



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PARRAS DE LA FUENTE

Tesina

“Meet las Albardas”

**Reporte de estadía para la presentación de examen profesional
para obtener el título de:**

**Técnico Superior Universitario
en**

Tecnologías de la Información y Comunicación

Elaborado por:

Cristian De Jesús Montes Herrera

Proyecto

“Meet las Albardas”



Para obtener el título de:

Técnico Superior Universitario

PARRAS DE LA FUENTE
en

Tecnologías de la Información y Comunicación

Presenta

Cristian De Jesus Montes Herrera



Carta de liberación del proyecto

13/8/2021

Agrícola Las Albardas

Ramos Arizpe #210, Plaza comercial Hacienda del rosario.

Universidad Tecnológica de Parras de la Fuente

C. 20 de Noviembre #100

Colonia José G. Madero

Parras de la Fuente, Coahuila

Por medio de la presente hacemos constar que el C. Cristian de Jesús Montes Herrera con número de matrícula N°19040014 alumno de la carrera de Tecnologías De La Información Área Entornos Virtuales Y Negocios Digitales, entregó satisfactoriamente el proyecto que tiene como nombre las albardas, siendo una landing page para marketing, el cual no existe ningún inconveniente por parte de nuestra empresa: Las albardas para el uso del mismo con fines académicos en fechas posteriores

Con base en los resultados esperados y lo entregado, se avala el cumplimiento de los objetivos y metas planteados al inicio del proyecto.

Se extiende la presente para los fines que al interesado convenga en la ciudad de Parras de la Fuente, Coahuila, a los 13 días del mes de agosto del 2021.

Atentamente:


Gibrán Gerardo Hernández Magallanes

Ing. Sistemas





Universidad Tecnológica de Parras de la Fuente

Parras de la Fuente Coahuila a, 27 de Agosto de 2021

C. CRISTIAN DE JESÚS MONTES HERRERA

Presente.-

Los miembros del comité de revisión de tesina, recomendamos que el Proyecto "Meet las Albardas", realizado por Usted durante el periodo de Estadía Empresarial, en la empresa Las Albardas, sea aceptado para obtener el Título de Tecnico en Tecnologías de la Información y Comunicación.

Comité de Revisión

Ing. Karen Anai Márquez Alcalá
Asesor Académico

MATSI. Marco Julio Rodríguez López
Vo. Bo. Dirección Académica

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a nuestros padres y hermanos: por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Finalmente quiero expresar mi mas grande y sincero agradecimiento A la UTP por ser la sede de el conocimiento adquirido en estos años.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1.....	7
1.1 INTRODUCCIÓN.....	7
1.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.....	7
1.2.1 ANTECEDENTES.....	8
1.2.2 ÁREA DE OPORTUNIDAD.....	8
1.2.3 EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA.....	9
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	10
1.4 OBJETIVOS.....	11
CAPÍTULO 2.....	11
2.1 DESARROLLO DEL PROYECTO.....	12
2.1.1 METODOLOGÍA.....	12
2.1.2 MARCO TEÓRICO.....	12
2.1.3 DESARROLLO.....	30
CAPÍTULO 3.....	49
3.1 CONCLUSIONES.....	49
3.2 GLOSARIO.....	50
3.3 BIBLIOGRAFÍAS.....	51
3.4 ANEXOS.....	53
3.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	54
3.6 CONTRIBUCIONES ADICIONALES.....	55

CAPÍTULO 1

1.1 INTRODUCCIÓN

Diseño y elaboración de una landing page como recurso complementario para el intercambio de información ya sea en la empresa como de los clientes. el principal motivo para realizar este trabajo investigativo estuvo centrado en la necesidad de brindar un aporte a la empresa, no sólo en nuestro objeto de estudio, sino mas bien ampliar la visión desde los resultados a otros establecimientos que tienen situaciones parecidas o comunes al respecto. el objetivo de la presente investigación es: diseñar y elaborar de una landing page como recurso complementario para el aprendizaje de los estudios realizados en las estadías.

La metodología utilizada para ejecutar la investigación se fundamenta en algunas técnicas como es la observación.

1.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Una landing page, o página de aterrizaje, es una página web diseñada específicamente para convertir visitantes en leads. ¿Por qué es importante? Su

razonamiento es sencillo: si ofrecemos algo que seduzca al usuario, éste estará más dispuesto a dejar información a través de un formulario, si con ello va a poder acceder al mismo y a otros contenidos de interés.

Una landing page es uno de los principales pilares de cualquier estrategia de marketing online, y si no funciona correctamente o no le estás sacando todo el partido que podrías, haces que tu estrategia se tambalee y corre peligro de no ser efectiva.

1.2.1 ANTECEDENTES

Esta empresa tiene al rededor de ocho años laborando para ofrecer productos agrícolas con tecnología de punta y de la más alta calidad para ayudar a nuestros clientes a crecer su negocio, a nuestros empleados a construir su futuro y a nuestros accionistas rentabilidad de negocio.

Como visión Tiene Ser una empresa productiva y reconocida por la calidad en sus productos, por su cultura organizacional y por su preocupación por el medio ambiente, basándose siempre en valores y ética para actuar con integridad y honestidad en las actividades cotidianas.

1.2.2 ÁREA DE OPORTUNIDAD

La internet es parte de esta revolución. Esta box de información a la que todos tenemos acceso, en cualquier momento y lugar, es clave para una organización participar activamente en ella. Aquella empresa que no sea visible online no existirá offline para el usuario o para otras empresas.

ya que esta empresa se dedica ala plantación, cosecha y venta de tomate, cebolla, chile morrón, chile jalapeño, chile anaheim, alcachofa. Y ya tiene un sitio web en internet. Se observo que seria una buena idea implementar una landing page.

Una landing page en la empresa debe ser el instrumento para dar visibilidad online a la marca e informar correctamente sobre los productos/servicios que están a la oferta para los consumidores. Teniendo en cuenta que esta página web debe llegar al target correcto: aquellos usuarios con posibilidad de convertirse en oportunidades de venta y en clientes felices.

1.2.3 EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

Fortalezas	Oportunidades
Fortalezas: la landing page posee una plataforma diseñada y enfocados al cliente, con contenido actualizado y enfocado al marketing.	Oportunidades: Acceso a a información una landing page corporativo es también, sin duda, un canal de comunicación para conseguir ventas, ya

	<p>que brinda confianza al usuario.</p> <p>Gracias a ello puedes conseguir que tus lectores sientan simpatía por ti y confianza por tus productos, por lo que estarán mucho más dispuestos a efectuar la compra.</p>
--	--

Debilidades	Amenazas
<p>Se a convertido en un medio transaccional. Cada vez se hace más difícil retener una audiencia. Los cambios de algoritmo te pueden afectar de un día a otro. Toma tiempo conseguir tráfico. Necesitas conocimiento en SEO, no es tan fácil como redes sociales. Puede ser muy demandante de tu tiempo mantener actualizado el sitio.</p>	<p>Por un lado esta la seguridad e integridad del sitio, Computador en riesgo, falta de recursos.</p>

1.3 JUSTIFICACIÓN

El problema surge mediante la observación y la meditación con el fin de aportar conocimiento para resolver un problema.

Para que se quiere hacer un landing page, bueno una landing page al igual que otros productos derivados de la Web 2.0, sirve como medio para materializar en las actividades formativas el apoyo de los recursos audiovisuales, es decir, las landing page nos sirven como soporte para transmitir contenidos audiovisuales, fotos, vídeos, presentaciones, de una forma conexa, interrelacionada y retroalimentada. Pueden estar enfocados desde puntos de vista diferentes.

1.4 OBJETIVOS

- Objetivo general:

1. Potenciar el uso de las TIC a travez de las landing page.

- Objetivos específicos

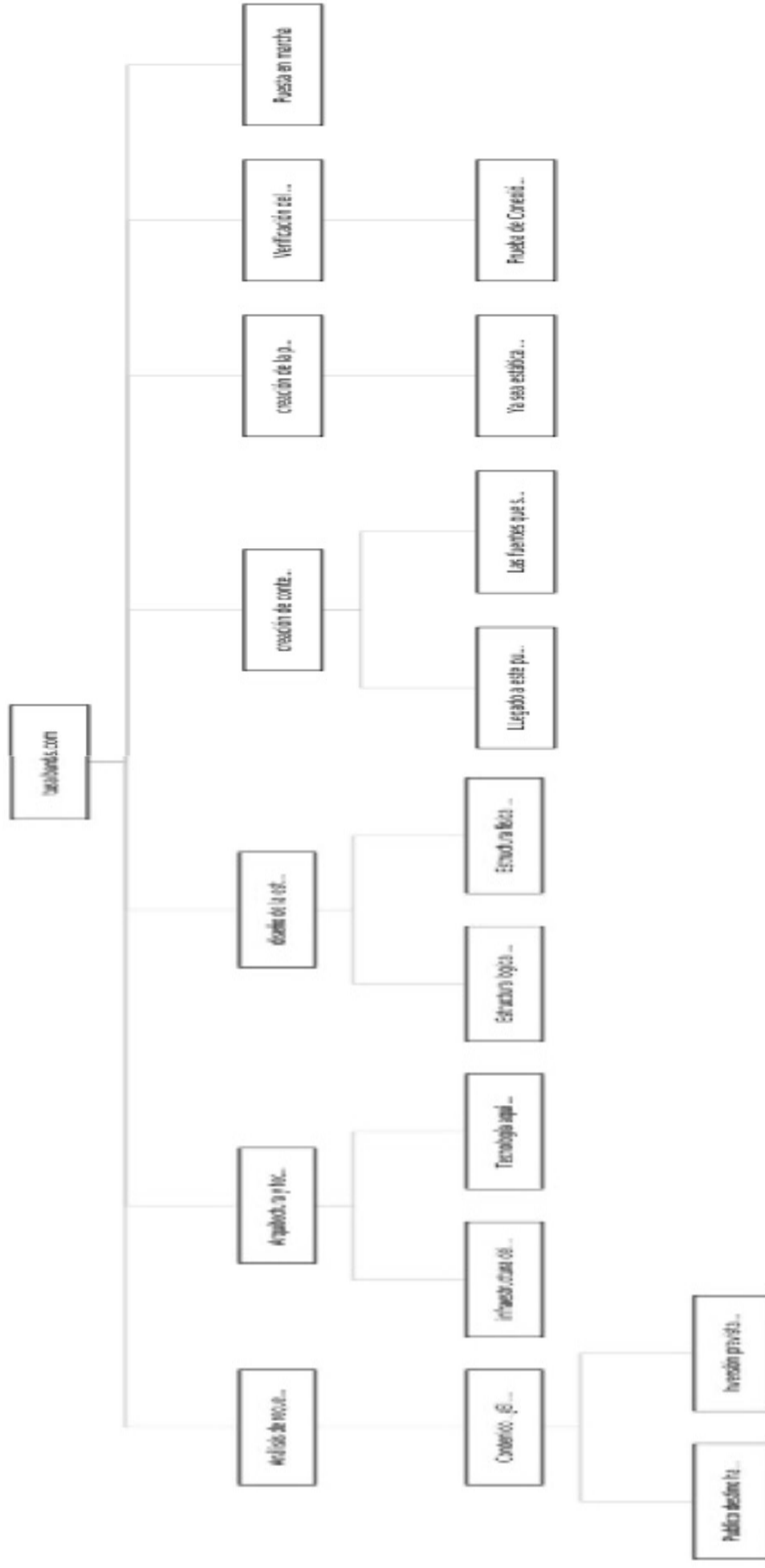
1. Dotar a cualquier persona interesada de una herramienta colaborativa para la empresa
2. Aumentar los ingresos en línea en un X%, con la posibilidad de que te se enteren mas personas de tu parecencia online
3. Aumentar la rentabilidad. entendiendo por este concepto la proporción que existe entre los recursos que se invierten en la operación de la misma comparado con los beneficios y/o ganancias que se obtienen es un indicador esencial al momento de realizar un análisis de la situación financiera en que

se encuentra la organización así como para evaluar la calidad con que se está llevando a cabo la gestión administrativa de la misma.

CAPÍTULO 2

2.1 DESARROLLO DEL PROYECTO

2.1.1 METODOLOGÍA



2.1.2 MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se pretende dar una breve historia del Internet, diferencias entre este y la red; y otras definiciones que serán importantes comprender.

Breve historia del Internet

Según Rey (2002), Internet inició como un proyecto de defensa de los Estados Unidos. A finales de los años 60, la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados (ARPA) del Departamento de Defensa definió el Protocolo de Control de Transmisión/Protocolo Internet (TCP/IP). Aunque parezca extraño, la idea era garantizar mediante este sistema la comunicación entre lugares alejados en caso de ataque nuclear. Actualmente el TCP/IP sirve para garantizar la transmisión de los paquetes de información entre lugares remotos, siguiendo cualquier ruta disponible.

En 1975, ARPAnet comenzó a funcionar como red, sirviendo de base para unir centros de investigación militares y universidades, y además se trabajó en desarrollar protocolos más avanzados para diferentes tipos de ordenadores y cuestiones específicas. En 1983 se adoptó el TCP/IP como estándar principal para todas las comunicaciones, y en 1990 desapareció ARPAnet para dar paso junto a otras redes TCP/IP a Internet. Por aquel entonces también comenzaron a operar organizaciones privadas en la Red (Rey , 2002).

Poco a poco según Rey (2002), todos los fabricantes de ordenadores personales y redes han incorporado el TCP/IP a sus sistemas operativos, de modo que en la actualidad cualquier equipo está listo para conectarse a Internet. Por otro lado Internet une muchas redes, entre las más importantes a Usenet que data de 1979, y la cual proporciona acceso a los grupos de noticias; y por otro lado la World Wide Web (WWW), de principios de los 90. Se calcula que actualmente existen varios miles de redes de todos los tamaños conectadas a Internet, más de seis millones de servidores y alrededor de 3.2 mil millones de personas que tienen acceso a sus contenidos; y estas cifras crecen sin cesar de un día a otro.

Por otra parte Krol (citado en Vélez, 2013), dice que el proyecto Internet de ARPA produjo muchas innovaciones al hacer el trabajo en red más general y eficiente. Aunque el software constaba de muchos programas que interactuaban de maneras complejas, los investigadores querían que el software formara un sistema integrado.

Dos de las partes del software de Internet son particularmente importantes e innovadores: el software de Protocolo Internet (IP) que proporciona la comunicación básica y el software de Protocolo de Control de Transmisión (TCP) que proporciona facilidades adicionales que necesitan las aplicaciones.

El éxito de Internet se basa en que contrario a las redes antiguas, es un sistema abierto, porque las especificaciones necesarias para desarrollar el software TCP/IP o utilizar Internet están disponibles para todos.

A principios de 1983, ARPA expandió Internet para incluir todas las unidades militares que se conectaban a ARPANET. Tal fecha marcó una transición para Internet pues comenzó a cambiar de una red experimental a una red útil. Al mismo tiempo que Internet se consolidaba, las redes locales Ethernet eran desarrolladas. La tecnología de redes locales maduró en ese mismo año cuando aparecieron las primeras estaciones de trabajo para escritorio y las redes locales se multiplicaron.

En 1987, se celebró un contrato para administrar y actualizar la red, con la compañía Merit Network Inc., que operaba la red educativa Michigan, en colaboración con IBM y MCI; de esta manera la vieja red fue mejorada con líneas telefónicas de mayor velocidad.

Finalmente Platt (citado en Vélez 2003), hace un análisis del Internet en los años 90: a mediados de esta década, tras el establecimiento del primer proveedor de servicios de Internet (ISP) comercial, la Web continuaba ignorando las reglas de los negocios. La mayoría de los usuarios pagaban aproximadamente la misma tarifa plana por este recurso valioso, independientemente de cuánto consumiera. Además recibían la misma calidad de servicio, sin importar la distancia a la que se encontrara de la fuente, ni el sitio en el cual ingresara.

Vélez (2003), dice que hoy en día este concepto ha cambiado radicalmente; primero que nada el número de usuarios de Internet se ha incrementado de manera potencial, lo cual ha generado la creación de nuevas compañías

dedicadas a dar este servicio y a su vez éstas han diversificado sus servicios dependiendo de las necesidades y posibilidades de sus usuarios. Dentro de las formas de conexión que existen actualmente están: vía telefónica, cable e inalámbrica. Como consecuencia de toda esta oferta, los servicios y la calidad que ofrecen los proveedores han mejorado notablemente, lo cual ha generado que este mercado cada día aumente y la tecnología avance dando lugar un beneficio mayor a todos los usuarios.

Diferencia entre Internet y World Wide Web

Hay veces que los términos Internet y World Wide Web (WWW) son usados como si significaran lo mismo, pero la realidad es que estos dos términos no son sinónimos. Siendo así conceptos distintos pero relacionados (Snell, 2000).

La Internet, dice Snell (2000), es una red masiva de redes, infraestructura de redes que conecta a millones de computadoras unidas de forma global; formando una sola red en la que una computadora puede comunicarse con otra siempre y cuando estén las dos computadoras conectadas al Internet.

World Wide Web, o Red, es una forma de acceder a información por medio de la Internet. Es un modelo de compartir información, creado encima de la Internet. La red usa el protocolo Hypertext Transfer Protocol (http), uno de los lenguajes hablados en la Internet, para transmitir datos. La red también utiliza los

navegadores, como Explorer o Netscape, para acceder a documentos Web como lo son las páginas Web; las cuales están ligadas a través de Hiperlinks. Los documentos Web también contienen graficas, sonidos, texto y video.

La red es una de las maneras en la que información puede ser diseminada a través de la Internet. La Internet, no así la red, es usada para los e-mails, news groups, mensajes instantáneos (Messenger). Entonces la red es una porción de la Internet, pero no son sinónimos y no deberían ser confundidos.

Internet

Según Wikipedia (2021) es un conjunto descentralizado de redes de comunicaciones interconectadas, que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, lo cual garantiza que las redes físicas heterogéneas que la componen constituyen una red lógica única de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California (Estados Unidos).

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en internet ha sido la World Wide Web (WWW o la Web), hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Esta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza internet como medio de transmisión.

Existen, por tanto, muchos otros servicios y protocolos en internet, aparte de la Web: el envío de correo electrónico (SMTP), la transmisión de archivos (FTP y P2P), las conversaciones en línea (IRC), la mensajería instantánea y presencia, la transmisión de contenido y comunicación multimedia —telefonía (VoIP), televisión (IPTV)—, los boletines electrónicos (NNTP), el acceso remoto a otros dispositivos (SSH y Telnet) o los juegos en línea.

El uso de internet creció rápidamente en el hemisferio occidental desde la mitad de la década de 1990; desde la década de 2000 en el resto del mundo. En los 20 años desde 1995, el uso de internet se ha multiplicado por 100, cubriendo en 2015 a la tercera parte de la población mundial.

La mayoría de las industrias de comunicación, incluyendo telefonía, radio, televisión, correo postal y periódicos tradicionales están siendo transformadas o redefinidas por Internet, y permitió el nacimiento de nuevos servicios como correo electrónico (*e-mail*), telefonía por internet, televisión por Internet, música digital, y vídeo digital. Las industrias de publicación de periódicos, libros y otros medios impresos se están adaptando a la tecnología de los sitios web, o están siendo reconvertidos en blogs, *web feeds* o agrega-dores de noticias. Internet también ha permitido o acelerado nuevas formas de interacción personal por medio de mensajería instantánea, foros de Internet, y redes sociales. El comercio electrónico ha crecido exponencialmente tanto por grandes cadenas como pequeñas y medianas empresas o emprendedores, ya que ahora pueden vender por internet productos o servicios hacia todo el mundo. Los servicios ínter empresariales y financieros en Internet afectan las cadenas de suministro en todas las industrias.

Internet no tiene una gobernanza centralizada única ni en la implementación tecnológica ni en las políticas de acceso y uso; cada red constituyente establece sus propias políticas. Las definiciones excesivas de los dos espacios de nombres principales en Internet, el Protocolo de Internet (dirección IP) y el Sistema de

nombres de dominio (DNS), están dirigidos por una organización mantenedora, la Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (ICANN). La base técnica y la estandarización de los protocolos centrales es una actividad del Grupo de Trabajo de Ingeniería de Internet (IETF), una organización internacional sin fines de lucro.

La World Wide Web

Según Starmedia (2008), la World Wide Web es tal vez el punto más visible de Internet, y hoy en día el más usado junto con el correo electrónico, aunque también es de los más recientes. Originalmente denominado Proyecto WWW y desarrollado en el CERN suizo a principio de los 90, partió de la idea de definir un

"sistema de hiper medios distribuidos". La WWW puede definirse básicamente como tres cosas: hipertexto, que es un sistema de enlaces que permite saltar de unos lugares a otros; multimedia, que hace referencia al tipo de contenidos que puede manejar (texto, gráficos, vídeo, sonido y otros) e Internet, la base sobre las que se transmite la información.

El aspecto exterior de acuerdo con Starmedia (2008), de la WWW son las conocidas "páginas Web". Una ventana muestra al usuario la información que desea, en forma de texto y gráficos, con los enlaces marcados en diferente color y subrayados.

Haciendo un clic con el ratón se puede saltar a otra página, que tal vez esté instalada en un servidor al otro lado del mundo.

El usuario también puede navegar pulsando sobre las imágenes o botones que formen parte del diseño de la página. Las páginas de la WWW están situadas en servidores de todo el mundo (sitios Web), y se accede a ellas mediante un programa denominado "navegador" (browser). Este programa emplea un protocolo llamado HTTP, que funciona sobre TCP/IP y que se encarga de gestionar el aspecto de las páginas y enlaces.

Cada página Web comentan LaQuey y Ryer (2002), tiene una dirección única en Internet, en forma de Fuente de Localización Uniforme o Uniform Resource Locator. Un URL indica el tipo de documento [página Web o documento en

formato HyperText Markup Language (HTML)], y el de las páginas hipertexto de la WWW comienza siempre por HTTP.

Una página Web puede ser <http://www.proveedor.es/bienvenida.html>, que corresponde a un documento hipertexto (bienvenida.html) que está en el servidor Web (WWW) de un proveedor (.proveedor) de España (.es). Al saltar de un enlace a otro, el programa navegador simplemente va leyendo páginas HTML de distintos lugares de Internet y mostrándolos en pantalla.

La Web nos dice Starmedia (2008), proporciona algunas opciones interesantes: se puede circular saltando de un sitio a otro y volviendo rápidamente a los sitios que se acaban de visitar, además el usuario puede completar campos (por ejemplo, una encuesta) y enviarlos por correo electrónico con sólo hacer clic sobre el botón "enviar" que ve en su pantalla. Por otro lado la Web también facilita el acceso a información gráfica, películas o sonido de forma automática.

La Web es el lugar de Internet que más crecimiento está experimentando últimamente: se calculó que para el año 2008 existían más de 100 millones de páginas Web en la Red, y su número continua creciendo a un ritmo vertiginoso. La Web, al facilitar la búsqueda de información, ha hecho que otros servicios de Internet como Gopher, Archie o WAIS se usen cada vez menos.

Starmedia (2008), hace énfasis en que cada vez son más las empresas que publican información en la Web y encontrarla es también cada vez más fácil: casi todos los nombres de los sitios Web comienzan por el URL que indica que se trata una página Web en formato HTML (<http://>) seguido de las letras características de la Web (www), el nombre de la empresa (por ejemplo, [.ibm](http://www.ibm)) y terminan con el identificador de empresa ([.com](http://www.ibm.com)) o país ([.mx](http://www.ibm.mx)). Es decir, si usted conecta con <http://www.ibm.com> visitará las páginas de IBM en Estados Unidos, y con <http://www.ibm.mx>, las de IBM México. Actualmente son menos las empresas de gran tamaño que no tienen su propia página Web.

Por otro lado se sabe que la gran potencia de la Web también proviene del hecho de que cada vez es más fácil publicar material en la Web e Internet, no sólo acceder a lo que ya está allí. Existen programas gratuitos y comerciales para crear páginas HTML para la Web (similares a los programas de autoedición, sin necesidad de programación), y alquilar espacio en un servidor al que enviar las páginas es cada vez más barato y accesible. Hoy en día, cualquiera puede publicar lo que desee con un mínimo esfuerzo, y ponerlo al alcance de millones de personas.

Pagina Web

La definición que da Millenium (2008), sobre página web es que es un documento situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto. Este documento HTML que tiene su propia dirección Web, o URL, se accede a la primera página usualmente solicitada en un sitio Web, la cual es llamada "home page". Usando lo que se conoce como "frames", varias páginas pueden ser vistas en los navegadores.

Millenium (2008), también comenta que una página de Internet o página Web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo.

El autor afirma que una página Web es la unidad básica del World Wide Web, la cual contiene 3 características:

- Una página Web tiene la característica peculiar de que el texto se combina con imágenes para hacer que el documento sea dinámico y permita que se puedan ejecutar diferentes acciones, una tras otra, a través de la selección de texto remarcado o de las imágenes, acción que nos puede conducir a otra sección dentro del documento, abrir otra página Web, iniciar un mensaje de correo electrónico o transportarnos a otro Sitio Web totalmente distinto a través de sus hipervínculos. Estos documentos pueden ser elaborados por los gobiernos, instituciones educativas, instituciones públicas o privadas, empresas o cualquier otro tipo de asociación, y por las propias personas en lo individual.
- Una página Web es una pieza electrónica de información que es vista a través de una computadora que esta permanentemente conectada a la Internet, permitiendo que los navegadores la vean.
- Una página Web provee información al observador; esta información es producida a color y puede tener animación, imágenes, productos inclusive puedes hacer compras directamente de la misma. Virtualmente no hay límite a lo que puede ser mostrado en una página Web.

Sitio Web

Millenium (2008), nos dice que es un conjunto de archivos electrónicos y páginas Web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. Estos sitios son empleados por las instituciones públicas y privadas, organizaciones e individuos para comunicarse con el mundo entero. En el caso particular de las empresas, este mensaje tiene que ver con la oferta de sus bienes y servicios a través de Internet, y en general para hacer más eficientes sus funciones de mercadotecnia.

Un Sitio Web para LaQuey, y Ryer (1995), no necesariamente debe localizarse en el sistema de cómputo de su negocio. Los documentos que integran el Sitio Web pueden ubicarse en un equipo en otra localidad, inclusive en otro país. El único requisito es que el equipo en el que residan los documentos esté conectado a la red mundial de Internet. Este equipo de cómputo o Servidor Web, como se le denomina técnicamente, puede contener más de un sitio Web y atender concurrentemente a los visitantes de cada uno de los diferentes sitios. Al igual que los edificios, oficinas y casas, los Sitios Web requieren de una dirección particular para que los usuarios puedan acceder a la información contenida en ellos; como se mencionó anteriormente. Estas direcciones, o URLs (por sus siglas en inglés Uniform Resource Locator), aparecen cotidianamente en todos los medios de comunicación como son prensa escrita, radio, televisión, revistas, publicaciones técnicas y en el

propio Internet a través de los motores de búsqueda (por su denominación en inglés search engines). Los nombres de estos sitios Web obedecen a un sistema mundial de nomenclatura y están regidos por el Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN).

Los Sitios Web pueden ser de diversos géneros, destacando los sitios de negocios, servicio, comercio electrónico en línea, imagen corporativa, entretenimiento y sitios informativos. Por otro lado una página Web es una pieza electrónica de información que es vista a través de una computadora que esta permanentemente conectada a la Internet, dejando que los navegadores la vean.

Aunque New Forest Online (2011), tiene una definición más sencilla: Un sitio Web provee información al observador, esta información es producida a color y puede tener animación, imágenes, productos inclusive puedes hacer compras directamente de la misma. Virtualmente no hay límite a lo que puede ser mostrado en una página Web.

Desde un punto de vista de negocios, provee una herramienta de marketing a un precio relativamente bajo.

Portal

Según Millenium (2013), Portal es un término, sinónimo de puente, para referirse a un Sitio Web que sirve o pretende servir como un sitio principal de partida para las gentes que se conectan al World Wide Web. Son sitios que los usuarios tienden a visitar como sitios ancla. Los portales tienen gran reconocimiento en Internet por el poder de influencia que tienen sobre grandes comunidades.

La idea del autor es emplear estos portales para localizar la información y los sitios que nos interesan y de ahí comenzar nuestra actividad en Internet. Un Sitio Web no recibe el rango de portal por tratarse de un sitio robusto, importante o por contener información relevante; un portal es mas bien una plataforma de despegue para la navegación en el Web.

Hypertext Markup Language

Martínez, A. (1995) dice que HTML es un lenguaje muy sencillo que permite describir hipertexto, es decir texto presentado de forma estructurada y agradable, con *enlaces* (hyperlinks) que conducen a otros documentos o fuentes de información relacionadas y con *inserciones* multimedia (gráficos, sonido, entre otros). La descripción se basa en especificar en el texto la estructura lógica del contenido (títulos, párrafos de texto normal, enumeraciones, definiciones, citas, entre otros), así como los diferentes efectos que se quieren dar, (especificar los lugares del documento donde se debe poner cursiva, negrita, o un gráfico

determinado) y dejar que luego la presentación final de dicho hipertexto se realice por un programa especializado Mosaic, o Netscape.

Otra definición que nos da Cuervo (2010), es que HTML (Hyper Text Markup Language) es un lenguaje para crear documentos para la Word Wide Web mediante el uso de etiquetas; dentro de este lenguaje se puede incluir texto, imágenes, elementos multimedia, enlaces a otras páginas.

El organismo que gestiona la especificación del lenguaje HTML es W3C (Word Wide Web Consortium), el cual se puede encontrar en <http://www.w3c.org>.

Si bien en un principio se pensó que el HTML era un lenguaje portable a diferentes maquinas en su totalidad, ya fuesen MAC, UNIX, hoy en día cada empresa ha ido generando sus variaciones sobre los estándares, por lo que puede suceder que haya algunas etiquetas que no sean visualizados por algunos navegadores. Para desarrollar páginas mediante HTML, bien se puede hacer mediante la edición de un documento de texto con cualquier procesador de textos, o bien se puede utilizar algún programa de los muchos que hay en el mercado para la edición de páginas HTML.

Hypertext Transfer Protocol

Webopedia (2003), nos dice que el (HTTP) es un protocolo que facilita la transferencia de archivos de hipertexto entre sistemas locales y remotos. Además define cómo los mensajes son formulados y transmitidos, y que acción los servidores y navegadores deben tomar en respuesta a varios comandos. Por ejemplo cuando se entra a un URL en un navegador, lo que realmente sucede es que se está mandando un comando HTTP al servidor de la red, y éste lo dirige para agarrar y transmitir la pagina Web.

La definición de Terra (2003), sobre HTTP es que es el método utilizado para transferir ficheros hipertexto por Internet. En el World Wide Web las páginas escritas en HTML utilizan el hipertexto para enlazar con otros documentos, al pulsar en un hipertexto, se salta a otra página Web, fichero de sonido, o imagen.

La transferencia de hipertexto es simplemente la transferencia de ficheros de un ordenador a otro. El protocolo de transferencia hipertexto es el conjunto de reglas utilizadas por los ordenadores para transferir ficheros hipertexto, páginas Web por Internet.

Por otro lado para Karen (2013), entre las principales intenciones y funciones que una correcta página web debe tener están:

- Conocer a tu publico

- Incluir el nombre de la organización en cada pagina
- Usar un diseño consistente
- Encontrar ayuda para navegar en la parte superior de cada pagina
- Ofrecer un contenido de calidad
- Fecha y firma en cada pagina
- Buena Ortografía
- Contacto con alguien
- Que Cargue rápido
- Poner lo mas importante en los primeros párrafos
- Usar efectos solo si son necesarios
- Que todas las ligas funcionen
- Crear lealtad por parte de los usuarios

La red es un medio interactivo, dinámico, y constantemente cambiante, esto es exactamente lo que un sitio Web debe reflejar. Estos conceptos que se mencionan, son el soporte de lo que es el mundo virtual, con esto se comprende que es una pagina Web, como funciona y sus alcances.

La Página de las albardas va de la mano, como cualquier otra pagina Web, en sí contiene todos los elementos que se mencionaron con anterioridad, esto nos hace pensar que todas las páginas Web deberían ser iguales; no obstante los cimientos de una pagina Web pueden ser los mismos, lo que cambia es la fachada o el diseño.

2.1.3 DESARROLLO

Durante los últimos 30 años la necesidad de las empresas por estar presentes en la red ha crecido tanto que han terminado por revolucionar nuestra forma de hacer negocios.

Las compañías comenzaron a crear mensajes promocionales a través del correo electrónico, los buscadores, las redes sociales y todo tipo de banners. Las áreas creativas se enfrentaron a un nuevo reto y, hoy en día, es impensable tener un negocio sin presencia digital.

Tener presencia en Internet es una gran oportunidad para las Pequeñas y Medianas Empresas. En México existen 4 millones 15 mil negocios, de los cuales 99.8% son PyMEs. Según la Secretaría de Economía, solamente el 30% de estas empresas utilizan alguna Tecnología de la Información y Comunicación como son una computadora e Internet. A pesar de esta cantidad, el comercio electrónico en México durante 2015 fue de \$257.09 miles de millones de pesos, un 59% más que el año anterior y estamos seguros de que las cifras seguirán en aumento.

En la actualidad, tener una página web nos brinda credibilidad ante los clientes potenciales y nos ayuda a ser visibles en los buscadores, de ahí la importancia de crear una estructura en la que el contenido resulte relevante.

En Mexico se crean cientos de empresas al año pero solo el 25% de los negocios logra tener el éxito esperado. El 75% de las nuevas empresas fracasan por diversas razones, algunas de ellas son por falta de dinero, otras por la ausencia de una planeación adecuada y la falta de una buena estrategia de mercadotecnia y ventas.

Así como las necesidades básicas son indispensables para la sobre vivencia humana. Para una empresa sus necesidades básicas están relacionadas con las funciones estructurales sin las cuáles la empresa no puede existir.

Efectivamente, pueden ser elementos estructurales como los edificios, las máquinas, la tecnología, y las materias primas necesarias. Es decir, la estructura mínima para poder funcionar.

Claro que, al contar con la infraestructura mínima la empresa puede tener proveedores y clientes. Proveedores a los que les paga y clientes a los que les cobra. En otras palabras, las acciones de pagar y cobrar le otorgan a la empresa la solvencia necesaria para poder operar.

Igualmente, si para una persona es importante tener asegurado un cierto nivel de ingresos y recursos, para una empresa es necesario que tenga rentabilidad, porque esto le asegura que siga operando. Este requerimiento ayuda a que la empresa alcance sus objetivos de mediano plazo.

Naturalmente, esto permite mantener la agilidad en los procesos de producción por medio del equipo de trabajo. Involucra la logística necesaria para poder cumplir con los compromisos logrando eficiencia en sus procesos de producción. Haciendo que se pueda obtener la rentabilidad suficiente.

En efecto, toda persona necesita integrarse y pertenecer a un grupo o un entorno social. De forma similar una empresa necesita estar integrada a un mercado. Puesto que tiene que dirigir sus productos hacia sus clientes.

También, necesita desarrollar relaciones comerciales convenientes y sostenibles para lograr el éxito. Con este propósito la empresa establece procesos de comunicación. Los procesos de comunicación hacia afuera le ayudan a conectar su oferta con su demanda. Mientras que, los procesos de comunicación hacia adentro logran mantener integrados los recursos humanos.

Por supuesto, para las personas es importante alcanzar cierto nivel de éxito, prestigio y sentirse apreciadas. La necesidad de reconocimiento para las empresas se satisface por el reconocimiento o el posicionamiento que sus productos tienen en el mercado.

Desde luego, el reconocimiento comercial de los productos, el grado de fidelidad de los clientes y las recomendaciones de boca a boca provoca sentimientos de autoestima. Los trabajadores de la empresa también podrán obtener reconocimiento por el trabajo que realizan y los resultados obtenidos en el mercado.

Sin duda, las empresas que cubren esta necesidad poseen productos del alto prestigio, marcas bien posicionadas y una fuerte identidad empresarial.

Por otra parte, la auto realización humana tiene que ver con la satisfacción personal que produce la auto superación, el logro del éxito y la felicidad. A nivel empresarial se logra satisfacer esta necesidad cuando la empresa aplica acciones concretas para crecer y diversificarse.

Además, la auto realización se alcanza cuando las empresas invierten en investigación y desarrollo para ofrecer productos nuevos e innovadores.

De la misma forma cuando aplican estrategias de expansión e internacionalización. Pero, sobre todo cuando asumen el compromiso de tomar acciones que benefician a la comunidad y al medioambiente.

Generalmente, una empresa que logra cubrir su necesidad de autor realización es porque ha sido capaz de poner en práctica su misión y alcanzar el éxito. Además, el éxito alcanzado se proyecta a la sociedad.

Como parte de esto las necesidades en una empresa son similares hablando con respecto a lo que representa el beneficio de crear una pagina web de cualquier índole.

Como la empresa ya cuenta con una infraestructura avanzada, configurada para funcionar y mantenerse, eso implica que ya cuenta con una pagina web de información sobre la empresa, entonces las necesidades se vuelven un poco reducidas, pero como necesidades siempre estarán ahí , solo es cuestión de observar detenida mente.

Las albardas es una empresa que se dedica al cultivo, proceso de hortalizas de alta calidad, la empresa “ se dedica ala agricultura. De alguna manera son testigos de como la naturaleza y el campo nos nutren y llenan de energía.” es una empresa que se divide en dos lugares de trabajo, el lugar donde se planta, procesa y exporta y el lugar donde se controlan cualquier tipo de ideas o manejo de la empresa. Las oficinas.

Como necesidad principal en cualquier empresa se busca tener mas ingresos por menos gastos de producción. Esta necesidad se puede enfrentar de muchas formas, y una de ellas es la mercadotecnia, (“ mercadeo o marketing ”) esto se traduce como en la búsqueda de satisfacer las necesidades del consumidor a partir de un producto o servicio. Esta es una de las necesidades mas importantes de cualquier empresa

Otra de las necesidades que se encuentran en la empresa como en otras empresas es la acción de Realizar las pautas necesarias para impulsar el negocio, como la publicidad y mercadeo, excelente atención al cliente y que todos sus integrantes sean personas capacitadas, o brindarles capacitación en cuanto a imagen, expresión oral, atención al cliente y conocimientos académicos (primaria, secundaria, superior, postgrado, entre otros) y esto, desde obreros hasta directivos.

La publicidad y la imagen, son pautas esenciales, fundamentales y de gran importancia en una micro, media o micro empresa.

Repartición de volantes, tele mercadeo, publicidad directa en aglomeración de personas, avisos publicitarios, directorio telefónico, internet, excelente atención al cliente. Son varios medios de publicidad, pero se debe tener continuidad, solo con los que dan resultados, por eso es importante llevar un formato de información sobre el ranking de publicidad.

Si se cuenta con poco capital se debe enfocar la publicidad en la repartición de volantes, tele mercadeo, atención al cliente, publicidad directa en multitudes de personas.

Otra Necesidad que se encuentra se podría decir que en cualquier empresa es llevar una estructura escrita de todo lo que se realiza en el negocio.

Ingresos y egresos (de vital importancia) Cantidad de usuarios por semana, quincena, mes y año. Cantidad de llamadas recibidas a solicitar información.

Cantidad de personas informadas de nuestro producto o servicio (tele mercadeo)

Cantidad de usuarios afiliados Maquinaria en uso y dañada cantidad de integrantes de la empresa cantidad de gastos monetarios por día, entre otros.

Estos datos son muy importantes, para conocer si la empresa está mejorando o empeorando, buscar nuevas estrategias y/o dar fin a la empresa, ya que son más gastos que ingresos.

Se trata, por tanto de una sucesión de operaciones de diseño, producción y de distribución integradas, realizadas por diversas unidades interconectadas como una corriente, involucrando una serie de recursos físicos, tecnológicos, económicos y humanos. La cadena productiva abarca desde la extracción y proceso de manufacturado de la materia prima hasta el consumo final.

Componentes de la cadena productiva Incluye el abastecimiento de materias primas, recursos naturales y energía, así como el procesamiento y transformación productiva, la comercialización y distribución del producto.

Cadena de Suministro La cadena de abastecimiento incluye todas las empresas que participan en la producción, distribución, manipulación, almacenaje y comercialización de un producto y sus componentes. Intervienen los agentes: ? proveedores, ? fabricantes, ? distribuidores, ? transportistas, ? detallistas:

para darle frente a esta realidad Debimos determinar la finalidad de nuestro sitio web. ¿Es va ha ser un sitio de comercio electrónico diseñado para vender artículos en línea? ¿Es principalmente un escaparate para nuestro negocio?

Ya que este es nuestro punto de partida, se pensó llevar a cabo la realización de un a landing page que tenemos la intención de usar como medio de mercadotecnia esto con la finalidad de beneficiar a la empresa de alguna manera.

Con esta idea de crear una landing page se le podrá dar “ impulso para al negocio “ un ejemplo simple es como cuando se crea un nuevo negocio o empresa, nadie lo conoce. Es como llegar a vivir en una nueva ciudad; hay que empezar desde cero, conocer lugares y personas para poco a poco irse familiarizando con todo.

Lo mismo sucede con un nuevo negocio o empresa, se llega a un territorio desconocido con el objetivo de ser protagonista y darse a conocer. Esta es una de las tareas mas importantes de cualquier emprendedor que recién comienza.

Entonces un landing page es un excelente impulso para cualquier nuevo negocio. Mediante la actualización de contenidos relevantes se puede llegar a mas personas, comunicarse, ofrecer algo de valor y comenzar a crear una relación de confianza.

Mas clientes, uno de los factores que permiten vender mas ya sea en internet o en cualquier otro lugar es la confianza .

Si las personas en tu industria o nicho confían en ti y en lo que ofreces, el siguiente paso sera comprar tus productos y/o servicios.

Una de las mejores formas de crear confianza y ganarse a las personas es mediante información y contenido que les aporte algo positivo en sus vidas. Todo esto se logra mediante una landing page. .

Ejemplo: Uber se ha hecho un nombre a sí mismo desde que lanzó su servicio de transporte privado en 2009. Desde entonces, la empresa ha crecido exponencialmente y ofrece desde servicios de transporte a particulares y entrega de comida a domicilio hasta un sistema para compartir bicicletas. Una de sus más rentables iniciativas es 'Uber para Empresas'. Una solución que permite a las empresas transporte, envíos o entrega de alimentos.

Aunque ligeramente distinta a la página de inicio de Uber, los elementos de la landing page de Uber for Business permite asociarla fácilmente con su identidad de marca. La mitad superior de la página incluye los puntos clave de la oferta y el botón 'Empezar gratis' como CTA. Si te desplazas hacia abajo, el servicio se detalla con más información.

Lo que puedes aprender de la página de aterrizaje de Uber:

Minimiza el desplazamiento en la página: la información más importante debe figurar en la 'mitad superior' (la parte visible de tu página web que aparece en la pantalla antes de usar el ratón para desplazarse hacia abajo). Su contenido debe dar la bienvenida al visitante tan pronto como presione tu enlace. En este ejemplo, el logo,

el título, el CTA y los elementos visuales aparecen en la 'mitad superior'. Si tu landing page necesita más espacio para incluir más información, puedes emplear señales visuales que inviten al visitante a desplazarse hacia abajo.

Sigue el 'Patrón en F': otro método empleado para combatir la lectura rápida es lo que se conoce como 'Patrón de lectura en F'. Las numerosas investigaciones realizadas sobre seguimiento_ocular (mucho antes de que existiera Internet) han demostrado que la mayoría de las personas no leen en línea sino que 'escanean' los textos con los ojos siguiendo un patrón que se asemeja a la letra F.

Por tanto, la clave está en captar la atención de los visitantes allí donde dirigen la mirada. Las zonas que cubran las líneas de esta letra serán aquellas donde debas colocar la información y frases más importantes de tu mensaje. Así es cómo funciona:

- Las líneas horizontales del 'Patrón en F' son zonas en las que puedes incluir títulos que expliquen al lector lo que encontrará en tu página. Uber lo consigue colocando su 'Uber for Business' en la esquina superior izquierda. Después, la mirada del lector se dirige al siguiente bloque de texto que empieza a la izquierda: 'Llega a cualquier sitio que necesite tu empresa'.
- La línea vertical. Después de escanear la sección horizontal superior de tu página, el lector dejará caer su mirada verticalmente y de forma natural hacia la izquierda. Tu trabajo consiste en llenar ese espacio con información interesante en ese 'salto de página'. La idea es invitar al lector a romper con su instintiva lectura rápida para que siga atento con el resto del contenido. Lo mejor es usar listas con puntos, citas entrecomilladas o imágenes para variar un poco tu contenido.

Es importante aclarar que, aunque ejemplo landing page en particular sigue un 'Patrón en F', la mayoría de las páginas de aterrizaje siguen un 'Patrón en Z'. La razón se debe a que las LPs son pobres en texto y ricas en elementos como botones, formularios y explicaciones breves.

Así es como se diseña una landing page usando el 'Patrón en Z':

La idea es que cualquiera pueda percibir la información distribuida intencionadamente en forma de Z en la página, es decir, haciendo un barrido con la mirada desde la esquina superior izquierda hasta la esquina inferior derecha siguiendo una línea en zig zag.

- La línea horizontal superior de la Z es el primer lugar al que tus lectores dirigirán su mirada. Por eso es el lugar perfecto para colocar ahí tu logotipo.
- La línea diagonal de la Z que atraviesa la página (de derecha a izquierda) está pensada para llevar rápidamente los ojos del lector hasta la siguiente sección donde quieras captar su atención. En el caso de las landing pages aquí es donde deberías incluir tu oferta, texto, imágenes, video o formulario.
- La línea horizontal inferior de la Z es el tramo final para convertir al visitante que has logrado persuadir. Esta línea debe finalizar con un CTA convincente y persuasivo como la suscripción a una newsletter, la solicitud de una demo, la compra de un producto o la reserva de una cita o sesión.

Creada por un grupo de cineastas, Vimeo es una plataforma para compartir videos dirigidos a un público más profesional. La compañía proporciona a los creadores las herramientas y tecnología necesarias para alojar, distribuir y monetizar sus videos. Ofrecen distintos planes según las necesidades del usuario, desde planes gratuitos hasta Premium.

Este es un ejemplo de landing page que está especialmente dirigida a los usuarios que necesiten videos como solución para sus negocios. No sorprende, pues, que cada funcionalidad del servicio se ilustre con un video acompañado de una breve descripción y un testimonio en cada uno de ellos. El título es claro, llamativo y está seguido de un CTA muy directo: 'Obtener Vimeo Business'.

Lo que puedes aprender de la página de aterrizaje de Vimeo:

Conoce a tu público: dado que una landing page tiene un único objetivo, es fundamental que conozcas bien a tu audiencia cuando escribas el texto. Este caso en particular, utiliza un estilo muy profesional en el mensaje para dirigirse a las empresas. Esto se puede apreciar claramente en el título: 'Más participación, colaboración y crecimiento para tu empresa', y también en la sección que indica las herramientas creativas que puedes usar con Vimeo. Con esta página de destino, Vimeo demuestra que sabe a qué empresas quiere ofrecer su servicio.

Simplifica la navegación: tu landing page debe tener un objetivo claro: convertir los visitantes en clientes. Por lo tanto, debes eliminar cualquier enlace que pueda distraerlos. Vimeo repite su CTA en toda la página para insistir en lo mismo: 'Obtener Vimeo Business'.

Esta empresa necesita muy poca presentación. LinkedIn es una red social orientada a conectar profesionales y negocios. Los usuarios pueden crear su propio perfil para mostrar sus cualificaciones y aptitudes profesionales, sus logros, su trayectoria profesional y mucho más.

Como es una plataforma con un gran número de usuarios y mucha actividad, se ha convertido en un espacio de ventas muy valioso y de contrastada eficacia. Esta página de destino está dirigida a los negocios interesados en encontrar rápidamente nuevos clientes en el mercado B2B.

La primera mitad de la página incluye el logotipo de LinkedIn que todos conocemos pero con un nombre algo más personalizado ('LinkedIn Sales Insights'), un título muy claro y dos CTAs. A continuación, la landing page se centra en explicarte con convincentes datos estadísticos las ventajas de usar esta herramienta de LinkedIn. La plataforma ha elegido un menú fijo (permanece en el mismo sitio aunque te desplaces hacia abajo) que incluye su logo y el CTA. De esta forma, el CTA siempre es accesible desde cualquier lugar de la página.

Lo que puedes aprender de la página de aterrizaje de LinkedIn:

No distraigas la atención: cuanto más vayas al grano, mejor. Tu landing page debe tener un solo objetivo. En este ejemplo, el objetivo del mensaje es presentar y promover la nueva herramienta de LinkedIn Sales Insights. Aplica el mismo principio a tus páginas de aterrizaje: define cuál es tu objetivo y se coherente hasta el final. Evita el desorden visual y céntrate en lo importante: el valioso CTA (que en este ejemplo aparece en un menú fijo).

Jerarquiza tu contenido: LinkedIn ha sabido prever el razonamiento que hace el visitante interesado en aumentar las ventas de su negocio. Primero, el título presenta la innovadora herramienta ventas de LinkedIn. A continuación, anticipándose a las posibles dudas del usuario, presenta una lista con las ventajas de utilizar 'Sales Navigator'. Luego, usando textos cortos e imágenes, informa con más detalle sobre su funcionamiento. Y como el éxito de otros usuarios siempre es un buen reclamo, también se incluye el nombre de algunas marcas conocidas que usan 'Sales Navigator' y casos de éxito. Después de ofrecer una batería de información tan convincente, la página de aterrizaje termina con una franja horizontal azul repitiendo el CTA para terminar de convencer al usuario de las bondades de la herramienta

Después de montar tu negocio y crear tu página web con éxito, llega el momento de captar clientes. ¿Y sabes cuál es la mejor manera de seducir o conseguir información de los visitantes de tu página web? Las landing pages (LPs), o páginas de aterrizaje. ¿Por qué? Porque son fáciles de crear, baratas y muy efectivas.

A diferencia de un sitio web, donde se anima a los visitantes a navegar por las diferentes páginas y categorías, una landing page es un sitio web de una sola página. Y la razón es simple: las landing pages se crean para un propósito en concreto, y solo uno. Deben contener un mensaje claro que se apoye en un texto descriptivo, elementos visuales llamativos y un irresistible CTA (llamado a la acción).

Desde vender un producto, conseguir nuevos suscriptores o la inscripción a un curso, si se hace bien, esta herramienta de marketing tiene un gran poder de conversión para todo lo que te propongas (para más información, consulta esta guía completa sobre qué es y para que funciona una landing page).

Las empresas y los responsables de marketing diseñan y optimizan sus páginas de aterrizaje para sus campañas de publicidad en Google, Facebook y otras fuentes de tráfico referencial. Estas páginas son como un lugar donde los clientes potenciales "aterrizan" después de hacer clic sobre tu anuncio de Google. No son como una página web convencional a la que la mayoría de tus visitantes llegan a través de una búsqueda natural.

A pesar de la diversidad de empresas que usan landing pages, sin mencionar las innumerables utilidades que tiene, no existe una fórmula mágica que garantice su éxito. Por eso, lo mejor es fijarse en ejemplos de landing page reales para conocer los ingredientes esenciales que son necesarios para crear una página de aterrizaje que funcione. Aquí tienes varios ejemplos de páginas de aterrizaje bien hechas y que consiguen resultados:

Existen cientos de formas que se pueden aplicar para promocionar una empresa. Una de las mas efectivas y que mejor resultado dan son las landing page.

En una landing page puedes publicar un sin fin de información relacionada en tu producto, por ejemplo

- Que es
- Como funciona
- Sus ventajas
- Testimonios de otras personas que lo han utilizado

- Promociones
- Tips o lecciones relacionados al tema
- Novedades y mucho mas

Se trata de una estrategia de marketing en línea para atraer nuevos clientes y tráfico a tu sitio.

la landing page que se esta disonando va contener una barra de navegación, con varios apartados, uno para el logo de la empresa seguido del nombre, otro el cual sera nombrado home, cuando se de click en el link de navegación home sera redirigido a la pagina principal de la misma. el siguiente link de navegación tendrá como nombre ir al sitio y este link servirá como referencia para ser redirigido a la pagina oficial de la empresa, la cual esta temporalmente caída.

La landing page también contara con un apartado Para conseguir una promoción. tendrá que se necesario ingresar algunos datos de contacto.

Estos datos de contacto serán para lograr enviar un email

Después de haber ingresado los datos se enviara un correo con una promoción, esta promoción contara con una visita a las albardas para conocer la empresa, de esto podrían ser encontrados variedad de personas de interés para la empresa. Ya sea para genera un vinculo de negocios.

Como parte final del navegador se encontraran unos iconos de Facebook, twitter y Instagram los cuales te redirigirán a los sitios de las plataformas anteriormente nombradas.

En la pagina home aparte de la barra de navegación que sera mostrada en cualquier vista, tendrá una imagen de fondo de la empresa junto con el nombre de la empresa seguido de una breve información sobre ella, esa información describirá breve, pero concretamente lo que hace la empresa, seguido se encontrara un carrusel, este contendrá imágenes de las hortalizas que se cosechan en la empresa, dando a conocer la calidad de la misma.

Por ultimo se pondrá un marquee como etiqueta para observar la información a compartir de una manera dinámica en este caso de izquierda a derecha.

hablando del formulario que se va a implementar, este contara con tres campos el primer campo sera el del nombre, el siguiente campo sera el email y como ultimo campo sera el teléfono, estos campos estarán ligados a una tabla en la base de datos.

Se implementara una base de datos llamada sqlite3, ya que esta base de datos viene incluida en ruby.

Cada que se ingresen datos y se envíen este sera redireccionado a una nueva pagina encontrándose con un cupón de visita, el cupón cuenta con una visita pre programada para que cierto día se pertenecen a alas oficinas de donde saldrá un pequeño tour hacia el lugar de la empresa donde se hace cultiva, para dar un recorrido por la empresa, esto con el fin de dar a conocer el funcionamiento de ella mas aun las hortalizas que se cosechan, ademas de esta manera podría conseguir mas atracción y reconocimiento para la empresa, que se podrían convertir en nuevos accionistas o nuevos clientes que quieran comprar o trabajar con los productos salidos de nuestra empresa las albardas.

Las primeras impresiones cuentan. Y si hablamos de negocio online, no solo cuenta, sino que lo es todo.

Si un usuario, por casualidades de la vida, aterriza en tu landing page, significa que tiene un mínimo de interés en lo que le pretendes contar. No se accede a ella por casualidad: ha tenido que clicar en algún enlace o banner que le haya conducido hasta ella.

Pero que tenga un poco de interés no significa que se vaya a quedar a cualquier precio. Debes conseguir mostrarle en la landing page cosas que le merezcan la pena quedarse y realizar la conversión que buscas.

2.1.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Mediante las ideas anteriores llegamos a la conclusión de que se cumplen los objetivos planteados al inicio del mismo. Los cuales se podría decir que se desvían en darle un poco de mercadotecnia mediante un medio a la empresa (Las Albardas). Lo que se planeo justamente cumple con la demanda. De seguro este proyecto podrá veneficiar ala empresa explotando las ideas propuestas.

Viene representado por ser una página única que tiene como propósito convertir a tus visitantes en LEADS, haciendo que dejen sus identificaciones de relación e integrarlos en la base de datos, así poder seguir teniendo una comunicación continuada con ellos para generar interacción.

Los visitantes llegan a la página inmediatamente al efectuar un clic en el enlace de tu anuncio o campaña publicitaria.

Su finalidad es llegar a destino mediante una acción comercial, convirtiendo los visitantes en clientes potenciales. También, tiene como objetivo compartir los enlaces en las redes, en vídeos, correo electrónico y en otras publicidades.

Debe ser separada de tu página web principal, porque lo que interesa es que los individuos lleguen a la Landing Page, enfocándose únicamente en realizar la acción que estés solicitando, ya sea para descargar un ebook, una invitación de un evento, completar un formulario o aquello que requieras específicamente.

CAPÍTULO 3

3.1 CONCLUSIONES

Los servicios web no es una rama muy fácil de hablar sino que se basa en varias cosas que ocupamos en la vida diaria y ni sabíamos que existían, algunas veces entramos a internet y nos preguntamos y como hicieron esto y esto, y es algo que también cualquier persona puede hacer, tampoco no es decir que es una cosa muy fácil, los servicios web que ocupamos en la vida diaria cada vez tienen mas cosas en las que hay que aprovechar y tener muy en claro que el internet a globalizado al mundo y también lo une, tu gracias a este método puedes saber cosas en segundos, puedes estar hablando con una persona al fin del mundo, puedes saber el clima del país que se te plazca, puedes saber el valor de miles de objetos que se venden en la web, puedes descargar cualquier tipo de archivo en segundos, minutos horas gracias al método que revoluciono al mundo y de estos ejemplos hay muchos de ellos, en este caso el de tratar de dar un poco de conocimiento de la empresa y sus instalaciones, para llegar a una mejor experiencia como usuario.

3.2 GLOSARIO

ICANN: Corporation for Assigned Names and Numbers; Es un grupo americano de múltiples partes y sin fines de lucro responsable de coordinar el mantenimiento y procedimientos de varias bases de datos relacionadas con los espacios de nombres

y espacios numéricos de la Internet , asegurando el funcionamiento estable y seguro de la red.

IETF : Internet Engineering Task Force; El Grupo de Trabajo de Ingeniería de Internet (IETF) es una abierta organización de estándares , que desarrolla y promueve voluntarios de estándares Internet , en particular los estándares que componen el conjunto de protocolos de Internet (TCP / IP).

Banner: El termino Banner es un vocablo en inglés, y que al ser traducido al español quiere decir Banderola. Una Banderola o Banner es una especie de publicidad que se realiza en Internet, la cual consiste en introducir un segmento publicitario adentro de una página web

HTML: HTML, siglas en inglés de HyperText Markup Language, hace referencia al lenguaje de marcado para la elaboración de páginas web. Es un estándar que sirve de referencia del software que conecta con la elaboración de páginas web en sus diferentes versiones, define una estructura básica y un código para la definición de contenido de una página web, como texto, imágenes, videos, juegos, entre otros.

Disonar: Verbo neutro intransitivo. Se entiende por disonar en silbar o sonar de manera desapaciblemente

Hortalizas: Las hortalizas son vegetales comestibles cuyo cultivo se realiza en huertas. Se trata de plantas valoradas por sus cualidades nutricionales así como por su sabor que forman parte de la dieta del ser humano.

Landing page: Una landing page, o página de aterrizaje, es una página web diseñada específicamente para convertir visitantes en leads.

CTA: call to action en inglés (CTA), es un botón o enlace que colocamos en nuestro sitio web para atraer el tráfico de visitantes con la intención de convertirlos en clientes potenciales rellendo un formulario en una página de aterrizaje.

IRC: (Internet Relay Chat). Charla Interactiva Internet. Protocolo mundial para conversaciones simultáneas ("party line") que permite comunicarse por escrito entre si a través de ordenador a varias personas en tiempo real.

SMTP: Simple Mail Transfer Protocol es un protocolo de red que se emplea para enviar y recibir correos electrónicos (emails).

3.3 BIBLIOGRAFÍAS

Alfred y Emily Glossbrenner, HAGA MAS DINERO EN INTERNET, Editorial TRILLAS, Mexico, agosto 2000, ISBN 968-24-6159-6.

monografias. (2010). la web. 2021, de .monografias.com Sitio web:
<https://www.monografias.com/trabajos5/laweb/laweb.shtml>

rockcontent. (May 13, 19). *Mercadotecnia: conoce sus principales conceptos, objetivos, ejemplos y funciones en la sociedad. 2021*, de rockcontent.com/ Sitio web: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-mercadotecnia/>

euroresidentes. (2013). 12 cosas que debemos tener en cuenta al crear un sitio web. 2021, de euroresidentes Sitio web: <https://www.euroresidentes.com/empresa/exito-empresarial/12-cosas-que-debemos-tener-en-cuenta-a>

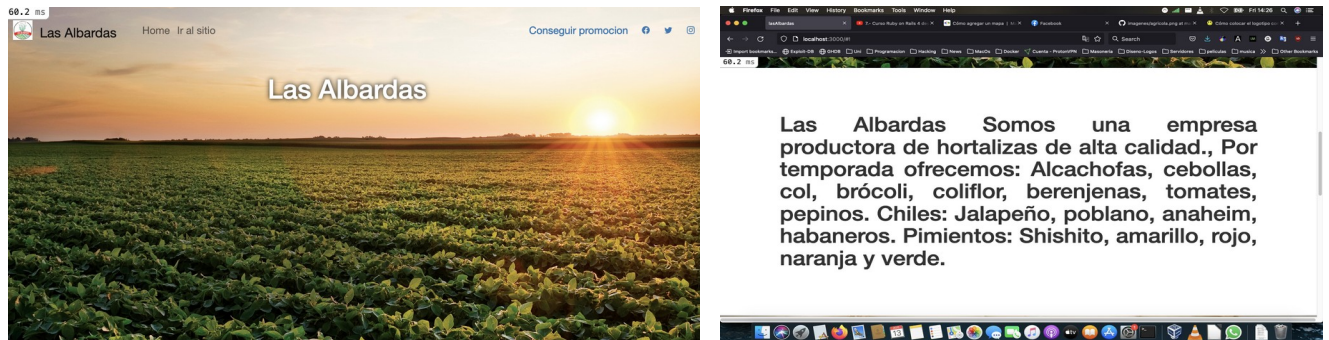
webpedia. (October 15, 1996 Updated on: July 8, 2021). HTTP – HyperText Transfer Protocol. Agosto del 2021 , de is a free encyclopedia Sitio web: <https://www.webopedia.com/definiciones/http/>

Feenberg, A.: The Internet as network, world, co-construction, and mode of governance. *The Information Society*, 2019.

informaticamilenium. (2016). Portal. Agosto del 2021, de informaticamilenium.com.mx Sitio web: <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-un-portal.html?start=20>

informaticamilenium. (2008). Sitios Web . Agosto del 2021, de informaticamilenium Sitio web: <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-son-los-sitios-web.html>

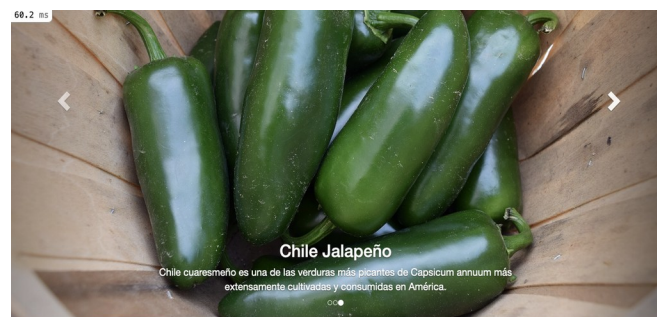
3.4 ANEXOS



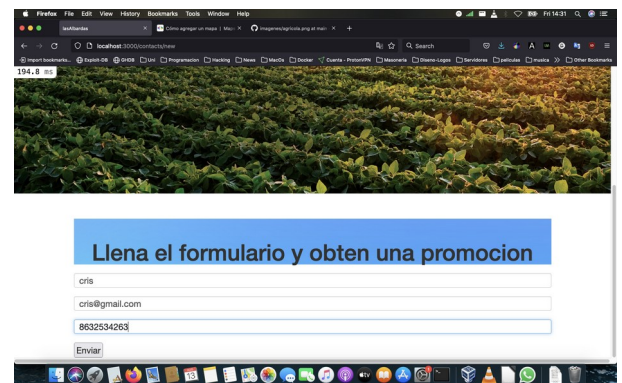
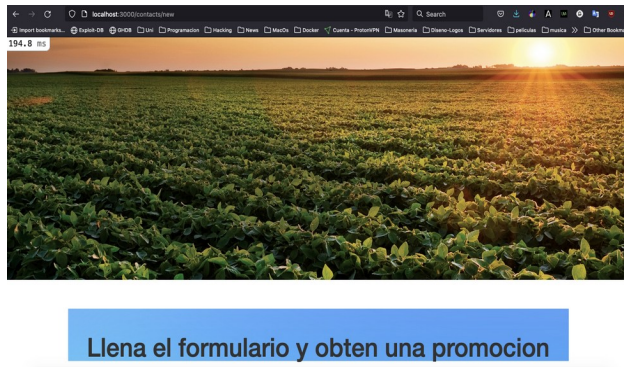
Img1: Estas imágenes muestran el nav de la landin page junto con una breve descripción de la empresa.



recer productos agrícolas con tecnología de punta y de la más alta calidad para ayudar a nuestros clientes a crecer su negocio, a nuestro



Img2: Estas imágenes muestran algunas de las imágenes que se encuentran en el carrusel de bootstrap.



Img3: Estas imágenes muestran el formulario que se usaría para pedir algunos datos de contacto.

```

* lasalbardas git:(master) * rails c
Running via Spring preloader in process 27765
Loading development environment (Rails 6.1.4)
3.0.0 :001 > Contact.all
(1.9ms) SELECT sqlite_version(*)
Contact Load (0.4ms) SELECT "contacts".* FROM "contacts" /* loading for inspect */ LIMIT ? [[LIMIT, 11]]
=> #<ActiveRecord::Relation [#<Contact id: 1, name: "hola", email: "mundo@gmail.com", phone: 8111102364, created_at: "2021-08-13 05:32:50.335283000 +0000", updated_at: "2021-08-13 05:32:50.335283000 +0000">, #<Contact id: 2, name: "hola", email: "mundo@gmail.com", phone: 8111102364, created_at: "2021-08-13 05:34:55.945761000 +0000", updated_at: "2021-08-13 05:34:55.945761000 +0000">, #<Contact id: 3, name: "hola2", email: "hola2@hotmail.com", phone: 8221346455, created_at: "2021-08-13 05:35:37.191188000 +0000", updated_at: "2021-08-13 05:35:37.191188000 +0000">, #<Contact id: 4, name: "cris", email: "cris@gmail.com", phone: 8632534263, created_at: "2021-08-13 19:32:03.336905000 +0000", updated_at: "2021-08-13 19:32:03.336905000 +0000">]>
3.0.0 :002 >

```

Img4: Esta imagen muestra los datos ya ingresados a una tabla en la base de datos

3.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

[illegible]

3.6 CONTRIBUCIONES ADICIONALES

Como contribuciones adicionales puedo comentar que en la empresa se estuvo trabajando en una aplicación para gestionar la empresa internamente, trabajamos en Ubuntu y usando el dev de github, de tal manera se configuro para poder afectar o mandar los cambios desde la terminal, bueno para trabajar con la aplicación se clono la aplicación agrisoft-v2 y manejamos también los diferentes estados de git

para cuando logramos hacer los cambios y subirlos al dev, bueno en la aplicación nos toco aprender sobre algunas gemas de Ruby como la de devise, slim, tubolinks, y como tal el lenguaje de programación Ruby con su framework rails. Una tecnología que me llamo la atención desde el primer día que supe de el y una muy buena opción por si deciden aprender a programar sitios webs. Como ultimo la empresa trabaja con ciertas frecuencias que usan sus antenas para mantener una conexión estas antenas actúan recibiendo señales ya sea de internet o de radio frecuencia ya que tienen diferentes dispositivos uno para cada cosa, estas antenas en la base tienen un switch con salida a gigabit donde tienen fibra óptica partiendo de la antena hacia unos repetidores wifi con adaptadores propios, aun que esto podría variar, en este caso fue en la casa del owner de la empresa ya que ahí tiene la tercer antena y estuvimos cambiando las lineas y modificando el hardware para poder configurar solo Megacable ya que tienen 200 mg de velocidad y mediante las antena principal se comparte o se manda la señal hasta las albardas y de igual manera a la casa del owner de la empresa y como tenia Infinitum dentro de la casa, la idea era pasarle el internet de Megacable hacia dentro de la casa para poder obtener mejor velocidad ya que , el speed test marcaba en 65 megas. Y infinitum solo tenían menos de la mitad de megas contratados y fue una experiencia agradable y adicional al proyecto.