



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA FACULTAD DE EDUCACIÓN DE EDUCACIÓN
COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

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

AUTORA:

VIVIAN MARIANA CERCADO SÁNCHEZ

TEMA:

**DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE
CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE
LA EMPRESA CASA LULÚ DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL
2021**

TUTOR:

ING. BOLÍVAR SOLANO MORALES

GUAYAQUIL, ECUADOR 2021

CONTENIDO

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR... Error! Bookmark not defined.	
Resumen	vii
Abstract.....	viii
CAPITULO I	1
EL PROBLEMA.....	1
PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO.....	1
2. SITUACIÓN CONFLICTO	2
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
4. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	3
5. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	3
6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
6.1 OBJETIVO GENERAL	4
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
7. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
CAPITULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
1. EDAD ANTIGUA	7
2. EDAD MEDIA	8
3. EDAD MODERNA	9
4. EDAD CONTEMPORÁNEA	10

5. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE CONTROL INTERNO.....	12
5.1 PROS DE LAS APLICACIONES WEB (BEEDIGITAL, 2021)	14
5.2 CONTRAS DE LAS APLICACIONES WEB	15
6. ANTECEDENTES REFERENCIALES	18
7. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	21
7.1 PRINCIPIOS GENERALES	24
7.2 DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES.....	27
7.3 REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO.....	29
7.4 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
7.5 IDENTIFICACIÓN DE LAS OPERACIONES	30
8. GLOSARIO.....	33
CAPITULO III.....	35
METODOLOGIA	35
1. PRESENTACION DE LA EMPRESA	35
2. GENERALIDADES	37
3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	41
4. NÓMINA DE TRABAJADORES.....	42
5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
6. ENFOQUES DE LA METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
6. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	44
7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	45
8. SIMBOLOGÍA.....	45
9. TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	47
9.1 PROCEDIMIENTO O PASOS A SEGUIR EN LA INVESTIGACIÓN .	49
9.2 PASOS DE LA INVESTIGACIÓN	50
CAPITULO IV.....	51

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	51
1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	57
1.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	57
1. OBJETIVOS	58
2.1 PLAN DE MEJORAS	59
2.2 PLAN DE EJECUCIÓN.....	60
3.DETERMINACIÓN DE REQUERIMIENTOS	62
3.1 TABLA DE RECURSOS	62
3.2 PERSONAL Y EQUIPO	63
3.3 PRESUPUESTO Y COSTO.....	63
3.4 COSTOS DEL PERSONAL	64
3.5 COSTOS TOTALES DEL SITIO WEB.....	65
4. DIAGRAMAS DEL SISTEMA	66
4.1 DIAGRAMA DE CASO DE USO DE USUARIO.....	68
4.2 DIAGRAMA DE CASO DE USO DE ADMINISTRADOR.....	69
4.3 DIAGRAMA DE CASO DE USOS TIPO DE CRÉDITO	70
4.4 DIAGRAMA DE FLUJO.....	71
4.5 DIAGRAMA DE FLUJO DE ADMINISTRADOR.....	74
4.6 DIAGRAMA DE RED	77
4.7 DIAGRAMA HIPO	78
4.8 DIAGRAMA ENTIDAD RELACIÓN DE LA BASE DE DATOS.....	81
5. DISEÑOS DE PANTALLA	85
6. CONCLUSIONES	91
7. RECOMENDACIONES	92
8. BIBLIOGRAFÍA	93

INDICE DE CUADRO

Cuadro N°. 1: historia de la computadora	16
Cuadro N°. 2: NOMINA DE TRABAJADORES	42
Cuadro N°. 3: NOMINA DE PROVEEDORES.....	42
Cuadro N°. 4: ENCUESTRA REFERENCIAL DE CASA LULU S.A	48
Cuadro N°. 5: FECUENCIA CON LA ACUDEN A CASA LULU S.A.....	51
Cuadro N°. 6: FACTOR PARA ELGIR UNA TELA	52
Cuadro N°. 7: LA ULTIMA VEZ QUE VISITASTE LA TIENDA OBTUVISTE UNA BUENA ATENCION.....	53
Cuadro N°. 8: RECOMENDARIAS ESTA TIENDA.....	54
Cuadro N°. 9: CREDITO PARA CLIENTE	55
Cuadro N°. 10: EXPERIENCIA EN LA TIENDA	56
Cuadro N°. 11: INFORMACION ADICIONAL DE UBICACION	59
Cuadro N°. 12: PLAN DE ELECCION DE CASA LULU S.A.....	60
Cuadro N°. 13: DIAGRAMA DE ACTIVIDAD	61
Cuadro N°. 14: HARDWARE	62
Cuadro N°. 15: SOFTWARE	62
Cuadro N°. 16: PERSONAL Y EQUIPO.....	63
Cuadro N°. 17: COSTO HARDWARE	63
Cuadro N°. 18: PERSONAL.....	64
Cuadro N°. 19: COSTO SOFTWARE	64
Cuadro N°. 20: COSTO DEL PERSONAL	64
Cuadro N°. 21: COSTOS TOTALES DEL SITIO WEB.....	65
Cuadro N°. 22: NOMENCLATURA DIAGRAMA DE CASOS DE USP	66
Cuadro N°. 23: DIAGRAMA DE CASOS DE USO	67
Cuadro N°. 24: DIAGRAMA DE CASO DE USO.....	68
Cuadro N°. 25: DIAGRAMA DE CASOS DE USO	69
Cuadro N°. 26: DIAGRAMA DE CASO DE USO TIPO DE CREDITO.....	70
Cuadro N°. 27: SIMBOLOGIA DE DIAGRAMA DE FLUJO	71
Cuadro N°. 28: DIAGRAMA DE FLUJO	73
Cuadro N°. 29: DIAGRAMA DE FLUJO ADMINISTRADOR	74
Cuadro N°. 30: ESQUEMA GENERAL DE LA PLATAFORMA WEB	76
Cuadro N°. 31: ESQUEMA DE RED.....	77

Cuadro N° 32: DIAGRAMA HIPO	79
Cuadro N° 33: DIAGRAMA IPO	80
Cuadro N° 34: TABLA ADMIN_ROLES INT	82
Cuadro N° 35: TABLA ADMIN_USUARIO	82
Cuadro N° 36: TABLA PREST_DEUDOR.....	83
Cuadro N° 37: TABLA PREST_SOLICITUD	83
Cuadro N° 38: TABLA ABONO_CAB.....	84
Cuadro N° 39: TABLA ABONO_CAB.....	84
Cuadro N° 40: TABLA ABONO_DET	84
Cuadro N° 41: PORTADA.....	85
Cuadro N° 42: REGISTRO	86
Cuadro N° 43: SOLICITUD DE PRESTAMO	88
Cuadro N° 44: APROBACION DE PRESTAMO.....	90

INDICE DE FIGURA

Figura N°. 1: HISTORIA DE LA PROGRAMACION	17
Figura N°. 2: CASA LULU S.A	38
Figura N°. 3: GERENTE DE CASA LULU S.A	38
Figura N°. 4: MODELO CASCADA	49
Figura N°. 5: FRECUENCIA CON LA QUE ACUDEN A LA EMPRESA CASA LULU S.A	51
Figura N°. 6: FACTOR QUE SE BASA PARA ELEGIR UNA TELA	52
Figura N°. 7: ATENCION AL CLIENTE	53
Figura N°. 8: RECOMENDARIAS A CASA LULU S.A.....	54
Figura N°. 9: CREDITO PARA CLIENTES ANTIGUOS	55
Figura N°. 10: EXPERIENCIA EN CASA LULU S.A.....	56
Figura N°. 11: UBICACION DE CASA LULU S.A.....	58
Figura N°. 12: REGISTRO Y CONTROL CASA LULU S.A	73
Figura N°. 13: PROCESO DE CREDITO	75
Figura N°. 14: DIAGRAMA DE ENTIDAD RELACION	81
Figura N°. 15: PORTADA	85
Figura N°. 16: REGISTRO	86
Figura N°. 17: SOLICITUD DE PRESTAMO	87
Figura N°. 18: APROBACION DE PRESTAMOS.....	89

CAPITULO I

EL PROBLEMA

PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO

Actualmente los internautas buscan muchas alternativas con respecto a varios productos y acuden a la mejor herramienta como lo es Google. La página web más popular y el motor de búsqueda más utilizado. Se trata de una organización multinacional, que gira en torno al popular motor de búsqueda de la empresa.

Otras empresas de Google incluyen análisis de búsquedas en Internet, computación en nube, tecnologías de publicidad, aplicaciones Web, navegador y desarrollo del sistema operativo. (M, 2011)

Contar con un buen diseño web se ha convertido en un requisito imprescindible para la mayoría de negocios. El motivo es que una página web es la carta de presentación de una marca, y en función de esta, los usuarios podrán hacerse una idea de quién es la empresa, lo que hace y su grado de profesionalidad. Por eso, ya son muchas las marcas que apuestan por optimizar su web y ofrecer la mejor estética junto con los mejores contenidos para visibilizarse ante su público objetivo.

La importancia de invertir en crear una página web reside en que esta es comunicación en estado puro. Una buena página web debe crear una importante diferencia en el usuario. Transmitirle algo diferente que no consiga ver en otras webs, ya sea por el diseño, la usabilidad o la buena comunicación, e incluso por la unión de estos tres elementos.

Es importante basarse en la libertad y en el gusto individual por este tipo de espacios, pero siempre teniendo en cuenta la imagen de marca y lo que consideremos imprescindible para el usuario. La razón es que se busca que reflejen y personifiquen un negocio, un nombre o una marca, que los visitantes

de la web sepan qué se habla, cómo y quién es la marca que lo comunica con solo unos segundos en la web.

Lo primordial es que mejora la experiencia del usuario y, en las dinámicas web actuales, la experiencia de usuario lo es todo. Precisamente, todos los avances o cambios que se realizan en el diseño y desarrollo, tienen que ver con conseguir una mejor manejabilidad por parte del usuario, aparte de un disfrute más significativo. La experiencia envuelve desde el momento en el que entran en tu página hasta que salen de ella. La facilidad que tienen para descubrir las cosas, la coherencia que le encuentran y lo agradable que les puede resultar.

Actualmente el uso de las TIC en el ámbito empresarial es de vital importancia para mantenerse en la competencia y disminuir el uso de recursos y personal a la hora de solicitar información detallada y reportes, en este caso sería en el momento de requerir informes automatizados o cualquier otro tipo de reporte, sea en físico o digital y que permita disminuir la papelería, es por ello, que la empresa requiere implementar un solución web para resolver las problemáticas de las que no son ajenos.

2. SITUACIÓN CONFLICTO

La empresa CASA LULU S.A, se encuentra ubicada en Ecuador con sede principal en Guayaquil. Opera en comerciantes al por Mayor de Prendas de Vestir, Bienes que se Venden por Yarda y Accesorios de industria. La empresa fue fundada el 08 de abril de 1975. Actualmente emplea a 46 (2019) personas. En sus últimos aspectos financieros destacados, Casa Lulú S.A. reportó un aumento de ingresos netos del 35,96% en 2019. Su Activo Total registró un crecimiento del 1,57%. El margen neto de Casa Lulú S.A. cayó 1,43% en 2019.

Actualmente, la empresa tiene inconvenientes en el registro de sus clientes internos denominados confeccionistas, debido a que en el momento en que el área contable realiza sus pagos, los cuales suelen demorar y por tanto deben esperar demasiado tiempo para que les cancelen sus facturas cuando realizan la entrega de mercadería. Los confeccionistas actualmente para evitar ese problema con los pagos han dado al área contable su número de cuentas de ahorro para que les realicen una transferencia.

Actualmente la empresa Casa Lulú no le realiza muchos pedidos de mercadería (prendas de vestir: blusa, pantalones, vestidos y jumper) a sus confeccionistas por la pandemia que estamos atravesando y debido a eso los confeccionistas se han visto afectados económicamente y le han pedido a la empresa un crédito para poder realizar compra de telas y comenzar a vender a sus otros clientes de manera individual e ir mostrando las telas de la empresa a más personas para que así generar más ventas e ir saliendo de a poco de la crisis que vive actualmente el país.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye un sistema web de registro y control de cuentas de crédito interno en la visualización en línea del estado del crédito de los confeccionistas de la empresa casa lulú?

4. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable independiente: sistema web de registro y control de cuentas de crédito interno.

Variable Dependiente: visualización en línea del estado del crédito.

5. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Lugar: Boyacá 1420 entre Luque y Aguirre

Campo: Contabilidad

Área: Administrativa

Aspectos: Sistema y Control Interno

Tema : Ausencia de la aplicación del sistema de control interno

6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una aplicación web de registro y control de cuentas a crédito interno que permita la visualización en línea del estado del crédito de los confeccionistas de la empresa Casa Lulú de la ciudad de Guayaquil, en el periodo 2021

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar teóricamente los aspectos relacionados a las aplicaciones web de registro y control de cuentas de crédito interno y cómo influye en la visualización en línea del estado del crédito.
- Diagnosticar el estado actual de la visualización del estado de la cuenta del crédito por parte de los confeccionistas y la necesidad de proponer una aplicación web para registrar y controlar los créditos internos de la empresa Casa Lulú
- Proponer una aplicación web de registro y control de cuentas de crédito interno que permita visualizar el estado del crédito por parte de los confeccionistas de la empresa Casa Lulú

7. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Conveniencia:

El diseño de la aplicación web permitirá a los confeccionistas llevar de manera correcta el control y registro de sus cuentas. La aplicación web ofrece una forma más rápida de registro ya que así se reduce la cantidad de personal requerido y es una alternativa más fácil para que se puedan registrar de manera online y evitar pérdidas de tiempo.

El alcance que se pretende obtener con el diseño de la web es el orden con los confeccionistas ya que ellos son los afectados y se han presentado muchos inconvenientes en la empresa como el tipear mal la información del confeccionista (número de cédula, teléfono, dirección, apellidos, nombres y años).

Relevancia social:

Actualmente en el mercado laboral la manera más eficaz de mostrar el negocio es de forma digital ya que mediante alguna aplicación se ha llevado a cabo una buena comunicación entre una empresa y los clientes.

Con esta aplicación será un gran progreso y el crecimiento de la empresa se verá reflejado en ello.

Implicación práctica:

Este proyecto llevara el control absoluto de los confeccionistas ya que la empresa no cuenta con una aplicación que lleve el control y registro de la información correcta y completa de cada uno de los confeccionistas.

Utilidad metodológica:

Poner en funcionamiento una aplicación web de registro y control es una ventaja para la empresa ya que llevara de manera ordenada toda la información de sus proveedores y clientes.

Los proveedores y clientes pueden encontrar en la aplicación si están aptos para poder acceder a su crédito y revisar que sus datos estén correctos y no haya ningún error en el sistema.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Desde el principio de los tiempos la humanidad ha tenido y tiene que mantener un orden en cada aspecto y más aún en materia económica, utilizando medios muy elementales al principio, para luego emplear medios y prácticas avanzadas para facilitar el intercambio y/o manejo de sus operaciones.

La contabilidad nace con la necesidad que tiene toda persona natural o jurídica que tenga como actividad: el comercio, la industria, prestación de servicios, finanzas, etc. De poder generar información de los recursos que posee; y poder entender si llevo o no a los objetivos trazados.

Para remontar a los orígenes de la Contabilidad es necesario recordar que las más antiguas civilizaciones conocían operaciones aritméticas rudimentarias llegando muchas de estas operaciones a crear elementos auxiliares para contar, sumar restar, etc. Tomando en cuenta unidades de tiempo como el año, mes y día. Una muestra del desarrollo de estas actividades es la creación de la moneda como único instrumento de intercambio.

De tal manera que se puede aseverar que los orígenes de la Contabilidad son tan antiguos como el hombre, por lo tanto, la Historia de la Contabilidad merece el estudio detallado de cada etapa.

1. EDAD ANTIGUA

- En el año 6000 antes de Cristo existieron elementos necesarios para considerar la existencia de actividades contables, por un lado la escritura, por otro los números y desde luego elementos económicos indispensables, como ser el concepto de propiedad y la aceptación general de una unidad de medida de valor. El antecedente más remoto de ésta actividad, es una tablilla de barro que actualmente se conserva en el Museo Semítico de Harvard, considerado como el testimonio contable más antiguo, originario de la Mesopotamia, donde años antes había desarrollado una civilización llegando la actividad económica a tener gran importancia.
- Entre los años 5400 a 3200 antes de Cristo, se originaron los primeros vestigios de organización bancaria, situada en el Templo Rojo de Babilonia donde se recibían depósitos y ofrendas que se presentaban con intereses.
- Para el año 5000 antes de Cristo, en Grecia, había leyes que imponían a los comerciantes la obligación de llevar determinados libros, con la finalidad de anotar las operaciones realizadas.
- Hacia el año 3623 antes de Cristo, en Egipto, los faraones tenían escribanos que, por órdenes superiores, anotaban las entradas y los gastos del soberano debidamente ordenados.
- Por el año 2100 antes de Cristo, Hammurabi, que reinaba en Babilonia, realiza la célebre codificación que lleva su nombre y en ella se menciona la práctica contable.
- Por el año 594 antes de Cristo, la legislación de Salomón, establece jurídicamente que el consejo nombrase por sorteo entre sus miembros, diez legistas, para construir el “Tribunal de Cuentas”, destinado a encomendar a funcionarios, diversos servicios administrativos que debían rendir cuentas anualmente.
- Entre los años 356 al 323 antes de Cristo, período de apogeo del imperio de Alejandro Magno, el mercado de bienes creció de tal manera hasta cubrir la península Báltica, Egipto y una gran parte del Asia Menor (India), originando ejercitar un adecuado control sobre las operaciones por medio de anotaciones.

- En Roma, las personas dedicadas a la actividad contable dejaron testimonio escrito en los “Tesserae consulare”, tablillas de marfil o de otro hueso de animal de forma oblonga con inscripciones que muestran el nombre de algún esclavo o liberto, de su amo o patrón y la fecha, así como la anotación de “Spectavit”, es decir. “Revisado por”. Como fehaciente testimonio, del año 85 antes de Cristo, se encontraron unas tabillas que textualmente una de ellas decía: “Revisado por Coecero, esclavo de fafinio, el 5 de octubre, en el consulado de Lucio Cinna y Cneo Papiro”, con certeza se sabe que, durante la República, como del Imperio, la contabilidad fue llevada por plebeyos.

2. EDAD MEDIA

- Entre los siglos VI y IX en Constantinopla, se emite el “Solidus” de oro con peso de 4.5 gramos, que se constituyó en la moneda más aceptada en todas las transacciones internacionales, permitiendo mediante esta medida homogénea la registración contable. Razón por la cual, no es raro que ciudades italianas alcanzaran un alto conocimiento y desarrollo máximo de la contabilidad.
- En 1157, ansaldus Boilardus notario genovés, repartió beneficios que arrojó una asociación comercial, distribución basada en el saldo de la cuenta de ingresos y egresos dividida en proporción a sus inversiones.
- Se conservan desde 1211 en Florencia, cuentas llevadas por un comerciante florentino anónimo con características distintas para llevar los libros, método peculiar que dio origen a la Escuela Florentina, donde el Debe y el Haber van arriba el uno al lado del otro en diferentes párrafos cada cual.
- El célebre juego de libros utilizados por la Comuna de Génova se encuentra llevados haciendo uso de los clásicos términos “Debe” y “Haber” utilizando asientos cruzados y llevando una cuenta de pérdidas y ganancias, la que resume el saldo de las operaciones suscitadas en la comuna.

- Del año 1327, se tienen noticias del primer auditor “Maestri Razionali”, cuya misión consistía en vigilar y cotejar el trabajo de los “Sasseri” y conservar un duplicado de dichos libros, uno de estos se denomina “Cartulari” (Libro mayor) escrito en pergamino data de 1340 y se conserva en el Archivo del Estado de Génova.
- Un nuevo avance contable se enmarca entre los años 1366 y 1400, donde los libros de Francesco Datini muestran la imagen de una contabilidad por partida doble que involucra, por primera vez, cuentas patrimoniales propiamente dichas, conservándose tales antecedentes en Francia.

3. EDAD MODERNA

- Se considera como pionero en el estudio de la partida doble a Benedetto Cotrugli Rangeo nacido en Dalmacia, autor de “Della mercatura et del mercante perfetto”, obra que termino de escribir el 25 de agosto de 1458 y publicada en 1573, se conserva un ejemplar en la Biblioteca de Marciana – Venecia. En dicho libro, el capítulo destinado a la contabilidad en forma explícita establece la identidad de la partida doble, además señala el uso de tres libros: “Cuaderno” (Mayor), “Giornale” (Diario) y “Memoriale” (Borrador), incluyendo un libro copiador de cartas y la imperiosa necesidad de enseñar contabilidad.
- Sin lugar a duda, el más grande autor de su época, fue Fray Lucas de Paciolo, nacido en el burgo de San Sepulcro Toscaza el año 1445, ingreso joven al monasterio de San Francisco de Asis, se especializó en teología y matemáticas, fue incansable viajero enseñando sus especialidades en varias universidades de Roma, se dice que vivió en Milán con Leonardo da Vinci y debido a la invasión francesa se trasladaron a Florencia, donde fue secretario del cardenal de dicha diócesis. En 1494 publica su tratado titulado “Summa de aritmética, geometría, proportioni et proportionalita”, dividido de dos partes, la

primera en aritmética y algebra y la segunda en Geometría, ésta última subdivida en ocho secciones, siendo la última de éstas el “Distincio nona tractus XI” titulado “Trattato de computi e delle scritture” que incluye 36 capítulos, consideró que la contabilidad en su aplicación requiere conocimiento matemático. En 1509, realiza una nueva reimpresión de su tratado, pero solo el “Tractus XI” donde no únicamente se refiere al sistema de registración por partida doble basado en el axioma: “No hay deudor sin acreedor”, sino también a las prácticas comerciales concernientes a sociedades, ventas intereses, letras de cambio, etc. Con gran detalle, ingresa en el aspecto contable explicando el inventario, como una lista de activos y pasivos preparado por el propietario de la empresa antes que comience a operar. Habla del “memoriale” un libro donde se anota las transacciones en orden cronológico y detalladamente. Explica del “Gionale” a través de exposición sumaría al respecto: Toda operación será registrada por sus efectos de crédito y débito, toda transacción en moneda extranjera será convertida a moneda veneciana. Describe el “Cuaderno” denominación que recibe el libro mayor.

- El expansionismo mercantilista se encargó de exportar al nuevo continente la contabilidad por partida doble. Sin embargo, en América precolombina, la contabilidad era una actividad usual entre los pobladores. Es a partir del siglo XVII, que surgen los centros mercantiles, profesionales independientes, con funciones orientadas primordialmente a vigilar y revisar la veracidad de la información contable.

4. EDAD CONTEMPORÁNEA

- A partir del siglo XIX, la contabilidad encara trascendentales modificaciones debido al nacimiento de especulaciones sobre la naturaleza de las cuentas, constituyendo de esta manera y dando lugar a crear escuelas, entre las que podemos mencionar, la personalista,

del valor, la abstracta, la jurídica y la positivista. Además, se inicia el estudio de principios de Contabilidad, tendientes a solucionar problemas relacionados con precios y la unidad de medida de valor apareciendo conceptos referidos a depreciaciones, amortizaciones, reservas, fondos, etc.

- El sistema de enseñanza académica se racionaliza, haciéndose más accesible y acorde a los requerimientos y avance tecnológico. Además, se origina al diario mayor único, el sistema centralizador, la mecanización y la electrónica contable incluyendo nuevas técnicas relacionadas a los costos de producción. Las crecientes atribuciones estatales, enmarcan cada vez los requisitos jurídico -contable, así como el desarrollo del servicio profesional.

(Hernandez, 2002) La contabilidad es una actividad tan antigua como la propia Humanidad. En efecto, desde que el hombre es hombre, y aun mucho antes de conocer la escritura, ha necesitado llevar cuentas, guardar memoria y dejar constancia de datos relativos a su vida económica y a su patrimonio: bienes que recolectaba, cazaba, elaboraba, consumía y poseía; bienes que almacenaba; bienes que prestaba o enajenaba; bienes que daba en administración; etc. En este sentido, recientes investigaciones como las de Denise Schmandt-Besserat y, sobre todo, las de Hans Nissen, Peter Damerow y Robert Englund (1990), arqueólogos e historiadores de la antigua Mesopotamia, permiten afirmar, que los primeros documentos escritos que se conocen, constituidos por millares de tablillas de arcilla con inscripciones en caracteres, elaboradas hace más de 5.000 años, contienen tan sólo números y cuentas, sin textos ni palabras. Este hecho hace concluir a los citados investigadores que la escritura debió de surgir, hacia el año 3300 a.m., para satisfacer la necesidad que sentían los antiguos habitantes de Mesopotamia de registrar y dejar constancia de sus cuentas.

No fue, pues, el deseo de legar a la posteridad el recuerdo de hazañas guerreras, relatos de héroes o dioses, o de plasmar normas jurídicas para su permanente constancia y cumplimiento, lo que motivó el nacimiento de la escritura, como se creía hasta ahora, sino simple y llanamente la necesidad de recoger y

conservar las cuentas originadas como consecuencia de procesos productivos y administrativos.

(BALLESTEROS, 2013)

En el mundo empresarial, la evolución de las organizaciones, impulsada por los avances tecnológicos, la globalización de los mercados, entre otros factores, conlleva a incremento en volumen de operaciones, dispersión de activos, multiplicidad de niveles jerárquicos, delegación de funciones, lo que ha significado que la gestión empresarial se oriente a establecer planes de organización y un conjunto de métodos y procedimientos que asegure la protección de sus activos, integralidad de registros contables y cumplimiento de directrices de la dirección.

5. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE CONTROL INTERNO

El concepto "Control Interno" no tiene una definición universalmente aceptada, no obstante, al definir el concepto diferentes autores tienen puntos coincidentes, a saber: contribuye al logro de los objetivos propuestos, comprende un plan de organización, métodos y procedimientos para asegurar la integralidad de la información, la eficiencia operativa y el cumplimiento de regulaciones aplicables

La auditoría como profesión fue reconocida por primera vez bajo la Ley Británica de Sociedades Anónimas de 1862. Entre 1862 y 1905, la profesión de auditor creció en Inglaterra y su principal objetivo entonces era la detección del fraude. Hacia 1900 llegó a Estados Unidos y allí se estableció con un concepto diferente, dándole a la auditoría como objetivo principal la revisión independiente de los asuntos financieros y de los resultados de las operaciones.

Casi alterno a lo anterior, se empezó a desarrollar el modelo de Auditoría Interna y del gobierno, lo que permitió el desarrollo de la Auditoría como un proceso integral y asesor al interior de las empresas, permitiendo así el desarrollo de un sistema de control propio para cada una de ellas.

Desde el segundo viaje de Colón a América, se tiene conocimiento de los primeros tipos de control, cuando los Reyes Católicos designan un funcionario con la misión de vigilar y controlar el manejo de los fondos y bienes de la expedición **(Transporte, 2018)**.

(Barzallana, 2012)

Las aplicaciones Web interactivas poco a poco han revolucionado la forma de utilizar internet, aumentando el contenido de las páginas con texto estático (texto que no evoluciona, sino que permanecen como es) a un contenido rico e interactivo, por lo tanto, escalable.

El concepto de la aplicación web no es nuevo. De hecho, uno del primer lenguaje de programación para el desarrollo de aplicaciones web es el "Perl". Fue inventado por Larry Wall en 1987 antes de que internet se convirtiera en accesible para el público en general. Pero fue en 1995 cuando el programador Rasmus Lerdorf puso a disposición el lenguaje PHP con lo que todo el desarrollo de aplicaciones web realmente despegó. Hoy en día, incluso muchas de estas aplicaciones se han desarrollado en PHP, como Google, Facebook y Wikipedia.

Unos meses más tarde, Netscape, el navegador web más antiguo y popular, anunció una nueva tecnología, JavaScript, lo que permite a los programadores cambiar de forma dinámica el contenido de una página Web que había sido hasta el momento texto estático. Esta tecnología permite un nuevo enfoque para el desarrollo de aplicaciones Web, que eran, y aún hoy, mucho más interactivas para los usuarios. Por ejemplo, la instantánea de Google, que muestra los resultados de búsqueda en un momento en que la palabra se escribe, hace un uso intensivo de JavaScript. Las actualizaciones del sitio web de productos de Microsoft también utiliza esta tecnología.

(Vega, 2020) Las aplicaciones web son programas informáticos que se ejecutan en un servidor web, al que los usuarios acceden a través de internet, utilizando un navegador. Todos los datos con los que trabaja están almacenados en la web y son procesados en la misma, por lo que, a

diferencia de las aplicaciones de escritorio, no necesitan instalarse en el ordenador, pero sí precisan de conexión a la red.

Las aplicaciones web están basadas en la arquitectura cliente-servidor. Combinan scripts del lado del servidor (PHP y ASP), para la gestión del almacenamiento y recuperación de la información, con scripts del lado del cliente (JavaScript y HTML), para ofrecer la información a los usuarios. Esto hace que en ellas se pueda interactuar a través de formularios online, sistemas de gestión de contenido, carritos de la compra.

5.1 PROS DE LAS APLICACIONES WEB (BEEDIGITAL, 2021)

- Son una solución rápida y barata, ya que la inversión destinada a su desarrollo es menor y se necesita de menos tiempo.
- No hay que crear diferentes versiones para diversas familias de dispositivos: una aplicación web será accesible para todos los usuarios, utilicen iOS, Android, una Tablet o un PC.
- El entorno web sigue siendo mejor a la hora de captar usuarios, ya que estos
- Sin embargo, si solo tienen que seguir un enlace URL, estarán más dispuestos a probarla.
- Utiliza lenguajes de sobra conocidos por los programadores, como HTML y CSS.
- No se necesita realizar actualizaciones periódicas ni que los usuarios den su permiso para implementar los cambios.
- Aunque son más lentas, las aplicaciones web tienen menos en tendencia a colgarse y sufrir 'bugs' porque evitan los problemas técnicos que surgen incompatibles o conflictos de software con otras aplicaciones, así como los protocolos de seguridad de los dispositivos.

5.2 CONTRAS DE LAS APLICACIONES WEB

- Necesitan alojarse en una web optimizada y responsive para que los usuarios puedan utilizar la aplicación a la perfección.
- Al no tratarse de una app nativa, no se encuentran en los 'market' oficiales de los sistemas operativos predominantes en los teléfonos móviles, como Apple Store o Play Store. De esta manera, muchos usuarios que busquen una aplicación dentro de estas tiendas, no llegarán a dar con ella.
- Las apps nativas deben descargarse por lo que, una vez se ha dado este paso, es más probable que se usen de nuevo, fomentando la fidelización. Sin embargo, el mundo web es más volátil y es posible que el usuario recurra a cualquier otra aplicación con la que se tope en internet la próxima vez que lo necesite.
- De forma habitual, el usuario necesita de una mayor conectividad en las aplicaciones web que en las aplicaciones móviles para utilizar la herramienta.
- El rendimiento está limitado por la respuesta del navegador desde el que se ejecuta la aplicación.
- La experiencia del usuario es peor, ya que se adapta menos al dispositivo utilizado que una app nativa.
- Las funcionalidades offline quedan totalmente descartadas en las aplicaciones web.

Personaje	Aporte	Año
Gottfried Wilheml von Leibniz	Máquinas de operaciones básicas	XV
Charles Babbage	Máquina diferencial para el cálculo de polinomios	XVII
Lady Ada Countess of Lovelace	Almacenamiento en tarjetas perforadas	XVII
Herman Hollerit	Creador de un sistema para automatizar la pesada tarea del censo	1890
Alan Mathison Turing	Máquina de Turing - una máquina capaz de resolver problemas - Aportes de Lógica Matemática - Computadora con tubos de vacío	1943
George Boole	Contribuyó al álgebra binaria y a los sistemas de circuitos de computadora (álgebra booleana).	1854
John Vincent Atanasoff	Primera computadora digital electrónica patentada - Atanasoff Berry Computer (ABC)	1942
Howard Aiken	En colaboración con IBM desarrolló el Mark 1, una computadora electromecánica de 16 metros de largo y más de dos de alto que podía realizar las cuatro operaciones básicas y trabajar con información almacenada en forma de tablas.	1944
John W. Mauchly	Junto a John Presper Eckert desarrolló una computadora electrónica completamente operacional a gran escala llamada Electronic Numerical Integrator And Computer (ENIAC).	1946
Johann Ludwig Von Neumann	Propuso guardar en memoria no solo la información, sino también los programas, acelerando los procesos.	1945

Cuadro N°. 1: historia de la computadora

Luego los avances en las ciencias informáticas han sido muy acelerados, se reemplazó los tubos al vacío por transistores en 1958 y en el mismo año, se sustituyeron por circuitos integrados, y en 1961 se miniaturizaron en chips de silicio. En 1971 apareció el primer microprocesador de Intel; y en 1973 el primer sistema operativo CP/M. El primer computador personal es comercializado por IBM en el año 1980.

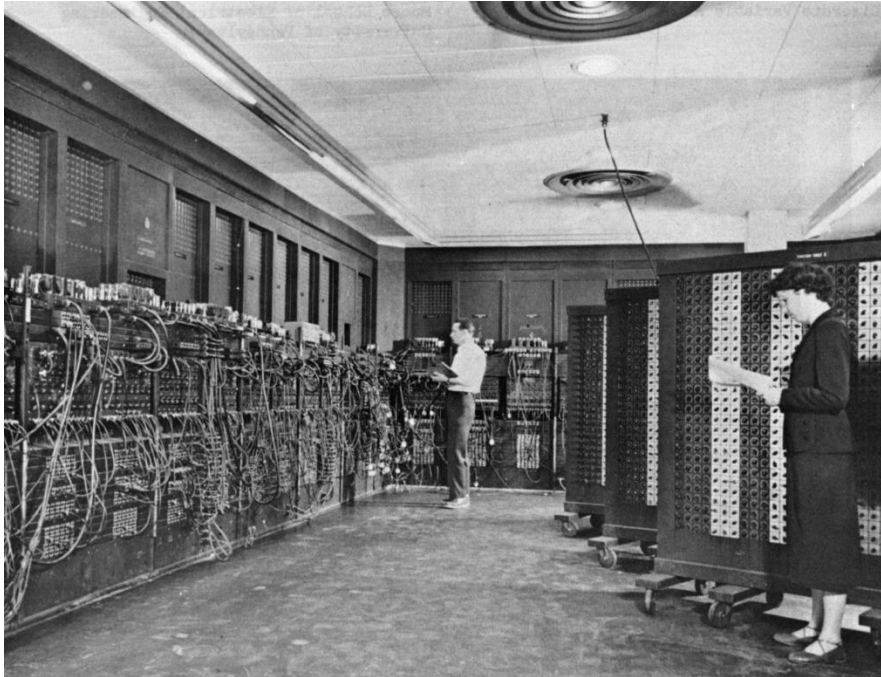


Figura N°. 1: HISTORIA DE LA PROGRAMACION

Fuente: Historia de la programación (Pineda, 2019)

6. ANTECEDENTES REFERENCIALES

Tema: Diseño de una aplicación móvil de ventas online de productos farmacéuticos de la farmacia “ExiFarma”.

Autor: Gonzalo Darío Triviño Ron

Resumen:

La presente investigación está dirigida a la farmacia “ExiFarma” que se encuentra ubicada en la calle Vinces y Rómulo Rendón en el cantón de Balzar; se dedica a la comercialización de productos que brindan bienestar y salud, ayudando a la comunidad balzareña a satisfacer sus necesidades ofreciendo medicinas y productos auténticos a un precio asequible, con un servicio de calidad. El proceso de ventas en la farmacia es de forma básica, se realizan por medio de publicidad como radio, volantes, redes sociales etc., sin embargo, en estos últimos años ha tenido serios inconvenientes referentes a la disminución de sus ventas, debido al posicionamiento de nuevas farmacéuticas dentro de la zona que ofrecen sus productos, de la misma manera, pero con la diferencia de un aumento de locales en el cantón.

Otro punto que hay que considerar es que la farmacia no cuenta con otro canal de comunicación para abarcar el mercado, ya que no utiliza ninguna herramienta tecnológica que les haga saber a sus usuarios de sus nuevos productos y promociones que se ofrecen semanal y mensualmente, ni mucho menos, de los servicios que pueda brindar para el fácil acceso de una manera más rápida y fiable. Es así, si se toma en consideración todo esto, se influye mucho en la disminución de las ventas haciendo que la farmacia tenga una limitación y que no pueda crecer de una manera rápida y progresiva, ya que al ver esta problemática no puede incrementar su productividad, ni su personal trabaja para que pueda brindar un servicio eficiente con calidad y calidez que satisfaga a la hora de vender a la comunidad.

Comentario:

El diseño de esta aplicación móvil acelera el proceso de ventas de esta farmacéutica, una vez este realizado el diseño podrá subir el volumen de sus

ventas ya que por medio de la aplicación podrá brindar publicidad y obtener más clientes.

Tema: Diseño de un sistema web para gestión académica y financiera de los estudiantes de la unidad educativa particular hermano Adolfo Armijos Jarrin

Autor: Valero Malagon Nahim Guillermo

Resumen:

El problema se origina cuando los estudiantes por alguna razón desconocida no asisten a clases; creyendo los representantes que los estudiantes están en el campus educativo, recién notan las inasistencias de los estudiantes, en el reporte del quimestre, sin embargo, el reporte no dice con exactitud qué día fue que faltó el estudiante. También se origina un problema cuando hay nuevos estudiantes y los nombres de los mismos no aparecen en la nómina ya existente.

Adicional al problema mencionado tenemos la parte financiera de la institución educativa, cuando los representantes de los estudiantes no cumplen con la responsabilidad del pago de las pensiones, por lo que se tiene por efecto el desequilibrio en la parte administrativa de dicha institución por el hecho que no se pueden cubrir a tiempo el pago de salarios a los docentes y personal administrativo.

Comentario:

Con el avance de la tecnología es posible hoy en día realizar un diseño de software y control para que así dicha escuela pueda llevar de manera correcta la asistencia de sus alumnos. Realizar un diseño es significado de orden y dar a conocer algún negocio u otro tipo de empresa.

Tema: Diseño de un software de inscripción y registro de notas de los estudiantes del curso de catequesis de la iglesia San Juan Bosco

Autor: Zambrano Ferreccio Nixon Enrique

Resumen:

En todas las instituciones educativas se debe llevar de manera correcta dos procesos el de matriculación o registro y el de asentamiento de notas. Debido a la importancia que tienen estos dos procesos para un buen desarrollo de una institución educativa, agregando a eso la deficiencia que tienen los registros manuales es que se desarrollan muchos proyectos de digitalización, en este caso de registro y asentamiento de notas.

Actualmente posee numerosos documentos de matrículas, debido a sus registros manuales, trayendo consigo la deficiencia al momento de llevar las inscripciones, actualmente la falta de automatización en los procesos del centro religioso ubicado en Bastión Popular al norte de Guayaquil, en donde para llevar los registros de matrícula ya sean de personas que van a ingresar a realizar su primera comunión, confirmación, o van a ingresar a infancia misionera, se realiza de forma física (Hojas de Papel) siendo este un sistema muy inseguro, existe una gran pérdida de información asociada a la humedad que tiene el archivo donde se encuentran ubicadas las carpetas de los cursos, en ocasiones las lluvias han creado filtraciones que han mojado la data y se han perdido los informes, los cuales ha sido imposible recuperar cuando ya ha pasado un tiempo y el profesor ya no cuenta con dicha información. Asimismo, estos registros corren el peligro de ser extraviados, dañado

Comentario:

Este diseño de software para la inscripción y registro de esta institución le ayudara a llevar un correcto y ordenado orden. El diseño le dará estética y con el fin de comunicar algo al usuario.

7. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Normas, leyes, reglamentos, decretos y resoluciones a la cual hay que indicarle su número y fecha de edición, las leyes aprobadas por el ente legislativo, en las actas aprobadas por las juntas directivas, en los registros, en las notarías, cuando se trata de empresas es conveniente y necesario disponer de la manuela de organización por cuanto en él están los datos tales como el registro de la empresa: sus objetivos, fines, estructuras, antecedentes, etc. También es de mencionar otros documentos menores; no menos importantes tales como: las resoluciones de los órganos ejecutivos de la organización que estudiamos que en la mayoría de los casos pueden estar reflejados en los memorando, actas e informes.

(Spot, 2014)

Delitos contra la seguridad de los activos de los sistemas de información y comunicación”

Artículo 229.- Revelación ilegal de base de datos.

La persona que, en provecho propio o de un tercero, revele información registrada, contenida en ficheros, archivos, bases de datos o medios semejantes, a través o dirigidas a un sistema electrónico, informático, telemático o de telecomunicaciones; materializando voluntaria e intencionalmente la violación del secreto, la intimidad y la privacidad de las personas, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años. (Pág,36)

Si esta conducta se comete por una o un servidor público, empleadas o empleados bancarios internos o de instituciones de la economía popular y solidaria que realicen intermediación financiera o contratistas, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años. (Pág,36)

Artículo 230.- Interceptación ilegal de datos.

Será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años:

1. La persona que, sin orden judicial previa, en provecho propio o de un tercero, intercepte, escuche, desvíe, grabe u observe, en cualquier forma un dato informático en su origen, destino o en el interior de un sistema informático, una

señal o una transmisión de datos o señales con la finalidad de obtener información registrada o disponible. (Pág,36)

2. La persona que diseñe, desarrolle, venda, ejecute, programe o envíe mensajes, certificados de seguridad o páginas electrónicas, enlaces o ventanas emergentes o modifique el sistema de resolución de nombres de dominio de un servicio financiero o pago electrónico u otro sitio personal o de confianza, de tal manera que induzca a una persona a ingresar a una dirección o sitio de internet diferente a la que quiere acceder. (Pág,36)

3. La persona que a través de cualquier medio copie, clone o comercialice información contenida en las bandas magnéticas, chips u otro dispositivo electrónico que esté soportada en las tarjetas de crédito, débito, pago o similares. (Pág,36)

4. La persona que produzca, fabrique, distribuya, posea o facilite materiales, dispositivos electrónicos o sistemas informáticos destinados a la comisión del delito descrito en el inciso anterior. (Pág,36)

Artículo 231.- Transferencia electrónica de activo patrimonial.

La persona que, con ánimo de lucro, altere, manipule o modifique el funcionamiento de programa o sistema informático o telemático o mensaje de datos, para procurarse la transferencia o apropiación no consentida de para explotar ilegítimamente el acceso logrado, modificar un portal web, desviar o re direccionar el tráfico de datos o voz u ofrecer servicios que estos sistemas proveen a terceros, sin pagarlos a los proveedores de servicios legítimos, será sancionada con la pena privativa de la libertad de tres a cinco años. (Pág,36)

Con igual pena, será sancionada la persona que facilite o proporcione datos de su cuenta bancaria con la intención de obtener, recibir o captar de forma ilegítima un activo patrimonial a través de una transferencia electrónica producto de este delito para sí mismo o para otra persona. (Pág,36)

Artículo 232.- Ataque a la integridad de sistemas informáticos.

La persona que destruya, dañe, borre, deteriore, altere, suspenda, trabe, cause mal funcionamiento, comportamiento no deseado o suprima datos informáticos, mensajes de correo electrónico, de sistemas de tratamiento de información, telemático o de telecomunicaciones a todo o partes de sus componentes lógicos que lo rigen, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años. (Pág,37)

Con igual pena será sancionada la persona que:

1. Diseñe, desarrolle, programe, adquiera, envíe, introduzca, ejecute, venda o distribuya de cualquier manera, dispositivos o programas informáticos maliciosos o programas destinados a causar los efectos señalados en el primer inciso de este artículo. (Pág,37)
2. Destruya o altere sin la autorización de su titular, la infraestructura tecnológica necesaria para la transmisión, recepción o procesamiento de información en general. (Pág,37)

Si la infracción se comete sobre bienes informáticos destinados a la prestación de un servicio público o vinculado con la seguridad ciudadana, la pena será de cinco a siete años de privación de libertad. (Pág,37)

Artículo 233.- Delitos contra la información pública reservada legalmente.

La persona que destruya o inutilice información clasificada de conformidad con la Ley, será sancionada con pena privativa de libertad de cinco a siete años. La o el servidor público que, utilizando cualquier medio electrónico o informático, obtenga este tipo de información, será sancionado con pena privativa de libertad de tres a cinco años.

Cuando se trate de información reservada, cuya revelación pueda comprometer gravemente la seguridad del Estado, la o el servidor público encargado de la custodia o utilización legítima de la información que sin la autorización correspondiente revele dicha información, será sancionado con pena privativa de libertad de siete a diez años y la inhabilitación para ejercer un cargo o función

pública por seis meses, siempre que no se configure otra infracción de mayor gravedad. (Pág,37)

Artículo 234.- Acceso no consentido a un sistema informático, telemático o de telecomunicaciones.

La persona que sin autorización acceda en todo o en parte a un sistema informático o sistema telemático o de telecomunicaciones o se mantenga dentro del mismo en contra de la voluntad de quien tenga el legítimo derecho, para explotar ilegítimamente el acceso logrado, modificar un portal web, desviar o re direccionar de tráfico de datos o voz u ofrecer servicios que estos sistemas proveen a terceros, sin pagarlos a los proveedores de servicios legítimos, será sancionada con la pena privativa de la libertad de tres a cinco años. (Pág,37)

Además de los artículos expuestos es necesario conocer la documentación legal acerca de la Ley orgánica de defensa del consumidor expuesta en la Constitución Política de la Republica. (Constitución Política de la Republica, 2011)

7.1 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 14 leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor (Pág,1).

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 (Pág., 2).

Art. 2.- Definiciones

Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

Anunciante. – Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios (Pág. 2).

Consumidor. – Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario (Pág. 2).

Contrato de Adhesión. – Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido (Pág. 2).

Derecho de Devolución. – Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares (Pág. 2).

Especulación. – Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor (Pág. 2).

Información Básica Comercial. – Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio (Pág. 2).

Oferta. – Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor (Pág.2).

Proveedor. – Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión (Pág. 2).

Publicidad. – La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de 16 identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva (Pág. 2).

Publicidad Abusiva. – Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva (Pág. 2).

Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales (Pág. 2)

Publicidad Engañosa. – Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor (Pág. 3).

Servicios Públicos Domiciliarios. – Se entienden por servicios públicos domiciliarios los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como servicio de energía eléctrica, telefonía convencional, agua potable u otros similares (Pág. 3).

Prestadores. – Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores (Pág. 3)

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 (Pág. 3).

7.2 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 (pág. 3).
- 2.** Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad (pág. 3).
- 3.** Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad (pág. 3).
- 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 (pág.3).
- 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 (pág. 3).
- 6.** Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales (pág.3).
- 7.** Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos (pág. 3).

8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios (pág. 3).

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 (pág. 4).

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 (pág. 4).

11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan (pág. 4).

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 (pág. 4).

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor

Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios (pág. 4).

2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido (pág. 4).

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 (pág. 4).

4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse (pág. 4).

7.3 REGULACIÓN 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 (pág. 4).

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 (pág. 4).
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 (pág. 4).
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 (pág. 4).
4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras tales como medallas, premios, trofeos o diplomas (pág. 4).

Nota: El artículo 17 del Código Orgánico Integral Penal dispone: “Se considerarán exclusivamente como infracciones penales las tipificadas en este Código. Las acciones u omisiones punibles, las penas o procedimientos penales previstos en otras normas jurídicas no tendrán validez jurídica alguna, salvo en materia de niñez y adolescencia (pág. 4).

7.4 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable independiente: sistema web de registro y control de cuentas de crédito interno.

El diseño de la aplicación web permitirá a los confeccionistas llevar de manera correcta el control y registro de sus cuentas. La aplicación web ofrece una forma más rápida de registro ya que así se reduce la cantidad de personal requerido y son una alternativa más fácil para que se puedan registrar de manera online y evitar pérdidas de tiempo.

Variable Dependiente: visualización en línea del estado del crédito.

El proceso contable es un conjunto de pasos para mostrar a través de los estados financieros las actividades económicas de una entidad o una organización. Este ciclo es fundamental para cualquier negocio porque les permite ver sus gastos e ingresos y hacer previsiones, evitando muchas veces crisis que pueden llevar a cierres de puerta de negocio.

Acá te exponemos cuáles son las gestiones para ejecutar un proceso contable de manera apropiada y eficaz:

7.5 IDENTIFICACIÓN DE LAS OPERACIONES

El contador debe de introducir la totalidad de las operaciones económicas hechas por la organización. Las operaciones que tiene que tener en cuenta son:

Operaciones rutinarias

Aquellas que se muestran de modo habitual e invariable en las acciones de la organización. Estas se dividen en:

- **Básicas:** son aquellas que valen para el proceso obtención de bienes o servicios de la empresa. Ordinariamente se pactan en ellas a los consumidores o compradores externos.
- **De apoyo:** sirven como puntal para la ayuda de los ordenamientos básicos. Aquí se hallan los usuarios o consumidores internos y externos.

OPERACIONES NO RUTINARIAS

Estas son cosas intermitentes que suceden dentro de una organización.

Esto se puede estipular de la siguiente manera:

- Daños o pérdidas resultantes de hechos imprevistos.
- Pérdida por decisión judicial.
- Adquisición o reestructuración.
- Proceso de investigación para desarrollar nuevos productos o servicios.

RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Esto se hace a través de los medios definidos para cada actividad de uso. El contador debe asegurarse de que toda la información especificada sea confiable.

CLASIFICACIÓN Y REGISTRO

La clasificación y registro de toda la información se genera en los asientos contables. Este es el nombre del régimen basado en el principio de dos caras (causa y efecto) con dos tratados: debe y el haber. La parte del debe o tarifas se colocan en el lado izquierdo de la casilla, mientras que el haber se colocan en el lado derecho. Para realizar los asientos contables el debe y haber se asocian a las cuentas contables que son:

Reales o de balance: Son transacciones que afectan la situación financiera de la empresa (Finanzas (activo, pasivo, patrimonio)).

Resultados, pérdidas y ganancias o nominales: en este se reconocen las transacciones que afectan los resultados financieros de la organización (Ingresos, gastos y gastos).

RESÚMENES INTERMEDIOS

Los resúmenes intermedios son aquellos que producen estados financieros que permiten a los usuarios internos y externos mantenerse informados sobre los recursos disponibles de una empresa. Este resultado se registra en dos tipos de libros: el libro auxiliar y libro principal (Libro Diario, Libro Columna, Libro Mayor y Balance).

ESTADOS FINANCIEROS

Son el producto final de los estados contables y tienen como finalidad presentar la información financiera a los administradores de las empresas para que puedan tomar decisiones económicas efectivas. La información en los estados financieros relacionada con la rentabilidad, la posición financiera, el crecimiento y el flujo de caja.

Constan de cinco secciones, el balance, el estado de resultados, el estado de cambios en el patrimonio y el estado de flujos de efectivo.

- **Balance general:** en muchos sentidos, se trata de una radiografía del estado de una empresa durante un período determinado.
- **Estado de resultados:** También conocida como cuenta de pérdidas y ganancias, refleja tanto los ingresos como los gastos de la empresa.
- **Estado de cambio del patrimonio neto:** incluye razones para la transformación del patrimonio de la compañía.
- **Declaración de flujo de efectivo:** incluyendo actividades, inversiones y actividades financieras. A través de él, se verifica el impacto de la operación de la empresa. (CERTUS, 2019)

8. GLOSARIO

- **Imprescindible:** Que es o se considera tan necesario que no se puede prescindir de él o no se puede dejar de tener en consideración.
- **Inconvenientes:** Situación, circunstancia o razón que dificulta o imposibilita hacer una cosa.
- **Expansionismo:** Tendencia a extender el dominio político y económico de un país a otras áreas geográficas.
- **Mercantilista:** Del mercantilismo o relacionado con este sistema económico.
- **Miniaturizaron:** Acción de miniaturizar.
- **Hipertexto:** Sistema de organización y presentación de datos que se basa en la vinculación de fragmentos textuales o gráficos a otros fragmentos, lo cual permite al usuario acceder a la información no necesariamente de forma secuencial sino desde cualquiera de los distintos ítems relacionados.
- **Topografía:** Técnica que consiste en describir y representar en un plano la superficie o el relieve de un terreno.
- **Cosmología:** Parte de la astronomía que estudia las leyes generales, el origen y la evolución del universo.
- **Usabilidad:** Calidad de la página web o del programa informático que son sencillos de usar porque facilitan la lectura de los textos, descargan rápidamente la información y presentan funciones y menús sencillos, por lo que el usuario encuentra satisfechas sus consultas y cómodo su uso.
- **Telemático:** es una asociación creada para favorecer la expansión del mercado de la información con el complejo universo telemático.
- **Privativa:** Que es propio o peculiar de una persona o de una cosa.
- **Intermediación:** es el proceso mediante el cual, un agente, el cual recibe el nombre de intermediario, se encarga de vincular, o comunicar, a dos, o más, partes interesadas en realizar una transacción o negociación.
- **Inciso:** Que está hecho por incisión
- **Inhabilitación:** Declarar a alguien inhábil o incapaz de obtener o ejercer cargos públicos, o de ejercitar derechos civiles o políticos.

- **Idoneidad:** Calidad de idóneo.
- **Proyecciones:** Acción de proyectar.
- **Rentabilidad:** Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.
- **Procedimientos:** Actuación que se sigue mediante trámites judiciales o administrativos.
- **Reformar:** Hacer modificaciones en una cosa con el fin de mejorarla.
- **Indemnización:** Acción de indemnizar.

CAPITULO III

METODOLOGIA

1. PRESENTACION DE LA EMPRESA

Incansablemente CASA LULU S.A. ha dedicado su esfuerzo durante 51 años para ofrecer la más alta calidad de textiles a sus clientes y aportar al sector empresarial del país. Alimentados por el tesón de nuestra familia y la solidez visionaria de Nicolás Issa Obando al sentar los cimientos de esta empresa, siempre hemos confiado en nuestra capacidad de creación, nuestra experiencia en la industria textil, continúa aportando al crecimiento de la industria nacional. Somos un equipo que trabaja con cariño y entrega para brindarles un producto de gran calidad, pero sobre todo elaborado con pasión en cada uno de los procesos.

La experiencia en telas que adquirió Nicolás Issa Obando por parte de su padre, Antonio, de origen libanes, lo motivo abrir su propio negocio hace 47 años.

Esta empresa se inició en las calles 10 de agosto y Rumi chaca, Issa quien hasta el 2009 fue embajador de Ecuador, trabajo con su padre hasta los 18 años, cuando se independizo y abrió su propio local.

Durante los primeros años, el negocio se convirtió en importador de otras tiendas, explica Carlos Jarrin, gerente y yerno del propietario de la tienda, ubicada en Boyacá y Luque. “Luego, con la entrada de mercancía, la venta de los productos se derivó hacia los confeccionistas. Hasta hoy en día eso se da”, indica.

Este negocio es uno de los referentes en la venta de telas en época navideña. Para esta fecha ha importado 15.000 metros, 3.000 metros adicionales al año pasado. Este aumento es por la demanda del producto que han evidenciado en los últimos meses, antes de esta festividad.

Desde octubre este local exhibe los diseños que llegan por Navidad. Durante las primeras semanas predominan los confeccionistas en el pasillo, mientras que en

la última semana lo hacen los clientes que quieren adquirir diseños para sus mesas, cortinas, entre otros.

“Nosotros diseñamos los tejidos y con esas mismas telas fabricamos mercancía para venderla en establecimientos comerciales. En esta época mucha gente utiliza sus tejidos festivos, telas de fiesta de color rojo, también hacen tejidos combinados”, cuenta Jarrin.

En esta festividad suelen aumentar sus ganancias en un 15%. Pero el asunto no solo ha quedado en la venta de telas. La Gran Vía, que expende prendas de vestir, también es propiedad del exembajador, que delegó esta responsabilidad a su hija Cristina y a su yerno.

En este negocio pueden aumentar hasta en un 40% las ventas relacionadas con la Navidad. “diciembre para nosotros es una época de mucho movimiento comercial en los dos negocios. Hay un auge comercial a nivel general y se siente”, manifiesta Jarrin.

La Gran Vía se inauguró hace diez años y muestra en sus vitrinas confecciones de cinco talleres locales.

“Como almacén, en La Gran Vía se compra a nivel general. Desarrollamos prendas navideñas como vestidos y combinaciones de rojo y blanco. Tenemos la materia prima para poder confeccionarlos”, menciona el empresario.

Unos 70 empleados laboran habitualmente en Casa Lulú, pero este número llega hasta 80 en Navidad. “En el momento de hacer compras lo hacemos entre Cristina, don Nicolás y yo. Entre los tres llegamos a un consenso del producto que podemos ofrecerles a nuestros clientes”, dice Jarrin.

2. GENERALIDADES

Negocio familiar

Importaciones

Alrededor de 50 contenedores al año importa esta tienda de telas. La mayoría proviene de Asia. En cada uno pueden llegar 80.000 metros de tela.

Venta de diseños

La Gran Vía, el otro negocio de Nicolás Issa, tiene tres tiendas. Aquí se comercializan vestidos y camisas elaborados con telas de Casa Lulú.

Casa Lulú S.A. es una empresa en Ecuador, con sede principal en Guayaquil. Opera en Comerciantes al por Mayor de Prendas de Vestir, Bienes que se Venden por Yarda y Accesorios sector. La empresa fue fundada en 08 de abril de 1975. Actualmente emplea a 46 (2019) personas. Su Activo Total registró crecimiento negativo of 99,97%. El margen neto de Casa Lulú S.A. cayó 0,3% en 2020.Principales Actividades: Comerciantes al por Mayor de Prendas de Vestir, Bienes que se Venden por Yarda y Accesorios. Ofrecen a sus clientes una variedad de telas con sus respectivos nombres como:

- Genaluna
- Mango
- Seda italiana
- Charmeuse
- Infinity
- Dalia
- Brianna
- Laurel
- Riboli
- Egipto estampado
- Andrea estampado
- Mini Print
- Casimir
- Uniqlo



Figura N°. 2: CASA LULU S.A



Figura N°. 3: GERENTE DE CASA LULU S.A

Ubicación: Casa Matriz Boyacá 1420, Edif. Casa Lulú S.A. Guayaquil; Guayas;

Fecha de Incorporación: 08 de abril de 197

MISIÓN

Nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes telas con la mejor calidad a precios competitivos, diseños novedosos y estampados de cada temporada, y los mejores accesorios a la moda.

VISIÓN

Nuestra visión es convertirnos en la empresa textil más fuerte del Ecuador, satisfaciendo todas las necesidades en la demanda de telas de todo tipo y para todo uso de nuestra distinguida clientela.

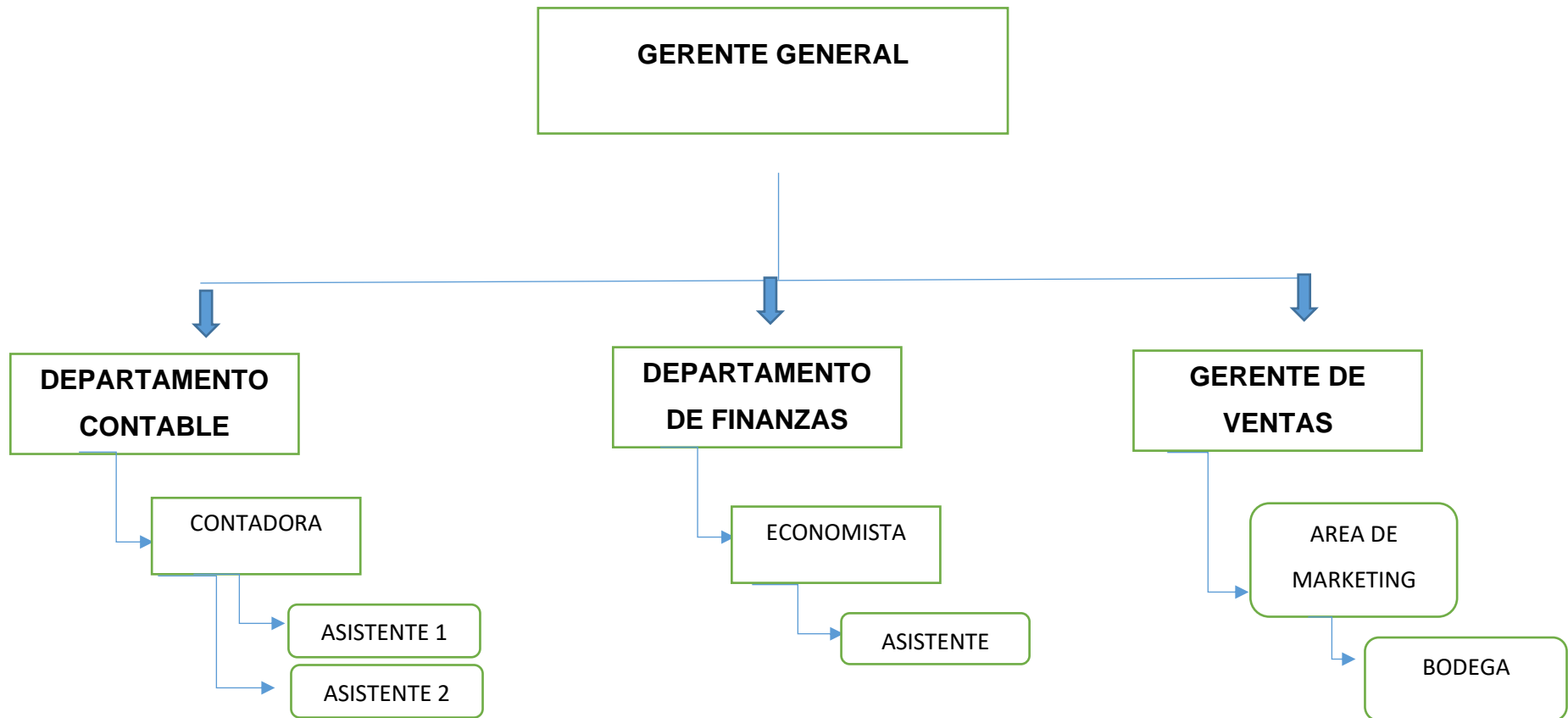
HABILIDADES

El diseño de moda ha evolucionado a lo largo de la historia. Desde que nació la alta costura original, los grandes sastres afirmaron la moda como un arte y comenzaron a firmar sus prendas. Entre estos, tocará la era de las grandes casas de moda como Chanel, Yves Saint Laurent o Balenciaga. En definitiva, la democratización de la moda conducirá al surgimiento de grandes marcas como Inditex, H&M o Uniqlo. Hoy en el siglo XXI, las nuevas empresas de confección buscan brindar exclusividad a los clientes para diferenciarse de los principales competidores del mercado. ¿Cómo? A través de la moda personalizada.

3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Ilustración 1 Organigrama de la empresa Casa Lulú S.A.

ORGANIGRAMA CASA LULÚ S.A.



4. NÓMINA DE TRABAJADORES

CARGO EN LA EMPRESA	CANTIDAD DE TRABAJADORES
Contadora	1
Economista	1
Asistente	3
Área marketing	2
Bodega	3
Atención al cliente	10
Cajera	2

Cuadro N°. 2: NOMINA DE TRABAJADORES

Proveedores
Marjorie Zavala
Isabel Cedeño
Fabiola Madrigal
Diana Alemán
Rina Candell
Fabricio Mapicor

Cuadro N°. 3: NOMINA DE PROVEEDORES

Elaborado: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Fuente: Casa Lulú S.A.

5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación. El diseño de investigación desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable. (Martinez, 2020) Los diseños son estrategias con las que intentamos obtener respuestas a preguntas como:

- Contar
- Medir
- Describir

El diseño constituye la estructura de cualquier trabajo científico. Brinda dirección y sistematiza la investigación. Los diferentes tipos de diseños de investigación tienen diferentes ventajas y desventajas.

El método que elijas afectará tus resultados y la manera en que concluyes los descubrimientos. La mayoría de los científicos está interesada en obtener observaciones fiables que pueden ayudar a la comprensión de un fenómeno. (Mask, 2021)

6. ENFOQUES DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de la investigación incluye dos conceptos principales que son: cuantitativo y el cualitativo.

ENFOQUE CUANTITATIVO

El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. Según (Fernandez, 2016) el orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos,

y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis. (Fernandez, 2016)

ENFOQUE CUALITATIVO

Es un conjunto de técnicas de investigación que se utilizan para obtener una visión general del comportamiento y la percepción de las personas sobre un tema en particular. Genera ideas y suposiciones que pueden ayudar a entender cómo es percibido un problema por la población objetivo y ayuda a definir o identificar opciones relacionadas con ese problema. (Escarcega, 2019) La investigación cualitativa es muy útil en las primeras fases de los proyectos de investigación, además de que permite también analizar los datos utilizados en las ciencias sociales y adquirir un conocimiento profundo a través del análisis de textos (y palabras, más que números).

Este diseño de investigación está enfocado en el significado y la observación de un fenómeno en el entorno natural. Se trata de datos que son difíciles de cuantificar. No rechaza cifras o estadísticas, pero simplemente no les da el primer lugar. (Escarcega, 2019)

6. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación utilizada para este diseño fue: descriptiva, explicativa y correlacionada.

DESCRIPTIVA

En este tipo de investigación es descriptiva porque se podrá obtener información mediante el diseño web para los confeccionistas de Casa Lulú S.A. que vamos a realizar, se analizara el comportamiento del confeccionista mediante la aplicación y ver cuál es el más apto para poder llevar a cabo el crédito.

EXPLICATIVA

Esta investigación es explicativa ya que indicará factores que pueden estar presentes al momento de la implementación del crédito. Explicando los componentes que se relacionen con el problema identificado e inmediatamente solucionara el mismo.

CORRELACIONAL

El estudio es correlacional, permite examinar dos variables que, al igual que los sistemas informáticos de los fabricantes de ropa, les permite mantener un orden en la forma en que pagan y así controlar para generar beneficios crediticios a todos.

7. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Lo más relacionado a la población con este concepto; se determina que la población estudiada son los clientes

Se pidió información sobre cuantos clientes y confeccionista ingresan a diario al local, son 300 personas todos los días, en promedio en el mes, nos dan a 9,000 personas a la plaza

Muestra

Las muestras son un subconjunto de datos que pertenecen a la población de datos. Según las estadísticas, debe incluir un conjunto de observaciones de representación completa para conjuntos de datos.

La fórmula para obtener el resultado de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2 * (N - 1) + (Z^2 * P * Q)}$$

8. SIMBOLOGÍA

Z= nivel de confianza

p= porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

Q= porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p

nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo

se suma 50% para p y 50% para q

N= tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)

E= error de estimación máximo aceptado

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 6.000 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (6000 - 1) + (1.96^2 * ((0.5) * (0.5)))}$$

$$n = \frac{(3.84) \times (6000) \times (0.25)}{(0.0025)(6000) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{5760}{15,96}$$

$$n = 361$$

9. TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

Observación

Esta es una técnica que radica en observar delicadamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. Existen dos clases de observación: la Observación no científica y la observación científica. La diferencia básica entre una y otra está en la intencionalidad: observar científicamente significa observar con un objetivo claro, definido y preciso: el investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente la observación. Observar no científicamente significa observar sin intención, sin objetivo definido y, por tanto, sin preparación previa. (Puente, 2018)

Encuesta

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. (Puente, 2018) Ese listado se denomina cuestionario. Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos. Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas. Varios autores llaman cuestionario a la técnica misma. Los mismos u otros, unen en un mismo concepto a la entrevista y al cuestionario, denominándolo encuesta, debido a que en los dos casos se trata de obtener datos de personas que tienen alguna relación con el problema que es materia de investigación.

Modelo de Encuesta

ENCUESTA REFERENCIAL SOBRE LA EMPRESA CASA LULU S.A.

1. ¿CON QUE FRECUENCIA ACUDE A LA EMPRESA CASA LULÚ S.A.?

TODOS LOS DIAS 2 VECES AL MES NO LO HAGO

2. ¿EN QUE FACTOR SE BASA AL ELEGIR UNA TELA?

REDES SOCIALES CATALOGOS APLICACIONES

3. ¿LA ULTIMA VEZ QUE VISITASTE LA TIENDA OBTUVISTE UNA BUENA ATENCIÓN?

SI NO A VECES

4. ¿RECOMENDARIAS ESTA TIENDA A TUS AMIGOS?

SI NO NO LO HARIA

5. ¿TE GUSTARIA QUE LA EMPRESA CASA LULU OTORGUE ALGÚN CRÉDITO A SUS CLIENTES MAS ANTIGUOS?

SI NO NO NECESITO

6. ¿COMO CALIFICARIAS TU EXPERIENCIA EN LA TIENDA?

MUY BUENA BUENA MALA

Cuadro N°. 4: ENCUESTRA REFERENCIAL DE CASA LULU S.A

Elaborado: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Instrumento

Este es un recurso que los investigadores pueden usar para resolver problemas y fenómenos y extraer información de ellos: formularios, equipos mecánicos y electrónicos también se utilizan para recopilar datos o información sobre un fenómeno determinado. Preguntas de tablas, termómetros, ecogramas.

Cuestionario

Es el conjunto de preguntas previamente diseñadas para ser contestadas por la misma persona o por el aplicador, pero a partir de las respuestas otorgadas por la persona que responde. Los cuestionarios contienen preguntas abiertas y cerradas. Las primeras permiten que cada persona que las responde exprese ampliamente su respuesta. Mientras que las preguntas cerradas tienen opciones prediseñadas de respuesta.

9.1 PROCEDIMIENTO O PASOS A SEGUIR EN LA INVESTIGACIÓN

Metodología Cascada



Figura N°. 4: MODELO CASCADA

Fuente: (<https://www.crehana.com/>)

En este proyecto utilizaremos la metodología cascada que divide los procesos de desarrollo en sucesivas fases. Se refiere a los procesos lineales, los resultados de cada una de las fases sirven como hipótesis de partida para que son la siguiente.

La modelo casada se divide en 5 fases que son:

Análisis: planificación, análisis y especificación de los requisitos.

Diseño: diseño y especificación del sistema.

Implementación: programación y pruebas unitarias.

Verificación: integración de sistemas, pruebas de sistema y de integración.

Mantenimiento: entrega, mantenimiento y mejora.

Una vez que se compruebe que todas las etapas indicadas se han llevado a cabo sin problemas, se volverá a revisar el proyecto para que esté libre de errores y sea posible corregirlo en el momento oportuno. Cuando el software está libre de errores, se puede entregar a la empresa y luego realizar el mantenimiento del software.

9.2 PASOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los pasos seguidos en esta encuesta se realizaron a través de una encuesta enviada a 240 clientes y su estructura es la siguiente:

- Recopilación de información
- Elaboración de cuestionario
- Aplicación de encuesta
- Tabulación e interpretación de resultados.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

PREGUNTA#1

1. ¿CON QUE FRECUENCIA ACUDE A LA EMPRESA CASA LULÚ S.A.?

OPCIONES	N° DE CLIENTES	PORCENTAJE
TODOS LOS DIAS	100	15%
2 VECES AL MES	300	70%
NO LO HAGO	60	15%

Cuadro N°. 5: FRECUENCIA CON LA ACUDEN A CASA LULU S.A

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana



Figura N°. 5: FRECUENCIA CON LA QUE ACUDEN A LA EMPRESA CASA LULU S.A

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Conclusión:

Haciendo referencia a lo investigado en la primera pregunta, llegamos a la conclusión de que el 70% de los clientes visitan el establecimiento dos veces al mes. Y el 30 % se divide en 15 % todos los días y el 15 % generalmente no lo hace.

PREGUNTA#2

2. ¿EN QUE FACTOR SE BASA AL ELEGIR UNA TELA?

OPCIONES	N° DE CLIENTES	PORCENTAJE
REDES SOCIALES	240	60%
CATALOGO	90	5%
APLICACIONES	500	35%

Cuadro N°. 6: FACTOR PARA ELGIR UNA TELA

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

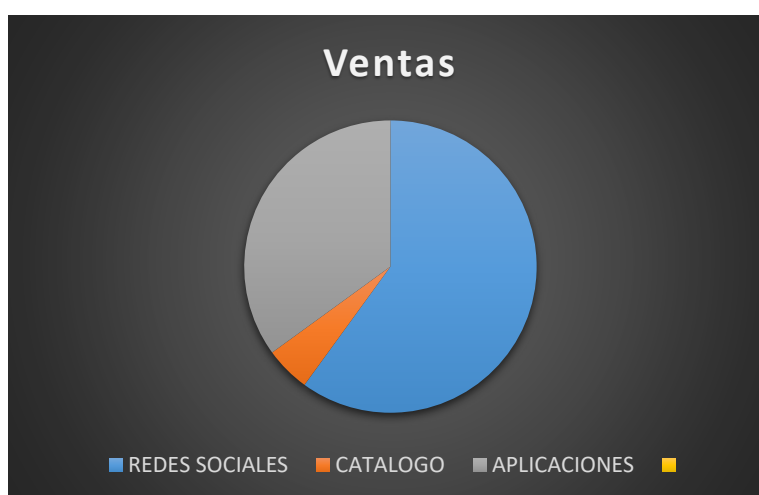


Figura N°. 6: FACTOR QUE SE BASA PARA ELEGIR UNA TELA

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Conclusión:

Se ha llegado a la conclusión en que los clientes para poder elegir o buscar algún tipo de tela se basan en las redes sociales.

PREGUNTA#3

3.- ¿LA ULTIMA VEZ QUE VISITASTE LA TIENDA OBTUVISTE UNA BUENA ATENCIÓN?

OPCIONES	N° DE CLIENTES	PORCENTAJE
SI	200	98%
NO	100	1%
A VECES	40	1%

Cuadro N°. 7: LA ULTIMA VEZ QUE VISITASTE LA TIENDA OBTUVISTE UNA BUENA ATENCION

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana



Figura N°. 7: ATENCION AL CLIENTE

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Conclusión:

Se evidencia que el 98% obtuvo una buena atención de parte del personal de la empresa Casa Lulú S.A.

PREGUNTA#4

4.- ¿RECOMENDARIAS ESTA TIENDA A TUS AMIGOS?

OPCIONES	N° DE CLIENTES	PORCENTAJE
SI	250	70%
NO	100	15%
A VECES	40	15%

Cuadro N°. 8: RECOMENDARIAS ESTA TIENDA

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

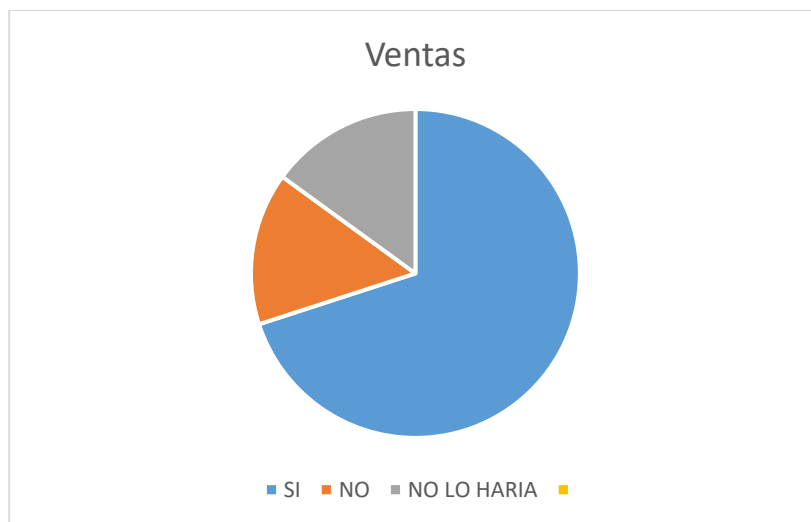


Figura N°. 8: RECOMENDARIAS A CASA LULU S.A

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Conclusión:

Se puede evidenciar que el 70% de clientes recomendarían a sus amistades la empresa de telas Casa Lulú S.A.

PREGUNTA#5

5.- ¿TE GUSTARIA QUE LA EMPRESA ORTOGUE ALGÚN CRÉDITO A SUS CLIENTES MÁS ANTIGUOS?

OPCIONES	N° DE CLIENTES	PORCENTAJE
SI	500	85%
NO	300	10%
NO NECESITO	100	5%

Cuadro N°. 9: CREDITO PARA CLIENTE

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

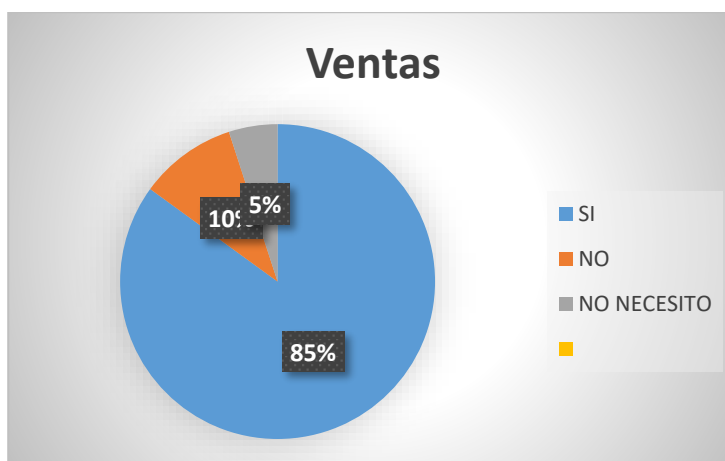


Figura N°. 9: CREDITO PARA CLIENTES ANTIGUOS

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Conclusión:

Se puede evidenciar que el 85% de los clientes les gustaría la idea que la empresa Casa Lulú S.A. otorgue a sus clientes más fieles un crédito

PREGUNTA#6

6.- ¿COMO CALIFICARIAS TU EXPERIENCIA EN LA TIENDA?

OPCIONES	N° DE CLIENTES	PORCENTAJE
MUY BUENA	400	94%
BUENA	300	4%
MALA	20	2%

Cuadro N°. 10: EXPERIENCIA EN LA TIENDA

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

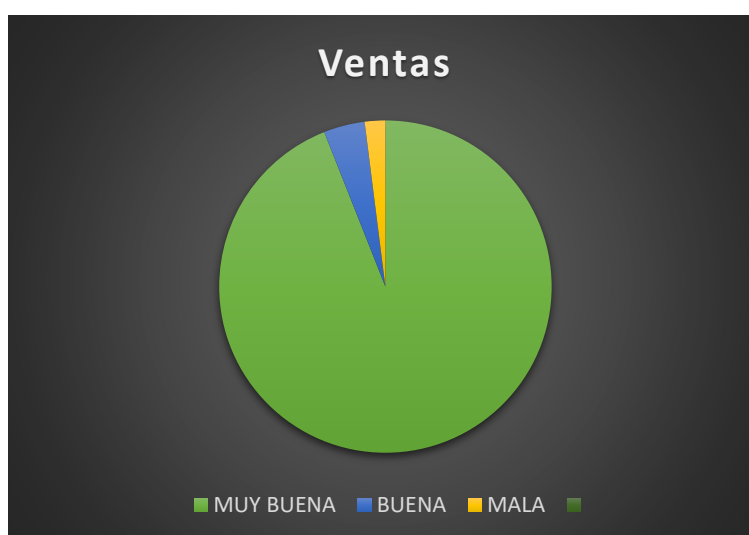


Figura N°. 10: EXPERIENCIA EN CASA LULU S.A

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Conclusión:

Como podemos observar el 94% de clientes han obtenido una muy buena experiencia, el 4% muy buena y los que han tenido una experiencia son del 4%.

1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

1.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseño de una aplicación web de registro y control de cuentas a crédito interno para los confeccionistas de la empresa Casa Lulú S.A.

Fundamentación

El presente proyecto busca otorgar a los clientes y confeccionistas un buen servicio, con la finalidad que puedan tener una buena atención y se les pueda otorgar un préstamo para poder generar ingresos para ambas partes y que la empresa Casa Lulú S.A. sea más conocida a nivel nacional por la variedad de telas de calidad que ofrece a sus clientes.

Por lo tanto, se pretende que con el diseño web llevar el registro y control de los clientes y confeccionistas a ver quién es el más indicado para poder otorgar el préstamo y a través del mismo diseño llevar el control de facturas que cancelan los confeccionistas para que no exista ningún error con ninguna factura y puedan ser cancelados sin problema alguno.

Justificación

Según la fundamentación opta por satisfacer las necesidades de los clientes o confeccionistas por medio de un diseño web de registro y control.

Los confeccionistas y clientes se beneficiarán con el diseño web de registro y control ya que podrán postularse para ser acreedores del crédito, el cual deberán pasar por un riguroso control por el departamento contable de la empresa, el cual es el que decidirá si se le podrá otorgar el crédito o no. El alcance que se pretende tener con el diseño web es tener un control absoluto de todos los clientes y confeccionistas para así poder llevar de manera correcta las facturas que entregan sin ningún inconveniente, ya que se han suscitado problemas por errores de facturas como la fecha incorrecta, la suma del IVA incorrecta, datos de los clientes erróneos y con el diseño que vamos a ejecutar no habrá esos problemas.

1. OBJETIVOS

Objetivo General

Diseño de una aplicación web de registro y control de cuentas a crédito interno para los confeccionistas de la empresa Casa Lulú de la ciudad de Guayaquil en el 2021.

• Objetivos Específicos

- Llevar un registro y control de todos los clientes y confeccionistas. Tener toda la información necesaria como: nombres, apellidos, número de cédula, teléfono, correo electrónico y edad.
- Diagnosticar el estado actual de crédito de los confeccionistas, clientes y verificar cual es el más oponible para poder dar el crédito.
- Proponer el diseño de la página web de registro y control para poder llevar una correcta información de los clientes y confeccionistas.

Ubicación

La empresa Casa Lulú S.A. se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil en las calles Boyacá 1420 entre Luque y Aguirre.

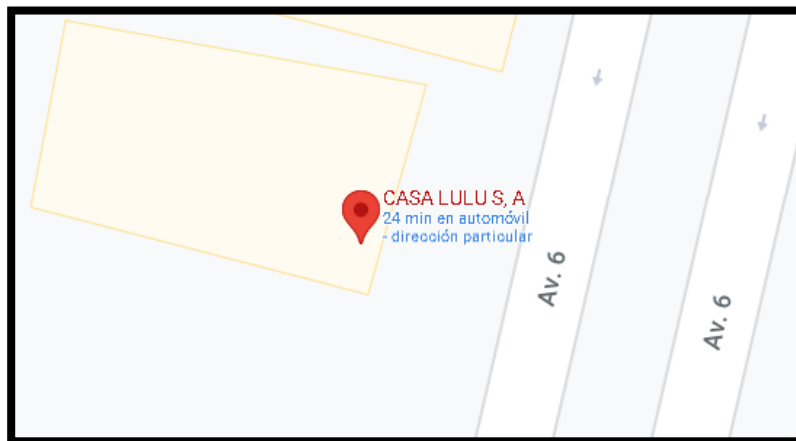


Figura N°. 11: UBICACION DE CASA LULU S.A

Fuente:

<https://www.google.com.ec/maps/place/CASA+LULU+S,+A/@-2.192802,-79.8851886,19z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d6e79ea7559db:0x319485a442cce06!8m2!3d-2.192803!4d-79.8846423?hl=es>

INFORMACIÓN ADICIONAL	
País	Ecuador
Provincia	Guayas
Cantón	Guayaquil
Parroquia	Ximena
Ubicación	Boyacá 1420 entre Luque y Aguirre

Cuadro N°. 11: INFORMACION ADICIONAL DE UBICACION

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

2.1 PLAN DE MEJORAS

La presente investigación al diseño de una aplicación web de registro y control de cuentas a crédito interno para los confeccionistas de la empresa Casa Lulú S.A., la cual ofrece ventas de telas de alta calidad a sus clientes.

Con este diseño se mostrará la información completa y correcta de todos los confeccionistas y sus clientes. Para así brindar un mejor servicio al usuario y así evitar algún inconveniente con alguna información errónea.

2.2 PLAN DE EJECUCIÓN

N°	TAREAS ESPECIFICAS	ACTIVIDADES	RECURSOS
1	Búsqueda de información de confeccionistas y clientes	Ir a la página web	Información de confeccionistas y clientes
2	Gráficos y tablas	Por encuesta	Microsoft Excel
3	Base de datos	Creación	MySql
4	Lenguaje de programación	Programar	PhP
5	Diagrama de flujo	Procesos del sistema	Word
6	Diagrama entidad relación	Entidades de base de datos	MySql Workbench
7	Diagrama De Gantt	Diagrama de las actividades de investigación	M.proyect

Cuadro N°. 12: PLAN DE ELECCION DE CASA LULU S.A

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Culminación del CAP I		X														
Elaboración del marco teórico CAP II			X													
Elaboración CAP III				X												
Metodologías:																
Elaboración																
Aplicación					X	X	X									
Análisis																
Resultado																
Elaboración del CAP IV																
Diseño								X	X	X						
Programación																
Correcciones											X	X				
Conclusiones y Recomendaciones													X			
Bibliografías																
Anexos														X		
Revisión final																
Envío al Urkund y Correcciones finales															X	
Entrega a la dirección de investigación																X

Cuadro N°. 13: DIAGRAMA DE ACTIVIDAD

3. DETERMINACIÓN DE REQUERIMIENTOS

3.1 TABLA DE RECURSOS

Hardware

CARACTERÍSTICAS DEL SERVIDOR	
CPU	Intel Xeon 8
Memorias RAM	32 Gb
Disco Duro	2 Teras
Monitor	28 "
Teclado Mouse	
UPS	3 kva

Cuadro N°. 14: HARDWARE

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Software

Sistema Operativo	Windows Server 2016, 64 bits
Base de datos	MySql
Servidor Web	XAMPP

Cuadro N°. 15: SOFTWARE

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

3.2 PERSONAL Y EQUIPO

Etapa	Personal
Laptop	Intel i5, 8 Gb RAM, 500 GB
Internet	50 MB x 4 meses
Suministros	Papelería, gastos varios, etc.
Análisis	1 analista
Diseño	1 analista 1 programador

Cuadro N°. 16: PERSONAL Y EQUIPO

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

3.3 PRESUPUESTO Y COSTO

Costo Hardware

Características del Servidor		\$ 2.300,00
CPU	Intel Xeon 8	
Memorias RAM	32 Gb	
Disco Duro	2 Teras	
Monitor	28 "	\$ 280,00
Teclado Mouse		\$ 25,00
UPS	3 kva	\$ 870,00
Total		\$3.475,00

Cuadro N°. 17: COSTO HARDWARE

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Personal

Laptop	Intel i5, 8 Gb RAM, 500 GB
Internet	50 MB x 4 meses
Suministros	Papelería, gastos varios, etc

Cuadro N°. 18: PERSONAL

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Costo Del Software

Sistema Operativo	Windows Server 2016, 64 bits	\$ 230,00
Base de datos	MySql	\$ -
Servidor Web	XAMPP	\$ -
Total		\$230,00

Cuadro N°. 19: COSTO SOFTWARE

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

3.4 COSTOS DEL PERSONAL

Etapa	Personal	Valor
Laptop	Intel i5, 8 Gb RAM, 500 GB	\$890,00
Internet	50 MB x 4 meses	\$160,00
Suministros	Papelería, gastos varios, etc.	\$100,00
Análisis	1 analista	\$600
Diseño	1 analista 1 programador	\$1.200
Total		\$2.950,00

Cuadro N°. 20: COSTO DEL PERSONAL

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

3.5 COSTOS TOTALES DEL SITIO WEB

Descripción	Valor Total
Costos de hardware	\$3.475,00
Costos de Software	\$230,00
Costos de personal y equipo	\$2.950,00
Total	\$6.655,00

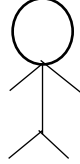
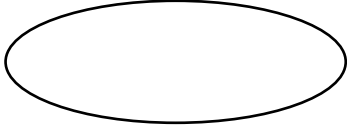

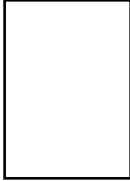
Cuadro N°. 21: COSTOS TOTALES DEL SITIO WEB

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

4. DIAGRAMAS DEL SISTEMA

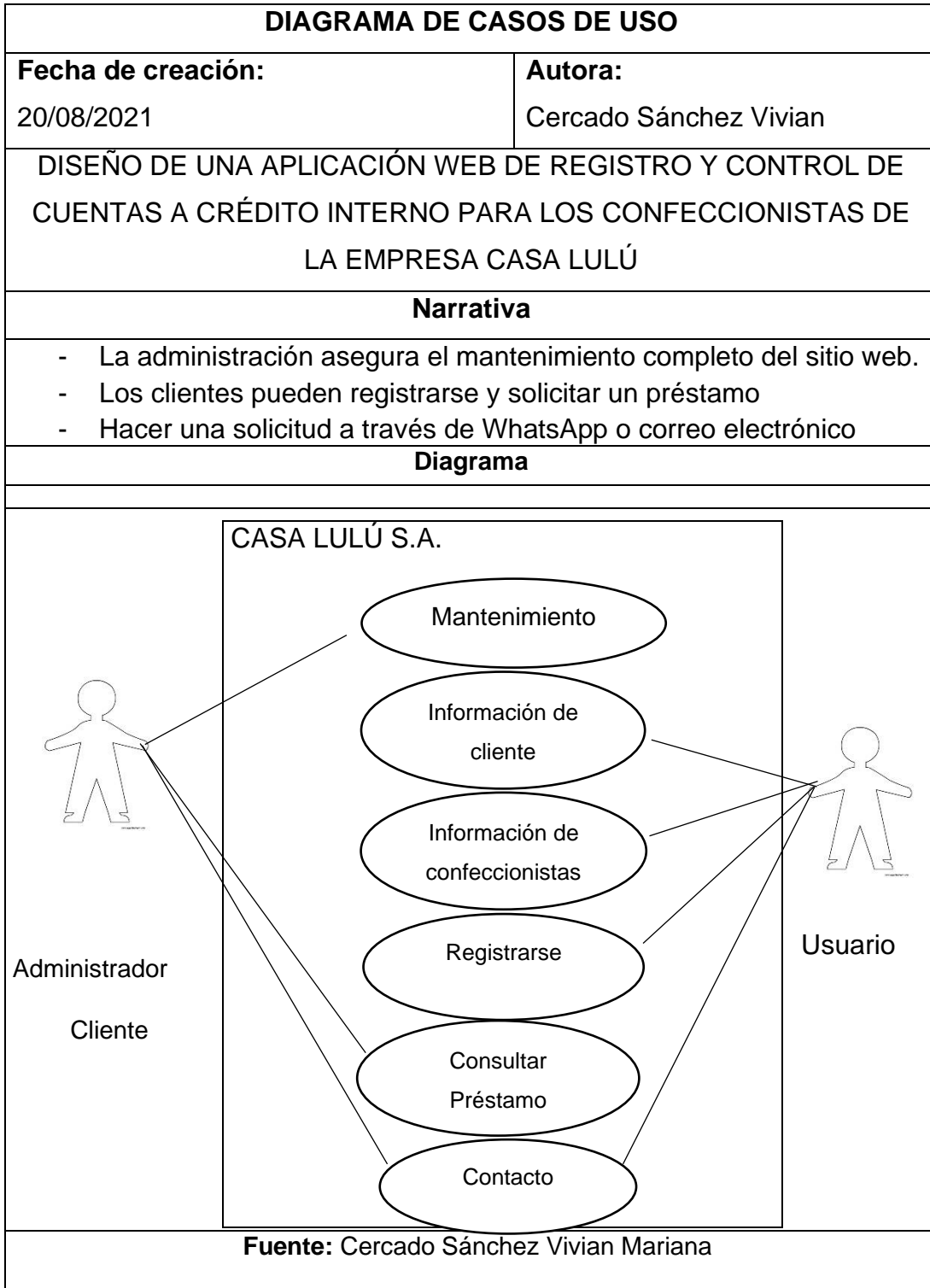
Diagrama de casos de uso

Nomenclatura

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	Actor
	Caso de uso
	Flujo de datos (Asociación)
	Limitador del Sistema

Cuadro N°. 22: NOMENCLATURA DIAGRAMA DE CASOS DE USP

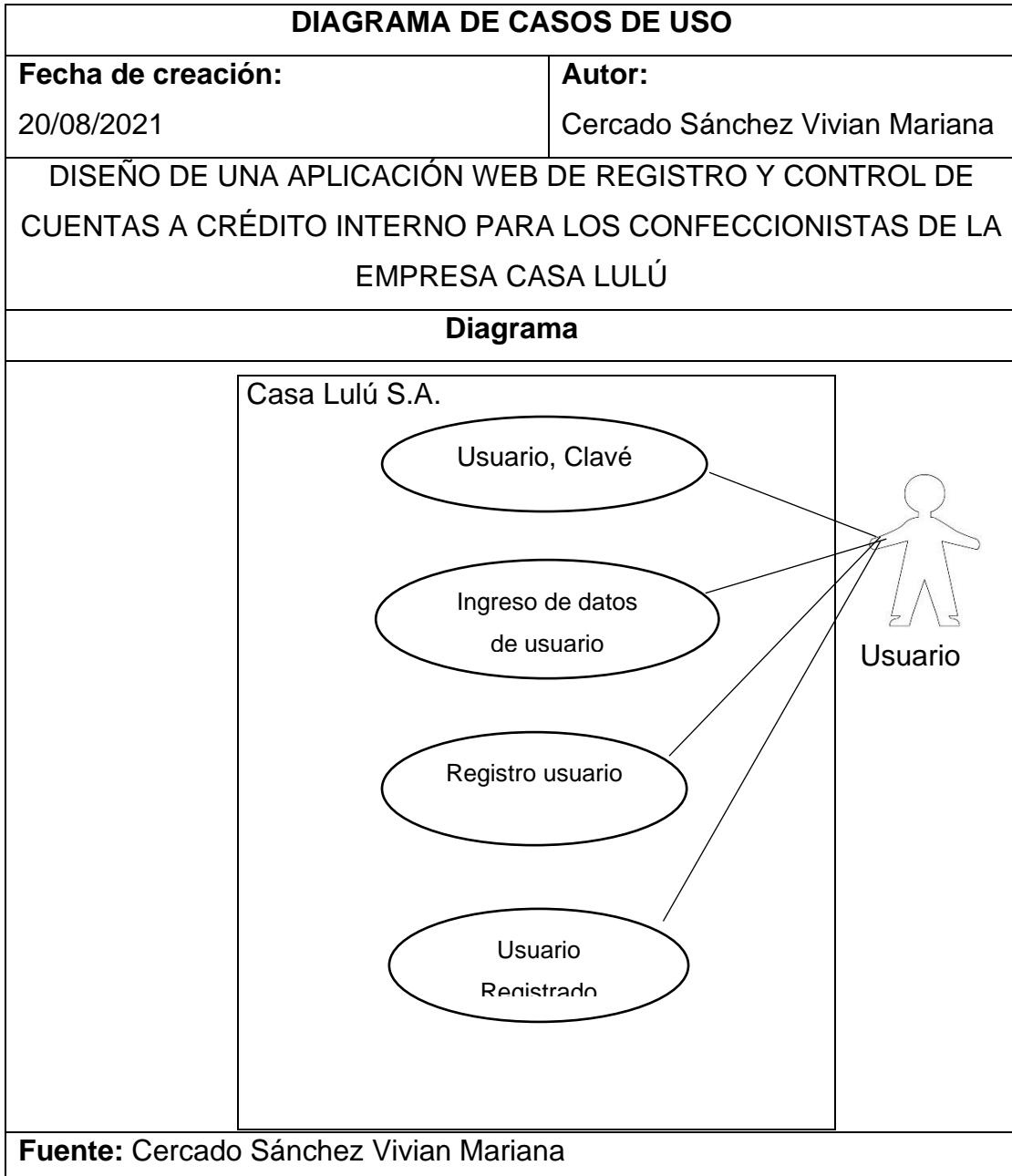
Fuente: Cercado Sánchez Vivian Marian



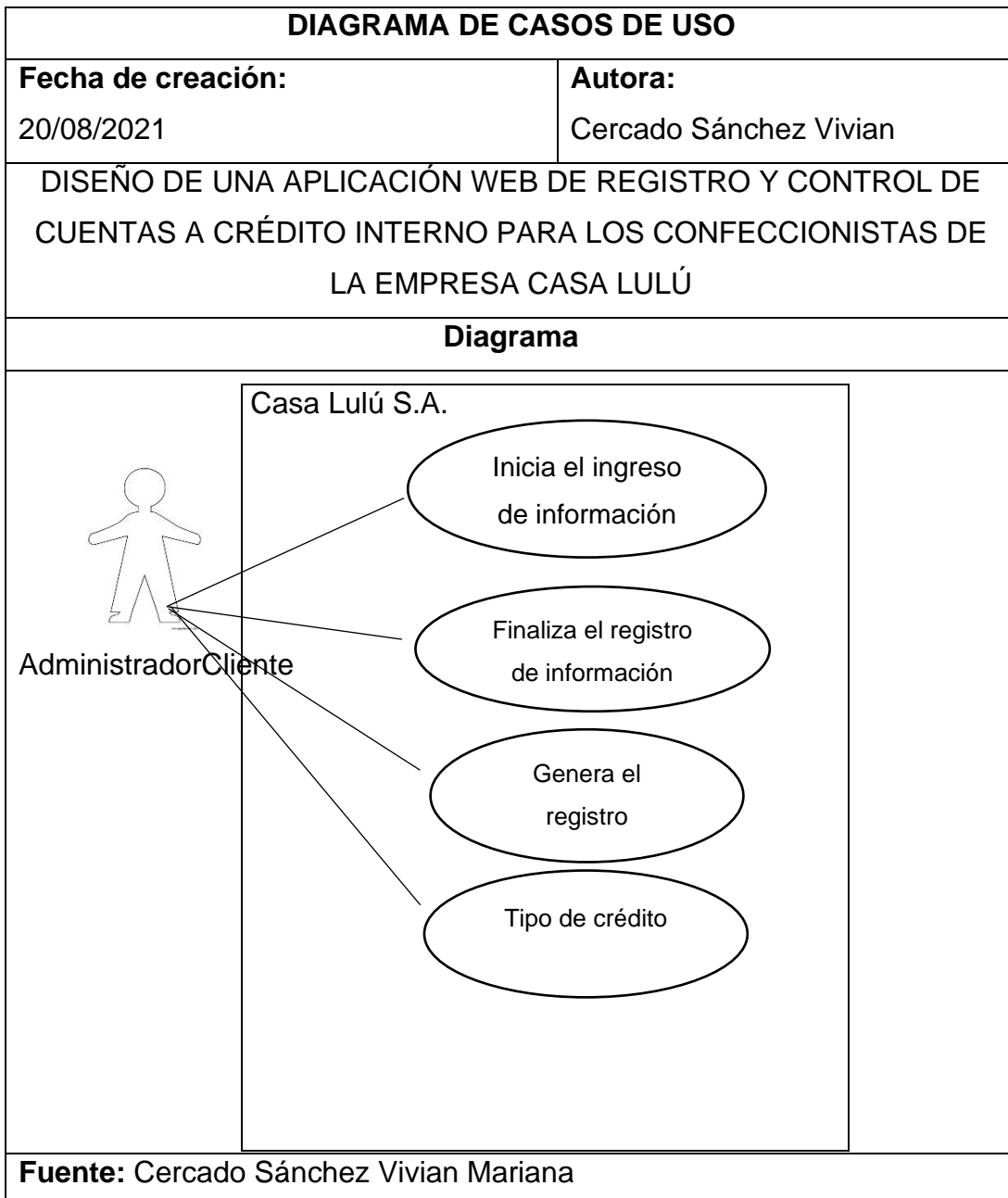
Cuadro N°. 23: DIAGRAMA DE CASOS DE USO

4.1 ESQUEMA DE CASO DE USO DE USUARIO

Cuadro N°. 24: DIAGRAMA DE CASO DE USO



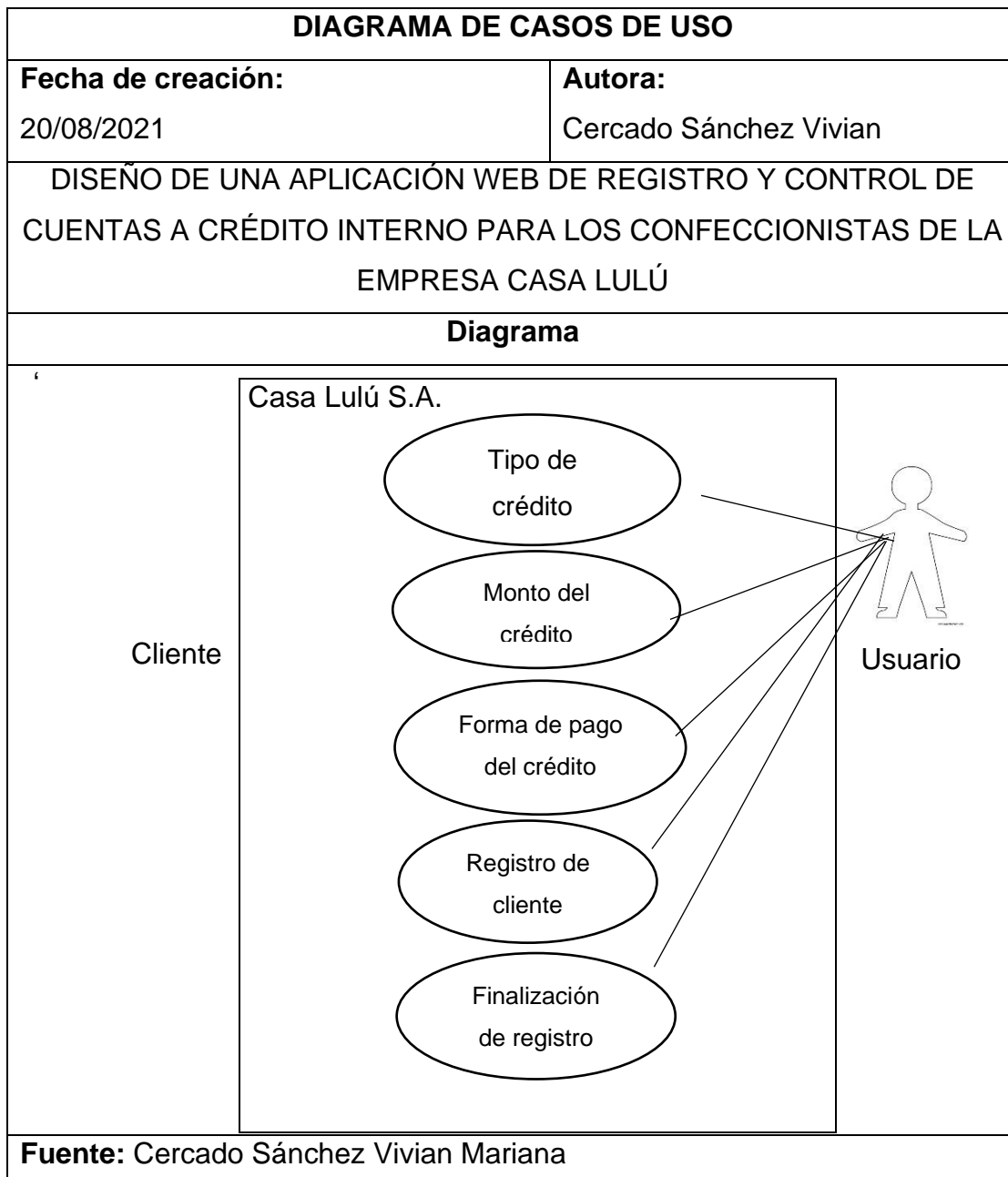
4.2 DIAGRAMA DE CASO DE USO DE ADMINISTRADOR



Cuadro N°. 25: DIAGRAMA DE CASOS DE USO

4.3 DIAGRAMA DE CASO DE USOS TIPO DE CRÉDITO

Cuadro N°. 26: DIAGRAMA DE CASO DE USO TIPO DE CREDITO



4.4 DIAGRAMA DE FLUJO

Diagrama de flujo de reserva de cliente

Simbología de diagrama de flujo

SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO
	Inicio - Fin.
	Ingreso de datos
	Proceso de Datos.
	Decisión.
	Almacenamiento de Datos.
	Indica una espera. Presentación por pantalla
	Línea de flujo

Cuadro N°. 27: SIMBOLOGIA DE DIAGRAMA DE FLUJO

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

DIAGRAMA DE FLUJO DE RESERVA DE CLIENTE	
Fecha de creación: 20/08/2021	Autora: Cercado Sánchez Vivian
DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE LA EMPRESA CASA LULÚ	
Narrativa	
Los usuarios se pueden registrar, llenan la información con sus datos de manera correcta. Al principio la página web mostrara las palabras usuario y clave. Y si aún no está registrado hay un botón que dice registrarse. Ya una vez registrado podrá observar de manera detallada los requisitos para obtener el crédito	
Diagrama	

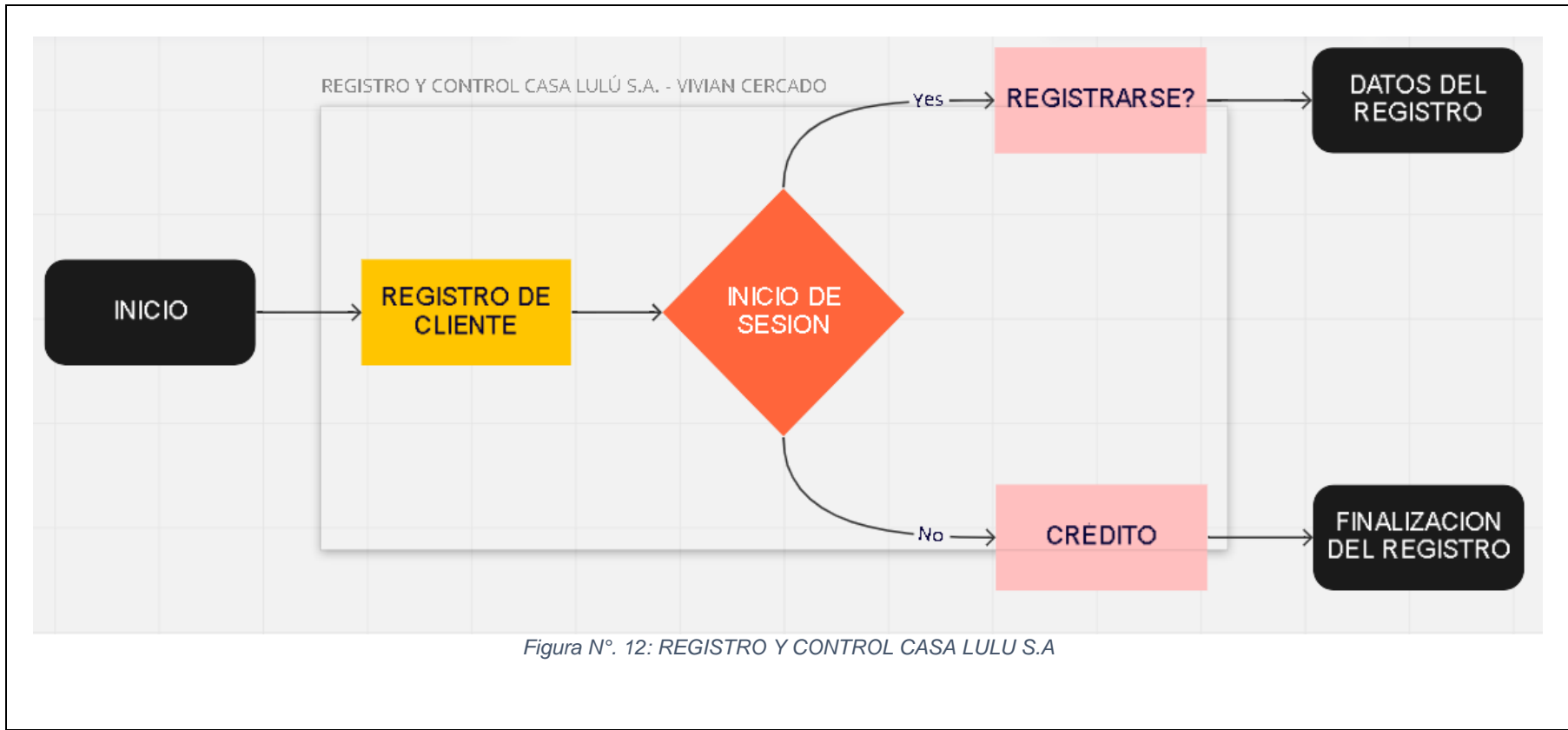


Figura N°. 12: REGISTRO Y CONTROL CASA LULU S.A

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Cuadro N°. 28: DIAGRAMA DE FLUJO

4.5 DIAGRAMA DE FLUJO DE ADMINISTRADOR

Cuadro N°. 29: DIAGRAMA DE FLUJO ADMINISTRADOR

DIAGRAMA DE FLUJO DE ADMINISTRADOR	
Fecha de creación: 20/08/2021	Autora: CERCADO SÁNCHEZ VIVIAN
DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE LA EMPRESA CASA LULÚ	
Narrativa	
El administrador asegura el mantenimiento previo de la aplicación web, también podrá consultar los clientes registrados, y también es responsable de la validación de registro y validación de clientes.	
Diagrama	

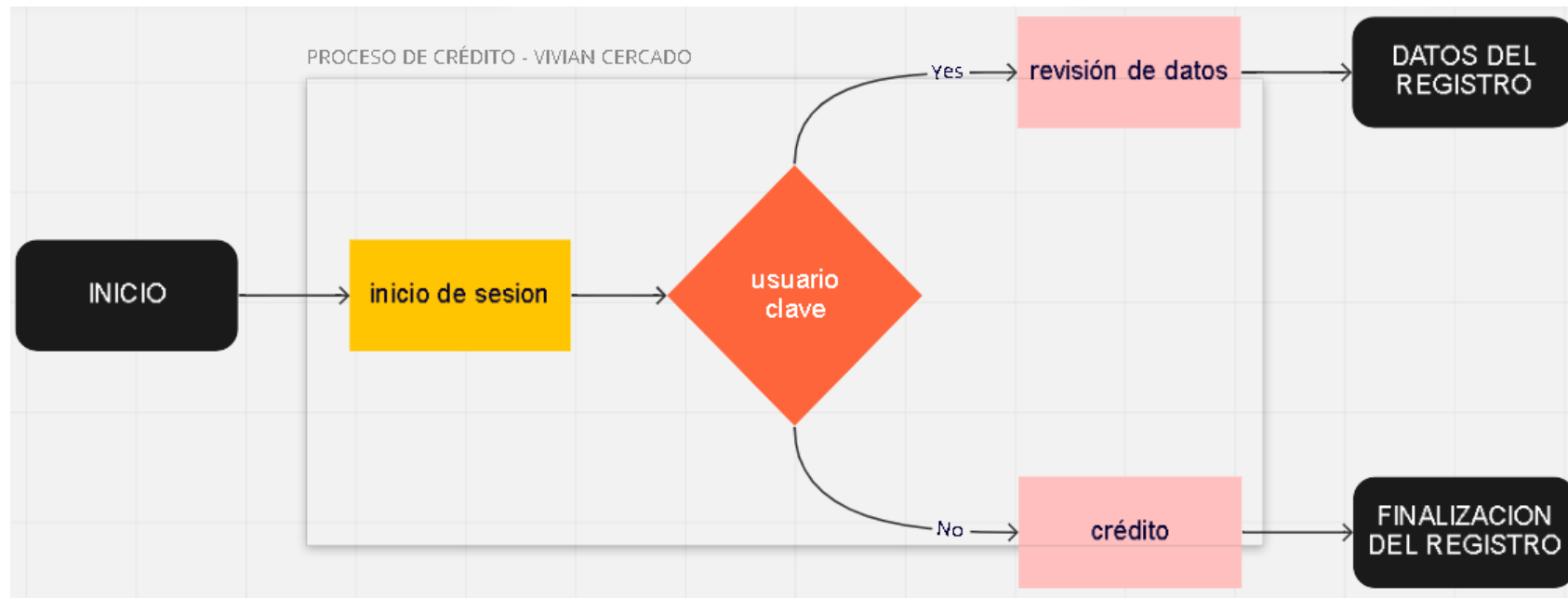


Figura N°. 13: PROCESO DE CREDITO

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Esquema general de la plataforma web

Cuadro N°. 30: ESQUEMA GENERAL DE LA PLATAFORMA WEB

DIAGRAMA GENERAL DE LA PLATAFORMA WEB	
Fecha de creación: 20/08/2021	Autora: Cercado Sánchez Vivian
DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE LA EMPRESA CASA LULÚ	
Narrativa	
El cliente accede a la plataforma web a través de la URL, verá la carátula del diseño web, para poder realizar cualquier acción deberá registrarse como cliente, llenar todos los datos solicitados, luego se completará el registro y podrá reclamar el crédito.	
Diagrama	
<pre> graph TD 1[1 Cliente Ingresando al sitio web] --> 2[2 Cliente Visualizando la página web] 2 --> 3[3 Cliente Registrándose como cliente en la página] 3 --> 5[5 Cliente Ingresando al área de crédito] 5 --> 6[6 Cliente Realizando el crédito y forma de pago] 6 --> 6 </pre> <p style="text-align: center;">Dpto. Contable Recibe notificaciones en el correo y vía WhatsApp</p>	
Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana	

4.6 ESQUEMA DE RED

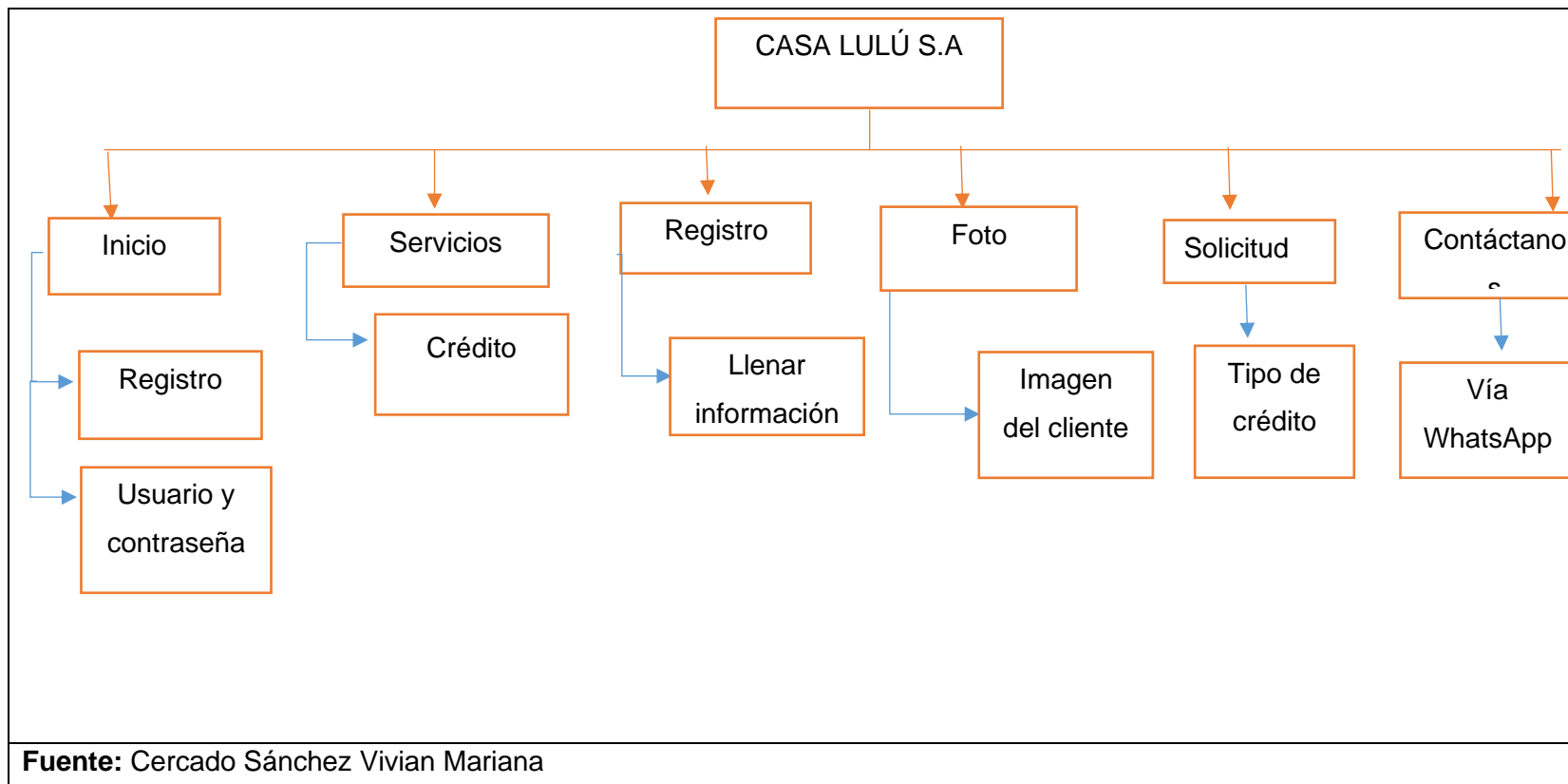
Cuadro N°. 31: ESQUEMA DE RED

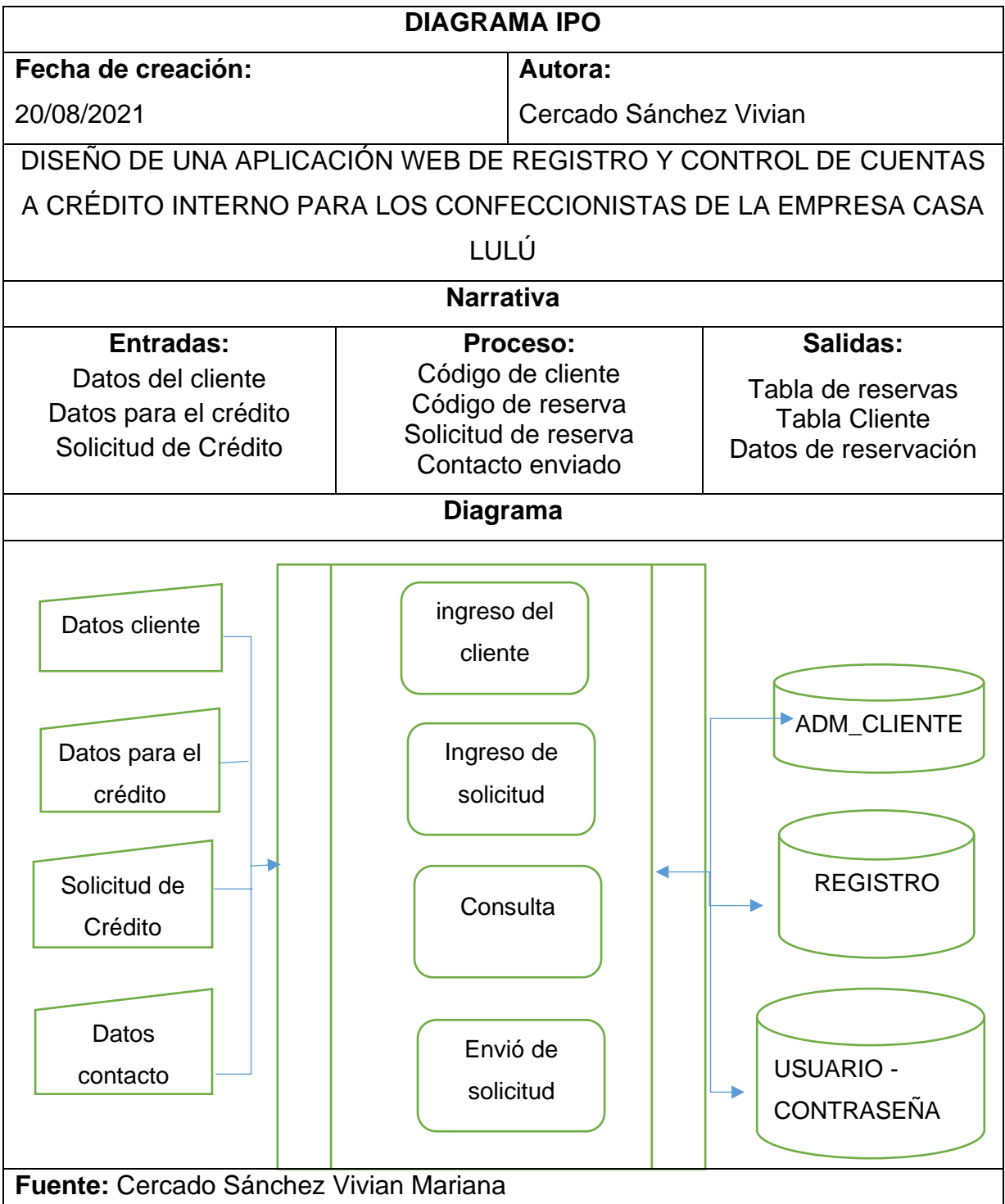
DIAGRAMA GENERAL DE RED	
Fecha de creación: 20/08/2021	Autora: Cercado Sánchez Vivian
DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE LA EMPRESA CASA LULÚ	
Narrativa	
Proveedor de servicios de Internet. Administre el alojamiento del servidor web y las bases de datos del sistema e interactúe con los usuarios en la administración del sistema.	
Diagrama	
<p>El diagrama ilustra la arquitectura de red. En el centro hay un icono de Internet con el texto 'INTERNET' y un globo terráqueo. A la izquierda, un icono de Hosting 1 (representado por tres bloques azules y uno naranja) está conectado al Internet por una línea amarilla con rayos. A la derecha, un icono de Usuario (un stick figure con un círculo en la cabeza) también está conectado al Internet por una línea amarilla con rayos. En la parte inferior, un icono de Pc Administrador (un monitor, teclado y torre) está conectado al Internet por una línea amarilla con rayos.</p>	
Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana	

4.7 DIAGRAMA HIPO

DIAGRAMA HIPO	
Fecha de creación: 20/08/2021	Autora: Cercado Sánchez Vivian
DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE LA EMPRESA CASA LULÚ	
Narrativa	
Diagrama de Jerarquía, es decir, cómo se segmenta el sitio para la navegación, es decir, la estructura de cada menú con las secciones correspondientes del sitio. El diagrama tiene secciones para Inicio y registro.	
Diagrama	

Cuadro N°. 32:
DIAGRAMA
HIPO





Cuadro N°. 33: DIAGRAMA IPO

4.8 DIAGRAMA ENTIDAD RELACIÓN DE LA BASE DE DATOS

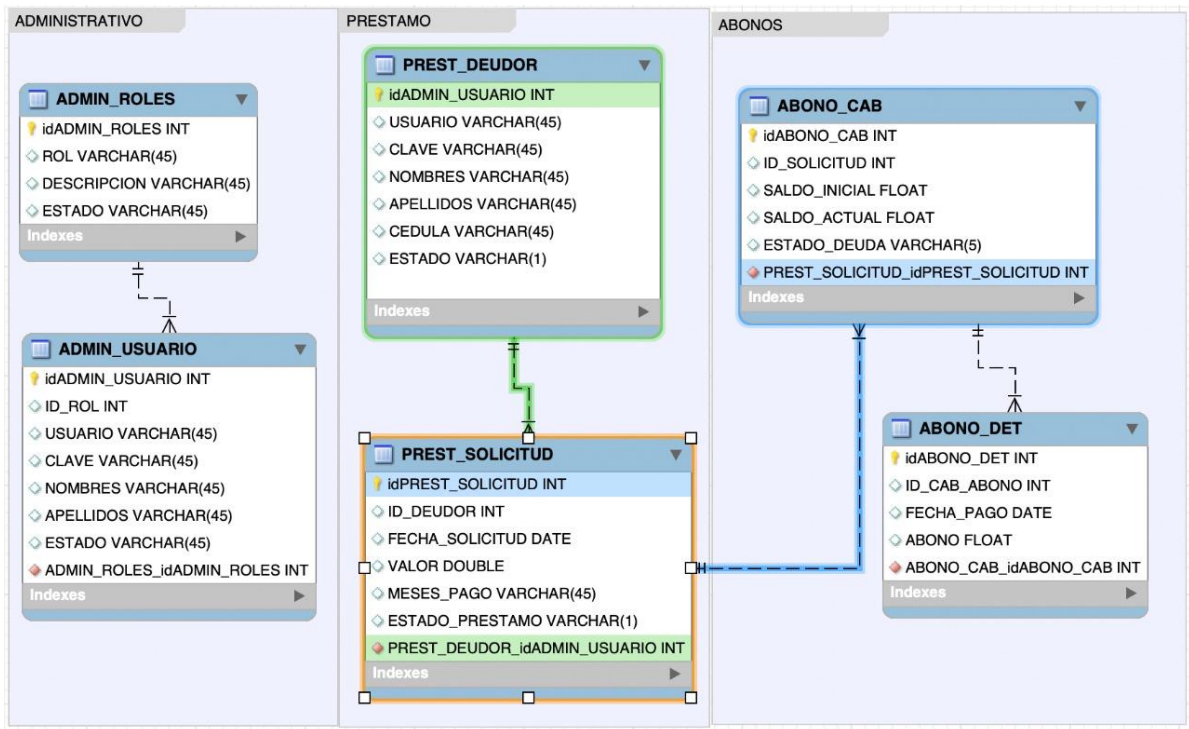


Figura N°. 14: DIAGRAMA DE ENTIDAD RELACION

	Columna	Tipo de dato	Descripción	Null
PK	IDROL	Int	Número de rol	
	ROL	Varchar (45)	Rol que se ocupa	
	DESCRIPCION	Varchar (45)	Descripción del rol	
	ESTADO	Varchar (45)	Estado del rol	

Cuadro N°. 34: TABLA ADMIN_ROLES INT

FUENTE: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Cuadro N°. 35: TABLA ADMIN_USUARIO

	Columna	Tipo de dato	Descripción	Null
PK	IDUSUARIO	Int	Número de identificación de usuario	
	IDROL	Int	Numero de rol	
	USUARIO	Varchar (45)	Nombre de usuario	
	CLAVE	Varchar (45)	Clave de usuario	
	NOMBRES	Varchar (45)	Nombres de usuario	
	APELLIDOS	Varchar (45)	Apellidos de usuario	
	ESTADO	Varchar (1)	Estado	
FK	AD_RO_IDADMIN	Int	Administrador e identificación del rol	

FUENTE: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Cuadro N°. 36: TABLA PREST_DEUDOR

	Columna	Tipo de dato	Descripción	Null
PK	IDADMIN	Int	Número de identificación de usuario	
	USUARIO	Varchar (45)	Nombre de usuario	
	CLAVE	Varchar (45)	Clave de usuario	
	NOMBRES	Varchar (45)	Nombre de usuario	
	APELLIDOS	Varchar (45)	Apellidos de usuario	
	CEDULA	Varchar (45)	Cedula de usuario	
	ESTADO	Varchar (1)	Estado	

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

	Columna	Tipo de dato	Descripción	Null
PK	IdABONO	Int	Abono	
	ID_ABONO	Int	Identificación del usuario	
	FECHA	Date	Fecha del abono	
	ABONO	Float	Valor del abono	
	IdABONO_CAB	Int	Abono	

Cuadro N°. 37: TABLA PREST_SOLICITUD

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

Cuadro N°. 38: TABLA ABONO_CAB

	Columna	Tipo de dato	Descripción	Null
PK	IdABONO	Int	Abono	
	ID_SOLICITUD	Int	Solicitud	
	SALDO_INICIAL	Float	Saldo inicial del cliente	
	SALDO_ACTUAL	Float	Saldo actual del cliente	
	ESTADO_DEUDA	Varchar (45)	Estado	
	IdPREST_SOLICITUD	Int	Solicitud de Préstamo	

Cuadro N°. 39: TABLA ABONO_CAB

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

	Columna	Tipo de dato	Descripción	Null
PK	IDPREST	Int	Identificación del préstamo	
	ID_DEUDOR	Int	Identificación del cliente	
	FECHA	Date	Fecha de registro	
	VALOR	Float	Valor	
	MESES	Varchar (45)	Tiempo del préstamo	
	ESTADO	Varchar (1)	Estado	
	PREST_DEUDOR	Int	Identificación del deudor	

Cuadro N°. 40: TABLA ABONO_DET

Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana

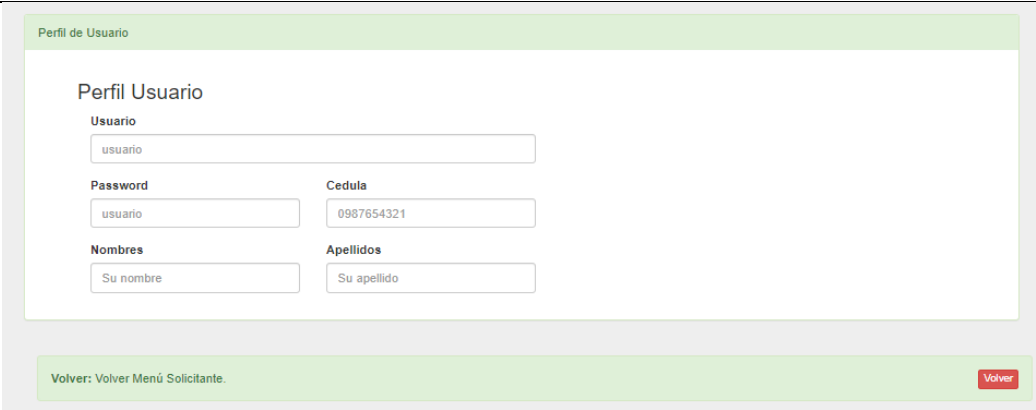
5. DISEÑOS DE PANTALLA

Portada

PORTADA	
Fecha de creación: 7/09/2021	Autora: Cercado Sánchez Vivian Mariana
DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE LA EMPRESA CASA LULÚ	
Narrativa	
Descripción: pantalla de portada del Diseño Web	
Pantalla	
<p>Figura N°. 15: PORTADA</p>	
ELEMENTOS DE LA PÁGINA	
<pre>1.<div class="container"> <div class="row"> <div class="col-md-offset-5 col-md-3"> <div class="form-login"> <form action="MenuSolicitante.php" method="post"></pre>	<pre>2.
 <h3>Sistema Financiero</h3> <h4>Solicitante</h4>
 <input type="text" name="Usuario" id="Usuario" class="form-control" placeholder="Username"> <!-- <input type="text" id="userName" class="form-control input-sm chat-input" placeholder="username" /> --></pre>
Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana	

Cuadro N°. 41: PORTADA

Registro

REGISTRO	
Fecha de creación: 7/09/2021	Autora: Cercado Sánchez Vivian Mariana
DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE LA EMPRESA CASA LULÚ	
Narrativa	
Descripción: pantalla de registro del Diseño Web	
Pantalla	
	
<i>Figura N°. 16: REGISTRO</i>	
ELEMENTOS DE LA PÁGINA	
<pre><div class="panel panel-success"> <div class="panel-heading">Perfil de Usuario</div> <div class="panel-body"> <div class="container-fluid"> <section class="container"></pre>	<pre><div class="container-page"> <div class="col-md-6"> <h3 class="dark-grey">Perfil Usuario</h3></pre>
Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana	

Cuadro N°. 42: REGISTRO

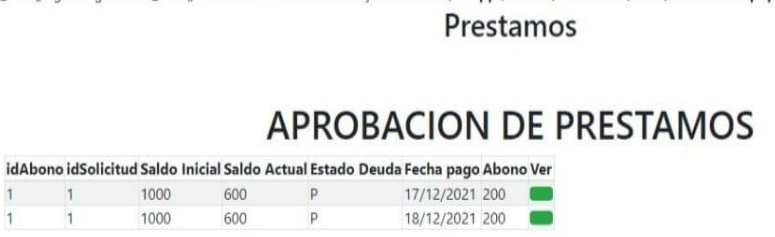
Solicitud de Préstamo

SOLICITUD DE PRESTAMO	
Fecha de creación: 7/09/2021	Autora: Cercado Sánchez Vivian
DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE LA EMPRESA CASA LULÚ	
Narrativa	
Descripción: pantalla de solicitud de préstamo del Diseño Web	
Pantalla	
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; margin: 0 auto; width: 80%;"> <p style="text-align: center; margin: 0;">Solicitud de Prestamo</p> <p style="margin: 5px 0 0 20px;">Registro</p> <p style="margin: 5px 0 0 20px; font-size: small;">Ingrese los campos para proceder a la aprobación de sus solicitud. Una vez enviada la solicitud podrá revisar el estado de sus solicitud</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0 0 20px;"> <p style="margin: 0 0 5px 20px;"><input type="text" value="Nombres"/></p> <p style="margin: 0 0 5px 20px;"><input type="text" value="Apellidos"/></p> <p style="margin: 0 0 5px 20px;"><input type="text" value="Identificacion"/></p> <p style="margin: 0 0 5px 20px;"><input type="text" value="dd/mm/aaaa"/></p> <p style="margin: 0 0 5px 20px;"><input type="text" value="Direccion"/></p> <p style="margin: 0 0 5px 20px;"><input type="text" value="Telefono"/></p> <p style="margin: 0 0 5px 20px;"><input type="text" value="Ingrese Valor del Prestamo"/></p> <p style="margin: 0 0 5px 20px;"><input type="text" value="Plazo en meses"/></p> </div> <p style="text-align: center; margin: 10px 0 0 20px;"> Enviar Cancelar </p> </div> <p style="text-align: center; margin-top: 10px;"><i>Figura N°. 17: SOLICITUD DE PRESTAMO</i></p>	
ELEMENTOS DE LA PÁGINA	
<pre> </div> <div class="panel-body"> <form action="class/InsertRegistroSolicitud.php " method="post" > <div class="card border-info rounded-0"> <div class=""> <div class=""> </div> <div class="form-group"> </pre>	<pre>
 <! -- Body- -> <div class="form- group"> <div class="input- group mb-2"> <div class="input- group-prepend"> </pre>

<pre> <div class="input-group mb-2"> <div class="input-group-prepend"> <div class="input-group-text"><i class="fa fa-user text-info"></i></div> </div> </pre>	<pre> <div class="input- group-text"><i class="fa fa-user text- info"></i></div> </div> </pre>
<p>Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana</p>	

Cuadro N°. 43: SOLICITUD DE PRESTAMO

Aprobación de Préstamo

APROBACION DE PRESTAMO																									
Fecha de creación: 7/09/2021	Autora: Cercado Sánchez Vivian																								
<p>DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB DE REGISTRO Y CONTROL DE CUENTAS A CRÉDITO INTERNO PARA LOS CONFECCIONISTAS DE LA EMPRESA CASA LULÚ</p>																									
Narrativa																									
Descripción: pantalla de aprobación de préstamo del Diseño Web																									
<p>Pantalla</p>  <table border="1" style="margin: 10px auto; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>idAbono</th> <th>idSolicitud</th> <th>Saldo Inicial</th> <th>Saldo Actual</th> <th>Estado Deuda</th> <th>Fecha pago</th> <th>Abono</th> <th>Ver</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1</td> <td>1000</td> <td>600</td> <td>P</td> <td>17/12/2021</td> <td>200</td> <td>✔</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>1</td> <td>1000</td> <td>600</td> <td>P</td> <td>18/12/2021</td> <td>200</td> <td>✔</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center; margin-top: 10px;"><i>Figura N°. 18: APROBACION DE PRESTAMOS</i></p>		idAbono	idSolicitud	Saldo Inicial	Saldo Actual	Estado Deuda	Fecha pago	Abono	Ver	1	1	1000	600	P	17/12/2021	200	✔	1	1	1000	600	P	18/12/2021	200	✔
idAbono	idSolicitud	Saldo Inicial	Saldo Actual	Estado Deuda	Fecha pago	Abono	Ver																		
1	1	1000	600	P	17/12/2021	200	✔																		
1	1	1000	600	P	18/12/2021	200	✔																		
ELEMENTOS DE LA PÁGINA																									
<pre><div class="container" > <div class="row"> <div class="col-md-12"> <h1 class="text-center"> APROBACION DE PRESTAMOS > </h1> <tr > <td data-title="Code">1 </td></pre>	<pre><h3 class="text-center"> <table class="col-md-12 table-bordered table-condensed cf"> <thead class="cf"> <tr> <th>idAbono</th> <th>idSolicitud</th> <th class="numeric">Saldo Inicial</th> <th class="numeric">Saldo Actual</th> <th class="numeric">Estado Deuda</th> <th class="numeric">Fecha pago</th></pre>																								

<pre> <td data-title="Habitacion">1 </td> <td data-title="Code">1000 </td> <td data-title="Code">600 </td> <td data-title="Code">P </td> <td data-title="Code">17/12/2021 </td> <td data-title="Code">200 </td> <td> </pre>	<pre> <th class="numeric">Abono</th> <th class="numeric">Ver</th> </pre>
<p>Fuente: Cercado Sánchez Vivian Mariana</p>	

Cuadro N°. 44: APROBACION DE PRESTAMO

6. CONCLUSIONES

- Al dar por terminado este proyecto del diseño web de registro y control se llega la conclusión de los siguientes puntos:
- Tener una página web hoy en día es uno de los aspectos más importantes de todo negocio. En la era digital es cada vez más importante contar con una presencia online que transmita la misión, valores y visión de una empresa para conectar con el público objetivo y los clientes ideales de tu negocio. Las páginas web ayudan al incremento en ventas y adicional a eso ayudan con la publicidad del negocio.
- Con la información obtenida al culminar este proyecto se concluye que antes de crear este diseño había muchos inconvenientes por la errónea información que tenían sobre clientes o confeccionistas ya que esa información se la llenaba de manera manual, sin supervisión de alguna autoridad y sin que haya alguna persona delegada para esa función.
- El diseño de esta plataforma web es muy sencillo y manejable, lo cual los clientes y confeccionistas podrán utilizarlo sin ninguna dificultad. En la actualidad los diseños web son dinámicos y llamativos para poder tomar toda la atención de los usuarios y así las empresas tienen un punto a su favor para tomar la atención y generar más ventas para su empresa.

7. RECOMENDACIONES

Con el tiempo se recomienda realizar nuevas encuestas sobre este diseño web para ver si sigue funcionando en óptimas condiciones, y así verificar si el diseño web necesita alguna modificación ya que esta plataforma es un canal de comunicación muy importante porque tiene información confidencial de los clientes y confeccionistas.

Se recomienda que la persona responsable de este diseño web sea una persona capacitada y responsable ya que ingresara información delicada de los clientes y confeccionistas.

Se recomienda dar seguimiento a la seguridad de la plataforma web.

Se recomienda dar mantenimiento a este diseño web y estar siempre a la vanguardia con las nuevas tecnologías.

Se recomienda a los usuario y confeccionistas que al momento de generar su contraseña sea cuidadosos, para que no lleguen a personas que los pueden perjudicar en un futuro.

Se recomienda a los clientes que cuando generen sus contraseñas usen letras mayúsculas, letras minúsculas, números y caracteres para que sea una contraseña segura y cambiarla cada 3 meses que sería lo más recomendable para evitar inconvenientes.

8. BIBLIOGRAFÍA

BALLESTEROS, L. (29 de 12 de 2013). *BALLESTEROS CONTROL INTERNO*.

Obtenido de

<https://lballesteroscontrolinterno.wordpress.com/2013/12/29/antecedentes/>

Barzallana, R. (10 de 08 de 2012). *Divulgacion informatica*. Obtenido de

<https://www.um.es/docencia/barzana/DIVULGACION/INFORMATICA/Historia-desarrollo-aplicaciones-web.html>

BEEDIGITAL. (01 de 06 de 2021). *Beedigital*. Obtenido de

<https://www.beedigital.es/desarrollo-web/pros-y-contras-de-las-aplicaciones-web/>

Carrera, H. (17 de 03 de 2019). *Programacion. net*. Obtenido de 12 grandes programadores de todos los tiempos - Parte 2

CERTUS. (24 de 06 de 2019). Obtenido de CERTUS.COM:

Escarcega, D. (21 de 11 de 2019). *QUESTION PRO*. Obtenido de

<https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html>

Fernandez, J. L. (08 de 07 de 2016). Obtenido de Wordpress:

<https://jorgelfdez.wordpress.com/2016/07/12/el-enfoque-cuantitativo/>

Hernandez, E. (04 de 08 de 2002). *Revista Libros*. Obtenido de

<https://www.aeca.es/old/comisiones/historia/lahistoriadelacontabilidad.htm>

Martinez, J. C. (10 de 28 de 2020). *Aniorte*. Obtenido de http://www.aniortenic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm

Mask, E. (15 de 02 de 2021). Obtenido de Explorable.com:

<https://explorable.com/es/disenos-de-investigacion>

Norfi. (20 de 02 de 2021). Obtenido de Norfipc.com:

<https://norfipc.com/internet/navegadores-web.html>

Pineda, N. C. (11 de 02 de 2019). *Programacion Fundamentos*. Obtenido de http://www.utn.edu.ec/reduca/programacion/fundamentos/fundamentos_de_programacin.html#?nav=false

Puente, W. (20 de 08 de 2018). Obtenido de Trabajos Tuet: <https://www.monografias.com/trabajos10/teut/teut>

Ranchal, J. (06 de 08 de 2021). Obtenido de Mc: <https://www.muycomputer.com/2021/08/06/primera-pagina-web-30-anos/>

Spot, B. (03 de 06 de 2014). Obtenido de Blog Spot: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/bases-legales-de-la-investigacion.html>

Tim Harford. (16 de 09 de 2017). Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-41284594>

Transporte, M. d. (20 de 10 de 2018). *Gov.co*. Obtenido de <https://movilnet2.mintransporte.gov.co/historia-del-control-interno/>

Vega, R. M. (20 de 08 de 2020). *Blog profile*. Obtenido de <https://profile.es/blog/desarrollo-aplicaciones-web/>