



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

TEMA:

**DISEÑO DE UN SITIO WEB DINÁMICO APLICANDO TÉCNICAS DE
MARKETING DIGITAL PARA EL VIGIS SALÓN SPA DE LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL EN EL 2019**

Autor: Morán Hurtado Adrián Andrés

Tutor: ING. Suárez Dioses Julio Cesar

Guayaquil, Ecuador

2019

DEDICATORIA

El presente trabajo se dedico a mis padres que con esfuerzo, dedicación y apoyo incondicional me han permitido cumplir esta meta que es tan importante y trascendental en mi vida tanto personal como profesional, dándome las herramientas necesarias para poder resolver cualquier tipo de conflicto que se me presento en el transcurso.

AGRADECIMIENTO

Una vez más reitero mis más sinceros agradecimientos a mis padres, a mis compañeros, y profesores por el apoyo y la guía en el transcurso de la carrera profesional ha brindado a mi vida, creando conciencia, responsabilidad en mi vida profesional, a las autoridades por siempre estar perfeccionando e innovando para la infraestructura del plantel, dándonos una educación de calidad.

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

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

TEMA:

Diseño de un sitio web dinámico aplicando técnicas de marketing digital para el Vigis Salón Spa de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Morán Hurtado Adrián Andrés

Tutor: Suarez Dioses Julio Cesar

Resumen

El presente trabajo investigativo para la obtención del grado de Tecnología en Análisis de sistema se desarrollara en la ciudad de Guayaquil, en Urdesa en el Vigis Salón spa, se quiere saber por qué razón este establecimiento teniendo un buen servicio y años de experiencia ha perdido su clientela. El objetivo principal del proyecto es ayudar a que esta pequeña empresa del sector gane reconocimiento y presencia a través del diseño de un sitio web dinámico con técnicas de marketing digital para recuperar y obtener presencia digitalmente mejorando así sus ingresos de tal modo que puedan darse cuenta que el manejo adecuado, con el conocimiento de la fuerte influencia que tienen las herramientas digitales como recursos de trabajo como lo son las redes sociales y las páginas web. La aplicación de técnicas de investigación tales como la encuesta permitieron analizar el entorno, mediante los gráficos y las tabulaciones quedo evidenciado la viabilidad del trabajo, permitiendo así continuar con la solución propuesta.

Palabras claves: Pagina web, marketing digital, diseño.

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

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

TEMA:

Diseño de un sitio web dinámico aplicando técnicas de marketing digital para el Vigis Salón Spa de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Morán Hurtado Adrián Andrés

Tutor: Suarez Dioses Julio Cesar

Abstract

The present investigative work to obtain the degree of Technology in System Analysis will be developed in the city of Guayaquil, in Urdesa in the Vigis Salón spa, you want to know why this establishment having a good service and years of experience has lost its clientele. The main objective of the project is to help this small company in the sector gain recognition and presence through the design of a dynamic website with digital marketing techniques to recover and obtain presence digitally thus improving their income in such a way that they can realize that the proper management, with the knowledge of the strong influence that digital tools have as work resources such as social networks and web page. The application of research techniques such as the survey allowed us to analyze the environment, through graphs and tabulations, the viability of the work was evidenced, thus allowing us to continue with the proposed solution.

Keywords: Website, digital Marketing, Design

INDICE GENERAL

Contenido

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
Resumen.....	VII
Abstract	VIII
INDICE GENERAL	IX
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Ubicación del problema en un contexto	1
1.2 Situación conflicto	2
1.3 Delimitación del problema	4
1.4 Formulación del problema	4
1.5 Evaluación del problema	4
1.6 Objetivos de la investigación.....	5
1.6.1 Objetivo general	5
1.6.2 Objetivos específicos	5
1.7. Justificación de la investigación	5
CAPÍTULO II:.....	7
MARCO TEÓRICO	7
3 CAPITULO III	24
METODOLOGIA.....	24
3.1 Presentación de la Empresa	24
3.1.1 Misión.....	24

3.1.2	Visión.....	24
3.1.3	Ubicación	25
3.1.4	Estructura Institucional.....	25
3.2	Tipos de investigación.....	25
3.2.1	Descriptiva	25
3.3	Población y muestra	26
3.3.1	Población	26
3.3.2	Muestra.....	26
3.4	Técnicas e instrumentos de la investigación.....	27
3.4.1	La observación.....	27
3.4.2	La encuesta.....	28
4.1	Encuestas.....	29
4.2	Título de la Propuesta.....	38
4.2.1	Descripción del Diseño	39
4.2.2	Fundamentación.....	39
4.2.3	Justificación	39
4.3	Objetivos.....	40
4.3.1	Objetivo general.....	40
4.3.2	Objetivos Específicos	40
4.4	Estudio de factibilidad	40
4.4.1	Administrativo	40
	Esta sección de la factibilidad es importante ya que la importancia del dueño para la aprobación de desarrollo de este proyecto, le da la seguridad de que el desarrollo de este diseño de pagina web dinámica va a beneficiar para la mejora del local.....	40
4.4.2	Técnico	40
4.4.3	Legal.....	40

4.5	Ubicación.....	40
4.6	Descripción de la propuesta	42
4.7	Cronograma de Actividades.....	45
4.8	Determinación de Requerimientos.....	46
4.8.1.	Hardware	46
4.8.2	Software	47
4.9	Presupuesto.....	47
4.10	Diagramas del Sistema.....	48
4.10.1	Diagrama de caso de uso.....	48
4.10.2	Diagrama de flujo de datos	52
4.11	Estandarización de Formatos	56
4.11.1	Formato para páginas web	56
4.11.2	Formato para archivos CSS	56
4.11.3	Formato para archivos javacript.....	57
4.11.4	Formato para imágenes	57
4.12	Diseño de pantallas	58
4.12.1	Reservas.....	58
4.12.2	Comentarios	60
4.12.3	Contacto.....	61
4.13	Pantallas del sitio web.....	62
5.	CONCLUSIONES	75
6.	RECOMENDACIONES	76
7.	BiBliOGRAFIA.....	77
8.	ANEXOS.....	79
8.1	Anexo 1.....	79
8.2	Anexo 2.....	80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 . Datos de la población.....	26
Tabla 2. Tabulación de Encuesta pregunta 1.....	29
Tabla 3.Tabulación pregunta 2.....	30
Tabla 4. Tabulación pregunta 3.....	31
Tabla 5. Tabulación pregunta 4.....	32
Tabla 6. Tabulación pregunta 5.....	33
Tabla 7. Tabulación pregunta 6.....	34
Tabla 8. Tabulación pregunta 7.....	35
Tabla 9. Tabulación pregunta 8.....	35
Tabla 10. Tabulación pregunta 9.....	36
Tabla 11. Tabulación pregunta 10	37
Tabla 12 Información de la ubicación.....	42
Tabla 13 Requerimiento Hardware	47
Tabla 14 Requerimiento de software.....	47
Tabla 15 Presupuesto de desarrollo de tesis	48
Tabla 16 Presupuesto de desarrollo de sitio web.....	48
Tabla 17 Simbología para caso de uso.....	49
Tabla 18 Diagrama de caso de uso general.....	49
Tabla 19 Diagrama de caso de uso de gestión de reserva.....	50
Tabla 20 Caso de uso de gestión de comentario	51
Tabla 21 Caso de uso petición de información.....	52
Tabla 22 Simbología para DFD.....	52
Tabla 23 Diagrama DFD	53
Tabla 24 Diagrama de flujo de gestión de reserva.....	54
Tabla 25 Diagrama de flujo de gestión de comentario	54
Tabla 26 Diagrama de flujo petición de información.....	55

Tabla 27 Diccionario de componentes	58
Tabla 28 PANTALLA RESERVA.....	58
Tabla 29 Sección comentario.....	60
Tabla 30 Sección Contacto	61
Tabla 31 Descripción de la sección home	62
Tabla 32 Descripción sección equipo	63
Tabla 33 Descripción sección servicios.....	64
Tabla 34 Descripción sección contacto	66
Tabla 35 Descripción página noticias.....	68
Tabla 36 Descripción de página responsive 1	69
Tabla 37 Descripción responsive del sitio	71
Tabla 38 Descripción responsive del sitio	72
Tabla 39 Descripción del chat box	72

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Internet.....	7
Ilustración 2 La llegada del internet al Ecuador	9
Ilustración 3 Desarrollo de la web	10
Ilustración 4 Marketing	12
Ilustración 5 Web Semántica	13
Ilustración 6 Php	14
Ilustración 7 CSS.....	15
Ilustración 8 Logo de la empresa	24
Ilustración 9 Organigrama delSalon Vigis	25
Ilustración 10 Tabulación pregunta 1	29
Ilustración 11 Tabulación pregunta 2	30
Ilustración 12 Tabulación pregunta 3	31
Ilustración 13 Tabulación pregunta 4	32
Ilustración 14 Tabulación pregunta 5	33
Ilustración 15 Tabulación pregunta 6	34
Ilustración 16 Tabulación pregunta 7	35
Ilustración 17 Tabulación pregunta 8	36
Ilustración 18 Tabulación pregunta 9	37
Ilustración 19 Tabulación pregunta 10	38
Ilustración 20 Mapa de la ubicación de la empresa	41
Ilustración 21 Foto del área del local.....	41
Ilustración 22 Mapa del sitio Vigis.....	44
Ilustración 23 Diagrama de actividades	45
Ilustración 24 Diagrama de actividades 2.....	46
Ilustración 35 Anexo 1 Formato encuesta aplicada	79
Ilustración 36 Anexo 1 Encuesta Aplicada	80
Ilustración 37 Anexo 2 Antigua web.....	81
Ilustración 38 Anexo 2 Antigua web.....	81
Ilustración 39 Anexo 2 Antigua web.....	82

Ilustración 40 Anexo 2 Antigua web 82

CAPÍTULO I:

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Ubicación del problema en un contexto

El presente proyecto investigativo pretende analizar una situación de carácter actual, en un mundo donde la tecnología y la internet es considerado uno de los servicios básicos más importantes que se tienen, siendo sus recursos aplicados a los negocios por la importancia en las ventas, las mismas que son el motor que mueve la economía, y que de la mano del marketing se convierten en un dúo fundamental para generar impactos comerciales, en este sentido se entiende como una estrategia que no se puede observar de manera aislada.

Por otro lado las técnicas estrategias de mercadeo han tenido transformaciones pasando de hacer presencia fundamentalmente en los medios tradicionales hasta la actualidad donde se han transformado en marketing digital, las cuales usan técnicas no convencionales en las redes sociales y/o en cualquier otro medio digital. En este sentido la vinculación de las redes sociales con los sitios web se vuelven herramientas potentes para el crecimiento en los negocios, las grandes compañías lo están haciendo, en el país las mayorías de negocios son empresas familiares o de emprendedores pequeñas y grandes que sienten que el factor monetario les impiden implementar estas técnicas para reponer el

negocio, evitando poder crecer, concentrándose solamente en los pocos clientes que lo ayudan a mantenerse.

Por lo que se evidencia la necesidad de implementar este tipo de técnicas con estos recursos lo que se considera puede generar un impacto positivo en estos negocios y repercutiendo directamente en la mejoría de los ingresos, con un aumento de clientes y referidos.

Actualmente las maneras de hacer promoción, difusión de servicios y productos son por medios digitales, por su mayor dimensión de alcance, también obteniendo un ahorro en los gastos que estos mismos conllevan demostrando que es un terreno que no ha sido explotado adecuadamente siendo este un tema importante para estudiar y analizar.

(Prudente & Soledispa, 2018)concluyeron en su trabajo de titulación que los sistemas web están formando parte de las empresas e instituciones públicas o privadas, considerándolas como una herramienta de trabajo siempre y cuando cumpla con las necesidades del negocio.

.

1.2 Situación conflicto

Vigis Salón Spa Peluquería abrió sus puertas el 17 de diciembre de 1979, se encuentra ubicado en la ciudad de Guayaquil en las calles Víctor Emilio Estrada y las Monjas, siendo una empresa que ha perdurado con los años por su gran servicio y calidad profesional, en uno de los barrios más representativos de la ciudad Porteña ofreciendo servicios tales como: Corte, cepillado, tinturado, manicure, pedicure, depilación entre otros.

Como negocio tradicional los procesos se llevan a cabo de manera manual tales como la gestión y control contable, también su libro de agenda de turnos, hasta la actualidad. Por otra parte con el pasar del tiempo esta zona ha cambiado su estrato socioeconómico y paso de ser catalogada de personas de alto nivel económico, a un lugar popular de la ciudad, lo que ha generado cambios de residencia de estas mismas

persona a otra parte de la ciudad donde fue considerada de mejor rango y más comodidad como lo es Samborondón, lo que ha generado una baja en sus clientes y por lo tanto una disminución en las ventas, pese a las inversiones realizadas para gestionar cambios en las instalaciones, a través de renovaciones constantes del negocio, sin embargo no se ha observado cambios en el número de los clientes, solo manteniendo aquellos que han demostrado fidelidad a la calidad del servicio que han recibido, superando las dificultades de movilización lo que es una muestra de que el problema puede ser superado.

En el año 2015 se creó un sitio web informativo que presenta insuficiencias en las características visuales y estructurales que permiten mantener la atención de los clientes que visitan la página, ya que en la actualidad se utilizan sitios web dinámicos que permiten atraer tráfico hacia las mismas, para lograr posicionamiento entre los motores de búsquedas y ser tendencia.

Uno de los problemas que afectan el negocio es el cambio de residencia de sus clientes, pero este no es el único problema, según sus propietarios informan que los clientes han disminuido, por lo que se requiere nuevos medios que permitan mantener a sus clientes habituales y atraer nuevos, por eso que no solamente se requiere mejorar estructuralmente el sitio actual si no mejorar mediante técnicas de marketing digital para un mayor dinamismo.

En el Ecuador aún las empresas pequeñas no han logrado en su gran mayoría migrar a las nuevas tecnologías por factores económicos ya que los costos de mantenimientos son elevados, como es el caso de la empresa que se puso a investigación, por tanto se debe de pensar en una solución tecnológica eficiente que incluya medios visuales atractivos que no requieran de actualizaciones y mantenimientos permanentes.

1.3 Delimitación del problema

- **Campo:** E- Comercio
- **Área:** Diseño de página web.
- **Aspecto:** HTML, PHP
- **Periodo:** 2019

1.4 Formulación del problema

¿Cómo influye la falta de un medio de visualización digital dinámica en la disminución de los clientes del Vigis Salón Spa de la ciudad Guayaquil?

1.5 Evaluación del problema

1.5.1 Delimitado: El presente proyecto será realizado en la empresa Vigis Salón Spa ubicado en el sector Urdesa Central de la Ciudad de Guayaquil.

1.5.2 Claro: El problema de fondo es la falta de promoción, que involucra el enfoque erróneo con su página web actual donde no orienta ni llama la atención para poder lograr la meta deseada que es la captación de nuevos clientes.

1.5.3 Evidente: A breves rasgos se aprecia una baja de los ingresos que se ve reflejado en que el establecimiento no se llena en su capacidad total, existiendo horas totalmente holgadas sin trabajo alguno debido al problema antes mencionado.

1.5.4 Concreto: El rediseño de un sitio convencional, a un sitio web dinámico brindará nuevas herramientas para la captación de clientela nueva.

1.5.5 Relevante: El sitio web dinámico con estrategias de marketing digital logrará generar pregnancia en la mente del consumidor (cliente) que a su vez podrá recomendar y así formar una red en cadena para el repotencio amiento de la empresa.

1.5.6 Factible: El presente proyecto permitirá reforzar los conocimientos aprendidos en el aula estudiantil, generando experiencia en los estudiantes.

1.6 Objetivos de la investigación

1.6.1 Objetivo general

Diseñar un sitio web dinámico que aplique estrategias de marketing digital que permita brindar las herramientas para generar publicidades que impulse al Vigis Salón Spa a través del reconocimiento de su marca.

1.6.2 Objetivos específicos

- Analizar el esquema de la empresa para plasmarlo en diseño del sitio web.
- Diseñar un sitio web atractivo para el usuario.
- Gestionar de manera correcta las herramientas que ofrece el sitio.

1.7. Justificación de la investigación

1.7.1 Conveniencia

El presente proyecto pretende generar una mejora en los procedimientos de publicidad a través de la digitalización de sus contenidos mediante las nuevas tecnologías, logrando crear sus publicidades, con una administración propia, sin recurrir a profesionales especializados..

1.7.2 Relevancia social

El proyecto no solo ayudara a que la empresa pueda ganar una presencia solida y remanente en el público digital es decir los usuarios sino que demostrará la importancia de migrar a la utilización de la tecnología, permitiéndoles a aprender y perderle el miedo al mismo y al estudiante a mejorar sus conocimientos mediante la experiencia.

1.7.3 Implicación practica

Con este proyecto la empresa antes mencionada podrá constatar a corto tiempo como la importancia de utilizar una herramienta como la pagina web dinámica ayudara a aumentan los costos es decir: sus ventas y por ende el aumento de su clientela y el interés de los clientes recurrentes.

1.7.4 Utilización metodológica

Este proyecto sirve como modelo para poder implementarlo en otros pequeños negocios que se están viendo afectados por las grandes marcas opacándolos, condenándolos al declive, por esta razón este proyecto es muy viable y factible porque ayudará al desarrollo de la sociedad Guayaquileño, porque mejorando los ingresos, se pueden crear nuevas plazas de empleo.

Con las referencias de este autor nos dice que en una sociedad donde la tecnología se volvió parte de la vida cotidiana de los seres humanos; con ella misma nació la internet que empezó como un proyecto con fines militares en el año 1969 con ARPANET, posteriormente a esto tuvo influencia científica en el año 90 se crea WWW que permitió la apertura al mundo de la mano del navegador de internet, con el paso de los tiempos intercomunicó al mundo y revolucionó la manera de comunicarse desarrollando los tipos de web desde la 1.0 hasta la 3.0 donde la web era solo meramente informativa a poder ser un medio de comunicación en tiempo real mediante el uso de las redes sociales, el nacimiento del multimedia y el dinamismo, de este mismo modo esto cambió las formas de hacer negocios a nivel empresarial de la forma convencional es decir personal con una tienda física, sus formas de darse a conocer, generando publicidades en los medios convencionales tales como: prensa, radio y televisión, con inmersión de las redes sociales en el mundo grandes compañías tales como Coca Cola, Pepsi entre otras reconocidas mundialmente han migrado también a la publicidad por redes sociales donde se está de primera mano con el público objetivo, abriendo un margen muy amplio de oportunidades inimaginables.

2.1.1.2 La llegada del internet al Ecuador

El internet llegó al Ecuador en el año 1991 con la compañía Ecuánnet quien brindó un nodo, pero este servicio era muy costoso y ciertas compañías de gobierno, todo esto por la participación del Banco de Pacífico.

Una de las primeras páginas en el Ecuador fue de carácter deportivo que no solo ayudó a mejorar la comunicación y difusión en ese aspecto si no que abrió puertas para lo que hoy conocemos siendo esto un recurso para pocos por lo costoso que era.

Ilustración 2 La Llegada del internet al Ecuador



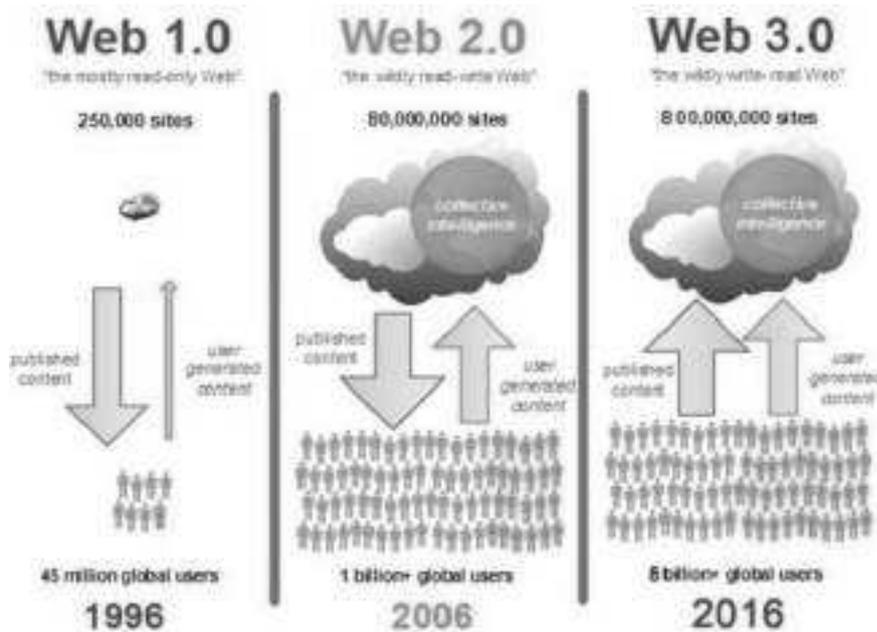
Fuente: <https://confirmado.net/2018/07/02/ecuador-tiene-la-mayor-penetracion-de-internet-en-latinoamerica/>

“Banco del Pacífico fundó la compañía Ecuonet, que funcionaba en el edificio San Francisco. Llegué sin saber a dónde iba a para el deseo de llevar información” (Mite, 2017)

2.1.1.3 Desarrollo de la web

“La página web es el pilar fundamental del marketing digital puesto que es donde la empresa ofrece y vende sus productos y servicios. Por este motivo, tener un sitio web profesional es vital para poder generar confianza en los clientes potenciales y hacer que se animen a tener una relación comercial con tu negocio”. (directo, 2018)

Ilustración 3 Desarrollo de la web



Fuente: <https://edu.glogster.com/glog/evolucion-web-10-20-y-30/2e6qok7b5q2>

En el año 1995 entro ya al ecuador el uso de los exploradores, quedando claro que empieza la W 1.0, a partir del año 2000 se incorpora ya la utilización de las TIC.

La web nació como un recurso de comunicación, para informar para que el mundo pueda enterarse de contenidos relevantes de carácter académico en un principio, cuando aun desconocía el mundo de su verdadero potencial.

Partiendo del origen del internet se puede clasificar desde la web 1.0 hasta web 4.0 que en la actualidad, brinda todas las bondades y facilidades que nos da las redes.

- W 1.0: Nace como proyecto militar, solamente de carácter informativo, dándose a conocer es decir toda información que se iba en una sola dirección.
- W 2.0: Esta versión la venimos a conocer en años posteriores en el 2004 específicamente, donde la comunicación se modifica migrando de la comunicación en una sola vía, a una

retroalimentación completa, permitiendo al usuario también dar su punto de vista.

- W 3.0: En este punto se unifican toda las mejoras de la w 2.0 pero con una mejora increíble, con el nacimiento de los celulares inteligentes, la comunicación empezó a hacer portátil, es decir no necesitamos de estar cerca de un computador para revisar e informarnos, se necesitaba crear algo que permita ver lo mismo y que no retrasara la carga de la información nace la web responsiva es decir adaptable.
- W 4.0: Ya teniendo todas estas mejoras que nos brinda la w 2.0 y 3.0 tenemos recursos increíbles para mejorar la comunicación, implementan recursos que puedan hacer que las aplicaciones te ayuden a la tomas de decisiones, a que te permitan tomar opciones y decidir.

“Consiste en un sistema de información basado en hiper texto(texto que contiene enlaces a otras secciones del documento o a otros documentos)”
(EUATM)

2.1.1.4 Que es el marketing?

“El marketing es un proceso a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la oferta y intercambios de productos”. (Kotler, 2002)

Ilustración 4 Marketing



Fuente: <https://www.merca20.com/marketing-digital-y-estrategias-actuales-lo-que-hay-que-saber/>

La utilización de herramientas de marketing dentro de desarrollo de cualquier proyecto, puede generar respuestas positivas muy interesantes que conllevan a una mejora potencial a corto o largo plazo dependiendo de los planes estratégicos que tengan.

Marketing es también tecnología y competencias, por lo que si la empresa las domina, pasarán a formar parte de su cartera conjuntamente con otras y el análisis íntegro y sinérgico de estas, en función de la entrega de valor al cliente propiciará la competitividad esperada (Fernández, 2003)

2.1.1.5 Importancia del marketing digital

“El marketing digital podría definirse como el conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario”. (Selma & Habyb, 2017)

El marketing de contenido digital se encuentra en una etapa relativamente temprana de desarrollo, y la base de conocimientos está dominada por el

asesoramiento de profesionales y consultores. Por lo tanto, se ha adoptado para este estudio un enfoque inductivo, informado por una postura interpretativa y ejecutada utilizando una metodología cualitativa. Este enfoque es útil para comprender y desarrollar descripciones ricas de las actitudes, percepciones y comportamientos y puede servir de base para la construcción de teoría (Bryman & Bell, 2011)

La utilización del marketing digital en los medios digitales que es el punto de partida donde se mueve el mundo las relaciones personales, se mantienen pero el estar en contacto mediante el uso de una red social o una simple búsqueda de información en la web, abre puertas para que se puedan dar a conocer tanto servicios como productos, donde el comercio hoy por hoy se mueve.

2.1.1.6 Web semántica

“Es la web con representaciones procesables, no sólo por personas, sino por programas que puedan asistir, representar, o reemplazar a las personas en tareas rutinarias o inabarcables para un humano”. (REDONDO DUQUE, 2005)

Ilustración 5 Web Semántica



Fuente: <https://disenowebakus.net/semantica-web.php>

“Este lenguaje se construye mediante códigos y etiquetas, mediante las cuales se le indica al texto cómo debe comportarse dentro de una página

web, el navegador web tiene la responsabilidad de leer e interpretar estos códigos y permite que estos códigos presenten de manera gráfica para la persona que visita la página web” (Montás, 2015).

Esta web le permitirá al diseñador y programador a evitar errores a la hora de programar e estructurar el sitio ya que brinda mejores etiquetas que optimizan las funciones de otras, adicional a esto se empieza a utilizar el término adaptable, con el paso del tiempo las web eran solamente para navegadores de internet en computadores, ahora tenemos dispositivos móviles, donde también se puede acceder a internet entonces dichos equipos, para poder facilitar la carga y la presentación de la información, se crea esta adaptación que normalmente funciona en bloques redimensionándose al dispositivo.

2.1.1.7 Qué es Php?

Ilustración 6 Php



Fuente: <https://xn--master-diseo-khb.com/conceptos-basicos-de-php-y-mysql/>

Este lenguaje nace en el 1994 como una idea para contabilizar el número de visitas que podría realizarse en un modelo de cv en línea y así saber si este cv tenía repercusión pero con el paso del tiempo el creador decidió modificarlo porque en un inicio este lenguaje basado en c, fue puliéndose y enriqueciendo hasta convertirse en lenguaje totalmente moderno capaz de interactuar con bases de datos, de este modo se lo implemento en el medio web para hacer paginas dinámicas.

Este es un lenguaje de programación que funciona del lado del servidor es de propósito muy general y se puede aplicar de muchas maneras dentro de la programación, pero específicamente es para la creación de páginas web le permite el dinamismo que se requiere y facilita las conexiones con bases de datos.

“Php es un lenguaje interpretado del lado del servidor que se caracteriza por su potencia, versatilidad, robustez y modularidad” (Cobo, Gomez, Perez, & Rocha, 2005)

2.1.1.8 Qué es Css?



Fuente: <https://xn--master-diseo-khb.com/conceptos-basicos-de-php-y-mysql/>

Este lenguaje de programación fue un adicional para el conocido html la concepción del mismo era para poder crear un estilo es decir un estándar en cuanto a estética y presentación de los sitios web, se crea un concurso en el año 70 para crear un estándar de las cuales quedan dos propuestas que se acercaban más a lo que se buscaba. Los estándares han ido variando con los años hasta el 2004 donde si implementaron mejoras en la estructura y la optimización.

El css es un lenguaje de diseño gráfico que sirve para dar formato y estilos a los sitios web en conjunto con el html, permitiendo así una extensa gama de posibilidades a la hora de desarrollar un sitio web y

entregar al cliente el producto final, este lenguaje con el tiempo se ha venido modificando gestionando de mejor modo sus recursos, sus posibilidades, el css3 ya ha obtenido mejoras que su antecesor no tenia permitiendo así más dinamismo e optimización.

“La idea de CSS es la de utilizar el concepto de separación de presentación y contenido, intentando que los documentos HTML incluyan sólo información y datos, relativos al significado de la información a transmitir” (Manz, 2018)

2.1.2 Antecedentes referenciales

“Diseño de una página web tipo catalogo para promocionar productos online” (Legña, 2014)

Según Legña, la forma en la que se ha llevado el negocio es tradicional y monótona en la “Boutique de Ropa Familiar”, por lo que se realizó la investigación con lo que se logró obtener los requerimientos del negocio y a nivel tecnológico para la creación de una página web. Con la implementación del sitio web se obtuvo una rápida y precisa información sobre la marca, introduciéndose a las redes sociales de manera sutil para promocionar eficientemente el catálogo de productos; donde los clientes visualizan y comprar los productos. (Legña, 2014)

“Diseño y desarrollo de la página web pirinolas” (Lopez, 2018)

Según López, el resultado de la investigación presentada, es posible concluir que un sitio web (además de ser un medio de consulta mayor) puede ser de gran funcionalidad par el incremento en las ventas de una empresa, así como puede ayudar a que esta misma tenga un alto nivel de expansión. (Lopez, 2018)

“Diseño de página web para la cafetería: Luna de octubre café” (Carillo, 2018)

Según Carillo, Con la implementación del sitio web se obtuvo una rápida y precisa información sobre la marca, introduciéndose a las redes sociales de manera sutil para promocionar eficientemente el catálogo de productos; donde los clientes visualizan y comprar los productos (Carillo, 2018)

2.2 Fundamentación Legal

Título II

DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

Capítulo I

DEL REGISTRONACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

Art. 7.- El Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos estará a cargo de la Dirección Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos del IEPI. (www.propiedadintelectual.gob.ec, 2013)

Art. 8.- En el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos se inscribirán obligatoriamente:

- a) Los estatutos de las sociedades de gestión colectiva, sus reformas, su autorización de funcionamiento, suspensión o cancelación;
- b) Los nombramientos de los representantes legales de las sociedades de gestión colectiva;
- c) Los convenios que celebren las sociedades de gestión colectiva entre sí o con entidades similares del extranjero; y,
- d) Los mandatos conferidos en favor de sociedades de gestión colectiva o de terceros para el cobro de las remuneraciones por derechos patrimoniales. (www.propiedadintelectual.gob.ec, 2013)

Art. 9.- En el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos podrán facultativamente inscribirse:

- a) Las obras y creaciones protegidas por los derechos de autor o derechos conexos;
- b) Los actos y contratos relacionados con los derechos de autor y derechos conexos; y,
- c) La transmisión de los derechos a herederos y legatarios.
(www.propiedadintelectual.gob.ec, 2013)

Art. 10.- Las inscripciones a que se refiere el artículo 9 del presente Reglamento tienen únicamente valor declarativo y no constitutivo de derechos; y, por consiguiente, no se las exigirá para el ejercicio de los derechos previstos en la Ley. (www.propiedadintelectual.gob.ec, 2013)

Art. 13.- La solicitud de inscripción de una obra contendrá:

- a) Título de la obra;
- b) Naturaleza y forma de representación de la obra; y,
- c) Identificación y domicilio del autor o autores.
(www.propiedadintelectual.gob.ec, 2013)

Art. 14.- A la solicitud de inscripción de una obra se acompañará, según el caso, dos ejemplares de la obra o de los medios que permitan apreciarla y el comprobante de pago de la tasa respectiva. El solicitante podrá, a fin de mantener la reserva sobre información controlada, depositar las fijaciones u otros medios que incorporen prestaciones protegidas ante un Notario Público. (www.propiedadintelectual.gob.ec, 2013)

Art. 16.- Las inscripciones de que trata este Capítulo se otorgarán a la sola presentación de la solicitud que contenga los requisitos señalados y los ejemplares de la obra o los medios que permitan apreciarla.
(www.propiedadintelectual.gob.ec, 2013)

Art. 17.- El Director Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos determinará los libros de inscripciones que serán llevados en el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos. (www.propiedadintelectual.gob.ec, 2013)

SECCIÓN V

Publicidad

Art. 92.- Actores de la publicidad.- La interrelación comercial entre los anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación social y demás actores de la gestión publicitaria se regulará a través del reglamento de esta ley, con el objeto de establecer parámetros de equidad, respeto y responsabilidad social, así como evitar formas de control monopólico u oligopólico del mercado publicitario. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

La creatividad publicitaria será reconocida y protegida con los derechos de autor y las demás normas previstas en la Ley de Propiedad Intelectual. Los actores de la gestión publicitaria responsables de la creación, realización y difusión de los productos publicitarios recibirán en todos los casos el reconocimiento intelectual y económico correspondiente por los derechos de autor sobre dichos productos. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

Art. 93.- Extensión de la publicidad.- La extensión de la publicidad en los medios de comunicación se determinará reglamentariamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, con base en parámetros técnicos y estándares internacionales en el marco del equilibrio razonable entre contenido y publicidad comercial. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

Art. 94.- Protección de derechos en publicidad y propaganda.- La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los tratados internacionales. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

Se prohíbe la publicidad engañosa así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

Los medios de comunicación no podrán publicitar productos cuyo uso regular o recurrente produzca afectaciones a la salud de las personas, el Ministerio de Salud Pública elaborará el listado de estos productos . La publicidad de productos destinados a la alimentación y la salud deberá tener autorización previa del Ministerio de Salud. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

La publicidad que se curse en los programas infantiles será debidamente calificada por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación a través del respectivo reglamento. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

El Superintendente de la Información y Comunicación dispondrá la suspensión de la publicidad que circula a través de los medios de comunicación cuando ésta viole las prohibiciones establecidas en este artículo o induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. Esta medida puede ser revocada por el mismo Superintendente o por juez competente, en las condiciones que determina la ley. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

Art. 95.-Inversión pública en publicidad y propaganda.- Las entidades del sector público que contraten servicios de publicidad y propaganda en los medios de comunicación social se guiarán en función de criterios de igualdad de oportunidades con atención al objeto de la comunicación, el

público objetivo, a la jurisdicción territorial de la entidad y a los niveles de audiencia y sintonía. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

Se garantizará que los medios de menor cobertura o tiraje, así como los domiciliados en sectores rurales, participen de la publicidad y propaganda estatal. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

Las entidades del sector público elaborarán anualmente un informe de distribución del gasto en publicidad contratado en cada medio de comunicación. Este informe se publicará en la página web de cada institución. La falta de cumplimiento de esta obligación por parte del titular de cada institución pública se sancionará por la Superintendencia de la Información y la Comunicación con una multa equivalente al 35% del total de la remuneración mensual de este funcionario, si n perjuicio de que se publique el informe en el plazo de treinta días. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

El incumplimiento del deber de publicar el informe en el plazo de treinta días, señalado en el párrafo anterior, será causal de destitución del titular de la institución. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

Art. 96.-Inversión en publicidad privada.- Al menos el 10% del presupuesto anual destinado por los anunciantes privados para publicidad de productos, servicios o bienes que se oferten a nivel nacional en los medios de comunicación se invertirá en medios de comunicación de cobertura local o regional. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

Se garantizará que los medios de menor cobertura o tiraje, así como los domiciliados en sectores rurales, participen de la publicidad. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá en el Reglamento correspondiente las condiciones para la distribución equitativa del 10% del presupuesto de los anunciantes entre los medios locales. (www.arcotel.gob.ec, 2013)

2.3 Variables de Investigación

2.3.1 Variable Independiente

Disminución de los clientes

2.3.2 Variable Dependiente

Medio de visualización digital.

2.4 Definiciones Conceptuales

2.4.1 Marketing digital:

Se le conoce como la utilización de formas no convencionales de marketing en las distintas redes sociales actuales para el reconocimiento de marca.

2.4.2 Cliente:

Se denomina con esta etiqueta a quien va recibir un servicio, producto que va, resolver necesidades específicas.

2.4.3 Social media:

Es la estrategia mediante se publicita información de efectos y servicios para compartir sus beneficios, mostrando de que empresas provienen mediante de piezas visuales utilizando los diferentes conductos sociales online.

2.4.4 Diseñar:

Es la pericia de crear objetos físicos y gráficos mediante la creatividad desde 0, desde su representación más básica aplicando bocetos.

2.4.5 Presupuesto:

Consiste en la maquetación de un registro del estado real del cual se cuenta económicamente para así incurrir un gasto fuerte que se planea

incurrir para evitar así contratiempos posteriores que podrían producir una.

2.4.6 Buscadores web:

Son organizadores de los contenidos en el internet para administrar su búsqueda pedida por el navegante activo.

2.4.7 Sitio web:

Es una serie de códigos de textos que funcionan a base de etiquetas que normalmente se pueden escribir y leer en un blog de notas (editor de texto). Que permiten comunicar sobre alguien, o muchos temas diversos de carácter, social y empresarial.

2.4.8 Html:

Este es un lenguaje de programación para el desarrollo de sitios web, que hoy en día se utiliza diversos tipos de lenguajes para desarrollo de sitios web.

2.4.9 TAG:

Es el nombre que se le da a las estructuras que organizan el lenguaje html para desarrollo web.

2.4.10 CSS:

Es el lenguaje para elaboración de estilos que quiere decir, que permite que un sitio web hecho solamente con etiquetas html, obtenga una mejora gráfica atractiva visualmente.

3 CAPITULO III: METODOLOGIA

3.1 Presentación de la Empresa

El Vigis Salón Spa es una empresa que sus inicios fue la visión de una pareja que viajó al extranjero para ahorrar y montar un emprendimiento en el Ecuador a su regreso para generar un capital familiar para sus hijas en año 1987, desde entonces este fue un negocio que creció muy rápidamente recibiendo clientelas que en su tiempo eran de renombre en la ciudad, con el paso del tiempo el negocio ha permanecido hubieron cambios importantes ampliación del mismo nuevos servicios acorde al cambio de tendencias en cuanto a servicios de cuidados de la belleza se refiere.

Ilustración 8 Logo de la empresa



Fuente: Vigis Salón Spa

3.1.1 Misión

Dar el mejor servicio de alta peluquería de calidad respetando los estándares de salud y cuidado para nuestros clientes.

3.1.2 Visión

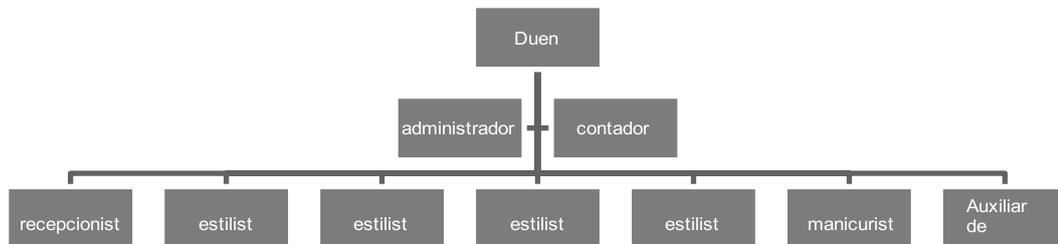
Ser uno de las mejores peluquerías de prestigio y con reputación en la ciudad de Guayaquil.

3.1.3 Ubicación

- **Provincia:** Guayas
- **Ciudad:** Guayaquil
- **Dirección:** Víctor Emilio Estrada y las Monjas.

3.1.4 Estructura Institucional

Ilustración 9 Organigrama del Salón Vigis



Fuente: Organigrama Vigis Salón Spa

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Descriptiva

Según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006) busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población.

Analizando la cita anterior enfocada a este proyecto nos permitirá estudiar y entender cómo podemos atraer la atención de los clientes y de los potenciales clientes del Vigis Salón Spa.

Mediante el diseño y creación de un sitio web renovado acorde a las tendencias del mundo actual, utilizando técnicas de marketing digital tal

como un apartado de reservas en línea y chatbox para estar con el cliente conectado durante su navegación en el sitio web.

Dentro de nuestro material de recolección de los datos será la encuesta.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

El presente proyecto investigativo tomara como referencia para el estudio de la elaboración de un diseño de página web dinámica para el Vigis Salón Spa de la ciudad Guayaquil del Sector Urdesa como punto de referencia la Av. Víctor Emilio Estrada; escogiendo al grupo de trabajo y clientes de pequeña empresa, para poder analizar, conocer la necesidad de potenciar la empresa con la creación de la página web. Para poder obtener la muestra del trabajo investigativo se optó por elegir 20 clientes que vienen al negocio y como se dijo a 7 miembros del equipo de trabajo que se les aplicara la encuesta para la aceptación y viabilidad de este proyecto.

Tabla 1 . Datos de la población

DETALLE	CANTIDAD
Miembros	7
Cliente(Fijos)	10
Posibles Clientes	10
TOTAL	27

Elaborado por: Adrian Moran

3.3.2 Muestra

"Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población" (Mata & al, 1997:19)

Lo que se refiere el autor en su cita es que cualquier tipo de elemento que se pretende estudiar puede servir para el análisis. En cuanto a

elemento cualquier grupo poblacional, analizando los gustos y preferencias de ese modo segmentando la información.

Con la siguiente fórmula se obtiene la muestra de la población:

$$\bar{n} = \frac{N \cdot E^2}{Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde:

N = población total = 27

E = 0.05=5% (error muestra)

P = 0.5 (probabilidad del éxito)

Q = 0.5 (probabilidad del fracaso)

Z = 1.96 (nivel de confianza - 95%)

n = tamaño de la muestra

Administrando los valores en la fórmula:

$$n = \frac{27 \cdot 0.05^2}{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{27 \cdot 0.0025}{1.96^2 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{27 \cdot 0.0025}{1.96^2 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{27 \cdot 0.0025}{1.96^2 \cdot 0.25}$$

$$n = 25$$

3.4 Técnicas e instrumentos de la investigación

3.4.1 La observación

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor

número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. (Perez, 2019)

Como cita se lee en la cita es parte fundamental para este tipo de trabajo porque se analiza correctamente sobre la situación del sujeto a estudiar

3.4.2 La encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos. (Perez, 2019)

Con esta técnica confirmamos la aceptación por parte de los interesados directa o indirectamente sobre la viabilidad del desarrollo del proyecto.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

4.1 Encuestas

1. **Considera usted que el internet se ha convertido en servicio básico como lo es la luz o el agua?**

Tabla 2. Tabulación de Encuesta pregunta 1

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	21	84%
NO	4	16%
Total	25	100%

Elaborado por: Adrián Moran

Ilustración 10 Tabulación pregunta 1



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta nos permitió entender la opinión de las personas en cuanto si el internet es considerado parte de los servicios básicos, los porcentajes son si con 84 % y un no con un 16%.

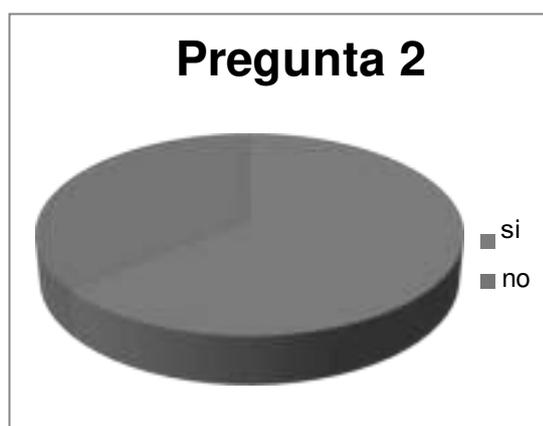
2. Cree usted que el cambio de domicilio de un cliente puede afectar un negocio sea pequeño o mediano?

Tabla 3.Tabulación pregunta 2

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	16	64%
NO	9	36%
Total	25	100%

Elaborado por: Adrian Moran

Ilustración 11 Tabulación pregunta 2



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta nos permitió entender la opinión de las personas en cuanto a la influencia que puede tener el cambio de domicilio de un cliente, los porcentajes son si con 64 % y un no con un 36%.

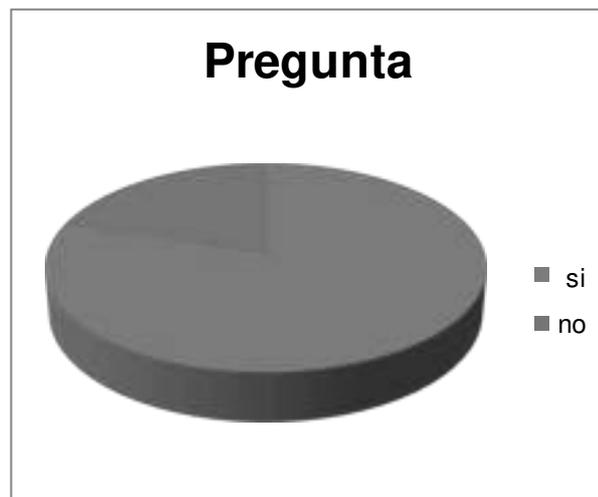
3. Cree usted que la falta de un recurso novedoso puede causar el cansancio y la pérdida de interés de un cliente?

Tabla 4. Tabulación pregunta 3

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	20	80%
NO	5	20%
Total	25	100%

Elaborado por: Adrián Moran

Ilustración 12 Tabulación pregunta 3



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta nos permitió entender la opinión de las personas como repercute la falta de un recurso novedoso en un negocio afecta al mismo, los porcentajes son si con 80 % y un no con un 20%.

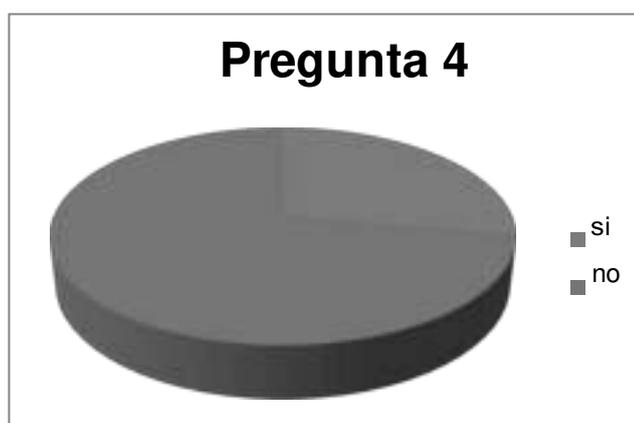
4. Cree usted que el cambio en la infraestructura y ambiente de un negocio es suficiente para mantener la fidelidad y captar nuevos clientes?

Tabla 5. Tabulación pregunta 4

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	7	28%
NO	18	72%
Total	25	100%

Elaborado por: Adrián Moran

Ilustración 13 Tabulación pregunta 4



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta nos permitió entender la opinión de las personas como un cambio de concepto a nivel de local no es suficiente para impulsar un negocio, los porcentajes son si con 28 % y un no con un 72%.

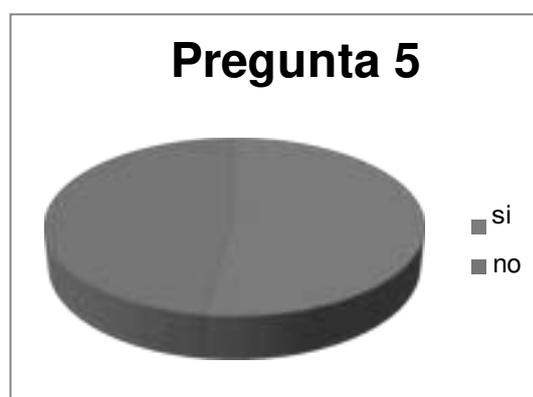
5. Conoce usted el Vigis Salón Spa?

Tabla 6. Tabulación pregunta 5

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	13	52%
NO	12	48%
Total	25	100%

Elaborado por: Adrián Moran

Ilustración 14 Tabulación pregunta 5



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta nos permitió entender la opinión de las personas Si conocían y no el establecimiento el cual se resolverá el problema lo interesante gente que pasa y lo ve otros simplemente no le prestan atención, los porcentajes son si con 52 % y un no con un 48%.

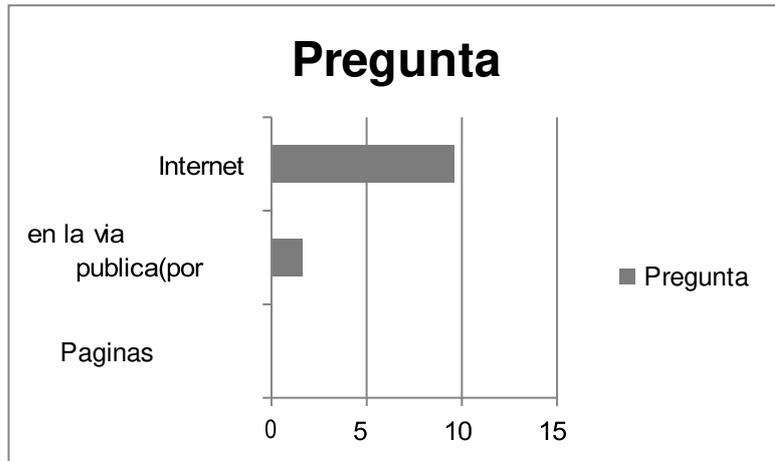
- 6. De la siguientes alternativas escoja cual ha utilizado para obtener información de servicios estéticos:**

Tabla 7. Tabulación pregunta 6

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Páginas Amarillas	0	0% de 100%
En la vía pública(por casualidad)	4	16% de 100%
Internet	24	96% de 100%

Elaborado por: Adrián Moran

Ilustración 15 Tabulación pregunta 6



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta nos permitió entender la opinión de las personas tienen diversas alternativas al momento de elegir la manera en que quieren recibir información acerca de producto o servicio que requieran se lo ha constituido en 3 formas de las cuales se fueron representando en porcentaje del 100%: Páginas amarillas con 0.0%, en la vía pública con 16% y por internet con 96%, demostrando que la internet es un importante herramienta para que la empresa se dé a conocer de mejor manera.

7. Cree usted que el invertir en nuevas tecnologías es algo caro e innecesario?

Tabla 8. Tabulación pregunta 7

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	5	20%
NO	20	80%
Total	25	100%

Elaborado por: Adrián Moran

Ilustración 16 Tabulación pregunta 7



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta nos permitió entender la opinión de las personas si les parece innecesario la inversión en nuevas tecnología y su usabilidad en un negocio, los porcentajes son un no con un 80%.y un si con 20 %.

8. Considera usted necesario que un spa cuente con un sitio web dinámico?

Tabla 9. Tabulación pregunta 8

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	23	92%
NO	2	8%
Total	25	100%

Elaborado por: Adrián Moran

Ilustración 17 Tabulación pregunta 8



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta nos permitió entender la opinión de las personas que les parece muy importante para un negocio de belleza tener una página web dinámica con un 92% afirmando que sí y con un pequeña negativa de 8 %.

9. Considera usted relevante que un sitio web tenga un chat online para asesorarlo en su visita al sitio?

Tabla 10. Tabulación pregunta 9

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	24	96%
NO	1	4%
Total	25	100%

Elaborado por: Adrián Moran

Ilustración 18 Tabulación pregunta 9



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta nos permitió entender la opinión de las personas que les parece muy importante tener un chat en línea que lo atienda en su visita con un 96% afirmando que sí y con un pequeña negativa de 4 %.

10. Considera usted que el sitio web cuente con la gestión de reserva para agilizar y asegurar su turno?

Tabla 11. Tabulación pregunta 10

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
SI	24	96%
NO	1	4%
Total	25	100%

Elaborado por: Adrián Moran

Ilustración 19 Tabulación pregunta 19



Elaborado: Adrián Moran

Análisis e interpretación

En base a la diez pregunta planteadas en las encuestas para el desarrollo de un sitio web dinámico para el Vigis Salón Spa como herramienta para el mejoramiento y el impulso del negocio como una propuesta viable con un 92%. Adicional a esto se desprende otra parte vital para hacer dinámico el sitio es decir saber si los clientes aparte de informarse de los servicios, pueden separar las citas en el sitio. Los clientes y colaboradores cuentan que la idea y esta opción harían más interesante su visita con un 96% afirmando que sí y con un pequeña negativa de 4%.

Para el resto de la encuesta se cubrió a personas de la calle posibles potenciales clientes, direccionando netamente a señoritas transeúntes, que si tenían conocimiento del spa, además de la manera en que comúnmente utilizan para solicitar sus servicios. Cada pregunta fue desarrollada con la intención de demostrar lo necesario que es aplicar un sitio web dinámico con un diseño claro, sencillo y elegante.

4.2 Título de la Propuesta

Diseño de un sitio web dinámico aplicando técnicas de marketing digital para el Vigis Salón Spa de la ciudad de Guayaquil

4.2.1 Descripción del Diseño

El proyecto antes mencionado en el título cual será diseñado de tal manera que, al usuario que busque información del establecimiento pueda ser encontrada en los primeros niveles de búsqueda del motor de google, que la página permita tener la información necesaria de los servicios, y brindar servicio oportuno en línea y poder reservar su turno.

4.2.2 Fundamentación

Luego de haber realizado el respectivo análisis tanto de sus antecedentes, situación actual del centro estético se pudo notar que a pesar de ser una empresa que ha permanecido con los años es decir con antigüedad, ha perdido su clientela debido a la falta de un recurso digital tan importante como un sitio web bien direccionado con las herramientas bien apropiadas pueden ayudar a mejorar su reconocimiento como marca y por ende sus ventas.

4.2.3 Justificación

El fin de este proyecto luego de haber desarrollado una investigación previa tanto sus antecedentes, su presente y futuro, se puede apreciar que a pesar de que un negocio pueda tener años en el mercado con clientela fija es decir de toda la vida, pese a cambios para mejorar la apariencia del establecimiento, si ellos no cuenta y no avanzan con el cambio de era en cuanto tecnología aplicada, al servicio y a la publicidad por temor a incurrir en gastos sumamente onerosos, ya que esto para ellos como empresas pequeñas podría representar un golpe a su economía por eso algo impredecible. Por eso este proyecto se justifica ya que con la información adecuada sobre el diseño de un sitio web dinámico puede abrirles las puertas, a una extensa gama de clientes ya que el internet conecta no solo una ciudad sino más regiones permitiéndoles darse a conocer, mediante servicio y atención oportuna con calidad sobre sus competidores, interactuando con sus clientes.

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivo general

Diseñar un sitio web dinámico aplicando técnicas de marketing digital de diseño limpio y claro fácil entendimiento para ayudar al mejoramiento del reconocimiento del Vigis Salón Spa a través de esta herramienta de comunicación.

4.3.2 Objetivos Específicos

- Diseñar una página web clara y elegante.
- Aplicar los conocimientos aprendidos en las aulas de clase.
- Diseñar las estructuras del sitio.

4.4 Estudio de factibilidad

4.4.1 Administrativo

Esta sección de la factibilidad es importante ya que la importancia del dueño para la aprobación de desarrollo de este proyecto, le da la seguridad de que el desarrollo de este diseño de página web dinámica va a beneficiar para la mejora del local.

4.4.2 Técnico

Esta sección de la factibilidad se la coloca ya que el diseño del sitio será concebido para ser muy intuitivo, de fácil manejo para el usuario que entre al mismo de este modo evitar el cansancio visual y elaburrimiento.

4.4.3 Legal

En esta sección lo que se quiere dar a conocer es que el sitio cumple con todos los requisitos por la ley y no tendría ningún tipo de dificultad para su realización.

4.5 Ubicación

La empresa a solucionar problema se llama Vigis Salón Spa y se encuentra ubicada en la ciudadela Urdesa central de la ciudad de Guayaquil en las calles Víctor Emilio Estrada y las Monjas.

Ilustración 20 Mapa de la ubicación de la empresa



Fuente: Google Maps

Ilustración 21 Foto del área del local



Fuente: Google Maps

Tabla 12 Información de la ubicación

INFORMACION DE LA UBICACIÓN	
País:	Ecuador
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Espacio:	Vigis Salón Spa
Población:	Propietarios, empleados y clientes
Ubicación:	Victor Emilio Estrada y las monjas

Fuente: Adrián Moran

4.6 Descripción de la propuesta

Para el desarrollo del presente proyecto descrito anteriormente en estos capítulos, como solución de la propuesta a la problemática será, de diseñar un sitio web dinámico, aplicando técnicas de marketing digital, utilizando software de desarrollo por computadora tales como:

- Html 5
- Css
- Php
- Javascript
- Zendek(aplicación web)
- Photoshop

Detalle de cada programa utilizado:

Html5

Fue utilizado para realización de la maquetación y diagramación de las páginas web, cabe recalcar que es el lenguaje para realización del cuerpo del sitio.

Css

Fue utilizado para realización de los estilos de cada página web es decir que si n este lenguaje no se hubiese podido dar una apariencia estilizada y entretenida; se mostraría el contenido plano.

Php

Fue utilizado para realización de los script de código de php para ciertas funciones dentro del sitio tales como el formulario de contactos, formulario de reservas y caja de comentarios. Permitiendo así la interacción del usuario con la página.

Javascript

Fue utilizado para realización de los script que permiten darle el dinamismo al sitio es decir como serie el movimiento de un sitio web a una página, también el loader que sale al inicio de la página y el chat en vivo.

Zendek

Esta es una aplicación web que permite colocar en un sitio web a medida widget una chat en línea, mediante un script. Que será manipulado por un panel del mismo proveedor, facilitando así la labor de atención al cliente

Photoshop

Este software de generación de gráficos por computadora permitió preparar las imágenes que fueron utilizadas para el sitio

A continuación se detallara el sitio web:

Sitio web realizado a una sola página (responsive)

Contiene 5 secciones:

- Equipo
- Servicios
- Noticias
- Testimonio
- Contacto
- Video Blog(enlace externo)

Paginas con contenidos php

- Reservas
- Noticias

Ilustración 22 Mapa del sitio Vigis



Fuente: Adrián Moran

4.7 Cronograma de Actividades

Ilustración 23 Diagrama de actividades

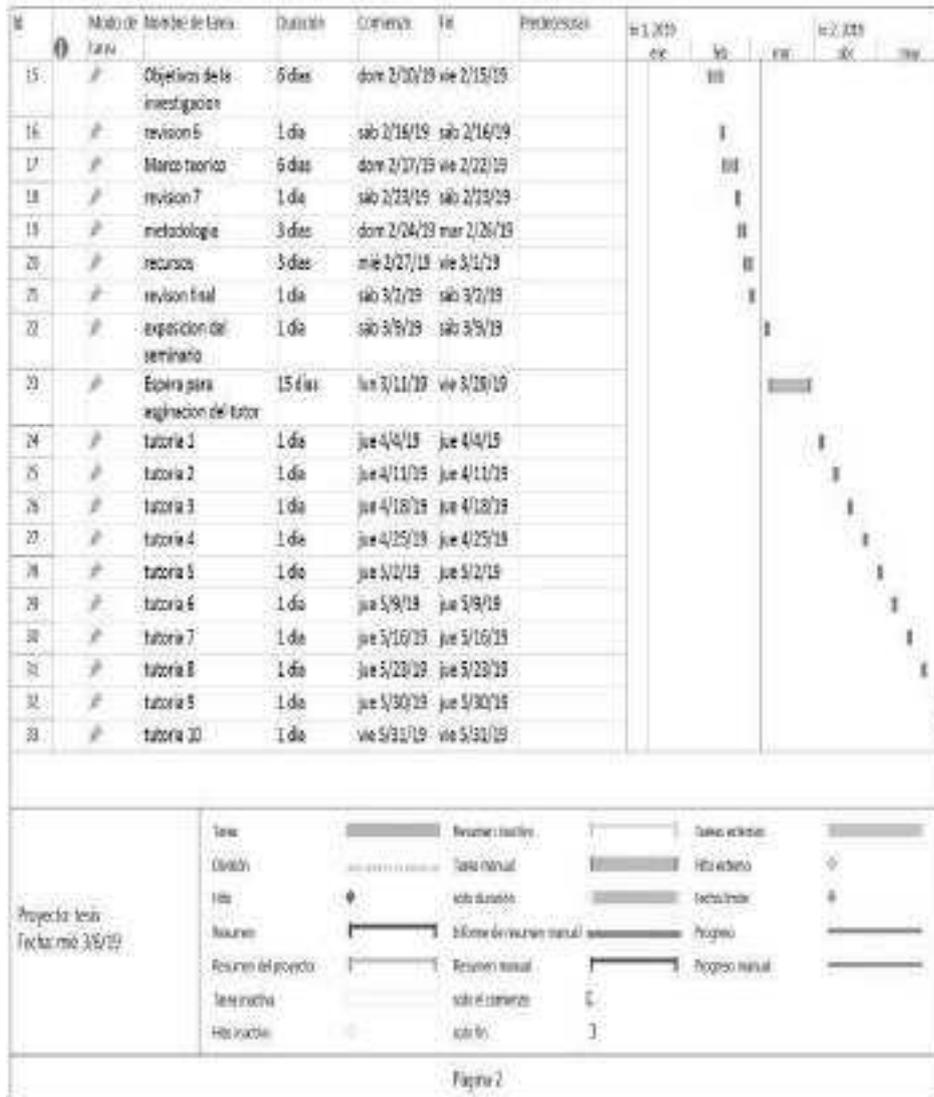
Id	Módulo de tarea	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras	14/1/2019				
							ene	feb	mar	abr	may
1	✓	Elaboración de Tesis	301 días	sáb 1/12/19	vie 5/23/19						
2	✓	Introducción a la tesis	1 día	sáb 1/12/19	sáb 1/12/19		■				
3	✓	Recopilación de información	3 días	dom 1/13/19	mar 1/15/19		■				
4	✓	antecedentes de la investigación I(parte)	3 días	mié 1/16/19	vie 1/18/19		■				
5	✓	revisión uno	1 día	sáb 1/19/19	sáb 1/19/19		■				
6	✓	antecedentes de la investigación II(parte)	4 días	dom 1/20/19	mié 1/23/19		■				
7	✓	planteamiento del problema I parte	2 días	jue 1/24/19	vie 1/25/19		■				
8	✓	revisión 2	1 día	sáb 1/26/19	sáb 1/26/19		■				
9	✓	delimitación del problema	6 días	dom 1/20/19	vie 1/25/19		■				
10	✓	revisión 3	1 día	sáb 1/26/19	sáb 1/26/19		■				
11	✓	variables de la investigación	6 días	dom 1/27/19	vie 2/1/19		■				
12	✓	revisión 4	1 día	sáb 2/2/19	sáb 2/2/19		■				
13	✓	justificación de la investigación	6 días	dom 2/3/19	vie 2/8/19		■				
14	✓	revisión 5	1 día	sáb 2/9/19	sáb 2/9/19		■				

Proyecto tesis Fecha: mié 16/1/19	Tarea	██████████	Resumen ejecutivo	┌──────────┐	Tareas externas	██████████
	Oración	Tarea manual	██████████	Hito externo	○
	Mis	⚡	sin duración	██████████	Fecha límite	⚡
	Recursos	┌──────────┐	Informe de recursos manual	██████████	Progreso	▬
	Diagrama del proyecto	┌──────────┐	Resumen manual	┌──────────┐	Progreso manual	▬
	Tarea rutinaria	▬	solo al comienzo	█		
	Hito rutinario	○	solo fin	┘		

Página 1

Fuente: Adrián Moran

Ilustración 24 Diagrama de actividades 2



Fuente: Adrián Moran

4.8 Determinación de Requerimientos

4.8.1. Hardware

Tabla 13 Requerimiento Hardware

ITEM	DESCRIPCIÓN	UBICACION
1	Computadora	Local
1	Impresora a laser hp	Local
1	Proveedor de internet	Local
1	Energía eléctrica	Local

Fuente: Adrián Moran

4.8.2 Software

Tabla 14 Requerimiento de software

ITEM	DESCRIPCIÓN	CARACTERISTICA
1	Navegador Web	Visualizar sitio
1	Window 7	Sistema operativo
1	Dominio web	Nombre de la pagina con terminación .com
1	Servidor web	Compra de elección del cliente
3	HTML5,PHP,CSS	Lenguajes de programación

Fuente: Adrián Moran

4.9 Presupuesto

Tabla 15 Presupuesto de desarrollo de tesis

ITEM	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	Computadora	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Impresora a laser hp	\$ 359,00	\$ 359,00
1	Window 7	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Software de widget	\$15.00	\$15.00
1	Servicio de internet	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Energía eléctrica	\$ 30,00	\$ 30,00
		TOTAL FINAL	\$ 894,00

Fuente: Adrián Moran.

Tabla 16 Presupuesto de desarrollo de sitio web

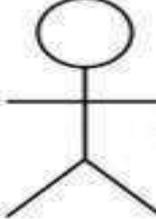
ITEM	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	Diseño y maquetación del sitio web	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Levantamiento de información	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Desarrollo del sitio web	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Software de desarrollo	-----	-----
1	Software de gráficos por computadora	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Hosting y server web	\$ 80,00	\$ 80,00
		TOTAL FINAL	\$ 710,00

Fuente: Adrián Moran.

4.10 Diagramas del Sistema.

4.10.1 Diagrama de caso de uso.

Tabla 17 Simbología para caso de uso

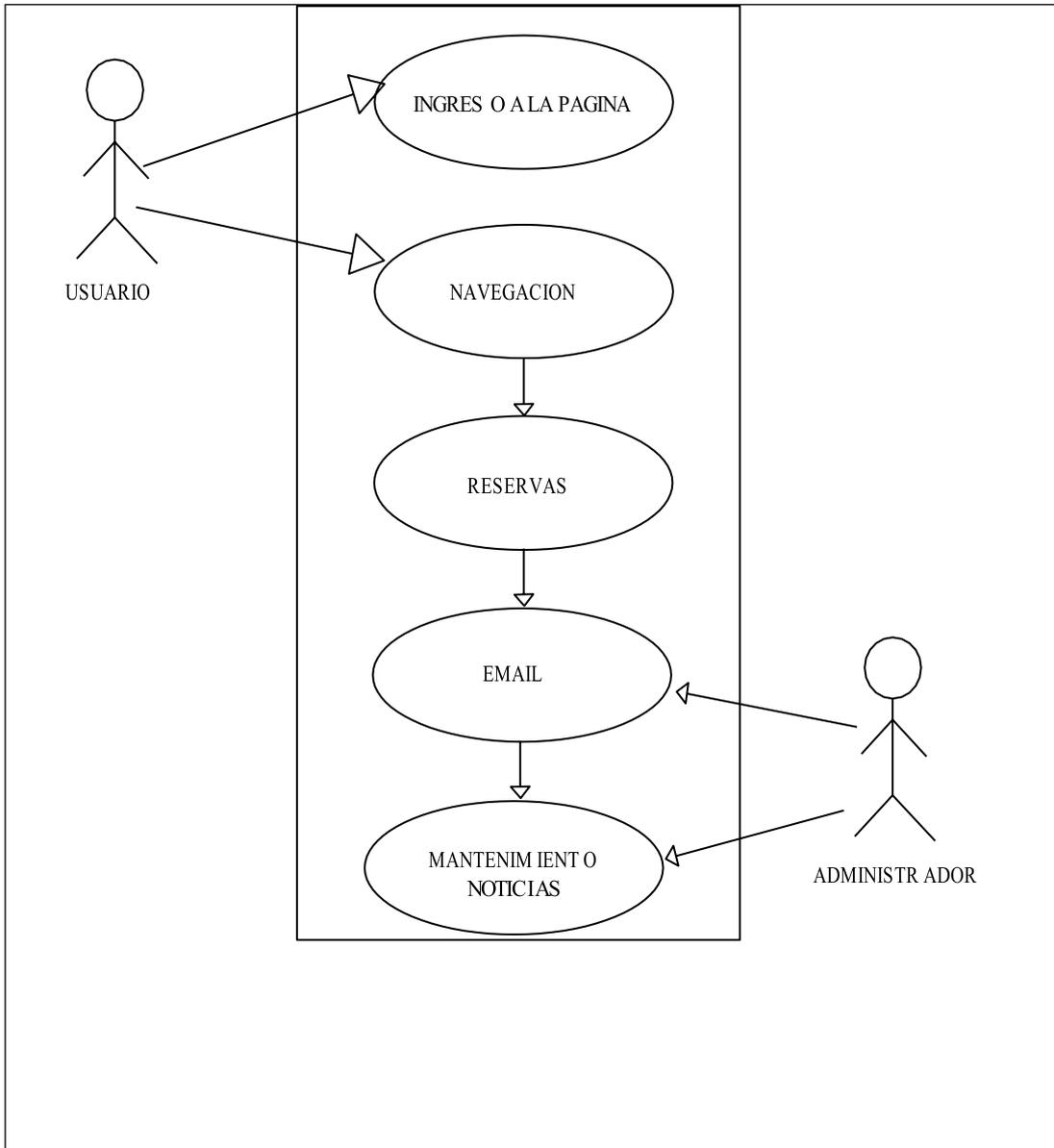
SIMBOLOGIA PARA EL DIAGRAMA DE CASO DE USO		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
		Actor
		Conector
		Caso de uso

Fuente: Adrián Moran

Estas son las simbologías básicas para detallar cómo será la interacción del usuario con la página web.

Tabla 18 Diagrama de caso de uso general

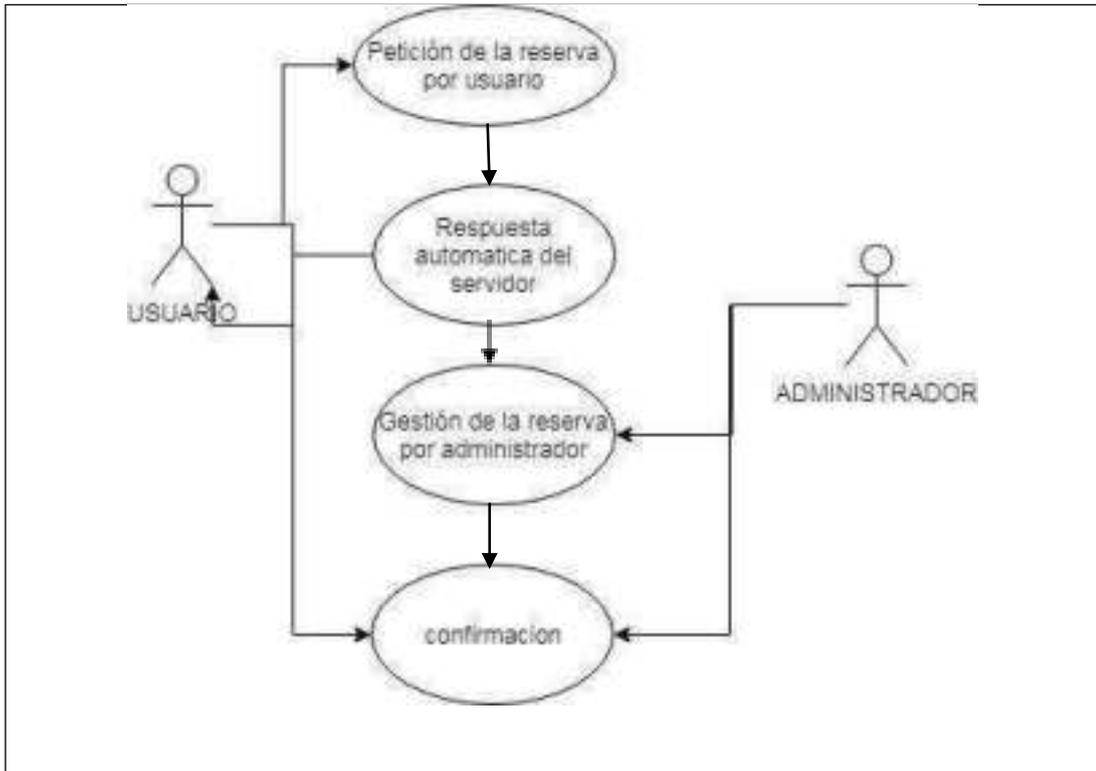
DIAGRAMA DE CASO DE USO		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019



Fuente: Adrian Moran

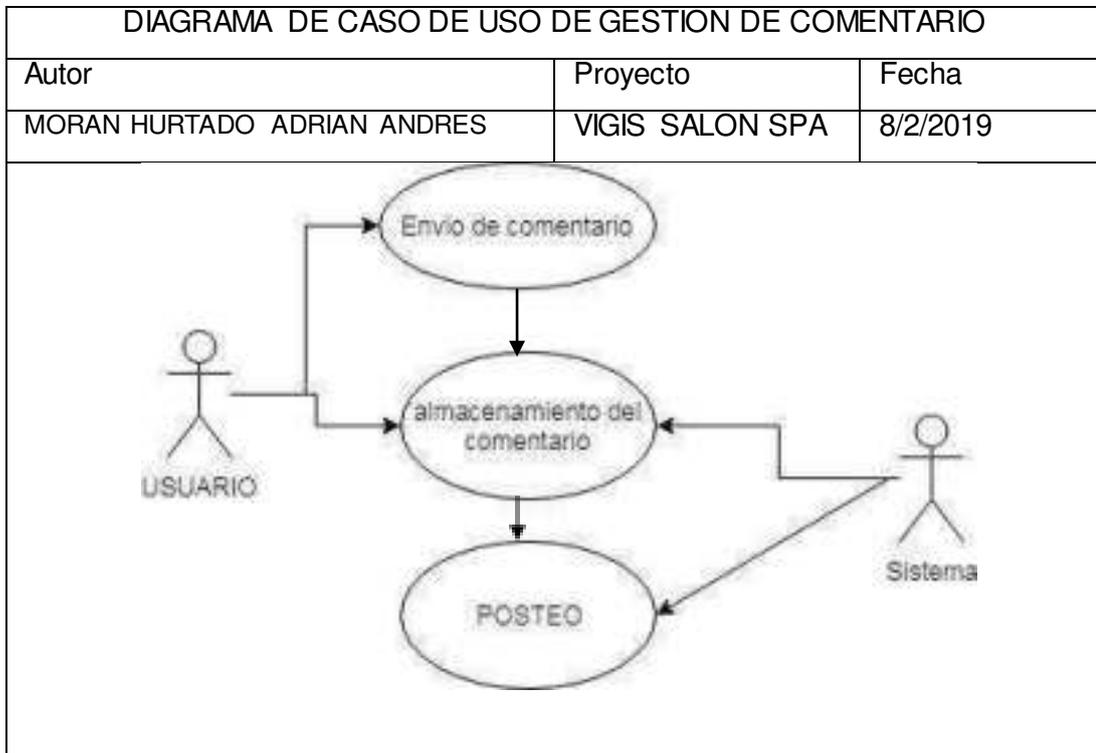
Tabla 19 Diagrama de caso de uso de gestión de reserva

DIAGRAMA DE CASO DE USO DE GESTION DE RESERVA		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019



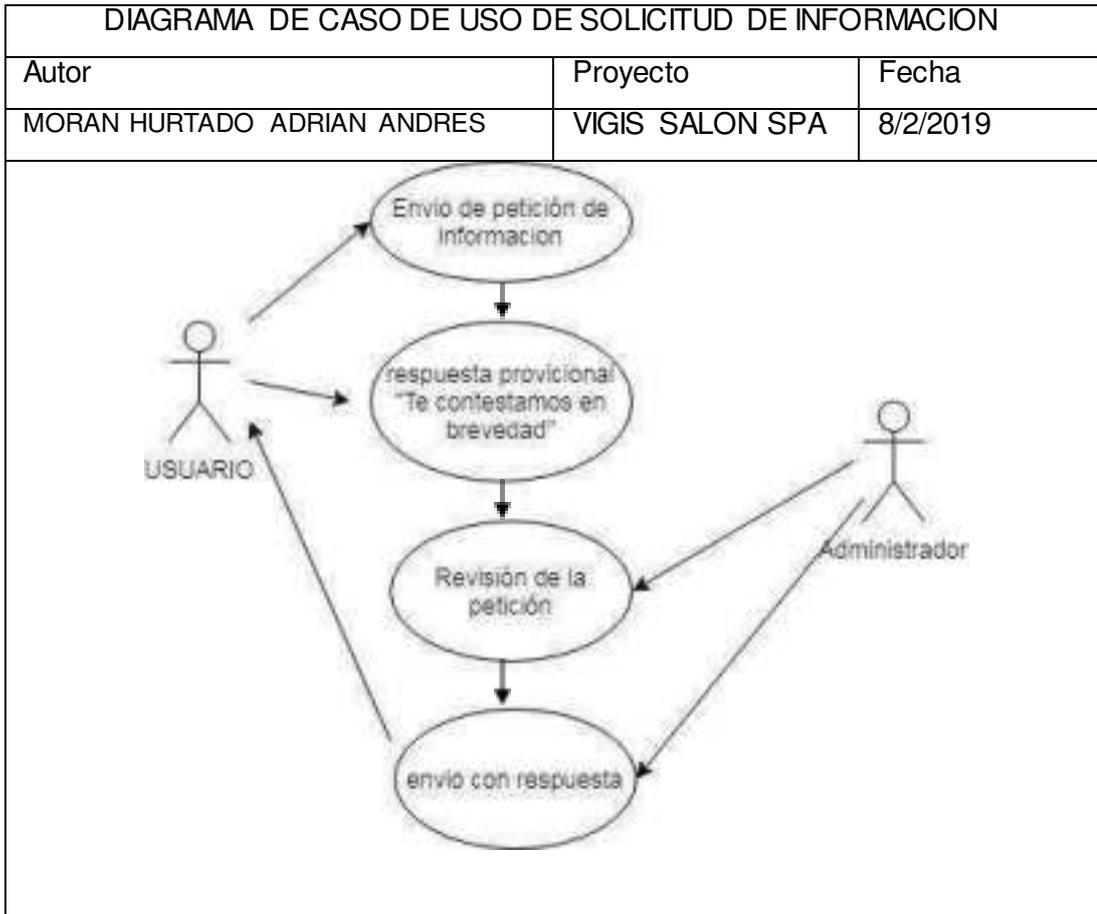
Fuente: Adrian Moran

Tabla 20 Caso de uso de gestión de comentario



Fuente: Adrian Moran

Tabla 21 Caso de uso petición de información



Fuente: Adrian Moran

4.10.2 Diagrama de flujo de datos

Tabla 22 Simbología para DFD

SIMBOLOGIA PARA EL DIAGRAMA DE FLUJO DE DATOS		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
	INICIO O FIN	
	FLUJO	

	TAREA
	ALMACENAMIENTO

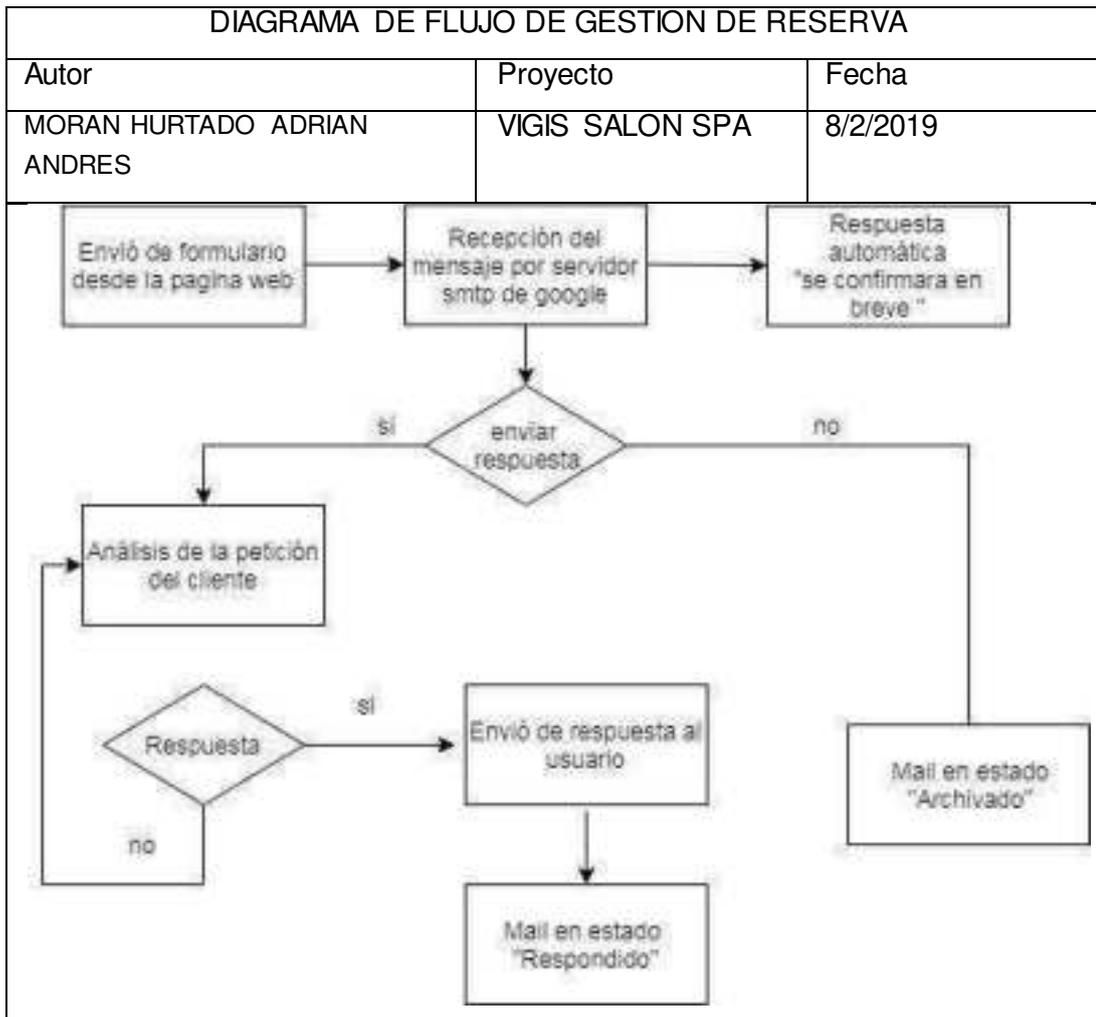
Fuente: Adrián Moran.

Tabla 23 Diagrama DFD



Fuente: Adrián Moran.

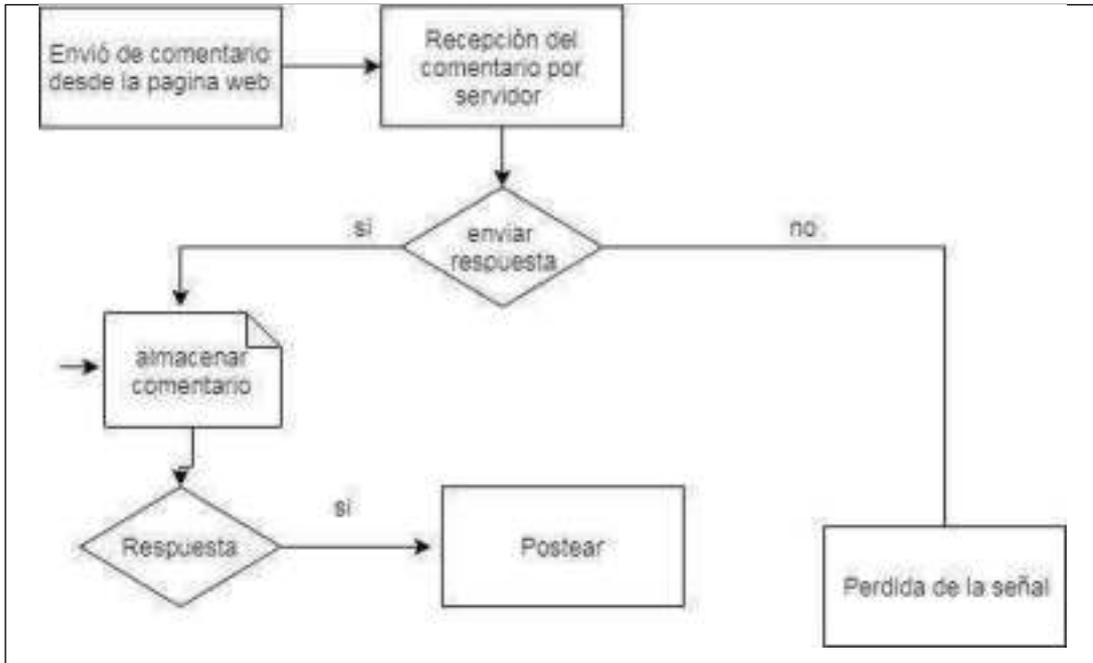
Tabla 24 Diagrama de flujo de gestión de reserva



Fuente Adrian Moran

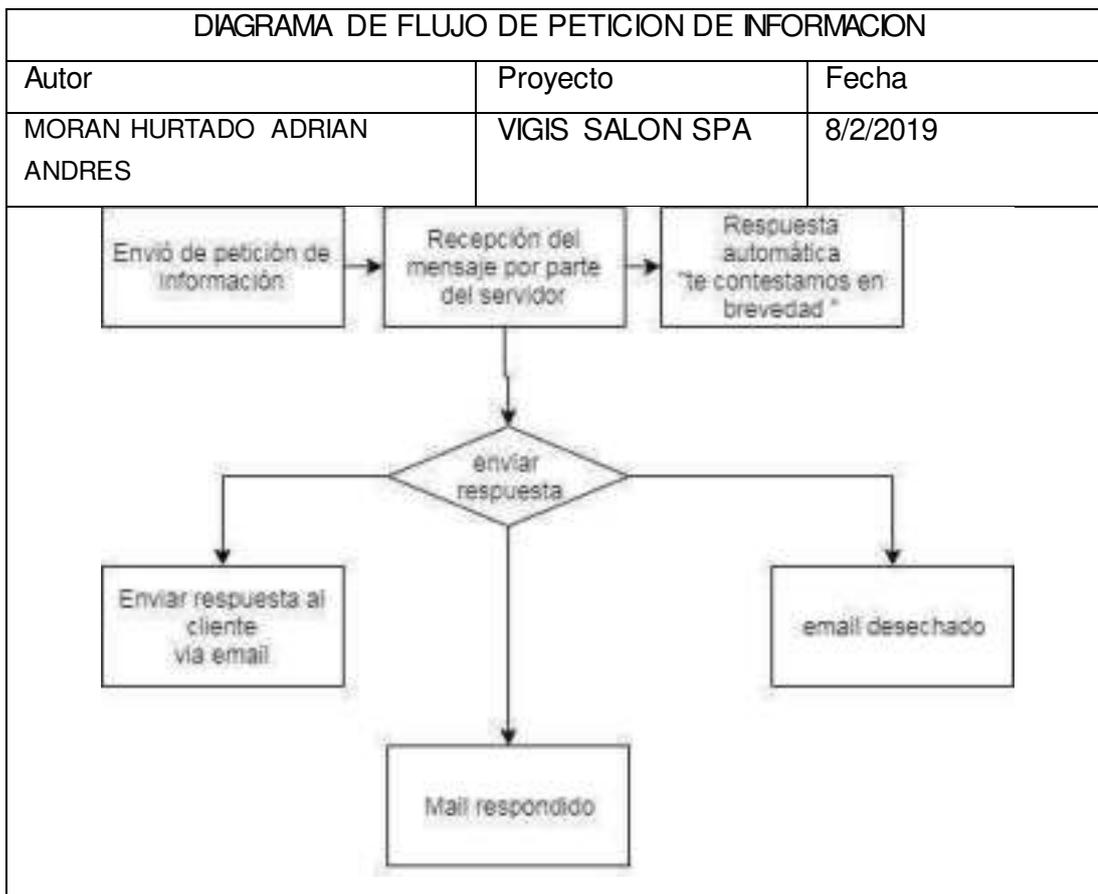
Tabla 25 Diagrama de flujo de gestión de comentario

DIAGRAMA DE FLUJO DE GESTION DE COMENTARIO		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019



Fuente: Adrian Moran

Tabla 26 Diagrama de flujo petición de información



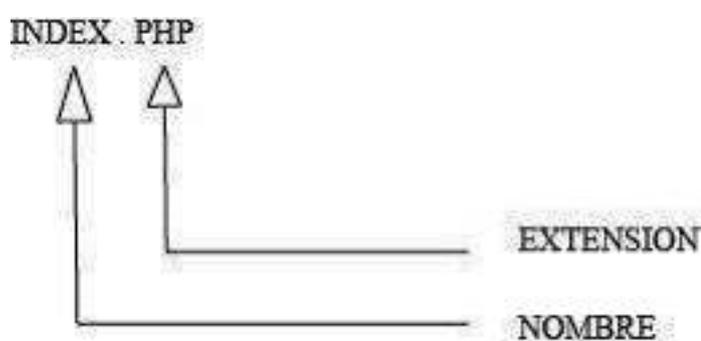
Fuente: Adrian Moran

4.11 Estandarización de Formatos

4.11.1 Formato para páginas web

Para hacer mejor el desarrollo y elaboración del sitio web, se optó por utilizar nombres de fácil retención acorde a la esencia de la empresa, y de tal modo poder llevar el orden jerárquico adecuado para la distribución del código. En el caso de la página principal como estándar general siempre se lo llamara index.php.

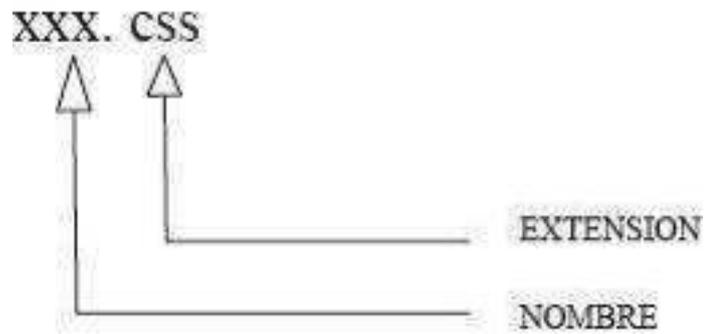
El formato a respetarse será:



4.11.2 Formato para archivos CSS

Estos archivos son los responsables de darle el estilo y la apariencia agradable a los bloques de etiquetas html, los nombres serán escritos en minúscula teniendo referencia al nombre del elemento padre que es archivo php. Es decir si el archivo padre se llama reserva.php, su archivo css será reserva.css.

El formato a respetarse es este:



4.11.3 Formato para archivos javascript

Estos archivos son los responsables de darle el dinamismo a la página web. Los nombres serán escritos en minúscula y nombres según los estándares tales como main.js.

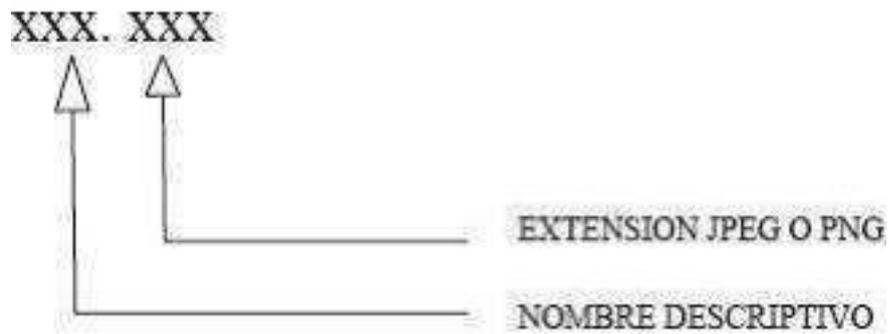
El formato a respetarse es este:



4.11.4 Formato para imágenes

Las páginas contendrán imágenes para explicar ciertos artículos, dar información sobre el grupo de trabajo, presentación del mismo sitio. Los mismo que contendrá dos esti los tales como .png y .jpeg. Es decir logo.png.

El formato general es:



4.12 Diseño de pantallas

Tabla 27 Diccionario de componentes

COMPONENTE	DESCRIPCION
Btn	Este componente es un botón
Txt	Este componente es un input que puede ser como cuadro de texto o text área
Frm	Este componente es un formulario
Lbl	Este componente es un label
Img	Este componente es para las imágenes
Dtl	Este componente es un data list

Fuente: Adrian Moran.

4.12.1 Reservas

Tabla 28 PANTALLA RESERVA

PAGINA RESERVA.PHP		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019

Esta pantalla permite solicitar una cita para cualquier servicio que posteriormente será reconfirmada via correo electrónico.

The screenshot shows a web form titled "Separa tu cita" with the following fields and callouts:

- 1: Label "Nombres:"
- 2: Input field for "Nombres:"
- 3: Label "Estilista:"
- 4: Data list for "Estilista:"
- 5: Label "Servicio:"
- 6: Data list for "Servicio:"
- 7: Label "Fecha:"
- 8: Date picker for "Fecha:"
- 9: Label "Hora:"
- 10: Time picker for "Hora:"
- 11: Label "Correo:"
- 12: Input field for "Correo:"
- 13: Label "Telefono:"
- 14: Input field for "Telefono:"
- 15: Label "Alguna informacion adicional:"
- 16: Input field for "Alguna informacion adicional:"
- 17: "Enviar" button

<u>item</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u>lbl-nombres</u>	<u>Para mostrar un encabezado con el nombre</u>
<u>2</u>	<u>txt-nombres</u>	<u>Se escribe los nombres del usuario que va reservar</u>
<u>3</u>	<u>lbl-estilista</u>	<u>Para mostrar un encabezado del estilista</u>
<u>4</u>	<u>dtl-estilista</u>	<u>Este es un data list donde permitirá escoger la persona con la que se quiera atender</u>
<u>5</u>	<u>lbl-servicio</u>	<u>Para mostrar un encabezado del servicio</u>
<u>6</u>	<u>dtl-servicio</u>	<u>Este es un data list donde permitirá escoger el servicio que quieren recibir</u>
<u>7</u>	<u>lbl-fecha</u>	<u>Para mostrar un encabezado de la fecha</u>
<u>8</u>	<u>date</u>	<u>Para poder escoger la fecha que quieran atenderse</u>
<u>9</u>	<u>lbl-hora</u>	<u>Para mostrar un encabezado de la hora</u>
<u>10</u>	<u>time</u>	<u>Para poder escoger la hora de la atención</u>

<u>11</u>	<u>lbl-correo</u>	<u>Para mostrar un encabezado del correo</u>
<u>12</u>	<u>txt-correo</u>	<u>Se escribe el correo electrónico del cliente</u>
<u>13</u>	<u>lbl-telefono</u>	<u>Para mostrar un encabezado del teléfono</u>
<u>14</u>	<u>txt-telefono</u>	<u>Se escribe el teléfono del cliente</u>
<u>15</u>	<u>lbl-info</u>	<u>Para mostrar un encabezado de información adicional</u>
<u>17</u>	<u>txt-info</u>	<u>Se escribe información adicional a preferencia del cliente</u>
<u>18</u>	<u>Btn-submit</u>	<u>Este botón hace la gestión de enviar la petición via correo electrónico del salón para su posterior confirmación vía email al cliente</u>

Fuente: Adrián Moran.

4.12.2 Comentarios

Tabla 29 Sección comentario

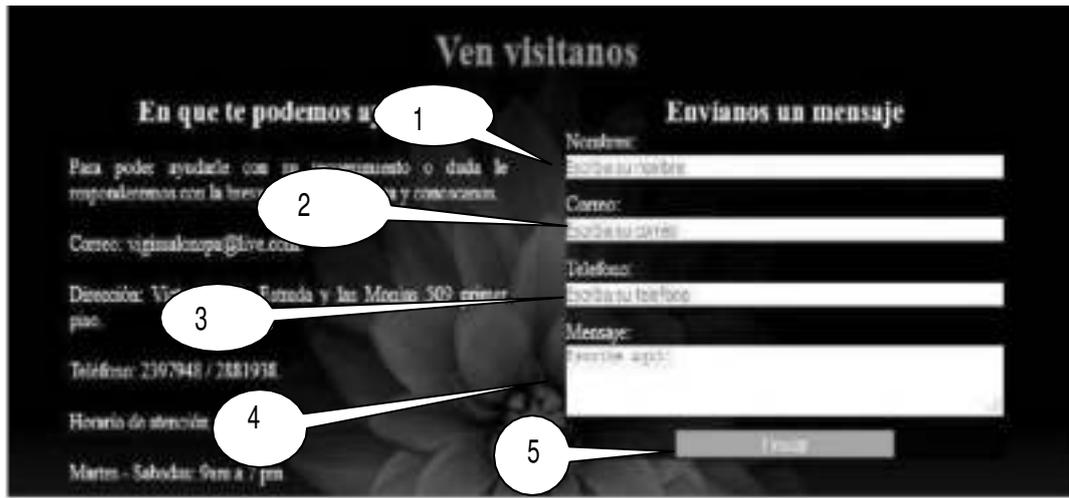
SECCION COMENTARIO TANTO EN RESERVA COMO NOTICIAS		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
<p><u>Esta sección de la pantalla permite al usuario colocar comentarios sobre el tema o el servicio que quieren recibir al momento.</u></p> 		

<u>item</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u>txt-comentario</u>	<u>Se escribe el comentario</u>
<u>2</u>	<u>txt-nombres</u>	<u>Se escribe los nombres del usuario que va a comentar</u>
<u>3</u>	<u>txt-asunto</u>	<u>Se escribe el asunto del comentario</u>
<u>4</u>	<u>btn-comentar</u>	<u>Este botón hace la gestión de publicar</u>

Fuente: Adrián Moran.

4.12.3 Contacto

Tabla 30 Sección Contacto

SECCION CONTACTO		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
<p><u>Esta sección de la pantalla permite al usuario enviar alguna consulta sobre el tema o el servicio al salón.</u></p> 		
<u>Item</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u>txt-nombres</u>	<u>Se escribe el nombre del usuario</u>

<u>2</u>	<u>txt-correo</u>	<u>Se escribe el correo del usuario</u>
<u>3</u>	<u>txt-telefono</u>	<u>Se escribe el teléfono del usuario</u>
<u>4</u>	<u>txt-mensaje</u>	<u>Se escribe mensaje</u>
<u>5</u>	<u>btn-enviar</u>	<u>Este botón hace la gestión de enviar el formulario de contacto</u>

Fuente: Adrian Moran.

4.13 Pantallas del sitio web

Tabla 31 Descripción de la sección home

SECCION HEADER		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
<u>Esta sección es prácticamente el index.</u>		
		
<u>Item</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u><Div ></u>	<u>Es una etiqueta html 5 que representa un bloque.</u>
<u>2</u>	<u><nav></u>	<u>Esta sirve para definir el menú dentro</u>

		<u>de html5</u>
<u>3</u>	<u></u>	<u>Esta sirve para colocar imagen tanto formato png, jpg o gifs</u>
<u>4</u>	<u><a></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir enlaces</u>
<u>5</u>	<u><h1></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un estilo de titulo</u>
<u>6</u>	<u><h2></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un estilo de titulo</u>
<u>7</u>	<u></u>	<u>Esta sirve para colocar imagen tanto formato png, jpg o gifs</u>
<u>8</u>	<u><script></u>	<u>Esta etiqueta representa a los script que se utilizan en este caso para vincular el chatbox</u>

Fuente: Adrian Moran

Tabla 32 Descripción sección equipo.

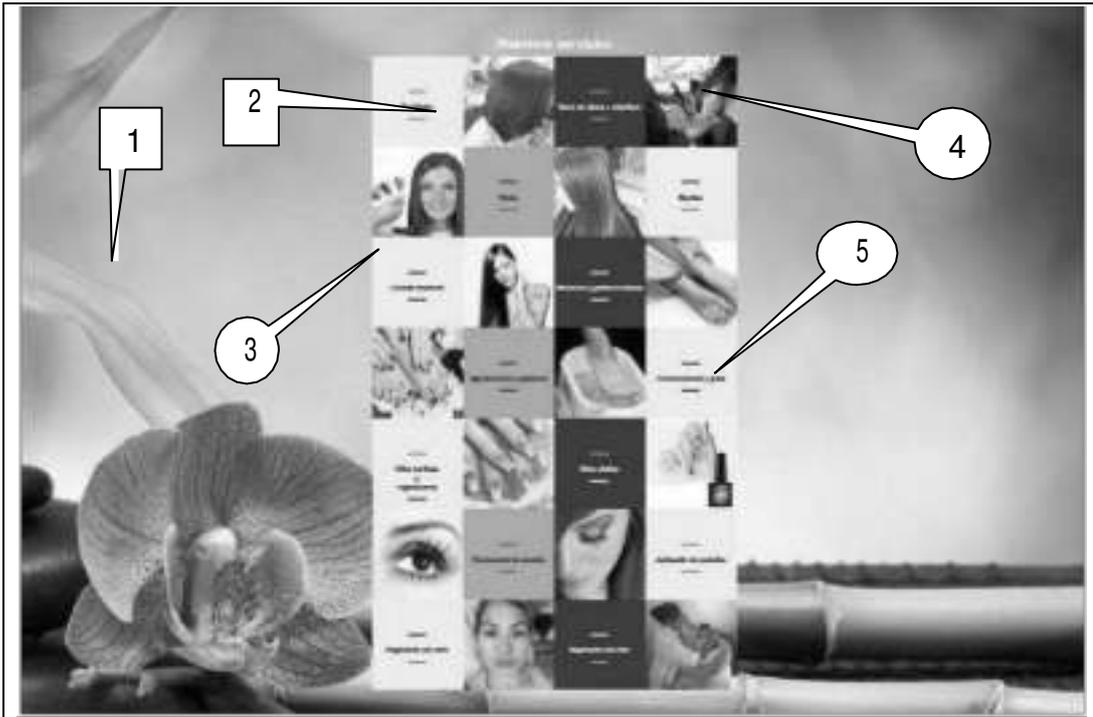
SECCIÓN EQUIPO		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
<p><u>Esta sección es la del equipo donde se presentan a los colaboradores</u></p> 		

<u>Item</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u><Div ></u>	<u>Es una etiqueta html 5 que representa un bloque.</u>
<u>2</u>	<u><nav></u>	<u>Esta sirve para definir el menú dentro de html5</u>
<u>3</u>	<u></u>	<u>Esta sirve para colocar imagen tanto formato png, jpg o gifs</u>
<u>4</u>	<u><a></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir enlaces</u>
<u>5</u>	<u><h1></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un estilo de titulo</u>
<u>6</u>	<u><p></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un párrafo</u>
<u>7</u>	<u></u>	<u>Esta sirve para colocar imagen tanto formato png, jpg o gifs</u>
<u>8</u>	<u><script></u>	<u>Esta etiqueta representa a los script que se utilizan en este caso para vincular el chatbox</u>

Fuente: Adrian Moran.

Tabla 33 Descripción sección servicios

SECCION SERVICIOS		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
<p><u>Esta sección es la de los servicios organizados con div apropiadamente organizados para dar ese aspecto</u></p>		



<u>Item</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u><Div ></u>	<u>Es una etiqueta html 5 que representa un bloque.</u>
<u>2</u>	<u><h1></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un estilo de titulo</u>
<u>3</u>	<u><div></u>	<u>Es una etiqueta html 5 que representa un bloque en este caso para servir como fondo para el texto</u>
<u>4</u>	<u></u>	<u>Esta sirve para colocar imagen tanto formato png, jpg o gifs</u>
<u>5</u>	<u><p></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un párrafo</u>

Fuente: Adrian Moran.

SECCION NOTICIAS		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019

Esta sección es la de las noticias organizados con div apropiadamente organizados para dar ese aspecto



<u>Ítem</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u><Div ></u>	<u>Es una etiqueta html 5 que representa un bloque.</u>
<u>2</u>	<u><h1></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un estilo de titulo</u>
<u>3</u>	<u><h2></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un estilo de titulo</u>
<u>4</u>	<u><p></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un párrafo</u>
<u>5</u>	<u></u>	<u>Esta sirve para colocar imagen tanto formato png, jpg o gifs</u>
<u>6</u>	<u>btn</u>	<u>Este representa un botón que redirecciona la pagina noticias</u>
<u>7</u>	<u><script></u>	<u>Este un script que permite la vinculación y funcionamiento de la caja de chat</u>

Fuente: Adrian Moran.

Tabla 34 Descripción sección contacto

SECCION CONTACTO		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN	VIGIS SALON SPA	8/2/2019

Esta sección es la de las noticias organizados con div apropiadamente organizados para dar ese aspecto

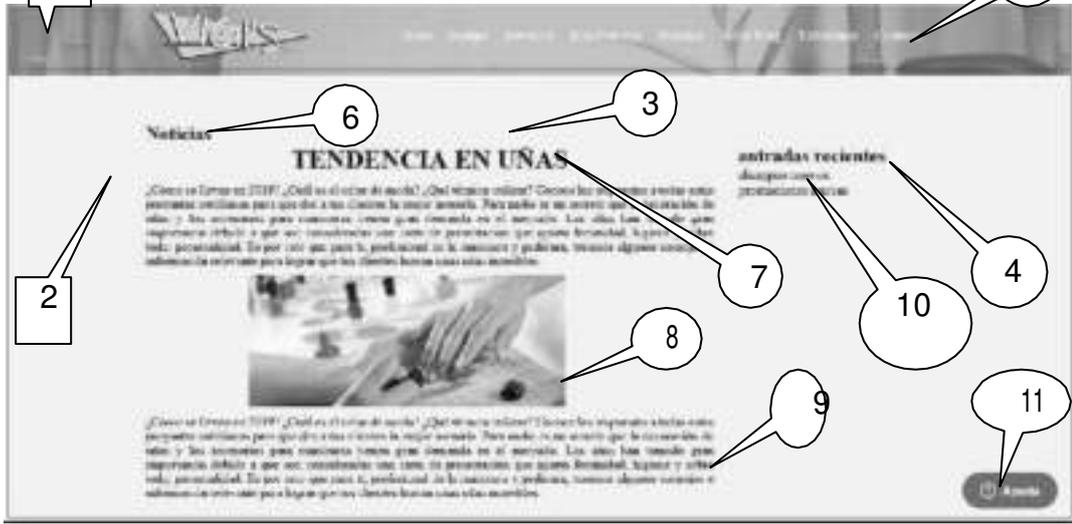


<u>Item</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u><Div ></u>	<u>Es una etiqueta html 5 que representa un bloque.</u>
<u>2</u>	<u><h1></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un estilo de titulo</u>
<u>3</u>	<u><h2></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un estilo de titulo</u>
<u>4</u>	<u><p></u>	<u>Esta etiqueta sirve para definir un párrafo</u>
<u>5</u>	<u><frm></u>	<u>Este representa un formulario</u>
<u>6</u>	<u></u>	<u>Esta sirve para colocar imagen tanto formato png, jpg o gifs</u>
<u>7</u>	<u><iframe></u>	<u>Este permite colocar un pequeño script de html que cumple una</u>

		<u>función específica</u>
--	--	---------------------------

Fuente: Adrian Moran.

Tabla 35 Descripción página noticias

PAGINA NOTICIAS		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
<p>Esta es la pagina noticias organizados con div apropiadamente organizados para dar ese aspecto</p> 		
Item	Componente	Acción
<u>1</u>	<u><nav ></u>	<u>Es una etiqueta html 5 que representa un bloque</u>
<u>2</u>	<u><div></u>	<u>Este es un div contenedor.</u>
<u>3</u>	<u><div></u>	<u>Este es un div que separador que contendrá los elementos de la noticia</u>
<u>4</u>	<u><aside></u>	<u>Estes es un aside que coloca un bloque a un lado del div</u>
<u>5</u>	<u><a></u>	<u>Esta es una etiqueta que permite colocar enlaces</u>

<u>6</u>	<u><h2></u>	<u>Este es una etiqueta que permita colocar un estilo de titulo</u>
<u>7</u>	<u><h3></u>	<u>Este es una etiqueta que permita colocar un estilo de titulo</u>
<u>8</u>	<u></u>	<u>Esto permite colocar una imagen</u>
<u>9</u>	<u><p></u>	<u>Este es una etiqueta que permite colocar un párrafo</u>
<u>10</u>	<u><a></u>	<u>Es una etiqueta que permite hacer enlaces</u>
<u>11</u>	<u><script></u>	<u>Este es una etiqueta que permite colocar un script con una función específica.</u>

Fuente: Adrian Moran.

Tabla 36 Descripción de página responsive 1

DATOS RESPONSIVE DEL SITIO		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
<u>Página responsive</u>		



<u>Item</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u>@media</u> <u>screen</u>	<u>Esto permitirá dar la redimensión</u> <u>de los bloque es decir los div ya</u> <u>establecidos</u>
<u>2</u>	<u><div></u>	<u>Redimensionados a 48% y</u>
<u>3</u>	<u><div></u>	<u>Redimensionados a 48%</u>

Fuente: Adrian Moran

Tabla 37 Descripción responsive del sitio

DATOS RESPONSIVE DEL SITIO		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
<u>Página responsive</u>		
<u>Ítem</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u>@media</u> <u>screen</u>	<u>Esto permitirá dar la redimensión</u> <u>de los bloque es decir los div ya</u>

		<u>establecidos</u>
<u>2</u>	<u><div></u>	<u>Redimensionados a 48%</u>
<u>3</u>	<u><div></u>	<u>Redimensionados a 48%</u>
<u>4</u>	<u><div></u>	<u>Redimensionados a 48%</u>

Fuente: Adrian Moran.

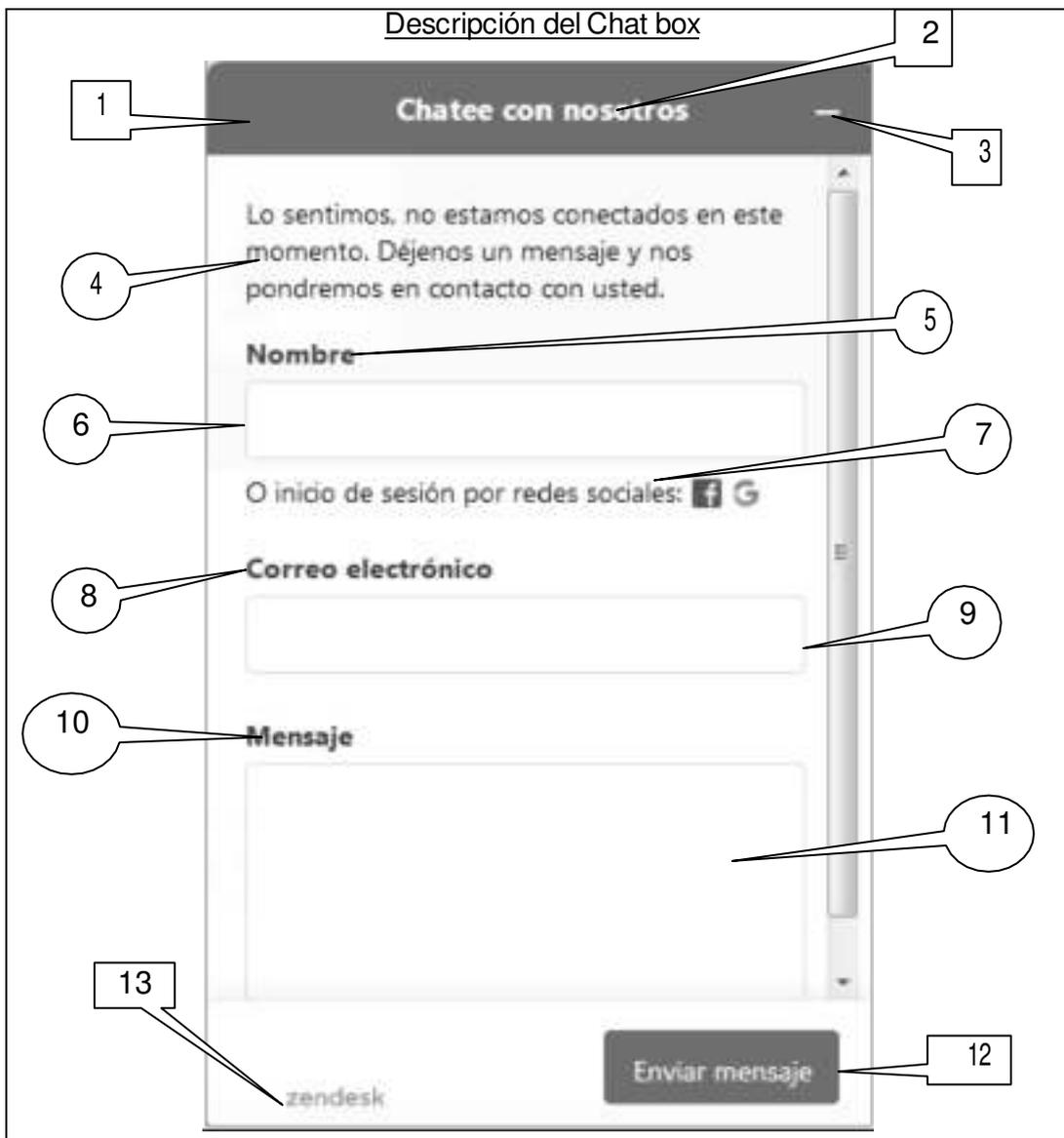
Tabla 38 Descripción responsive del sitio

DATOS RESPONSIVE DEL SITIO		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019
<u>Página responsive</u>		
<u>Ítem</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u>@media screen</u>	<u>Esto permitirá dar la redimensión de los bloque es decir los div ya establecidos</u>
<u>2</u>	<u><div></u>	<u>Redimensionados a 48%</u>
<u>3</u>	<u><div></u>	<u>Redimensionados a 48%</u>
<u>4</u>	<u><div></u>	<u>Redimensionados a 48%</u>

Fuente: Adrian Moran.

Tabla 39 Descripción del chat box

DATOS DEL CHATBOX		
Autor	Proyecto	Fecha
MORAN HURTADO ADRIAN ANDRES	VIGIS SALON SPA	8/2/2019



<u>Ítem</u>	<u>Componente</u>	<u>Acción</u>
<u>1</u>	<u><div></u>	<u>Esto permitirá colocar bloques es un div</u>
<u>2</u>	<u><p></u>	<u>Este es un párrafo</u>
<u>3</u>	<u>btn</u>	<u>Este es un botón</u>
<u>4</u>	<u><p></u>	<u>Este es un párrafo</u>
<u>5</u>	<u>lbl</u>	<u>Este es un label para colocar una descripción</u>
<u>6</u>	<u>txt</u>	<u>Este es un input text</u>
<u>7</u>	<u><p></u>	<u>Este es un párrafo</u>
<u>8</u>	<u>lbl</u>	<u>Este es un label para colocar una</u>

		<u>descripción</u>
<u>9</u>	<u>txt</u>	<u>Este es un input text</u>
<u>10</u>	<u>lbl</u>	<u>Este es un label para colocar una descripción</u>
<u>11</u>	<u>text</u>	<u>Este es un input</u>
<u>12</u>	<u>btn</u>	<u>Este es un botón</u>
<u>13</u>	<u><a></u>	<u>Este es una etiqueta para hipervínculo</u>

Fuente: Adrian Moran.

5. CONCLUSIONES

Esta exploración se basa en el estudio teórico de diferentes razonamientos científicos y detallados de la actualidad afectados por estas herramientas de uso masivo de la sociedad que son las redes sociales, e aplicadas al comercio que están haciendo caer en desuso los métodos convencionales de difusión alta (propagandas en diarios, televisión y radio), estableciendo que estas instrumentos sean producto de la auto genialidad particular de los emprendedores, que contribuyan a la elaboración de un resultado eficaz en el tiempo y medibles a cortos y medianos plazos según del prototipo de negocio que tengan.

Las herramientas digitales cada vez enfatizan y contribuyen al mejoramiento de cualquier proyecto o negocio en particular, la propuesta de la página web dinámica tiene como objetivo incentivar el uso de estas, consoliden la posición de una marca específica en el tiempo actual que demanda más modernismo para tener más discernimiento en el consumidor de una manera inmediata y permanente, en estas pequeñas empresas el predominio de la fidelidad es más permanente creando una relación continua por el bien o servicio que están por obtener.

Definitivamente, se pudo determinar en base a la aceptación del cliente que el uso de sitios web más atractivos que apliquen en e llos técnicas de marketing digital como herramienta básica, elemental y con un predominio sin límites, porque se trata directamente con el cliente lo cual permite estar equivalentemente con la competencia que impulsara una mayor reproducción de ventas y incremento de la empresa permitiendo el tráfico más seguido en la web.

6. RECOMENDACIONES

Fomentar al incremento en los jóvenes de nuestra sociedad a optar por estudiar esta carrera que es muy interesante y de retos ya que siempre se presentan retos en el camino dentro de las aulas, también en el mundo laboral que, dentro de las aulas enseñan técnicas y recursos para enfrentarlo, pudiendo resolverlos de manera eficaces.

Aportar al desarrollo de nuevos proyectos de carácter digital que permitirán impulsar nuevos negocios de modo que así los emprendedores, que hay recursos económicos para desarrollo y cumplir sus sueños empresariales, para salir adelante.

Transmitir conocimientos a personas que no cuenten con el recurso necesario para poder aprender de este modo podemos seguir a portando al desarrollo de esta sociedad generando sonrisas y ganas de salir adelante en las personas evitando así, tomen decisiones equivocadas en la vida.

Tener siempre presente que este tipo de solución digital puede perdurar en el tiempo pero se debe tener presente que los tiempos cambian, las tecnologías avanzan, las formas de hacer publicidad y negocios van variar, de este modo se debe estar al pendiente de estos cambios para implementarlos en los negocios para que no se queden rezagados pudiendo evitar así perder el terreno ganado y la fe en sus clientes porque si no avanzan pueden perderlos.

7. BIBLIOGRAFIA

Bryman, & Bell. (2011). *BUSINESS RESEARCH METHOD*.

Carillo, J. (2018). *Diseno de pagina web para la cafeteria: luna de octubre cafe*. cdmx.

Cobo, A., Gomez, P., Perez, D., & Rocha, R. (2005). *Php y MySQL: Tecnologia para el desaroolo de aplicaciones web*. Ediciones Diaz de Santos.

directo, m. (5 de 7 de 2018). *marketingdirecto.com*. Recuperado el 6 de 8 de 2018, de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/el-marketing-digital-la-llave-del-exito-para-tu-negocio>

EUATM. (s.f.). *Edificacion upm*. Recuperado el 1 de 5 de 2019, de Edificacion upm: <http://www.edificacion.upm.es/informatica/documentos/www.pdf>

Fernández, D. I. (2003). *Marketing y competitividad*.

Hernandez, Fernandez, & Baptista. (2006).

Kotler, P. (2002). *Direccion de Marketing: Conceptos Esenciales*. Pearson.

Legña, R. (2014). *Diseño de una pagina web tipo catalogo para promocionar productos online*. Guayaquil.

Lopez, K. (2018). *Diseno y desarrollo de la pagina web pirinolas*. cdmex.

Manz. (2018). *lenguajescss*. Recuperado el 2 de 5 de 2019, de <https://lenguajecss.com/p/css/introduccion/que-es-css>

Marcelo Bonilla, G. C. (2001). *Internet Y Sociedad en América Latina Y El Caribe: Investigaciones Para Sustentar El Diálogo*. Ecuador: FLACSO, SEDE Académica de Ecuador.

Mata, & al, e. (1997:19). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Mite, L. M. (8 de 9 de 2017). *Diario el telegrafo*. Recuperado el 30 de 4 de 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/94/30/ecuador-accede-a-internet-desde-hace-25-anos>

Montás, B. (2015). *Tecnología, aprendizaje y educación*. Recuperado el 2019, de <http://bmontas001.blogspot.com/2015/11/importancia-del-html.html>

Perez, W. (2019). <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm> .

Prudente, & Soledispa. (2018). *Desarrollo de un sistema web para la gestion de pacientes*. guayaquil.

REDONDO DUQUE, M. (2005). *SISTEMAS INTEREACTIVOS Y COLABORATIVOS EN LA WEB*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Selma, & Habyb. (2017). *Marketing Digital*. IBUKU.

www.arcotel.gob.ec. (2013). Recuperado el 3 de Febrero de 2018, de http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf

www.propiedadintelectual.gob.ec. (2013). Recuperado el 2 de Febrero de 2018, de https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/reglamento_ley_propiedad_intelectual.pdf

8.1 Anexo 1

Ilustración 25 Anexo 1 Formato encuesta aplicada



Es una encuesta para verificar y evaluar que tanto conocimiento tienen los clientes y las personas de la calle por el sector Urdesa sobre el desarrollo de una página web para la empresa Vigía Salón de Spa.

1. Considera usted que el internet se ha convertido en servicio básico como lo es la luz o el agua?
 Si ()
 No ()
2. Cree usted que el cambio de domicilio de un cliente puede afectar un negocio sea pequeño o mediano?
 Si ()
 No ()
3. Cree usted que la falta de un recurso novedoso puede causar el cansancio y la pérdida de interés de un cliente?
 Si ()
 No ()
4. Cree usted que el cambio en la infraestructura y ambiente de un negocio es suficiente para mantener fidelidad y captar nuevos clientes?
 Si ()
 No ()
5. Conoce usted el Vigía Salón Spa?
 Si ()
 No ()
6. De las siguientes alternativas escoja cual ha utilizado para obtener información de servicios estéticos:
 Páginas amarillas ()
 En la vía pública (por casualidad) ()
 Internet ()

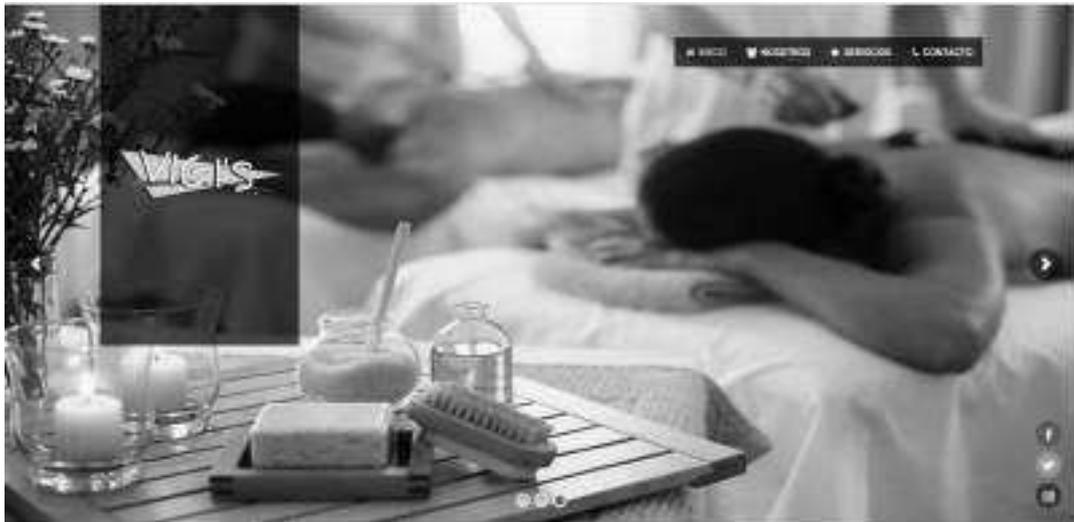
Ilustración 26 Anexo 1 Encuesta Aplicada



7. Cree usted que el invertir en nuevas tecnologías es algo caro e innecesario?
- Si ()
- No (✓)
8. Considera usted necesario que un spa cuente con un sitio web dinámico?
- Si (✓)
- No ()
9. Considera usted relevante que un sitio web tenga un chat online para asesorarlo en su visita al sitio?
- Si (✓)
- No ()
10. Considera usted que el sitio web cuente con la gestión de reserva para agilizar y asegurar su turno?
- Si (✓)
- No ()

8.2 Anexo 2

Ilustración 27 Anexo 2 Antigua web



Fuente: Vigis Salón Spa..

Ilustración 28 Anexo 2 Antigua web



Fuente: Vigis Salón Spa.

Ilustración 29 Anexo 2 Antigua web



Fuente: Vigin Salón Spa.

Ilustración 30 Anexo 2 Antigua web



Fuente: Vigin Salón Spa.