



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

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

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

**TEMA:**

**DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR PUBLICIDAD AL  
RESTAURANTE “EL PELUCHE”**

**Autor:**

**Karina Sobeida Alejandro Vera**

**Tutora:**

**Mg. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado**

**Guayaquil, Noviembre 2015**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado primero a Dios, porque él me da cada día la fuerza para seguir adelante y me ha permitido terminar esta carrera satisfactoriamente. En segundo lugar a mis hijas Najaby y Ashly porque por ellas me esfuerzo cada día en seguir adelante y cumplir con todo lo que me proponga.

Karina Sobeida Alejandro Vera

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por bendecirme en todo y darme una vez más la oportunidad de educarme y obtener otro título. A cada persona que ha ayudado para seguir formándome en mi vida profesional. Agradezco a mi tutora la Máster Stefanía Zúñiga Delgado por ayudarme en la realización de este proyecto y a cada profesor por brindarme sus conocimientos en todos los años de estudio de mi carrera.

Karina Sobeida Alejandro Vera

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Carátula.....	i
Certificación de la aceptación del tutor.....	ii
Autoría notariada.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de gráficos.....	ix
Índice de cuadros.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

Planteamiento del problema.....	
Ubicación del problema en un contexto.....	
Situación conflicto.....	
Delimitación del problema.....	
Formulación del problema.....	
Variables de investigación.....	
Objetivos.....	
Objetivos generales.....	
Objetivos específicos.....	
Justificación e importancia.....	

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Antecedentes históricos.....	
Antecedentes referenciales.....	
Marco legal.....	
Variables de la investigación.....	
Definiciones y conceptos.....	

## **CAPÍTULO III**

## **METODOLOGÍA**

Marco metodológico.....	
Tipo y diseño de investigación.....	
Investigación exploratoria.....	
Investigación descriptiva.....	
Correlacional o explicativa.....	
Investigación de campo.....	
Investigación experimental.....	
La población y la muestra.....	
Característica de la población.....	
Concepto de población en demografía.....	
Tipo de muestra.....	
Muestra probabilística.....	
Tamaño de la muestra.....	
Métodos y técnicas.....	
Métodos teóricos.....	
Método histórico – lógico.....	
Método analítico – sintético.....	
Método inductivo-deductivo.....	
Técnicas e instrumentos.....	
Análisis documental.....	

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Aplicación a las técnicas de instrumentos.....	
Análisis documental.....	
Cuadros y gráficos.....	

Conclusiones y recomendaciones.....  
Entrevista con los expertos en Diseño Web.....  
Especificaciones técnicas.....  
Especificaciones de hardware y software.....  
Descripción de las pantallas del sitio web “el peluche”...

**Bibliografía**.....

**Anexos**.....

Anexo 1 Carta de autorización de la empresa  
Anexo 2 Organigrama de la empresa  
Anexo 3 Logotipo de la empresa  
Anexo 4 Información financiera  
Anexo 5 Encuesta y Entrevista



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

### **TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

Proyecto previo a la obtención del título de:

Tecnóloga en Análisis de Sistemas.

#### **Tema**

“Diseño de una página web para dar publicidad al restaurante  
“EL PELUCHE””

**Autora:** Karina Sobeida Alejandro Vera

**Tutora:** Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

#### **RESUMEN**

Toda empresa o negocio que se dedique a vender productos y atender clientes debería tener un sitio web ya que por medio de esto podría hacer más publicidad, conseguir más clientela y mejorar su presentación ante la sociedad. Teniendo en cuenta que estamos en una era digital donde todo está en la Internet y todos acuden a un medio electrónico para buscar algo que necesiten o enterarse de las últimas noticias, sería de gran utilidad para un negocio estar en la Internet y que mejor manera de estarlo por medio de su propio Sitio web.

Es por eso que se decidió ayudar de alguna manera a que esta pequeña microempresa como lo es el restaurante “El Peluche” al diseño de su exclusivo sitio web y lograr que más personas conozcan y acudan a este lugar.





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

### **TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

Proyecto previo a la obtención del título de:

Tecnóloga en Análisis de Sistemas.

#### **Tema**

“Diseño de una página web para dar publicidad al restaurante  
“EL PELUCHE””

**Autora:** Karina Sobeida Alejandro Vera

**Tutora:** Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

#### **ABSTRACT**

Any company or business that is dedicated to sell and service customers should have a web site and that through this could do more advertising, get more customers and improve their presentation to society. Given that we are in a digital age where everything is on the Internet and go to all electronic media to find something they need or get the latest news , it would be very useful to a business going online and what better way pregnant through its own website.

That's why they decided to help somehow this little micro such as the "El Peluche" restaurant design exclusive website and get more people to know and come to this place.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **Ubicación del problema**

La importancia de la Publicidad, si bien el termino planificador estratégico (Planner) es un término moderno, ha habido a lo largo de la historia de la publicidad verdaderos estrategias creativos que han abierto nuevos caminos y que se han sentado las bases de la publicidad moderna con sus aportaciones.

A finales de 1960 se produce una doble manera de entender la publicidad: Apostar por la creatividad o reivindicar los servicios. En los noventas comienza la última crisis de la publicidad. Está crisis fue la que genero la aparición del planificador estratégico o planner.

Durante este último periodo de tiempo, los acontecimientos de la agencia se demostraron insuficientes, por lo que el denunciante se vio empujado a reforzar el Departamento de marketing dentro de su empresa. La agencia de publicidad paso del “Cuanto más te anuncias, mas vendes”

En los años sesenta, en una situación de demanda creciente, a situarse como ejecutora de las órdenes del departamento de Marketing del anunciante en los ochenta y noventa.

Así pues, de manera explícita, a finales de los sesenta surge en algunas agencias de Londres (JWT fue la pionera) la figura del planificador estratégico o planner, cuya misión es optimizar la inversión publicitaria mediante el desarrollo de la estrategia de comunicación y asegurar el futuro de las marcas mediante un amplio conocimiento del consumidor.

Lo cierto es que el planner ha existido siempre, aunque sin estar definido como tal, pues podían encargarse de esta labor desde el director creativo de la agencia hasta el propio anunciante.

El rol del planner durante las etapas del reposo publicitario podrían muy bien tener estas características. (Castellblanque, 2006)

Publicidad adaptada al usuario, la publicidad de AdSense es publicidad adaptada al usuario, el usuario en función de las páginas web que visite recibe una publicidad u otra según la temática.

Es posible, de hecho, configurar la publicidad que se recibe, añadir, quitar categorías de anuncios, etc. o incluso no participar en la adaptación de la publicidad al usuario.

Google permite adaptar los anuncios que quiere ver como usuarios por temática y por categoría. Puedes seleccionar los temas de una lista muy diversa o no, que los anuncios no se adapten a ti. (Pino, 2014)

### **Situación Conflicto**

En gran parte el éxito de todo negocio depende de la formulación e integración de un efectivo Plan de Mercadeo o de publicidad. En un mundo cada vez más globalizado donde existe un crecimiento de la oferta, los demandantes de productos y servicios se hacen cada vez más exigentes.

El hecho de no contar con planes y estrategias de mercadeo o de publicidad, ha provocado: falta de promoción de ventas, carencia de estrategias publicitarias, es decir la falta de información hacia los clientes que se requieren para el crecimiento del negocio.

El problema principal del restaurante “El Peluche” es la falta de publicidad, dado a que se encuentra ubicado en un lugar donde no hay mucha afluencia de personas, lo cual nos limita mucho en las ventas. Es decir:

- Poca afluencia de personas al restaurante.
- Falta de información sobre los platos a la carta que se ofrecen.
- Poca difusión sobre el negocio.

### **Delimitación del Problema**

**Campo:** Ciencias Informáticas

**Aspecto:** Wordpress

**Área:** Ventas

**Periodo:** 2015

### **Formulación del Problema**

¿Cómo contribuir a manejar la gestión publicitaria mediante el diseño de una página web en el restaurante “El Peluche” en el periodo 2015?

### **Variables de la Investigación**

**Variable Independiente:** Gestión Publicitaria.

**Variable Dependiente:** Diseño de un Sitio Web

### **Evaluación del problema**

**Delimitado.-** Falta de estrategia de publicidad en el sector y vía Internet

**Claro.-** Evidente carencia de marketing

**Evidente.-** Falta de clientela.

**Relevante.-** Desconocimiento por la mayoría de las personas acerca del restaurante “El Peluche”

**Original.-** Promocionar al restaurante “El Peluche” utilizando la tecnología.

**Factible.-** Posicionamiento en el mercado y abarcar más lugares de donde se encuentra ubicado.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Proponer el diseño de una página web para dar publicidad al restaurante “El Peluche”.

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar aspectos teóricos sobre gestión publicitaria y de diseño de páginas web.
- Diagnosticar la situación actual de las ventas en el restaurante “El Peluche”.
- Diseñar el esquema físico de la página web para dar publicidad al restaurante, mejorar las ventas y un mejor servicio a los clientes.

## **Justificación de la investigación**

La apertura del restaurante “El Peluche” fue de vital importancia debido a que en el sector mucho lote 2 recién se estaba poblando y no había ningún restaurante cerca, el cual al hacer todos los estudios necesarios de mercado el resultado fue positivo.

El objetivo de este proyecto es hacer mucha publicidad por medio de una página web al Restaurante “El Peluche”. Así poder atraer más clientela y mejorar sus ingresos.

Cada persona podrá enviar mensajes para que le den más información acerca del Brindar un servicio de publicidad al público en general, aplicar los conocimientos adquiridos en los años de estudios, empleando los aplicativos correspondientes adquiridos.

La investigación tiene un importante valor metodológico, el público en general estará actualizado sobre el menú y los platos a la carta que se ofrecerá diariamente en el restaurante.

## **CAPÍTULO II**

### **EL MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes históricos**

Hace 25 años, el británico Tim Berners-Lee puso en marcha la World Wide Web, una nueva manera de compartir información entre varias personas utilizando diferentes ordenadores. Berners-Lee programó el que sería el primer servidor web y la primera página de la historia

El objetivo de Berners-Lee, era mejorar la gestión de la información en el Centro Europeo de Física de Partículas (CERN) en el que trabajaba en Suiza.

“Estábamos en 1989, internet ya existía, podíamos enviar correos pero no existían las páginas en la red. No existía el http o el html. No se podía consultar una página para ver su contenido. Empecé a sentirme muy frustrado por ello. Imaginé un sistema en el que, de manera sencilla, una persona podía visitar una página tras otra y a partir de ahí decidí lo que quería construir”, explica Berners-Lee. (Euronews, 2000).

Berners llamó a su proyecto Mesh ya que el término World Wide Web solo apareció a finales de los años 90.

¿Qué es una página web?

Es un canal de comunicación que tiene como característica principal la interactividad, en ellas se presenta cualquier tipo de información y se hace publicidad. Son accesibles desde cualquier lugar con acceso a internet y se visualizan mediante un navegador, en su mayoría se presentan en formato HTML y contiene links que llevan hacia otras páginas web, construyendo así la red enlazada de la World Wide Web.

¿Qué es un sitio web?

El término página web nos lleva a relacionarnos con las palabras Sitio web. Un sitio web es donde están agrupadas muchas páginas web que tiene relación entre sí.

Estamos en la era en que todos necesitan de un sitio web, sobre todo si quiere posicionar su negocio, hacer conocer su producto o servicio y vender más que la competencia.

¿Qué es el diseño web?

En un principio, el diseño web era para muy pocos y sin mucha variabilidad, pero a medida que avanzaba la web, HTML se hizo más complejo y flexible, permitió a los usuarios añadir imágenes y tablas a las páginas web.

Con la invención de las Hojas de Estilo en Cascada (CSS) se permitió dar estilos a cada web con mejores y más fáciles herramientas que llevaron al internet al boom. En 1993, el navegador de internet en primer lugar se llamó "Mosaico" que permitía a los usuarios navegar por internet de una manera gráfica y abrió la web hasta el público en general - fue lanzado por el Centro Nacional para Aplicaciones de Supercomputación (NCSA). El navegador permitió a los usuarios ver el texto y gráfico, pero dentro de un acuerdo de distribución muy limitada que influyó en la capacidad de proporcionar información sobre el diseño gráfico para la comunicación visual y restringe la capacidad de diseño de páginas web.

El diseño web es la planificación y creación de sitios web. Lo que incluye la arquitectura de la información, la interfaz de usuario, la estructura del sitio, la navegabilidad, el diseño, los colores, el contraste, y toda la imaginación y creatividad posible para que las páginas web sean atractivas a la vista del usuario final.



## Los sitios web y la publicidad

El avance de la tecnología está haciendo que la publicidad sea más allá que un simple afiche o un banner adherido o entregado físicamente. Las empresas utilizaban y gastaban gran cantidad de papel y dinero para promocionar los productos o servicios que vendían y aun así no conseguían que sus ventas se incrementen.

El Bristol-Myers Squibb (compañía farmacéutica) fue la primera empresa que puso en marcha el uso de marketing en línea para promocionar el uso de un fármaco llamado "Excedrin". El uso de la World Wide Web en la promoción de Excedrin dio lugar a una serie de buenas respuestas procedentes de Bristol-Myers, en solo uno o dos días el Bristol-Myers ya estimaba 30.000 nombres añadidos a su lista de clientes en línea.

Industrias tecnológicas estandarizadas como Microsoft e IBM comenzaron a incorporar sus proveedores de Internet y varios programas de software en campañas de marketing en línea existentes en el Bristol-Myers. (Michael, 2006)

La tecnología hoy en día está llevando a que los negocios por muy pequeños que sean quieran posicionarse en algún lugar de la web y hacer publicidad no solo por medio físico sino también digital. Esto ayuda a que las empresas incrementen sus inversiones y satisfagan las necesidades de sus clientes de la mejor manera.

La confluencia de las nuevas redes digitales con los medios tradicionales impulsa un cambio sustancial del paradigma publicitario. A partir de la interactividad, las estrategias de publicidad integrada, de gran alcance y

viralidad, articulan los recursos publicitarios convencionales y las nuevas formas de comunicación asociadas a la Web 2.0. (Telefónica, 2012)

### **Antecedentes referenciales**

En la actualidad la mayoría de empresas, restaurantes, complejos turísticos, entre otros, tienen un sitio web y en su gran parte se lo utiliza para hacer publicidad, obtener más clientes y ganancias.

A continuación se les presentará algunas implementaciones de sitios web para hacer publicidad y promocionar productos y servicios.

El Diseño e implementación de un sitio web para el Complejo Turístico Haras del Paraíso fue realizado en una tesis de la Universidad Estatal de Milagro. Para la realización de este sitio utilizaron como recurso de software: Windows XP sp2 de Sistema Operativo, MySql como base de datos, Php-Apache de plataforma de software, Dreamweaver CS3 como aplicación y Photoshop CS3 para el diseño y optimización de las imágenes. Demoraron 3 meses en la realización del sitio y gastaron \$260 en total en su desarrollo.

Lo que se buscaba con este proyecto era ayudar a mejorar la eficiencia en la administración de la publicidad del Complejo, creando un canal de publicidad más amplio para poner a disposición servicios más accesibles a los usuarios mediante el uso de Internet. También que sea una herramienta útil para estar en contacto con los clientes y así comunicarse fácilmente por medio de la página sin necesidad de estar presentes en el complejo.

Un segundo ejemplo de implementación de un sitio web es: El Diseño de una propuesta de un Sitio Web para mejorar los servicios de la agencia de comunicaciones corporativas “Tips imagen y comunicación S.A”.

Para las ediciones de imágenes se usó photoshop, para la creación de las animaciones se utilizó flash, estas animaciones son sencillas ya que lo

que se quería lograr es que se cargue rápido en el servidor y así el tiempo que el usuario se demore en ingresar a la página web sea lo más rápido posible.

El contenido de cada página interna es elaborado en diferentes archivos .swf que se traen de flash y después de esto se exportan a HTML. La página web está realizada en flash, para que el servidor reconozca este archivo como lenguaje HTML, se exporta el archivo a Dreamweaver y este lo convierte a HTML automáticamente.

Con este proyecto lo que se busca es mejorar el servicio para sus clientes y publicitar sus diferentes productos.

Por ultimo tenemos a un emprendedor que crea sitios web para cualquier tipo de negocio. Arturo García es un emprendedor que ha creado varios sitios web y todos hechos en Wordpress. Siempre recomienda utilizar este CMS (Sistema de gestión de contenidos) porque es muy potente, tiene infinidad de temas (themes) que se adapten a cualquier tipo de empresa, es seguro y fácil de usar.

Worpress comenzó siendo un simple sistema de blogs, pero se ha desarrollado tanto que ahora es utilizado como CMS (Content Management System), es de código abierto que cualquier persona lo podría utilizar sin pagar ningún tipo de licencia, cuenta con un sin número de plugins, widgets y temas.

En el proyecto de Diseño Web para el restaurante “El Peluche” se creará el sitio con Wordpress porque es la mejor opción, es sencillo para cualquier usuario, habrá muchos temas (themes) de donde elegir, fáciles de personalizar, se podrán colocar imágenes en alta calidad, vídeos, audio y el sitio estará listo en poco tiempo. Las imágenes serán optimizadas en Photoshop CS6 para que cuenten con la resolución exacta que se adapta a la web.

Tenemos que conocer que Wordpress cuenta con responsive desing (diseño adaptativo) lo que significa que al sitio es posible visualizarlo desde un celular Smartphone o tabletas y no solo visualizarlo también se podrá gestionar las páginas fácilmente desde estos dispositivos con acceso a internet.

### **Marco legal**

Este proyecto se va a someter a la Ley Orgánica de Comunicación específicamente en el siguiente artículo:

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. 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.

### **Variables de investigación**

- **Gestión Publicitaria**

Al hacer publicidad lo que queremos conseguir es vender un producto o servicio y es a lo que siempre se quiere llegar cuando se habla de publicidad.

La gestión publicitaria es un proceso que comienza desde la investigación de mercados y abarca las campañas de los medios de comunicación que ayudan a vender productos o servicios. Sin un proceso de gestión de la publicidad, las campañas no serían tan fructíferas y todo el proceso de

comercialización no tendría éxito. Por lo tanto, las empresas que creen en un proceso eficaz de gestión de la publicidad están siempre un paso más adelante en términos de venta de sus bienes o servicios.

El rol de las personas que diseñan la campaña de publicidad es crucial para su éxito. Diseñar una campaña publicitaria no es poca tarea y comprender el comportamiento de los datos obtenidos de la investigación de mercados es un aspecto muy importante de la campaña. Se requiere todo un montón de creatividad para poner en marcha una campaña publicitaria adecuada. Sería fructífero para la empresa si la campaña publicitaria dura más de la vida útil de un producto o servicio, llegar a los clientes adecuados, y generar el ingreso deseado.

- **Diseño de sitios web**

El diseño de sitios web significa la planificación, creación y actualización de sitios web. Diseño de páginas web implica también la arquitectura de información, estructura del sitio web, interfaz de usuario, la ergonomía de navegación, diseño de las páginas web, colores, contraste, las fuentes y las imágenes (fotografías), así como el diseño de íconos.

A menudo, el significado de “diseño” se percibe únicamente como un aspecto visual. En realidad, el diseño del sitio web incluye elementos más abstractos como la usabilidad, la ergonomía, las tradiciones de diseño, los hábitos del usuario, la lógica de navegación y otras cosas que simplifican el uso de los sitios web y ayudar a encontrar la información más rápidamente.

A veces, la parte técnica de diseño de sitios web se enfatiza en la definición del diseño. Sin duda, la creación de sitios web moderna implica scripting del lado del servidor como PHP, ASP, CGI, la parte visual del sitio web se define con HTML y CSS, la experiencia de usuario se ha mejorado con dinámica JavaScript y Ajax. Al hablar con personas con conocimientos técnicos pobres, en lugar de hablar acerca de los detalles técnicos, nos concentramos en funcionalidades, por ejemplo, en qué

medida es posible actualizar una página web a través del sistema de gestión de contenidos y qué funciones son visibles para los usuarios.

En términos clásicos, diseño describe la apariencia visual de un sitio web. El enfoque tradicional consiste en contraste, color, balance, énfasis, ritmo, estilo de elementos gráficos (líneas, formas) texturas de fondo y atmósfera en general.

Todos estos elementos se combinan con los principios fundamentales del diseño con el fin de crear un resultado excelente que cumple con los objetivos fijados para el sitio web.

### **Definiciones conceptuales**

**World Wide Web:** Es la red de informática mundial, que se compone de todos los sitios web públicos, conectados a internet en todo el mundo.

**Internet:** Red mundial que conecta millones de computadoras.

**Interfaz:** Es la conexión entre dos máquinas para obtener comunicación.

**Navegador o web browser:** Es una aplicación usada para acceder y visualizar los sitios web

**Plugin:** Es un programa que incrementa las funcionalidades de un programa principal

**Widgets:** Aplicación para dar fácil acceso a funciones realizadas frecuentemente.

**Web 2.0:** Concepto que se originó en el año 2003 y se refiere al fenómeno social surgido desde el desarrollo de variadas aplicaciones en Internet.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

El Restaurante “El Peluche” se esfuerza cada día por brindarle a sus clientes los mejores platos típicos del Ecuador y a excelentes precios.

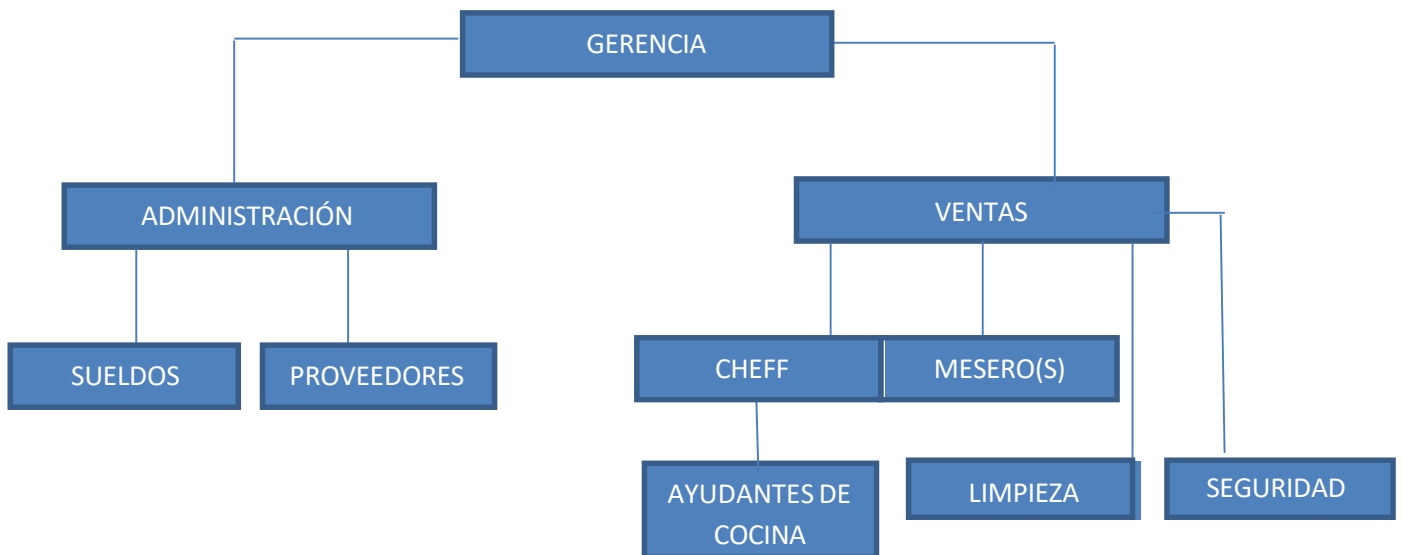
#### Misión

Garantizar y dar a nuestros clientes menús con exquisitos sabores, en un buen ambiente y una agradable atención; generando así desarrollo económico social para la empresa y el país.

#### Visión

Extendernos a nivel nacional, ser reconocidos como uno de los mejores restaurantes del país y seguir brindándoles a nuestros clientes comida y atención de calidad.

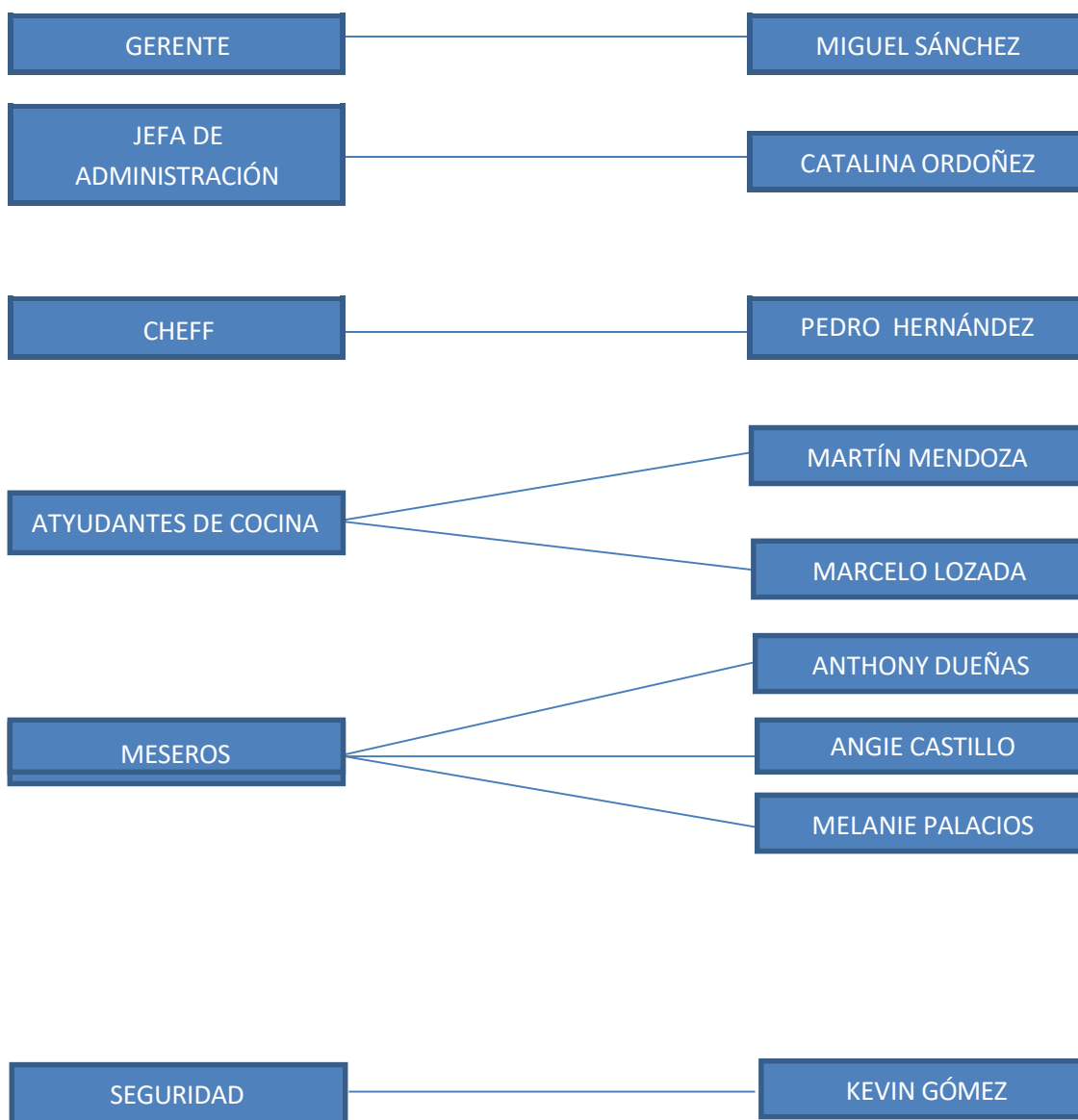
#### Estructura Organizacional



### Plantilla total de trabajadores

NOMBRE Y APELLIDO	SECCIÓN	SUELDO	EDAD
Miguel Sánchez	Gerencia	\$ 700	40
Catalina Ordoñez	Administración	\$ 600	35
Pedro Hernández	Ventas	\$ 500	30
Martin Mendoza	Ventas	\$ 354	31
Marcelo Lozada	Ventas	\$ 354	35
Anthony Dueñas	Ventas	\$ 354	32
Angie Castillo	Ventas	\$ 354	30
Melanie Palacios	Ventas	\$ 354	35
Kevin Gómez	Ventas	\$ 354	36

### Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional





## Cientes, proveedores y competidores más importantes

Nuestros clientes potenciales son la mayoría los que vive por la zona en donde nos encontramos ubicados, estas personas nos hacen publicidad con sus conocidos y así algunas veces tenemos clientes nuevos, los cuales no viven tan lejos de ese sector.

Los proveedores son empresas de las que tenemos muy buenas referencias y son marcas renombradas, entre algunos de nuestros proveedores tenemos: Tony, Sumesa, Pronaca, entre otros.

En la competencia tenemos al restaurante “Sabor Sabroso” el cual se encuentra ubicado a la siguiente esquina de “El Peluche”. Con este competidor al principio se redujeron considerablemente las ventas, lo cual perjudicaba demasiado al restaurante. Al pasar de los días las ventas se empezaron a regularizar y tener la misma acogida.

## Principales productos o servicios

Nuestro restaurante brinda desayunos, almuerzos y meriendas. También se vende platos a la carta como camarones apanados, corvina frita, tallarín saltado, entre otros.

Lo más vendido son los almuerzos, en ellos conseguimos la mayoría de las ganancias y es nuestro principal producto.

## Análisis económico financiero de períodos anteriores de la empresa a través de indicadores

Para este punto se ha tomado los períodos del 2013 y 2014 respectivamente.

Inflacion:	5%	
Crecimiento:	5%	
<b>Ventas de períodos anteriores</b>		
Año	2013	2014
Precio	\$ 3,00	\$ 3,15
Platos	26880	28224
Total	\$ 80.640,00	\$ 88.905,60

*Ilustración 1 Ventas de períodos anteriores*

Como podemos darnos cuenta en la ilustración 1, se refleja una inflación y un crecimiento del 5% cada uno, se tiene un precio de \$3 cada plato de comida que se vende en el restaurante “El Peluche”. En el 2013 se han

vendido 26880 platos de comida y esto equivale a un total de \$80640 dólares al término de ese año. En el 2014 se tienen 28224 platos

<b>Ventas</b>				U. Trabajores	-15,00%
Tasa Crecimiento Demanda	5%			Impuesto	-22,00%
Precio por plato	\$ 3,00				
Inversion para platos	\$3.000,00				
Balance Equipos	\$ 4.485,00				
inflación	5%				
Años	0	1	2		
demanda		26880	28224		
Ingreso		\$ 80.640,00	\$ 84.672,00		
costo variable		-\$ 3.000,00	-\$ 3.150,00		
costo fijo		-\$ 70.026,31	-\$ 70.026,31		
depreciacion		-\$ 821,83	-\$ 821,83		
utilidad Bruta		\$ 6.791,85	\$ 10.673,85		
utilidad de los trabajadores		-\$ 1.018,78	-\$ 1.601,08		
impuestos		-\$ 1.270,08	-\$ 1.996,01		
Utlidad Neta		\$ 4.503,00	\$ 7.076,77		
depreciacion		\$ 821,83	\$ 821,83		
Inversión	-\$ 7.485,00				
Fujo	-\$ 7.485,00	\$ 5.324,83	\$ 7.898,60		
VAN	\$ 3.883,53				

Ilustración 2 Flujo de caja

vendidos con un total de \$88905 dólares a fin de ese año.

EL flujo de caja para ambos años fue muy beneficioso.

El VAN tiene un total de \$3883,52 y esto significa que el negocio es muy rentable.

## DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

### Página de inicio



Ilustración 3 Página de inicio

## La carta



Ilustración 4 Página de La carta

## Página de administración de wordpress



Ilustración 5 Inicio de sesión para administrar páginas

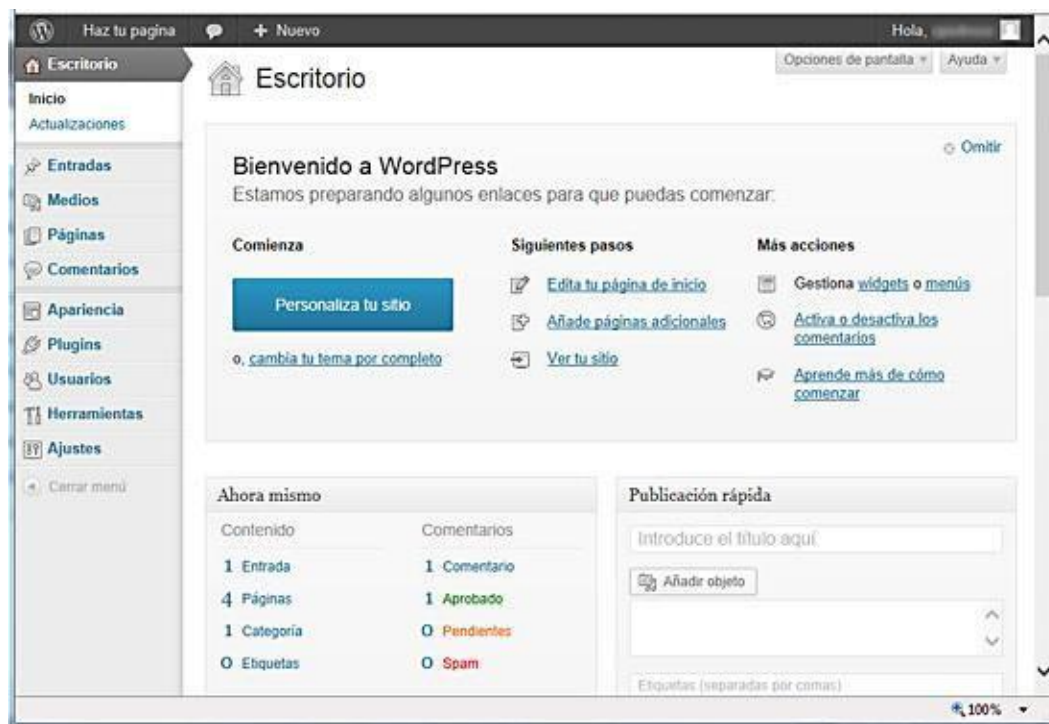


Ilustración 6 Ingreso a la administración de las páginas

## TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La Investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, encamina a conseguir información apreciable y fehaciente, para concebir, comprobar, corregir o emplear el conocimiento.

Para lograr un efecto de manera clara y precisa es ineludible emplear algún arquetipo de investigación, la investigación está muy atada a los individuos de la especie humana, esta posee una serie de caminos para adquirir el objetivo programado o para obtener a la información requerida. La investigación tiene como pedestal el método científico y este es el método de estudio sistemático de la naturaleza que incluye las técnicas de observación, reglas para el razonamiento y la predicción, ideas sobre la experimentación concebida y los modos de comunicar los resultados experimentales y teóricos.

Asimismo, la investigación posee una serie de características que ayudan al investigador a regirse de manera eficaz en la misma. La investigación es tan compacta que posee formas, elementos, procesos, diferentes tipos, entre otros.

Es fundamental para el alumno y para el profesional, representa parte de la autopista profesional antes, durante y después de lograr la profesión; ella nos escolta desde la iniciación de los estudios y la vida misma. Para todo tipo de investigación hay un proceso y unos objetivos exactos.

De igual forma nos ayuda a optimizar el estudio puesto que nos permite instituir contacto con la realidad a fin de que la conozcamos mejor, la finalidad de esta radica en exponer nuevas proposiciones o transformar las existentes, en desarrollar las nociones; es el modo de llegar a elaborar teorías.

### **Investigación Descriptiva**

El tipo de Investigación descriptiva son los que buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir.

Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis.

El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir.

### **Investigación Exploratoria**

La investigación exploratoria nos permite aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos, es indispensable aproximarnos a ellos, con una adecuada revisión de la literatura. En pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más flexibles en su metodología, son más amplios y dispersos, implican un mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. El estudio exploratorio se centra en descubrir.

### **Estudios Correlacionales**

Los estudios correlacionales pretenden medir el grado de relación y la manera cómo interactúan dos o más variables entre sí. Estas relaciones

se establecen dentro de un mismo contexto, y a partir de los mismos sujetos en la mayoría de los casos. En caso de existir una correlación entre variables, se tiene que, cuando una de ellas varía, la otra también experimenta alguna forma de cambio a partir de una regularidad que permite anticipar la manera cómo se comportará una por medio de los cambios que sufra la otra.

### **Investigación de Campo**

Este tipo de investigación se realiza en el lugar de los hechos donde acontece el fenómeno, se apoya en el método de campo que consta de los siguientes pasos:

- Plan o diseño de la investigación
- Selección de muestra
- Recolección y análisis de datos
- Codificación y edición de la información
- Presentación de resultados
- Utiliza las técnicas de observación y encuesta

La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causas se produce una situación o acontecimiento particular.

Podríamos definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada).

Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Ello permite el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes (efectos).

Por tanto, es una situación provocada por el investigador para introducir determinadas variables de estudio manipuladas por él, para controlar el

aumento o disminución de esas variables y sus efectos en las conductas observadas.

El uso del término investigación de campo es bastante coloquial. Hablamos de experimentar cuando mezclamos sustancias químicas y observamos la reacción de este hecho, pero también cuando nos cambiamos de peinado y observamos la reacción de nuestras amistades en cuanto a nuestra transformación, también estamos en presencia de un experimento de campo.

Cuando los datos se recogen directamente de la realidad se les denominan primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, por lo que facilita su revisión y/o modificación en caso de surgir dudas.

Conviene anotar que no toda información puede alcanzarse por esta vía, ya sea por limitaciones especiales o de tiempo, problemas de escasez o de orden ético.

### **Investigación Científica**

Es una investigación Sistemática, controlada, empírica y crítica, de proposiciones hipotéticas y que cumple con dos propósitos fundamentales: produce conocimiento y teorías y resuelve problemas prácticos. (Sampieri H. , 2000)

Serie de procedimientos documentales y de campo avalados por el método científico que guardan un rigor lógico., parte del análisis documental, del refuerzo de campo y de la aplicación de los pasos del método científico.

Se apoya en el método científico que consta de:

- Planeación del problema
- Formulación de hipótesis
- Comprobación de hipótesis
- Formulación de leyes, teorías o modelos.

La investigación científica está compuesta por tres elementos:

1. El objeto, aquello sobre lo que se indaga, entendido como el tema sobre el que se investigará. Como el conocimiento que tiene el hombre sobre el mundo no es completo, aquí radica esa cuestión de que toda investigación es histórica y espacial. Si un nuevo paradigma instala nuevas nociones, es posible que cuestiones que



se tomaban como indudables en una investigación pasen a ser descartadas por una nueva.

2. El medio, el conjunto de técnicas adecuadas para realizar la investigación. Esto también será temporal, pero se ha establecido un método científico con el que se cree que podrán ponerse a prueba y asegurarse de que las proposiciones sean fidedignas.

El método científico consiste en la observación, luego la recolección de los datos relevantes de esa observación, a partir de ello formular la hipótesis, realizar la experimentación que la constata y a partir de ello elaborar una conclusión. En el paso de la hipótesis es donde interviene la capacidad del científico, que puede estar equivocado: en ese caso, luego de la conclusión podrá volver atrás y plantear otra hipótesis alternativa. Algunas disciplinas, como la investigación histórica, cuentan con otra clase de métodos que involucran a las fuentes primarias o secundarias.

3. La finalidad de la investigación, las razones por las que se puso en marcha la investigación. Una parte puede involucrar la recolección de datos (información), otra parte puede vincularse con la elaboración y demostración de una teoría o modelo. La investigación apunta también a obtener metodología auxiliar, y a crear métodos o instrumentos nuevos de contraste.

Después de definir cada tipo de investigación podemos concluir que el tipo de investigación a utilizar en este proyecto es de tipo descriptiva ya que esta busca especificar propiedades importantes de personas, comunidades, grupos, etc.

Identifica formas de conducta y actitudes del universo investigado; es la más utilizada en investigación de mercado porque buscan explorar gustos de los consumidores, los nichos de mercado si es que se quiere introducir un nuevo producto o también si se desea sustituir un producto por otro.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

Las estadísticas de por sí no tienen sentido si no se consideran o se relacionan dentro del contexto con que se trabajan. Por lo tanto es necesario entender los conceptos de población y de muestra para lograr comprender mejor su significado en la investigación educativa o social que se lleva a cabo.

## **Población**

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Entre éstas tenemos:

- Homogeneidad - que todos los miembros de la población tengan las mismas características según las variables que se vayan a considerar en el estudio o investigación.
- Tiempo - se refiere al período de tiempo donde se ubicaría la población de interés. Determinar si el estudio es del momento presente o si se va a estudiar a una población de cinco años atrás o si se van a entrevistar personas de diferentes generaciones.
- Espacio - se refiere al lugar donde se ubica la población de interés. Un estudio no puede ser muy abarcador y por falta de tiempo y recursos hay que limitarlo a un área o comunidad en específico.
- Cantidad - se refiere al tamaño de la población. El tamaño de la población es sumamente importante porque ello determina o afecta al tamaño de la muestra que se vaya a seleccionar, además que la falta de recursos y tiempo también nos limita la extensión de la población que se vaya a investigar.

## **Población Objetivo**

Como el restaurante “El Peluche” se encuentra en Mucho Lote por la avenida Francisco de Orellana, se ha establecido tomar como población objetivo los restaurantes y personas profesionales en marketing y diseño web que se encuentren por estos sectores como: las orquídeas, los vergeles y mucho lote.

El universo que se va a tomar son los restaurantes de Guayaquil, el ámbito geográfico es la ciudad de Guayaquil (2.350.915 habitantes) pero solo la Parroquia Pascuales la cual cuenta con 74.932 habitantes.

## **La muestra**

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población.

Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

Aleatoria - cuando se selecciona al azar y cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.

Estratificada - cuando se subdivide en estratos o subgrupos según las variables o características que se pretenden investigar. Cada estrato debe corresponder proporcionalmente a la población.

Sistemática - cuando se establece un patrón o criterio al seleccionar la muestra. Ejemplo: se entrevistará una familia por cada diez que se detecten.

El muestreo es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la población.

El tamaño de la muestra depende de la precisión con que el investigador desea llevar a cabo su estudio, pero por regla general se debe usar una muestra tan grande como sea posible de acuerdo a los recursos que haya disponibles. Entre más grande la muestra mayor posibilidad de ser más representativa de la población.

En la investigación experimental, por su naturaleza y por la necesidad de tener control sobre las variables, se recomienda muestras pequeñas que suelen ser de por lo menos 30 sujetos.

En la investigación descriptiva se emplean muestras grandes y algunas veces se recomienda seleccionar de un 10 a un 20 por ciento de la población accesible.

Para la obtención de la muestra total, se despejará la siguiente fórmula que es para una población finita (menos de 100000):

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

*Ilustración 7 Fórmula para la muestra*

Al despejar esta fórmula se tiene que 67 personas son la muestra que obtenemos al establecer un nivel de confianza (z) del 90% y con un margen de error (d) del 10%, así podemos concluir con el siguiente cuadro:

<b>SISTEMA DE MEDICIÓN</b>	
<b>UNIVERSO</b>	Ciudad de Guayaquil
<b>TÉCNICA DE MUESTREO</b>	Muestreo aleatorio simple
<b>UNIDAD DE MUESTREO</b>	Personas que poseen un restaurante y profesionales en marketing y diseño web
<b>MARCO DE LA MUESTRA</b>	Sector norte, parroquia Pascuales
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>	67

## **MÉTODOS Y TÉCNICAS**

Mediante este método se aplican los principios descubiertos a casos particulares a partir de la vinculación de juicios. El papel de la deducción en la investigación es doble:

- a. Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Una ley o principio puede reducirse a otra más general que la incluya. Si un cuerpo cae decimos que pesa porque es un caso particular de la gravitación
- b. También sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos. Si sabemos la fórmula para calcular la velocidad, podremos calcular entonces la velocidad de un avión. La matemática es la ciencia deductiva por excelencia; parte de axiomas y definiciones.

A su vez, este método se divide en dos particulares:

**Método deductivo directo (inferencia o conclusión inmediata):** Se obtiene el juicio de una sola premisa, es decir que se llega a una conclusión directa sin intermediarios. Ejemplo:

"Los libros son cultura"

"En consecuencia, algunas manifestaciones culturales son libros"

**Método deductivo indirecto (inferencia o conclusión mediata):** Necesita de silogismos lógicos, donde silogismo es un argumento que consta de tres proposiciones, es decir se comparan dos extremos (premisas o términos) con un tercero para descubrir la relación entre ellos. La premisa mayor contiene la proposición universal, la premisa menor contiene la proposición particular, de su comparación resulta la conclusión. Ejemplo:

"Los ingleses son puntuales"

"William es ingles"

"Por tanto, William es puntual"

Método inductivo

El método inductivo crea leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado; en realidad, lo que realiza es una especie de generalización, sin que por medio de la lógica pueda conseguir una demostración de las citadas leyes o conjunto de conclusiones.

Dichas conclusiones podrían ser falsas y, al mismo tiempo, la aplicación parcial efectuada de la lógica podría mantener su validez; por eso, el método inductivo necesita una condición adicional, su aplicación se considera válida mientras no se encuentre ningún caso que no cumpla el modelo propuesto

Método hipotético-deductivo

En el método hipotético-deductivo (o de contrastación de hipótesis) se trata de establecer la verdad o falsedad de las hipótesis (que no podemos comprobar directamente, por su carácter de enunciados generales, o sea leyes, que incluyen términos teóricos), a partir de la verdad o falsedad de las consecuencias observacionales, unos enunciados que se refieren a objetos y propiedades observables, que se obtienen deduciéndolos de las hipótesis y, cuya verdad o falsedad estamos en condiciones de establecer directamente.

La esencia del método hipotético-deductivo consiste en saber cómo la verdad o falsedad del enunciado básico dice acerca de la verdad o la falsedad de la hipótesis que ponemos a prueba. Por supuesto, el proceso puede ser mucho más largo, e incluir hipótesis intermedias.

Su propuesta metodológica implica someter a examen las hipótesis de la manera más exigente posible, que no es la de buscar aquellos casos en los que se cumple. Por lo contrario, ponerlas a prueba consiste en buscar sus contraejemplos con toda decisión y ver que no se cumplen, para seguir sosteniéndolas. La ética que el método hipotético-deductivo exige del científico es que proponga los más exigentes contraejemplos, y compruebe que no se cumplen. Afirmar la hipótesis significa, fundamentalmente, refutar los contraejemplos.

El método hipotético-deductivo o de contrastación de hipótesis no plantea, en principio, problema alguno, puesto que su validez depende de los resultados de la propia contrastación.

Este método científico se suele utilizar para mejorar o precisar teorías previas en función de nuevos conocimientos, donde la complejidad del modelo no permite formulaciones lógicas.

Por lo tanto, tiene un carácter predominantemente intuitivo y necesita, no sólo para ser rechazado sino también para imponer su validez, la contrastación de sus conclusiones

#### Método histórico lógico

El método histórico de investigación puede aplicarse no solo a la disciplina que generalmente se denomina historia, sino que también es posible emplearlo para garantizar el significado y fiabilidad de los hechos pasados en las ciencias naturales y básicas, la medicina, derecho o cualquier otra disciplina científica, El método histórico nos ayudara a establecer las relaciones existentes entre los hechos acontecidos en el desarrollo de estas ciencias.

Con este método se proporciona un sistema de evaluación y síntesis de pruebas sistematizadas con el fin de establecer hechos, dependencias históricas y esclarecer antecedentes gnoseológicos que demuestren la interacción que siempre ha existido entre las ciencias desde sus propios surgimientos y, de esta manera extraer conclusiones sobre acontecimientos pasados que expliciten vínculos y que permitan encontrar y entender los hechos que justifiquen el estado actual.

Se concibe la historia como el arquetipo de la investigación comprensiva. Mientras que las ciencias puras producen nuestro hardware, la historia produce nuestro software

#### Método investigación-acción

El objetivo de este método está en producir los cambios en la realidad estudiada. Por medio de este método nos preocuparemos por resolver los problemas específicos utilizando una metodología rigurosa. El objetivo de la utilización de este método es situarse en un contexto espaciotemporal, intencionalmente unido a la realidad de cada día que se origina a partir de la experiencia vivida.

Dentro de las opciones metodológicas de este método esta la adaptación de la metodología cuantitativa (incluyendo la experimentación, control de

variables, análisis estadístico, etc) y la posibilidad de contemplarse como una extensión lógica del concepto de “praxis”. Este postulado plantea que el criterio de la verdad solo puede ser la práctica social.

La forma más extendida de la utilización del método de investigación-acción está en la noción de necesidad, entendida como una discrepancia entre lo que se vive y lo deseable y entre los principales puntos de partidas de una investigación acción aplicada a la docencia está en que un profesor sienta la necesidad de introducir cambios o modificaciones en su práctica educativa. Los planes son replanteados en función de los sucesivos análisis críticos, se “propone hacer variaciones en X para mejorar Y”. En este método es relevante el carácter participativo de los implicados en el problema

### Método etnográfico

El término etnografía corresponde fundamentalmente a la antropología, aunque también es utilizado en el ámbito de la sociología

La etnografía se traduce etimológicamente como el estudio de las etnias y significa el análisis del modo de vida de una raza o grupos de individuos, mediante la observación y descripción de lo que hacen, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, para describir sus creencias, valores, motivaciones, perspectivas y como estos pueden variar en diferentes momentos y circunstancias, es decir, que describen las múltiples formas de vida de los seres humanos.

La etnografía, también conocida como investigación etnográfica, surgió como un concepto clave para la antropología para el mejor entendimiento en la organización y construcción de significados de distintos grupos y sociedades. La originalidad metodológica consiste en la implicación del propio investigador, en su auto instrumentación.

El trabajo etnográfico implica gran rigor teórico, técnico y metodológico aunado a una apertura y flexibilidad para ver, registrar y posteriormente analizar las situaciones que se presentan y que no se pueden explicar con elementos teóricos previos o iniciales. Su metodología implica la superación del dato empíricamente registrado a través de la interpretación de sus significados.

Por esto la etnografía requiere de la inmersión completa del investigador de la cultura y de la vida cotidiana de las personas objeto de su estudio, sin olvidar delimitar en la medida de lo posible el distanciamiento conveniente que le permita observar y analizar lo más objetivamente posible.

## **TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operativizar e implementar los métodos de Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados.

Las Técnicas tienen ventajas y desventajas al mismo tiempo, y ninguna de ellos puede garantizar y sentirse más importante que otros, ya que todo depende del Nivel del problema que se investiga y al mismo tiempo de la capacidad del investigador para utilizarlas en el momento más oportuno. Esto significa entonces que las técnicas son múltiples y variables que actúan para poder recoger información de manera inmediata.

### **La observación**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

Existen dos clases de observación: la Observación no científica y la observación científica. La diferencia básica entre una y otra está en la intencionalidad: observar científicamente significa observar con un objetivo claro, definido y preciso: el investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente la observación. Observar no científicamente significa observar sin intención, sin objetivo definido y por tanto, sin preparación previa.

### **Pasos que debe tener la observación**

1. Determinar el objeto, situación, caso, etc (que se va a observar)
2. Determinar los objetivos de la observación (para qué se va a observar)
3. Determinar la forma con que se van a registrar los datos
4. Observar cuidadosa y críticamente
5. Registrar los datos observados
6. Analizar e interpretar los datos
7. Elaborar conclusiones



8. Elaborar el informe de observación (este paso puede omitirse si en la investigación se emplean también otras técnicas, en cuyo caso el informe incluye los resultados obtenidos en todo el proceso investigativo)

### **La Entrevista**

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difícil conseguir.

### **Condiciones que debe reunir el entrevistador**

1. Debe demostrar seguridad en sí mismo.
2. Debe ponerse a nivel del entrevistado; esto puede esto puede conseguirse con una buena preparación previa del entrevistado en el tema que va a tratar con el entrevistado.
3. Debe ser sensible para captar los problemas que pudieren suscitarse.
4. Comprender los intereses del entrevistado.
5. Debe despojarse de prejuicios y, en lo posible de cualquier influencia empática.

### **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, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Varios autores llaman cuestionario a la técnica misma. Los mismos u otros, unen en un mismo concepto a la entrevista y al cuestionario, denominándolo encuesta, debido a que en los dos casos se trata de obtener datos de personas que tienen alguna relación con el problema que es materia de investigación.

### **Riesgos que conlleva la aplicación de cuestionarios**

1. La falta de sinceridad en las respuestas (deseo de causar una buena impresión o de disfrazar la realidad).
2. La tendencia a decir "si" a todo.
3. La sospecha de que la información puede revertirse en contra del encuestado, de alguna manera.
4. La falta de comprensión de las preguntas o de algunas palabras.
5. La influencia de la simpatía o la antipatía tanto con respecto al investigador como con respecto al asunto que se investiga.

### **Tipos de preguntas que deben de plantearse**

El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación y, sobre todo, considerando el nivel de educación de las personas que se van a responder el cuestionario.

- Clasificación de acuerdo con su forma:

Preguntas abiertas

Preguntas cerradas

Preguntas dicotómicas

Preguntas de selección múltiple

En abanico

De estimación

- Clasificación de acuerdo con el fondo:

Preguntas de hecho

Preguntas de acción

Preguntas de intención

Preguntas de opinión

## Preguntas índices o preguntas test

### **El Fichaje**

El fichaje es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorra mucho tiempo, espacio y dinero.

### **El Test**

Es una técnica derivada de la entrevista y la encuesta tiene como objeto lograr información sobre rasgos definidos de la personalidad, la conducta o determinados comportamientos y características individuales o colectivas de la persona (inteligencia, interés, actitudes, aptitudes, rendimiento, memoria, manipulación, etc.). A través de preguntas, actividades, manipulaciones, etc., que son observadas y evaluadas por el investigador.

Se han creado y desarrollado millones de tesis que se ajustan a la necesidad u objetivos del investigador. Son muy utilizados en Psicología (es especialmente la Psicología Experimental) en Ciencias Sociales, en educación; Actualmente gozan de popularidad por su aplicación en ramas novedosas de las Ciencias Sociales, como las "Relaciones Humanas" y la Psicología de consumo cotidiano que utiliza revistas y periódicos para aplicarlos. Los Test constituyen un recurso propio de la evaluación científica.

### **Características de un buen test**

No existe el Test perfecto; no ha sido creado todavía y probablemente no lo sea nunca.

1. Debe ser válido, o sea investigar aquello que pretende y no otra cosa. "si se trata de un test destinado a investigar el coeficiente intelectual de un grupo de personas".
2. Debe ser confiable, es decir ofrecer consistencia en sus resultados; éstos deben ser los mismos siempre que se los aplique en idénticas condiciones quien quiera que lo haga. El índice de confiabilidad es lo que dan mayor o menor confianza al investigador acerca del uso de un determinado test. Existen tablas aceptadas universalmente sobre esos índices y ella nos hacen

conocer que ningún test alcanza in índice de confiabilidad del 100%.

3. Debe ser objetivo, evitando todo riesgo de interpretación subjetiva del investigador. La Objetividad es requisito indispensable para la confiabilidad.
4. Debe ser sencillo y claro escrito en lenguaje de fácil comprensión para los investigadores.
5. Debe ser económico, tanto en tiempo como en dinero y esfuerzo.
6. Debe ser interesante, para motivar el interés de los investigadores.

Después de saber acerca de las técnicas de investigación, se llegó a la conclusión que para la recolección de información se utilizará la técnica de la encuesta porque se recibe respuestas concretas.

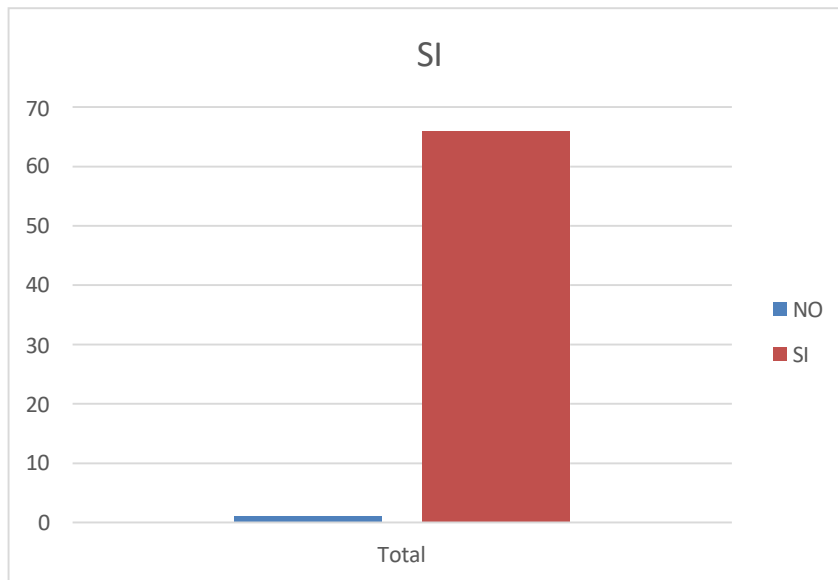
También se realizará una entrevista a dos expertos en páginas web para conocer más a fondo que es lo que debería contener y que herramienta se debe utilizar para la elaboración de un buen sitio web.

## CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### Aplicación a las técnicas de instrumentos

### Gráficos y Análisis de los resultados de las encuestas

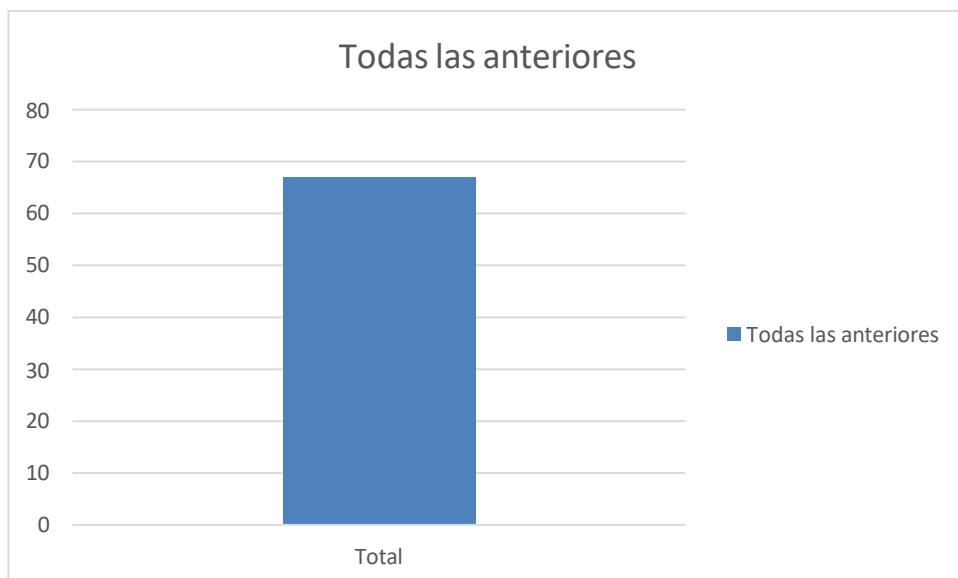
¿Le gustaría tener un Sitio web para su restaurante?



En esta pregunta casi todos los restaurantes encuestados estuvieron de acuerdo en tener un sitio web porque saben que deberían publicitarse por medio del Internet para tener más clientes y ganancias.

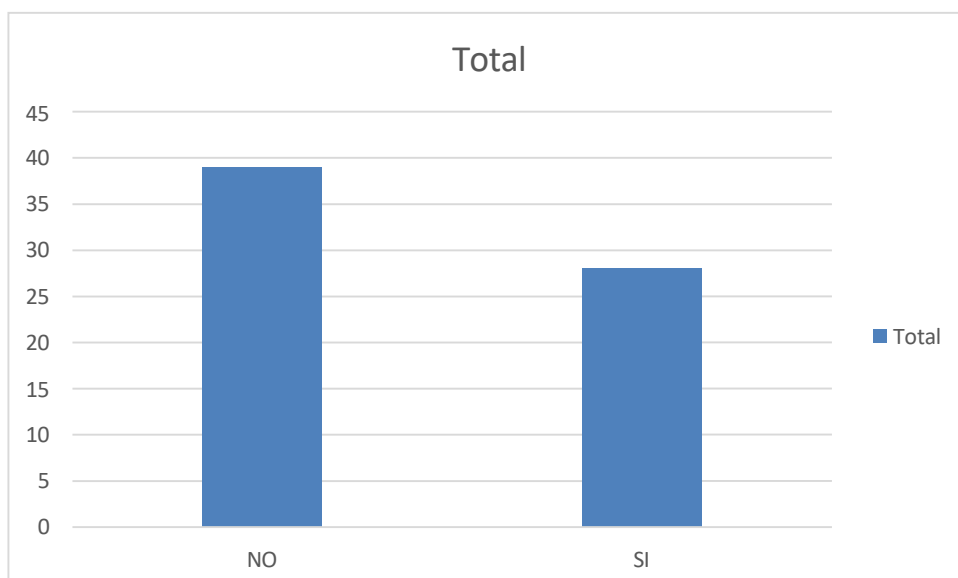
¿Qué le gustaría que se presente en el Sitio web?

A todos los encuestados les gustaría que se presente publicidad, horarios de atención, los platos que ofrece el restaurante y algunos querían que se le presente la historia del restaurante.



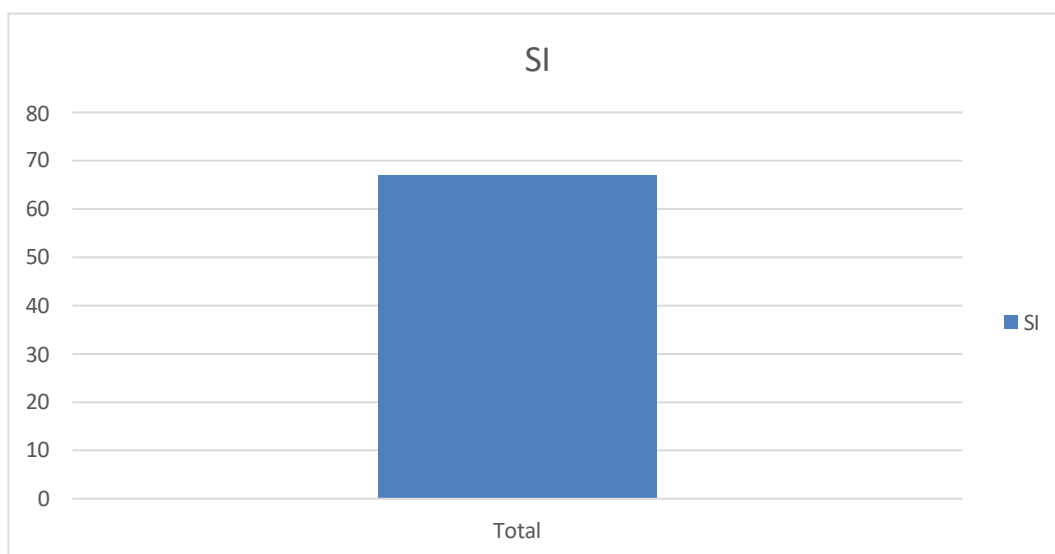
¿Le gustaría que se coloquen los precios de cada plato?

Algunos no le gustaba la idea que se les presente los precios y a otros sí, porque aclaraban que es mejor que los clientes sepan todo por medio del sitio.



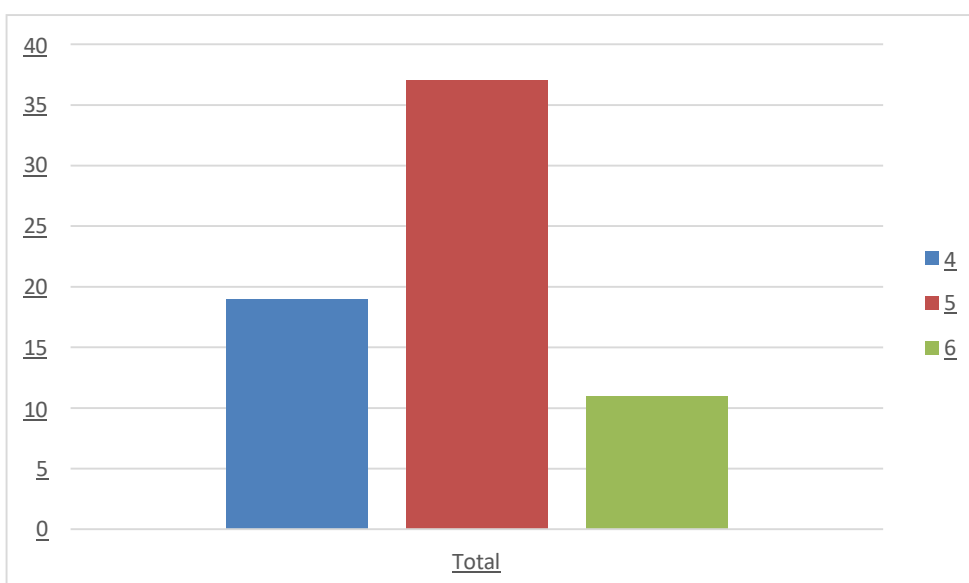
¿Le gustaría que se muestre un mapa con la ruta de cómo llegar al restaurante?

A todos les pareció que es una buena idea de mostrar la ruta para llegar al restaurante, así a cualquiera podría llegar rápido.



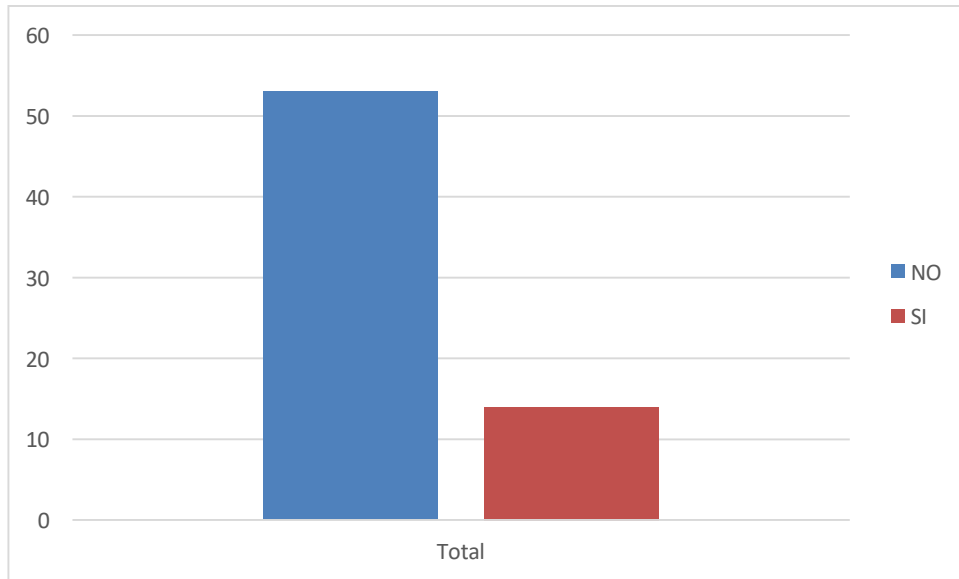
¿Cuántas páginas le gustaría que tenga su Sitio web?

Lo más apropiado para ellos fue 5 páginas para su sitio web



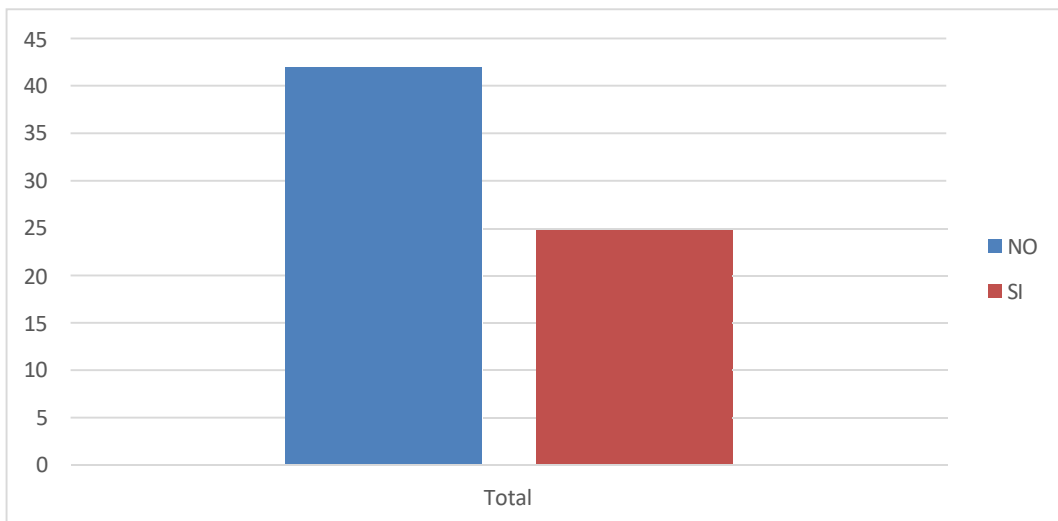
¿Le gustaría que en la página se pueda hacer reservaciones?

Algunos le gustó la idea pero a otros no, porque argumentaron que por ahora es un restaurante pequeño y que no se hacen ningún tipo de reservaciones, dependiendo del progreso que tenga el local se irán adecuando lo que haga falta.



¿Le gustaría que se puedan hacer comentarios acerca del restaurante, la comida, el servicio, etc.?

La mayoría optó por el no, ya que se podrían hacer comentarios que vayan en contra de la imagen del restaurante y hasta podría llegar a ser mentiras, por eso era mejor que no se aplique esa opción.



## Entrevista con los expertos en Diseño Web

### Licenciado Cristian Vargas

1. ¿Qué es lo debería llevar un sitio web para restaurante?  
Página inicio, galería, precios, promociones, dirección.
2. ¿Cuántas páginas como mínimo debería de tener?  
Mínimo 8 páginas



3. ¿Qué herramienta sería la más apropiada para hacer Sitios de este tipo?  
Si no tiene registros y solo es informativa se puede utilizar un administrador de contenido
4. ¿Cuál es el costo por realizar estos sitios?  
Varían según exigencia desde \$800 a \$3000

### **Licenciada Priscilla Duque**

1. ¿Qué es lo debería llevar un sitio web para restaurante?

Para un restaurante pienso que el sitio web debería contener en el sitio:

- El menú (platos de comida que ofrecen) con sus respectivos precios.
  - Promociones en caso de ofrecerla.
  - Información de contacto como por ejemplo donde se encuentran ubicados y si disponen de teléfono convencional y celular.
  - Especificar si ofrecen servicio a domicilio.
  - Un poco de historia del lugar de comida estaría bien ya que hay personas a las que les interesa esa información.
2. ¿Cuántas páginas como mínimo debería de tener?  
Dependiendo de cómo esté estructurado el sitio al menos debería contener 15 páginas.
  3. ¿Qué herramienta sería la más apropiada para hacer Sitios de este tipo?  
Hoy en día se usan mucho los CMS como Wordpress para esta clase de sitios ya que ofrecen un sin número de plantillas lo que facilita la implementación de los mismos.
  4. ¿Cuál es el costo por realizar estos sitios?  
El costo depende mucho de la plantilla que se vaya a utilizar. El sitio de Wordpress ofrece plantillas gratuitas y pagadas. Van desde \$11 hasta lo que el desarrollador esté dispuesto a cancelar. Se debe considerar el costo del hosting, dominio y el sueldo del diseñador web.  
Todo depende de la elección que crea conveniente la persona que invierte en el proyecto.  
Se debe también tomar en cuenta que para elaborar sitios web se necesita disponer de licencia de Adobe o de cualquier programa que se vaya a usar para el procesamiento de imágenes. De esta forma el contenido será 100% original.  
En total se aproxima un costo de \$600 por sitio.

## **CONCLUSIONES**

Después de todo este análisis que se ha realizado, se hace la conclusión de que cada negocio por muy pequeño que este sea, necesita de su publicidad por internet.

La tecnología avanza muy rápido y todos quieren de una manera u otra utilizarla en beneficio de cada uno, partiendo de este punto, es una buena forma de introducir en el Internet todo lo que se ofrece a otras personas para así ganar más clientela y los negocios tendrán el éxito esperado.

Una buena táctica para introducirse en el Internet es comenzando por la creación de un sitio web. Hoy en día todo se encuentra en la web y todas las personas acuden a ella, cuando esto ocurre lo primero que ven o encuentran es un sitio web con la información que estén buscando, esto quiere decir que si un negocio quiere crecer y ser más conocido tiene que tener un puesto en la web.

## **RECOMENDACIONES**

Usar wordpress para crear sitios web es una buena alternativa para todos los diseñadores de páginas web.

El sitio se visualiza por completo, las imágenes se cargan rápido sin ningún inconveniente. Solo se necesita editar las imágenes que se vayan a utilizar, esto quiere decir, reducir el tamaño de cada una de ellas, cambiando la resolución y adecuándolas para que se presenten en la web.

Crear sitios con diseño adaptativo es una buena estrategia para promocionar sus sitios, por lo que no solo está sobre una pc de escritorio sino también sobre cualquier Smartphone.

## **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

Las páginas web se desarrollaron en Wordpress 4.3 ya que es un Sistema Administrador de Contenido muy útil y se destaca del resto por su facilidad de uso y múltiples plantillas que se puede elegir a la hora de crear sitios de cualquier tipo.

Wordpress es muy útil para sitios informativos, es muy liviano y fácil de adecuarse a cualquier tipo de pantalla de monitor, también posee diseño adaptativo para pantalla de celulares inteligentes.

## **ESPECIFICACIONES DE HARDWARE Y SOFTWARE**

Para visualizar las páginas del Sitio web se necesita un ordenador con conexión a Internet y un buscador ya sea: Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer a partir de la versión 6.0 SP1 o Safari.

## DESCRIPCIÓN DE LAS PANTALLAS DEL SITIO WEB “EL PELUCHE”



Ilustración 8 Página de Inicio

Pantalla de Inicio, es la primera página que se presenta al abrir el sitio web. Muestra una pequeña bienvenida al sitio, al lado derecho están los horarios de atención un banner deslizable en la parte superior con su respectivo logo.

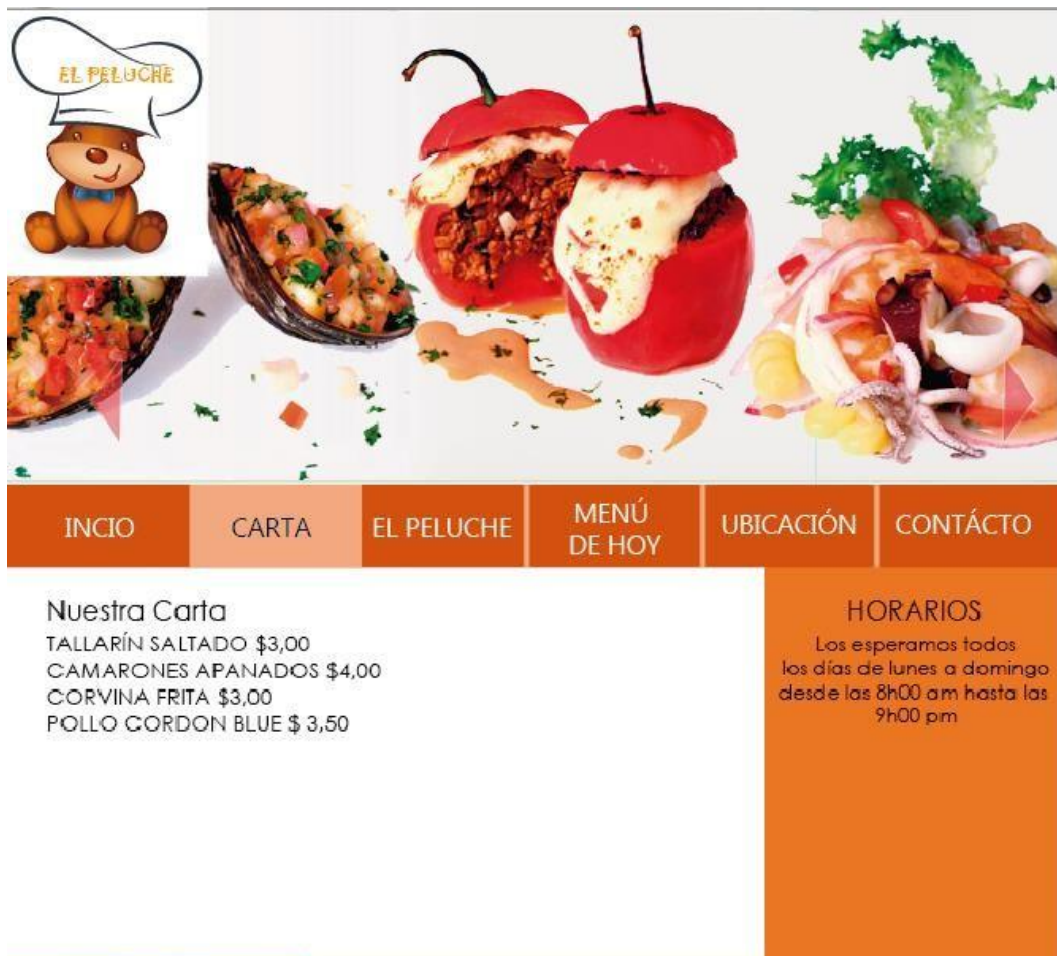


Ilustración 9 Página de la Carta

Esta página muestra los platos a la carta con el precio asignado para cada uno de ellos.

Cada nombre del plato es un link que lleva a la imagen del menú ya listo para comer.



INICIO	CARTA	EL PELUCHE	MENÚ DE HOY	UBICACIÓN	CONTACTO
<p>“El Peluche” es un restaurante de comida típica, ubicado en la Cooperativa Santa Teresita cerca de Mucho Lote 1. El restaurante “El Peluche” nació del esfuerzo de dos esposos emprendedores, los cuales decidieron dedicarse a la venta de comida ya que sabían la preparación de muchos platos típicos del Ecuador.</p> <p>“El Peluche” abrió sus puertas hacia ya 6 años, gracias a Dios y al sacrificio de sus dueños sigue brindando a sus clientes los más ricos platos de la región.</p>				<p><b>HORARIOS</b>            Los esperamos todos los días de lunes a domingo desde las 8h00 am hasta las 9h00 pm</p>	

Ilustración 10 Página El Peluche

La pestaña El Peluche presenta una breve historia del restaurante, sus inicios, sus dueños y el porqué del singular nombre.



Ilustración 11 Página Menú de hoy

Nos presenta el menú de los almuerzos que cada día ofrece el restaurante.





Ilustración 12 Página Ubicación

Dicha página muestra el lugar donde se encuentra el local. Cómo el mapa es de Google Maps podría verificar cuanto se demora en llegar al restaurante desde un lugar específico.



Ilustración 13 Página de Contacto

Con esta página se puede contactar directamente con los encargados del restaurante para aclarar dudas sobre cualquier inquietud que se dé, ya sea por medio de las redes sociales o por un mensaje de correo electrónico.

## Bibliografía

Alarcón, V. F. (2006). *Desarrollo de Sistemas de Información*. Barcelona: Ediciones UPC.

Ara. (14 de 09 de 2015). *Web site solutions*. Obtenido de [http://www.arawebsitedesign.com/what\\_is\\_website\\_design\\_66.htm](http://www.arawebsitedesign.com/what_is_website_design_66.htm)

Battistutti, O. C. (2006). *Fundamentos de Programación Piensa en C*. México: Pearson Educación.

Caiza, F. R. (02 de 04 de 2012). *Documento de Sitio Web*. Recuperado el 06 de 26 de 2015, de Documento de Sitio Web: [http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2343/1/Tesis\\_t693si.pdf](http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2343/1/Tesis_t693si.pdf)

Castellblanque, M. (2006). *Perfiles profesionales de publicidad y ambitos afines*. Barcelona España: U o C .

Científica, I. (2015). *Concepto de*. Obtenido de <http://concepto.de/investigacion-cientifica/>

Collado, J. A. (2002). *Uso de los Sistemas de Informacion en la Organizacion*. UOC .

Emery, J. C. (1990). *Sistemas de Informacion para la Dirección*. Madrid: Diaz de Santos.

Esparta, U. N. (noviembre de 2007). *Tesis*. Obtenido de <http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/882/1/TG3841.pdf>

Euronews. (12 de 09 de 2000). *HiTech*. Obtenido de <http://es.euronews.com/2014/03/13/la-primera-pagina-web-de-la-historia-cumple-un-cuarto-de-siglo/>

Garcia, A. (11 de julio de 2014). *Arturo Garcia*.

Graterol, R. (2004). *Maestría en Políticas públicas*. Obtenido de <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/metoprot/10.pdf>

Guide, M. S. (14 de 09 de 2015). *MSG*. Obtenido de <http://www.managementstudyguide.com/advertising-management.htm>

Guzmán, P. M. (junio de 2012). *Tipos más usuales de investigación*. Obtenido de [http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/prepa3/tipos\\_investigacion.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/tipos_investigacion.pdf)

Inec. (2010). *Guayaquil cifra a cifra*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi\\_esGuayaquil\\_cifra\\_a\\_cifra.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf)

Kenneth C. Laudon, J. P. (1996). *Sistema de Información Gerencial*. México: Pearson Educación.

Kenneth E. Kendall, J. E. (2005). *Análisis y Diseño de Sistemas*. México: Cámara Nacional de la Industria .

Kyrnin, J. (2015). *About Tech*. Obtenido de <http://webdesign.about.com/od/webdesign/qt/what-is-web-design.htm>

LEY\_ORGANICA\_COMUNICACION. (2015). *LEY\_ORGANICA\_COMUNICACION*.

Martínez, A. G. (1998). *Los Sistemas de Información en la Empresa*. Oviedo: Universidad de Oviedo Servicio de Publicaciones.

Michael, E. C. (2 de agosto de 2006). *The history internet marketin*. Obtenido de <http://www.evancarmichael.com/Home-Based-Business/5341/The-History-of-Internet-Marketing.html>

Milagro, U. E. (2011). *Tesis*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/81/3/Dise%C3%B1o%20e%20implementaci%C3%B3n%20de%20un%20sitio%20web%20para%20el%20complejo%20tur%C3%ADstico%20Har%C3%A1s%20del%20Para%C3%ADso..pdf>

Montilva, J. (1999). *Desarrollo de Sistemas de Información* . Consejo de Publicaciones de la Universidad de los Andes.

Namakforoosh. (2005). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Limusa .

Nuñez, A. A. (01 de 11 de 2001). *Buenas Tareas*. Recuperado el 06 de 26 de 2015, de Buenas Tareas: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Tesis-Sistema-De-Facturacion/2819962.html>

ORTIZ ELIANA, T., & TOCA, P. (07 de 2012). *Repositorio.unemi.edu.ec*. Recuperado el 14 de 07 de 2015, de Repositorio.unemi.edu.ec: <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/516/3/SISTEMA%20CON%20TABLE%20AUTOMATIZADO%20PARA%20MICROEMPRESAS%20DEL%20CANT%C3%93N%20MILAGRO.pdf>

Parra, Y. P., & Pilco, K. N. (01 de 04 de 2011). *Repositorio.unemi.edu*. Obtenido de Repositorio.unemi.edu: <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/81/3/Dise%C3%B1o%20e%20implementaci%C3%B3n%20de%20un%20sitio%20web%20para%20el%20complejo%20tur%C3%ADstico%20Har%C3%A1s%20del%20Para%C3%ADso..pdf>

Pino, D. R. (2014). *Publicidad on line*. Madrid España: ESIC.

públicas, P. d. (2014). *Técnicas de investigación*. Obtenido de <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

Ralph M. Stair, G. W. (2000). *Principios de Sistemas de Información 4ta. Edición* . México: S.A. EDICIONES PARANINFO.

- Restaurante. (s.f.). *Marketing Gastronómico*. Recuperado el 31 de 06 de 1015, de <http://marketinggastronomico.com/como-hacer-una-pagina-web-para-un-restaurante/>
- Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://museoarqueologico.univalle.edu.co/imagenes/Proyecto%20de%20Grado%201/lecturas/Libro%20metodologia%20investigacion.%20Libro%20NB.pdf>
- Sampieri, C. R. (1997). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. de C.V.
- Sampieri, H. (2000).
- Telefónica, F. (9 de 9 de 2012). *Telos*. Obtenido de [http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es\\_ES&id=2010020309240001&activo=6.do](http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2010020309240001&activo=6.do)
- Velasquez, J. C. (05 de 10 de 2012). *Blogspot.com*. Recuperado el 03 de 07 de 2015, de Blogspot.com: <http://lossistemasdeinformacion2012.blogspot.com/>
- Verdadero, P. E. (2011). *INEC dio resultados*. Obtenido de <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-comerciante/item/en-guayaquil-inec-dio-resultados-del-censo.html>
- Wigodsky, J. (14 de Julio de 2010). *Metodología de la Investigación*.
- Wordpress. (s.f.). *Wordpress*. Obtenido de <https://wordpress.org/about/>
- Zarramera, A., Castillo, H., & Mercado, L. (02 de 05 de 2009). *Monografias.com*. Recuperado el 14 de 07 de 2015, de Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos71/disenio-sistema-automatizado-control-inventario/disenio-sistema-automatizado-control-inventario2.shtml>

## ANEXOS CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA

Guayaquil, 1 de Julio del 2015

### De mis consideraciones:

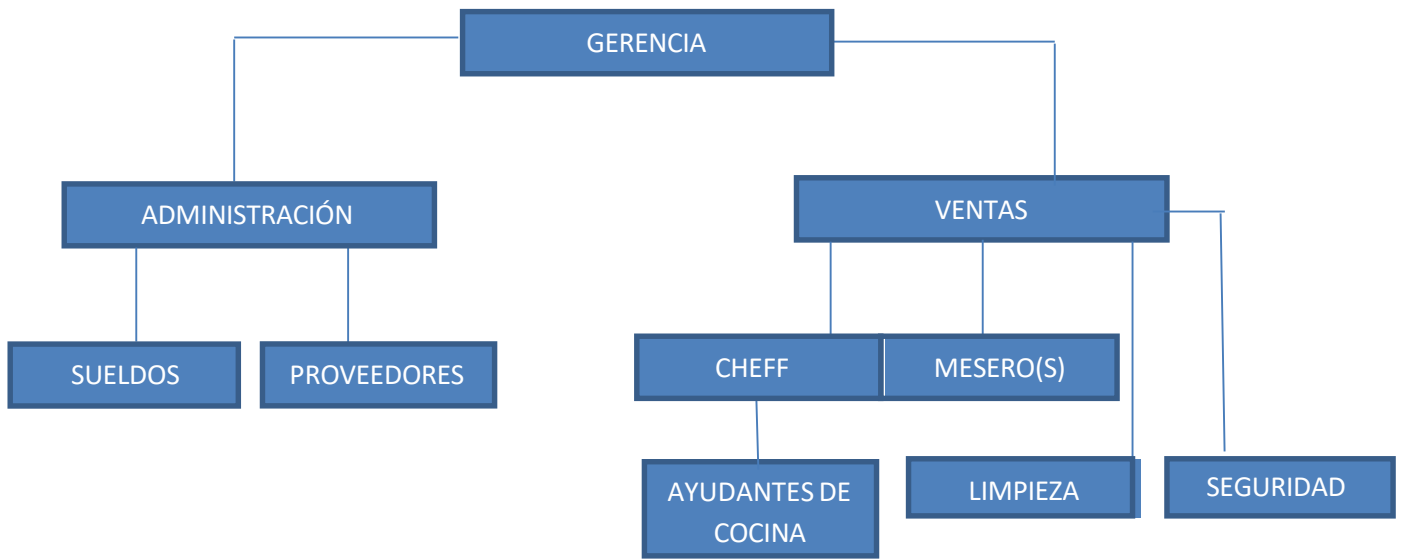
Por medio de la presente, Yo Miguel Ángel Alejandro Vera con C.I: 0918650805, propietario del restaurante "El Peluche" ubicado en la Coop: Santa Teresa Mz. 2713 Sl. 9º Bastión Popular autorizo a la Sra. Karina Sobeida Alejandro Vera con C.I: 0916724719 que haga uso del nombre, logotipo y todo lo que ella requiera para su proyecto o tesis de graduación.



Miguel Ángel Alejandro Vera

C.I: 0918650805

## ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



LOGOTIPO DE LA EMPRESA





## INFORMACIÓN FINANCIERA

<b>Ventas</b>					U. Trabajores	-15,00%
Tasa Crecimiento Demanda	5%				Impuesto	-22,00%
Precio por plato	\$ 3,00					
Inversion para platos	\$3.000,00					
Balance Equipos	\$ 4.485,00					
inflación	5%					
<b>Años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>			
demanda		26880	28224			
Ingreso		\$ 80.640,00	\$ 84.672,00			
costo variable		-\$ 3.000,00	-\$ 3.150,00			
costo fijo		-\$ 70.026,31	-\$ 70.026,31			
depreciacion		-\$ 821,83	-\$ 821,83			
utilidad Bruta		<b>\$ 6.791,85</b>	<b>\$ 10.673,85</b>			
utilidad de los trabajadores		-\$ 1.018,78	-\$ 1.601,08			
impuestos		-\$ 1.270,08	-\$ 1.996,01			
Utilidad Neta		\$ 4.503,00	\$ 7.076,77			
depreciacion		\$ 821,83	\$ 821,83			
Inversión	-\$ 7.485,00					
Fujo	-\$ 7.485,00	\$ 5.324,83	\$ 7.898,60			
<b>VAN</b>	<b>\$ 3.883,53</b>					



## ANEXOS DE ENCUESTA Y ENTREVISTA

### Preguntas para la encuesta:

1. ¿Le gustaría tener un Sitio web para su restaurante?  
Sí  No
2. ¿Qué le gustaría que se presente en el Sitio web?  
Publicidad   
Horarios de atención   
Imágenes de los platos   
Todas las anteriores   
Otro -----
3. ¿Le gustaría que se coloquen los precios de cada plato?  
Sí  No
4. ¿Le gustaría que se muestre un mapa con la ruta de cómo llegar al restaurante?  
Sí  No
5. ¿Cuántas páginas le gustaría que tenga su Sitio web?  
4  5  6  más de 6
6. ¿Le gustaría que en la página se pueda hacer reservaciones?  
Sí  No
7. ¿Le gustaría que se puedan hacer comentarios acerca del restaurante, la comida, el servicio, etc.?  
Sí  No

### Preguntas para la entrevista a los expertos

1. ¿Qué es lo debería llevar un sitio web para restaurante?
2. ¿Cuántas páginas como mínimo debería de tener?
3. ¿Qué herramienta sería la más apropiada para hacer Sitios de este tipo?
4. ¿Cuál es el costo por realizar estos sitios?