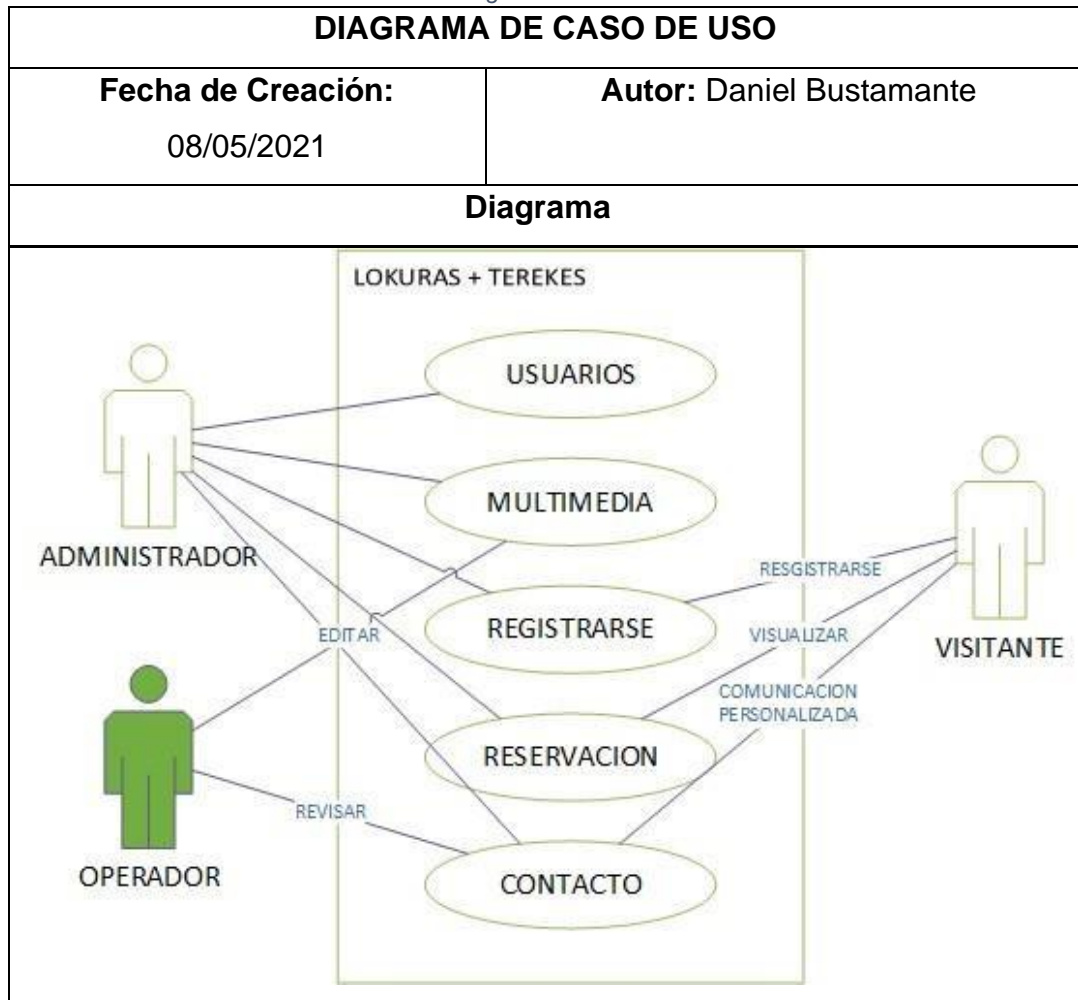
- Contar con un sitio web que ayude a cotizar un evento social
- Tener varias opciones para el evento social en un mismo sitio
- Apoyar con una atención personalizada sin salir de su casa
- Ahorro de tiempo para el cliente
- Incremento de clientes para la empresa



### 4.3 Descripción de la Propuesta

#### 4.3.1 Diagrama de Caso de Uso UML

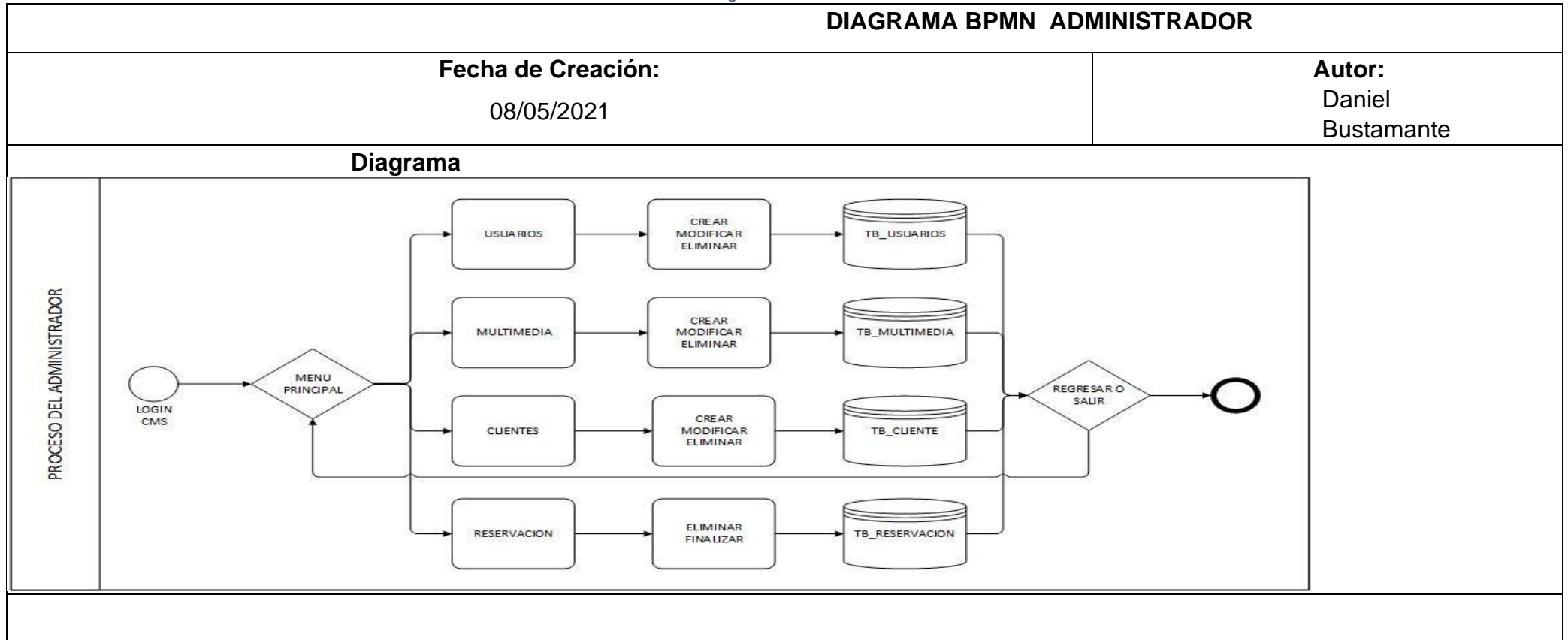
Tabla 21: Diagrama de Caso de Uso



Elaborado por: Daniel Bustamante

### 4.3.2 Diagrama BPMN

Tabla 22: Diagrama BPMN Administrador



Elaborado por: Daniel Bustamante

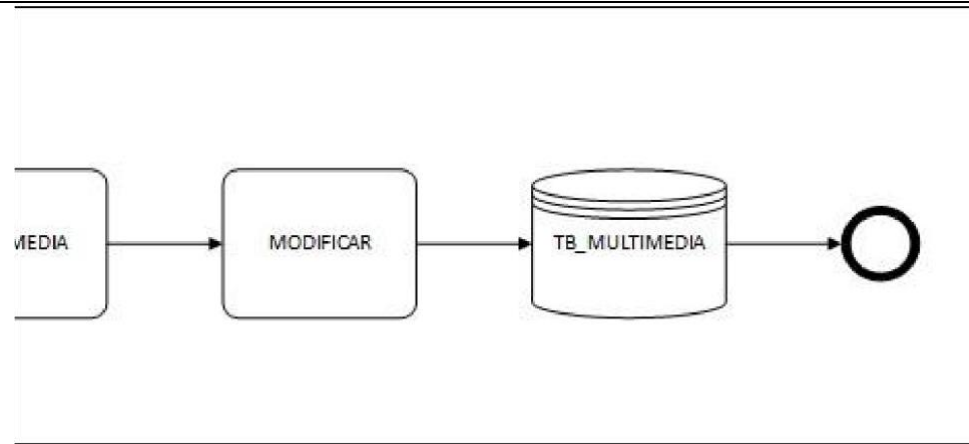
Tabla 23: Diagrama BPMN Operador

**DIAGRAMA BPMN OPERADOR**

**Fecha de Creación:**  
08/05/2021

**Autor:**  
Daniel  
Bustamante

**Diagrama**



Elaborado por: Daniel Bustamante

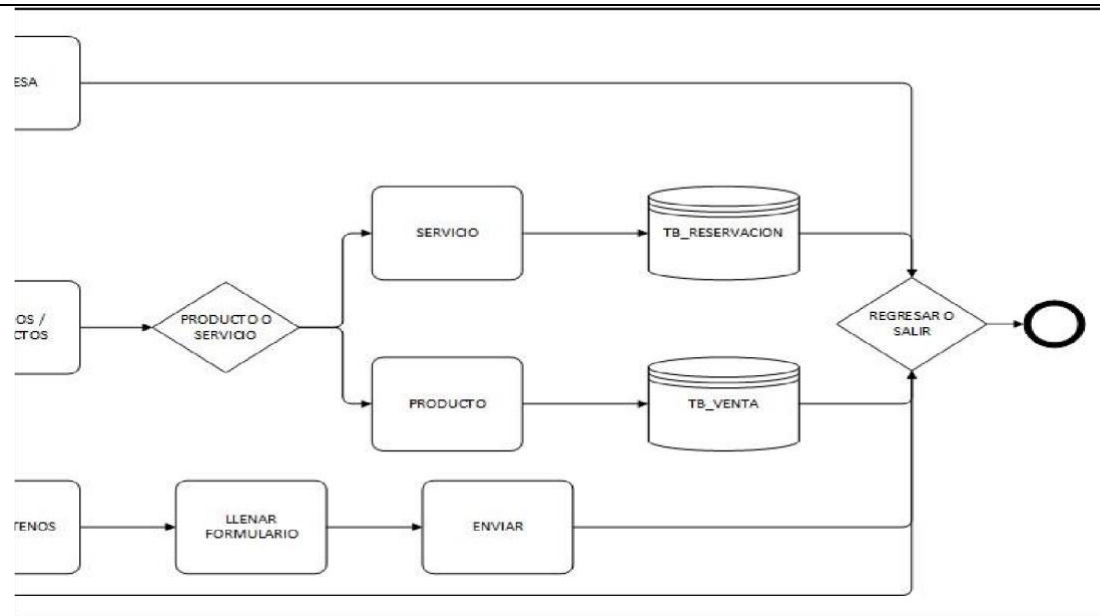
Tabla 24: Diagrama BPMN Visitante

### DIAGRAMA BPM N VISITANTE

**Fecha de Creación:**  
08/05/2021

**Autor:**  
Daniel  
Bustamante

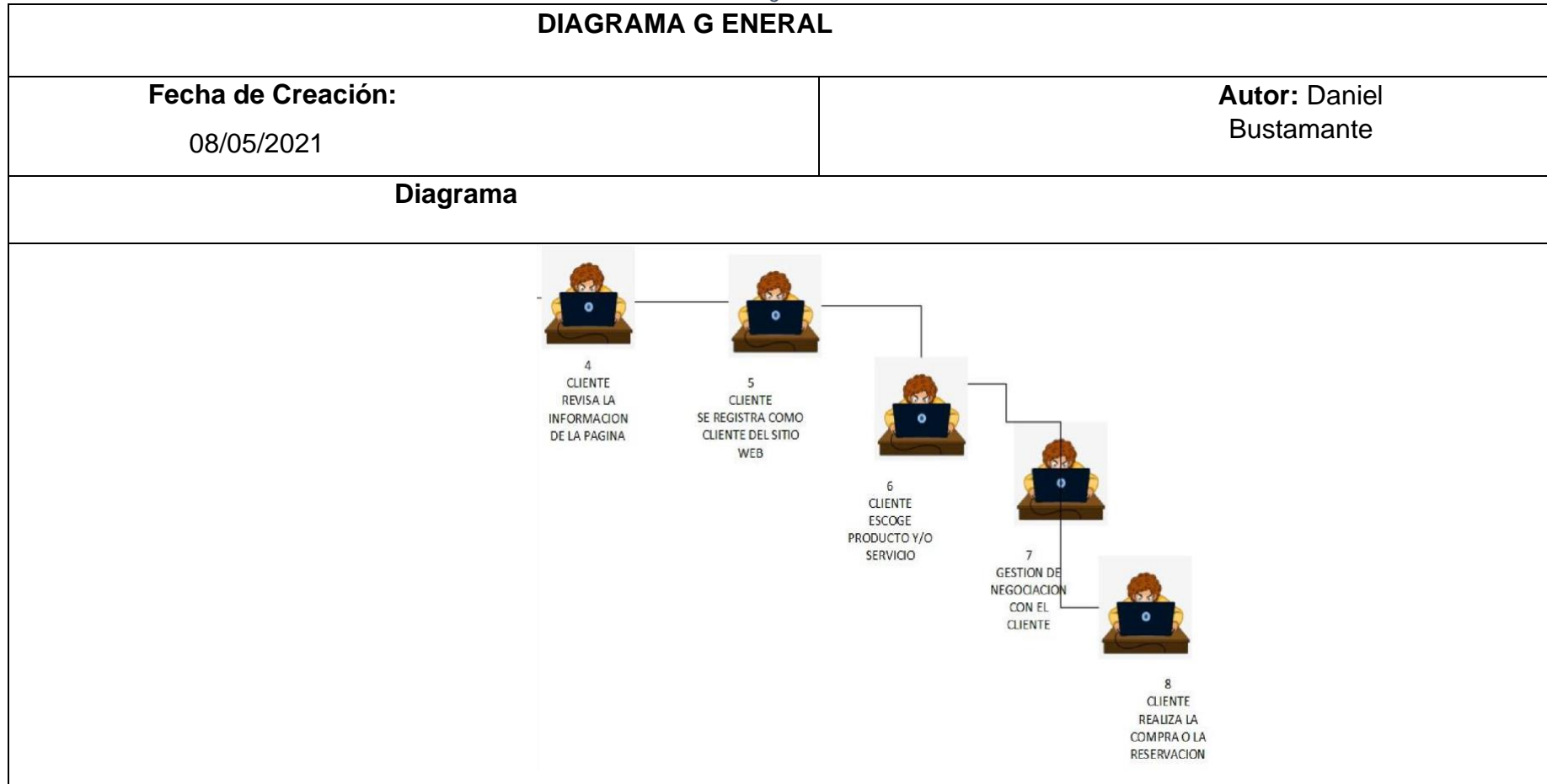
#### Diagrama



Elaborado por: Daniel Bustamante

### 4.3.3 Diagrama General del Sitio web

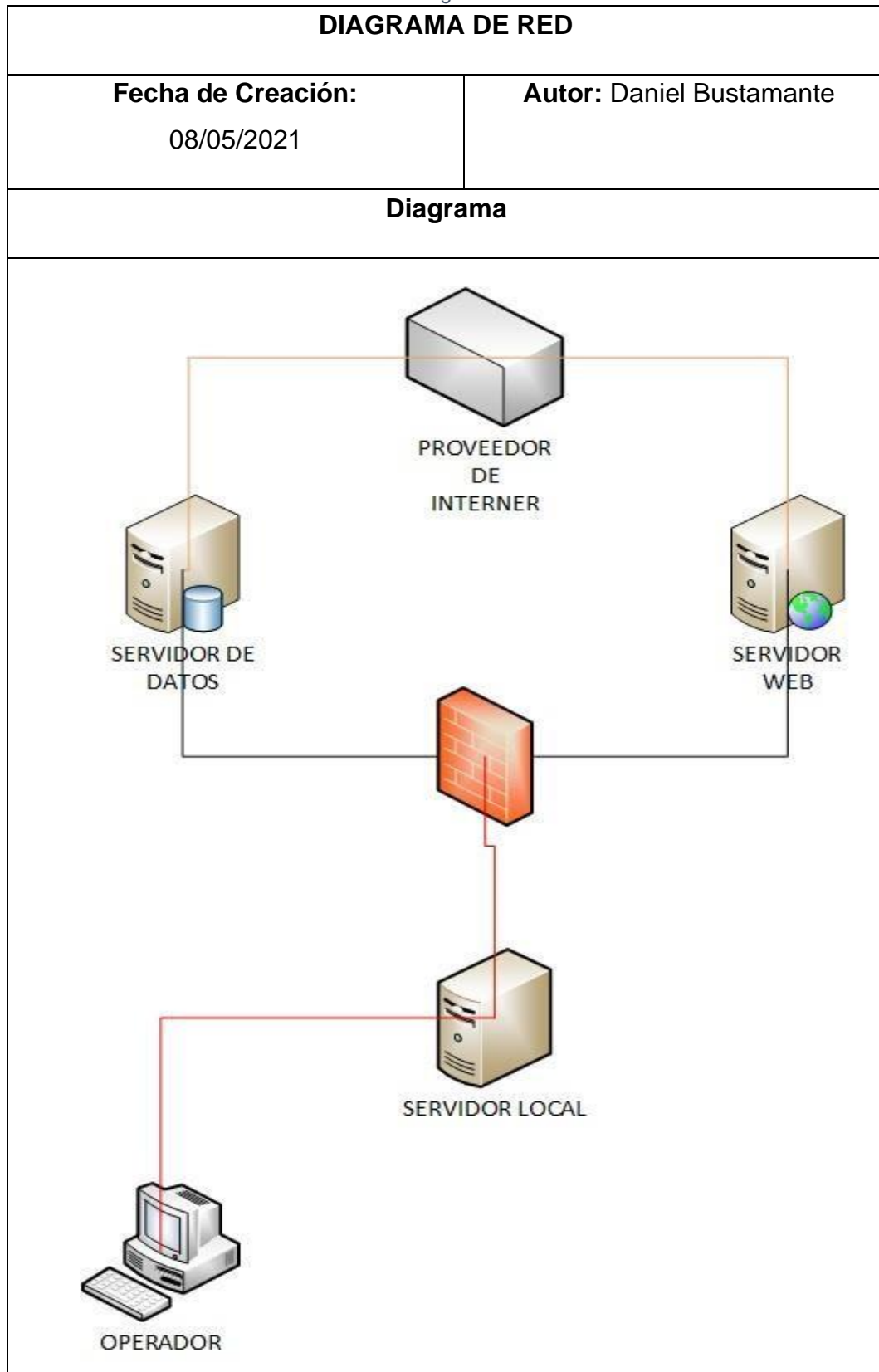
Tabla 25: Diagrama General



Elaborado por: Daniel Bustamante

#### 4.3.4 Diagrama de Red

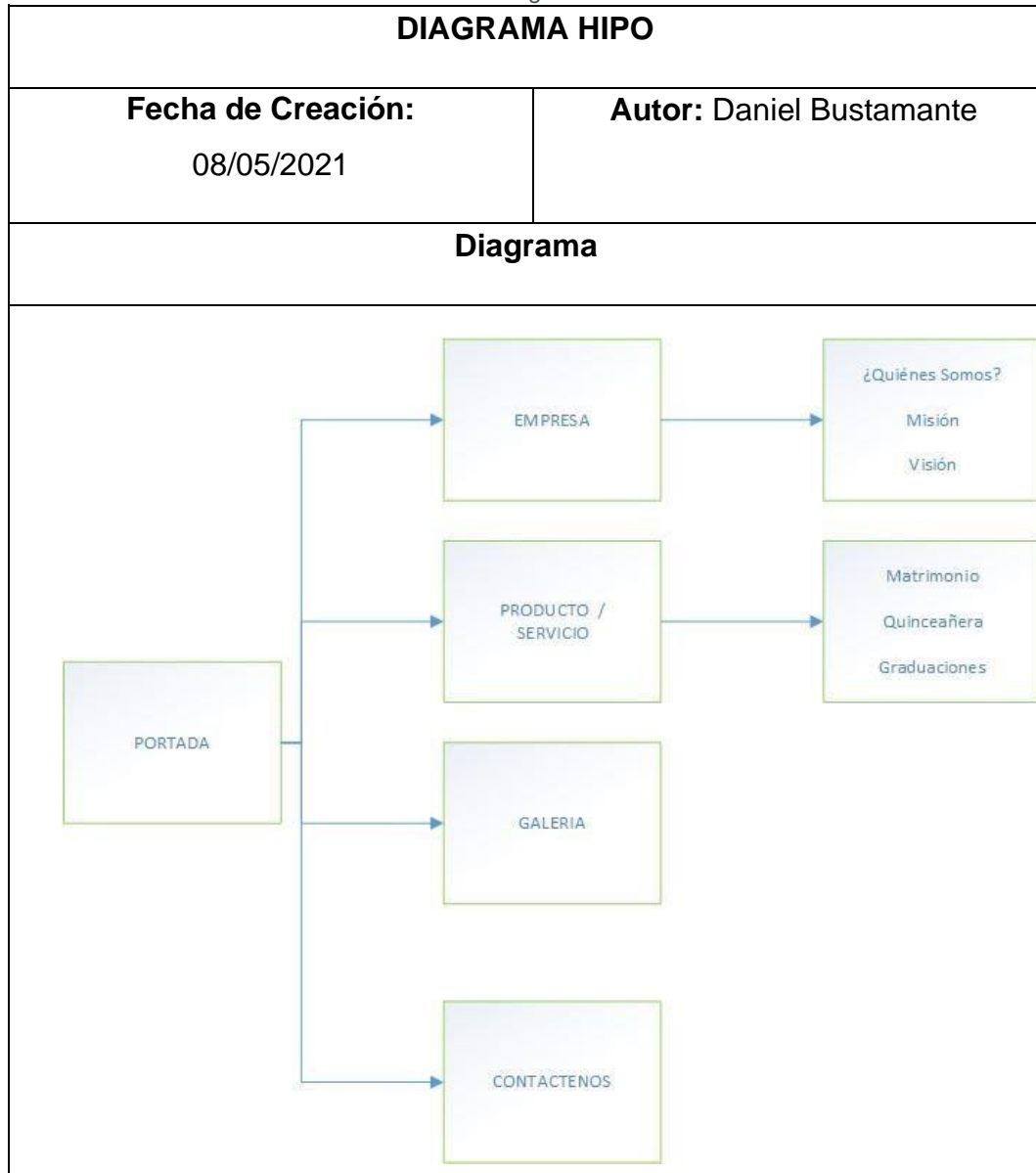
Tabla 26: Diagrama de Red



Elaborado por: Daniel Bustamante

### 4.3.5 Diagrama HIPO

Tabla 27: Diagrama HIPO



Elaborado por: Daniel Bustamante

#### 4.4 Diseño de las Pantallas

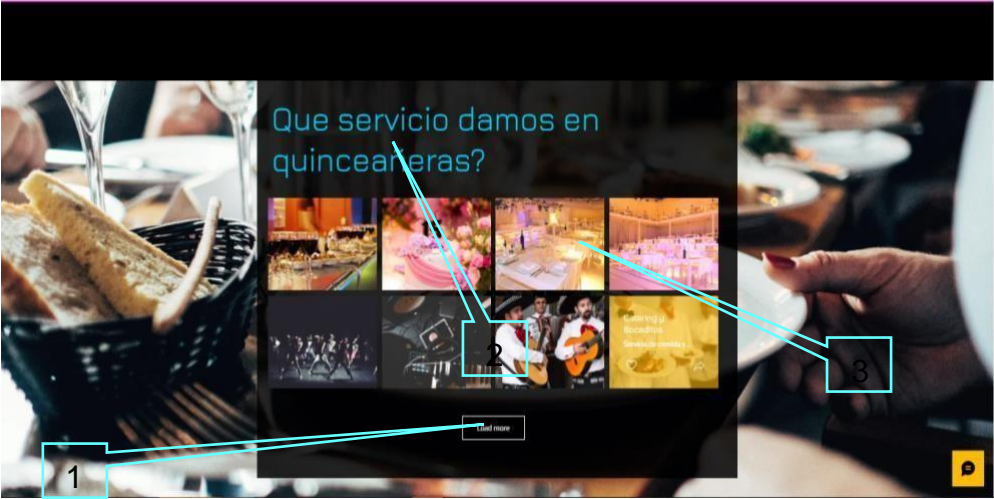
PANTALLA PRINCIPAL		
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021		<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
Descripción		
Pantalla principal del sitio web donde se puede visualizar todas las secciones		
Pantalla		
		
Comandos		
#	Comando	Función
1	EnIAcerca	Se dirige a la seccion acerca de nosotros
2	EnIServicios	Se dirige a la seccion de los servicios
3	EnIContacto	Se dirige a la seccion contactenos



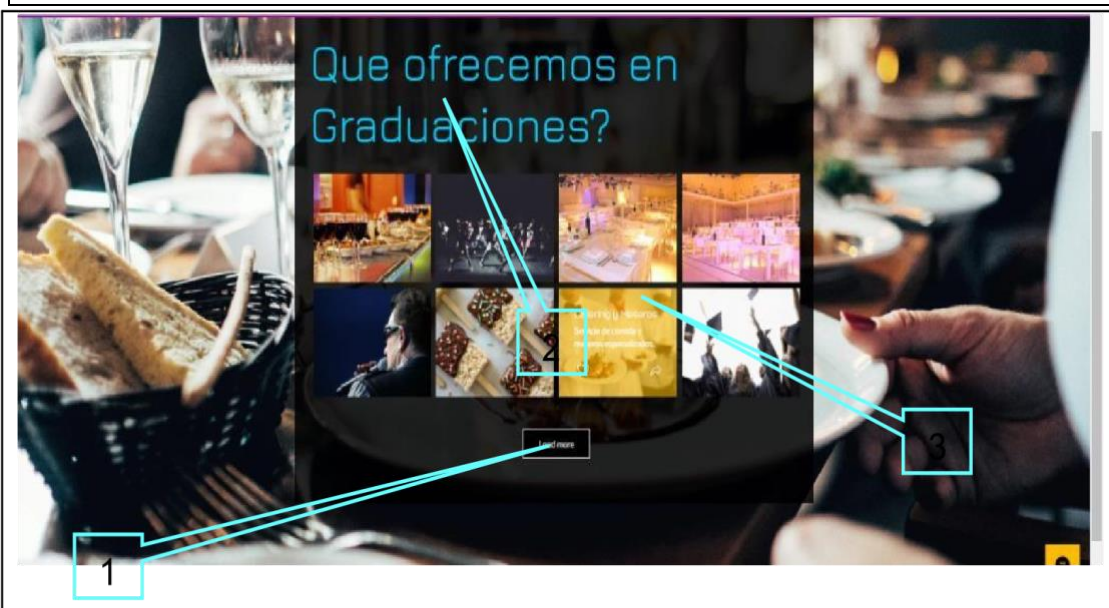
ACERCA DE		
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021		<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
Descripción		
Pantalla donde se encuentra la información acerca de la empresa		
Pantalla		
Comandos		
#	Comando	Función
1	EnInicio	Se dirige a la portada
2	EnServicios	Se dirige a la seccion de los servicios
3	EnContacto	Se dirige a la seccion contactenos

MENU SERVICIOS		
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021		<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
Descripción		
Pantalla donde se despliega los tipos de eventos que cubra la empresa		
Pantalla		
Comandos		
#	Comando	Función
1	EnIMatri	Servicio de matrimonio
2	EnIQuince	Servicio de quinceañera
3	EnIGradu	Servicio de graduaciones

<b>MATRIMONIOS</b>		
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021	<b>Autor:</b> Daniel Bustamante	
<b>Descripción</b>		
Pantalla donde se puede visualizar lo que se brinda en el servicio para un matrimonio		
<b>Pantalla</b>		
		
<b>Comandos</b>		
#	Comando	Función
1	Btnleer	Boton para ver mas informacion
2	Lbltitulo	Titulo de la seccion
3	imgmatrimonio	Galeria de matrimonio

QUINCEAÑERA		
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021		<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
Descripción		
Pantalla donde se puede visualizar lo que se brinda en el servicio para un de quinceañera		
Pantalla		
		
Comandos		
#	Comando	Función
1	Btnleer	Boton para ver mas informacion
2	Lbltitulo	Titulo de la seccion
3	imgQuince	Galeria de quinceañera

GRADUACIONES	
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021	<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Descripción</b>	
Pantalla donde se puede visualizar lo que se brinda en el servicio para un de graduación	
<b>Pantalla</b>	



Comandos		
#	Comando	Función
1	Btnleer	Boton para ver mas informacion
2	Lbltitulo	Titulo de la seccion
3	imgGradu	Galeria de graduaciones

GALERIA	
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021	<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
Descripción	
Galería de los eventos realizados por la empresa	
Pantalla	

Comandos		
#	Comando	Función
1	Btnleer	Boton para ver mas informacion
2	Lbltitulo	Titulo de la seccion
3	imgGaleria	Imágenes de la galeria



CONTACTENOS		
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021		<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
Descripción		
Sección de contáctenos para atención personalizada		
Pantalla		
Comandos		
#	Comando	Función
1	Txtnombre	Nombre de la persona que hace el contacto
2	Txtmensaje	Mensaje
3	Txtcorreo	Correo de la persona que hace el contacto

<b>PANTALLAS RESPONSIVO</b>		
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021	<b>Autor:</b> Daniel Bustamante	
<b>Descripción</b>		
El sitio web puede ser visto desde cualquier dispositivo con acceso a internet		
<b>Pantalla</b>		



#### 4.4.1 Pantallas del Operador

<b>RESERVACION</b>																		
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021	<b>Autor:</b> Daniel Bustamante																	
<b>Pantalla</b>																		
<div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p><b>Ingreso de Formulario</b></p> <p style="font-size: small; margin-bottom: 5px;"> <a href="#">Datos Cotizacion Evento</a>   <a href="#">Escoger Proveedores</a>   <a href="#">Escoger Servicios</a>   <a href="#">Escoger Clientes</a> </p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%; border-bottom: 1px solid #ccc;">DESCRIPCION EVENTO ORGANIZARSE Negocio de Barber Shop VIP</td> <td style="width: 25%; border-bottom: 1px solid #ccc;">SERVICIO 1 CATERING</td> <td style="width: 25%; border-bottom: 1px solid #ccc;">SERVICIO 2 FLORERIA</td> <td style="width: 25%; border-bottom: 1px solid #ccc;">SERVICIO 3 FOTOGRAFIA</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid #ccc;">PROVEEDOR SERVICIO 1 CATERING SOLUTIONS S.A.</td> <td style="border-bottom: 1px solid #ccc;">PROVEEDOR SERVICIO 2 FLORERIA ROSAS S.A.</td> <td colspan="2" style="border-bottom: 1px solid #ccc;">PROVEEDOR SERVICIO 3 FOTOS&amp;VIDEOS S.A.</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid #ccc;">FECHA DEL EVENTO dd/mm/aaaa</td> <td style="border-bottom: 1px solid #ccc;">NUMERO DE PERSONAS</td> <td colspan="2" style="border-bottom: 1px solid #ccc;">VALOR SIN IVA</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid #ccc;">IVA</td> <td style="border-bottom: 1px solid #ccc;">TOTAL EVENTO</td> <td colspan="2" style="border-bottom: 1px solid #ccc;">OBSERVACION</td> </tr> </table> <p style="margin-top: 10px;"> <span style="border: 1px solid #00aaff; padding: 2px 5px; color: white; font-weight: bold;">Grabar Mensaje</span> <span style="float: right; margin-right: 20px;"> <span style="border: 1px solid #00aaff; padding: 2px 5px; color: white; font-weight: bold;">Cerrar</span> <span style="border: 1px solid #00aaff; padding: 2px 5px; color: white; font-weight: bold;">Generar Solicitud</span> </span> </p> </div>			DESCRIPCION EVENTO ORGANIZARSE Negocio de Barber Shop VIP	SERVICIO 1 CATERING	SERVICIO 2 FLORERIA	SERVICIO 3 FOTOGRAFIA	PROVEEDOR SERVICIO 1 CATERING SOLUTIONS S.A.	PROVEEDOR SERVICIO 2 FLORERIA ROSAS S.A.	PROVEEDOR SERVICIO 3 FOTOS&VIDEOS S.A.		FECHA DEL EVENTO dd/mm/aaaa	NUMERO DE PERSONAS	VALOR SIN IVA		IVA	TOTAL EVENTO	OBSERVACION	
DESCRIPCION EVENTO ORGANIZARSE Negocio de Barber Shop VIP	SERVICIO 1 CATERING	SERVICIO 2 FLORERIA	SERVICIO 3 FOTOGRAFIA															
PROVEEDOR SERVICIO 1 CATERING SOLUTIONS S.A.	PROVEEDOR SERVICIO 2 FLORERIA ROSAS S.A.	PROVEEDOR SERVICIO 3 FOTOS&VIDEOS S.A.																
FECHA DEL EVENTO dd/mm/aaaa	NUMERO DE PERSONAS	VALOR SIN IVA																
IVA	TOTAL EVENTO	OBSERVACION																
<b>Comandos</b>																		
#	Comando	Función																
1	Txtproveedor	Nombre de la persona que hace el contacto																
2	Btngenerar	Generar solicitud																
3	txtobservacion	Observacion del evento o reservacion																

## PROVEEDORES

**Fecha de Creación:**  
10/06/2021

**Autor:** Daniel  
Bustamante

### Pantalla

Solucion de Eventos LOCURAS + TEREKES S.A. Cotizacion Cliente Proveedor Servicio

Ingreso de Formulario

Datos Cotizacion Evento Escoger Proveedores Escoger Servicios Escoger Clientes

**Lista de Proveedores**

IdProveedor	Nombres	Actividad	Direccion	Telefono	Correo	FechaInicioActividad	Estado
0001	CATERING S.A.	COMIDAS Y POSTRES	CENTRO DE CONVENCIONES	09980123	cateringsa@hotmail.com	01/01/2020	ACTIVO

Mensaje:

https://localhost:44314/Formulario/Indice#PreguntasPersonales

### Comandos

#	Comando	Función
1	dgvproveedor	Lista de proveedores
2	Btngrabar	Guardar proveedor
3	Txtbuscar	Buscar proveedor

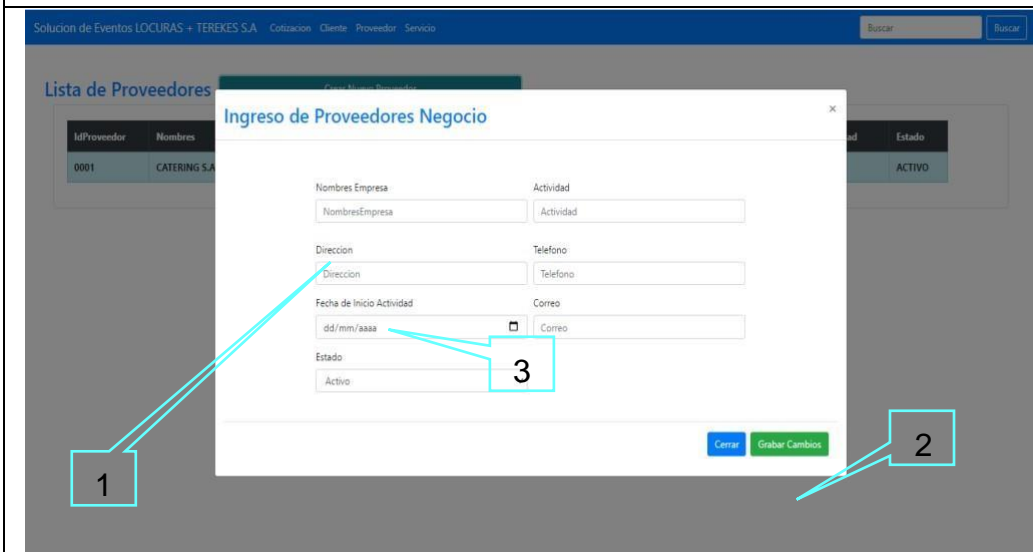
## INGRESAR NUEVO PROVEEDOR

**Fecha de Creación:**

10/06/2021

**Autor:** Daniel Bustamante

### Pantalla



### Comandos

#	Comando	Función
1	Txtproveedor	Nombre del proveedor
2	Btngenerar	Generar solicitud
3	Txtdireccion	Direccion del proveedor

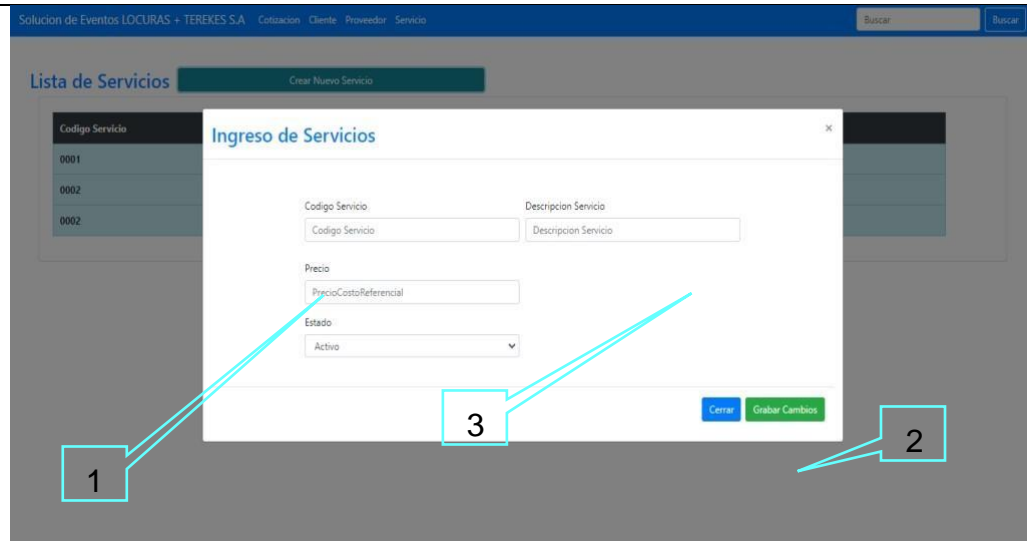
## INGRESAR NUEVO SERVICIO

**Fecha de Creación:**

10/06/2021

**Autor:** Daniel Bustamante

### Pantalla



### Comandos

#	Comando	Función
1	Txtcodigo	Codigo del servicio
2	Btngenerar	Generar solicitud
3	Txtdescripcion	Descripcion del servicio

CLIENTES		
<b>Fecha de Creación:</b> 10/06/2021		<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
Pantalla		
Comandos		
#	Comando	Función
1	Dgvcliente	Lista de clientes
2	Btngrabar	Guardar cliente
3	Txtcliente	Buscar cliente

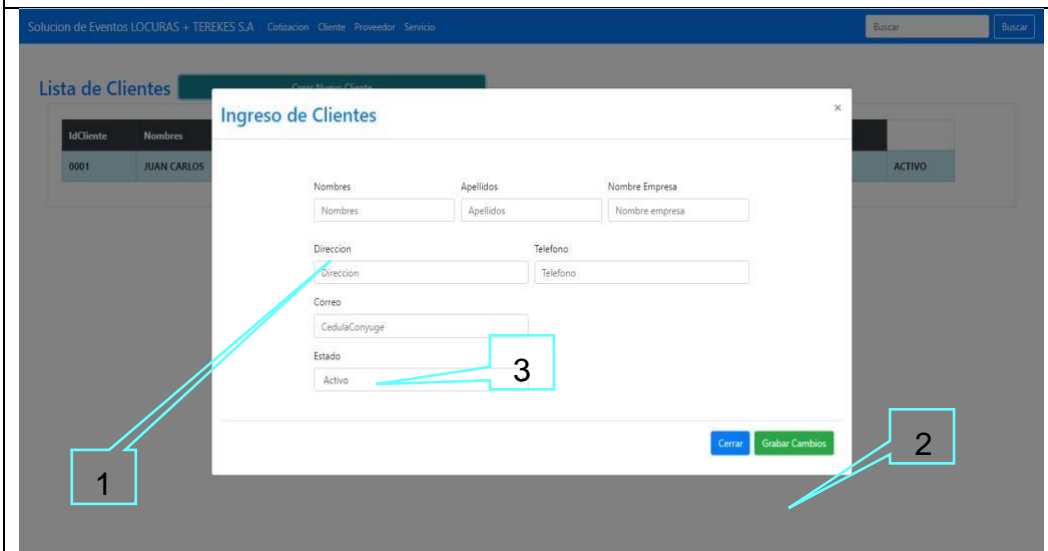
## INGRESAR NUEVO CLIENTE

**Fecha de Creación:**

10/06/2021

**Autor:** Daniel Bustamante

### Pantalla



### Comandos

#	Comando	Función
1	Txtnombre	Nombre del cliente
2	Btngenerar	Generar solicitud
3	Txtcorreo	Correo del cliente

## 4.5 Diseño de la base de datos

### 4.5.1 Modelo ER

Figura 28: Modelo ER



Elaborado por: Daniel Bustamante

#### 4.5.2 Diccionario de datos

<b>Tabla TB_CONTACTO</b>				
<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene informacion del contactenos				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idsugerencia	Int	4	Codigo único de la sugerencia
	Nombre	Char	20	Nombre de la persona que deja la sugerencia
	Asunto	Char	100	Asunto de la sugerencia
	correo	Char	50	Correo de la persona que deja la sugerencia
	mensaje	Char	1000	Mensaje de la sugerencia



<b>Tabla TB_CLIENTE</b>				
<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene informacion de los clientes				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idcliente	Int	4	Codigo único del cliente
	Nombre	Char	20	Nombre del cliente
	apellido	Char	20	Apellido del cliente
	Teléfono	Char	10	Numero de telefono del cliente
	Correo	char	20	Correo del cliente
	Estado	Boolean	1	A= activo; I= inactivo

<b>Tabla TB_SECCION</b>				
<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene informacion de las secciones del sitio web				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idseccion	Int	4	Codigo único de la sección (Acerca de nosotros, servicios, contactenos)
FK	idusuario	Int	4	Codigo del usuario
	Titulo	Char	50	Titulo de la sección
	Descripcion	Char	150	Descripción de la sección
	urlimagen	Image	8	Imagen de la sección

<b>Tabla TB_RESERVACION</b>				
<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene información de las reservaciones de los clientes				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idreservacion	Int	4	Código único de la reservación
FK	idcliente	Int	4	Código del cliente que reserva
	Fecha	Date	8	Fecha de la reservación
	Formadepago	Boolean	4	E= efectivo T= tarjeta
	total	Decimal	8	Valor total de la reservación
	estado	Boolean	4	P= Proceso E= Ejecutada

**Tabla TB\_MULTIMEDIA**

<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene la galeria del sitio web				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idmultimedia	Int	4	Codigo único de la imagen
FK	Idusuario	Int	4	Codigo del usuario
	Descripcion	Char	100	Descripción de la imagen
	Titulo	Char	20	Titulo de la imagen
	urlimagen	Image	400	Imagen
	estado	boolean	4	A=activo I=Inactivo

<b>Tabla TB_RESERVAXSERVICIO</b>				
<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene el detalle de la reservación				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idreservaxservicio	Int	4	Codigo único del detalle
FK	Idreservacion	Int	4	Codigo de la reserva
	cantidad	Int	4	Cantidad del servicio
FK	idservicio	Int	4	Codigo del servicio

<b>Tabla TB_ROL</b>				
<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene los roles de usuario				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idrol	Int	4	Codigo único del rol del usuario
	descripcion	Char	10	Descripcion del rol

<b>Tabla TB_PROVEEDOR</b>				
<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene los datos de los proveedores				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idproveedor	Int	4	Codigo único del proveedor
	nombre	Char	20	Nombre del proveedor
	direccion	char	50	Direccion del proveedor
	telefono	char	10	Telefono del proveedor
	Correoelectronico	char	30	Correo electronico proveedor
	estado	boolean	4	A=activo I=Inactivo

<b>Tabla TB_SERVICIO</b>				
<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene los datos de los proveedores				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idservicio	Int	4	Codigo del servicio
FK	Idproveedor	Int	4	Codigo del proveedor
	descripcion	Char	100	Descripción del servicio
	Costo	Decimal	8	Costo del servicio
	Titulo	Char	20	Titulo del servicio
	urlimagen	Image	4	Imagen del servicio



<b>Tabla TB_USUARIO</b>				
<b>Descripción:</b> Esta tabla contiene informacion de los usuarios				<b>Autor:</b> Daniel Bustamante
<b>Clave</b>	<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo de dato</b>	<b>long</b>	<b>Descripción</b>
PK	Idusuario	Int	4	Codigo único del usuario
	Usuario	Char	20	Nombre de usuario
	Contraseña	Char	20	Contraseña del usuario
	Nombre	Char	10	Numero completo del usuario
	Correo	char	20	Correo del usuario
	telefono	Char	10	Telefono del usuario
	direccion	char	100	Direccion del usuario
FK	idrol	int	4	Identificador del rol
	Estado	Boolean	4	A= activo; I= inactivo

## **CONCLUSIONES**

- Luego de realizar el respectivo levantamiento de información científico sobre como es el proceso de la organización de eventos, se pudo evidenciar la falencia que la empresa tiene en la aplicación y utilización de la tecnología como una gran estrategia digital a ser aprovechada en su desarrollo.
- Se pudo evidenciar por medio de la aplicación de diferentes métodos de investigación, las necesidades que tenía la empresa al momento de promocionar los servicios que brinda.
- El realizar el diseño de sitio web adecuado que cuente con todas las opciones y herramientas que permitan promocionar los servicios que brindan como también aumentar el número de clientes lo cual traerá mayores ingresos y éxitos a la empresa.

## RECOMENDACIONES

- Mejorar la situación actual de la empresa implementando el sitio web desarrollado en la presente investigación, que permita promocionar los servicios de forma adecuada y llegar a captar mayor cantidad de clientes.
- Una vez implementado el sitio, se recomienda mantener actualizado el mismo por medio de la generación de fotos actuales en donde se evidencie los servicios que ofrecen y la actualización constante de precios y ofertas.
- Por medio de la implementación del sitio web, muchas de las fuentes de recopilación de clientes deberán ser aprovechada para el envío de información de los servicios y promociones que se ofrece con la finalidad de aumentar el número de clientes e incrementar las ventas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Andrés, R. (16 de diciembre de 2014). *¿Qué es y para qué sirve el dominio de tu página web?* Obtenido de Computer Hoy:  
<https://computerhoy.com/noticias/internet/que-es-que-sirvedominio-tu-pagina-web-22007>
- Arranz, J. (23 de noviembre de 2007). *Asociación Vasca de Pediatría de Atención Primaria*. Recuperado el 04 de noviembre de 2019, de Internet, pediatría y la web 2.0:  
<http://www.avpap.org/documentos/jornadas2007/internet.pdf>
- Aucapiña Sanunga, M. D. (2016). *Desarrollo de un catálogo digital multimedia para la venta de productos a través de dispositivos móviles*. Universidad de Cuenca, Cuenca. Recuperado el 5 de Mayo de 2019
- Cagua Parra, Y. P., & Vargas Pilco, K. N. (2011). *Diseño e Implementación de un sitio web para el Complejo Turístico Haras del Paraíso*. Proyecto de grado, Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica Ciencias de la Ingeniería, Milagro. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, de  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/81/3/Dise%C3%B1o%20e%20implementaci%C3%B3n%20de%20un%20sitio%20web%20para%20el%20complejo%20tur%C3%ADstico%20Har%C3%A1s%20del%20Para%C3%ADso..pdf>
- Carrasco Córdova, T., Criollo Portilla, W., Manzano Araujo, L., & Olaya, J. (2003). *Negociación a través de Internet Organización de Eventos*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación, Guayaquil. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, de  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/164/1/240.pdf>
- Congreso Nacional. (17 de Abril de 2002). *LEY DE COMERCIO*

*ELECTRONICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS*. Obtenido de Ley 67:

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiwpPjvrZfwAhVeRTABHcGTCbYQFjAAegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fwww.telecomunicaciones.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdownloads%2F2012%2F11%2FLeydeComercio-Electronico-Fi>

Cueva Hurtado, M., & Alvarado Sarango, D. J. (2017). Análisis de Certificados SSL/TLS gratuitos y su implementación como Mecanismo de seguridad en Servidores de Aplicación. *Enfoque UTE*, 8. Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-65422017000100273](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-65422017000100273)

Delgado, J. (03 de febrero de 2018). *OddBytes*. Obtenido de OddBytes: <https://oddbytes.net/javascript/var-versus-let-y-const-en-javascriptes6/>

Dídac Margaix, A. (2016). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *Profesional de la Información*, 16(2), 95-106. Recuperado el 30 de Julio de 2021, de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2007.mar.01/31531>

Equipo de emprendelo.org. (31 de julio de 2008). ¿Qué es una página web? Madrid, España. Recuperado el 05 de noviembre de 2019, de [http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema7/F49\\_7.9\\_WEB.pdf](http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema7/F49_7.9_WEB.pdf)

Equipo de InternetNegocios.com. (2010). *InternetNegocios.com*. Recuperado el 14 de mayo de 2019, de Historia del Comercio Electrónico: <https://www.internetnegocios.com/historiadelcomercio-electronico/>

- Estrada Corona, A. (10 de septiembre de 2004). Protocolos TCP/IP de Internet. (U. A. Mexico, Ed.) *Revista Digital Universitaria (UNAM)*, 5(8), 2-4. Recuperado el 04 de noviembre de 2019, de Protocolos TCP/IP de Internet:  
[http://www.revista.unam.mx/vol.5/num8/art51/sep\\_art51.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.5/num8/art51/sep_art51.pdf)
- Estrada Web Group. (13 de agosto de 2021). *¿Qué es SQL Server?* Recuperado el 13 de agosto de 2021, de Estrada Web Group:  
<https://estradawebgroup.com/Post/-Que-es-SQL-Server-/4612>
- Giner Poveda, J. M. (10 de septiembre de 2008). Hosting: Alojamiento Web. (I. S. Vicente, Ed.) Alicante, España. Recuperado el 05 de noviembre de 2019, de  
<https://iessanvicente.com/colaboraciones/HostingAlojamientoWeb.pdf>
- Grijalva Marroquín, W. E. (2012). *Análisis, Diseño e Implementación de una Tienda Virtual utilizando OSCOMMERCE, caso práctico tienda virtual de papel para imprentas en la Empresa JA Distribuidores S.A.* Proyecto de grado, Sangolquí. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, de  
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5352/1/TESPE033279.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metdología de la Investigación* (Sexta ed.). México, México: McGraw-Hill Education. Recuperado el 11 de Noviembre de 2019
- Hostinger.es. (03 de diciembre de 2020). *¿Qué es MySQL? Explicación detallada para principiantes.* Recuperado el 13 de agosto de 2021, de Hostinger.es:  
<https://www.hostinger.es/tutoriales/que-es-mysql>
- Lloret, V. (26 de diciembre de 2017). *Surfea Tu Vida.* Recuperado el 05 de noviembre de 2019, de Qué son los navegadores web y cómo saber si tu web se ve bien en todos:  
<https://www.surfeatuvida.com/navegadores-web-de-internet/>

- López, P. L. (2004). Población Muestra y Muestreo. *Punto Cero*, 9(8).  
 Recuperado el 4 de Abril de 2021, de  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s1815-02762004000100012&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s1815-02762004000100012&script=sci_arttext)
- Martínez Villalobos, G., Camacho Sánchez, G. D., & Biancha Gutiérrez, D. A. (Abril de 2010). Diseño de Framework web para el desarrollo dinámico de aplicaciones. *Scientia Et Technica*, XVI(44), 178-183.  
 Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de  
<https://www.redalyc.org/pdf/849/84917316032.pdf>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (13 de Octubre de 2011). *Ley Organica de Defensa del Consumidor*. Recuperado el 21 de Abril de 2019, de [www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec):  
<https://www.industrias.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/04/A2-LEYORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Murcia Perez, E. S., & Melendez Martinez, J. C. (2013). *Modulo web Frontend para el desarrollo de simulacion a partir de Weibull, JI Cuadrado y Beta*. Trabajo de grado, Universidad Catolica de Colombia, Facultad de Ingenieria, Bogota. Obtenido de  
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/1283/1/Trabajo%20de%20grado%20final.pdf>
- Navarro Cadavid, A., Fernández Martínez , J. D., & Morales Vélez, J. (2013). Revisión de metodologías ágiles para el desarrollo de software. *PROSPECTIVA*, 11(2), 30-39. Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de  
<https://www.redalyc.org/pdf/4962/496250736004.pdf>
- Oracle Mexico. (13 de agosto de 2021). *Definición de base de datos*. Recuperado el 13 de agosto de 2021, de Oracle Mexico:  
<https://www.oracle.com/mx/database/what-is-database/>

- Redaccion Lynkoo.com. (22 de octubre de 2012). *Lynkoo.com*. Recuperado el 14 de mayo de 2019, de La historia del comercio electrónico: <https://www.lynkoo.com/la-historia-del-comercio-electronico/>
- Rodríguez, A. (11 de junio de 2020). *¿Cuáles son lenguajes de programación web más usados en Internet?* Recuperado el 13 de agosto de 2021, de Go Daddy: <https://es.godaddy.com/blog/cualesson-lenguajes-de-programacionweb-mas-usados-en-internet/>
- Salinas, P. J. (2012). *Metodología de la Investigación Científica*. Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes. Recuperado el 2 de Abril de 2021, de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi7ndaY\\_d\\_vAhWhsDEKHa8dC1U4ChAWMAF6BAgDEAM&url=http%3A%2F%2Fwww.saber.ula.ve%2Fbitstream%2F123456789%2F34398%2F1%2Fmetodologia\\_investigacion.pdf&usg=AOvVaw01hOguCsPQDG](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi7ndaY_d_vAhWhsDEKHa8dC1U4ChAWMAF6BAgDEAM&url=http%3A%2F%2Fwww.saber.ula.ve%2Fbitstream%2F123456789%2F34398%2F1%2Fmetodologia_investigacion.pdf&usg=AOvVaw01hOguCsPQDG)
- Sarduy Domínguez, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública*, 33(3). Recuperado el 5 de Noviembre de 2019, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662007000300020](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662007000300020)
- Torres Tagle, Á. (05 de Junio de 2020). *Conoce los 6 tipos de dominios de internet*. Recuperado el 13 de agosto de 2021, de GoDaddy México: <https://mx.godaddy.com/blog/conoce-tipos-dominios-de-internet/>
- Troncoso Pantoja, C., & Amaya Placencia, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista Facultad Medicina*, 65(2), 329-332. Recuperado el 9 de Julio de 2021, de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwipsL3Zg9bxAhXtM1kFHZ\\_hAI](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwipsL3Zg9bxAhXtM1kFHZ_hAI)



MQFjAKegQIJhAD&url=http%3A%2F%2Fwww.scielo.org.co%2Fpdf%2Frfmun%2Fv65n2%2F0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf&usg=AOvVaw2Ti56ZHwqjSkPtpI9Gmn-j

Tunja Castro, J. P. (2018). *Desarrollo de una tienda virtual para la venta de repuestos automotrices en la empresa Mega Repuestos*. Universidad Tecnológica Indoamérica, Ambato. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, de [http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/742/1/Proyecto % 2 0de%20Tesis%20TIENDA%20VIRTUAL.pdf](http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/742/1/Proyecto%20de%20Tesis%20TIENDA%20VIRTUAL.pdf)

Universidad Politécnica de Catalunya. (2002). *Retro Informática: El pasado del Futuro*. Recuperado el 14 de mayo de 2019, de Historia de Internet: <https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/internet.html>

Universidad UNADE. (10 de agosto de 2021). *¿Cuántos tipos de sitios web conoce?* Recuperado el 10 de agosto de 2021, de Universidad UNADE: <https://unade.edu.mx/tipos-de-sitios-web/>

Valdés Morris, M. (2008). Contribución de la planeación al desarrollo Web: los wireframes. *ACIMED*, 17(3). Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352008000300007](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352008000300007)

Ventura León, J. L. (2017). *¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria*. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4), 648-649. Recuperado el 4 de Abril de 2021, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s0864-34662017000400014&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s0864-34662017000400014&script=sci_arttext&tlng=en)

Villamor Lugo, J., Pickin, S., & Gil Ríos, J. J. (14 de octubre de 2005). *Introducción a los Sistemas de información: El Modelo Cliente/Servidor*. *Sistemas de Información*. Madrid, Madrid, España. Recuperado el 05 de noviembre de 2019, de

[http://www.it.uc3m.es/mcfp/docencia/si/material/1\\_cli-ser\\_mcfp.pdf](http://www.it.uc3m.es/mcfp/docencia/si/material/1_cli-ser_mcfp.pdf)

Zapata Guerrero, E. E. (Diciembre de 2004). Las PYMES y su problemática empresarial. Análisis de Casos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(52), 118-131. Recuperado el 21 de Abril de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20605209.pdf>

## ANEXOS

### *Anexo 1. Entrevista*

Entrevistador: Daniel Bustamante

Entrevistado: Dueño de la empresa

- 1.- ¿Actualmente cuál es el medio promocional de sus servicios?
- 2.- ¿Su empresa actualmente consta con una aplicación web donde promocióne sus servicios de organización de eventos?
- 3.- ¿Consta de un FanPage o utiliza redes sociales para promocionar sus servicios?
- 4.- ¿Cuál es su mercado objetivo?
- 5.- ¿La empresa consta con los medios tecnológicos para llevar a cabo el proyecto?
- 6.- ¿Una vez se desarrolle el plan promocional a través de una página web de propiedad de la empresa como piensa realizar la gestión del evento?
- 7.- ¿De qué manera actualmente lleva el registro de la organización de los eventos?
- 8.- ¿Tienes proveedores para todo tipo de evento?
- 9.- ¿Ud. tiene Logística propia para la organización de los eventos o subcontrata?
- 10.- ¿Ud. realizara el cierre del evento en la página?

### *Anexo 2: Encuesta*

- 1.- ¿Con que frecuencia compra artículos de fiesta?

Diario
Semanal
Mensual
Trimestral
Anual

2.- ¿Le gustaría conocer los productos que ofrece LOKURAS + TEREKES S.A.?

Muy Probable
Probable
Neutro
Poco probable
Muy Improbable

3.- ¿Está de acuerdo en utilizar una página web para ahorrar tiempo en cotizaciones para fiesta en la empresa LOKURA + TEREKES?

Si
No
No tengo conocimiento

4.- ¿Marque la red social que más utiliza usted?

Facebook
Instagram
YouTube
Otros

5.- ¿Mediante que método le gustaría realizar la compra en la empresa LOKURAS + TEREKES?

Sitio web
Llamada
Redes sociales
Mensaje de texto

6.- ¿Usted está a favor de las compras que se realizan por internet?

Si
No
No tengo conocimiento

7.- ¿Qué tipo de calificación usted lo otorga a las páginas de ventas por internet?

Bueno
Regular
Malo
No tengo conocimiento

8.- ¿Considera usted que es importante tener una página web para vender productos de fiesta en la empresa LOKURAS + TEREKES?

Si
Tal vez
No
No tengo conocimiento

9.- ¿En alguna ocasión ha realizado una compra o pedido en alguna página web?

Si
No

No tengo conocimiento
-----------------------

10.- ¿Usted qué tan seguro se siente realizando un pedido o compra por internet?

Mucho
Poco
Nada