



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

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

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

TEMA

**DISEÑO DE UNA PAGINA WEB PARA EL AUMENTO DE  
LA VENTAS EN EL AUTOSERVICIO DE COMIDAS  
RAPIDAS “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” EN EL  
CANTON SAMBORONDÓN 2018**

Autor

**Jessica del Rosario Calapiña Analuiza**

Tutor:

**Bolívar Enrique Solano Morales**

Guayaquil, Ecuador

2018

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedico con todo el amor y cariño a mi familia, por su sacrificio y esfuerzo puesto, dándome los estudios necesarios para llegar a estos momentos, preparándome para mi futuro, creyendo en mi capacidad, a pesar de momentos complicados que se han presentado en el camino, siempre obtuve amor, comprensión y cariño.

A mis padres, por ser mi fuente de inspiración y motivación para superarme cada día, luchando para que la vida pueda depararme un futuro mejor, por sus palabras de aliento, no permitiendo que decaiga, haciéndome enfocarme para que siga adelante y sea perseverante, cumpliendo con mis ideales.

A mis compañeros y amigos presentes y pasados, quienes sin esperar algo a cambio compartieron conmigo sus conocimientos, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante estos tres años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

Jessica del Rosario Calapiña Analuiza

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios por permitirme disfrutar y tener a mi lado a mi familia, ya que por el apoyo de ellos en cada decisión tomada y en los proyectos que he realizado, gracias a la vida, ya que me ha demostrado la hermosura que es, a lo largo de mi crecimiento; por permitirme cumplir con excelencia en el desarrollo de esta tesis. Gracias por creer en mí, por permitirme compartir con ellos y disfrutar diariamente de ellos.

No ha sido fácil el camino trazado hasta ahora, pero gracias a sus aportes, amor, apoyo e inmensa bondad, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos. Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes, mi hermosa familia.

Jessica del Rosario Calapiña Analuiza

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO**  
**BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

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

**TEMA**

DISEÑO DE UNA PAGINA WEB PARA EL AUMENTO DE LA VENTAS  
EN EL AUTOSERVICIO DE COMIDAS RAPIDAS “AQUÍ ME QUEDO  
SAMBOCITY” EN EL CANTON SAMBORONDON 2018

**Autor:** Jessica del Rosario Calapiña A.

**Tutor:** Bolívar Enrique Solano Morales

**RESUMEN**

En la actualidad el sector de la comida rápida tiene una amplia variedad de ofertas con la cual se puede satisfacer a los más exigentes paladares. Es por esto que la propuesta de Esencia es innovar en la manera de cómo se ha venido presentando y consumiendo la comida rápida tradicional al fusionarla con los ingredientes y sabores típicos ecuatorianos

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

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

**TEMA**

DISEÑO DE UNA PAGINA WEB PARA EL AUMENTO DE LA VENTA EN  
EL AUTOSERVICIO DE COMIDAS RAPIDAS “AQUÍ ME QUEDO  
SAMBOCITY” EN EL CANTON SAMBORONDON 2018

**Autor:** Jessica del Rosario Calapiña A.

**Tutor:** Bolívar Enrique Solano Morales

**ABSTRACT**

At present, the fast food sector has a wide variety of offers with which it can satisfy the most demanding palates. This is why Esencia's proposal is to innovate in the way traditional fast food has been presented and consumed by merging it with the typical ingredients and flavors of Ecuador.

# ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos</b>	<b>Páginas</b>
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN .....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT .....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT .....	xi
ÍNDICE GENERAL .....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xvii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xviii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	1
1.1 Ubicación del problema en un contexto.....	1
1.2 Situación conflicto .....	2
1.3 Planteamiento o formulación del Problema .....	3
1.4 Delimitación del Problema.....	3
1.5 Variables de Investigación.....	3
1.5.1 Variable Independiente .....	3
1.5.2 Variable Dependiente .....	3
1.6 Evaluación del Problema.....	3
1.6.1 Delimitado.....	4
1.6.2 Evidente.....	4
1.6.3 Claro .....	4
1.6.4 Concreta .....	4
1.6.5 Relevante .....	4
1.6.6 Factible .....	4
1.6.7 Útil .....	4
1.6.8 Variables.....	5
1.7 Objetivos de la Investigación .....	5

1.7.1 Objetivo General.....	5
1.7.2 Objetivos Específicos.....	5
1.8 Justificación e Importancia .....	5
1.8.1 Conveniencia .....	5
1.8.2 Relevancia Social .....	6
1.8.3 Implicaciones practica.....	6
1.8.4 Utilidad metodológica.....	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	8
2.1 Fundamentación Teórica.....	8
2.1.1 Antecedentes Históricos .....	8
2.1.1.1 Evolución del Comercio Electrónico a nivel Mundial y en Ecuador .....	8
2.1.1.2 Nacimiento del Marketing online.....	12
2.1.2 Antecedentes Referenciales .....	13
2.2 Fundamentación Legal.....	15
2.2.1 Constitución de la República del Ecuador.....	15
2.2.2 Ley de Propiedad Intelectual.....	16
2.3 Variables de Investigación.....	17
2.3.1 Variable Independiente .....	17
2.3.2 Variable Dependiente .....	17
2.4 Definiciones Conceptuales .....	18
2.4.1 Comidas Rápidas .....	18
2.4.2 Pros y contras de los Autoservicios en Restaurantes.....	19
2.4.3 Marketing Digital / Marketing Online .....	20
2.4.4 Sistema Cliente / Servidor .....	22
2.4.5 Algoritmo .....	23
2.4.6 Arquitectura Lógica .....	24
2.4.7 Autoservicio .....	24
2.4.8 Cliente .....	24
2.4.9 Comida Rápida.....	25
2.4.10 CSS .....	25
2.4.11 Diseño Web .....	25

2.4.12 EDI / Intercambio Electrónico de Datos .....	25
2.4.13 Firewall .....	26
2.4.14 Hardware .....	26
2.4.15 HTML.....	26
2.4.16 Internet .....	27
2.4.17 Página Web .....	27
2.4.18 PHP .....	27
2.4.19 Programación Informática .....	27
2.4.20 Publicidad Web.....	27
2.4.21 Servidor .....	28
2.4.22 Sesión.....	28
2.4.23 Sitio Web .....	28
2.4.24 Software .....	28
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....	29
3.1 Presentación de la Empresa .....	29
3.1.1 Nombre.....	29
3.1.2 Logotipo.....	29
3.1.3 Misión .....	30
3.1.4 Visión.....	30
3.1.5 Estructura de la Empresa .....	30
3.2 Diseño de la Investigación.....	31
3.2.1 Investigación Cuantitativa .....	31
3.2.2 Investigación Cualitativa .....	31
3.3 Tipos o Metodologías de Investigación.....	32
3.3.1 Exploratoria .....	32
3.3.2 Descriptiva .....	32
3.3.3 Correlacional .....	33
3.3.4 Explicativo .....	33
3.4 Población y Muestra .....	34
3.4.1 Población.....	34
3.4.2 Muestra.....	34
3.5 Técnicas de Investigación .....	34



3.5.1 Observación .....	34
3.5.2 Encuesta.....	35
3.5.3 Entrevista.....	35
3.6 Métodos de Investigación.....	36
3.6.1 Lógico - Inductivo.....	36
3.6.2 Bibliográfico .....	36
3.6.3 Sistémico .....	36
CAPÍTULO IV: LA PROPUESTA .....	38
4.1 Plan de Mejoras .....	38
4.1.1 Tema .....	38
4.1.2 Fundamentación .....	38
4.1.3 Justificación .....	38
4.1.4 Objetivos de la Propuesta .....	39
4.1.4.1 Objetivo General .....	39
4.1.4.2 Objetivos Específicos .....	39
4.1.5 Estudio de Factibilidad.....	39
4.1.5.1 Administrativo.....	39
4.1.5.2 Legal .....	40
4.1.5.3 Presupuestaria .....	40
4.1.5.4 Técnico .....	40
4.1.6 Ubicación de la propuesta .....	41
4.1.7 Descripción de la Propuesta .....	42
4.1.7.1 Funciones del diseño .....	42
4.1.7.2 Importancia de la propuesta .....	42
4.1.8 Cronograma de Trabajo.....	43
4.1.9 Requerimientos de la propuesta .....	44
4.1.10 Presupuesto de la propuesta .....	44
4.1.11 Beneficios de la Propuesta .....	44
4.1.11.1 Diagrama caso de uso.....	47
4.1.11.2 Diagrama de Flujo de Información.....	50
4.1.12 Modelo Entidad Relación .....	51
4.1.12.1 Diseño de sistema .....	52

4.1.13 Diseño de Pantallas .....	53
RECOMENDACIONES.....	57
BIBLIOGRAFÍA.....	58

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Modelo Cliente / Servidor.....	23
Ilustración 2: Representación Gráfica de un Algoritmo .....	23
Ilustración 3: Esquema del Intercambio Electrónico de Datos.....	26
Ilustración 4: Organigrama de "Aquí me quedo Sambocity" .....	30
Ilustración 5: Ubicación del negocio en el mapa de Samborondón .....	41
Ilustración 6: Ubicación del negocio en Samborondón vía satélite.....	41
Ilustración 7: Cronograma de Trabajo de la Propuesta .....	43

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de Clientes del negocio .....	34
--------------------------------------------------	----

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

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

En estos cuatros meses la afluencia de clientes a disminuido las ventas debido a remodelación hecho en el local comercial y esto debido a que mi negocio debe aportar un compromiso sobre la marca “AQUÍ ME QUEDO SAMBO CITY” el espacio físico donde el cliente provocará confianza y fidelidad identificando la marca y el flujo de trabajo hacia el propio comercio el local y contaba con una proporción de clientes fijos sobres totales bastantes altas que ya no se presenta.

El cambio de la remodelación del local ha tardado un mes que está ubicado en el cantón Samborondón realizamos el montaje civil de adecuación y la fabricación de los muebles teniendo en cuenta los requerimientos del cliente en cuanto al producto y servicio que quiere manejar, buscamos cumplir todas las normas de higiene y salubridad con el manejo de materiales adecuados el local “AQUI ME QUEDO SAMBO CITY”.

Sin embargo, los hechos de no poder contar con todos los planes de marketing nos han provocado que las ventas disminuyan en el local comercial y también constamos con todos los registros en Excel ya que en estas dos últimas semanas se ha visto que el local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” tiene perdidas de ventas y de entregas de productos ya que por ese motivo tuvieron que dar la suscepción de un trabajador de área de cocina.

## **1.2 Situación conflicto**

El local "AQUÍ QUE ME QUEDO SAMBOCITY" fue crea en abril del 2017 en la ciudad de Samborondón que se encuentra ubicada al frente de la cooperativa santa Ana el local "AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY" se dedica a vender distintas clases de comidas rápidas y ya que también no cuenta con un buen marketing en el área de registro de Excel ya que por motivos de los porcentajes que se asumen al personal han disminuido las ventas.

El local "AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY" se dedica a las ventas de comidas rápidas como son las hamburguesas, hot dog, tacos, salchipapas y también cuentan con una buena atención al cliente y un bueno servicio de calidad para todos los clientes que llegan desde otros lugares a hacer su pedido sin bajarse de su vehículo y esto no impide incrementar los servicios del país que no puedan evolucionar al no llegar a las ganancias necesarias del local.

En el área de cocina las chicas no estaban laborando ni cocinando los alimentos debido a que se estaban remodelando y haciendo las debidas instalaciones en el área del comedor no se podía laborar por motivo a que se estaba haciendo una instalación de una vitrina ya que para su debido uso en el área de servicio higiénico no estaban laborando por motivo a que se estaba instalando un lavamanos ya que se tardó por motivo de la remodelación que tuvo el local

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

*¿Cómo influye la falta de visibilidad del negocio “AQUI ME QUEDO” en el aumento del volumen de las ventas cantón Samborondón, provincia del Guayas, 2018?*

### **1.4 Delimitación del Problema**

**Aspecto:** Comercio Electrónico

**Campo:** Sitio web

**Área:** Análisis y Diseño de Sistemas

**Período:** 2018

**Ciudad:** Samborondón

### **1.5 Variables de Investigación**

#### **1.5.1 Variable Independiente**

Diseñar una página web para visualizar las ventas de comidas rápidas y el buen servicio que ofrece el local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” en el cantón Samborondón

#### **1.5.2 Variable Dependiente**

Optimizar el proceso de la venta y el autoservicio que ofrece el local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”

### **1.6 Evaluación del Problema**

El autor, realiza una evaluación del problema que plantea mediante los aspectos revisados a continuación:

### **1.6.1 Delimitado**

Este es una página web que tiene como objetivo para ayudar al local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” pretendiendo dar un buen servicio a los clientes y mejorar las ventas y se mostrará una gran variedad de comidas rápidas las cuales se las podrá obtener a un mejor desarrollo

### **1.6.2 Evidente**

El local es muy evidente que permita diseñar un sitio web para poder desarrollar y dar uso de las técnicas de datos y poder desarrollar y satisfacer un buen servicio a los clientes.

### **1.6.3 Claro**

Es un sitio web y seguro de tener una buena atención al cliente al momento de vender el producto para brindarle un servicio ágil y no tener constantes pérdidas.

### **1.6.4 Concreta**

En este diseño es una página web que brinda un mejor servicio preciso de atender a los clientes que revisen nuestra página y dar un buen producto.

### **1.6.5 Relevante**

Este diseño es un sitio web que permite que las personas las utilice para visualizar el buen servicio de las comidas rápidas y así tener una buena imagen de ventas y aumentar las ganancias

### **1.6.6 Factible**

El diseño de un sitio web es totalmente factible, que ayudara al local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” para poder tener un buen ingreso en las ventas y mejorar el aumento y tener un buen propósito que es el diseño del sitio para el negocio.

### **1.6.7 Útil**

Es útil de tener que brindar una buena posibilidad en el sitio web para tener una buena visualización de comidas rápidas y tener un mejor futuro



### **1.6.8 Variables**

Por lo tanto, las variables independiente y dependiente se encuentran directamente relacionadas para el buen servicio que le ofrecerá el local comercial “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” ya que tiene una gran variedad de productos.

## **1.7 Objetivos de la Investigación**

### **1.7.1 Objetivo General**

Diseñar una Página Web para el aumento en las ventas en el autoservicio de comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY en el cantón Samborondón año 2018.

### **1.7.2 Objetivos Específicos**

- ✚ Identificar los aspectos teóricos sobre el diseño de la Páginas Web, para optimizar las ventas en el autoservicio de comidas rápidas.
- ✚ Describir la situación actual del problema con relación al desarrollo de Páginas Web
- ✚ Presentar la propuesta del diseño de la Página Web para el negocio de comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” en el cantón Samborondón.

## **1.8 Justificación e Importancia**

### **1.8.1 Conveniencia**

En estos días algunos locales no cuentan con sitios web en el cantón Samborondón ya que el local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” se dedica a las ventas productos como hamburguesas y ya que es mediante el diseño que se presenta, en un futuro desarrollar e implementar el sitio web en pos de mejorar el servicio de comidas rápidas del restaurante en mención, para que la atención sea con mayor rapidez y fluidez, brindando una mayor satisfacción al cliente

Permite que el negocio puedas brindarle al cliente un servicio mayormente personalizado, ahorrando tiempo de esperas y gastos innecesarios los usuarios pueden localizar a través de las redes sociales al sitio web y así expandirse, pero a la vez atender más eficiente el pedido de todos quienes requieran los servicios.

### **1.8.2 Relevancia Social**

Tenemos el agrado de ofrecerle a los clientes un buen servicio y En la actualidad el internet se ha vuelto una de las herramientas que más nos ayuda lo que es rápido y fácil acceso para poder llegar a más cliente y que puedan explorar y observar todo lo que brinda “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” y les ofrece diferentes comidas rápidas ya que gracias a esta página web pueden ordenar sus pedidos para luego disfrutarla en lo comodidad de su hogar sin restricciones y en una buena entrega rápida y eficaz

Esas mejoras, porque busca atender de forma inmediata, personalizada y desde la comodidad del hogar a los clientes. Se parte de algo puntual, pero el diseño de este sitio, con modificaciones de acuerdo con gustos y enfoques del problema desde diferentes puntos de vistas, puede ser implementado del local

### **1.8.3 Implicaciones practica**

El presente proyecto si es factible ya que gracias al diseño de la página web muchos más clientes pueden disfrutar de la comida rápida de su preferencia con el simple hecho de pedir una orden por la página web lo cual ayudaría a resolver los problemas como no salir de las oficinas para evitar sanciones por eso damos más facilidad vender por medio de esta página web

El diseño de un sitio web son las factibilidades, es realizable mediante el uso de las herramientas necesarias para su diseño y desarrollo, el presupuesto es alcanzable, por lo que se puede desarrollar para atender

las necesidades de los consumidores del local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”

#### **1.8.4 Utilidad metodológica**

El desarrollo de la presente investigación es útil metodológicamente tenemos el propósito que presenta el uso de metodologías y técnicas que permiten recopilar información y un buen servicio a los clientes que ofrece “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” ya que trabajamos en horarios matutinos y gracias los trabajadores el local tiene una buena atención hacia los clientes

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Fundamentación Teórica**

#### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

##### **2.1.1.1 Evolución del Comercio Electrónico a nivel Mundial y en Ecuador**

La forma en que se entiende o se lleva a cabo, ha visto transformaciones a un ritmo acelerado a través del tiempo, esto se debe a la gran cantidad de demandantes del servicio que se hallan cada vez más experimentados, convirtiendo al internet en un canal más para las ventas, otro factor influyente en este avance ha sido la imaginación puesta por los emprendedores e instituciones, además de la evolución tecnológica; todo hizo cambiar las costumbres, y por eso es notable la influencia en el desarrollo del comercio en línea. Cuando se trata de la evolución del comercio electrónico, se distinguen varias etapas, solapados en el tiempo, generando soluciones que hasta hoy tienen validez, porque dependen del nivel en la que cada empresa desee y pueda desarrollar las operaciones de comercio electrónico (Castro-Schez, 2015).

##### ***Etapas de las Sociedades Comerciales***

Para reconocer el origen del comercio “online”, hay que remontarse en los años 70, bajo la creación de las sociedades comerciales, introduciéndose el intercambio de datos electrónicamente (“Electronic Data Interchange –

EDI”) entre ordenadores de las empresas que conforman la sociedad, todo mediante redes de comunicación. A través de este intercambio, los entre empresas grandes. Actualmente sigue siendo implementado entre empresas y proveedores (Castro-Schez, 2015).

### ***Etapa del folleto electrónico o de la promoción en la web***

Al aparecer Word Wide Web y los primeros navegadores en la década de los 90, empieza la era propia del comercio electrónico. Al llegar los navegadores gráficos, ya se creaban sitios web con contenido estático con el fin de publicar una o varias imágenes, además de las características más importantes de las empresas. Aquí los usuarios empezaban a estar y eran pequeñas cantidades las empresas que estaban (en la que transmitía una imagen de la empresa que los distinguía de los competidores), sin embargo, ya los usuarios que usaban internet para esos tiempos ya iban en aumento (Castro-Schez, 2015).

Lo importante en esta etapa para las empresas, era tener una página web, donde volcaron gran parte de la información de folletos que usaban para promocionar la empresa o la marca. En la actualidad, la gran mayoría de empresas, sobre todo las grandes, ya han alcanzado y pasado esta etapa, sin embargo, hay muchas empresas medianas y pequeñas que no lo han alcanzado. Entre las que poseen web se encuentran varios niveles de sofisticación, pudiéndose observar que invierten en su página y se encuentran atentas en las tendencias de su diseño y del comportamiento de los visitantes. Aclarando que no se trata de hacerlo a cualquier precio, sino de la mejor forma dentro de lo posible, la imagen que se da en internet es la que proyecta la empresa, siempre viendo mantener un equilibrio en el sentido costo-beneficio (Castro-Schez, 2015).

### ***Etapa de la tienda online y centros comerciales online***

Aparecen negocios con presencia exclusiva en internet, es decir empresas totalmente digitales, creadas desde cero para la venta de productos o servicios por medio de la red de redes. Estas empresas recibieron el nombre de *empresas punto com*. Los ejemplos más claros de estos tipos

de negocios fueron Amazon en el año 1995, creado con el fin de brindar la forma más rápida, fácil y agradable de comprar libros; y eBay en el mismo año 95, cuyo objetivo era ofrecer y permitir a los demás aprovechar una infraestructura online para la venta o compra de productos de distinta índole y / o productos usados a cambio de un cobro de comisión (Castro-Schez, 2015).

Las empresas de esta índole llegaron a tener un éxito muy considerable, haciendo que las empresas que solo tenían información en su página web sencilla reflexionen de la información que mostraban de sus productos en sus páginas, mayor era el interés generado de los usuarios por revisarlas. Con esto empieza la posibilidad de materializar el interés en la realización de operaciones comerciales a través del internet. Ese auge y avance tecnológico, se convirtió en el génesis de las tiendas online, con la venta de productos por intermedio de catálogos, sofisticándolos. En estos tiempos, ya son muchas empresas que cuentan con su tienda en línea de su propiedad o venden productos por intermedio de sitios de comercio electrónico (Castro-Schez, 2015).

### ***Etapas de la integración y de la empresa electrónica***

El avance más importante es el uso de la tecnología y la integración dentro de los procesos de la empresa, con el fin de volver sus operaciones más eficientes. Los negocios van adaptándose al nuevo ambiente, cambiando las formas de dirigir las empresas y de llevar los procesos de negocio, creando nuevas estrategias para su presencia dentro de Internet, redefinen sus modelos de negocios, reinventándose y evolucionando, por lo que las culturas corporativas cambian totalmente,

creando una relación más cercana con los clientes, proveedores y socios. Todo esto se debe al correcto aprovechamiento de las bondades del nuevo marco tecnológico y contexto social, dando un resurgimiento al negocio electrónico. El crecimiento imparable del comercio electrónico se vio impulsado por empresas de software, hardware, consultoras y empresas que se dedican a la integración que vieron un mercado en el desarrollo de sistemas, arquitecturas con el objetivo de formar las e-business (Castro-Schez, 2015).

### ***Etapa del comercio social y móvil***

En la actualidad, ya no basta con tener un sitio web o una tienda en línea, La empresa debe contar con presencia donde están los futuros clientes, además de encontrarse disponibles inmediatamente para ellos. Las redes sociales, comunicaciones móviles, y todo dispositivo con internet usado en estos tiempos, cambiaron los hábitos de la sociedad cuando se trata de relacionarse, comunicarse y comprar, conduciendo a la necesidad de que las empresas tengan presencia en las redes sociales, permitir las consultas y comprar mediante los dispositivos electrónicos móviles (Castro-Schez, 2015).

Al consolidarse la web 2.0, se le dio un valor agregado a como se llevan las operaciones de comercio electrónico. El uso de las redes sociales por parte de las empresas se ha vuelto algo esencial para las estrategias de marketing o fidelización e incluso para las ventas. Esto ha dado lugar a que se pase a dominar “social commerce (s-commerce)”. Por otro lado, el uso de los dispositivos móviles para realizar búsquedas, compras y ventas de productos, ha hecho que las empresas busquen desarrollar sitios web o tiendas online que se comporten de forma adaptable, pretendiendo que con un solo diseño, se pueda visualizar correctamente en cualquier dispositivo móvil, o desarrollar aplicaciones para distintos sistemas operativos móviles que contengan su tienda en línea, dando lugar también al “Mobile commerce” (m-commerce) (Castro-Schez, 2015).

### **2.1.1.2 Nacimiento del Marketing online**

El marketing online en sus inicios, estaba basadas en la web 1.0, donde el sitio web básicamente consistía en una página web básica en donde los negocios, sobre todo trasladaban la publicidad que usaban en medios tradicionales, a su página web, por lo que la comunicación era unidireccional, siendo solo una exposición de la información a la audiencia. Lo que reproducía era una muestra de los productos en forma de un catálogo en línea, sin embargo, ya se mostraban destellos de virtudes interesantes, como el potencial que tenía para tener un alcance universal, la actualización de contenidos, entre otros aspectos (Equipo InboundCycle, 2018).

Bastaron pocos años para que llegue la revolución total, en la que se llegó a la masificación del internet, naciendo la web 2.0 y, por ende, también el marketing 2.0, como se lo conoce al marketing digital. A partir de estos avances, la información se convirtió en bidireccional, ya que era posible que los usuarios compartan la información con facilidad, gracias a las redes sociales, foros o plataformas, dando la oportunidad de intercambio inmediato de información de cualquier tipo y que antes no eran prácticamente imposibles, como el envío de fotos y videos. Estos cambios convirtieron en Internet de un simple medio para hacer búsqueda de información en una comunidad enorme, a un medio que permite intercambiar información en dos direcciones, permitiendo el feedback. Por lo que las marcas o empresas pueden publicar sus productos y servicios, o contenido en general de la empresa, recibiendo comentarios de partes de los clientes (Equipo InboundCycle, 2018).



### **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

**“Diseño de una página web para dar publicidad al local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”** del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnologías – ITB (Alejandro Vera, 2015)

#### **Resumen**

En la actualidad toda empresa que vende algún tipo de productos debe contar con un sitio web, para así lograr tener un mayor alcance entre potenciales clientes e impulsar su forma de presentarse a la comunidad. Ya que se está en una era digital, que todo puede ser ubicado en internet, es de gran utilidad que un negocio se encuentre en internet y sobre todo por medio de un sitio propio. Por ello, utilizando métodos de investigación, se llegó a la necesidad de lograr un diseño de un sitio web para lograr llegar a más personas y mejorar la cantidad de personas que acuden al lugar.

#### **Opinión**

Como una referencia tomada de este trabajo de investigación, la presente busca lograr un diseño de un sitio web que logre llamar la atención a personas que visiten el sitio y acudan al local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”. Sin embargo, la mayor diferencia radica en que en este sitio se busca además de buscar publicidad, se busca también la venta a través del sitio, para entregar a domicilio al solicitante, dando la oportunidad de brindar un servicio más eficiente y con mayor rapidez en la atención.

**“Propuesta de diseño de un sitio web para realizar pedidos del local a domicilio por internet”** del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnologías - ITB (Izquierdo Cobos, 2016)

#### **Resumen**

Este proyecto hace un detalle de requerimientos, diseño, implementación y pruebas de un sistema, que permite que cualquier restaurante pueda cumplir con servicios de ventas y entrega a domicilio a través del canal web. Lo que permite que cada restaurante tenga la facilidad de hacer su propia interfaz web para los clientes y que ellos realicen sus pedidos. Este trabajo se dividió en tres módulos: El administrador, Interfaz para los clientes y el servidor, que aloja a todos los datos de los registros de los restaurantes. Para ello se utilizaron gestores de contenido con software libre como base.

### **Opinión**

De este trabajo de investigación se desprende el hecho de poder realizar atención y ventas a través de la web de un local de comidas rápidas como es el caso de “Aquí me quedo Sambocity”, pero a diferencia del proyecto que se está haciendo referencia, en el caso de la presente, se utilizarán herramientas como PHP, HTML5, CSS3 y MYSQL para del diseño de la estructura del sitio, y a partir de ello obtener el sitio y un sistema básico que permita controlar el registro de pedidos y ventas entregadas.

**“Diseño de una página web para ventas de comidas rápidas – online en el local AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”** del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnologías – ITB (Mazamba Jordán, 2017 - 2018)

### **Resumen**

Este trabajo tiene como objetivo el desarrollo de un sitio para venta de productos en línea, que da la posibilidad de soporte y gestionar pedidos al local AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”. El sistema para desarrollar cuenta con módulos de administrador y para el cliente, con el fin de darles facilidad al mantenimiento y mayor efectividad en la atención a los clientes. Con la información que se obtuvo a través de encuestas

aplicadas a la población del sector de incidencia del local que se determinó que era necesario implementar las compras por medio de la web con entrega a domicilio.

### **Opinión**

Al igual como ocurría con el trabajo mencionado anteriormente, se hace uso referencialmente al diseño de un sitio web que permita las operaciones de compra – venta a través del internet. La intención de desarrollar un sitio para el negocio “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”, es buscar que se obtenga mayor presencia en la web y ante la comunidad, para así aumentar la cantidad de ventas en comparación a los que ya tiene en la actualidad.

## **2.2 Fundamentación Legal**

El presente trabajo de investigación consiste en el diseño de un sitio web para el autoservicio en el negocio de comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”, este sistema web se encuentra fundamentado por la Constitución de la República del Ecuador, la Ley del Comercio Electrónico y la Propiedad Intelectual.

### **2.2.1 Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución del Ecuador es claro en que todo proyecto con propiedad intelectual reconocido debe ser protegido de acuerdo con lo indicado en las leyes. Esto es explicado en el artículo 322 en el capítulo IV, donde se encuentran los artículos correspondientes al Trabajo y Producción.

#### **Ley del Comercio Electrónico**

Esta ley promulga el marco jurídico para toda operación de comercio a través del internet que pueda realizarse, dando los lineamientos

necesarios para hacer los negocios legalmente a través de la web. Esta ley trata la comunicación a través de la web como mensajes de datos, y los define con el mismo valor jurídico que cualquier documento escrito, esto lo promulga en el artículo 2, "*Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos...*" (Congreso del Ecuador, 2011). Esto es indicativo que cualquier operación económica a través de la red es como hacerlo presencialmente, y debe ser registrada con documentación respectiva, por lo que de esa manera se protege al consumidor de ser estafado y el vendedor de no ser perjudicado en el negocio.

Esta ley en que los servicios electrónicos están sometidos de la misma manera a las leyes como los medios tradicionales de venta "Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la ley que las rija..." (Congreso del Ecuador, 2011). Por lo tanto, el sistema del autoservicio para el negocio de comidas rápidas "AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY" está sometida de la misma manera a las documentaciones y comprobantes que se utilizan para el comercio tradicional.

### **2.2.2 Ley de Propiedad Intelectual**

Esta ley deja encuadrado al sistema a diseñarse en el presente trabajo como un programa de ordenador, definido en esta ley como "Toda secuencia de instrucciones o indicaciones destinadas a ser utilizadas, directa o indirectamente, en un dispositivo de lectura automatizada, ordenador o aparato electrónico o similar con capacidad de procesar información, para la realización de una función o tarea, u obtención de un resultado determinado, cualquiera que fuere su forma de expresión o fijación. El programa de ordenador comprende también la documentación preparatoria, planes y diseños, la documentación técnica y los manuales de uso" (Congreso del Ecuador, 2006). El sistema del autoservicio para

“AQUE ME QUEDO SAMBOCITY” corresponde a un programa de ordenador, por lo que se trata de esa forma de acuerdo con las leyes.

Además, en el artículo 28, habla de la protección a los programas de ordenador, señalando que, “Los programas de ordenador se consideran obras literarias y se protegen como tales. Dicha protección se otorga independientemente de que hayan sido incorporados en un ordenador y cualquiera sea la forma en que estén expresado, ya sea en forma legible por el hombre (código fuente) o en forma legible por la máquina (código objeto), ya sean programas operativos y programas aplicativos, incluyendo diagramas de flujo, planos, manuales de uso, y en general, aquellos elementos que conformen la estructura, secuencia y organización del programa” (Congreso del Ecuador, 2006). Enmarcando el presente proyecto como una obra literaria, ya que el código que se desarrolla para este sistema, en conjunto con esta investigación de acuerdo con esta ley es tratado como si fuera un libro, que no puede ser copiado ni utilizados con fines de beneficio personal sin la autorización de parte de quien o quienes tengan registrado la obra documental

## **2.3 Variables de Investigación**

### **2.3.1 Variable Independiente**

Diseñar una página web para visualizar las ventas de comidas rápidas y el buen servicio que ofrece el local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” en el cantón Samborondón

### **2.3.2 Variable Dependiente**

Optimizar el proceso de la venta y el autoservicio que ofrece el local “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”

## **2.4 Definiciones Conceptuales**

### **2.4.1 Comidas Rápidas**

Las comidas rápidas consisten en todo producto alimenticio que puede ser preparado y entregado de una forma rápida, siendo a su vez económicamente hablando alcanzable para cualquier persona. En los últimos años ha ido en aumento, pudiendo encontrarse hamburguesas, sandwiches, papas, tacos, entre otras comidas rápidas, logrando hacerse un espacio en diferentes lugares del planeta, ampliando cada vez más el mercado. Este tipo de comida se ha convertido en una de las posibilidades más inmediatas para cualquier persona, sobre todo cuando se cuenta con muy poco tiempo, o simplemente no se desea pasar un tiempo cocinando, haciendo que los negocios comidas rápidas vayan creciendo, teniendo pedidos de algunos hogares incluso varias veces durante una semana (Sánchez, 2010).

La mayor ventaja de las comidas rápidas se encuentra en la fácil y rápida elaboración, además de que son más económicas, convirtiéndose en comidas ideales para las personas solteras o que simplemente viven solos, ya que no sienten el deseo de aprender platos culinarios clásicos o simplemente no tienen el tiempo que se utiliza para hacer alguna comida en especial. Si se toman en cuenta un aspecto negativo, es que, si se toma como un hábito, se puede convertir en consecuencias peligrosas como el exceso de peso, colesterol elevado, aumento de presión arterial, entre otras situaciones, por ello en la elaboración de comidas rápidas, es importante saber combinar tipos de comidas que contengan a más de la comida rápida clásica, variar con algún otro tipo de producto más natural, ya sean ensaladas, entre otros. Es importante considerar este detalle, por ende, el cumplir estándares en los productos es muy importante a tomar en cuenta (Sánchez, 2010).

## 2.4.2 Pros y contras de los Autoservicios en Restaurantes

En la actualidad se está apostando fuerte en lo que es el autoservicio, lo que hace que, en ciertos casos, varios negocios de comidas rápidas se encuentren prescindiendo casi en su totalidad del personal. Esto a la larga genera ventajas y desventajas, pero, ante todo, ¿Qué son los autoservicios? Los autoservicios no es más que poner un dispositivo con una pantalla táctil que muestra a los usuarios que producto desean seleccionar dentro de varias opciones, con sus cantidades, para luego ser servidos a mayor rapidez a quienes solicitan los productos. Estos autoservicios son aplicables en el local, o a través de un sitio web, con el ya conocido “Carro de Compras” (Mapal Software, 2016).

Dentro de las ventajas del autoservicio se puede nombrar:

- ✓ **Reducción de costos:** Esta automatización, permite el ahorro de mucho dinero en contratación de personal, aunque al comienzo la inversión es alta, el ahorro a largo plazo lo pasa y con creces (Mapal Software, 2016).
- ✓ **Mayor competitividad:** Esta reducción de costos, permite el descenso de precios en los productos, lo que atraería mayor cantidad de comensales (Mapal Software, 2016).
- ✓ **Rapidez:** No se tiene que esperar a que alguien los atienda, dándole mayor agilidad y fluidez a la atención, siendo ideales para los que cuentan con poco tiempo para comer (Mapal Software, 2016).

Por otro lado, se puede destacar las siguientes desventajas:

- ✓ **Dificultades de uso:** Para algunos clientes, sobre todo los mayores, puede ser complicado entender, resultará necesario igual contar con algún empleado que permita dar mayor claridad al uso (Mapal Software, 2016).
- ✓ **Impersonalidad:** Puede resultar impersonal para ciertas personas, mientras mayor automatización, mayor es la sensación, lo que

puede que ciertos clientes desistan ir a algún restaurante con autoservicio, sin embargo, según varios consultores, para el 2020, el 85% de la relación con empresas serán gestionados sin interacciones con humanos (Mapal Software, 2016).

- ✓ **Calidad:** Algunos consideran que la comida de un autoservicio podría no llegar a tener la mejor calidad, sin embargo, eso se puede considerar como algo subjetivo (Mapal Software, 2016).

### 2.4.3 Marketing Digital / Marketing Online

El marketing digital son toda acción o estrategia publicitaria realizadas por medio de los canales que se encuentran en el Internet. Es un fenómeno que data de los años 90, donde se hizo el traspaso de las técnicas de marketing clásica y fuera de línea, al mundo digital. Este tipo de mercadeo ha ido yendo de forma progresiva e inmediata, experimentando muchos cambios, en las técnicas y herramientas usadas, así como las opciones que brinda a los receptores (Equipo InboundCycle, 2018).

El marketing digital consta de varias herramientas, siendo éstos muy diversos, desde las que se pueden hacer desde acciones muy pequeñas e inclusive sin costos, hasta estrategias muy complejas y costosas, combinando varias técnicas y recursos (Equipo InboundCycle, 2018). Pero las herramientas más conocidas y utilizadas, sacando provecho a la era de la web 2.0 son:

- ✓ **Web o Blog:** Una de las herramientas principales, justamente donde prácticamente se centraliza la campaña de marketing digital, sobre todo generando contenido de valor, sin ser intrusivo, sin embargo, no implica exclusividad, es decir puede utilizarse otros tipos de herramientas digitales a la par, para que tengan las campañas mayor visibilidad, como son las redes sociales, plataformas de video, entre otros (Equipo InboundCycle, 2018).



- ✓ **Buscadores:** Los buscadores online permiten a los usuarios hallar contenidos relacionados con lo que andan buscando en la web, por lo que resulta imperativo la búsqueda de posicionar con éxito el sitio web o blog, procurando ubicar el sitio en los primeros puestos de los buscadores para que se convierta el sitio de un negocio en una de las primeras opciones de revisión. Esto se puede realizar mediante posicionamiento orgánico (SEO) o de pago (SEM) en la estrategia de marketing digital (Equipo InboundCycle, 2018).
- ✓ **Publicidad display:** Es uno de los más tradicionales que aún tiene auge, es el considerado como la valla publicitaria digital. Se trata de banners de tamaños diferentes y formatos (gráficos, imágenes, entre otros) que se encuentran ubicados estratégicamente en algunos puntos de diferentes sitios web, de una forma atractiva y llamativa (Equipo InboundCycle, 2018).
- ✓ **Email marketing:** Es posiblemente la herramienta más antigua pero eficaz para adaptarse a los cambios y el de poder combinarse con otras estrategias. Es el envío de correo masivo con contenido que permita promocionar una marca, un negocio o cualquier información importante, usando los e-mails (Equipo InboundCycle, 2018).
- ✓ **Redes sociales:** Totalmente eficaces para difundir contenidos, así como para crear comunidades de marcas, branding o para compras online y de atención al cliente. Algunas de ellas, brindan la oportunidad de hacer campañas publicidades online segmentadas, siendo un buen complemento para las estrategias en línea (Equipo InboundCycle, 2018).

Las mayores ventajas del uso del marketing online destacan:

- ✓ **Costos accesibles:** En términos de presupuestos, comparados a los canales clásicos, es mucho más accesible los costos.
- ✓ **Mayor control y optimización de campañas:** Esto se debe a la recuperación de información en tiempo real y exacta.

- ✓ **Gran flexibilidad y dinamismo:** Total facilidad de hacer cambios al andar en función de los resultados que se obtienen y del comportamiento de los visitantes con respecto a la campaña.
- ✓ **Permite segmentación personalizada, específica y precisa:** La estrategia de marketing digital puede estar dirigido tomando en cuenta varios aspectos, segmentándolo de tal forma que puede llegar al público que se busca persuadir a visitar el sitio y obtener productos.
- ✓ **Obtención de mediciones exactas de la campaña:** Se pueden medir los resultados de las publicidades que se publican online (Equipo InboundCycle, 2018).

#### **2.4.4 Sistema Cliente / Servidor**

Estos sistemas consisten en relaciones entre procesos que se encuentran ejecutándose normalmente en máquinas separadas, pero intercomunicados de forma remota, mediante la red global. El Sistema Cliente / Servidor está conformada sencillamente, donde el cliente es un consumidor de servicios y el servidor es el proveedor de esos servicios (Analyayala's Blog, 2010).

Los sistemas clientes lo que hacen es presentar la interfaz al usuario para que haga las respectivas peticiones de información a un equipo remoto donde tendrá su gestor de base de datos, este equipo remoto que es el servidor, recibe la petición, recupera la información y le hace el envío al ordenador cliente para presentarlo por medio de la interfaz al cliente (Analyayala's Blog, 2010).

##### **Características del cliente:**

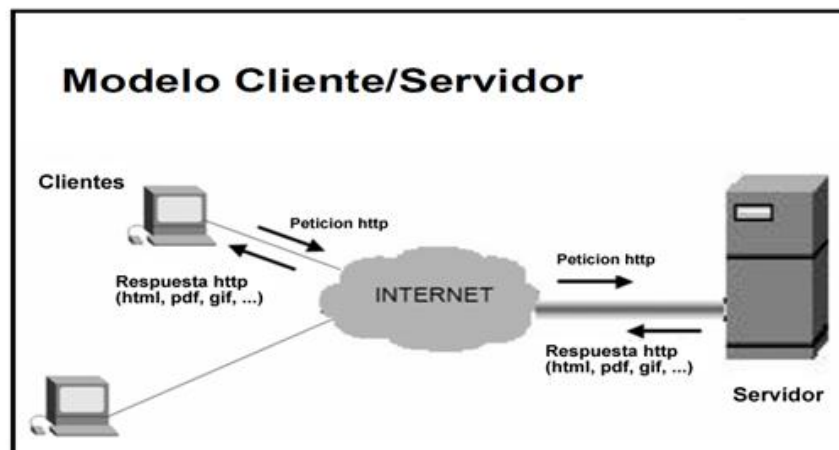
- ✓ Inicia las peticiones, tiene un papel activo.
- ✓ Debe esperar para recibir las respuestas del servidor.
- ✓ Se puede conectar simultáneamente con varios servidores.
- ✓ Interactúa directamente con los usuarios.

### Características del Servidor:

- ✓ Cuando se inicia, debe esperar la llegada de las solicitudes, teniendo un papel pasivo.
- ✓ Al recibir la solicitud, la procesa y envía la respuesta al cliente
- ✓ Acepta las conexiones de gran número de clientes, por lo general.

Como ejemplos básicos de Sistemas Cliente / Servidor se tiene a Facebook, Wikipedia, Twitter, Youtube, entre otros sitios web conocidos que utilizan estos tipos de sistemas.

Ilustración 1: Modelo Cliente / Servidor

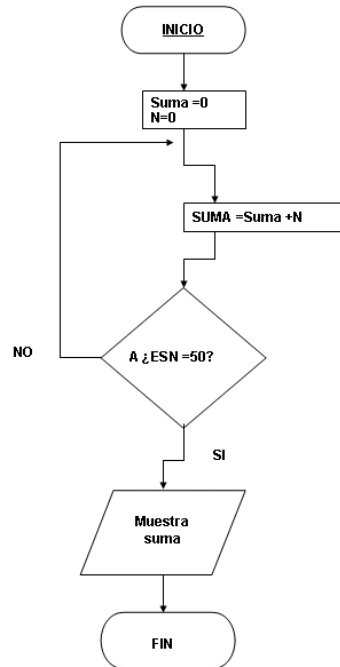


Fuente: redespomactividad.weebly.com

### 2.4.5 Algoritmo

Conjunto de pasos ordenados y definidos de forma clara, sin ambigüedades, que tiene un principio y un final, llevando a cabo una actividad determinado por pasos que siguen sucesivamente para quien lo ejecute. Partiendo desde un estado de inicio, hasta llegar al estado final, donde se llega a una solución.

Ilustración 2: Representación Gráfica de un Algoritmo



Fuente: Tecnológico Tuxtla Gutiérrez

#### 2.4.6 Arquitectura Lógica

Consiste en cómo se lleva la arquitectura de un software, basado en patrones a seguir y capas de abstracciones aplicadas, generando un marco para que el código del software interactúe. Dentro del diseño y estructuración del software, representa el nivel superior.

#### 2.4.7 Autoservicio

De acuerdo al uso tecnológico que se da actualmente, consiste en un equipo u ordenador que presenta por pantalla táctil al cliente las opciones de productos y servicios que puede ofrecer un negocio para que pueda escoger lo que considere necesario y así ser atendido rápidamente, automatizando los procesos, evitando la necesidad de contar con personal, permitiendo la optimización de los servicios.

#### 2.4.8 Cliente

Tomando en cuenta el punto de vista de la informática, el cliente puede ser un software o un ordenador, que hace peticiones de uso de servicios a

otro ordenador que puede estar ubicado en la misma localidad, o encontrarse remotamente interconectado, conocido como servidor, mediante una red. Al recibir respuesta del servidor, el ordenador o aplicación cliente lo muestra por pantalla.

#### **2.4.9 Comida Rápida**

Servidas en algunos locales, se caracteriza por ser una comida cuya preparación, servida y consumo se lo realiza de una forma inmediata, siendo a su vez muy económico.

#### **2.4.10 CSS**

Son las hojas de estilo en cascada, es un lenguaje que organiza documentos que se estructuran en hojas de estilo, la mayor utilidad es el poder modificar la apariencia de una página web sencilla y eficientemente, pudiendo ser requerido en varias secciones del sitio web.

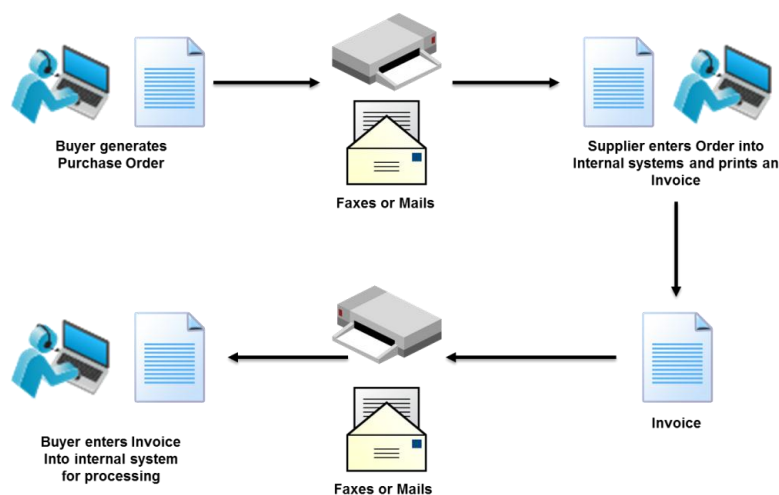
#### **2.4.11 Diseño Web**

Corresponde a la actividad donde se lleva a cabo la planificación, diseño e implementación de los distintos sitios web. El diseñador busca el desarrollo de un sitio web, además de los usuarios que van interactuar con ella, haciendo uso de los recursos conocidos para lograr un sitio amigable e impactante para que llame a ser visitado. Estos principios a tomar en cuenta son la navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de información e interacción de la multimedia.

#### **2.4.12 EDI / Intercambio Electrónico de Datos**

Sistema de Comunicación que brinda la posibilidad de hacer envío y recepción de documentación electrónica, utilizando un formato normalizado entre los sistemas de quienes se encuentran interviniendo en una relación de comercio.

Ilustración 3: Esquema del Intercambio Electrónico de Datos



Fuente: Edibasics.com

### 2.4.13 Firewall

Es el encargado de actuar como protector del equipo ante cualquier ataque que pueda recibir de parte de cualquier programa de hacking, de phishing o no deseado que permita invadir ese equipo. Tiene dos formas de presentarse, ya sea como hardware, mediante el Router, o también en forma de aplicación, su fin es analizar la red y el tráfico entrante en el equipo, asegurando que no contenga datos peligrosos.

### 2.4.14 Hardware

Corresponde a toda la parte perceptible de un equipo, es decir todo lo palpable, todo lo físico de un equipo en general, y que puede ser operado manualmente.

### 2.4.15 HTML

Es un lenguaje de etiquetado, basado en los hipertextos, este lenguaje que no es de programación, pero si para marcado, es la herramienta más básica para diseñar páginas web. Hace la estructura externa de una página web, más no se encarga de la parte lógica, o sea la funcionalidad, solo se encuadra en el aspecto físico del diseño de la página.

#### **2.4.16 Internet**

Consiste en una intercomunicación de ordenadores y dispositivos de comunicación a nivel mundial, mediante el protocolo TCP/IP. Se originó el año 1969, con la primera conexión entre computadores de forma remota, llamada ARPANET.

#### **2.4.17 Página Web**

Documento con contenido de hipertexto, que puede contener texto, multimedia, enlaces, creado con diferentes herramientas y que es interpretado por el navegador web para mostrar el diseño y estilos de página al usuario.

#### **2.4.18 PHP**

Significa "Hypertext preprocessor" y es un lenguaje de programación basado en el lenguaje C, pero con ciertas modificaciones para que pueda servir para el desarrollo web, permitiendo fácilmente incrustar código HTML, brindando una gran cantidad de características avanzadas para programadores profesionales.

#### **2.4.19 Programación Informática**

Consiste en todo el proceso para diseñar, desarrollar e implementar los sistemas, llevando el seguimiento de los pasos que deben ser seguidos para llevar la producción de la aplicación, siguiendo los tipos de caminos para tomar los requerimientos, desarrollar y mantener el sistema.

#### **2.4.20 Publicidad Web**

Corresponde a toda forma de comunicación por medio del internet como canal, mostrando el mensaje de un patrocinador en algún lugar de un sitio web patrocinado para convencer a quienes visiten el sitio a que hagan lo mismo a la web del patrocinador para conocer y obtener productos o servicios que ofrece la empresa patrocinadora.

#### **2.4.21 Servidor**

Consiste en alguna aplicación o sistema remoto que puede recuperar alguna información solicitado por algún equipo o aplicación clientes interconectados mediante la red. La información requerida puede ser texto, hipertexto, imágenes, audios, videos, entre otros. Para recuperar esa información, el servidor se encuentra en estado pasivo a la espera de recibir una petición de parte de uno de los clientes conectados a él.

#### **2.4.22 Sesión**

Consiste en la transmisión bidireccional de información por intermedio de dos o más dispositivos para la comunicación, su estado más sencillo se da entre el usuario y un dispositivo electrónico. Se presentan en cualquier tipo de aplicación para escritorio o móvil, para mantener información en cierta forma protegida, dependiendo de cada usuario.

#### **2.4.23 Sitio Web**

El sitio web es un sistema de páginas web que se encuentran interconectadas a través de enlaces. Cada página web que forman parte del sistema o sitio, corresponde a diferentes secciones de la misma, todo dependiendo de los tipos de sesiones que se puede tener en un sitio, se tendrán disponible las opciones de la misma.

#### **2.4.24 Software**

Corresponde a todo lo imperceptible de un sistema, la parte lógica, permite utilizar el equipo para la resolución de problemas de distinta índole.



## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

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

El local de comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” empezó el 5 de abril del 2017 con 5 trabajadores y ahora actualmente tiene 20 trabajadores que trabajan en jornadas matutina y vespertina de 8:00 am hasta las 21:00 pm.

El local tiene una buena caracterización en atender a los clientes para una buena creatividad y productividad del negocio.

Tiene un buen desempeño en los trabajadores que permite el buen funcionamiento en el negocio.

#### **3.1.1 Nombre**

Negocio de Comidas Rápidas “Aquí me quedo Sambocity”

#### **3.1.2 Logotipo**



### 3.1.3 Misión

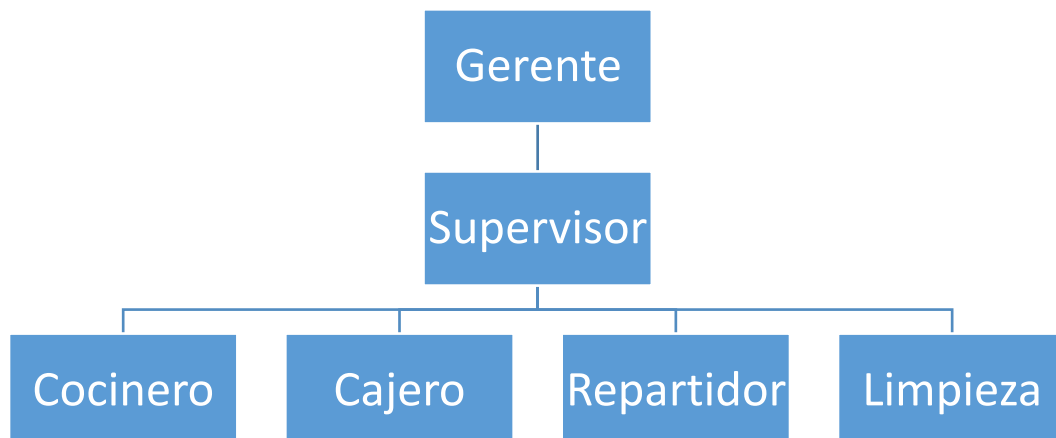
Brindar nuestros productos de comidas rápidas con la mayor calidad y frescura a nuestros consumidores, con el fin de la satisfacción de las necesidades del consumo, dándoles lo que ellos seleccionan y prefieren, por nuestra calidad en los servicios y productos que ofrecemos.

### 3.1.4 Visión

Consolidarnos como un restaurante de comidas rápidas a grandes escalas a nivel local, buscando la mayor expansión a nivel provincial y nacional, apoyándonos en la mejor calidad y rapidez en la atención, con los mejores estándares para el manejo de nuestros productos, con personal calificado manteniendo un estricto control de calidad.

### 3.1.5 Estructura de la Empresa

Ilustración 4: Organigrama de "Aquí me quedo Sambocity"



Autor: Jessica del Rosario Calapiña

## **3.2 Diseño de la Investigación**

### **3.2.1 Investigación Cuantitativa**

El concepto de investigación cuantitativa viene dado por la determinación de una cantidad, se refiere a una forma de análisis de datos desde el punto de vista numérico, totalmente objetivo, sin subjetividades. Esta investigación permite obtener conclusiones basados en valores obtenidos mediante varias herramientas, como encuestas, entrevistas, entre otros, llegando a toma de decisiones importantes que se necesite presentar (Rodríguez Gómez & Valdeoriola Roquet, 2011).

Por ello, en el caso de la propuesta de diseño de una página web para el autoservicio del restaurante "AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY", la investigación en una gran medida se basará en función de los datos que se obtendrán a partir de encuestas y entrevistas a las personas que conforman el negocio, a más de una cantidad considerable de personas que representan los consumidores, a partir de ellos se realiza un análisis estadístico, llegando a conclusiones importantes para tomar las decisiones con respecto a lo que es prioritario que contenga la página web a diseñar.

### **3.2.2 Investigación Cualitativa**

En el aspecto de la investigación cualitativa, se basa en varios aspectos que pueden ser importantes para alguna toma de decisión, tales como la observación participativa, estudios de diferentes casos, investigaciones desde el lugar de hechos, entre otros. Aspectos que pueden brindar criterios importantes acerca de lo que se busca extraer información que aporte al conocimiento de lo investigado. Este tipo de investigación se presta para subjetividades, ya que está basado en apreciaciones, opiniones, conceptos, por medio de ante todo de la observación y ante todo las vivencias (Rodríguez Gómez & Valdeoriola Roquet, 2011).

Al utilizar una entrevista como medio de obtención de datos, necesariamente se utilizarán preguntas que tendrán respuestas de tipo cualitativos, ya que necesariamente serán opiniones de parte de quienes llevarán a cabo las contestaciones respectivas. Estas entrevistas ante todo se las realizará al gerente como al dueño del negocio, para así lograr la mayor profundidad posible de las necesidades que se presentan para el desarrollo del contenido y manipulación de la página web para el negocio de comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”.

### **3.3 Tipos o Metodologías de Investigación**

#### **3.3.1 Exploratoria**

En el restaurante de comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”, se ha trabajado de forma empírica, por ende, no se cuenta con investigaciones a profundidad de alguna índole. Por ende, no se ha hecho exploración alguna, por lo que la presente investigación comprende el primer trabajo a fondo de este tipo realizado en el negocio. La Investigación Exploratoria no es más que realizar una examinación o exploración de un problema a que se está investigando, que haya sido estudiado muy ocasionalmente, o simplemente no se estudió anteriormente (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006). Situación que se apega a lo anteriormente mencionado, por lo tanto, se explora algo que ocurre y que no se ha estudiado a profundidad.

#### **3.3.2 Descriptiva**

En esta metodología, se dice como se manifiesta un fenómeno determinado, se especifican propiedades importantes del sujeto de investigación (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006). En la investigación presente, se describen las limitaciones con las que se cuenta para la atención de los clientes, al no aprovechar los recursos tecnológicos con las que sí cuentan otros negocios del mismo tipo al que se presenta en este trabajo. Además, al llevar a cabo el

análisis de los respectivos resultados que se obtendrán a partir de las encuestas y entrevistas, se llega a una descripción más profunda, enunciando características que lleven a una solución.

### **3.3.3 Correlacional**

El trabajo de investigación presentado manifiesta la existencia de dos variables a tomar en cuenta: La presentación de un sitio web y la optimización de las ventas. Estas dos variables, en un análisis exhaustivo llevado previamente y a futuro con las herramientas de obtención de datos, se puede encontrar que ambas variables se encuentran relacionados entre sí ya que si una página web con la que no cuenta el negocio “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” permitirá mejorar el servicio, brindará un canal más de atención, y eso optimizará de por sí los servicios que se brindan, por lo tanto, se atenderá a más consumidores, aumentando las ventas. Esto es lo que busca la investigación correlacional, establece las relaciones que tienen entre si las variables que se determinan dentro de una investigación (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

### **3.3.4 Explicativo**

El presente trabajo de investigación se relaciona de forma sistemática con varias definiciones teóricas ya estudiadas anteriormente, y que permiten tener una idea más clara de los problemas que hay que solucionar, y sobre todo, la solución que se propone brindar. La Investigación explicativa se basa en el conjunto de principios organizados, inferencias, descubrimientos, entre otros, que permiten por medio de ellos, una interpretación de la realidad (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

### 3.4 Población y Muestra

#### 3.4.1 Población

La población es todo el conjunto de individuos que toman acción activa en el presente proyecto de investigación; es decir de donde se puede extraer información que sea de ayuda para determinar las causas de los malestares que sienten las personas como clientes en el negocio de comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”, debido a que el negocio no cuenta con una cartera de clientes lo cual se le indicó al presente autor cuando realizo la visita al negocio; lo que se indicó es que manejan es un promedio diario de unos 80 clientes.

Tabla 1: Población de Clientes del negocio

Grupo	Cantidad	Técnica
Clientes	80	Encuesta

Autor: Jessica del Rosario Calapiña

Fuente: Negocio de Comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”

#### 3.4.2 Muestra

La muestra es una pequeña porción de la población, la cual se extrae con una formula cuando el total de la población es mayor a 100 individuos; en el caso de este proyecto de investigación bajo el criterio del presente autor por no ser una población de gran tamaño se puede trabajar con la totalidad de los 80 individuos en el cantón Samborondón, a los mismos que se le aplicará la técnica de la encuesta para extraer información, y a su vez poder interpretar cada una de las causas y que es lo que necesitan los clientes que se mejore en el negocio de comidas rápidas.

### 3.5 Técnicas de Investigación

#### 3.5.1 Observación

Este tipo de investigación coloca al autor inmediatamente a quien realiza la investigación, frente a la realidad. La observación es la forma más

básica de investigación, por ende, la más universal y puede ser estructurada o participante. Se dice que la observación es estructurada, cuando ya previamente se delimitaron los aspectos a ser observados, mientras la participante es cuando se tiene participación directa de quien dirige la investigación en lo que es la recolección de la información (Centty Villafuerte, 2010).

En el presente trabajo, la observación es directa de la situación, ya que la autora, observa y tiene relación directa con el local de negocios “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”, lo que permite poder obtener detalles reales y objetivas en primera instancia de la realidad. Se dice primera instancia, ya que los aspectos revisados y detallados pueden cargar ciertas susceptibilidades, ya que dependen de la óptica de la persona que observa. Esto pasa a ser objetivo al momento de aplicar las investigaciones cuantitativas con respecto al caso.

### **3.5.2 Encuesta**

Consiste en un formulario de preguntas, que sirven para cuestionar a distintas personas con el fin de obtener información de distinta índole (Centty Villafuerte, 2010). Los resultados que se extraen de las encuestas pueden ser cuantitativos, cuando las preguntas son cerradas y cualitativos, cuando están compuestos por preguntas abiertas a respuestas personalizadas y subjetivas. El trabajo presenta se realiza encuesta a las personas que conforman los actuales y futuros consumidores del negocio “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”, quienes componen la muestra a estudiar, también se realizará encuestas a las personas que conforman la parte operativa del negocio.

### **3.5.3 Entrevista**

Se basa en una conversación, que sirve para extraer información específica que es requerida, para esas intenciones, se necesita una selección previa de a quienes se les llevará a cabo. No se lo aplica a

cualquiera, debido a que lleva tiempo y mucha dinámica para poder obtener lo que se necesita, por ello es imperante establecer con antelación los objetivos, tiempo y utilización de los resultados (Centty Villafuerte, 2010). En este trabajo se realizará la entrevista al propietario del negocio y al gerente, para extraer lo más importante con respecto a cómo se llevan a cabo los procesos de autoservicio dentro del negocio “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”, y otros datos importantes acerca de la convivencia dentro del negocio.

### **3.6 Métodos de Investigación**

#### **3.6.1 Lógico - Inductivo**

Este método se basa en partir desde hechos particulares, llevarlo a conocimientos generales (Ferrer, 2011). Para la presente investigación, se parte del hecho de una solución para mejorar el autoservicio del negocio “**AQUÍ YO ME QUEDO SAMBOCITY**”, se lo revisa desde una situación puntual, pero la solución al problema podría personalizarse y aplicarse de manera más general a otros negocios que tengan características en común con el negocio de esta investigación.

#### **3.6.2 Bibliográfico**

En el trabajo presente, el autor utiliza varios tipos de documentaciones para extraer la información. Estas documentaciones son sitios web, periódicos, revistas, entre otros. Básicamente en eso consiste la Investigación Bibliográfica, obtener la información necesaria para la solución de un problema mediante toda información ya sea escrita o audiovisual (Ferrer, 2011).

#### **3.6.3 Sistémico**

Modela el objeto de estudio a través de la determinación de sus componentes, además de las relaciones que puedan existir entre ellos (Ferrer, 2011). Esto es aplicado en esta investigación, ya que se tiene



determinados ante todo como principal dos variables, que se estudian, analizan y determinan las relaciones existentes entre ambas.

## **CAPÍTULO IV: LA PROPUESTA**

### **4.1 Plan de Mejoras**

#### **4.1.1 Tema**

Diseño de una página web para el aumento de las ventas en el autoservicio de comidas rápidas **“AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”** en el cantón Samborondón del año 2018

#### **4.1.2 Fundamentación**

La página web para brindar un autoservicio a los clientes, será de gran utilidad e incrementará las ventas en el negocio de comidas rápidas, debido a que en el lugar que se encuentra ubicado es muy concurrido por la población y en ocasiones la demanda es grande; y en la toma de pedidos no se pueden ser atendidos todos de manera eficaz y toman la decisión de acudir a otro negocio. Por lo tanto con el sistema web que se desea implementar alcanzaría que los clientes puedan realizar su pedido de manera automática y no tener que ir a otro negocio.

#### **4.1.3 Justificación**

La página o sistema que se desea implementar para el autoservicio del negocio de comidas rápidas **“AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”**, al cual acuden personas que no tienen mucha afinidad con la tecnología por lo que el diseño será realizado con la mayor usabilidad posible acorde al tipo de usuario que lo va a manejar para que no tengan complicaciones al momento de interactuar para realizar su pedido en el negocio y puedan estar satisfechos con la atención brindada y retornen al negocio no tan

solo por el sabor de lo que degustan sino por la buena atención que se brinda con la innovación e implementación de la tecnología para el negocio y mejorar la experiencia del cliente que acude.

#### **4.1.4 Objetivos de la Propuesta**

##### **4.1.4.1 Objetivo General**

Diseñar una página web de autoservicio en el negocio de comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY” en el año 2018 y que permita incrementar las ventas.

##### **4.1.4.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Definir el lenguaje de desarrollo
- ✓ Realizar el modelado de datos
- ✓ Diseñar la usabilidad la página
- ✓ Diseñar los servicios
- ✓ Realizar el diseño de las pantallas
- ✓ Definir los tipos de usuarios
- ✓ Realizar la restricción de la zona wi-fi

#### **4.1.5 Estudio de Factibilidad**

##### **4.1.5.1 Administrativo**

El aspecto administrativo tiende a dos factores la aceptabilidad del propietario del negocio; donde se le debe exponer la serie de beneficios que le brindará la página web para el autoservicio de su negocio y por otra parte que tan capacitado se encuentra el personal que va estar designado para el manejo adecuado de dicho administrador. Por lo tanto teniendo en claro los dos puntos se puede concluir que con la visita que se mantuvo en el sitio ambos factores se cumplen con normalidad.

#### **4.1.5.2 Legal**

Sobre a lo que la parte legal confiere no se trae mayor inconveniente debido a que se rige a las leyes necesarias y dentro de todo el control en el país, debido a que no se manejan termino de licencias por tratarse de uso de software libre y la originalidad del tema o la página le pertenece el derecho al presente autor. Por otra parte, al manejarse un comercio electrónico, pero en el cual no se manejan valores no refleja mayor inconveniente debido a que la página no brindará el autoservicio de tomar el pedido al cliente; el mismo que deberá cancelarlo en caja.

#### **4.1.5.3 Presupuestaria**

Los presupuestos que se manejan deben estar dentro de lo que está dispuesto a invertir el propietario en su negocio; el mismo que en la visita al negocio ya se trató y en vista que lo único que necesita es implementar un computador para el manejo de la administración del autoservicio, está dispuesto en realizar esa adquisición para el negocio. Debido a que siendo una página web los clientes podrán acceder desde su móvil; y si no cuentan con un servicio de internet móvil; en el negocio se contempla tener zona de wi-fi libre para sus clientes; tan solo dando acceso a la página del negocio.

#### **4.1.5.4 Técnico**

El aspecto técnico es lo que se necesita para dar el funcionamiento adecuado a lo que se desea implementar entre el recurso humano y equipos con los que se debe contar dentro del negocio; siendo que en lo anterior se estipula que el recurso humano cuenta con el conocimiento necesario para el manejo y que el propietario está dispuesto a realizar la inversión en los equipos requeridos; el proyecto tiene una enorme viabilidad para la respectiva implementación de este servicio en el negocio de comidas rápidas "AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY".

#### 4.1.6 Ubicación de la propuesta

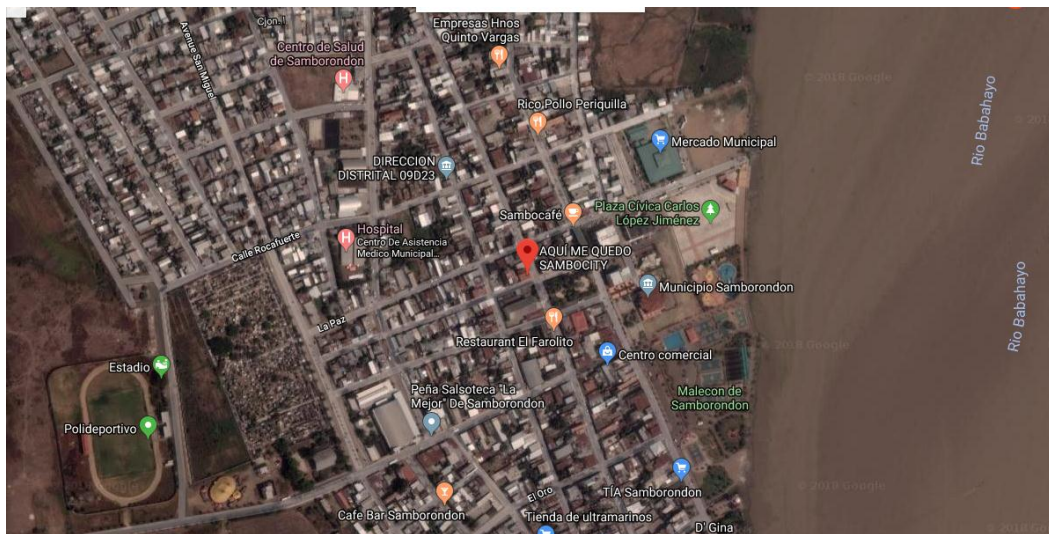
El negocio de comidas rápidas “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”, está situado en el centro del cantón Samborondón; diagonal a la iglesia Santa Ana, provincia del Guayas.

Ilustración 5: Ubicación del negocio en el mapa de Samborondón



Fuente: Google Maps

Ilustración 6: Ubicación del negocio en Samborondón vía satélite



Fuente: Google maps

#### **4.1.7 Descripción de la Propuesta**

Se desea realizar el diseño que cumpla con las necesidades del negocio “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”, por lo tanto, según los resultados de las encuestas y lo que desea el propietario es un sistema donde el cliente pueda realizar su orden de manera automatizada, es decir desde una página web acceder al autoservicio; dando lugar que en ocasiones los clientes no consumen en el negocio por mucha demanda no le toman su pedido.

##### **4.1.7.1 Funciones del diseño**

La función principal por la cual se desarrolla está propuesta es el autoservicio de la toma de pedido para los clientes que desean degustar alguno de los platos que oferta “AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”; otras funcionalidades que tendrá son:

- ✓ Información del negocio
- ✓ Registrase como cliente
- ✓ Modificar pedido
- ✓ Servicio online
- ✓ Contacto
- ✓ Inicio de sesión
- ✓ Consulta de pedido

##### **4.1.7.2 Importancia de la propuesta**

La importancia de este tipo de avances tecnológicos para un negocio que es nuevo por así decirlo, es buena debido a que causa gran impacto en el medio cuando obtiene los resultados esperados; en este caso lo que se desea por parte del propietario es aumentar sus ventas lo cual debe verse reflejado en el mejoramiento de sus ingresos. Por lo tanto brindarle el servicio de que el cliente pueda realizar el pedido de forma automática le será de gran satisfacción porque puede realizarlo a su gusto y sin tener que hacer alguna fila.



#### 4.1.9 Requerimientos de la propuesta

Se llevó a cabo un análisis la cual su situación es indispensable al desarrollo de una página web en la que nos permitirá obtener una mayor publicidad y ganancias de público en general, así los administradores del negocio se sientan a gusto y viendo como ira aumentando las ganancias.

La página web contara con todos los productos y atención al cliente de esta se realizó respectivas visitas al personal encargado, el cual se solicitó información de los procesos del mismo en ***¿Cómo influye la falta de visibilidad del negocio “AQUI ME QUEDO” en el aumento del volumen de las ventas cantón Samborondón, provincia del Guayas, 2018?***

#### 4.1.10 Presupuesto de la propuesta

***“AQUI ME QUEDO”*** será un local de comida rápida enfocada en el servicio y atención al cliente brindando productos de alta calidad y sabor, es por esto que los requerimientos de este negocio se basan en la implementación y adecuación del local. Al no tener que ver con la preparación de alimentos, ***“AQUI ME QUEDO”*** se enfoca en la parte de equipamiento para la comercialización de los mismos.

#### 4.1.11 Beneficios de la Propuesta

Luego de haber planteado la solución para las necesidades de los negocios de comida rápida; podemos enumerar los siguientes beneficios que obtendrán con el Sitio Web:



### **Beneficios para los negocios de comida rápida:**

- ✓ Lograr una ventaja competitiva con respecto a otros negocios de comida rápida.
- ✓ Ser siempre líderes en tecnología.
- ✓ Brindar a los clientes una nueva forma de hacer sus pedidos a cualquier hora del día de manera más ágil y segura.

### **Beneficios para las personas trabajadoras:**

- ✓ Ahorrar tiempo al efectuar su orden y poder disponer de este en actividades dentro de su oficina.
- ✓ Disminuir esfuerzo al hacer su orden de comida y en obtenerla, sin necesidad de ir a cualquier local de venta de comida rápida.
- ✓ Facilidad para hacer sus pedidos desde sus computadores.
- ✓ Realizar consultas de los diferentes alimentos y de los variados menús.
- ✓ Realizar el trámite de pago de su orden
- ✓ Obtener el recibo de pago de la orden realizada

## **COSTOS DEL PRODUCTO**


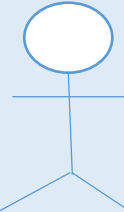
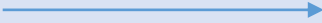
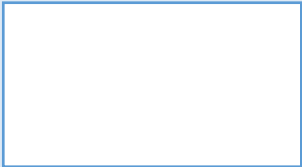
“El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). Muchos empresarios suelen establecer sus precios de venta en base a los precios de los competidores, sin antes determinar si éstos alcanzan a cubrir sus propios costos. Por eso, una gran cantidad de negocios no prosperan ya que no obtienen la rentabilidad necesaria para su funcionamiento. Esto refleja que el cálculo de los costos es indispensable para una correcta gestión empresarial, considerando la materia prima directa, la mano de obra directa (horas reales rol de pagos y gastos de fabricación directo para el costo primo y total de cada uno de los productos.

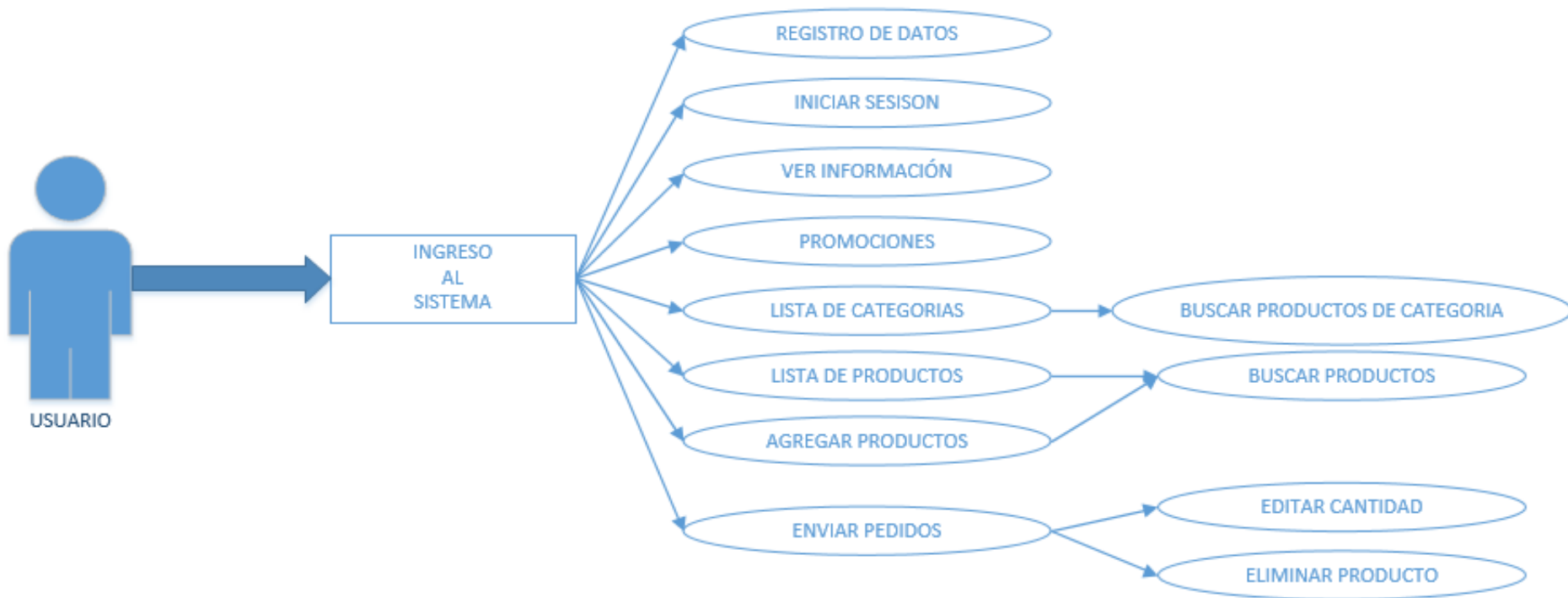
Las necesidades que los negocios de comida rápida suelen tener son las siguientes:

- ✓ Ser siempre líderes en tecnología.
- ✓ Tener una ventaja competitiva con respecto a otros negocios de venta de comida rápida.
- ✓ Brindar a los clientes una nueva forma de hacer sus pedidos de manera más ágil y segura.

#### 4.1.11.1 Diagrama caso de uso

 <b>SIMBOLOGÍA DIAGRAMA CASO DE USO</b>		
<b>Autor</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Fecha De Elaboración</b>
Jessica Calapiña	Diseño de una página web para el aumento de las ventas en el autoservicio de comidas rápidas <b>“AQUÍ ME QUEDO SAMBOCITY”</b> en el cantón Samborondón del año 2018	03/06/2019

<b>Símbolo</b>	<b>Nombre</b>
	Caso De Uso
	Actor
	Generalización
	Limitador del sistema



**Figura** diagrama de caso de uso

**Autor:** jessica calapiña

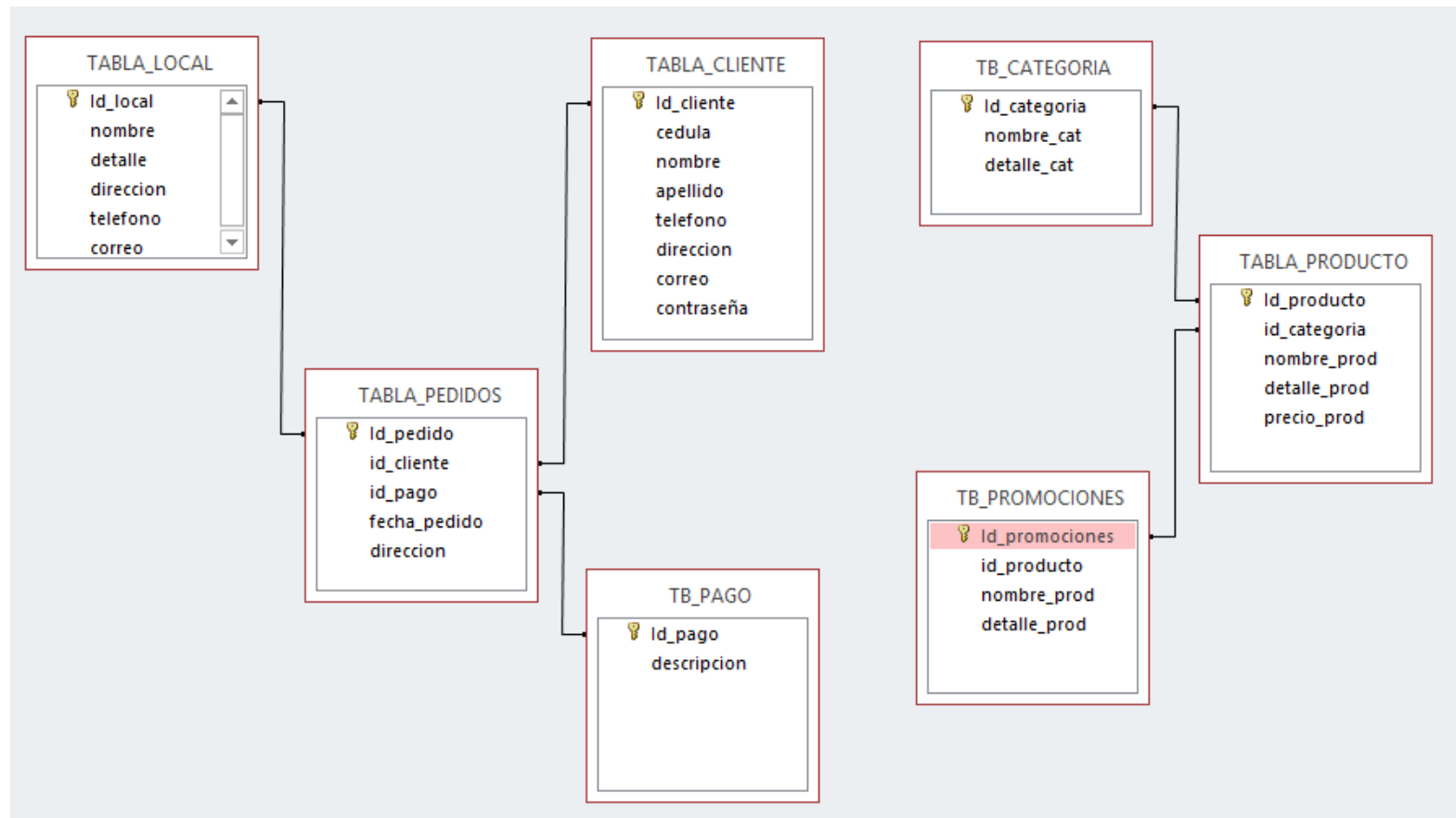
#### 4.1.11.2 Diagrama de Flujo de Información



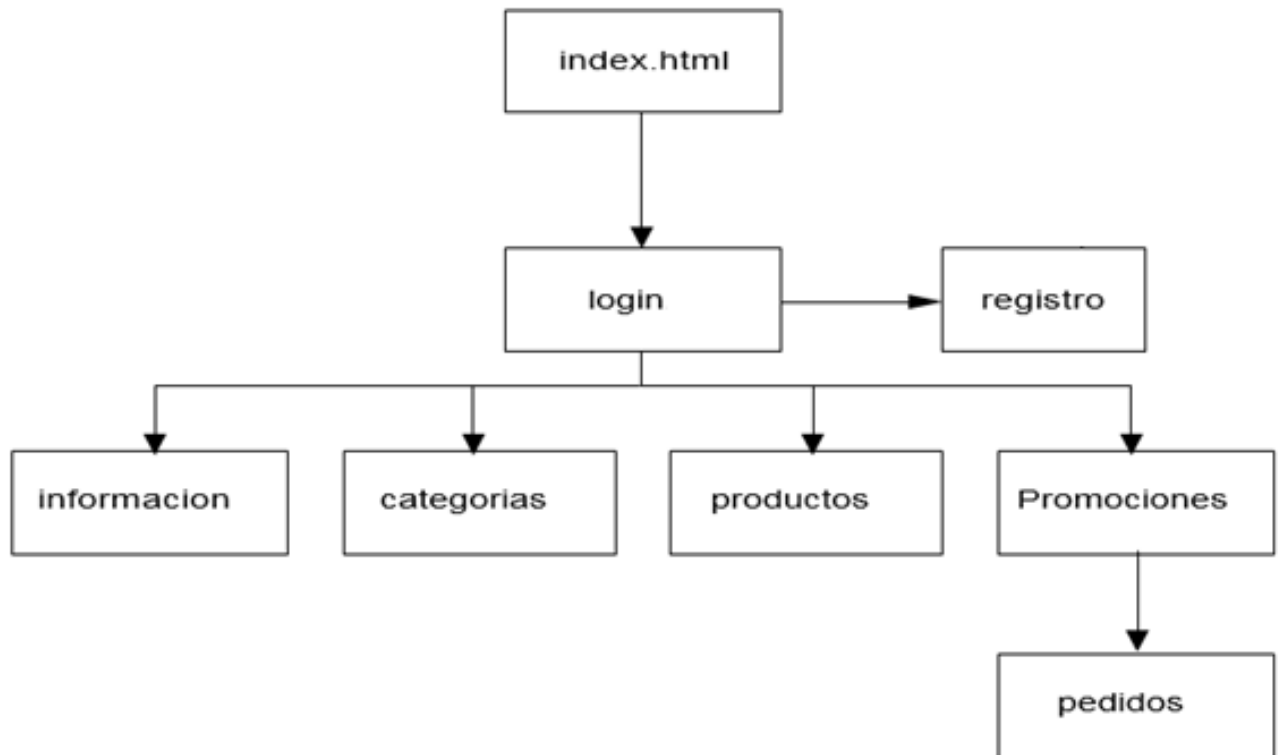
**Figura** Diagrama de Flujo de Información

**Autor:** Jessica Calapiña

#### 4.1.12 Modelo Entidad Relación



#### 4.1.12.1 Diseño de sistema



**Figura** Diseño del sistema

**Autor:** Jessica Calapiña

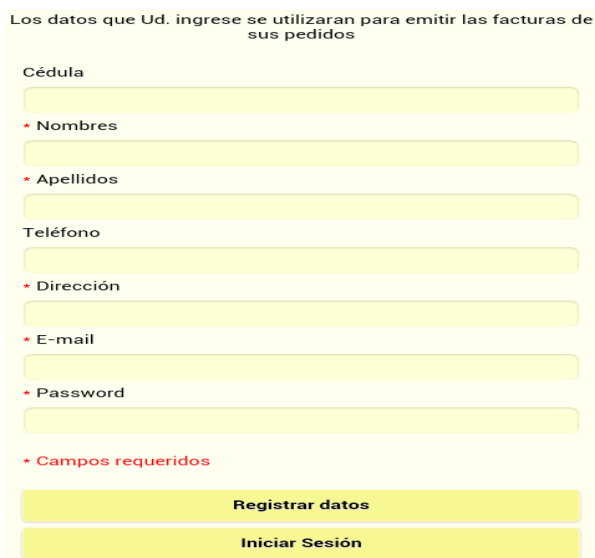


#### 4.1.13 Diseño de Pantallas



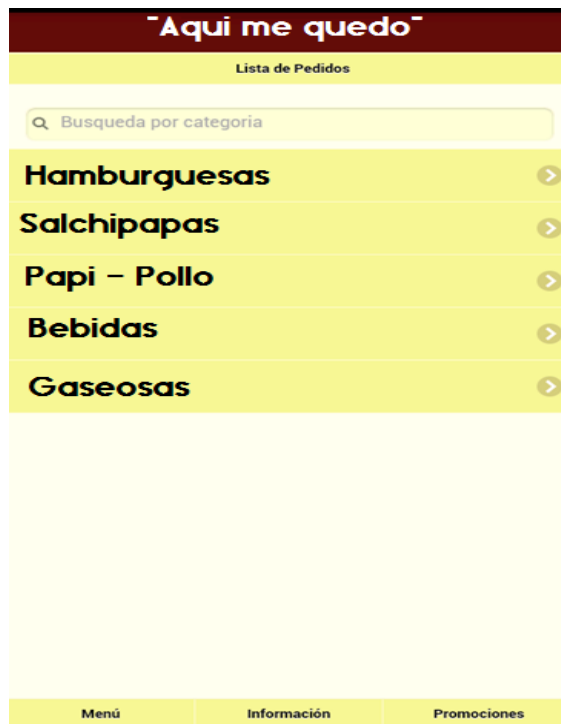
The login screen features the 'Aquí me Quedo' logo at the top, which includes a burger icon and a circular logo with the text 'SAMBO & ITY'. Below the logo is a red banner with the text 'Aquí me Quedo'. Underneath the banner, the text 'Ingresa a la aplicación o Regístrate' is displayed. The form contains two input fields: 'E-mail' and 'Password'. At the bottom, there are two buttons: 'Iniciar Sesión' and 'Regístrate'.

La interfaz del login que se muestra en la figura permite el acceso en caso de que el cliente este registrado de lo contrario el cliente podrá registrar sus datos.



The registration form includes a header: 'Los datos que Ud. ingrese se utilizaran para emitir las facturas de sus pedidos'. The form contains several input fields: 'Cédula', 'Nombres', 'Apellidos', 'Teléfono', 'Dirección', 'E-mail', and 'Password'. A red asterisk indicates that the last six fields are required. At the bottom, there are two buttons: 'Registrar datos' and 'Iniciar Sesión'.

La interfaz de registro permitiría al cliente ingresar sus datos personales para que sean registrados en la base de datos y a su vez pueda acceder.



La presente interfaz muestra la lista categorías, la cual será actualizada en tiempo real, al seleccionar una de las categorías podrá acceder a los productos, en la parte superior se pueden realizar búsquedas y en la parte inferior se puede acceder al Menú, Información y Promociones.

Limpiar lista de pedidos
Enviar

Estado de Pedidos

Total: \$ 7,25

Consumidor final

Forma de Pago:

efectivo
▼

Dirección:

Cda. LA ATARAZANA

*Ej. Cantón, barrio, lugar de referecia*

Agregar productos

	<b>Mega Burguer con papas</b>	\$ 6.50	✕
	<b>2 gaseosas personal</b>	\$ 0.75	✕
	<input type="button" value="-"/> <input type="text" value="2"/> <input type="button" value="+"/>		

Menú
Información
Promociones

La interfaz de lista de pedidos contendrá los productos que el cliente fue agregando de la lista de productos, en ella tendrá la facilidad de editar la lista como: la cantidad y eliminar productos de la misma, además de agregar la dirección, elegir la forma de pago, en la parte superior puede limpiar la lista, enviar el pedido y verificar el estado de los pedidos enviados, en la parte inferior se puede acceder al Menú, Información y Promociones.

## CONCLUSIONES

Al realizar el análisis de las arquitecturas de software se obtuvo que la que corresponde implementar en el proyecto es la arquitectura cliente-servidor que comúnmente es la que se utiliza para los aplicativos móviles, ya que el cliente requerirá peticiones al servidor, y éste deberá responder a dichas peticiones.

Las expectativas del propietario del restaurante y de los clientes se pudieron cumplir al realizar un levantamiento de información y al emplear los requerimientos en la página web que se implementó.

Al implementar la aplicación web se redujo el tiempo de recepción de pedidos a domicilio, con el proceso anterior el tiempo era de 15 minutos y con el proceso actual es sólo de 2 minutos en promedio, mejorando así los procesos de transacción de pedidos a domicilio y contribuyendo con el desarrollo del negocio.

La página web cuenta con una interfaz de fácil manejo y amigable al usuario, que facilita a éste el acceso a la información que requiere y del mismo modo el proceso de agregar productos a la lista de pedidos para luego enviarla.

## **RECOMENDACIONES**

Capacitar a la persona encargada de administrar el sistema de gestión para evitar problemas como error de ingresos, edición y eliminación de información, ya que estos serán reflejados en la página y puede ocasionar en los clientes confusión e inconformidad.

Mantener una actualización frecuente de la información y productos que ofrece el restaurante ya que la página está desarrollada para que brinde información actualizada haciendo peticiones al servidor.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alejandro Vera, K. S. (2015). *Diseño de una página web para dar publicidad al restaurante "El Peluche"*. Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, Unidad Académica de Ciencias Comerciales, Administrativas y Ciencias. Guayaquil: UAECAC. Recuperado el 16 de octubre de 2018, de <https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/02/16/AlejandroVera-RestauranteElPeluche.pdf>
- Analyayala's Blog. (23 de agosto de 2010). *Analyayala's Blog*. Obtenido de Sistemas Cliente / Servidor: <https://analyayala.files.wordpress.com/2010/08/ejemplos-de-sistemas-cliente-servidor1.pdf>
- Castro-Schez, J. J. (2015). *Evolución y futuro del Comercio Electrónico*. Universidad de Castilla - La Mancha, Escuela Superior de Informática. Castilla - La Mancha: UCLM. Recuperado el 15 de octubre de 2018, de <http://www.esi.uclm.es/www/jjcastro/coe/evolucion.html>
- Centy Villafuerte, D. B. (2010). *Manual Metodológico para el Investigador Científico*. Recuperado el 28 de octubre de 2018, de VI CAPITULO: Las Técnicas de Investigación: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/TECNICAS%20DE%20INVESTIGACION.htm>
- Congreso del Ecuador. (2006). Ley de Propiedad Intelectual. *Registro Oficial Suplemento 426*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Congreso del Ecuador. (2011). Ley del Comercio Electrónico. *Ley del Comercio Electrónico*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Equipo InboundCycle. (21 de septiembre de 2018). *InboundCycle*. Recuperado el 16 de octubre de 2018, de ¿Qué es el marketing digital o marketing online?: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>
- Ferrer, J. (2011). *Conceptos básicos de Metodología de la Investigación*. Recuperado el 29 de octubre de 2018, de Métodos de

investigación: <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta ed.). México, D.F., Distrito Federal de México, Estados Unidos de México: McGraw - Hill Interamericana. Recuperado el 29 de octubre de 2018, de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38758233/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006\\_ocr.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1540813618&Signature=hZprLtfSO2xbKkQvod9YbsWeBQ%3D&response-content-disp](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38758233/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1540813618&Signature=hZprLtfSO2xbKkQvod9YbsWeBQ%3D&response-content-disp)

Izquierdo Cobos, S. V. (2016). *Propuesta de diseño de un sitio web para realizar pedidos de restaurante a domicilio por internet*. Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, Unidad Académica de Educación Comercial, Administración y Ciencias - UAECAC. Guayaquil: UAECAC. Recuperado el 18 de octubre de 2018, de [https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/08/11/tesis\\_1.pdf](https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/08/11/tesis_1.pdf)

Mapal Software. (22 de diciembre de 2016). *Mapal Software*. Recuperado el 18 de octubre de 2018, de Autoservicio en restaurantes: pros y contras para clientes y negocios: <https://mapalsoftware.com/autoservicio-restaurantes-pros-contras-clientes-negocios/>

Mazamba Jordán, B. D. (2017 - 2018). *Diseño de una página web para ventas de productos - online en el minimarket "El Único"*. Proyecto de Grado previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Análisis de Sistemas, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, Unidad Académica de Ciencias Comerciales, Administrativas y Ciencias - UAECAC, Guayaquil. Recuperado el 16 de octubre de 2018, de [https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2018/09/21/TESIS\\_FINAL\\_1.docx](https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2018/09/21/TESIS_FINAL_1.docx)

Rodríguez Gómez, D., & Valldeoriola Roquet, J. (2011). *Metodología de la Investigación*. Barcelona, Catalunya, España: Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado el 28 de octubre de 2018, de <http://myuvmcollege.com/uploads/lectura2011-09/Metodolog%C3%ADa%20de%20investigaci%C3%B3n-2064.pdf>

Sánchez, R. (06 de Agosto de 2010). *República.com*. Recuperado el 18 de octubre de 2018, de Centromujer - Ventajas y desventajas de las comidas rápidas: <http://centromujer.republica.com/cocina/ventajas-y-desventajas-de-las-comidas-rapidas.html>