



Desarrollo De Un Sitio Web Para La Marca SAYE En El Ámbito De La Creación De Contenido
Digital En La Ciudad De Villavicencio

Juan José Amórtegui Lozada

Astrid Daniela Pérez Acero

Yesser Julian Velásquez Sanabria

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Orinoquía

Sede / Centro Tutorial Villavicencio (Meta)

Programa Tecnología en Desarrollo de Software

noviembre de 2021

Desarrollo De Un Sitio Web Para La Marca SAYE En El Ámbito De La Creación De Contenido
Digital En La Ciudad De Villavicencio

Autores:

Juan José Amórtegui Lozada

Astrid Daniela Pérez Acero

Yesser Julián Velásquez Sanabria

Asesora

Kelly Johanna Ávila Matías

Ingeniera de sistemas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Orinoquía

Sede / Centro Tutorial Villavicencio (Meta)

Programa Tecnología en Desarrollo de Software

noviembre de 2021

Dedicatoria

Este logro se lo dedico a mi familia que siempre me apoyó en todo, estuvieron en las altas y bajas dándome fuerza y ánimo, pero hay una persona en especial a quien le quiero dedicar este título, y es a mi señor padre, que a pesar de que no esté con nosotros en este mundo, sé que donde sea que él me esté viendo se está sintiendo muy orgulloso de que pude salir adelante y ver que cumplí con la promesa que en aquel momento le hice.

Juan José Amortegui Lozada

Se lo dedico a mi familia que estuvo ahí desde el inicio apoyándome y siendo parte de este camino largo que está por terminar. A mis padres, sin ellos no hubiera sido posible esto, se esforzaron para que yo iniciara mi vida universitaria, y para mí, es un gran logro llegar a donde estoy, por ellos y por mí.

Astrid Daniela Pérez Acero

Este logro que estoy a punto de cumplir se lo quiero dedicar a mis hermanos, ya que ellos son una motivación muy grande para cada día querer hacer las cosas de la mejor manera. Una dedicatoria muy especial a mis padres, sin ellos nada de esto hubiera sido posible, gracias a ellos estoy aquí, son las personas más importantes de mi vida.

Yesser Julián Velásquez Sanabria.

Agradecimientos

Mis agradecimientos son para los profesores que nos apoyaron en este riguroso proceso y nos motivaron para seguir adelante y no rendirnos en el duro camino hasta el día de hoy. Quiero darle un agradecimiento especial a nuestra asesora, la profesora Kelly Johanna Ávila Matías, quien fue ella la que estuvo pendiente de nosotros, nos apoyaba y aconsejaba cuando más lo necesitábamos, sin ella no habría podido terminar este proyecto.

Juan José Amórtégui

Le agradezco principalmente a Dios por guiarme y darme la oportunidad de poder terminar mi carrera. A cada uno de mis compañeros, porque en algún momento necesité de ellos. Le agradezco a cada profesor que estuvo en este proceso desde el día uno, guiándonos para llevarnos hasta donde estamos hoy. A la profesora y asesora, Kelly Johanna Ávila Matías solo me queda darle las gracias por la paciencia y la dedicación que tuvo con nosotros.

Astrid Daniela Pérez Acero

Empiezo por agradecerle a Dios por permitirme culminar esta etapa en mi vida, gracias a cada una de las personas que de cierta manera pusieron su granito de arena y fueron cómplices de todo este proceso que, aunque no fue fácil se logró. Muchas gracias.

Yesser Julián Velásquez Sanabria

Contenido

Resumen	14
Abstract	15
Introducción	16
CAPÍTULO 1	17
1. Objetivos	17
1.1. Objetivo general	17
1.2. Objetivos específicos	17
2. Planteamiento del problema	18
3. Formulación del problema	19
4. Justificación	20
CAPÍTULO II	22
5. Marco Referencial	22
5.1. Antecedentes Teóricos	22
5.1.1. Luisito Comunica.	22
5.1.2. Telesvip	23
5.1.3. Paulabyautips	23
6. Marco conceptual	25
6.1. Comercio Electrónico	26
7. Marco legal	28

7.1. Ley 11723	28
CAPÍTULO III	30
Tipo de investigación	30
Muestra	30
1.1. Instrumentos y técnicas de recolección de información	31
CAPÍTULO IV	32
1.2. Metodología de Desarrollo de Software	32
1.2.1. Análisis de requerimientos	32
1.3. Propósito	32
Identificación de Requerimientos	32
1.3.1. Requisitos específicos o requerimientos Funcionales.	32
1.3.3. ¿Quiénes somos?	35
1.3.4. Historia de Usuario	36
1.3.4.1. Rol 1	36
1.3.4.2. Rol 2	36
1.3.4.3. Rol 3	37
1.4. Diseño de la Aplicación	37
1.4.1. El proceso	37
1.4.2. Selección de requisitos	38
1.4.3. Análisis	38

1.4.4.	Diseño	38
1.4.5.	Codificación	38
1.4.6.	Pruebas:	39
1.4.7.	Casos de Uso.	39
1.4.7.1.	Acceso al Loguin de la página	39
1.4.7.2.	Caso de uso accesos	40
	Caso de uso de compra.	40
1.5.	Modelado de Datos	41
1.6.	Diagrama de Secuencia	42
1.7.	Mockups	43
1.7.1.	Mockup pestaña principal de la página	44
	Mockup área de Loguin.	44
	Mockup pasarela de pagos.	45
1.8.	Diagrama de Clases	46
1.9.	Desarrollo de la Aplicación	47
1.9.1.	Fase de Desarrollo y Codificación	47
	Módulo Loguin	48
1.9.1.2.	Complemento de código de Loguin.	49
	Pasarela de pagos	50
1.10.	Diccionario de Datos	50

1.11. Plan de Pruebas	52
Pruebas de funcionalidad del sitio web	54
1.18. Complemento de registro de usuarios	58
Evidencia usuario eliminado	61
Encuesta	62
Análisis de Datos	62
1.25. Análisis del Sector	69
1.25.1. ¿Qué sector?	69
1.25.2. Comportamiento	70
1.25.3. Tendencia	71
1.25.4. Oferta	72
1.25.5. Demanda	72
1.25.6. Mercado Potencial	73
9. CONCLUSIONES	75
Se concluye que al momento de ejecutar los estilos y la pasarela de pagos las cookies y datos del navegador no permiten que le usuario pueda interactuar y por ende tener una buena experiencia en el portal web.	75
10. RECOMENDACIONES	75
Se recomienda al usuario eliminar las cookies del navegador a la hora de ejecutar la Página.	75
10.1 Resumen Analítico Especializado	76

Desarrollar un sitio web para la marca SAYE con el fin de tener un mayor reconocimiento tanto en la región como a nivel nacional.	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
11 ANEXOS	80

Lista de figuras

Figura 1. Página principal Luisito Comunica.	22
Figura 2. Página Principal Telesvip.	23
Figura 3. Página Principal Paulabypautips.	24
Figura 4. Ecuación de la muestra.	30
Figura 5. Caso de uso Loguin de la página.	39
Figura 6. Caso de uso acceso.	40
Figura 7. Caso de uso compra.	41
Figura 8. Diagrama de secuencias.	43
Figura 9. Mockup pestaña principal.	44
Figura 10. Mockup Loguin.	45
Figura 11. Mockup Pasarela de pago.	46
Figura 12. Diagrama clases.	47
Figura 13. Código Principal.	48
Figura 14. Código Loguin.	49
Figura 15. Complemento código Loguin.	49
Figura 16. Código pasarela de pagos.	50
Figura 17. Prueba formularia de contacto.	54
Figura 18. Prueba Loguin.	55
Figura 19. Prueba tabla de registros.	56
Figura 20. Prueba base de datos.	56
Figura 21. Prueba logueo admin.	57

Figura 22. Prueba registro de usuarios.	57
Figura 23. Complemento registro de usuarios.	58
Figura 24. Prueba confirmación de registro.	58
Figura 25. Prueba lista de usuarios.	59
Figura 26. Prueba asignación de rol.	60
Figura 27. Prueba edición de usuarios.	60
Figura 28. Prueba eliminación de usuario.	61
Figura 29. Prueba usuario eliminado.	62
Figura 30. Sondeo pregunta 1.	63
Figura 31. Sondeo pregunta 2.	64
Figura 32. Sondeo pregunta 3.	64
Figura 33. Sondeo pregunta 4.	65
Figura 34. Sondeo pregunta 5.	65
Figura 35. Sondeo pregunta 6.	66
Figura 36. Sondeo pregunta 7.	66
Figura 37. Sondeo pregunta 8.	67
Figura 38. Sondeo pregunta 9.	67
Figura 39. Sondeo pregunta 10.	68
Figura 40. Sondeo pregunta 11.	68
Figura 41. Home page.	80
Figura 42. ¿Quiénes somos?	80
Figura 43. Sección de hombre.	81
Figura 44. Prendas de hombre.	81

Figura 45. Sección de dama.	82
Figura 46. Formulario de contacto.	82
Figura 47. Login page.	83

Lista de tablas

Tabla 1. Formulario de Contacto.	32
Tabla 2. Registro.	33
Tabla 3. Catálogo.	34
Tabla 4. Módulo de desarrolladores.	35
Tabla 5. Sección quienes somos SAYE.	35
Tabla 6. Rol 1.	36
Tabla 7. Rol 2.	36
Tabla 8. Rol 3.	37
Tabla 9. Plan de pruebas.	53
Tabla 10. Resumen analítico.	77

Resumen

SAYE se estableció en Villavicencio, Meta, con el propósito de prestar los servicios de publicidad, producción y postproducción de material audiovisual, y como producto, una línea de ropa que será comercializada en la página web como herramienta orientada a las personas que no cuentan con el tiempo para transportarse a la tienda física, principalmente aquellos clientes entre los 15 a los 39 años. Por lo cual para llevar esto a cabo se realizó un análisis de mercado, módulo de organización y operación y para finalizar se realizó el módulo financiero que nos ayudara a determinar los requerimientos y la inversión que necesita el proyecto para ponerse en marcha.

Se realizó un análisis en base a un módulo financiero en el cual se evidencia que los resultados son positivos para la marca ya que la utilidad que deja es superior al 30%, lo que quiere decir que la idea de negocio es rentable.

Abstract

SAYE will be established in Villavicencio- meta with the purpose of providing the services of advertising, production and post-production of audiovisual material and as a product a clothing line that will be marketed on the page corresponding to SAYE for people who do not have the time to travel to the physical store that is between 15 and 39 years of age, whereby to perform this we made a market analysis, organization and operation module, and finally the financial module was carried out that will help us determine the requirements and the investment that the project needs to get started.

An analysis was carried out based on a financial module in which it is evidenced that the results are positive for the brand since the profit it leaves is higher than 30%, which means that the business idea is profitable.

Introducción

Las redes sociales con el pasar del tiempo han ido tomando gran fuerza a nivel mundial hasta convertirse en un hábito para algunos, y un estilo de vida para otros. Por ejemplo, para todos estos creadores de contenido o instagramers como se hacen llamar; a nivel mundial hay mucho creador de contenido que ha querido evolucionar y salir de la cotidianidad, ir más allá, dar un salto de calidad y por eso ha recurrido a diseñar su propio sitio web el cual **aprovecha** para posicionarse como marca, de paso dar más información de esta y a su vez **aprovechar** para poner productos a la venta y generar ingresos, ~~todo esto debido a la fuerza que han ido tomando con el pasar del tiempo estas imágenes públicas.~~

En un plano local tenemos a grandes influenciadores, pero a diferencia de estos otros no es muy común ver que tengan su propio sitio web y por ende no han podido extender su marca y llevarla al siguiente nivel, esto a causa de que se está presentando un enfrascamiento en lo que es la solo subida de videos a sus redes y ya.

Lo que buscan estos creadores de contenido de la ciudad de Villavicencio los cuales cuentan con aproximadamente 4.000 seguidores en Instagram es dar un salto de calidad el cual sería tener su propio sitio web y a la vez vender su mercancía con el único fin de ofrecer algo diferente principalmente a la región.

CAPÍTULO 1

1. Objetivos

1.1.Objetivo general

Desarrollar un sitio web para la marca SAYE con el fin de tener un mayor reconocimiento tanto en la región como a nivel nacional.

1.2.Objetivos específicos

Recolectar los datos y requisitos que solicite el cliente.

Crear el diseño de la aplicación a través de la maquetación con mockups.

Desarrollar una base de datos la cual almacene toda la información que genere el sitio web.

2. Planteamiento del problema

Las redes sociales con el pasar del tiempo han ido tomando gran fuerza a nivel mundial hasta convertirse en una costumbre para algunos porque para otros es un estilo de vida, por ejemplo para todos estos creadores de contenido o instagramers como se hacen llamar; a nivel mundial hay mucho creador de contenido que ha querido evolucionar y salir de la cotidianidad, ir más allá, dar un salto de calidad y por eso ha recurrido a diseñar su propio sitio web el cual aprovecha para posicionarse como marca, de paso dar más información de esta y a su vez aprovechar para poner productos a la venta y generar ingresos.

SAYE es un grupo de jóvenes amigos que decidieron entrar en el mundo de las redes sociales para crear esta marca la cual se dedica a crear contenido mediante videos de entretenimiento en la plataforma de Instagram y aunque en un plano local se tienen a grandes influenciadores en el país, normalmente no suelen tener su propio sitio web y por ende no han podido extender su marca y llevarla al siguiente nivel.

Lo que buscan estos creadores de contenido los cuales cuentan con 4.000 seguidores en Instagram es dar un salto de calidad el cual sería tener su propio sitio web y a la vez vender su mercancía con el único fin de ofrecer algo diferente principalmente a la región.

3. Formulación del problema

¿Cómo mediante el desarrollo de un sitio web para la marca SAYE se puede obtener un mayor impacto para el beneficio de la propia marca?

4. Justificación

Actualmente el mundo cuenta con una plataforma digital la cual es conocida como Instagram, en estos momentos esta red social está teniendo un crecimiento exponencial a nivel mundial y se posiciona como una de las redes sociales más usada. En Colombia esta plataforma ha tenido gran repercusión desde sus inicios, fue tanto el impacto que empezaron surgir creadores de contenido digital los cuales son conocidos como instagramers.

Una gran cantidad de empresas en Colombia (Samsung, Adidas, Único, etc.) usan a estos personajes como puente de llegada a un número mayor de personas, este alcance es basado en las estadísticas que ofrece Instagram como lo son cantidad de cuentas alcanzadas, interacciones con el público y cantidad de seguidores que tengan estos instagramers (creadores de contenido) en sus páginas. Lo que busca SAYE es poder ser ese enlace tanto en Villavicencio como a nivel nacional y así llegar a tener la posibilidad de colaborar con otras marcas y poder potencializar sus ventas y por ende generar un incremento en sus ingresos.

El desarrollo del sitio web es importante ya que mediante este proyecto se espera crear nuevas oportunidades en el mercado para esta marca creadora de contenido digital y a su vez crear un posicionamiento frente a lo que representa tener un propio sitio web en este ámbito.

Respecto a lo que es el Merchandising lo que se pretende es que las personas tengan la posibilidad de obtener una prenda ya sea una gorra, una camisa o un saco y la compra sea realizada mediante el carrito virtual que va a estar en el sitio.

El componente innovador de este sitio web es poder encontrar estas funciones juntas ya que no hay páginas integrales de este tipo, a su vez cuenta con un componente social es que por medio de este sitio los estudiantes ingeniería podrán realizar sus prácticas profesionales y los

usuarios podrán consultar material gratuito para la edición de videos; en lo que comprende el componente ambiental por medio del sitio se van a publicitar campañas que contribuyan a la conservación del medio ambiente y por cada 1'000.000 de visitas se sembrará un árbol en la ciudad de Villavicencio.

CAPÍTULO II

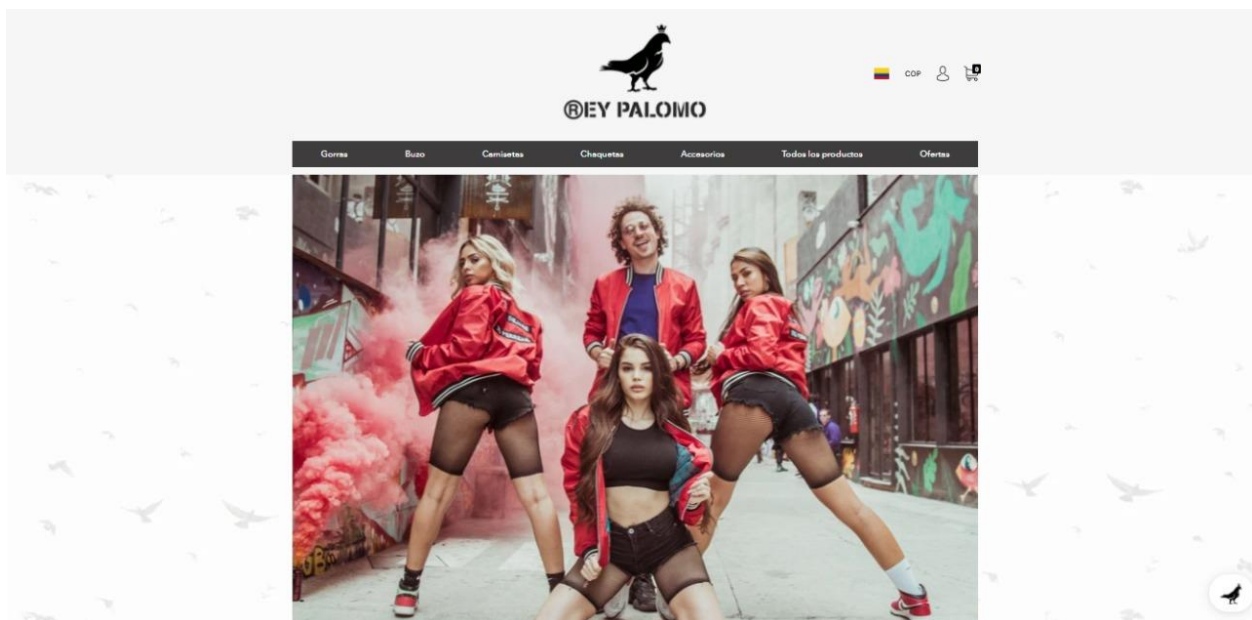
5. Marco Referencial

5.1. Antecedentes Teóricos

5.1.1. Luisito Comunica.

Luis Arturo Villar, más conocido en el mundo de YouTube como Luisito comunica, es un empresario, bloguero mexicano el cual enseña cada país que visita por medio de sus redes sociales, al ver el crecimiento exponencial que esta tenía, tuvo como idea crear su página web en la cual vendería productos de su propia marca la cual lleva como nombre Rey Palomo.

Figura 1. Página principal Luisito Comunica.

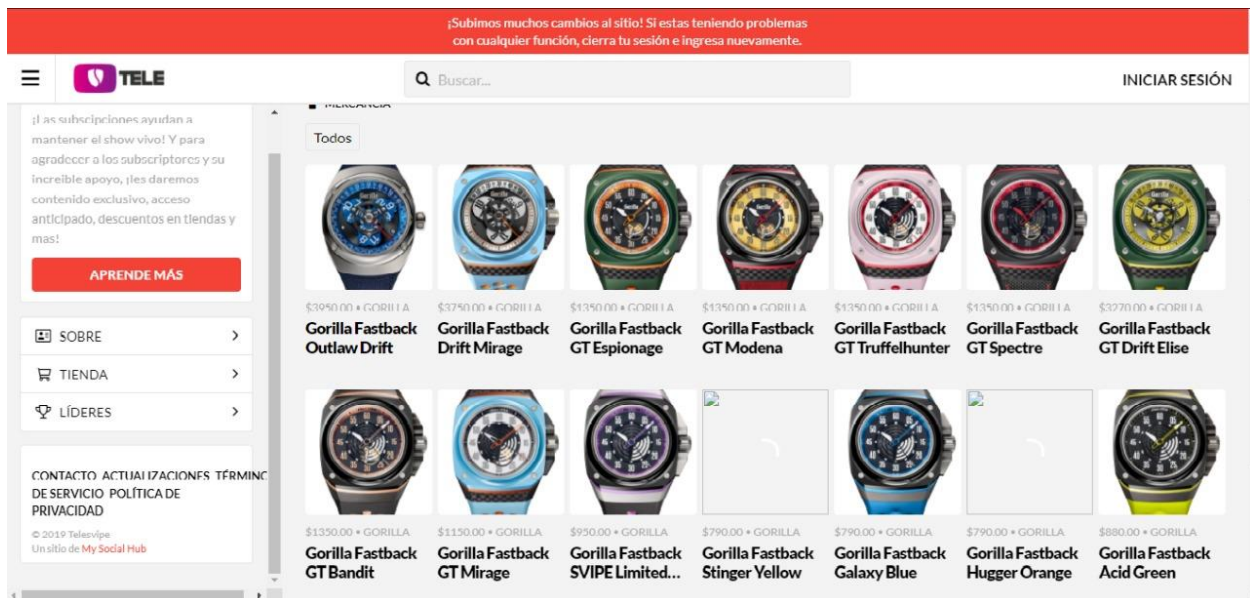


Fuente: xxxxxxxx.

5.1.2. Telesvip

Alejandro Solomon mejor conocido como Salomundo es un YouTube reconocido que se dedica a mostrar en sus videos su lujosa colección de autos. Este youtuber de nacionalidad mexicana se ha convertido en una de las celebridades de internet, Salomundo al ver tal reconocimiento decidió crear su página web la cual es "Telesvip en la que se dedica a vender su marca de ropa y accesorios como lo son los relojes a los cuales denominó relojes Gorilla.

Figura 2. Página Principal Telesvip.

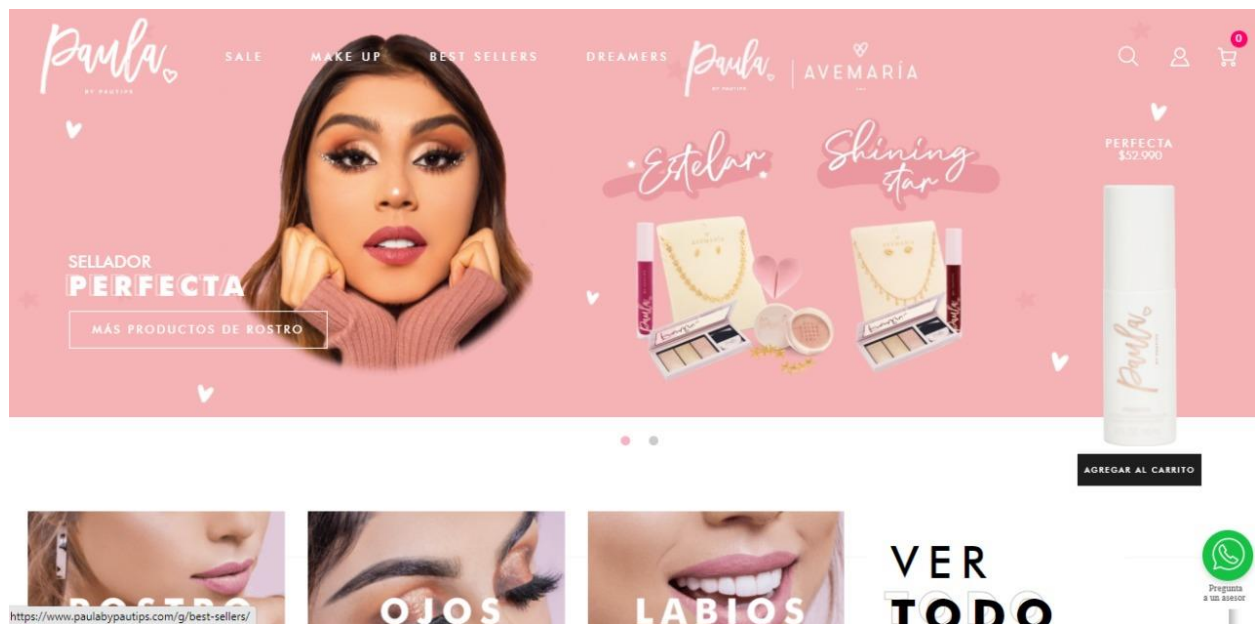


Fuente: xxxxxxxx.

5.1.3. Paulabypautips

Paula Galindo, más conocida como Pautips, es una Youtuber colombiana que realiza videos de entretenimiento acerca de moda, belleza y su estilo de vida. Al ver su gran crecimiento en el mundo de las redes sociales gracias a su contenido para mujeres, decidió crear su propio sitio web donde vende productos de maquillaje y todo tipo de accesorios ligados a la belleza de su marca personal.

Figura 3. Página Principal Paulabypautips.



Fuente: xxxxxxxx.

6. Marco conceptual

Hoy vemos como un elemento se ha ido apoderando y robando la atención de todo el planeta, este es el Internet, mediante sus diferentes plataformas y las múltiples opciones de navegar en este ha volcado todas las miradas hacia él. El autor (Castell,2019) describe el internet como:

“El tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad y, de hecho, a pesar de ser tan reciente, en su forma societal (aunque como sabemos, Internet se construye, más o menos, en los últimos treinta y un años, a partir de 1969; aunque realmente, tal y como la gente lo entiende ahora, se constituye en 1994, a partir de la existencia de un browser, del World wide web) no hace falta explicarlo, porque ya sabemos qué es Internet.”

En la actualidad no hay empresa que no haya dado el salto a internet, ofreciendo sus productos, esto es, gracias a los sitios web los cuales facilitan las opciones tanto a clientes como a las marcas. El autor (Pérez Porto and Merino, 2019) define un sitio web como:

“Un sitio web, por lo tanto, es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (WWW). Es importante establecer que en Internet encontramos una gran variedad de tipos de sitios web que suelen diferenciarse fundamentalmente por la clase de contenido que ofrecen o por el servicio que brindan a cualquiera de las personas que se encuentran navegando por la Red.”

6.1.Comercio Electrónico

Le denomina **Comercio nombre Electrónico** a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor.

Como actividades industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader.

Se puede entender como toda marca o empresa que decide crear su propio sitio web e incursionar en el mercado se ve obligado a enseñar sus productos y así el cliente pueda tener acceso a estos, todo esto se hace mediante una tienda o carro virtual. Para poder entender en que consiste esta, se debe dar un concepto sobre ella. Una tienda virtual se refiere a un comercio convencional que usa como medio principal para realizar sus transacciones un sitio web de Internet.

Los vendedores de productos y servicios ponen a disposición de sus clientes un sitio web en el cual pueden observar imágenes de los productos, leer sus especificaciones y finalmente adquirirlos. Este servicio le da al cliente rapidez en la compra, la posibilidad de hacerlo desde cualquier lugar y a cualquier hora. Algunas tiendas en línea incluyen dentro de la propia página del producto los manuales de usuario de manera que el cliente puede darse una idea de antemano de lo que está adquiriendo; igualmente incluyen la facilidad para que compradores previos califiquen y evalúen el producto. Una base de datos o un banco es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso. En el caso de SAYE el comercio electrónico va a

ser parte fundamental del proyecto ya que es precisamente este tipo de servicio el que se va a practicar en el sitio web mediante el cual los usuarios podrán acceder a cada una de las funciones y productos ofertados que ofrecerá la página para cualquier tipo de cliente y sin importar el lugar en el que se encuentre este.

Últimamente se ha podido presenciar como el marketing digital ha tomado fuerza a la hora de promocionar algo y es que mediante este mercado hoy en día se brinda mayor efectividad a la hora de ofrecer cualquier tipo de servicio. El autor (Neoattack, 2019) de fine a la publicidad online y el Merchandising como:

“La Publicidad online es uno de los sectores más cambiantes dentro del terreno del marketing. Se trata de todos los formatos que se utilizan en internet a la hora de promocionar una marca, compañía, producto o servicio con el fin de atraer al consumidor para que decida apostar por él a través de una compra o contratación. Es decir, es toda aquella iniciativa online que persigue la captación de clientes. El marketing que se dedica a estudiar la manera de incrementar la rentabilidad en los puntos de venta. Son actividades que estimulan la compra por parte de los clientes en determinadas zonas de un local comercial. Se realiza mediante estudios e implementación de técnicas comerciales que permiten presentar al producto o servicio de la mejor manera a los clientes. Para su puesta en marcha se recurre a distintas técnicas que harán que el producto o servicio resulte más atractivo para los consumidores potenciales.”

7. Marco legal

7.1.Ley 11723

Es una ley compuesta por 89 artículos, sancionada en 1933 (y todavía vigente), conocida como "Ley de Propiedad Intelectual" o también como "Ley de Propiedad Científica, Literaria y Artística". Esta ley regula todo lo referente a derecho de propiedad de una obra artística, científica o literaria, derechos de coautor, enajenación o cesión de una obra, licencias, etc. Además, establece sanciones tanto pecuniarias (multa) como privativas de la libertad (prisión) a quienes violen sus normas. Su última reforma data de noviembre de 1998, cuando por **Ley 25036** se le introdujeron modificaciones referidas al software, para darle fin a las discusiones doctrinarias y jurisprudenciales sobre la cuestión de si el software estaba o no bajo el amparo de esta ley. Ahora establece expresamente en su Art. 1 que "... las obras científicas, literarias y artísticas comprenden los escritos de toda naturaleza y extensión, entre ellos los programas de computación fuente y objeto; las compilaciones de datos o de otros materiales," y en su art. 55 bis que "La explotación de la propiedad intelectual sobre los programas de computación incluirá entre otras formas los contratos de licencia para su uso o reproducción".

Proyecto de ley sobre Software Libre: es un proyecto presentado en marzo de 2001 por Marcelo Luis Dragan, Diputado Nacional por la provincia de Tierra del Fuego, del Partido Acción por la República. Originalmente lleva el nombre de "Utilización de Software Libre por el Estado Nacional", y establece la obligación de usar prioritariamente Software Libre en todas las dependencias de la Administración Pública Nacional, salvo

excepciones. Entre los aspectos que motivaron el proyecto, se destacan el económico (por el costo de las licencias y por la libertad de copiar que otorga el Software Libre), el moral (es conocido que en todos los ámbitos de la Administración Pública se utiliza Software Ilegal, ya sea por cuestiones de costos, negligencia, etc., lo cual coloca al Estado como uno de los principales infractores a la Ley 11723), el cultural, el educativo, el de seguridad nacional, etc. Actualmente este proyecto se encuentra en estudio en la comisión de Legislación General y Comunicación (oberblog, 20)

CAPÍTULO III

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se practicó al proyecto del sitio web de SAYE es una investigación cuantitativa ya que no se hace énfasis en cuanto a la aceptación que tenga SAYE o cuan bonita pueda llegar a ser su página de Instagram ya que todos estos aspectos forman parte de un tipo de investigación cualitativa y este proyecto se basa en datos estadísticos, es decir, está completamente ligada a lo que son números y por ende es considerada una investigación de tipo cuantitativa.

Muestra

Con el fin de realizar un análisis de mercado pertinente para la formulación del proyecto de emprendimiento productivo, se hizo necesario aplicar una serie de encuestas a una muestra de la población objetivo que según cifras proyectadas por el DANE para el año 2011, se establece una población objetivo de 186.713 personas entre 14 y 39 años en el municipio de Villavicencio.

Figura 4. Ecuación de la muestra.

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

La población que se verá beneficiada es principalmente los seguidores de SAYE, mediante la aplicación serán llevados directamente a la página, otra parte de la población

con la que se cuenta es aquella que llegue del producto de la publicidad que se genere en la página web.

1.1. Instrumentos y técnicas de recolección de información

Con el fin de realizar un análisis de mercado pertinente para la formulación del proyecto de emprendimiento productivo, se hizo necesario aplicar una serie de encuestas a una muestra de la población objetivo que según cifras proyectadas por el DANE para el año 2011, se establece una población objetivo de 186.713 personas entre 14 y 39 años en el municipio de Villavicencio.

Teniendo en cuenta la fórmula estadística para determinar la muestra, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% se realiza la encuesta a una muestra de 383 personas en el rango de edad objetivo.

CAPÍTULO IV

1.2. Metodología de Desarrollo de Software

La metodología que se usó para el proyecto fue XP (Programación Extrema) ya que es una metodología ágil y flexible, la cual es muy utilizada para la gestión de proyectos.

1.2.1. Análisis de requerimientos

Se relacionan las especificaciones de requisitos para el análisis, diseño y modelado del software para la página Web SAYE, se tomó como base el formato estándar IEEE.

1.3. Propósito

El propósito es definir los requisitos funcionales y no funcionales, así como los usuarios involucrados en el proceso.

Identificación de Requerimientos

1.3.1. Requisitos específicos o requerimientos Funcionales.

Tabla 1. Formulario de contacto.

Identificación del requerimiento:	0
Nombre del Requerimiento:	Formulario de contacto para el usuario
Características:	Los usuarios deberán inscribirse en el formulario de contacto para que puedan adquirir más información de todo lo que tendrá este sitio web.
Descripción del requerimiento:	El sistema podrá ingresar a los usuarios con el formulario de contacto el cual se encuentra en la pestaña de contacto.
Prioridad del requerimiento:	Alta

Fuente: autores.

Tabla 2. Registro.

Identificación del requerimiento:	02
Nombre del Requerimiento:	Registro
Características:	Los usuarios deberán registrarse mediante esta opción y así quedar registrados en la base de datos como usuarios de SAYE.
Descripción del requerimiento:	El sistema ofrecerá al usuario la opción de que se registre mediante el botón que se encontrará en la pestaña principal de la página.

Prioridad del requerimiento:

Alta

Fuente: autores.

Tabla 3. Catálogo.

Identificación del requerimiento:	03
Nombre del Requerimiento:	Catálogo
Características:	El usuario deberá ingresar al catálogo mediante la pestaña tienda la cual estará ubicada en la página principal.
Descripción del requerimiento:	El sistema ofrecerá al usuario un catálogo de ropa el cual es propio de la marca SAYE.
Prioridad del requerimiento:	Alta

1.3.2. Requerimientos no funcionales

Identificación del requerimiento:	01
Nombre del Requerimiento:	Personas que desarrollaron la página de SAYE
Características	En este módulo los usuarios podrán ver los datos de los diseñadores y desarrolladores encargados.

Descripción del requerimiento: El sistema ofrecerá la posibilidad a los usuarios que puedan conocer a las personas que están detrás del diseño y desarrollo del sitio web.

Prioridad del requerimiento:

Alta

Tabla 4. Módulo de desarrolladores.

1.3.3. ¿Quiénes somos?

Identificación	02
del requerimiento:	
Nombre del	¿Quiénes somos?
Requerimiento:	
Características:	Mediante este módulo los usuarios podrán conocer un poco más acerca de la historia de SAYE y de cómo surgió este proyecto.
Descripción del requerimiento:	El sistema le ofrecerá esta opción a las personas que hayan cumplido con su respectivo registro y sean usuarios del sitio web de SAYE
Prioridad del requerimiento:	
	Alta

Tabla 5. Sección quienes somos SAYE.

1.3.4. Historia de Usuario

1.3.4.1. Rol 1

Nombre	Astrid Daniela Perez Acero
Rol	Desarrollador de Software
Categoría	Ingeniero
Profesional	
Responsabilidad	Análisis de información, diseño y modelado, pruebas, administrador
Información de contacto	Daniela.perez@gmail.com

Tabla 6. Rol 1.

1.3.4.2. Rol 2

Tipo de usuario	Gerente (Julián Velásquez)
Formación	Tecnólogo en desarrollo de software.
Actividades	Reportes Generar informes Realizar seguimiento de procesos.

Tabla 7. Rol 2.

1.3.4.3. Rol 3

Tipo de	
usuario	Juan José Amortegui Lozada
Formación	Tecnólogo
Actividades	Cargar información procesos. Realizar seguimiento de procesos. Administrar datos

Tabla 8. Rol 3.

1.4. Diseño de la Aplicación

1.4.1. El proceso

Todo el proceso para llevar a cabo este proyecto empieza con esta idea que surge de querer desarrollar un sitio web para estos creadores de contenido con tofo lo que ellos buscaban, de inmediato se pasa a plasmar la idea que se tenía del sitio web mediante unos "Mockups" los cuales nos permitieron ir identificando inicialmente la parte del diseño de la página. Una vez definido esto se pasó a buscar la metodología que se ubicaba más a lo que se quería para el proyecto y fue ahí cuando se tomó la decisión de esta fuera la metodología XP ya que los pasos a seguir que tiene son los necesarios para este proyecto. Basados en la metodología se pasó a identificar las herramientas que se iban a usar para llevar a cabo el desarrollo de este sitio web cómo lo fueron Visual Studio Code, Php My Admin, entre otras... Ya para finalizar se realizaron las pruebas correspondientes con el fin de verificar que la página contara con todo lo que el

usuario pedía, afortunadamente todo salió como se esperaba y se dio por finalizado este proyecto que se espera sea el primero de muchos.

1.4.2. Selección de requisitos

En esta etapa se hace una recolección de los datos que se van a usar, a su vez se conocen las peticiones que el cliente tiene para su software, en este caso se está hablando de la marca SAYE

1.4.3. Análisis

Se realiza un análisis de cada uno de los datos reunidos, se estructura de manera clara la idea que tiene el usuario respecto al sitio web para así poder realizar los ajustes necesarios y poder dar paso a la siguiente etapa que es el diseño.

1.4.4. Diseño

En esta etapa se toma ya la idea del usuario para empezar a maquetarla en un primer paso mediante unos Mockups (bosquejos) los cuales permiten tener ya una idea graficada de lo que como será el sitio web que busca el usuario.

1.4.5. Codificación

En esta etapa se implementan las herramientas y lenguajes que se van a usar para el desarrollo del sitio web y así llevar a cabo el proyecto, una vez se lleva a cabo esta etapa se da paso a realizar las respectivas pruebas.

1.4.6. Pruebas:

En esta última etapa ya se tiene el sitio web desarrollado y listo para empezar con el proyecto, con esas pruebas el cliente podrá verificar si el trabajo quedó como él lo esperaba o si toca realizar ajustes ya sea por fallas que presente el software, de no presentarse nada se dará por finalizado el trabajo.

1.4.7. Casos de Uso.

1.4.7.1. Acceso al Loguin de la página

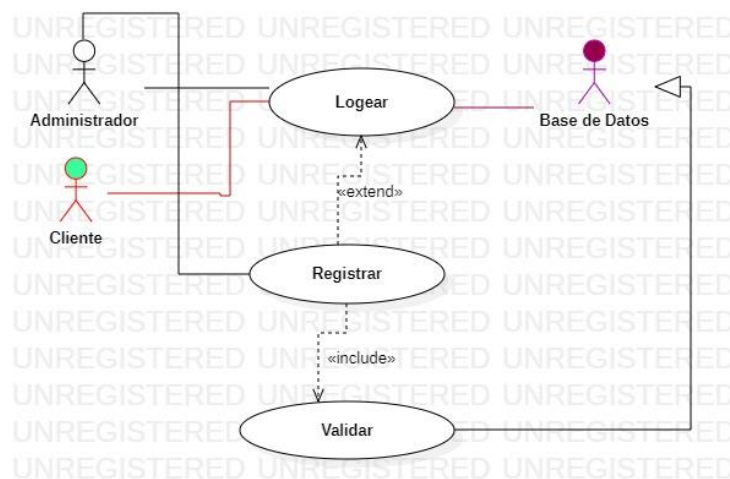


Figura 5. Caso de uso Loguin de la página.

1.4.7.2. Caso de uso accesos

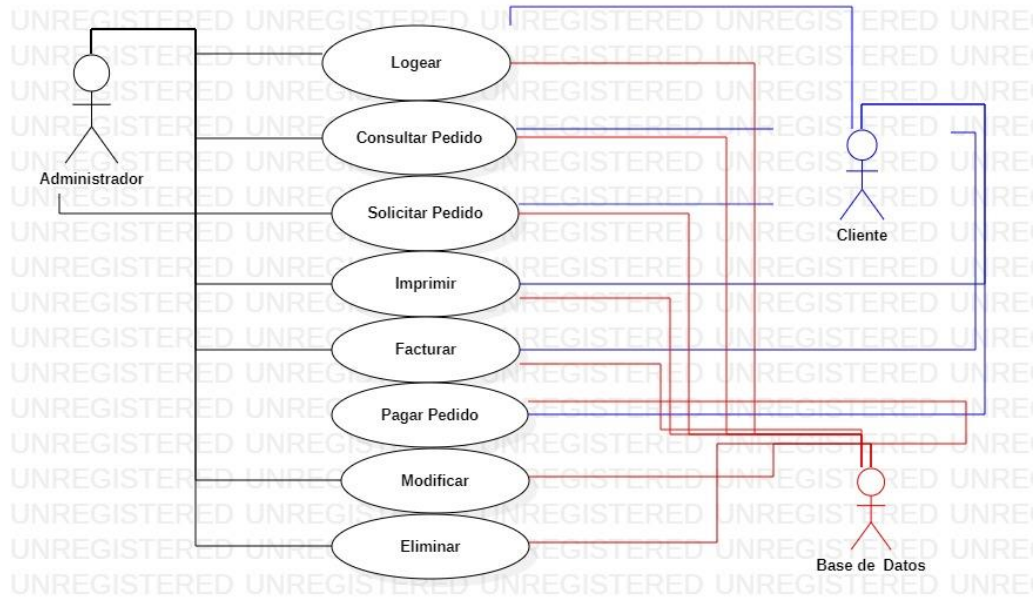


Figura 6. Caso de uso acceso.

Caso de uso de compra.

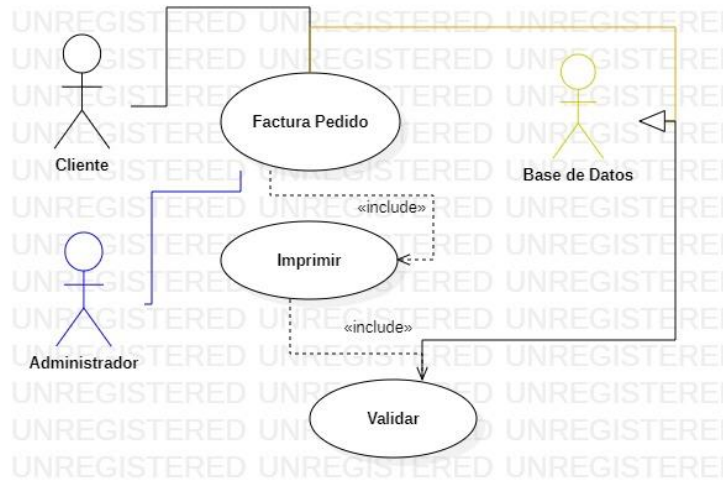


Figura 7. Caso de uso compra.

1.5. Modelado de Datos

Fase 1: Se realizó por medio de entrevistas o encuestas un levantamiento de requerimientos para luego realizar las historias de usuario.

- Aplicación: se realizó unos Mockups de cómo se ve la aplicación y unos diagramas de UML el cual se mostró las actividades resumidas de la aplicación conforme a su uso y visualización.

Fase 2: Con la información obtenida con la primera fase se realizó reuniones semanales con el asesor para establecer los parámetros que el aplicativo tendría, conforme a la información que este tuvo.

- Parámetros: se estableció conforme a las reuniones con el asesor, contenido y ventanas o pestañas que tendrá.
- Programación: se inició un modelo ejecutable conforme a los Mockups y se añadió mejoras para modificar las historias de usuario, UML y Mockups.

Fase 3: Se evaluó el modelo ejecutable conforme a los parámetros dados en la fase anterior en busca de fallos, diseño e información.

Fase 4: Se realizó pruebas de sistemas para comprobar las funciones del aplicativo, además se realizó testers que probó todas las funciones del sistema a la hora de una presentación.

1.6. Diagrama de Secuencia

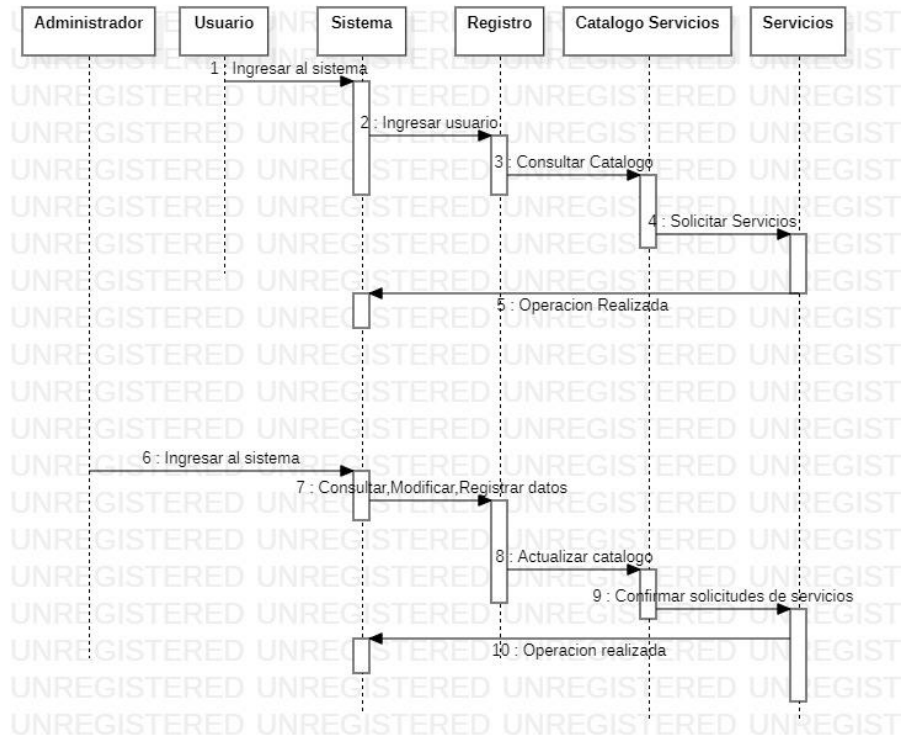


Figura 8. Diagrama de secuencias.

1.7. Mockups

1.7.1. Mockup pestaña principal de la página

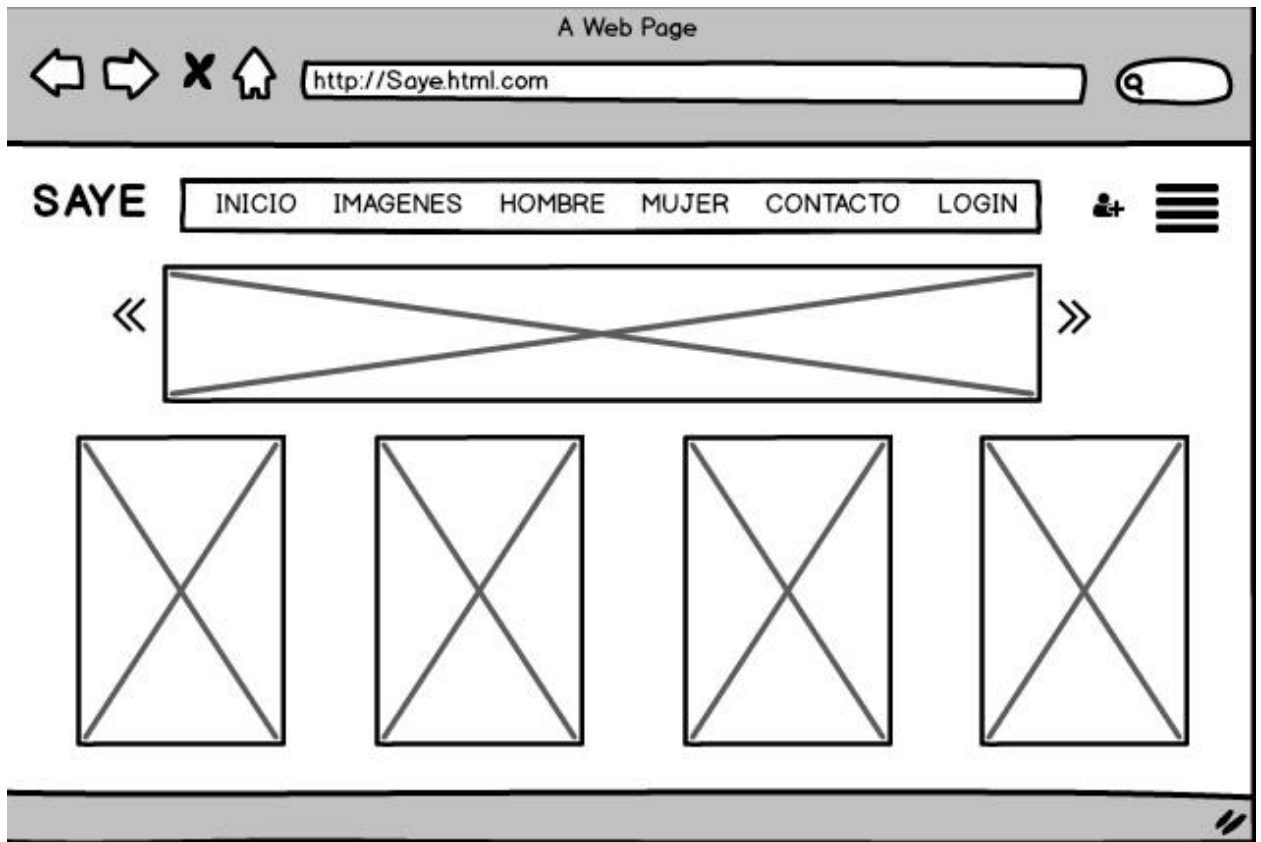


Figura 9. Mockup pestaña principal.

Mockup área de Loguin.



Figura 10. Mockup Loguin.

Mockup pasarela de pagos.

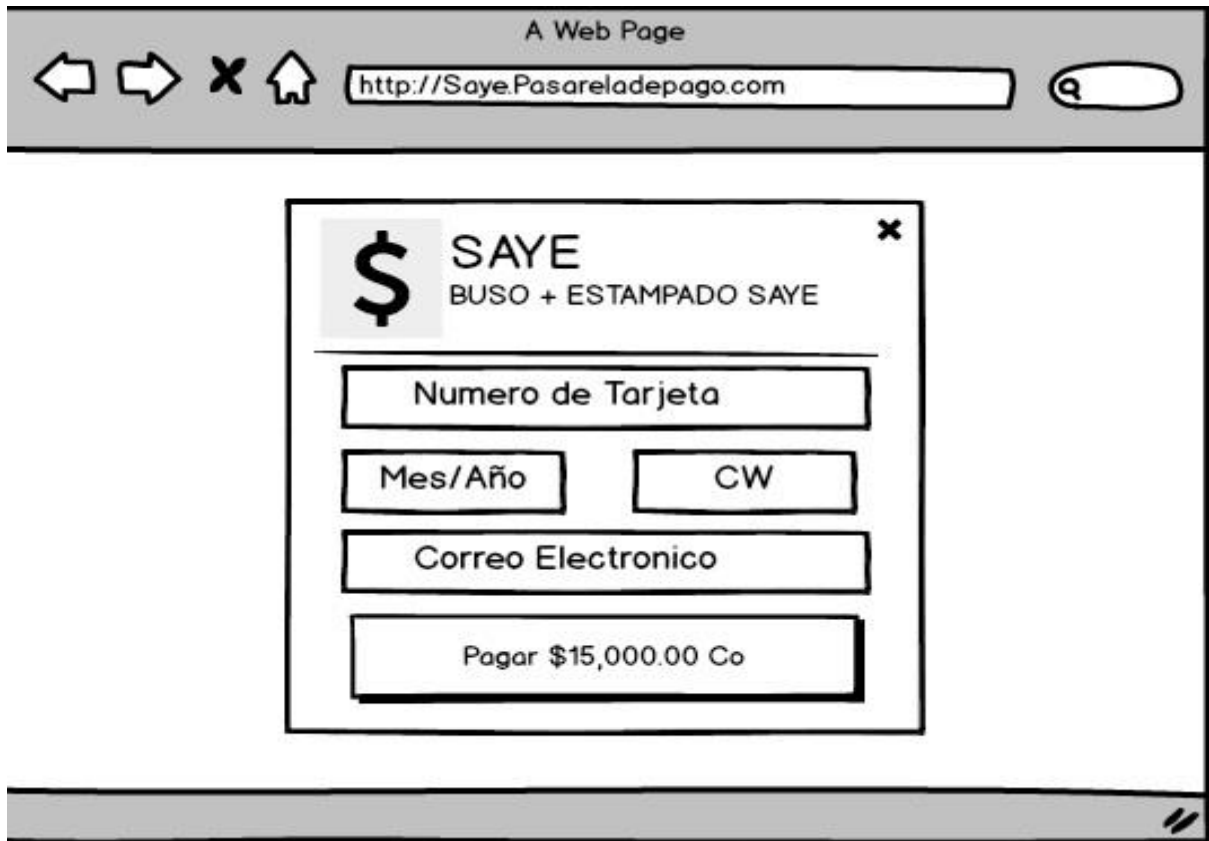


Figura 11. Mockup Pasarela de pago.

1.8. Diagrama de Clases

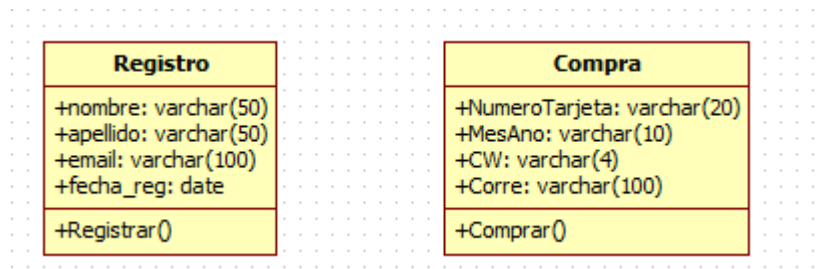


Figura 12. Diagrama clases.

1.9. Desarrollo de la Aplicación

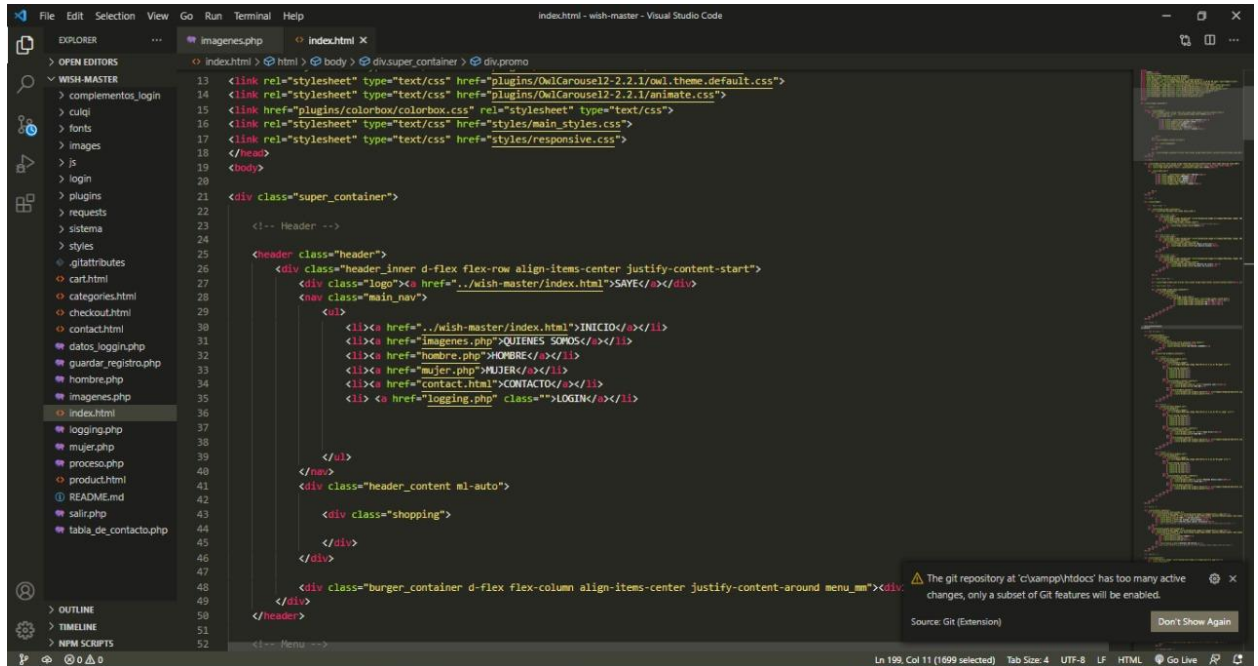
La página web de SAYE es un portal web la cual se realizó, modificó y complementó con una plantilla HTML (Una plantilla web proporciona la estructura al sitio web) mediante diferentes herramientas como lo son:

- Visual Studio Code: Es el editor de texto encargado de permitir la modificación del código fuente del sitio web.
- CSS: Es el encargado de toda la parte del diseño y maquillaje del sitio web.
- PHP My Admin: Mediante esta herramienta creamos y cargamos lo que son las bases de datos del sitio web.

1.9.1. Fase de Desarrollo y Codificación

A continuación, se les mostrara algunos fragmentos de la codificación más importante del código:

1.9.1.1. Código página principal del sitio web



```
13 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="plugins/OwlCarousel2-2.2.1/owl.theme.default.css">
14 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="plugins/OwlCarousel2-2.2.1/animate.css">
15 <link href="plugins/colorbox/colorbox.css" rel="stylesheet" type="text/css">
16 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="styles/main_styles.css">
17 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="styles/responsive.css">
18 </head>
19 <body>
20
21 <div class="super_container">
22
23 <!-- Header -->
24
25 <header class="header">
26 <div class="header_inner d-flex flex-row align-items-center justify-content-start">
27 <div class="logo"><i href=".." /> </div>
28 <nav class="main_nav">
29
30 <ul>
31 <li><a href=".." /> INICIO </li>
32 <li><a href="imagenes.php"> QUIENES SOMOS </li>
33 <li><a href="hombre.php"> HOMBRE </li>
34 <li><a href="mujer.php"> MUJER </li>
35 <li><a href="contact.html"> CONTACTO </li>
36 <li><a href="logging.php" class=""> LOGIN </li>
37
38 </ul>
39 </div>
40 <div class="header_content ml-auto">
41
42 <div class="shopping">
43
44 </div>
45 </div>
46
47 <div class="burger_container d-flex flex-column align-items-center justify-content-around menu_mm"><div>
48
49 </div>
50 </div>
51 </header>
52 <!-- Menu -->
```

Figura 13. Código Principal.

Módulo Loguin


```
1  if(!empty($_SESSION['active']))
2  {
3      header('location: login/');
4  }
5
6  if(!empty($_POST))
7  {
8      if(empty($_POST['usuario']) || empty($_POST['clave']))
9      {
10         $alert="ingrese su usuario o su contraseña";
11     }
12     else
13     {
14         include "datos_login.php";
15     }
16
17     $user = mysql_real_escape_string($conexion,$_POST['usuario']);
18     $pass = md5(mysql_real_escape_string($conexion,$_POST['clave']));
19
20     $query = mysql_query($conexion,"SELECT * FROM usuario
21     WHERE usuario = '$user' AND Clave = '$pass'");
22
23     $result = mysql_num_rows($query);
24
25     if($result > 0)
26     {
27         $data = mysql_fetch_array($query);
28
29         $_SESSION['active']=true;
30         $_SESSION['iduser']=$data['idusuario'];
31         $_SESSION['nombre']=$data['nombre'];
32         $_SESSION['email']=$data['email'];
33         $_SESSION['user']=$data['usuario'];
34         $_SESSION['rol']=$data['rol'];
35
36         header('location: login/');
37         exit();
38     }
39     else
40     {
41         $alert="el usuario o la clave son incorrectos";
42         session_destroy();
43     }
44 }
45
46 </script>
47 </body>
48 </html>
49
50 </script>
51 </body>
52 </html>
```

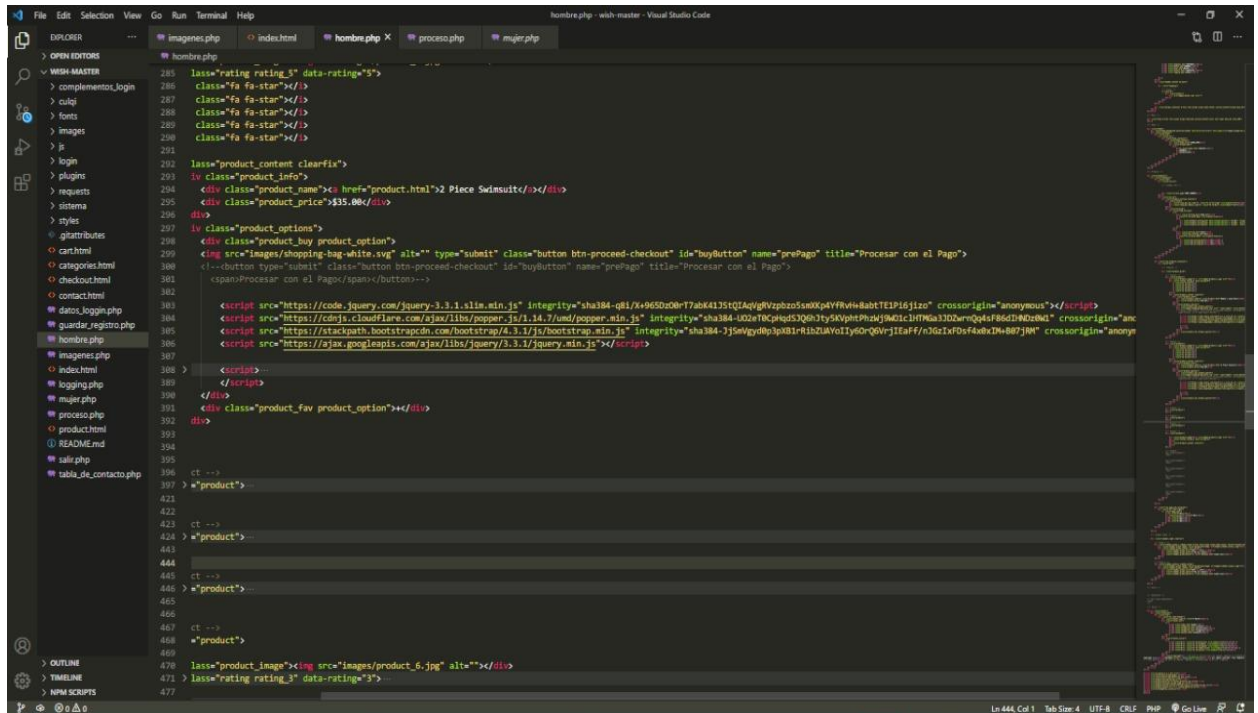
Figura 14. Código Loguin.

1.9.1.2. Complemento de código de Loguin.

```
120 </ul>
121 </nav>
122 </div>
123
124 <!-- Home -->
125
126 <!-- Promo -->
127
128 <div class="promo">
129     <div class="container">
130         <div class="row">
131             <div class="col">
132                 <div class="section_title_container text-center">
133                     <div class="section_subtitle">only the best</div>
134                     <div class="section_title">LOGING</div>
135                     <section id="container">
136
137                         <form action="" method="POST">
138                             <h3>Inicie sesion</h3>
139                             
140                             <input type="text" name="usuario" placeholder="Usuario">
141                             <input type="password" name="clave" placeholder="Contraseña">
142                             <div class="alert"><php echo isset($alert) ? $alert : '' ;></div>
143                             <input type="submit" value="Ingresar">
144                         </form>
145                     </section>
146                 </div>
147             </div>
148         </div>
149     </div>
150 </div>
151
152 </div class="row">
```

Figura 15. Complemento código Loguin.

Pasarela de pagos



```
285 class="rating rating_5" data-rating="5">
286 class="fa fa-star"></i>
287 class="fa fa-star"></i>
288 class="fa fa-star"></i>
289 class="fa fa-star"></i>
290 class="fa fa-star"></i>
291
292 class="product_content clearfix">
293 class="product_info">
294 class="product_name"><a href="product.html">2 Piece Swimsuit</a></div>
295 class="product_price">$35.00</div>
296
297 class="product_options">
298 class="product_buy product_option">
299 class="images shopping-bag-white.svg" alt="" type="submit" class="button btn-proceed-checkout" id="buybutton" name="prePago" title="Procesar con el Pago">
300 type="submit" class="button btn-proceed-checkout" id="buybutton" name="prePago" title="Procesar con el Pago">
301 span>Procesar con el Pago</button></div>
302
303
304
305
306
307
308
309
310
311
312
313
314
315
316
317
318
319
320
321
322
323
324
325
326
327
328
329
330
331
332
333
334
335
336
337
338
339
340
341
342
343
344
345
346
347
348
349
350
351
352
353
354
355
356
357
358
359
360
361
362
363
364
365
366
367
368
369
370
371
372
373
374
375
376
377
378
379
380
381
382
383
384
385
386
387
388
389
390
391
392
393
394
395
396
397
398
399
400
401
402
403
404
405
406
407
408
409
410
411
412
413
414
415
416
417
418
419
420
421
422
423
424
425
426
427
428
429
430
431
432
433
434
435
436
437
438
439
440
441
442
443
444
445
446
447
448
449
450
451
452
453
454
455
456
457
458
459
460
461
462
463
464
465
466
467
468
469
470
471
472
473
474
475
476
477
478
479
480
481
482
483
484
485
486
487
488
489
490
491
492
493
494
495
496
497
498
499
500
501
502
503
504
505
506
507
508
509
510
511
512
513
514
515
516
517
518
519
520
521
522
523
524
525
526
527
528
529
530
531
532
533
534
535
536
537
538
539
540
541
542
543
544
545
546
547
548
549
550
551
552
553
554
555
556
557
558
559
560
561
562
563
564
565
566
567
568
569
570
571
572
573
574
575
576
577
578
579
580
581
582
583
584
585
586
587
588
589
590
591
592
593
594
595
596
597
598
599
600
601
602
603
604
605
606
607
608
609
610
611
612
613
614
615
616
617
618
619
620
621
622
623
624
625
626
627
628
629
630
631
632
633
634
635
636
637
638
639
640
641
642
643
644
645
646
647
648
649
650
651
652
653
654
655
656
657
658
659
660
661
662
663
664
665
666
667
668
669
670
671
672
673
674
675
676
677
678
679
680
681
682
683
684
685
686
687
688
689
690
691
692
693
694
695
696
697
698
699
700
701
702
703
704
705
706
707
708
709
710
711
712
713
714
715
716
717
718
719
720
721
722
723
724
725
726
727
728
729
730
731
732
733
734
735
736
737
738
739
740
741
742
743
744
745
746
747
748
749
750
751
752
753
754
755
756
757
758
759
760
761
762
763
764
765
766
767
768
769
770
771
772
773
774
775
776
777
778
779
780
781
782
783
784
785
786
787
788
789
790
791
792
793
794
795
796
797
798
799
800
801
802
803
804
805
806
807
808
809
810
811
812
813
814
815
816
817
818
819
820
821
822
823
824
825
826
827
828
829
830
831
832
833
834
835
836
837
838
839
840
841
842
843
844
845
846
847
848
849
850
851
852
853
854
855
856
857
858
859
860
861
862
863
864
865
866
867
868
869
870
871
872
873
874
875
876
877
878
879
880
881
882
883
884
885
886
887
888
889
890
891
892
893
894
895
896
897
898
899
900
901
902
903
904
905
906
907
908
909
910
911
912
913
914
915
916
917
918
919
920
921
922
923
924
925
926
927
928
929
930
931
932
933
934
935
936
937
938
939
940
941
942
943
944
945
946
947
948
949
950
951
952
953
954
955
956
957
958
959
960
961
962
963
964
965
966
967
968
969
970
971
972
973
974
975
976
977
978
979
980
981
982
983
984
985
986
987
988
989
990
991
992
993
994
995
996
997
998
999
1000
```

Figura 16. Código pasarela de pagos.

1.10. Diccionario de Datos

1.10.1. Pasarela de pagos: Es un servicio que automatiza la operación de pago entre el comprador y el vendedor. Por lo general, es un servicio de terceros que es en realidad un sistema de procesos informáticos que verifica y acepta o rechaza las transacciones de tarjetas de crédito en nombre del comerciante a través de conexiones seguras de Internet. (Armetrics, s.f.)

1.10.2. Visual studio code: Es un editor de código fuente que permite trabajar con diversos lenguajes de programación. Es gratuito, de código abierto y nos proporciona una utilidad para descargar y gestionar extensiones con las que podemos personalizar y potenciar esta herramienta. (Aitana, s.f.)

1.10.3. Loguin: Es una combinación de números y letras que sirve para identificar a un usuario dentro del sistema. Un proceso con el que se denomina el comienzo de una sesión en un sistema informático, usualmente compuesto por el pedido de un nombre de usuario y una clave, como medio fehaciente de autenticar la identidad del usuario. (lwp, s.f.)

1.10.4. Página web: Se conoce como página Web o página electrónica a un documento digital de carácter multi-mediático (es decir, capaz de incluir audio, video, texto y sus combinaciones), adaptado a los estándares de la World Wide Web (WWW) y a la que se puede acceder a través de un navegador Web y una conexión activa a Internet. Se trata del formato básico de contenidos en la red. (concepto.de, s.f.)

Casos de uso: Un caso de uso es un artefacto que define una secuencia de acciones que da lugar a un resultado de valor observable. Los casos de uso proporcionan una estructura para expresar requisitos funcionales en el contexto de procesos empresariales y de sistema. Los casos de uso pueden representarse como un elemento gráfico en un diagrama y como una especificación de caso de uso en un documento textual. (IBM, s.f.)

Diagrama de secuencia: El diagrama de secuencia es un tipo de diagrama del lenguaje unificado de modelado (UML) que, a su vez, se trata de un lenguaje orientado a objetos y está compuesto por elementos gráficos. (ionos.es, s.f.)

Diagrama de clases: Un Diagrama de Clase es una representación gráfica de una clase, en el que se especifica el nombre de la clase, sus atributos y métodos; básicamente es uno de los elementos de un Diagrama de Clases en el que se muestran además las relaciones entre las clases. (utn.edu.ec, s.f.)

Mockup: Un mockup o maqueta es un diseño digital de una web y / o aplicación. Las maquetas se utilizan en la fase de diseño inicial para visualizar ideas y conceptos en el contexto del diseño web e incluyen la estructura de navegación, el sitio y los elementos de diseño en detalle. (es.ryte.com, s.f.)

Query en Php: Una query es una pregunta o consulta. En internet, en el contexto de acciones realizadas en motores de búsqueda, se refiere a cada consulta individual que se realiza en la web.

1.11. Plan de Pruebas

Las pruebas, como la etapa final del desarrollo del sitio web, desempeñan un papel vital en el proceso de creación de software de alta calidad.

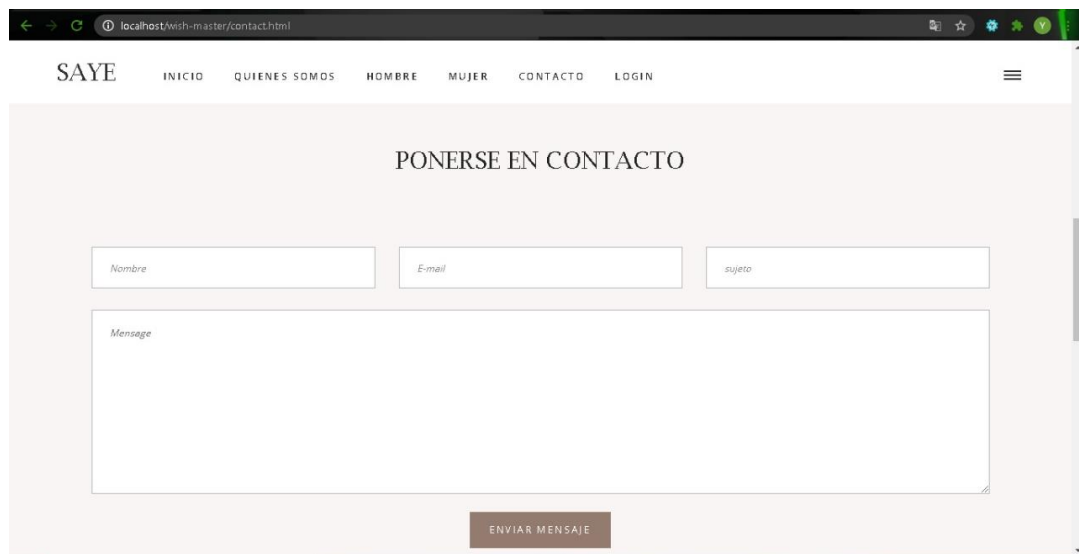
Los módulos del sistema son sencillo y completos	Módulos: <ul style="list-style-type: none">• Inicio• Quienes Somos• Biografía
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Blog • Contáctenos
Objetivos de las Pruebas	<p>En estos Módulos se realizarán pruebas para validar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La visualización de los datos, ingresados. • La operación de los servicios, • La respuesta y realización de las transacciones del módulo de pagos. • Que los estados de las actividades y documentos generados en el sistema se reflejen de acuerdo con la secuencia lógica requerida por el usuario. • La secuencia lógica de las funcionalidades y transacciones.
Detalle del orden de ejecución de los módulos	Los modulos puedes ser ejecutados en cualquier orden, puesto que la mayoría de ellos nos entrega información
Responsabilidad de la Prueba	Las pruebas son responsabilidad del Testing Operacional del equipo de proyecto, quien en este caso será apoyado por el usuario final.

Tabla 9. Plan de pruebas.

Pruebas de funcionalidad del sitio web

1.12. Formulario de contacto



The image shows a web browser window displaying a contact form. The browser's address bar shows the URL `localhost/wish-master/contact.html`. The website's header includes the logo "SAYE" and navigation links: "INICIO", "QUIENES SOMOS", "HOMBRE", "MUJER", "CONTACTO", and "LOGIN". A hamburger menu icon is visible on the right. The main content area is titled "PONERSE EN CONTACTO" and contains a form with the following fields:

- Nombre
- E-mail
- Asunto
- Message

At the bottom of the form is a button labeled "ENVIAR MENSAJE".

Figura 17. Prueba formularia de contacto.

1.13. Loguin

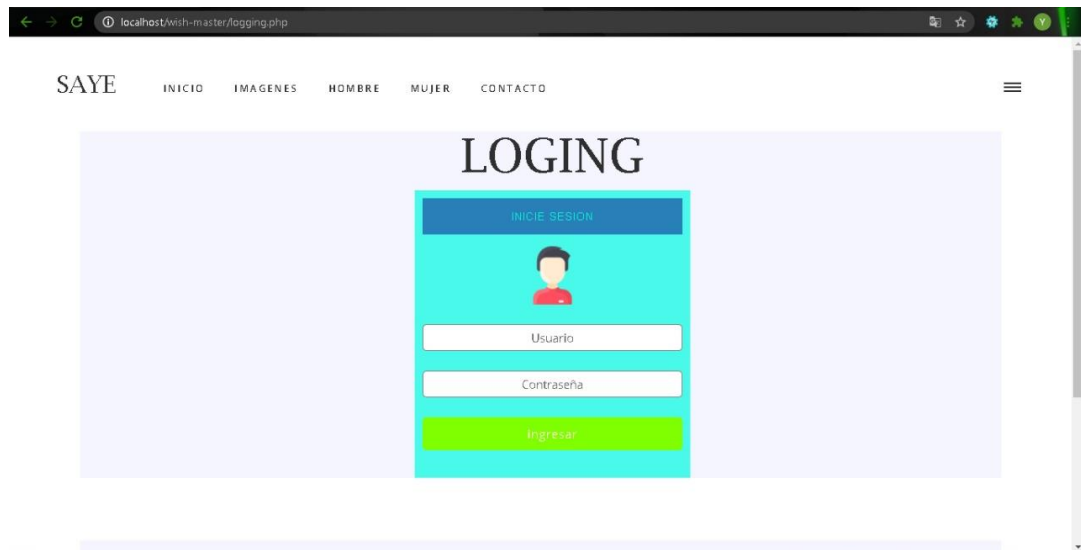


Figura 18. Prueba Loguin.

1.14. Tabla registro de contactos



Figura 19. Prueba tabla de registros.

1.15. Base de datos del formulario del contacto.

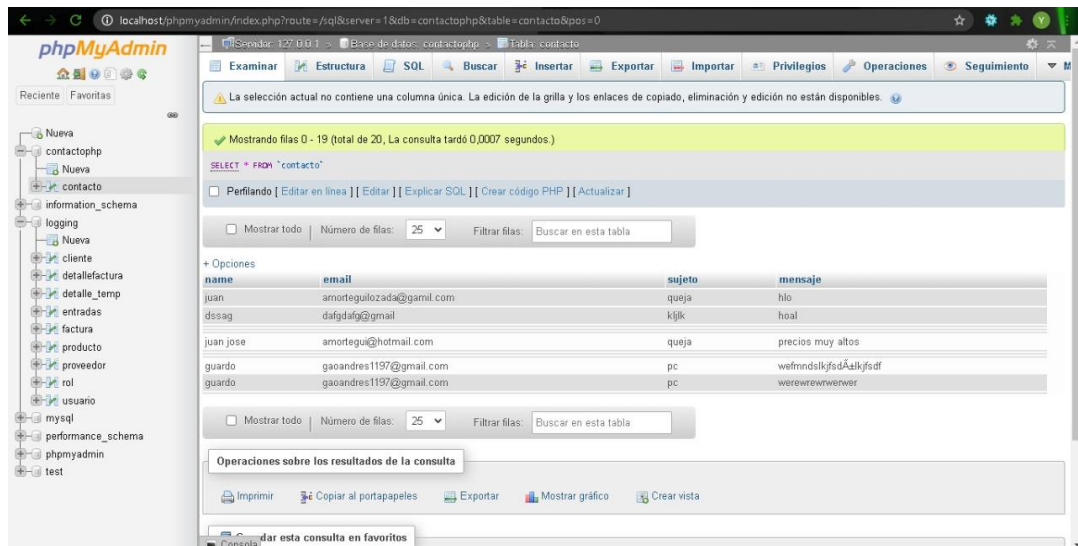


Figura 20. Prueba base de datos.

1.16. Logueo admin

Figura 21. Prueba logueo admin.

1.17. Formulario registro de usuarios

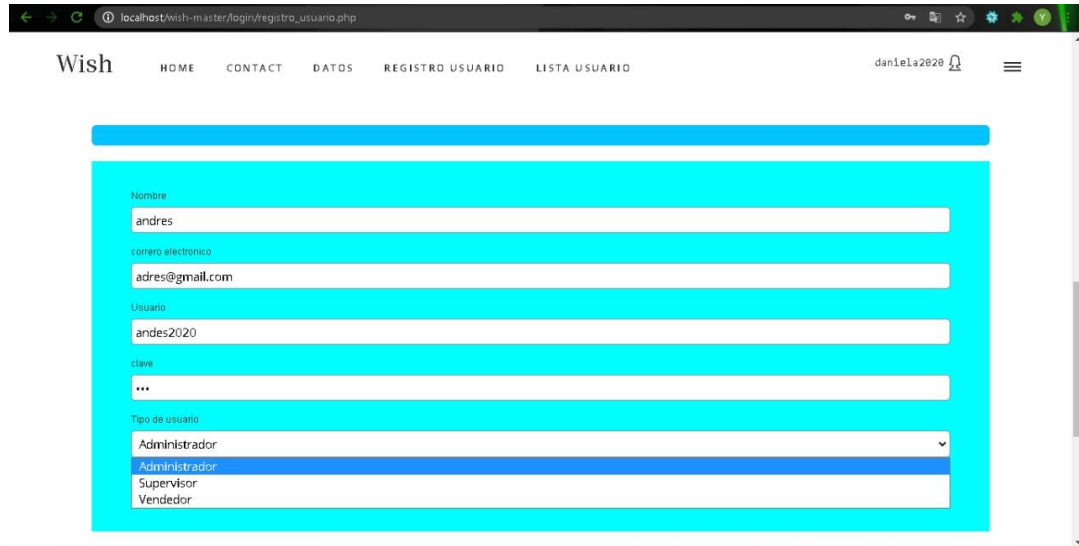


The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost/wish-master/login/registro_usuario.php`. The page title is "Wish" and the navigation menu includes "HOME", "CONTACT", "DATOS", "REGISTRO USUARIO", and "LISTA USUARIO". The user is logged in as "daniela2020". The main heading is "REGISTRO USUARIOS". The registration form contains the following fields:

- Nombre: Input field with placeholder "Nombre completo".
- correo electronico: Input field with placeholder "correo electronico".
- Usuario: Input field with placeholder "usuario".
- clave: Input field with placeholder "clave de acceso".
- Tipo de usuario: Dropdown menu with "Administrador" selected.
- crear usuario: Green button.

Figura 22. Prueba registro de usuarios.

1.18. Complemento de registro de usuarios



The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost/wish-master/login/registro_usuario.php`. The page title is "Wish" and the navigation menu includes "HOME", "CONTACT", "DATOS", "REGISTRO USUARIO", and "LISTA USUARIO". The user is logged in as "dan1eLa2020". The registration form contains the following fields:

- Nombre: andres
- correo electronico: adres@gmail.com
- Usuario: andes2020
- clave: ...
- Tipo de usuario: Administrador (selected), Supervisor, Vendedor

Figura 23. Complemento registro de usuarios.

1.19. Confirmación de registro



The screenshot shows a confirmation page with the heading "ONLY THE BEST" and "REGISTRO USUARIOS". A blue message bar at the top states "usuario creado correctamente". Below it, the registration form is displayed with the following fields:

- Nombre: Nombre completo
- correo electronico: correo electronico

Figura 24. Prueba confirmación de registro.

1.20. Lista de usuarios

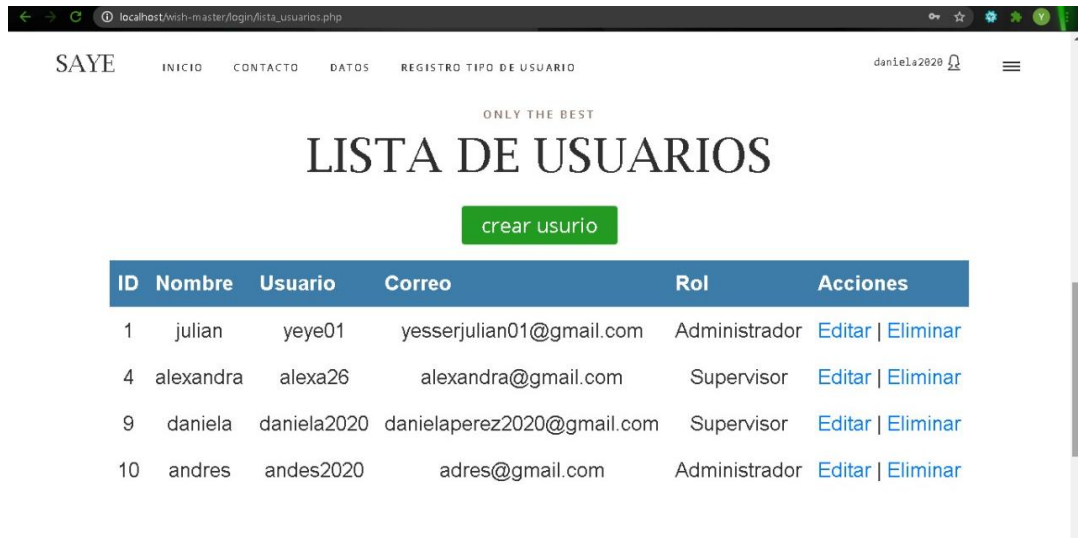


Figura 25. Prueba lista de usuarios.

1.21. Edición de usuario

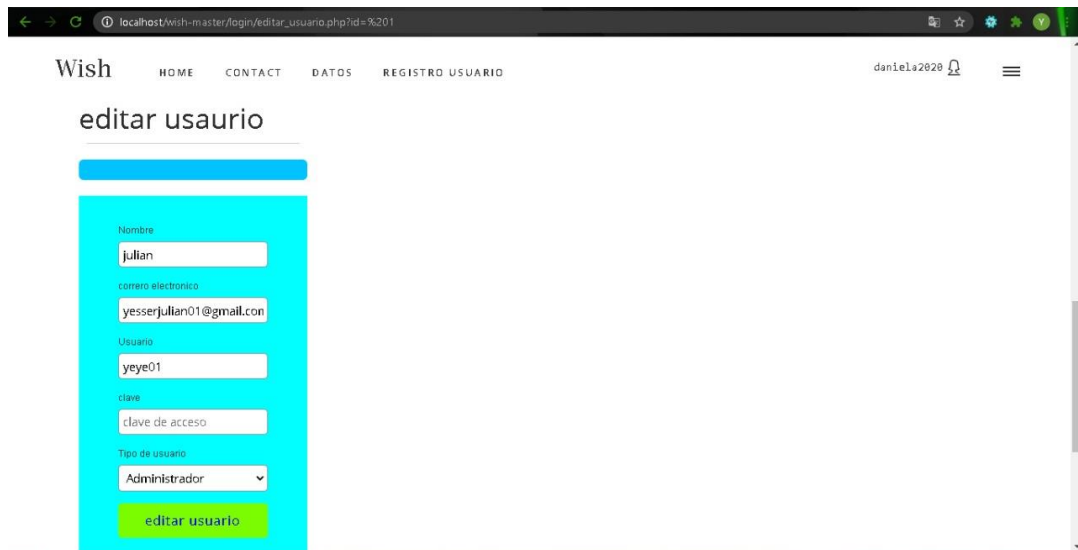


Figura 25. Prueba edición de usuarios.

1.22. Asignación de rol

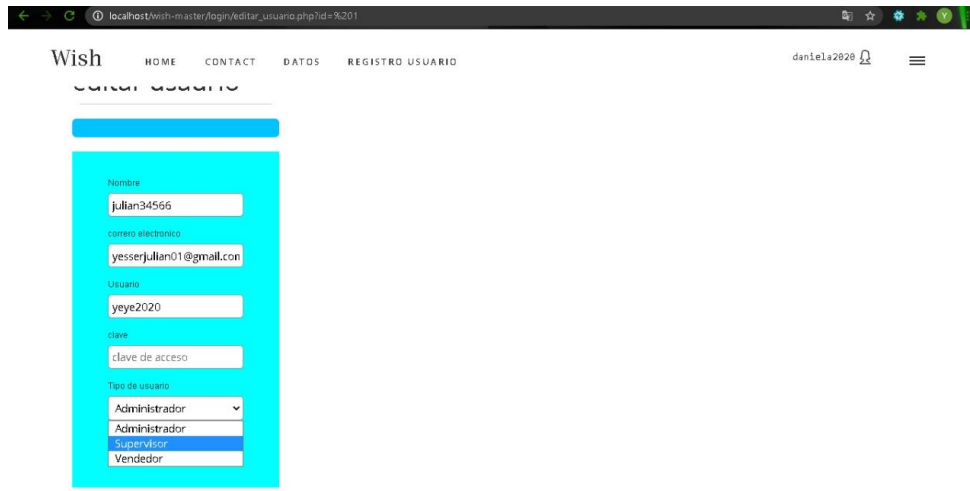


Figura 26. Prueba asignación de rol.

1.23. Evidencia edición de usuarios

ID	Nombre	Usuario	Correo	Rol	Acciones
1	julian34566	yeye2020	yesserjulian01@gmail.com	Administrador	Editar Eliminar

Figura 27. Prueba edición de usuarios.

1.24. Eliminar usuario

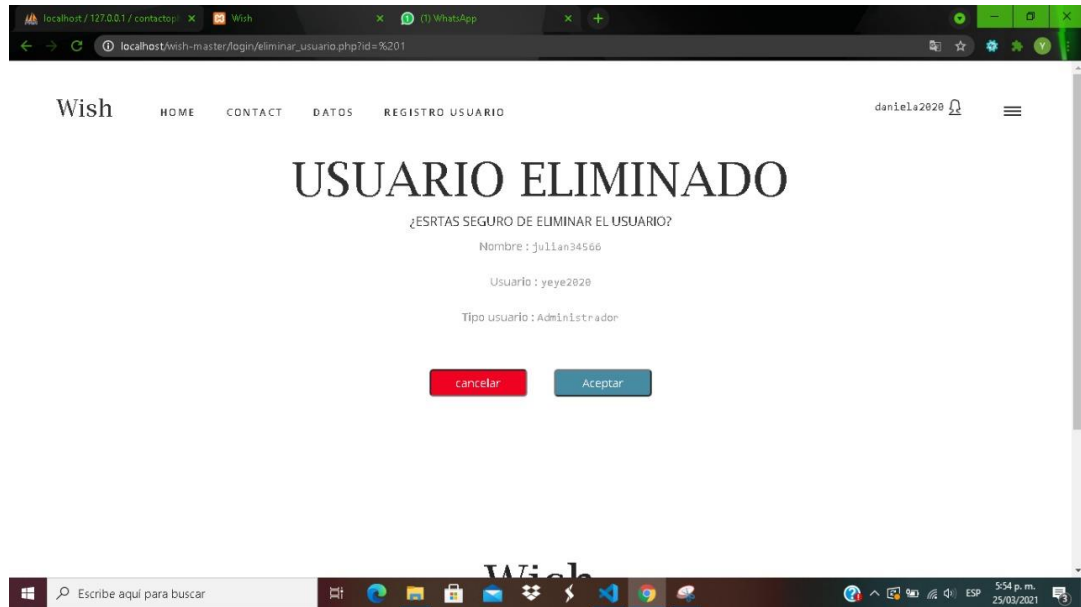


Figura 28. Prueba eliminación de usuario.

Evidencia usuario eliminado

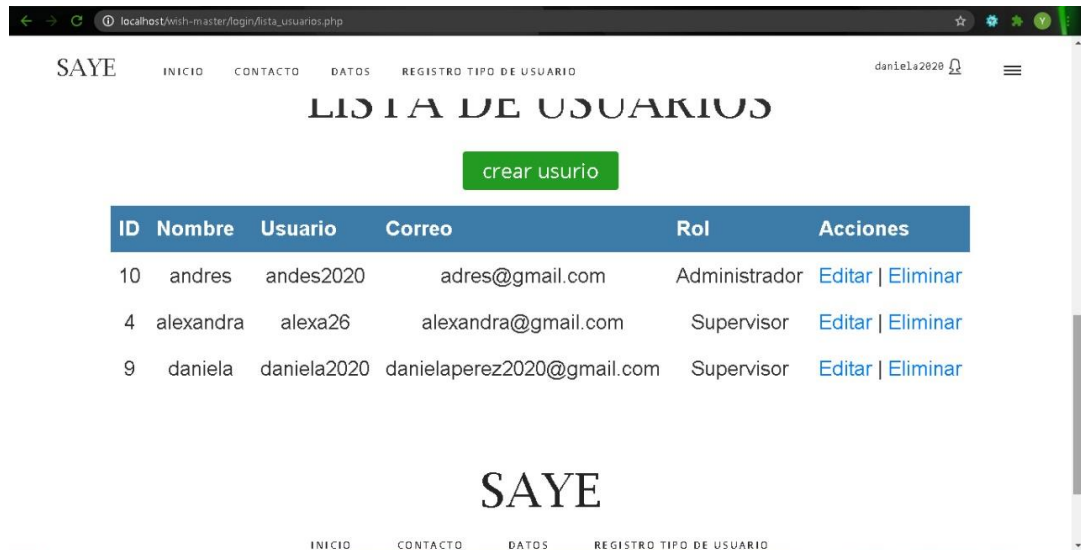


Figura 29. Prueba usuario eliminado.

Encuesta

El procedimiento se aplicó una encuesta que se realizó por la herramienta Google Forms donde se realizó un análisis de mercado arrojando los siguientes datos:

Análisis de Datos

¿Usa redes sociales?

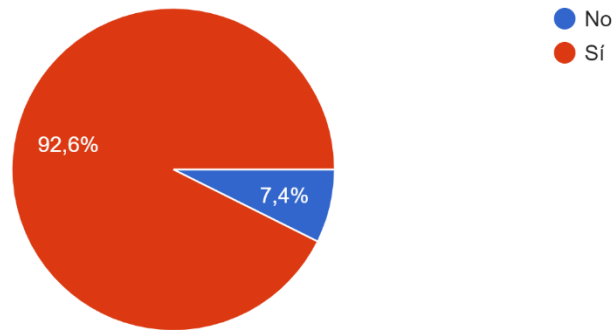


Figura 30. Sondeo pregunta 1.

ANÁLISIS: del 100% de las personas encuestadas un 92,6% manifiestan que hacen uso de las redes sociales.

¿Qué tan frecuente entra a revisar sus redes sociales?

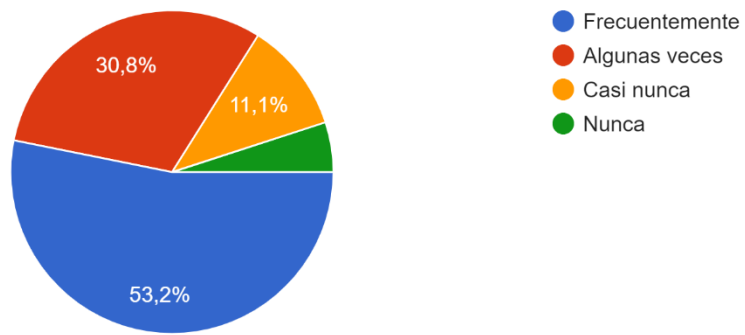


Figura 31. Sondeo pregunta 2.

ANÁLISIS: el 53,2 % de las personas encuestadas manifiestan que hacen revisión de sus redes sociales frecuentemente y sumando a esto que el 30,8 manifiestan hacer revisión de estas algunas veces siendo así más del 80% podemos identificar que gran parte de la población de muestra hacen uso de las redes sociales de forma permanente.

¿Apoyaría una marca de ropa creada por un influencer de la ciudad de Villavicencio?

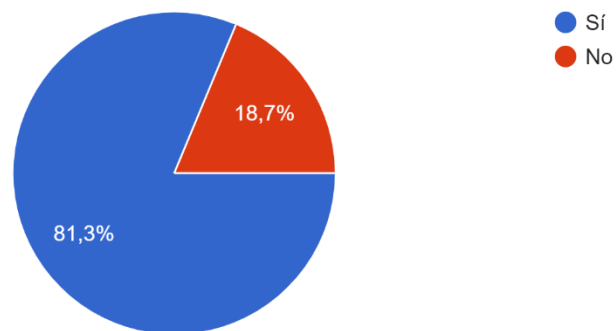


Figura 32. Sondeo pregunta 3.

ANÁLISIS: del 100% de las personas encuestadas el 81,3% manifiesta que estaría dispuesto a apoyar una marca de ropa que pertenezca a un influencer.

¿Conoce creadores de contenido digital de la ciudad?

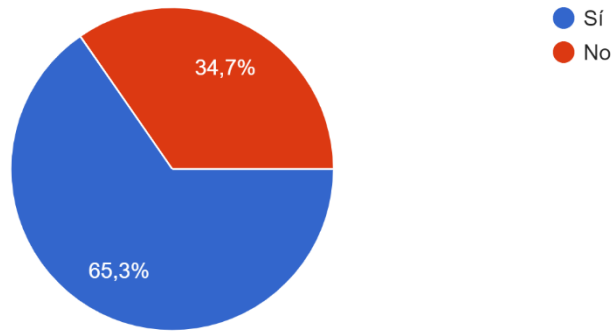


Figura 33. Sondeo pregunta 4.

ANÁLISIS: el 65,3% del 100% de las personas encuestadas manifiesta conocer creadores de contenido digital.

¿Le gustaría saber acerca de la producción de videos?

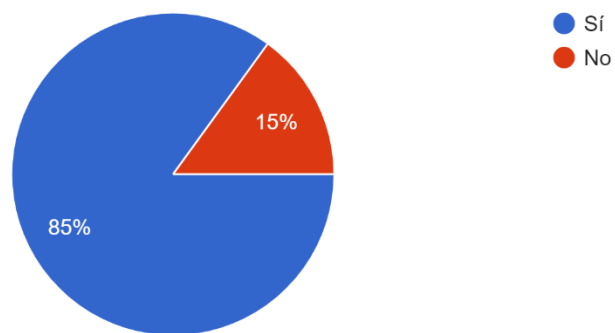


Figura 34. Sondeo pregunta 5.

ANÁLISIS: el 85% de las personas encuestadas les gustaría saber acerca de la producción de videos.

¿Conoce alguna tienda virtual?

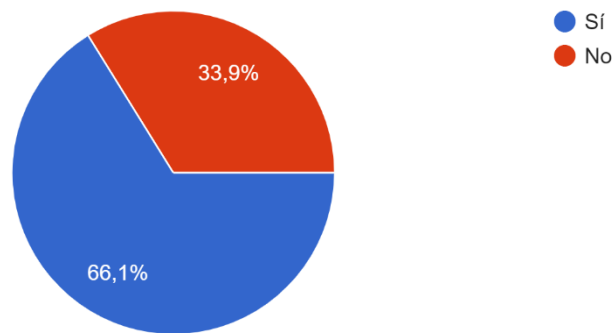


Figura 35. Sondeo pregunta 6.

ANÁLISIS: 66,1% de las personas encuestadas manifiesta conocer algunas tiendas virtuales

¿Quisiera recibir tutorías acerca de edición de videos?

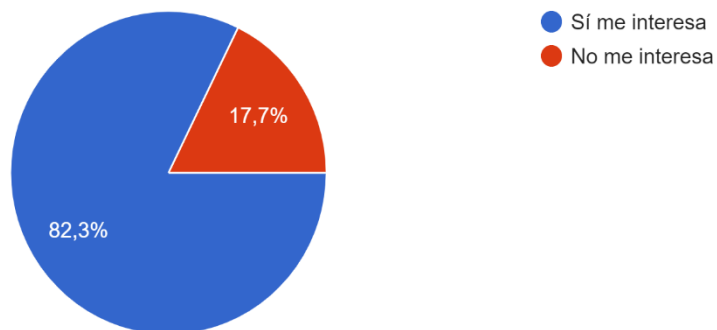


Figura 36. Sondeo pregunta 7.

ANÁLISIS: al 82,3% de las personas encuestadas les gustaría recibir tutorías acerca de la edición de videos.

¿Ha realizado compras ropa en línea?

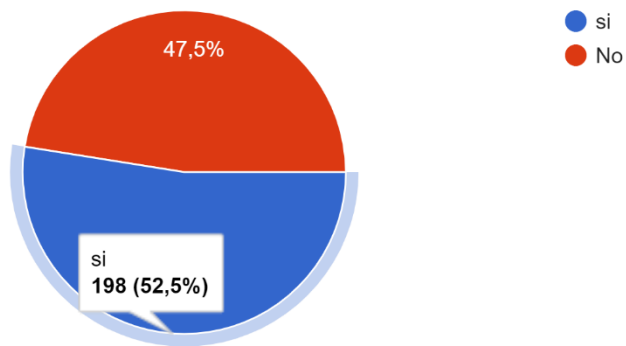


Figura 37. Sondeo pregunta 8.

ANÁLISIS: al 52,5 de las personas encuestadas han realizado compras en alguna tienda virtual.

¿Qué tan frecuente utiliza el método de pago en línea para compras?

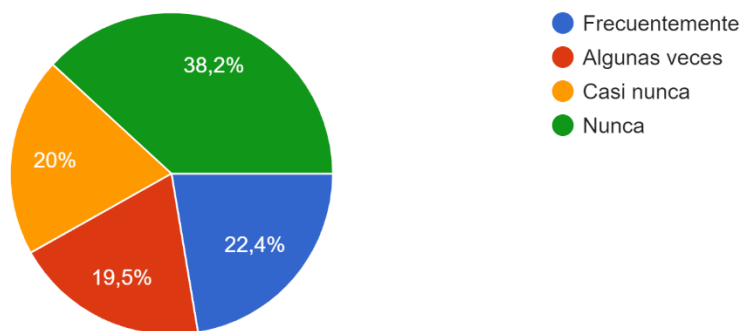


Figura 38. Sondeo pregunta 9.

ANÁLISIS: el 22,4 % de las personas encuestadas manifiestan que usan el método de pago en línea frecuentemente y sumando a esto que el 19,5 y el 20% manifiestan usar este método algunas veces o casi nunca siendo así más del 50% podemos identificar que gran parte de la población de muestra hacen uso del método de pago en línea permanente.

¿Estaría dispuesto a comprar en línea ropa y demás accesorios de una marca juvenil, informal y de excelente calidad?

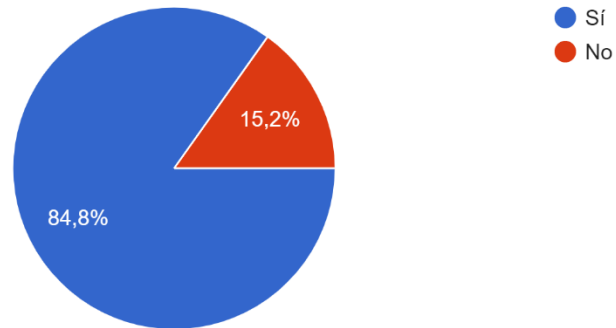


Figura 39. Sondeo pregunta 10.

ANÁLISIS: el 84,8% de las personas encuestadas manifiestan estar dispuestos a comprar ropa informal, accesorio y juvenil.

¿Qué tipo de contenido acostumbra a ver?

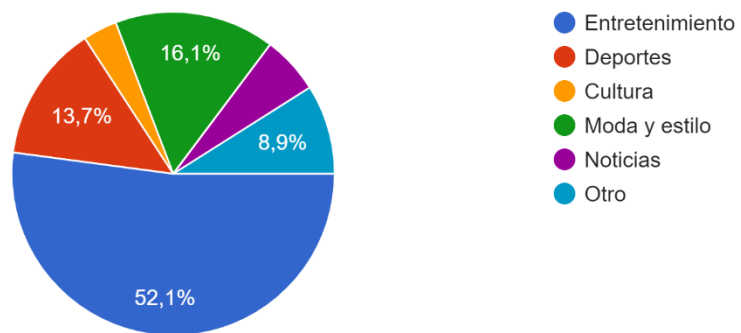


Figura 40. Sondeo pregunta 11.

ANÁLISIS: el 52,1 de las personas encuestadas manifiestan que el contenido que buscan en la red es de entretenimiento más el 16,1% buscan moda y estilo siendo así el 68,2% podemos identificar que gran parte de la población de muestra comprarían ropa informal, juvenil y cómoda.

1.25. Análisis del Sector

Basado en los resultados obtenidos con la muestra, se puede concluir que el 70% de la población total perteneciente el rango de edades escogidos como potenciales clientes harían uso del sitio web, gracias a que este, no solo le brinda contenido de entretenimiento sino que además, le permite acceder a productos virtuales o compra de productos en línea pertenecientes a la marca SAYE, de los cuales su pago será en línea, evitando el desplazamiento de los clientes a distintos lugares, optimizando tiempo y dinero.

1.25.1. ¿Qué sector?

Según el diario EL ESPECTADOR la organización para la corporación y desarrollo económico define que el comercio electrónico es la compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información entre la industria y el consumidor mediante cualquier herramienta electrónica si bien el comercio electrónico tiene varios tipos de comercialización SAYE se basa en la relación empresa a cliente. (El espectador, 2018)

Según el informe de e-commerce del 2018 a 2019 el 41% de los compradores en línea son millennials entre un rango de edad de 25 a 35 años, también añade que el 59% de tráfico en línea se hace a través de teléfonos móviles debido a que el 61,4% de las personas tiene acceso a internet (Nielsen.com, 2019)

Para el año 2015 la cámara de comercio electrónico colombiana reporta que esta industria representa el 4.08% del PIB del país, demostrando que está tomando una gran importancia en los mercados minoristas y para el año 2019 aumentara en un 20% las transacciones electrónicas. (Ccce.org.co, 2019)

1.25.2. Comportamiento

El comportamiento de este mercado refleja las distintas barreras que puede enfrentar un nuevo inversionista de este mercado, entre ellas:

La falta de confianza en las pasarelas de pago, por parte de los usuarios y posibles compradores.

Capacidad de competitividad con las demás plataformas de ventas en línea, que venden productos similares.

Tener un buen proveedor de red, para que, así como vayan aumentando las visitas se brinde un buen servicio al usuario.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos, entre otros.

En Colombia entre los años 2011 y 2016 se vio reflejado un aumento significativo en la compra de productos en línea que van desde el 79,2% hasta 1295 % según la categoría de productos. Como resultado de esto se proyectó que desde entonces hasta el año 2020 estas cifras

irían en aumento, por lo cual gran parte de las empresas de las distintas industrias que hay en Colombia se han visto en la necesidad de modernizarse e ingresar a esta industria tecnológica.

(Cita)

En la actualidad según e-commerce el 35% de las empresas colombianas venden productos por medio de diferentes tiendas en línea y reciben transacciones por medio de internet., sin embargo, no hay una cifra oficial que manifieste cuantas empresas se esperan que ingresen a este mercado.

1.25.3. Tendencia

El comercio electrónico en los últimos años se ha vuelto una herramienta esencial requerida por las distintas empresas, para poder ampliar su mercado y así lograr consolidarse en ventas, esto ha creado la necesidad de desarrollar diferentes aplicaciones o tiendas virtuales que permita a los clientes adquirir el producto deseado por medio de un teléfono o computador, desde la comodidad de su casa u oficina.

En la actualidad los productos que más son adquiridos por medio de las plataformas digitales son: artículos de moda con un 37% de las compras realizadas, de turismo 37% y tecnológicos un 36% realizando los pagos en línea, mientras que los que prefieren realizar los pagos a contra entrega compran productos de moda en un 45% y comestibles 36%.

Los factores más influyentes en el crecimiento de esta industria, es el desarrollo de nuevas tecnologías, facilidad para la población de hacer uso de un dispositivo tecnológico ya sea un celular o computador, acceso a internet a más del 64% de la población, la necesidad de optimizar tiempo y dinero por parte de los usuarios, al uso de las redes sociales, entre otras.

1.25.4. Oferta

En la actualidad existen diversas redes sociales por medio de las cuales se publica diferentes tipos de contenido, uno de los más consumidos por el usuario es el contenido de entretenimiento, por otro lado, también hay distintas tiendas online donde el usuario ingresa a buscar un bien o servicio de su preferencia, sin embargo, SAYE ofrece una página web donde el usuario puede encontrar diversos tipos de contenido digital según la preferencia de los usuarios ya sean contenidos de entretenimiento, informativos, instructivos, críticos o constructivos y tutoriales de edición de video para aquellos fans que les gusta la forma en que SAYE realiza su propia edición, además, de una tienda virtual donde podrá encontrar ropa y accesorios de diferentes diseños y estilos a precios muy accesibles y de excelente calidad.

La idea es que los usuarios puedan acceder a todos estos servicios, dando la seguridad y confianza en el manejo de datos de los usuarios, todo desde un mismo sitio web evitando que los usuarios expongan sus datos personales en plataformas poco confiables o el hecho de navegar por distintos sitios web gastando tiempo que podría usar en otro tipo de eventos.

1.25.5. Demanda

La evolución que se ha venido presentando en los últimos 17 años del comercio electrónico a en américa latina ha ido en aumento siendo una forma innovadora que permite el crecimiento de nuevas empresas que tienen el deseo y necesidad de expandirse

La demanda insatisfecha existente en este mercado es la gran cantidad de usuarios o internautas que aún no han podido establecer los niveles de confianza requeridos en el tratamiento de datos de estos sitios web, es por esto que SAYE establecerá nuevos protocolos de seguridad los cuales hará conocer de forma clara y sencilla a todos sus usuarios.

Con el diseño de esta página web se espera que los consumidores del contenido de SAYE mejore sus experiencias con el portal desarrollando confiabilidad con la empresa, además pueda disfrutar de manera simultánea de contenidos digitales y ahorrar tiempo a la hora de buscar producto de moda como: ropa, calzado y accesorios, así recomendando esta página a los miembros de su comunidad aumentando el uso de la misma en más de un 50%.

1.25.6. Mercado Potencial

En Colombia existen diversas páginas web que ofrece productos de ropa, moda y accesorios, entre ellas están lineo, Seven Seven, Facol, Ropa China, Color Blue, Dafiti, Mercado libre entre otras. Además, existen diferentes redes sociales donde se publica distintos tipos de contenido apetecido por la audiencia, sin embargo, no existe aún una página web donde el usuario pueda disfrutar contenido de su preferencia y tener una tienda online donde encuentre productos de moda, y accesorios y pueda realizar hay mismo la compra en línea, sin tener que navegar en distintas paginas viéndose en la necesidad de exponer sus datos personales

En la actualidad el comercio electrónico está representando el 80% de las oportunidades laborales en Colombia, así fue descrito por la nueva alianza que hicieron en Colombia por empresas publico privadas como la cámara colombiana de comercio electrónico y la red nacional

de tecnología avanzada, para observar el comportamiento de este mercado (Renata.edu.co, 2019).

Este mercado está pasando por su mejor momento en Colombia encontrándose en una etapa de adolescencia a nivel empresarial y se espera que en conjunto con el gobierno se llegue a una etapa de madurez del e-commerce en Colombia. El éxito de este mercado se debe a la evolución de nuevas tecnologías, además de la movilidad de esta herramienta de negocio, a los diseños de las plataformas virtuales, la influencia de las redes sociales, los canales de adquisición de la actualidad, a los medios de pago que los usuarios encuentran en línea, a los envíos de sus productos a sus hogares, a la demanda que ha ido en aumento por parte de los consumidores, al hecho de que el 64% de la población colombiana cuenta con acceso a internet y a que 80% de ellos cuentan con dispositivos tecnológicos como celulares y/o computadores.

A pesar de que este comercio está en el mejor momento, aún existen diversas barreras a las que se enfrentan, como la falta de confianza por parte del usuario no solo a usar sus datos personales en línea con el temor de que sean robados, sino que además la desconfianza de que el producto que llegue a la puerta de su casa no sea el esperado. Otro de estos problemas es la opción de pago y el hecho de tener que pagar un gasto de envío y además del hecho de que estas páginas deben estar en constante evolución.

El comercio electrónico ha evolucionado muchísimo a través de los años a continuación se muestra una infografía realizada por Trustly de la evolución de las ventas en línea hasta el año 2014 a nivel global.

Los productos de mayor tendencia de compra en las redes actualmente son la ropa, calzado, moda y accesorios. Productos que son accesibles para aquellas personas que además de tener un dispositivo tecnológico y acceso a internet, tienen acceso a tarjetas de crédito o débito o

cuentan con alguna aplicación de pago en línea, normalmente estas poblaciones están en un rango de edad entre los 14 y 39 años.

9. CONCLUSIONES

Se concluye que al momento de ejecutar los estilos y la pasarela de pagos las cookies y datos del navegador no permiten que le usuario pueda interactuar y por ende tener una buena experiencia en el portal web.

10. RECOMENDACIONES

**Se recomienda al usuario eliminar las cookies del navegador a la hora de ejecutar la
Página.**

10.1 Resumen Analítico Especializado

1. Título	Desarrollo De Un Sitio Web Para La Marca SAYE En El Ámbito De La Creación De Contenido Digital En La Ciudad Villavicencio.
2. Autores	Julian Velasquez Sanabria, Daniela Pérez Acero y Juan José Amórtegui
3. Fecha	14/04/2020
4. Palabras Claves	<p>Pasarela de pagos: Es un servicio que automatiza la operación de pago entre el comprador y el vendedor. Por lo general, es un servicio de terceros que es en realidad un sistema de procesos informáticos que verifica y acepta o rechaza las transacciones de tarjetas de crédito en nombre del comerciante a través de conexiones seguras de Internet. (Armetrics, s.f.)</p> <p>Loguin: Es una combinación de números y letras que sirve para identificar a un usuario dentro del sistema. Un proceso con el que se denomina el comienzo de una sesión en un sistema informático, usualmente compuesto por el pedido de un nombre de usuario y una clave, como medio fehaciente de autenticar la identidad del usuario. (lwp, s.f.)</p> <p>Mockup: Un mockup o maqueta es un diseño digital de una web y / o aplicación. Las maquetas se utilizan en la fase de diseño inicial para visualizar ideas y conceptos en el contexto del diseño web e incluyen la estructura de navegación, el sitio y los elementos de diseño en detalle. (es.ryte.com, s.f.)</p>

	<p>Query en php: Una <i>query</i> es una pregunta o consulta. En internet, en el contexto de acciones realizadas en motores de búsqueda, se refiere a cada consulta individual que se realiza en la web.</p>
5. Descripción	
6. Problema	<p>¿Cómo mediante el desarrollo de un sitio web para la marca SAYE se puede obtener un mayor impacto para el beneficio de la propia marca?</p>
7. Objetivo	<p>Desarrollar un sitio web para la marca SAYE con el fin de tener un mayor reconocimiento tanto en la región como a nivel nacional.</p>
8. Conclusiones	<p>Como conclusión, se dio cumplimiento a los objetivos planteados al comienzo del proyecto y por ende teniendo como resultado el sitio web esperado.</p>
9. Autor RAE	<p>Julian Velasquez Sanabria, Daniela Pérez Acero y Juan José Amortegui</p>
10. Fecha creación de RAE	<p>28/03/2021</p>

Tabla 10. Resumen analítico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aitana. (s.f.).

Armetrics. (s.f.).

concepto.de. (s.f.).

Delgado, H. (7 de diciembre de 2018). *disenowebakus*. Recuperado el 6 de octubre de 2020, de Glosario de términos Diseño Web -Diccionario de programación:

<https://disenowebakus.net/glosario-diseno-web.php>

es.ryte.com. (s.f.).

García, I. (15 de febrero de 2018). *economiasimple*. Recuperado el 6 de octubre de 2020, de economiasimple: <https://www.economiasimple.net/glosario/pasarela-de-pago>

IBM. (s.f.).

ionos.es. (s.f.).

LLC, W. (2018). *Workana LLC*. Recuperado el 22 de septiembre de 2020, de Workana LLC: <https://www.workana.com/i/glosario/css/>

lwp. (s.f.).

siteground. (2020). *siteground*. Recuperado el 22 de septiembre de 2020, de siteground: <https://www.siteground.com/tutorials/php-mysql/>

surveymonkey. (2020). *surveymonkey*. Recuperado el 2 de 9 de 2020, de surveymonkey: https://es.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/?program=7013A000000mweBQAQ&utm_bu=CR&utm_campaign=71700000064157

464&utm_adgroup=58700005704021400&utm_content=39700052007818796&utm_medium=c
pc&utm_source=adwords&utm_term=p52007818796&ut

tactic-center. (16 de abril de 2018). *tactic-center*. Recuperado el 22 de septiembre de 2020,
de tactic-center: [https://tactic-center.com/desarrollo-web/plantillas-en-nuestra-pagina-
web/?locale=es](https://tactic-center.com/desarrollo-web/plantillas-en-nuestra-pagina-web/?locale=es)

utn.edu.ec. (s.f.).

11 ANEXOS

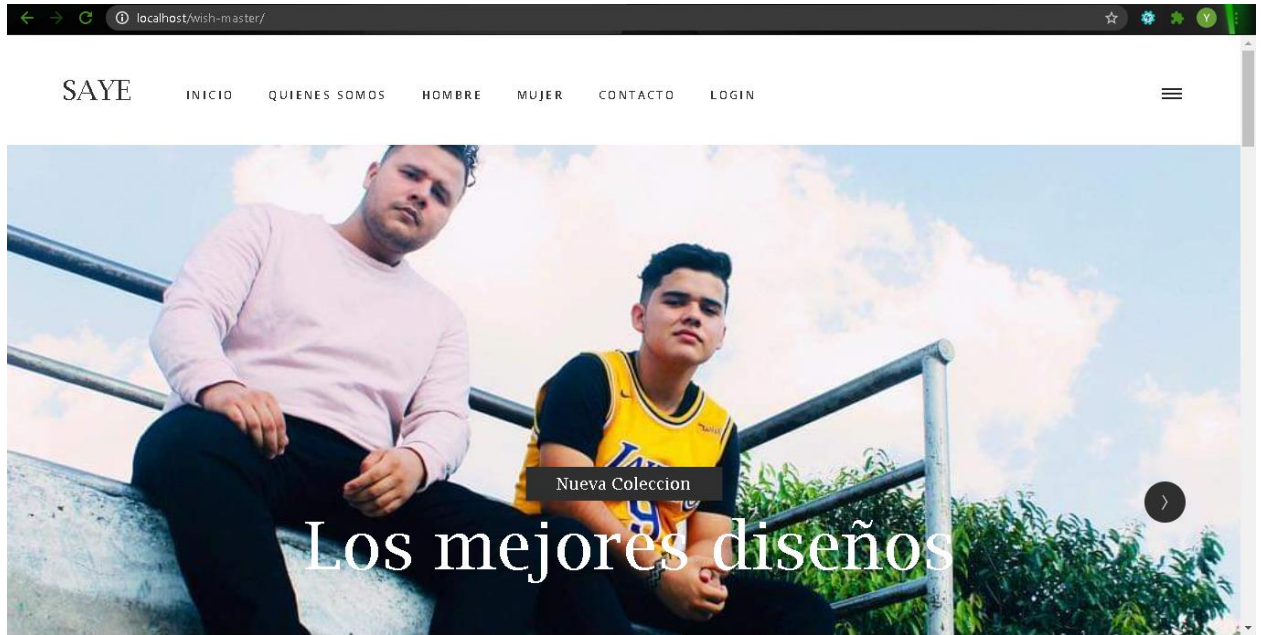


Figura 41. Home page.



Figura 42. ¿Quiénes somos?

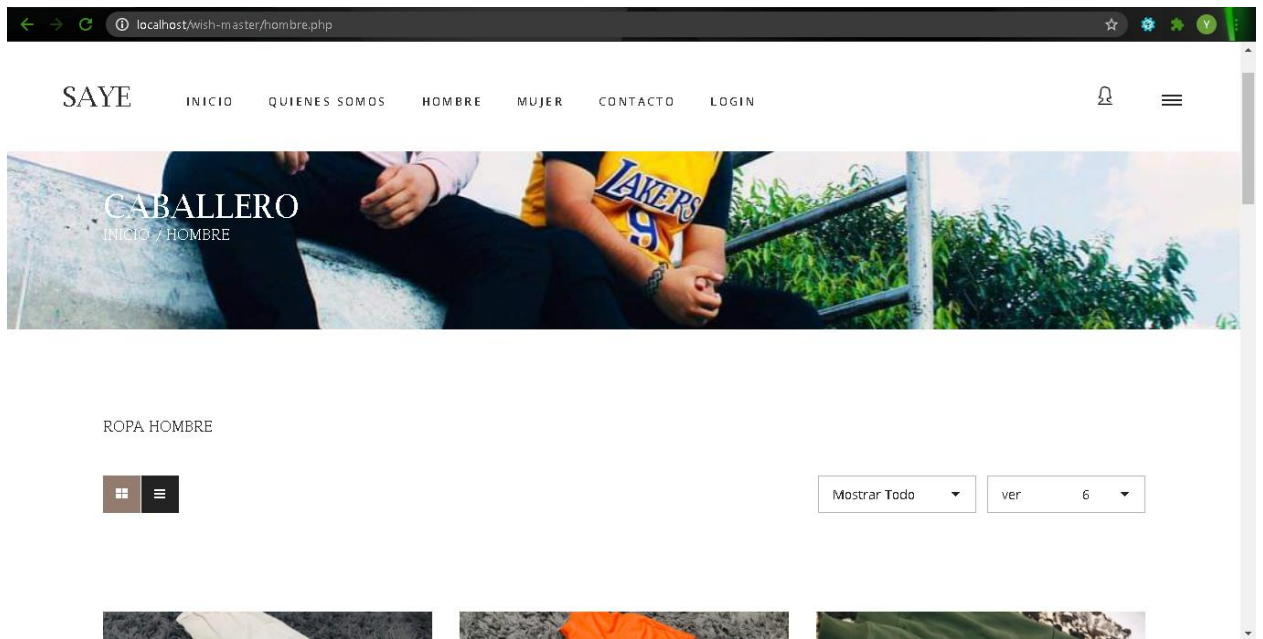


Figura 43. Sección de hombre.

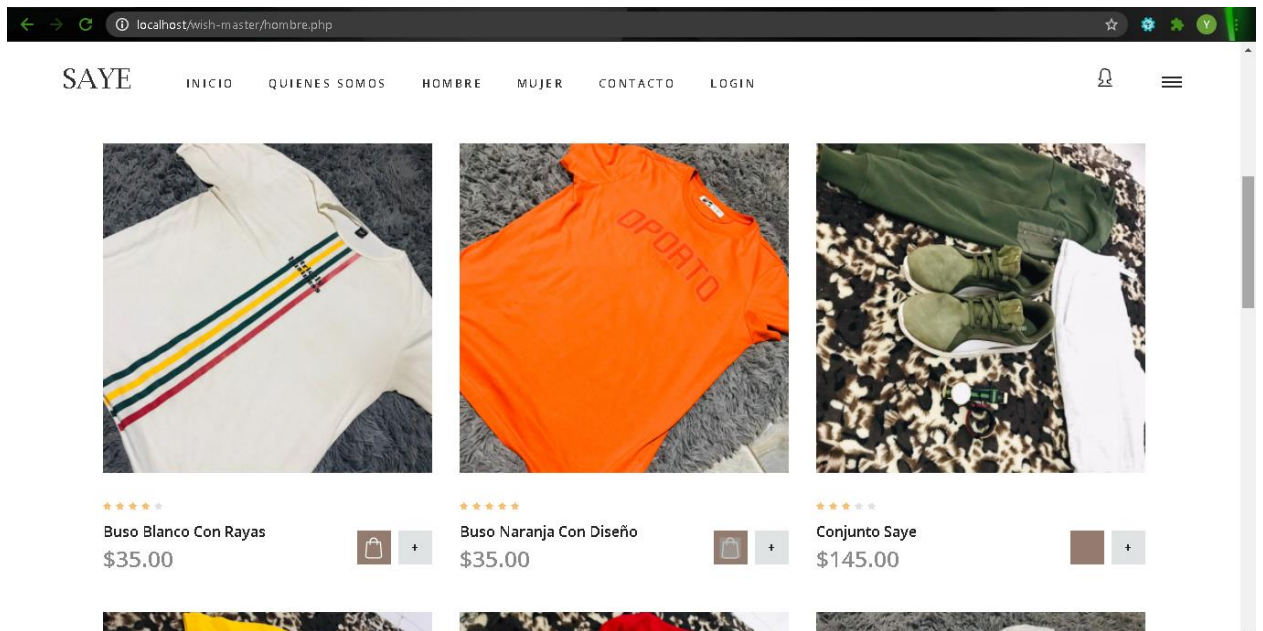


Figura 44. Prendas de hombre.

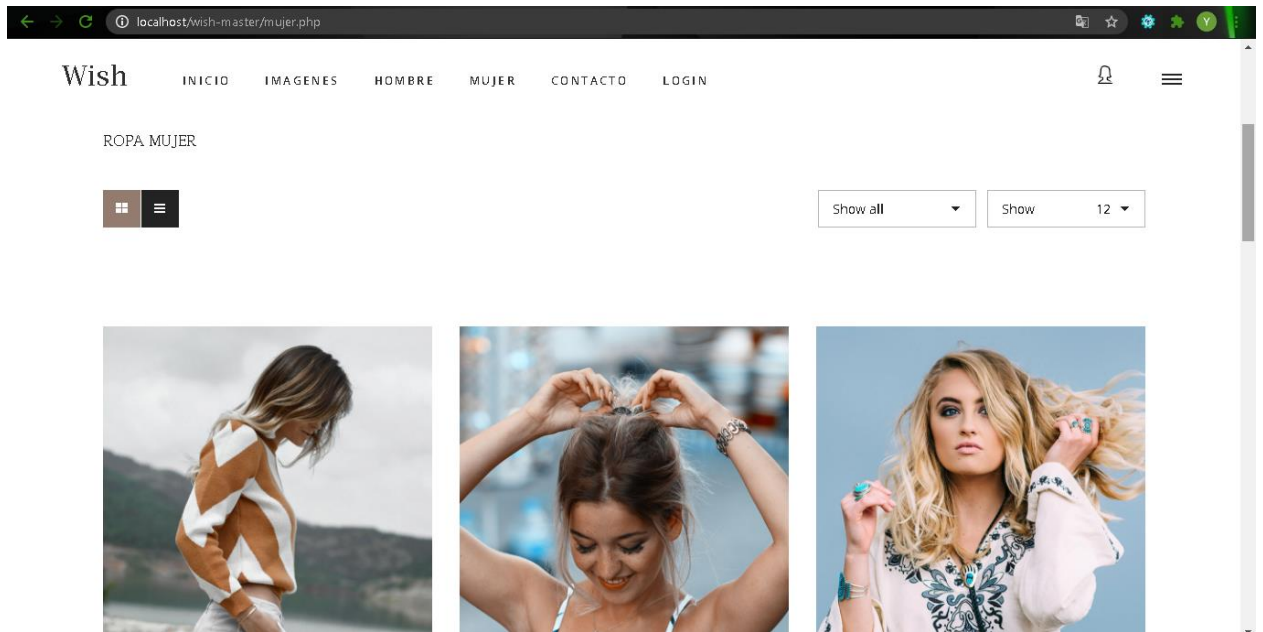


Figura 45. Sección de dama.

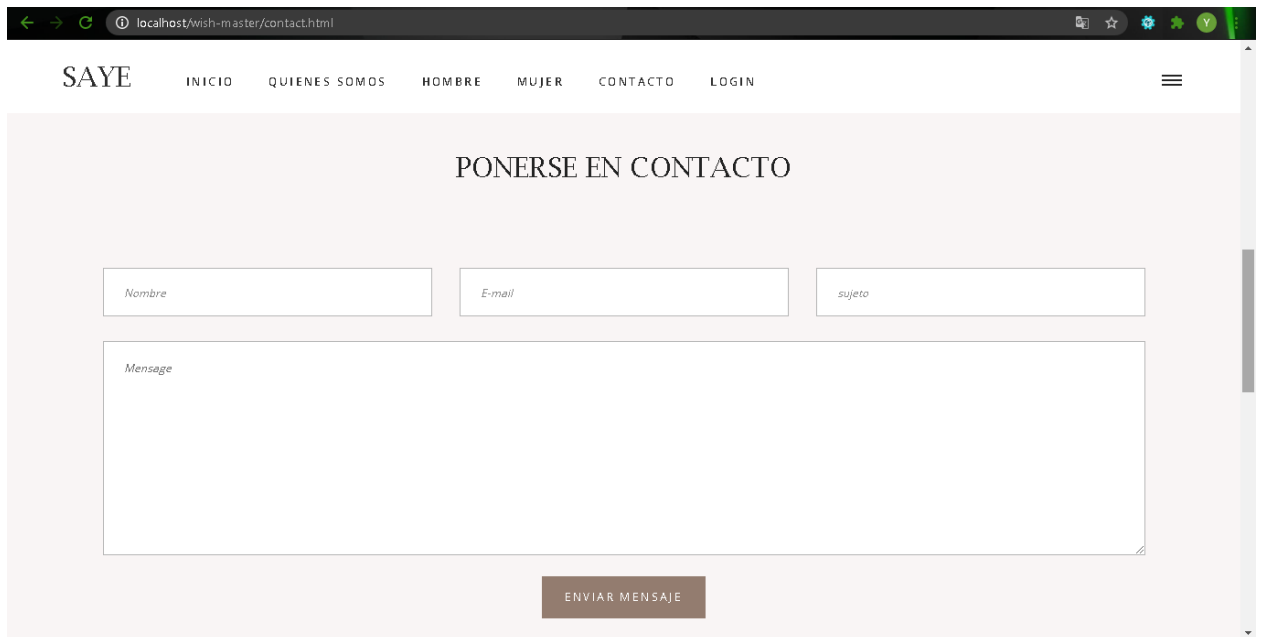


Figura 46. Formulario de contacto.

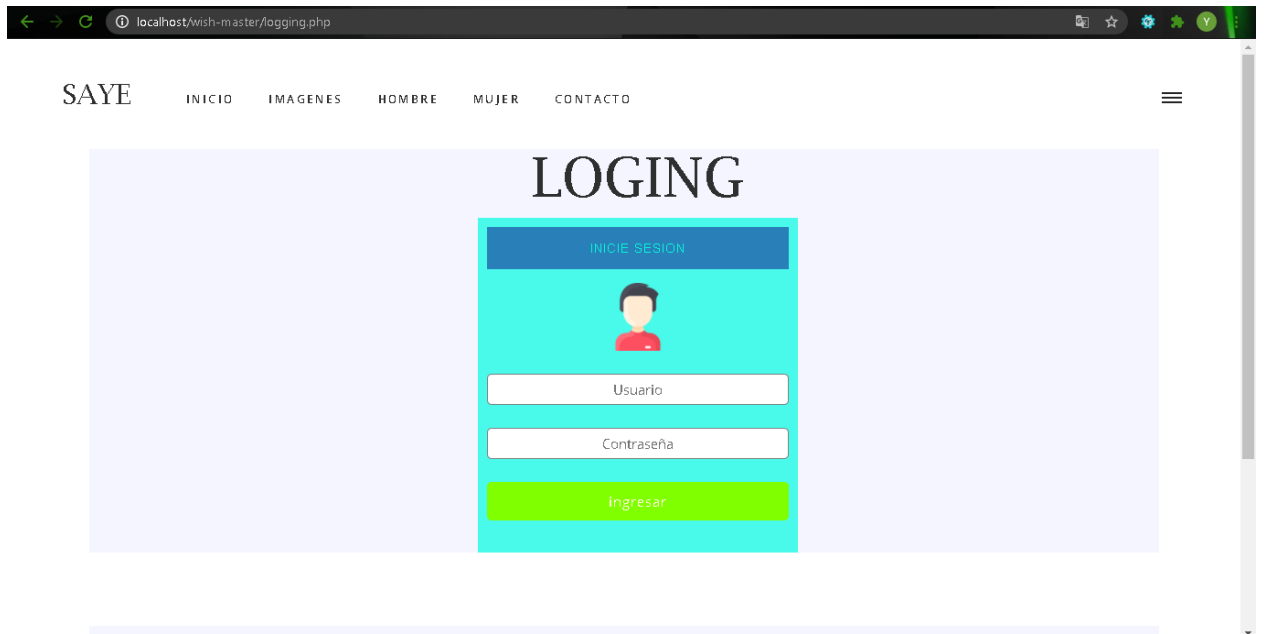


Figura 47. Login page.