



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO**

**BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

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

**TEMA:**

**DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA PUBLICIDAD DE SERVICIO  
ESTÉTICO EN EL CENTRO DE BELLEZA “MARY” EN EL CANTÓN  
NARANJAL**

**AUTOR:**

**NURY ELIZABETH ATIENCIE ALEJANDRO**

**TUTOR:**

**MSC. ROOSEVELT DANIEL ESPINOZA PUERTAS**

**GUAYAQUIL- ECUADOR**

**2016**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO**

**BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

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

**TEMA:**

**DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA PUBLICIDAD DE SERVICIO  
ESTÉTICO EN EL CENTRO DE BELLEZA “MARY” EN EL CANTÓN  
NARANJAL**

**AUTOR:**

**NURY ELIZABETH ATIENCIE ALEJANDRO**

**TUTOR:**

**MSC. ROOSEVELT DANIEL ESPINOZA PUERTAS**

**GUAYAQUIL- ECUADOR**

**2016**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Concejo Directivo del Instituto Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

**CERTIFICO:**

Que he desarrollado el diseño de una página web con el tema: **DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA PUBLICIDAD DE SERVICIO ESTÉTICO EN EL CENTRO DE BELLEZA “MARY” EN EL CANTÓN NARANJAL**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

**TECNÓLOGO EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

La investigación se refiere ¿Cómo contribuir a mejorar la publicidad de servicio estético en centro de belleza “Mary” en el cantón naranjal para el aumento de clientes? El mismo que debe ser aprobado por tener los requisitos legales y por la calidad del tema:

Presentado por el Egresada: **Nury Elizabeth Atiencie Alejandro**

Tutor: **Msc. Roosevelt Daniel Espinoza Puertas**

## **AUTORIA NOTARIADA**

El razonamientos e ideas del presente trabajo de graduación con el tema: **DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA PUBLICIDAD DE SERVICIO ESTÉTICO EN EL CENTRO DE BELLEZA “MARY” EN EL CANTÓN NARANJAL**, de la carrera análisis de sistema del instituto superior tecnológico bolivariano de tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

## **DEDICATORIA**

Dedicado a Dios todopoderoso, por permitirme culminar una de las metas trazadas en mi vida y darme salud para llevar adelante mí estudio.

A mi madre María Alejandro Nieto que siempre me han dado su apoyo incondicional y enseñarme a no rendirme sobre todas las cosas que sucedan.

A mi esposo Erinson Rendón y a mi pequeño hijo Dylan Rodolfo que son mi motor de vida para seguir adelante.

A mi hermano Gino por motivarme a seguir adelante a que no me rinda antes cualquier adversidad.

A todos mis compañeros y amigos que me apoyaron en todo momento para seguir adelante y cumplir esta importante meta.

Nury Elizabeth Atiencie Alejandro

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco este proyecto a Dios, por darme esa fuerza de seguir en este camino de aprendizaje y darme este gran logro deseado el título de tecnólogo en análisis de sistemas.

Al Instituto Tecnológico Bolivariano de Tecnología por haberme aceptado, abrirme sus puertas y poder culminar mis estudios académicos.

A mi tutor el Msc. Roosevelt Espinoza Puertas por su orientación y paciencia en brindarme sus conocimientos académicos que han sido fundamentales para sacar este proyecto adelante.

Nury Elizabeth Atiencie Alejandro

## INDICE GENERAL

### CONTENIDO

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO.....	i
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO.....	ii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	iii
AUTORIA NOTARIADA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
INDICE GENERAL .....	vii
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	x
INDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE DIAGRAMAS .....	xi
INDICE DE PANTALLAS.....	xi
RESUMEN .....	xii
ABSTRACT .....	xiii

### CAPITULO# 1

EL PROBLEMA .....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1 Ubicación del problema en un contexto .....	1
1.2 SITUACIÓN CONFLICTO .....	2
1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	2
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	2
1.5 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN. ....	2
1.6 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
1.7.1 OBJETIVO GENERAL.....	4
1.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.8 JUSTIFICACIÓN .....	4

## CAPITULO# 2

MARCO TEÓRICO .....	5
2.1 FUNDAMENTACION TEORICA.....	5
2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	5
2.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES.....	6
2.3 BASES TEÓRICAS .....	6
2.3.1 Belleza.....	6
2.3.2 Servicios de un centro de estética .....	7
2.3.3 Publicidad tecnológica .....	8
2.3.4 Página Web .....	9
2.3.5 Metodología del desarrollo del sitio Web.....	9
2.3.6 COMO TENER UNA PAGINA EN INTERNET .....	10
2.4. Audiencia a cubrir.....	11
2.5. Fundamentación Psicológica.....	11
2.6. Fundamentación Sociológica.....	11
2.7. Fundamentación legal .....	12
2.8. Variables de la Investigación .....	14

## CAPITULO# 3

METODOLOGÍA.....	15
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACION.....	15
3.2 OBJETO DE ESTUDIO .....	15
3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	16
3.3.1 EXPLORATORIO.....	16
3.3.2 DESCRIPTIVO.....	17
3.3.3 DE CAMPO.....	17
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	17
3.4.1 POBLACIÓN.....	17
3.4.2 DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN .....	18
3.4.3 MUESTRA .....	18
3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	19



## CAPITULO# 4

ANALISIS DE RESULTADOS .....	21
4.1 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS .....	21
4.1.1 PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION .....	21
4.2 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	21
4.3 ANALISIS DE INFORMACION .....	22
4.3.1 ANALISIS ESTADISTICOS: TENDENCIAS, ESPECTATIVAS.....	22
4.4 plan mejora.....	32
4.4.1 TEMA.....	32
4.4.2 Fundamentación .....	32
4.4.3 Justificación .....	32
4.4.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA .....	32
4.4.5 Beneficios del diseño del proyecto.....	33
4.4.6 Requerimientos.....	33
4.4.7 Presupuesto.....	34
4.4.8 PROBLEMAS (CAUSA-EFECTO) .....	35
4.4.9 SOLUCIÓN PROPUESTA (CAUSA-SOLUCIÓN).....	36
4.4.10 POLITICAS DE LA APLICACIÓN .....	37
4.4.11 CRONOGRAMA DE EJECUCION .....	41
4.5 DISEÑO DE LA PROPUESTA .....	43
4.5.1 DIAGRAMA DE FLUJO DE INFORMACION .....	43
4.5.2 DIAGRAMA GENERAL DE PROCESOS.....	45
4.5.3 DIAGRAMA DE RED DE la pagina web.....	46
4.5.4 DIAGRAMA HIPO SPAG WEB S.A .....	47
4.5.5 MODELAMIENTO DE DATOS.....	49
4.5.6 DEFINICION DE ESTANDARES .....	51
4.5.7 DICCIONARIO DE DATOS.....	52
4.5.8 DEFINICION DE PANTALLAS.....	56
4.5.9 DIAGRAMAS DE INPUT PROCESSING OUTPUT (IPO).....	65
4.6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
4.6.1 CONCLUSIONES .....	68
4.6.2 RECOMENDACIONES.....	69
BIBLIOGRAFÍA .....	70

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Organigrama de la empresa .....	16
Ilustración 2: Forma de Publicidad.....	22
Ilustración 3: Procesos actuales .....	23
Ilustración 4: Manera de vender productos.....	24
Ilustración 5: Publicidad servicios estéticos .....	25
Ilustración 6: Implementación de una página web .....	26
Ilustración 7: Uso de la página web .....	27
Ilustración 8: Ubicación del centro de belleza .....	28
Ilustración 9: Ahorro de tiempo en el trabajo .....	29
Ilustración 10: Ingresos económicos.....	30
Ilustración 11: Aumento de clientes .....	31
Ilustración 12: Ubicación de las computadoras.....	37
Ilustración 13: Antivirus avast .....	39

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Total de población .....	17
Tabla 2: Total de la muestra .....	18
Tabla 3: Requerimientos.....	33
Tabla 4: Software .....	34
Tabla 5: Presupuestos.....	34
Tabla 6: Nivel organización problema.....	35
Tabla 7: Nivel tecnológico problema .....	35
Tabla 8: Nivel de organización solución.....	36
Tabla 9: Nivel tecnológico solución.....	36
Tabla 10: Diagrama de gant actividades.....	41
Tabla 11: Diagrama de gant .....	42
Tabla 12: Productos y servicios .....	52
Tabla 13: Detalle de pedido.....	53
Tabla 14: Cabecera de pedido.....	54
Tabla 15: Clientes.....	55

## INDICE DE DIAGRAMAS

Diagramas 1: Diagrama de flujo de información .....	43
Diagramas 2: Diagrama de flujo de seguridad.....	44
Diagramas 3: Diagrama general.....	45
Diagramas 4: Diagrama de red.....	46
Diagramas 5: Diagrama Hipo .....	47
Diagramas 6: Modelo de entidad de seguridad .....	49
Diagramas 7: Modelo de entidad de la página .....	50
Diagramas 8: Diagrama IPO pedidos .....	65
Diagramas 9: Diagrama IPO productos_ servicios .....	66

## INDICE DE PANTALLAS

Pantallas 1: inicio de sesión .....	56
Pantallas 2: Registro de clientes.....	57
Pantallas 3: Página de inicio.....	58
Pantallas 4: Pagina informativa 1 .....	59
Pantallas 5: Página informativa 2 .....	60
Pantallas 6 : Pagina de productos y servicios.....	61
Pantallas 7: Pagina de selección de manicure .....	62
Pantallas 8: Pagina de selección de servicios .....	63
Pantallas 9 : Pantalla simulador de pedido.....	64



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

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo en Análisis de Sistemas

### **TEMA:**

“Diseño de una página web para la publicidad de servicio estético en el centro de belleza “mary” en el cantón Naranjal”

**Autor:** Nury Elizabeth Atiencie Alejandro

**Tutor:** Msc. Roosevelt Daniel Espinoza Puertas

### **RESUMEN**

El presente proyecto es para dar a conocer la propuesta de diseño de una página web para el centro de belleza “Mary” que ofrezca a los clientes una mejor forma de publicidad en el cantón Naranjal, dicha publicidad se han venido realizando de una manera monótona. Se continuó con una investigación de campo a través de encuestas dirigidas a los trabajadores y a los clientes en donde se logra como resultado dichas anomalías referentes a las ventas de productos y servicios.

El objetivo de la propuesta, es proponer una mejora a la misma; la creación de la página web SPAG WEB ha llegado a proponer una nueva forma de hacer dicho servicio, lo cual se orientó que sea creativa e innovadora utilizando herramientas tecnológicas para el cantón.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo en Análisis de Sistemas

**TEMA:**

“Diseño de una página web para la publicidad de servicio estético en el centro de belleza “mary” en el cantón naranjal”

**Autor:** Nury Elizabeth Atiencie Alejandro

**Tutor:** Msc. Roosevelt Daniel Espinoza Puertas

**ABSTRACT**

This project is to publicize the proposed design of a website for the beauty center "Mary" offering customers a better form of advertising in the canton Naranjal, such advertising have been carried out in a monotone. It continued field research through surveys of workers and customers where such anomalies result achieved regarding product sales and services.

The aim of the proposal is to propose an improvement to it; the creation of the website SPAG WEB has come to propose a new way of doing the service, which was aimed to be creative and innovative use technological tools for the canton.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO.**

La belleza es un elemento de gran importancia en el ser humano ya que mejora la confianza y la autoestima de las personas que lo poseen, es por esto que existe la imperiosa necesidad de desarrollar una página web de publicidad de servicio estético que determinará el impacto económico, oferta y demanda del centro de belleza “Mary”

La página web de publicidad dará a conocer los servicios existentes y mejorará el posicionamiento del centro de belleza “Mary” en el cantón naranjal, que en la actualidad se encuentra atravesando por un grave problema económico y la pérdida de clientes ocasionado por la falta de un sistema informático de publicidad estética.

La investigación se orienta en el centro de belleza “Mary” ubicado en el cantón naranjal creado en el año 2014, especializado en dar servicio y tratamientos todo lo enlazado con el cuidado estético, contando con una excelente gestión de recursos humanos y una ubicación preferencial, el objetivo es crear un centro que fusione con todas las actividades que abarquen servicios integrales en: tratamientos corporales, tratamientos capilares, manicure, pedicura, cortes de cabello en diferentes estilos, peinados, tinturados y más, para satisfacer de esta forma las necesidades de nuestros clientes.

Por lo expresado en los párrafos anteriores es necesario que se promueva el diseño de una página web publicitaria por medio de la cual la microempresa centro de belleza “Mary” dé a conocer los productos de belleza, los servicios estéticos, la disponibilidad de horarios y la reservación de turnos lo que ayudara a una excelente atención a los clientes, que se verá reflejado en la rentabilidad económica de la empresa.

## **1.2 SITUACIÓN CONFLICTO**

A inicios del periodo del 2015 la microempresa centro de belleza “Mary” atravesó una depreciación en cuanto a asistencia, venta y servicios de peluquería, la competencia emprendieron negocios de semejanza de prestación de servicios de ahí donde los clientes empezaron a disminuir poco a poco, ya que la competencia contaba con un buen servicio de Marketing publicitario, frente a la mala organización con que contaba la microempresa con lo cual generaban malestar en los clientes ya que asignaban turnos y en su mayoría de ocasiones no estaban disponibles, además no asumían un control de stock de productos existentes en venta.

## **1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

**PAIS:** Ecuador

**CIUDAD:** Cantón Naranjal

**CAMPO:** Tecnológico

**ÁREA:** Programación Web

**ASPECTO:** Publicidad de servicio estético.

## **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo contribuir a mejorar la publicidad de servicio estético en centro de belleza “Mary” en el cantón naranjal para el aumento de clientes?

## **1.5 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.**

**Variable Independiente:** Publicidad de servicio estético, sitio web.

**Variable Dependiente:** Aumento de clientes.

## 1.6 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.

**Delimitado.** El proyecto de estudio se realizara en el cantón Naranjal en la Provincia del guayas, el centro de belleza “Mary”, dedicado a ofrecer servicios estéticos y ventas de perfumes y tratamientos capilares a los principales clientes de la empresa.

**Claro.** Es importante saber que en el centro de belleza “Mary” no existe una página web para la publicidad.

**Evidente.** La falta de implementación de la página web en el centro de belleza “Mary” se ha evidenciado que nos dificulta con la promociones de marketing publicitario.

**Relevante.** Contribuye una página web que figura un impulso en el aumento de clientes y renovar la imagen del negocio del centro de belleza “Mary”.

**Original.** Para el centro de belleza “Mary” que ha tenido todo su desarrollo de publicidad de forma manual, el diseñar una página web es algo novedoso que va a reemplazar los lentos procesos.

**Factible.** Confirmado el estudio que se realizó en el centro de belleza “Mary”, se considera factible el desarrollo de este proyecto que ayudara a reducir los recursos y a incrementar clientes.



## **1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una página web para la publicidad de servicio estético, para el aumento de clientes, mediante un estudio bibliográfico, análisis estadístico, e investigación de campo.

### **1.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar La influencia de la publicidad de servicio estético, mediante un estudio bibliográfico, encuestas estructuradas a los clientes de centro de belleza “Mary”.
- Determinar cuál es el mejor software para el desarrollo de página web.
- Promover los servicios de la microempresa centro de belleza “Mary”.

## **1.8 JUSTIFICACIÓN**

Debemos considerar que la importancia de la presente investigaciones fundamenta en que mediante el diseño de la página web de marketing y publicidad, se podrá alcanzar un buen rendimiento de servicios estéticos y ventas de perfumes y tratamientos capilares a los principales clientes de la microempresa Centro belleza “Mary”.

El trabajo de investigación es factible ya que brindara a la microempresa una herramienta informática para garantizar la publicidad de sus servicios de estética, ya que el lugar donde se encuentra la empresa es un cantón que ya cuenta con accesibilidad al internet, hay varios proveedores de internet, las cuales facilitaran para la publicidad de la página web, y lo más importante la empresa cuenta con la infraestructura adecuada y la economía para realizar el trabajo de investigación, la cual mejorara su rendimiento en las ventas (ofertas y promociones).

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 FUNDAMENTACION TEORICA

##### 2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

**Belleza En la filosofía**, (Updated, 2016) la definición de belleza ha formado parte siempre de la estética. Así, ya encontramos en la filosofía platónica muchas de las cuestiones alrededor de la belleza y su naturaleza que, consecutivamente, serán tratadas a lo largo de la historia.

Empecemos desde el tema de la filosofía occidental y, además, veamos cómo se realizan desde ella los planteamientos límites. La idea objetivista dice que la belleza es esencial al objeto que se reconoce como bello. Es cualidad propia del mismo, el planteamiento subjetivista interpreta que la belleza de un objeto depende de la apreciación que dé este objeto hacia el sujeto.

La belleza no es cualidad propia del objeto sino que depende de la valoración del sujeto. Observemos que el postulado subjetivista concuerda con lo que se mencionaba al principio de que “cada cual tiene su idea y sus patrones de belleza”. Esa afirmación sería un ejemplo de un planteamiento de belleza desde el subjetivismo.

Pero hay más definiciones, nos encontramos con una de ellas, la cual nos dice que la belleza es aquello que se admite como valor, pero directamente es como la cualidad que hace surgir un objeto como valioso desde el punto de vista estético.

## **2.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES**

En el cantón Naranjal, provincia del guayas, las actividades comerciales habitualmente se las desarrolla de forma empírica y artesanal, las actividades de servicios estéticos hoy en día no cuentan con servicios tecnológicos como páginas web que se vean reflejados en la mejora de la calidad del servicio al cliente y mejora económica de la microempresa.

A continuación se presentan artículos que nos sirven de referencia y proyectos similares.

### **Páginas de Referencia**

Nombre de página: Pagina web de Gloria Saltos.

Fundador: Gloria Saltos.

Link: (Gloria Saltos, s.f.)

### **Proyectos similares**

**Título de tesis:** El proyecto “Elaborar e implementar una página web como herramienta de apoyo tecnológico del colegio técnico agropecuario “oriente ecuatoriano” del cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe periodo 2010 – 2011”.

**Autores:** (Reyes, 2011) Pablo Fernando Aguilar Cango, Marcelo Petroneo Reyes Curipoma, Universidad Nacional de Loja, del año 2011.

## **2.3 BASES TEÓRICAS**

### **2.3.1 BELLEZA**

La belleza es un concepto complejo que se debate entre lo objetivo y lo subjetivo, lo tangible y lo abstracto, lo común y lo excelso. Definirlo no es fácil teniendo en cuenta la atmosfera de relatividad que lo envuelve. Según el diccionario de la Real Academia Española, belleza es una propiedad de las cosas que permite amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual.

Desde el punto de vista más simplista, se define la belleza como la característica de una cosa que, a través de una percepción sensorial, es capaz de causar una

sensación de placer o bienestar. Partiendo de este principio, se puede decir que la belleza se manifiesta de diversas maneras en lo visual, lo auditivo, en sabores y olores. David Hume, filósofo, historiador y sociólogo escocés del siglo XVIII describe la belleza como un término con implicancias objetivas cuando dice que “hay que admitir que existen ciertas cualidades de los objetos que están adaptadas por naturaleza para suscitar esos sentimientos específicos. Aquí son útiles, por lo tanto, las reglas generales de la belleza ya que derivan de modelos reconocidos y de la observación de lo que gusta o disgusta”. Pero, por otro lado, afirma que la belleza tiene una noción subjetiva en tanto que ésta es relativa a la apreciación del observador. La belleza no es una cualidad del objeto sino que pertenece enteramente al sentimiento interno. (Sequera, 2012)

### **2.3.2 SERVICIOS DE UN CENTRO DE ESTÉTICA**

- **Manicure:** Es el arte de cuidar y embellecer las manos y uñas.
- **Pedicura:** Es el mecanismo por el cual se arregla la piel de los pies y se embellecen las uñas.
- **Corte de cabello:** Es el arte de disminuir de mayor a menor tamaño el cabello, según el gusto del cliente.
- **Permanente:** Es la acción de transformar un cabello lacio en ondulado o rizado, y darle más cuerpo, tratándolo con productos químicos especiales para cada caso.
- **Peinados:** Es el arte de embellecer, equilibrar y corregir los efectos de un rostro. Es necesario dar elasticidad a las normas para realizar un peinado.
- **Tintes:** Es una composición química con la que se ha conseguido colorear los cabellos, para resaltar su color natural, cubrir canas o cambiar el color natural.
- **Mascarillas faciales:** Forman parte de un tratamiento facial para la piel. Una mascarilla facial suaviza, lubrica y devolverá ciertas cualidades a la piel seca.

- Maquillaje: Es el arte de realizar encantos para embellecer a una persona, es también técnica e imaginación.
- Limpieza facial: La limpieza facial consiste en un sistema de limpieza profunda de la piel, donde se precede en primera instancia a la extracción manual de comedones, ayudándonos simultáneamente con equipos especializados como: vaporizador, ozonoterapia, corriente galvánica, ultrasonidos, aspirado, etc. y además de productos medicados, no cosmetológicos, libres de alérgenos y sustancias abrasivas.
- Masajes: Los masajes, favorecer la circulación, tranquilizar los nervios y despejar la mente. Cuando él o la masajista realizan esta tarea saben cuáles son los puntos en el cuerpo que deben de ser presionados y saben de qué forma hacerlo, esto con el fin de lograr los objetivos antes señalados. Durante el masaje, se frotran o masajean las capas superiores de los músculos, generalmente con las propias manos. Un masaje suave, realizado con sus propias manos o por un masajista, reduce la tensión y rejuvenece los músculos cansados. El masaje también puede reducir el dolor ocasionado por la artritis. El masaje es una buena manera de relajarse y no prestar atención al dolor. El masaje puede hacer que se sienta renovado mental y físicamente, reducir la tensión y mejorar el sueño (Universidad Tecnica del Norte, 2012).El centro tendrá las facilidades para brindar servicios a toda clase de personas, de diferente edad, se contará con la asesoría de imagen para cada uno de ellos. Para recibir el servicio del centro de estética el cliente debe realizar previas citas lo que garantizara que la reservación y la atención sean en el tiempo real.

### **2.3.3 PUBLICIDAD TECNOLÓGICA**

(Las Nuevas Tecnologia del mundo de Publicidad, 2013) Uno de los principales objetivos de la publicidad y del mundo de las comunicaciones siempre ha sido no pasar inadvertido, hacerse notar, lograr con tácticas sutiles y rompedoras entrar en la mente de nuestros públicos de interés y convencer, seducir y transmitir una cierta idea o concepto. En tiempos como los nuestros, el acceso a tecnologías que antes pertenecían a una cierta elite de la sociedad es sumamente fácil y se le está permitido a los, locos y

poco convencionales, redactores publicitarios considerar estas herramientas como parte de su estrategia comunicacional.

#### **2.3.4 PÁGINA WEB**

Pablo y Marcelo Reyes de la Universidad Nacional de Loja (Reyes, 2011) Una página web es una fuente de información, que es parte de un grupo de documentos hipertexto o recursos disponibles en el World Wide Web y accesible mediante un navegador de internet. Las páginas web pueden contener enlaces hipertexto con otros lugares dentro del mismo documento, o con otro documento en el mismo sitio web, o con documentos de otros sitios web. También pueden contener formularios para ser rellenos, fotos, imágenes interactivas, sonidos, y videos que pueden ser descargados. Una página web es una fuente de información adaptada para la World Wide Web (www) y accesible mediante un navegador de Internet. Las páginas web pueden ser cargadas de un ordenador o computador local o remoto, llamado Servidor Web, el cual servirá de HOSTING. El servidor web puede restringir las páginas a una red privada, por ejemplo, una intranet, o puede publicar las páginas en la www.

#### **2.3.5 METODOLOGÍA DEL DESARROLLO DEL SITIO WEB**

A base de un servicio web que admite el aviso entre las aplicaciones, soportándose en un conjunto de estándares y protocolos. El acceso de información en la sociedad actual para las empresas es un requisito importante ya que dependerá de ello, así como la calidad de telecomunicaciones. Por tal motivo es que el número de ordenadores esta progresivamente aumentando en las empresas, pero ¿Cómo remitir información correcta a la persona adecuada? Un problema más que debe de resolver el hombre, es por ello que se crean sistemas que llegasen a gestionar estos procesos accesos a los diversos datos, seguridad etc. y que puedan satisfacer las exigencias que demandan las empresas. (Hernández, 2014)

Según (Dieguez, 2013) para desarrollar un sitio web, debemos hacer un trabajo previo de planificación y análisis para luego proceder al desarrollo ya sobre el servidor. Los pasos a seguir serían los siguientes:

- ✓ Preparar la infraestructura hardware y software.
- ✓ Panificar el sitio.
- ✓ Buscar e instalar una plantilla adecuada.
- ✓ Implementar la estructura del contenido, sus categorías y crear artículos.
- ✓ Implementar las estructura de menú.
- ✓ Configurar los componentes y módulos preinstalados.
- ✓ Instalar y configurar nuevos componentes y módulos.
- ✓ Crear los usuarios y definir los permisos de cada uno de ellos.
- ✓ Realizar los últimos ajustes y optimización.
- ✓ Mantenimiento de sitio.

### **2.3.6 COMO TENER UNA PAGINA EN INTERNET**

Según (S., 2005) para poder poner una página web en internet, es necesario contratar a alguna empresa sus servidores que pueda alojarla y hacerla accesible desde internet las 24 horas del día.

El precio por disponer de espacio propio en el servidor dependerá de la empresa, del espacio en disco, volumen de transferencia y otras opciones que podamos contratar.

Hay empresas que ofrecen este servicio gratuitamente, pero con ciertas limitaciones: poco espacio de disco, lentitud y nombre de página procedido por el de la suya. Hay que tener también en cuenta que estas empresas deben generar ingresos de alguna manera.

Por estos motivos, no se recomienda utilizar hospedaje gratuito para la página de una empresa, aunque si es aceptable para una página personal.

## **2.4. AUDIENCIA A CUBRIR**

Estas audiencias a cubrir son aquellas personas que visitan interrumpidamente nuestras Pagina Web, vale destacar que habrá algunos clientes con que diga que la “Audiencia a cubrir” son todos, porque “Todos” necesitan de su producto o servicio, cuando lo expresado es falso totalmente erróneo dado que el servicio es muy lejano para algunos, muy caro para otros o innecesario para terceros. “Todos” no es la respuesta.

## **2.5. FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA**

El aspecto psicológico del trabajo se sustenta en la influencia de la publicidad en la decisión de compra de las personas, debido a las piezas o herramientas que se utilizan para influir en la adquisición de un determinado bien o servicio. La psicología educativa está ligada al desarrollo de la psicología como ciencia, tiene que ver con la psicología aplicada al mundo de la educación. Está comprobado que los psicólogos educativos contribuyen con un derecho humano irrenunciable como es el derecho a la educación.

## **2.6. FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA**

Existe la vinculación del trabajo con la comunidad, debido a que se tomó como estudio a un pequeño negocio que no tenía buenos fundamentos publicitarios y era necesario mostrar el impacto que se tiene al mostrar un lugar adecuado. La publicidad es una manera de persuadir a las personas para que se incentiven a la adquisición de un determinado producto.



## **2.7.FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Constitución de la República del Ecuador Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua. Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas

libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 322.- Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad.

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción (Educación de Calidad, 2012).

**Ley del Artesano Art. 4.-** Los artesanos individualmente considerados, las asociaciones, cooperativas, gremios y uniones de artesanos que tuvieren talleres independientes del establecimiento o almacén en el que se expenden sus productos, serán considerados como una sólo unidad para gozar de los beneficios que se otorgan en esta Ley.

**Art. 9.-** Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios: o Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía. O Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro. O exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, inclusive los de alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.

**Art. 24.-** El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) deberá otorgar atención preferente al Seguro Social Artesanal, para lo cual implementará debidamente los departamentos o unidades administrativas correspondientes. (Industrias.gob, 2013).

## **2.8. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

**Variable Independiente: Publicidad de servicio estético, sitio web.**

(Definición ABC, 2016) Se conoce como Publicidad a aquella técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación (televisión, cine, radio, revistas, Internet) con el objetivo de motivar al público hacia una determinada acción de consumo. Así como la publicidad de servicios estéticos informará al consumidor potencial de un servicio acerca de los beneficios de la buena imagen y resaltará las diferencias que lo distinguen de otras marcas.

**Variable Dependiente: Aumento de clientes.**

(Mas que negocio, 2012) Si tan solo existiera una varita mágica para hacer aparecer los clientes. Lamentablemente, a menos que seas ese emprendedor envidiado, con una posición inamovible en el mercado, sin competencia y una excelente reputación o incluso fama, tendrás que enfrentarte a la tarea de conseguir clientes.

- Sé el mejor
- Define tu negocio
- Ve donde está tu cliente
- Aprovecha lo que ya tienes
- Prueba algo nuevo

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACION**

Con vistas a la elaboración del diseño metodológico de la investigación se tuvo en cuenta una selección de los métodos más necesarios, pertinentes y apropiados para este tipo de proyecto de carácter metodológico. Estos métodos utilizados han sido los teóricos, empíricos y estadísticos.

Las técnicas de recolección de información utilizadas fueron la entrevista y encuestas, los tipos de investigación que se han utilizado son, exploratorio, de campo, Además se realizó la búsqueda bibliográfica relacionada con la temática seleccionada que aportó un volumen considerable de valiosa información al marco teórico, el enfoque es de corte cuantitativo, y cualitativo.

#### **3.2 OBJETO DE ESTUDIO**

##### **LA EMPRESA**

Centro de Belleza Mary

##### **FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA**

12 de febrero del 2014

##### **OBJETO SOCIAL**

Es un centro estético dedicado a ofrecer servicios y productos de calidad, buscando mejorar la imagen, fortaleciendo la autoestima y motivando a la superación individual de cada persona.

##### **MISION**

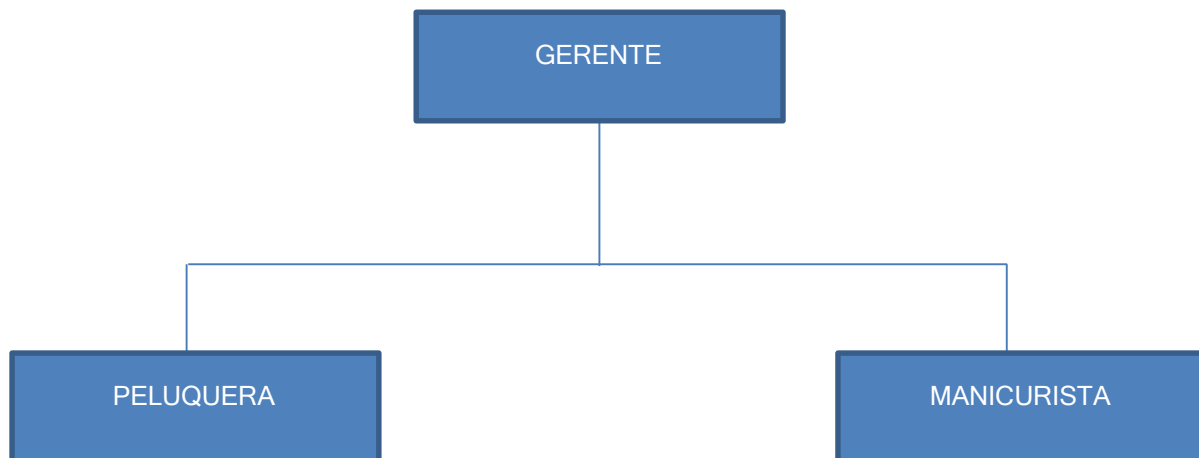
Complacer las necesidades de nuestros clientes brindando productos y servicios de calidad.

## VISION

Ser una empresa reconocida y famosa, en el mundo de la belleza orientada a la elegancia, logrando la satisfacción de nuestros clientes.

## ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Ilustración 1: Organigrama de la empresa



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

### 3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

#### 3.3.1 EXPLORATORIO

Esta investigación se desarrolló con los trabajadores y clientes de la microempresa de servicio estético, centro de belleza "Mary", ubicado en el cantón naranjal en el periodo 2016.

En la cual se hizo una indagación, y recopilación de información relacionada con el problema utilizando encuestas, entrevistas y observaciones del medio a investigar, y por último se llegó al nivel descriptivo en donde analizaremos el impacto que tiene en el ámbito social y económico de la microempresa para ello será necesario considerar sus características para clasificar sus elementos y estructuras.

### 3.3.2 DESCRIPTIVO

Porque nos ayuda a buscar una solución con buenas bases acerca el proyecto de investigación, para obtener nuevos datos y elementos que puedan conducir a formular con mayor precisión las preguntas de la investigación.

### 3.3.3 DE CAMPO

La presente investigación tiene como objetivo solventar las diversas necesidades publicitarias existentes, por ello se acudió al lugar de los hechos, porque permitió estar en contacto directo con el problema, con el propósito de descubrir y explicar sus causas y efectos para la obtención verídica de los datos, para la cual la técnica a aplicada fue la encuesta con su respectivo instrumento como es el cuestionario que está dirigida a los trabajadores y clientes de la microempresa centro de belleza “Mary” con la finalidad de obtener una información confiable.

## 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.4.1 POBLACIÓN

La población de estudio está conformada, Por el gerente, los trabajadores y clientes del centro de belleza “Mary” ubicada en el cantón Naranjal en el periodo 2016, Con 1 gerente , 4 trabajadores, 50 clientes.

### Total de Población

Tabla 1: Total de población

Personal	Población
Gerente	1
Trabajadores	4
Clientes	50
<b>Total</b>	<b>55</b>

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

### 3.4.2 DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para (La Prefectura del Guayas, 2016) el cantón Naranjal tiene su población de 69.012 habitantes hasta la actualidad, para el proyecto establecido se va a contar con una zona específica que es parte comercial del canto Naranjal que es la zona céntrica, detallado con una población de 2.000 habitantes.<sup>1</sup>

### 3.4.3 MUESTRA

En el presente proyecto, se utiliza una muestra elegida bajo la opinión de los investigadores, dirigida a 1 gerente, 2 trabajadores, 35 clientes.

#### Tabla de muestra

Tabla 2: Total de la muestra

Personal	Muestra
Gerente	1
Trabajadores	2
Clientes	27
<b>Total</b>	<b>30</b>

**Elaboración: Atiencie Alejandro Nury**

---

<sup>1</sup> (La Prefectura del Guayas, 2016)

## FORMULA

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

### Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N= 5 Tamaño de la Población.

$\sigma$ = 0,5 Desviación estándar.

Z= 1.96 Nivel de confianza 95%

e= 0.05 Limite de error de muestra

$$\text{Muestra} = \frac{(5*0.5^2*1.96^2)}{(5-1)*0.05^2 + 0.5^2*1.96^2}$$

$$\frac{1,225}{1,595}$$

$$n = 0,77$$

### 3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

**Recolección de Información:** Se realizó por medio de recabar, procesar y analizar los datos obtenidos de las encuestas, y entrevista previamente seleccionados. Esto fue muy importante porque brindó información significativa para los análisis posteriores y enrumbar adecuadamente la propuesta.

**Encuesta:** Se aplicó a los trabajadores y clientes del centro de belleza “Mary”, y estuvieron dirigidas a conocer la aceptación o no de ciertos mecanismos del trabajo y a saber si estarían dispuestos a aceptar los posibles cambios que puedan darse con el fin de mejorar los aspectos negativos existentes, Se elaboraron con preguntas cerradas en el esquema de Likert.



**Instrumento:** El cuestionario está elaborado con afirmaciones, con escala de Likert con las variables de totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo.

**Entrevista:** Se realizó la entrevista a la gerente del centro de belleza “Mary”, con el fin de comparar los resultados obtenidos con el resto de la información sustraída de los trabajadores y clientes así como efectuar el análisis correspondiente.

## **CAPITULO IV**

### **ANALISIS DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

##### **4.1.1 PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION**

El análisis de resultados donde a continuación se mostrarán dicha tabulación de preguntas y respuestas analizadas estadísticamente realizada en hoja de cálculo Excel, por tanto para ponerlas en ejecución. Las preguntas fueron dirigidas a los trabajadores y clientes de centro de belleza “Mary”.

El objetivo de la encuesta fue saber si tomaría la decisión de implementar herramientas tecnológicas dentro de su negocio y saber cuáles son las falencias sobre la publicidad en dicho establecimiento y así tener resultados más eficientes y competitivos.

#### **4.2 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL**

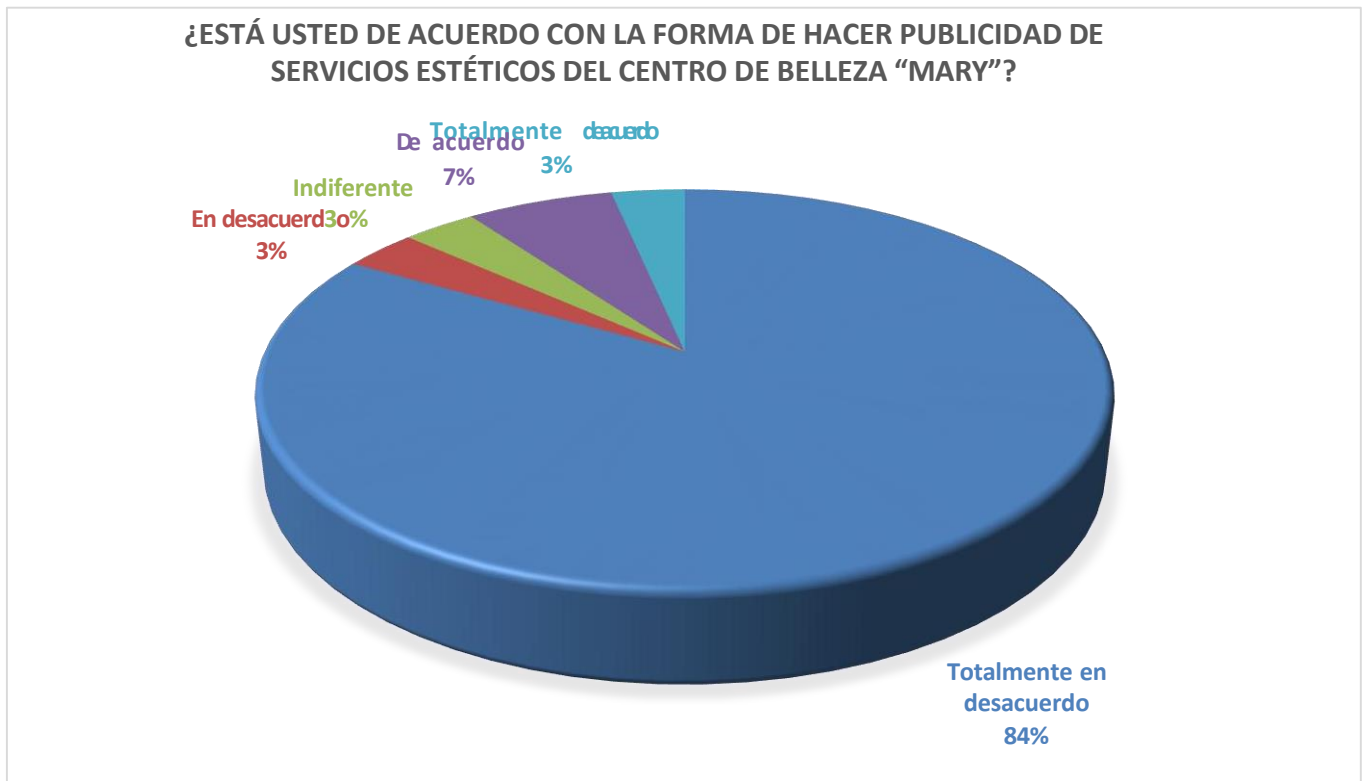
Después de lo citado anteriormente podemos decir que hay la necesidad de crear una página web para el centro de belleza, el cual servirá de ahorro en el factor tiempo y dinero al momento de hacer publicidad, lo cual incluye la generación de turnos para los servicios estéticos.

### 4.3 ANALISIS DE INFORMACION

#### 4.3.1 ANALISIS ESTADISTICOS: TENDENCIAS, ESPECTATIVAS

##### Pregunta N°1

Ilustración 2: Forma de Publicidad



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

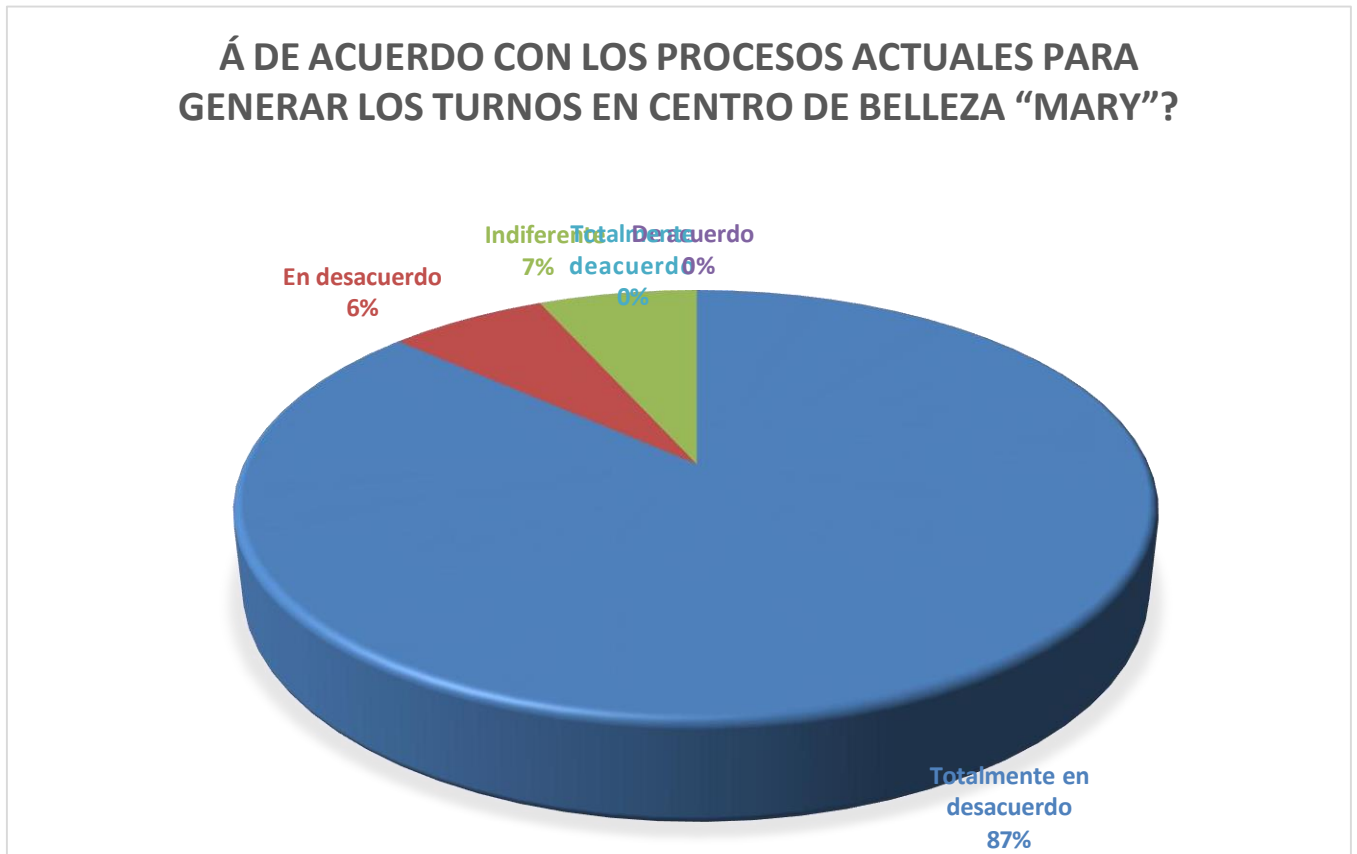
**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo en la forma de hacer publicidad de servicios estéticos del centro de belleza "Mary".

**Interpretación:** La grafica refleja que el 83% de personas están totalmente en desacuerdo con la forma de hacer publicidad, 7% está en desacuerdo, al 4% les resulta indiferente y el 3% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente desacuerdo con la forma de hacer publicidad de servicios estéticos del centro de belleza "Mary".

## Pregunta N°2

Ilustración 3: Procesos actuales



**Elaboración: Atiencie Alejandro Nury**

**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo con los procesos actuales para generar los turnos en el centro de belleza “Mary”.

**Interpretación:** La grafica refleja que el 87% de personas están totalmente en desacuerdo con los procesos actuales para generar los turnos, 6% están en desacuerdo, al 7% les resulta indiferente y el 0% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente desacuerdo con los procesos actuales para generar los turnos en el centro de belleza “Mary”.

### Pregunta N°3

Ilustración 4: Manera de vender productos



**Elaboración: Atiencie Alejandro Nury**

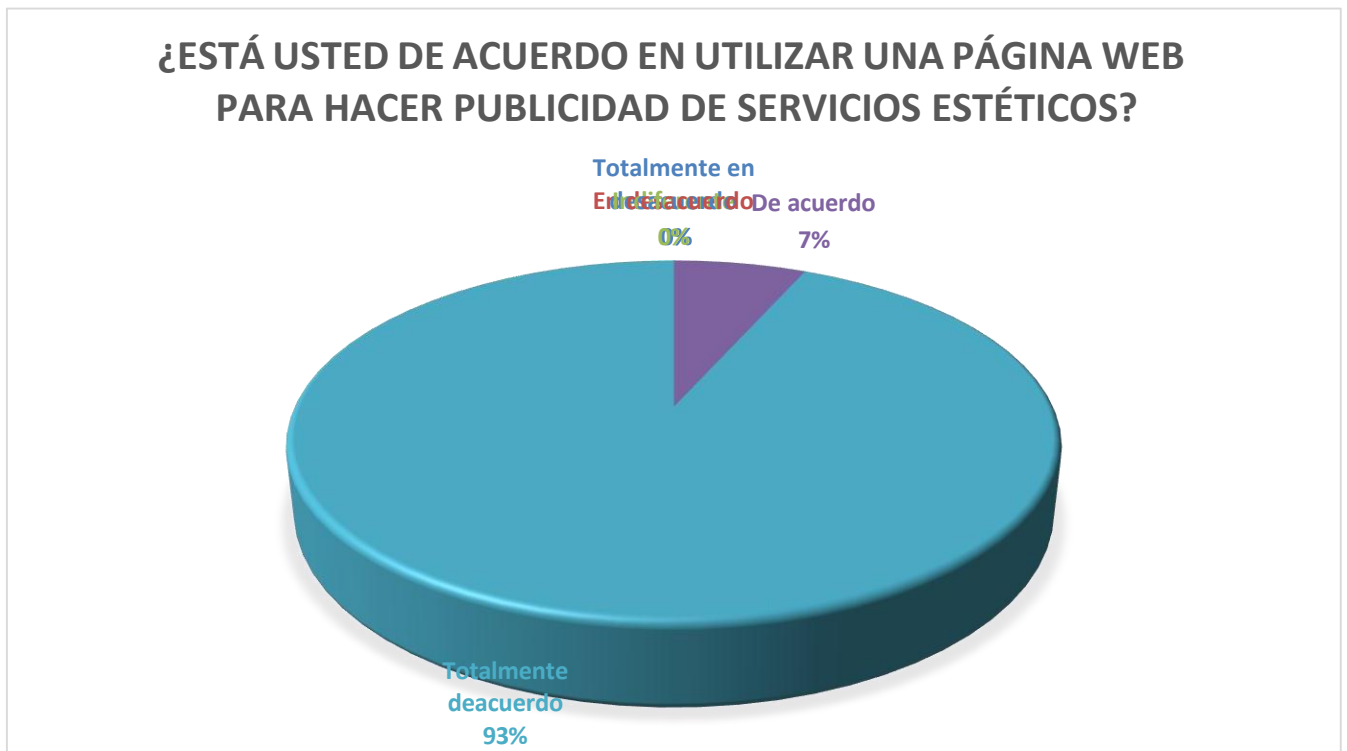
**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo con la manera de vender los productos y servicios en centro de belleza “Mary”.

**Interpretación:** La grafica refleja que el 90% de personas están totalmente en desacuerdo con la manera de vender los productos y servicios, 7% está en desacuerdo, al 3% les resulta indiferente y el 0% están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente desacuerdo con la manera de vender los productos y servicios en centro de belleza “Mary”.

## Pregunta N°4

Ilustración 5: Publicidad servicios estéticos



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo en utilizar una página web para hacer publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza “Mary”.

**Interpretación:** La grafica refleja que el 93% de personas están totalmente de acuerdo en utilizar una página web para hacer publicidad de servicios estéticos, 7% está en de acuerdo, al 0% les resulta indiferente, están desacuerdo y totalmente desacuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente de acuerdo en utilizar una página web para hacer publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza “Mary”.

## Pregunta N°5

Ilustración 6: Implementación de una página web



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo en la implementación de una página web se ahorraría recursos económicos en el centro de belleza “Mary”.

**Interpretación:** La grafica refleja que el 97% de personas están totalmente en de acuerdo en la implementación de una página web se ahorraría recursos económicos, 3% está en de acuerdo, al 0% les resulta indiferente, están desacuerdo y totalmente desacuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente de acuerdo en la implementación de una página web se ahorraría recursos económicos en el centro de belleza “Mary”.

## Pregunta N°6

Ilustración 7: Uso de la página web



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo que el uso de la página web mejoraría la atención al cliente en el centro de belleza “Mary”.

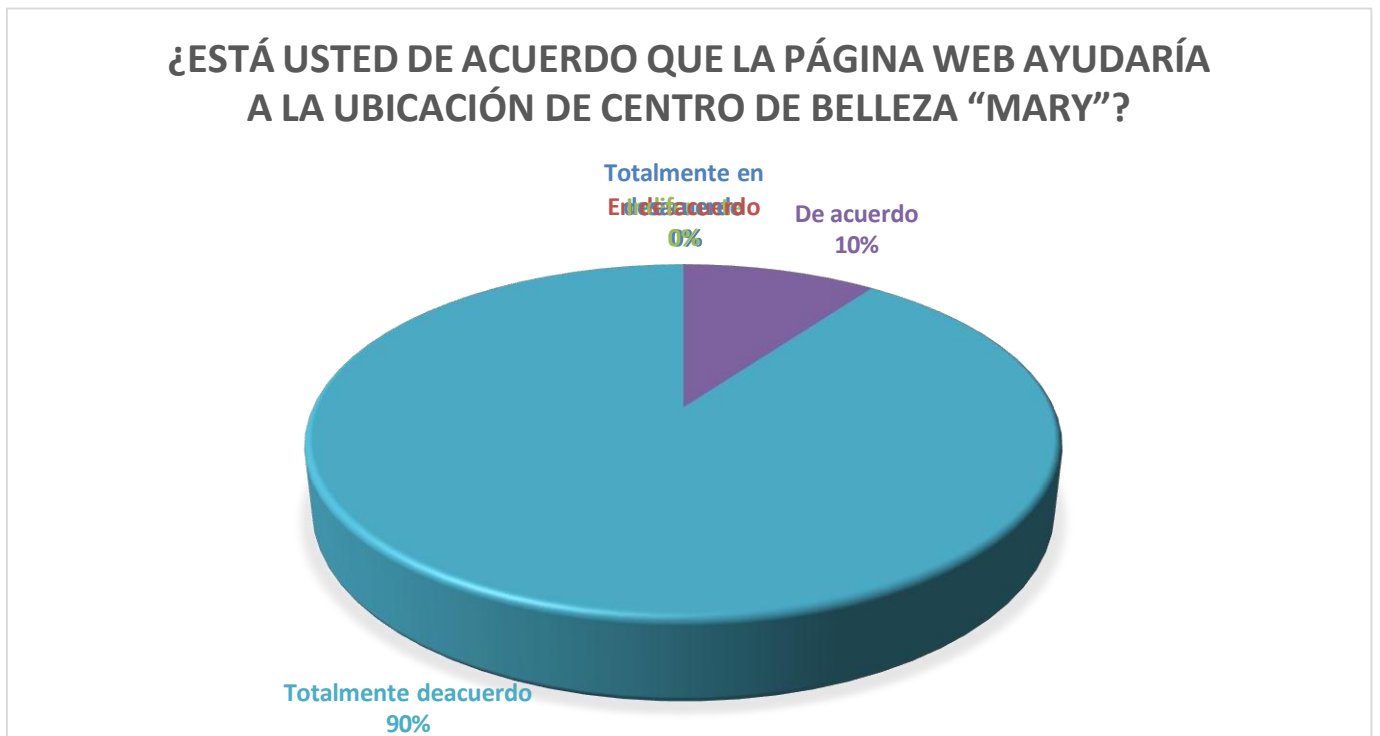
**Interpretación:** La grafica refleja que el 87% de personas están totalmente en de acuerdo que el uso de la página web mejoraría la atención al cliente, 7% está en de acuerdo, al 6% les resulta indiferente y el 0% están desacuerdo y totalmente desacuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente de acuerdo que el uso de la página web mejoraría la atención al cliente en el centro de belleza “Mary”.



## Pregunta N°7

Ilustración 8: Ubicación del centro de belleza



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo que la página web ayudaría a la ubicación de centro de belleza “Mary”.

**Interpretación:** La grafica refleja que el 90% de personas están totalmente de acuerdo que la página web ayudaría a la ubicación de centro de belleza “Mary”, 10% está en de acuerdo, al 0% les resulta indiferente, están desacuerdo y totalmente desacuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente de acuerdo que la página web ayudaría a la ubicación de centro de belleza “Mary”.

## Pregunta N°8

Ilustración 9: Ahorro de tiempo en el trabajo



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo en la implementación de una página web se ahorraría tiempo en el trabajo en el centro de belleza “Mary”.

**Interpretación:** La grafica refleja que el 97% de personas están totalmente en de acuerdo en la implementación de una página web se ahorraría tiempo en el trabajo, 3% está en de acuerdo, al 0% les resulta indiferente, están desacuerdo y totalmente desacuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente de acuerdo en la implementación de una página web se ahorraría tiempo en el trabajo en el centro de belleza “Mary”.

## Pregunta N°9

Ilustración 10: Ingresos económicos



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo en que el centro de belleza “Mary” mejorara los ingresos económicos al utilizar una página web.

**Interpretación:** La grafica refleja que el 93% de personas están totalmente de acuerdo en que el centro de belleza “Mary” mejorara los ingresos económicos al utilizar una página web, 7% está en de acuerdo, el 0% les resulta indiferente, están desacuerdo y totalmente desacuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente de acuerdo en que el centro de belleza “Mary” mejorara los ingresos económicos al utilizar una página web.

## Pregunta N°10

Ilustración 11: Aumento de clientes



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

**Objetivo:** Obtener información si todas las personas están de acuerdo en que el diseño de la página web para la publicidad de servicios estéticos y su aplicación, aumentara clientes en el centro de belleza “Mary”.

**Interpretación:** La grafica refleja que el 97% de personas están totalmente de acuerdo en que el diseño de la página web para la publicidad de servicios estéticos y su aplicación, aumentara clientes en el centro de belleza “Mary”, 3% está en de acuerdo y el 0% les resulta indiferente, están en des acuerdo y totalmente desacuerdo.

**Conclusión:** Se demuestra que la mayoría de personas están totalmente de acuerdo en que el diseño de la página web para la publicidad de servicios estéticos y su aplicación, aumentara clientes en el centro de belleza “Mary”.

## **4.4 PLAN MEJORA**

### **4.4.1 TEMA**

El presente proyecto, cuyo título "**Diseño de una página web para publicidad de servicios estéticos**" consiste en una página web que permite realizar la publicidad y ventas de productos o servicios de belleza.

### **4.4.2 FUNDAMENTACIÓN**

Actualmente en el mercado de la población no existe una página en el cual se pueda tener a la mano toda una gama de productos o servicios y se pueda realizar pedidos a través de una página.

### **4.4.3 JUSTIFICACIÓN**

Al momento en centro de belleza "Mary" lleva una publicidad muy monótona y la desorganización en la generación de turnos, la mala atención de servicio al cliente produce pérdida valiosa de información para nuestros clientes ya que nadie conoce de nuestros servicios y productos así no genera ingresos para la empresa por ese motivo es necesario la implementación de la página web.

### **4.4.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

#### **Objetivos Generales**

Diseñar una página web que permita realizar la publicidad de servicios estéticos para promocionar los servicios y productos que está a la venta.

#### **Objetivos Específicos**

- Diseño de un módulo de verificación de usuario al ingreso.
- Diseño de un módulo de registro de cada clientes.
- Diseño de un módulo de registro de productos y servicios.
- Diseño de un módulo de registro de pedidos.

#### 4.4.5 BENEFICIOS DEL DISEÑO DEL PROYECTO.

Uno de los primordiales beneficios del diseño del actual proyecto:

- Generar los turnos con organización para la mejor atención de los clientes.
- Darnos a conocer afuera del cantón Naranjal.
- Poder vender nuestros productos y servicios del centro de belleza.
- Generar más ingresos y restar costos en la publicidad.

#### 4.4.6 REQUERIMIENTOS

##### HERRAMIENTAS DE COMPUTACION Y COMUNICACIÓN

Los primordiales requisitos del equipo de computación que se necesitan para un buen funcionamiento son:

Tabla 3: Requerimientos

AREA	CANTIDAD	DESCRIPCION
COMUNICACION	1	Router
TELEFONO	1	Teléfono
COMPUTADORAS Y SERVER	1	Computadora de escritorio
	1	Monitor digital
	1	Server
INTERNET	1	Internet banda ancha - CNT

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

## SOFTWARE

Tabla 4: Software

CANTIDAD	PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS
1	Licencia Windows 10	Profesional
1	SQL Server 2008	Profesional
1	Visual Studio 2015	Profesional

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

### 4.4.7 PRESUPUESTO

El presente proyecto es factible financieramente, a continuación la descripción de cada gasto para la implementación de la página web para el centro de belleza “Mary”:

Tabla 5: Presupuestos

CANT.	DESCRIPCION	TIEMPO	COSTO
1	Diseño y aplicación de la Pagina Web	Primera vez	200.00
2	Actualización de los software de cada computador	Primera vez	50.00
3	Dominio y Hosting	Anual	20.00
4	Internet	Disponible	25.00
<b>TOTAL</b>			<b>295.00</b>

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

#### 4.4.8 PROBLEMAS (CAUSA-EFECTO)

##### NIVEL ORGANIZACIONAL

Tabla 6: Nivel organización problema

<b>Causa</b>	<b>Efecto</b>
Pérdida de Cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pérdida de ingreso económico.</li></ul>

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

##### NIVEL TECNOLÓGICO

Tabla 7: Nivel tecnológico problema

<b>Causa</b>	<b>Efecto</b>
Falta de herramientas informática o página web.	<ul style="list-style-type: none"><li>• La atención al cliente es deficiente.</li><li>• Insatisfacción para el cliente.</li></ul>

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury



#### 4.4.9 SOLUCIÓN PROPUESTA (CAUSA-SOLUCIÓN)

##### NIVEL ORGANIZACIONAL

Tabla 8: Nivel de organización solución

<b>Causa</b>	<b>Solución</b>
La poca importancia de promocionar su centro de belleza.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Implementar una página web para la publicidad de servicios estéticos.</li></ul>
Descoordinación en la generación de turnos.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Implementar una página web para la generación de turnos.</li></ul>

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

##### NIVEL TECNOLÓGICO

Tabla 9: Nivel tecnológico solución

<b>Causa</b>	<b>Solución</b>
Falta de tecnología	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitar al personal sobre tema de la página web para el manejo de esta tecnología.</li></ul>
Optimizar el tiempo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Con la ayuda de esta página web se ahorra tiempo y mejora la atención al cliente.</li></ul>

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

#### 4.4.10 POLITICAS DE LA APLICACIÓN

##### 4.4.10.1 USO DEL COMPUADOR

Ilustración 12: Ubicación de las computadoras



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

## **NORMAS REFERENTES AL USO**

1. El uso del computador del centro de belleza es solo para fines laborales quedando prohibido el uso del computador para otros fines como juegos, chat entre otros.
2. Evitar daño físico al hardware y software.
3. Evitar manipulación del computador digital.

## **NORMAS REFERENTES A LA SEGURIDAD**

1. No manipular el cableado que conecta al computador.
2. No manipular ni eliminar el software de configuración del computador.
3. Ninguna persona podrá ingresar al computador sin previa autorización del gerente general.

## 5.4.10.2 USO DEL ANTIVIRUS

Ilustración 13: Antivirus avast



**Elaboración: Atiencie Alejandro Nury**

### **OBJETIVO:**

1. Dar a conocer información con respecto a los virus informáticos.
2. Definir las políticas sobre el uso correcto del antivirus.

## **RECOMENDACIÓN PARA USUARIOS**

### **¿Qué se debe hacer?**

1. Si luego de ejecutado el programa antivirus los síntomas o dudas se mantienen comuníquese al administrador de red.
2. Borre los archivos o mensajes de dudosa procedencia.
3. Verifique Dos veces el nombre del remitente de sus Mail.

### **¿Qué no se debe hacer?**

1. No cambie las políticas de chequeo establecida
2. Si desconoce o sospecha el asunto del Mail no lo abra ni ejecute los archivos o documentos adjuntos
3. No introduzca unidades externas ni información que provengan de lugares desconocidos.

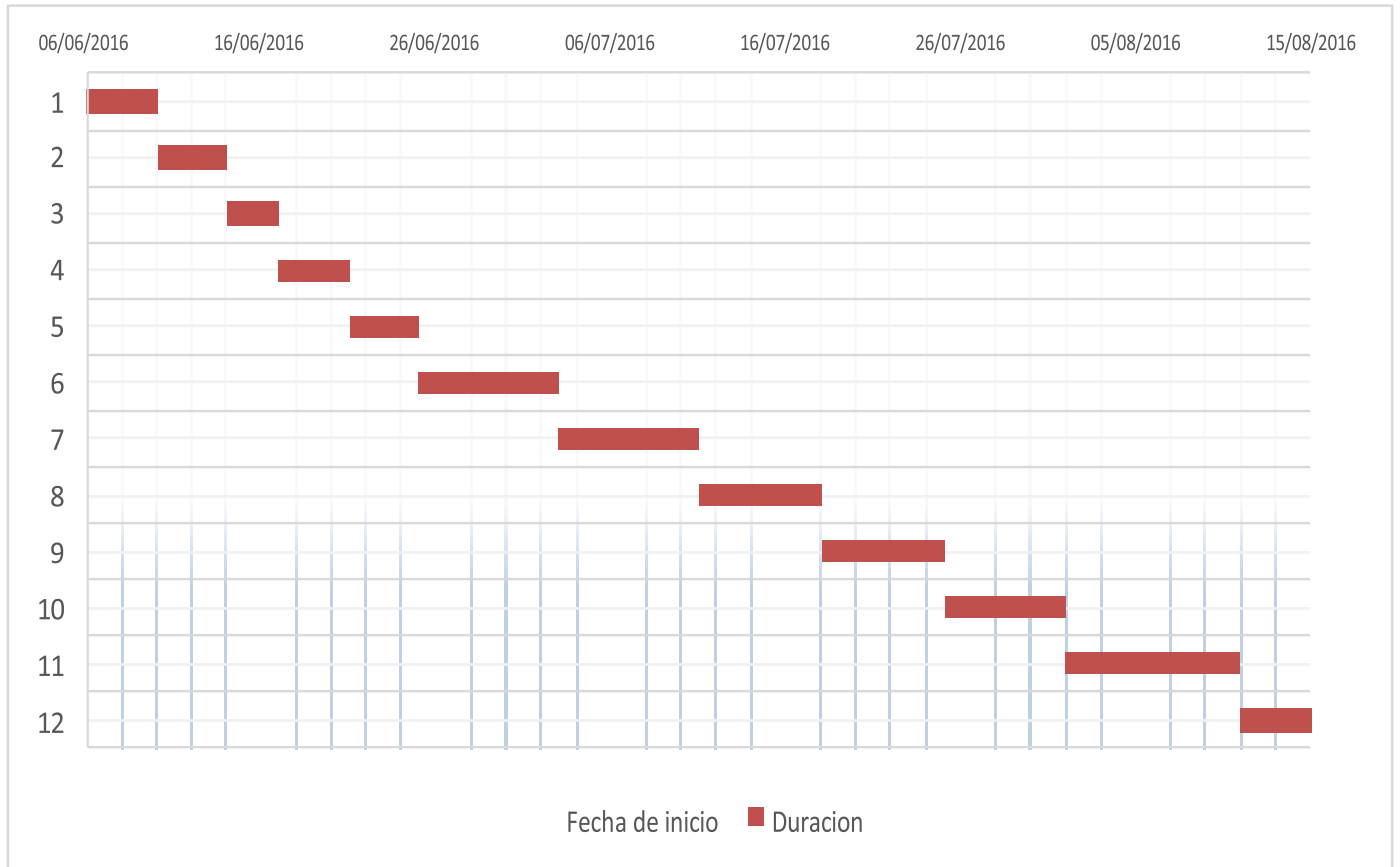
#### 4.4.11 CRONOGRAMA DE EJECUCION DIAGRAMA DE GANT

Tabla 10: Diagrama de gant actividades

DETALLES DE ACTIVIDADES	Actividad	Fecha de inicio	Duracion	Fecha de terminacion
ENCUESTAS	1	06/06/2016	4	10/06/2016
INVESTIGACION DEL MERCADO	2	10/06/2016	4	14/06/2016
ANALISIS DE INFORMACION	3	14/06/2016	3	17/06/2016
ELABORACION DE DIAGRAMAS DE FLUJOS DE DATOS	4	17/06/2016	4	21/06/2016
ELABORACION DE DIAGRAMAS DE PROCESOS IPO	5	21/06/2016	4	25/06/2016
DISEÑO DE PAGINA WEB	6	25/06/2016	8	03/07/2016
DISEÑO DE BASE DE DATOS	7	03/07/2016	8	11/07/2016
DESARROLLO DE PANTALLA DE REGISTRO PRODUCTOS Y SERVICIO	8	11/07/2016	7	18/07/2016
DESARROLLO DE PANTALLA DE REGISTRO CLIENTES	9	18/07/2016	7	25/07/2016
DESARROLLO DE PANTALLA DE REGISTRO PEDIDOS	10	25/07/2016	7	01/08/2016
DESARROLLO DE PAGINA WEB	11	01/08/2016	10	11/08/2016
PUESTA EN PRODUCCION DE LA PAGINA WEB EN EL HOSTING	12	11/08/2016	4	15/08/2016

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

Tabla 11: Diagrama de gant



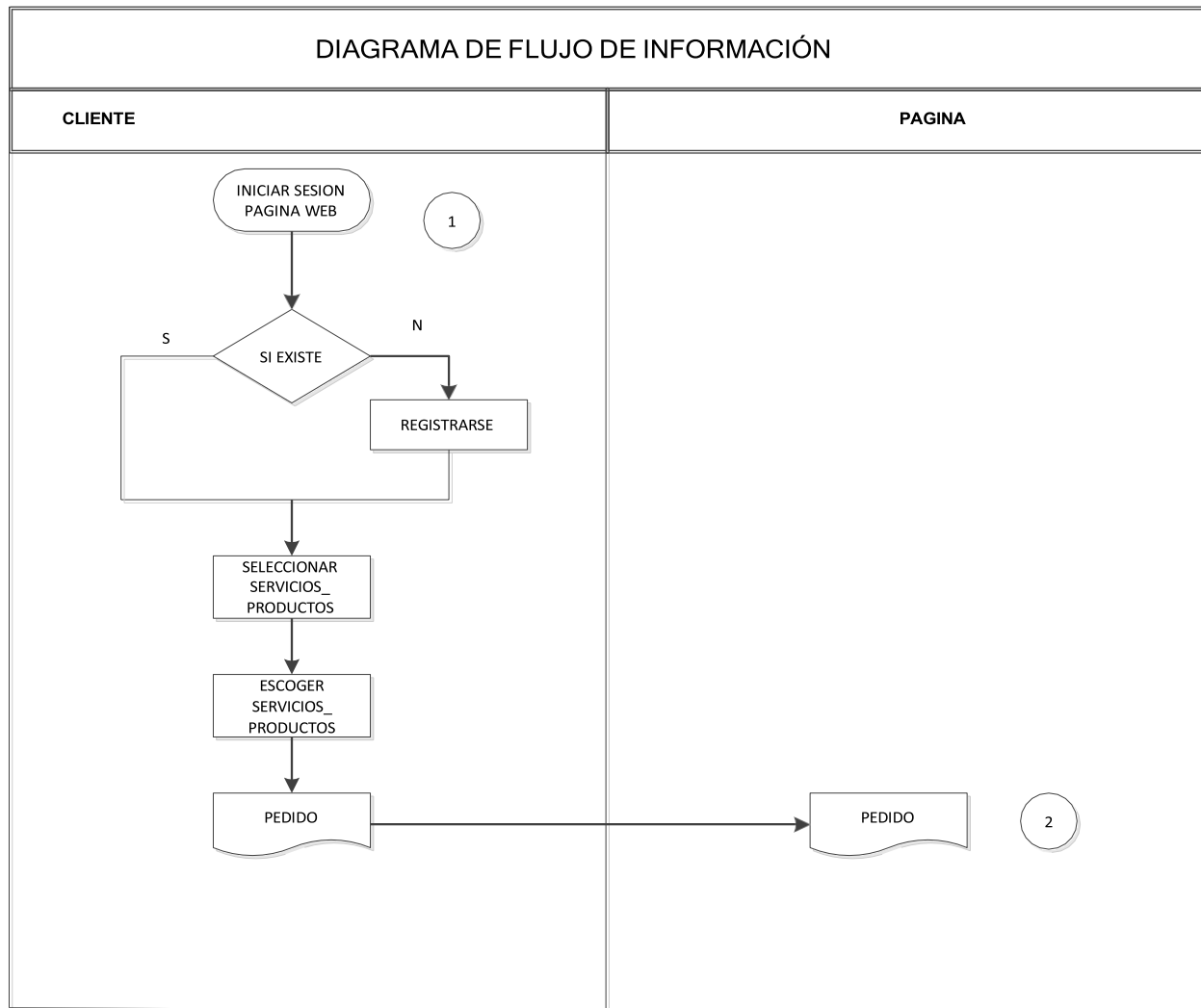
Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

## 4.5 DISEÑO DE LA PROPUESTA

### 4.5.1 DIAGRAMA DE FLUJO DE INFORMACION

#### DFI – PÁGINA WEB

Diagramas 1: Diagrama de flujo de información

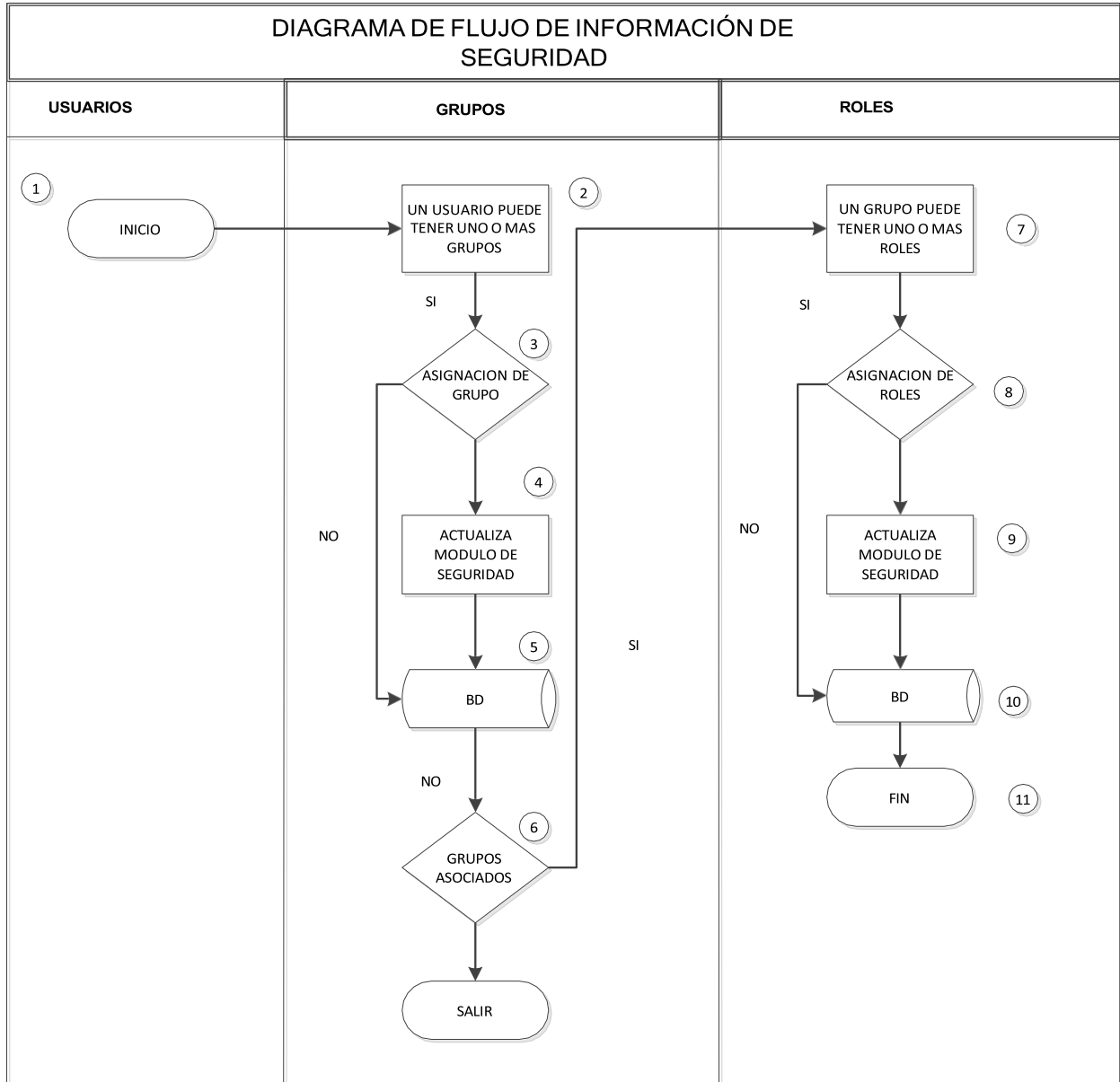


Elaboración: Atiencie Alejandro Nury



# DFI - MODULO SEGURIDAD

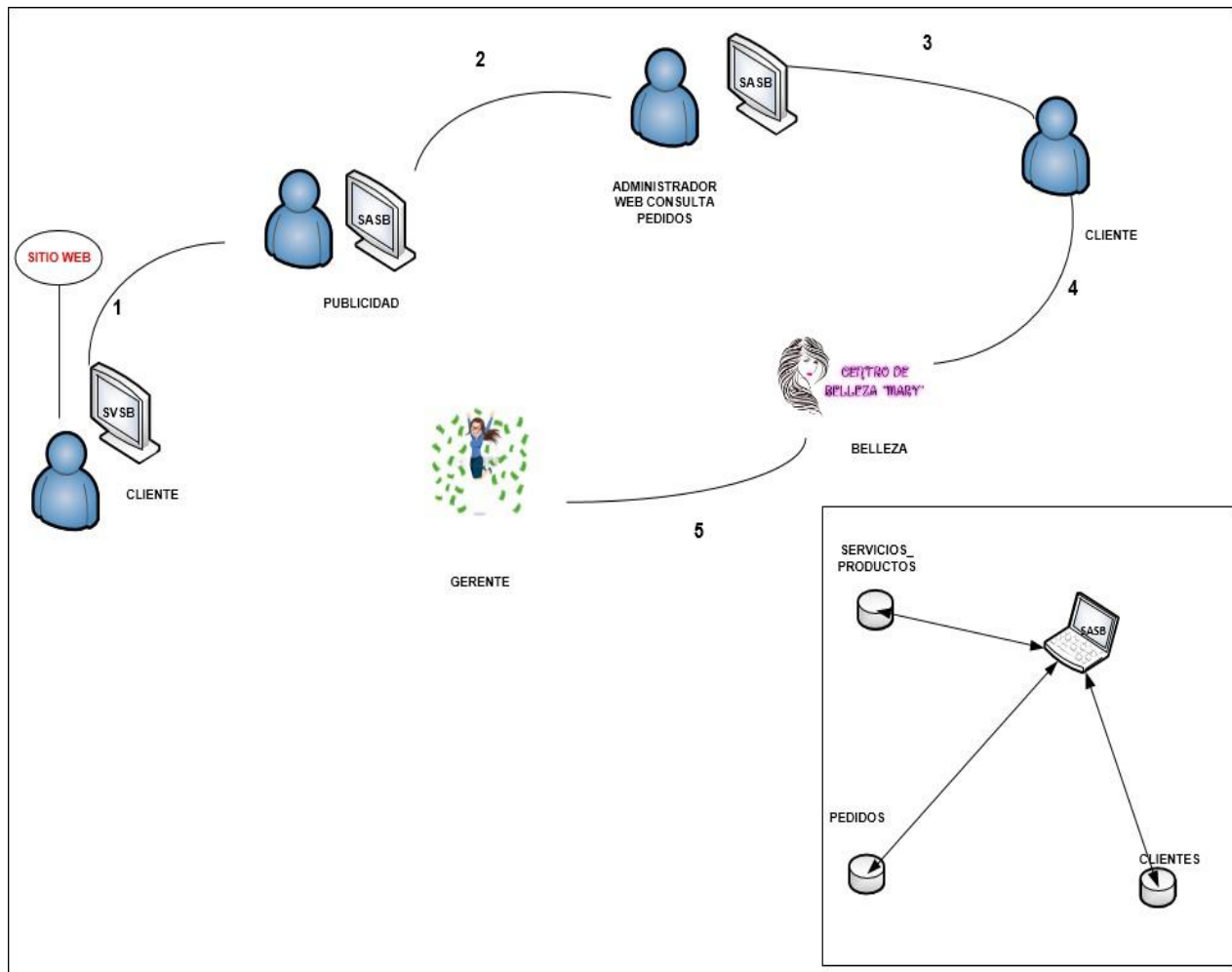
Diagramas 2: Diagrama de flujo de seguridad



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

## 4.5.2 DIAGRAMA GENERAL DE PROCESOS

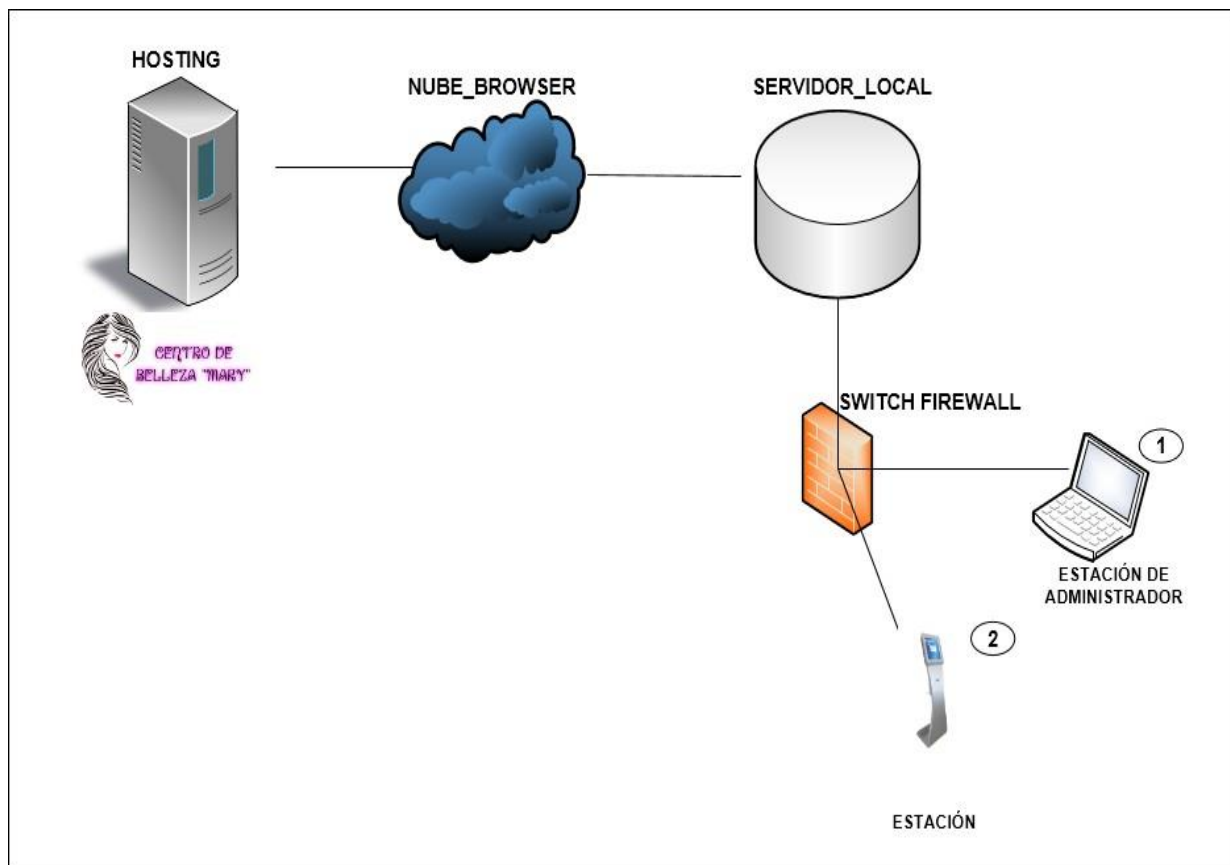
Diagramas 3: Diagrama general



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

### 4.5.3 DIAGRAMA DE RED DE LA PAGINA WEB

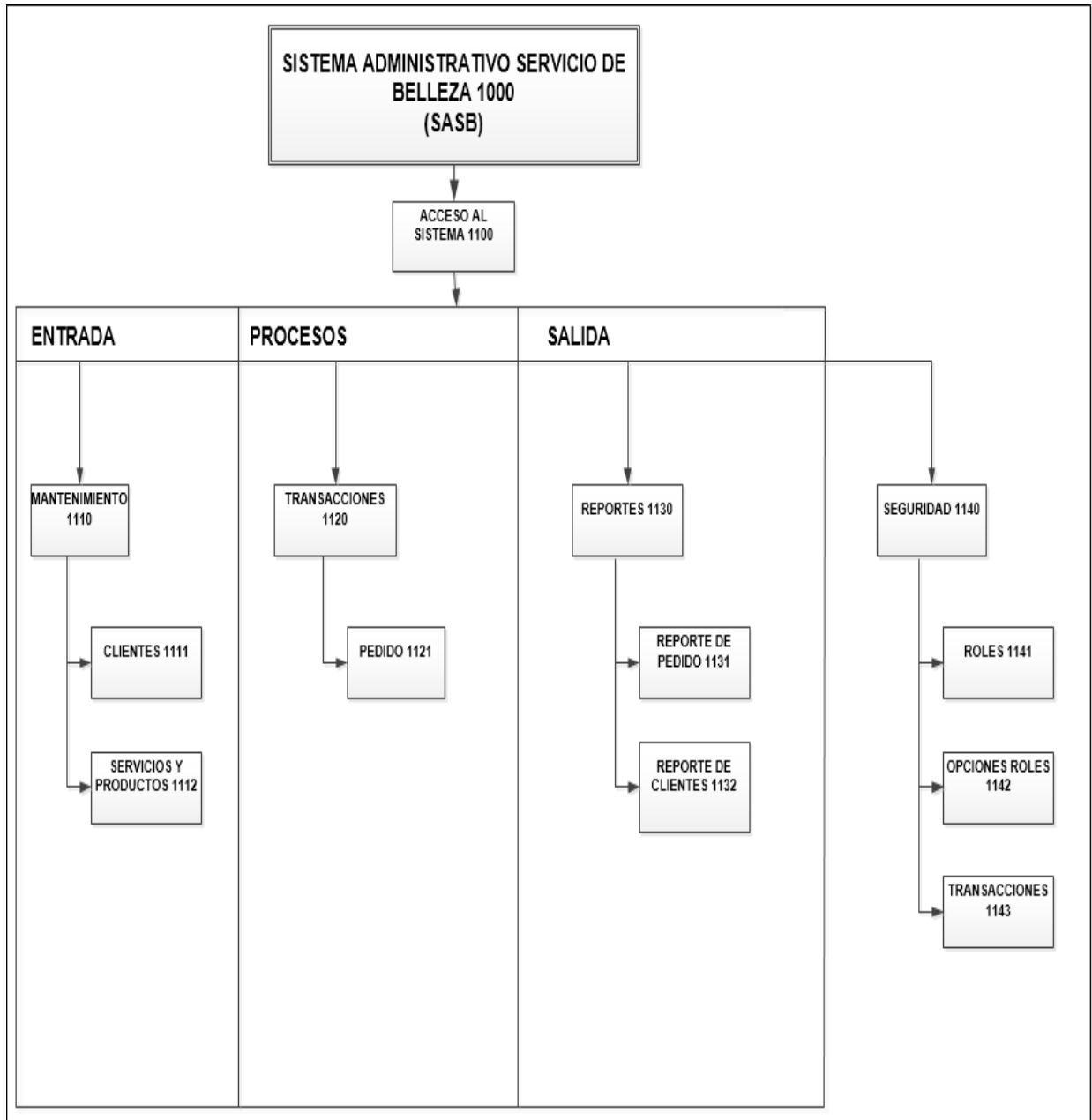
Diagramas 4: Diagrama de red



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

#### 4.5.4 DIAGRAMA HIPO SPAG WEB S.A.

Diagramas 5: Diagrama Hipo



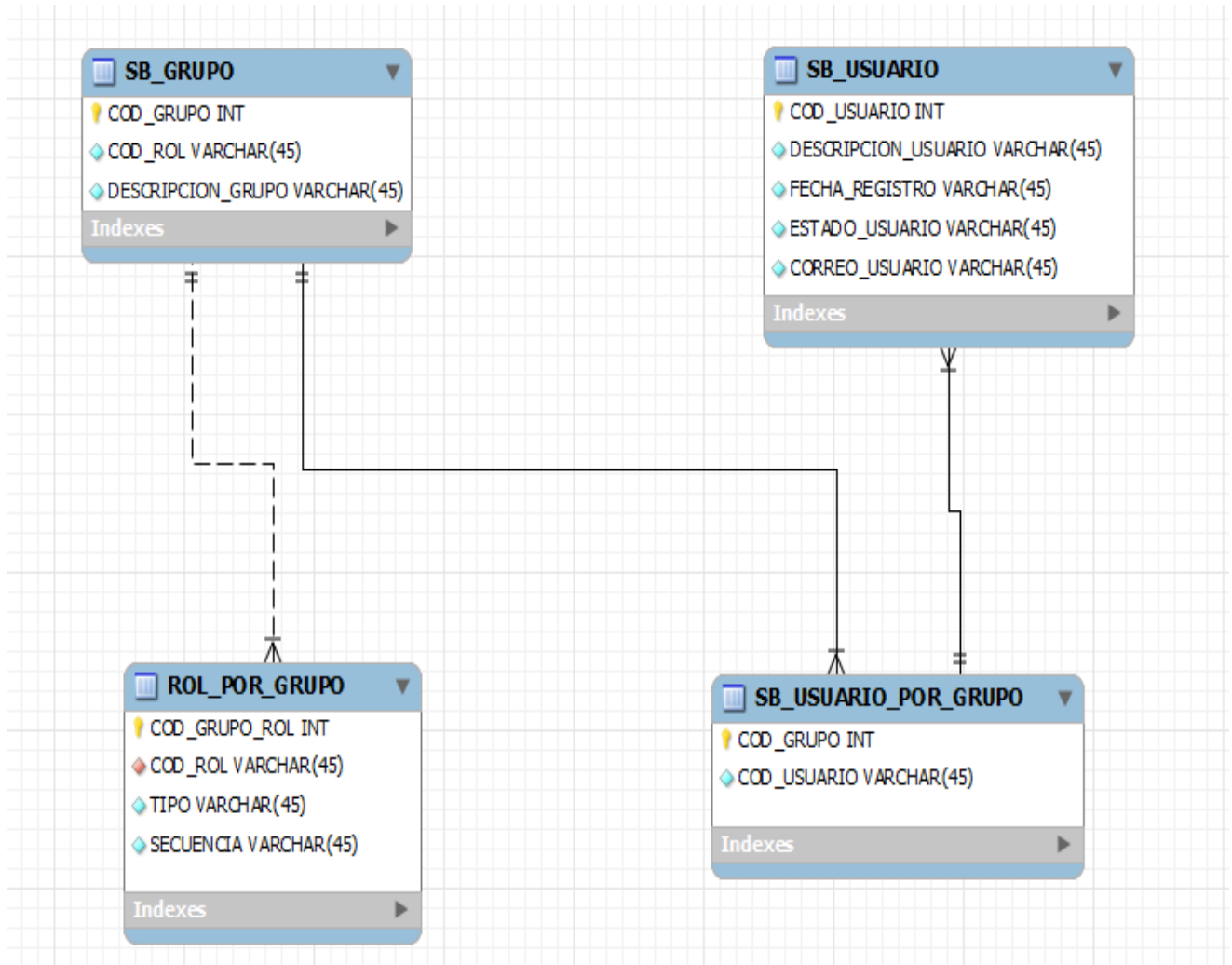
Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

<b>LISTA DE ELEMENTOS DE DATOS</b>			
<b>Nivel</b>	<b>Sub Nivel</b>	<b>Contenido</b>	<b>Descripción</b>
1110		Mantenimiento	Entrada Mantenimiento
	1111	Clientes	Entrada Clientes
	1112	Servicios y productos	Entrada Servicios y productos
1120		Transacciones	Procesos Transacciones
	1121	Pedido	Procesos Pedido
1130		Reportes	Salida Reportes
	1131	Reportes de Pedidos	Salida Pedido
	1133	Reporte de Clientes	Salida Clientes
1140		Seguridad	Salida Seguridad
	1141	Roles	Salida Roles
	1142	Opción de roles	Salida Opciones
	1143	Transacciones	Salida Transacciones

#### 4.5.5 MODELAMIENTO DE DATOS

### MODELO DE ENTIDAD RELACION SEGURIDAD

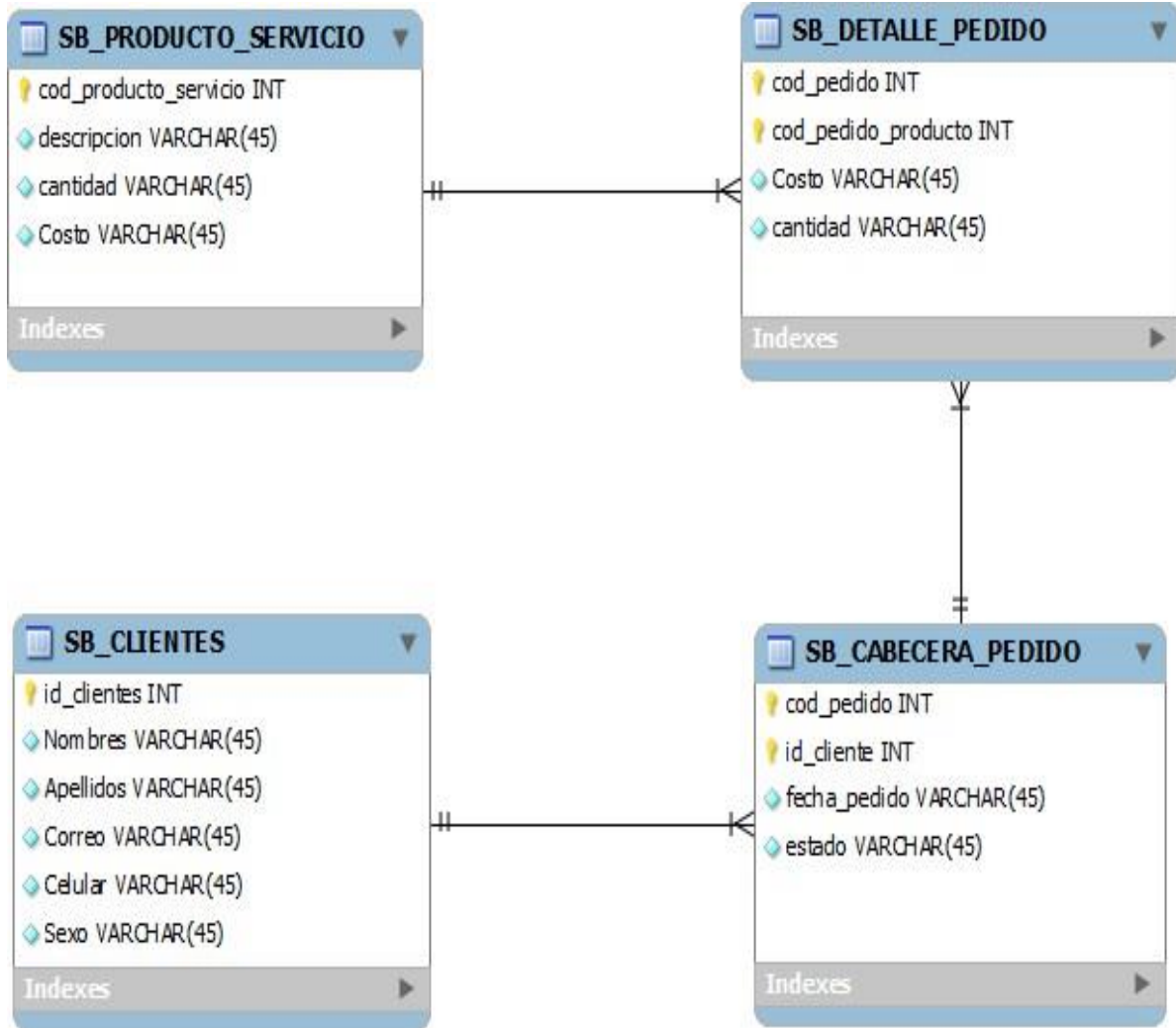
Diagramas 6: Modelo de entidad de seguridad



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

## MODELO DE ENTIDAD RELACION DE LA PAGINA WEB

Diagramas 7: Modelo de entidad de la página



Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

#### 4.5.6 DEFINICION DE ESTANDARES

##### NOMBRE DE PROYECTO

El formato del nombre del proyecto, el cual se describe a continuación:

Identificación del Sistema	Código del proyecto	Nombre	Extensión del proyecto
XXXXXX	999	XXXXX	XXX

Ejemplo:      FrmIng001Clientes.frm                  Frmeli002Pedidos.frm

##### NOMBRE DE BASE DE DATOS

El formato del nombre de la base de datos, el cual se describe a continuación:

Identificación del Sistema	Código del proyecto	Nombre de la base de datos	Extensión del proyecto
XXXXXXXX	999	XXXXX	XXX

Ejemplo:      FrmIng001Clientes.sql

##### NOMBRE DE TABLAS

El formato del nombre de las tablas, el cual se describe a continuación:

Identificación del Sistema	Tipo de tabla	Nombre de la tabla	Extensión del proyecto
XXXXXXXX	999	XXXXX	XXX

Ejemplo:      FrmIng001Clientes.tbl



#### 4.5.7 DICCIONARIO DE DATOS

#### TABLA\_PRODUCTO\_SERVICIO


Tabla 12: Productos y servicios

		<b>DISEÑO DE LAS TABLAS</b>		
<b>NOMBRE DE LA TABLA:</b>		SB_PRODUCTO_SERVICIO		<b>TIPO DE TABLA:</b> Maestra
<b>No.</b>	<b>CAMPO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TIPO</b>	<b>FORMATO</b>
1	COD_PRODUCTO_SERVICIO	Código del Producto o Servicio	PK	I
2	DESCRIPCION	Descripción del Producto o Servicio	E	V
3	CANTIDAD	Cantidad del Producto o Servicio	E	V
4	COSTO	Costo del Producto o Servicio	E	V
<b>TIPO</b>		<b>FORMATO GENERAL</b>		<b>FORMATO NUMÉRICO</b>
PK Clave Primaria		C Char	T Hora	M Money
FK Clave Secundaria		N Numérico	B Binario	I Integer
E Elemento de Dato		D Fecha	S Smallint	
		T Texto	D Decimal	

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

## TABLA\_DETALLE\_PEDIDO


Tabla 13: Detalle de pedido

		DISEÑO DE LAS TABLAS		
NOMBRE DE LA TABLA:		SB_DETALLE_PEDIDO		TIPO DE TABLA: Transaccional
No.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATO
1	COD_PEDIDO	Código del pedido	PK	I
2	COD_PEDIDO_PRODUCTO	Código del pedido producto o servicio	FK	I
3	COSTO	Costo del producto o servicio	E	V
4	CANTIDAD	Cantidad del producto o servicio	E	V
TIPO		FORMATO GENERAL		FORMATO NUMÉRICO
PK Clave Primaria		C Char	T Hora	M Money
FK Clave Secundaria		N Numérico	B Binario	I Integer
E Elemento de Dato		D Fecha		S Smallint
		T Texto		D Decimal

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

## TABLA\_CABECERA\_PEDIDO


Tabla 14: Cabecera de pedido

		<b>DISEÑO DE LAS TABLAS</b>		
<b>NOMBRE DE LA TABLA:</b>		SB_CABECERA_PEDIDO		<b>TIPO DE TABLA:</b> Maestra
No.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATO
1	COD_PEDIDO	Código del pedido	PK	I
2	ID_CLIENTE	identificación del cliente	FK	I
3	FECHA_PEDIDO	Fecha de pedido	E	V
4	ESTADO	Estado del Cliente	E	V
<b>TIPO</b>		<b>FORMATO GENERAL</b>		<b>FORMATO NUMÉRICO</b>
PK Clave Primaria		C Char	T Hora	M Money
FK Clave Secundaria		N Numérico	B Binario	I Integer
E Elemento de Dato		D Fecha	S Smallint	
		T Texto	D Decimal	

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

## TABLA\_CLIENTES

Tabla 15: Clientes

		DISEÑO DE LAS TABLAS		
NOMBRE DE LA TABLA:		SB_CLIENTES		TIPO DE TABLA: Maestra
No.	CAMPO	DESCRIPCIÓN	TIPO	FORMATO
1	ID_CLIENTES	Identificación del Cliente	PK	I
2	NOMBRES	Nombre del Cliente	E	V
3	APELLIDOS	Apellido del Cliente	E	V
4	CORREO	Correo del cliente	E	V
5	CELULAR	Telefono del cliente	E	V
6	SEXO	Direccion del cliente	E	T
TIPO		FORMATO GENERAL		FORMATO NUMÉRICO
PK Clave Primaria		C Char	T Hora	M Money
FK Clave Secundaria		N Numérico	B Binario	I Integer
E Elemento de Dato		D Fecha		S Smallint
		T Texto		D Decimal

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury


## 4.5.8 DEFINICION DE PANTALLAS

### Pantallas 1: inicio de sesión

 <p><b>CENTRO DE BELLEZA "MARY"</b></p>		<h1>DISEÑO DE PANTALLAS</h1>	
<p><b>AUTORA:</b> ATIENCIE ALEJANDRO NURY</p>	<p><b>PROYECTO:</b> Diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza "MARY" en el cantón Naranjal.</p>	<p><b>SISTEMA/MODULO:</b> INICIO DE SESION</p>	<p><b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 13 Junio de 2016</p>
<p><b>DESCRIPCION:</b> Realiza el ingreso y la validación de los productos y servicios.</p>			
 <p><b>FIG 1. APERTURA DE PAGINA WEB</b></p>			
<p><b>Descripción de Proceso:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Inicio de página.</li> <li>2.-. Llenar el campo de usuario.</li> <li>3.-. Poner la contraseña.</li> <li>4.- Entrar a la cuenta o sino la tiene crear cuenta.</li> </ol>			
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p>			

**Elaboración: Atiencie Alejandro Nury**

Pantallas 2: Registro de clientes

 <p><b>CENTRO DE BELLEZA "MARY"</b></p>		<h2>DISEÑO DE PANTALLAS</h2>	
<p><b>AUTORA:</b> ATIENCIE ALEJANDRO NURY</p>	<p><b>PROYECTO:</b> Diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza "MARY" en el cantón Naranjal.</p>	<p><b>SISTEMA/MODULO:</b> REGISTRO DE CLIENTES</p>	<p><b>FECHA DE ELABORACION:</b> 13 Junio de 2016</p>
<p><b>DESCRIPCION:</b> Realiza el ingreso de datos si el cliente no tiene cuenta.</p>			
			
<p>FIG 2. REGISTRO DE USUARIOS</p>			
<p><b>Descripción de Proceso:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Inicio de página.</li> <li>2.-. Llenar el espacio de usuario y contraseña.</li> <li>3.- Clic en entrar si Ud. posee una cuenta en la página.</li> <li>4.-. Llenar los campos que nos pide la página con la información general.</li> <li>5.- Clic en crear cuentas.</li> </ol>			
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p>			

**Elaboración: Atiencie Alejandro Nury**

Pantallas 3: Página de inicio

 <p><b>CENTRO DE BELLEZA "MARY"</b></p>		<h2>DISEÑO DE PANTALLAS</h2>	
<p><b>AUTORA:</b> ATIENCIE ALEJANDRO NURY</p>	<p><b>PROYECTO:</b> Diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza "MARY" en el cantón Naranjal.</p>	<p><b>SISTEMA/MODULO:</b> PAGINA DE INICIO</p>	<p><b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 13 Junio de 2016</p>
<p><b>DESCRIPCION:</b> Aquí se muestra el inicio de la página.</p>			
			
<p>FIG 3. PAGINA DE INICIO</p>			
<p><b>Descripción de Proceso:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Inicio de página.</li> <li>2.- Se encuentra el inicio de sesión para ver los productos y servicios a la venta.</li> <li>3.- Esta la parte de reservaciones donde Ud. puede sacar una proforma de lo que va invertir en el producto y el servicio.</li> </ol>			
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p>			

**Elaboración: Atiencie Alejandro Nury**

Pantallas 4: Pagina informativa 1

 <p><b>CENTRO DE BELLEZA "MARY"</b></p>		<h2>DISEÑO DE PANTALLAS</h2>	
<p><b>AUTORA:</b> ATIENCIE ALEJANDRO NURY</p>	<p><b>PROYECTO:</b> Diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza "MARY" en el cantón Naranjal.</p>	<p><b>SISTEMA/MODULO:</b> PAGINA INFORMATIVA 1</p>	<p><b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 13 Junio de 2016</p>
<p><b>DESCRIPCION:</b> Aquí sale información sobre la empresa.</p>			
			
<p>FIG 4. PAGINA DE INFORMACION DE LA EMPRESA</p>			
<p><b>Descripción de Proceso:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Inicio de página.</li> <li>2.- Ingresar a la cuenta cliente.</li> <li>3.- Visualizar la información sobre el centro de belleza.</li> </ol>			
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p>			

Elaboración: Atencie Alejandro Nury



Pantallas 5: Página informativa 2

 <p><b>CENTRO DE BELLEZA "MARY"</b></p>		<h2>DISEÑO DE PANTALLAS</h2>	
<p><b>AUTORA:</b> ATIENCIE ALEJANDRO NURY</p>	<p><b>PROYECTO:</b> Diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza "MARY" en el cantón Naranjal.</p>	<p><b>SISTEMA/MODULO:</b> PAGINA INFORMATIVA 2</p>	<p><b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 13 Junio de 2016</p>
<p><b>DESCRIPCION:</b> Aquí sale información sobre la empresa.</p>			
			
<p><b>FIG 5. INFORMACION SOBRE LA EMPRESA.</b></p>			
<p><b>Descripción de Proceso:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Inicio de página.</li> <li>2.- Ingresar a la cuenta cliente.</li> <li>3.- Visualizar la información sobre el centro de belleza.</li> </ol>			
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p>			

**Elaboración: Atencie Alejandro Nury**

 <p><b>CENTRO DE BELLEZA "MARY"</b></p>		<h2>DISEÑO DE PANTALLAS</h2>	
<p><b>AUTORA:</b> <b>ATIENCIE ALEJANDRO NURY</b></p>	<p><b>PROYECTO:</b> Diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza "MARY" en el cantón Naranjal.</p>	<p><b>SISTEMA/MODULO:</b> <b>PAGINA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b></p>	<p><b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 13 Junio de 2016</p>
<p><b>DESCRIPCION:</b> Aquí se visualiza los productos y servicios de la empresa.</p>			
			
<p><b>FIG 6. PANTALLA DE SERVICIOS ESTETICOS</b></p>			
<p><b>Descripción de Proceso:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Inicio de página.</li> <li>2.- Ingresar a la cuenta cliente.</li> <li>3.- Visualizar la información sobre los servicios que tiene la empresa.</li> </ol>			
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p>			

**Elaboración: Atencie Alejandro Nury**

Pantallas 7: Pagina de selección de manicure

 <p><b>CENTRO DE BELLEZA "MARY"</b></p>		<h2>DISEÑO DE PANTALLAS</h2>	
<p><b>AUTORA:</b> ATIENCIE ALEJANDRO NURY</p>	<p><b>PROYECTO:</b> Diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza "MARY" en el cantón Naranjal.</p>	<p><b>SISTEMA/MODULO:</b> PAGINA SELECCIÓN DE MANICURE</p>	<p><b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 13 Junio de 2016</p>
<p><b>DESCRIPCION:</b> Aquí sale información de los tipos de manicure que ofrece la empresa.</p>			
			
<p><b>FIG 7. PANTALLA DE SELECCIÓN DE MANICURE</b></p>			
<p><b>Descripción de Proceso:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Inicio de página.</li> <li>2.- Ingresar a la cuenta cliente.</li> <li>3.- Visualizar la información de los tipos de manicure que ofrece la empresa.</li> </ol>			
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p>			

Elaboración: Atencie Alejandro Nury

Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

		<h2>DISEÑO DE PANTALLAS</h2>	
<b>AUTORA:</b> <b>ATIENCIE ALEJANDRO NURY</b>	<b>PROYECTO:</b> Diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza "MARY" en el cantón Naranjal.	<b>SISTEMA/MODULO:</b> <b>PAGINA DE SELECCIÓN DE SERVICIOS</b>	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 13 Junio de 2016
<b>DESCRIPCION:</b> Aquí sale información sobre la selección de servicios que ofrece la empresa.			
<b>FIG 8. PANTALLA DE SELECCIÓN DE SERVICIOS</b>			
<b>Descripción de Proceso:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Inicio de página.</li> <li>2.- Se visualiza la sesión de masaje.</li> <li>3.- Se visualiza la información de manicure.</li> </ol>			
<b>OBSERVACIONES:</b>			

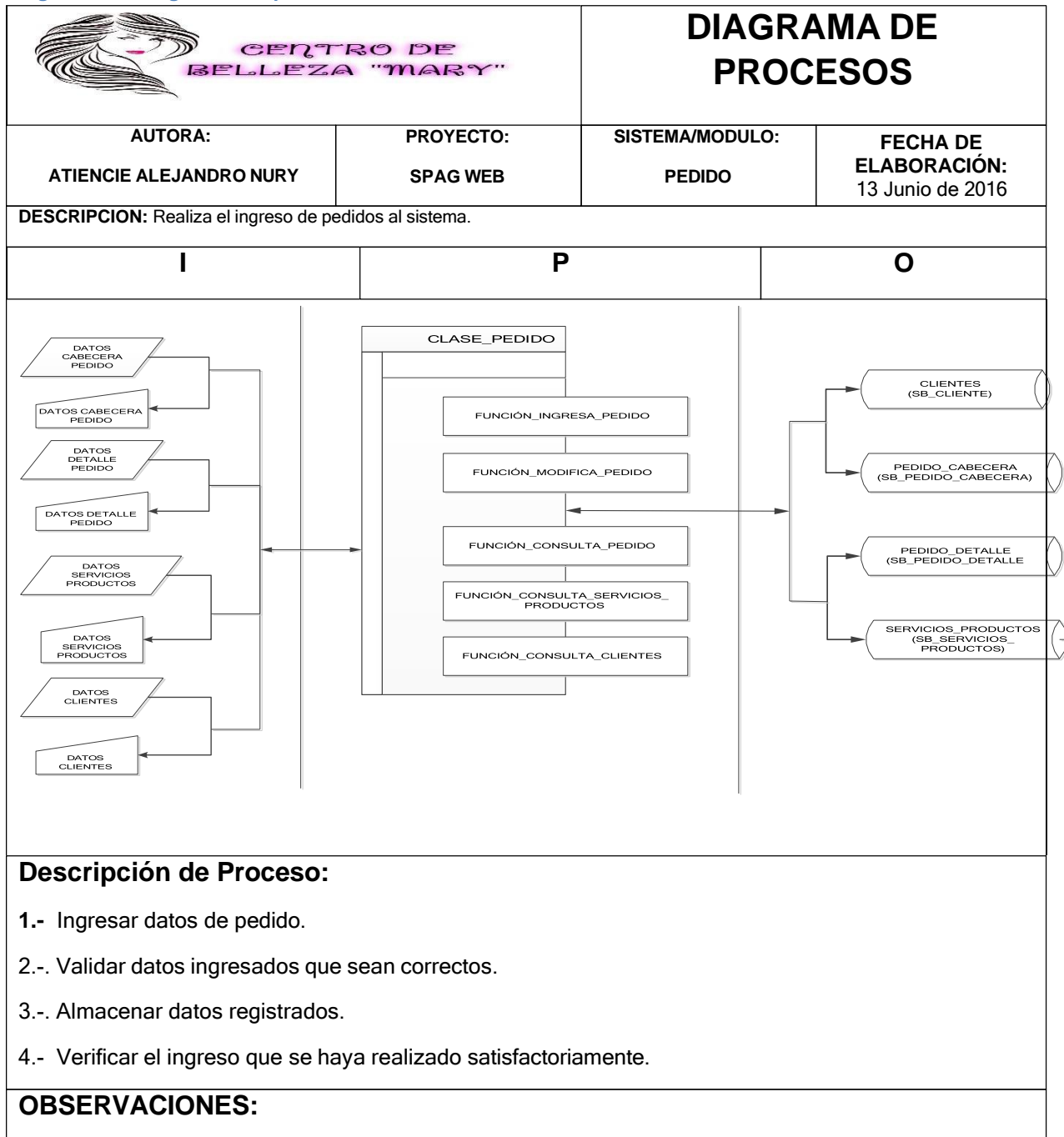
Pantallas 9 : Pantalla simulador de pedido

		<h2>DISEÑO DE PANTALLAS</h2>	
<b>AUTORA:</b> <b>ATIENCIE ALEJANDRO NURY</b>	<b>PROYECTO:</b> Diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos en el centro de belleza "MARY" en el cantón Naranjal.	<b>SISTEMA/MODULO:</b> <b>PAGINA SIMULADOR DE PEDIDO</b>	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> 13 Junio de 2016
<b>DESCRIPCION:</b> Aquí nos muestra un simulador del pedido.			
			
<p>FIG 9. PANTALLA SE VISUALIZA EL PEDIDO</p>			
<b>Descripción de Proceso:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Inicio de página.</li> <li>2.- Seleccionamos una información adicional.</li> <li>3.- Visualizar el simulador de pedido, cuanto se nos hace.</li> </ol>			
<b>OBSERVACIONES:</b>			

Elaboración: Atencie Alejandro Nury

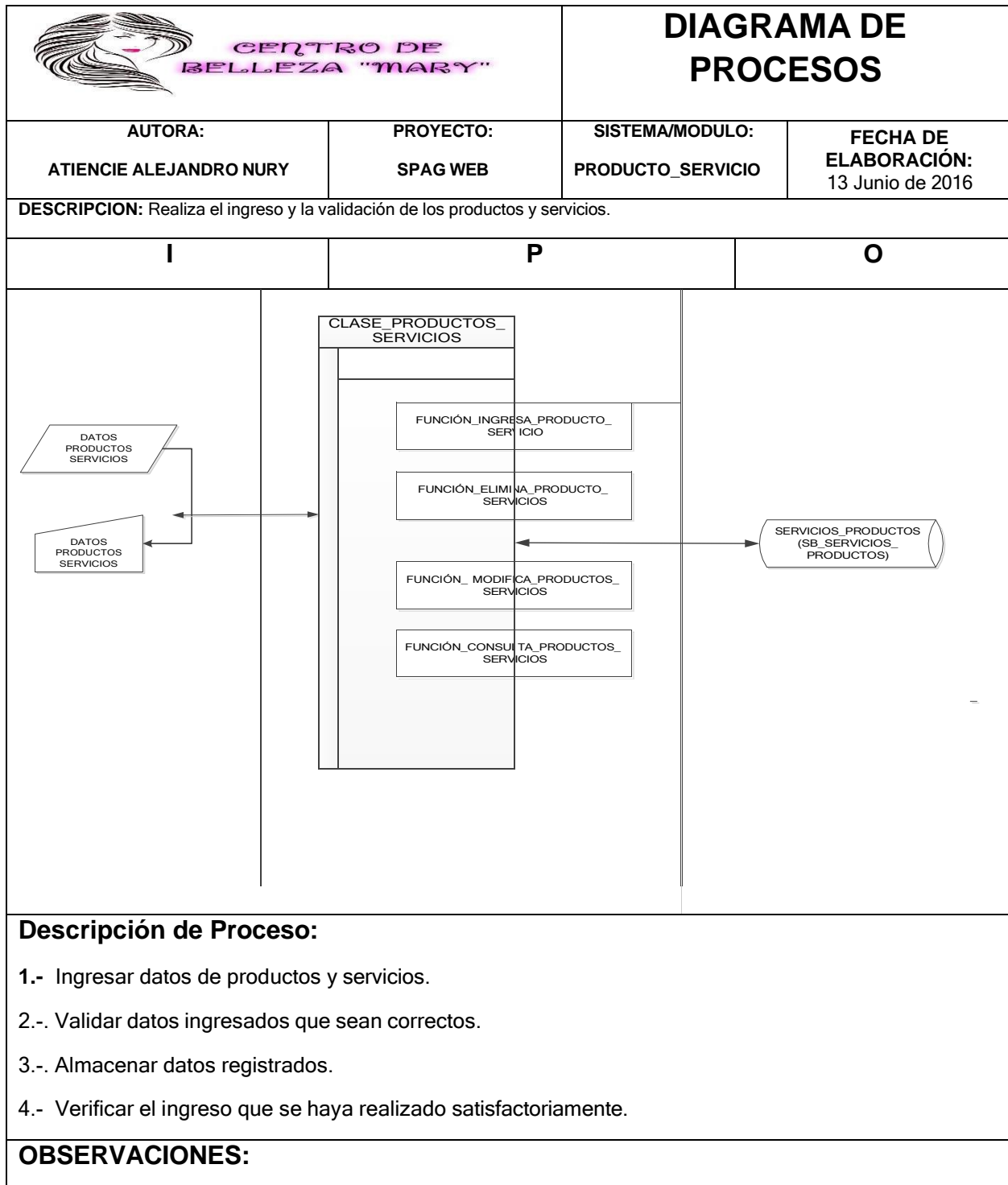
#### 4.5.9 DIAGRAMAS DE INPUT PROCESSING OUTPUT (IPO)

Diagramas 8: Diagrama IPO pedidos

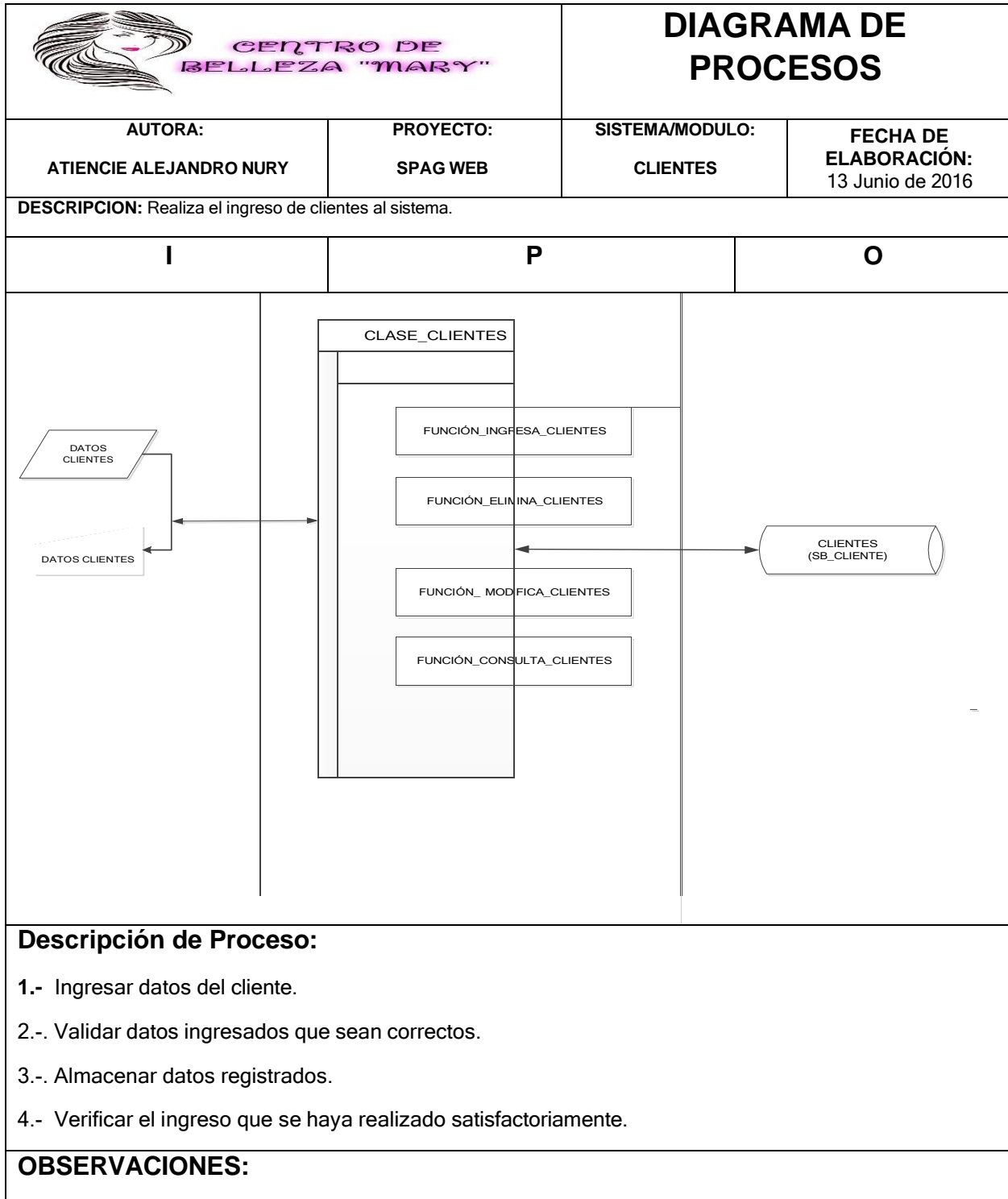


Elaboración: Atiencie Alejandro Nury

Diagramas 9: Diagrama IPO productos\_ servicios



Elaboración: Atencie Alejandro Nury



**Elaboración: Atencie Alejandro Nury**



## **4.6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.6.1 CONCLUSIONES**

Dentro del desarrollo de la investigación en base del problema planteada en centro de belleza “Mary” se puede concluir que:

1. Fue posible fundamentar los aspectos teóricos de un sistema web.
2. Mediante el desarrollo de la investigación se pudo diagnosticar el cómo se maneja la forma de publicidad en centro de belleza “Mary”.
3. Existe una generación de turno manual actualmente que trae atraso en el trabajo diario.
4. La venta de productos y servicios estéticos es mal promocionado.
5. Desarrollamos el modelo del diseño que nos ayudara para mejorar la publicidad de servicios estéticos.

#### **4.6.2 RECOMENDACIONES**

Con la información acumulada por medio de las encuestas, podemos recomendar lo siguiente:

1. Seguir las sugerencias acordadas en los resultados de la encuesta realizada.
2. Establecer una página web de publicidad de servicios estéticos, para mejorar la venta de productos y servicios, y así obtener más aumento de clientes y generar más ingresos económicos a la empresa.
3. Dar capacitación constante al personal que labora día a día con la página web y sus servicios.
4. La implementación de una página web mediante tecnología web dará soluciones seguras al proceso de entrada y salida de productos o servicios, logrando así dar un servicio eficiente y de calidad a sus clientes.
5. Dar un cambio a la atención al cliente que visita al centro de belleza así como también reflejar la calidad de servicio que están ofreciendo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Definicion ABC. (2016). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/publicidad.php>
- Dieguez, F. R. (2013). *Crear una web desde cero*. Ediciones de la torre.
- Educacion de Calidad. (2012). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Obtenido de <http://educaciondecalidad.ec/constitucion-educacion.html>
- Femenino.info. (2015). Obtenido de <http://www.femenino.info/mujer/que-es-la-cosmetologia/>
- Gloria Saltos. (s.f.). Obtenido de <http://www.gloriasaltos.com/>
- Hernández, J. (2014). *Análisis y Desarrollo Web*.
- Industrias.gob. (2013). *Ley del Artesano*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL.pdf>
- INEC. (2010). *Asi es Guayaquil cifra a cifra*.
- INEC. (2011). *Uso de Tecnología en Ecuador*.
- La Prefectura del Guayas. (2016). *La Prefectura del Guayas*. Obtenido de La Prefectura del Guayas: <http://www.guayas.gob.ec/cantones/naranjal>
- Las Nuevas Tecnologia del mundo de Publicidad. (8 de Julio de 2013). Obtenido de <http://es.wix.com/blog/2013/07/nuevas-tecnologias-publicidad/>
- Mas que negocio. (16 de febrero de 2012). Obtenido de <http://www.masquenegocio.com/2012/02/16/5-claves-para-aumentar-tu-cartera-de-clientes/>
- Reyes, P. A. (2011). *Universidad Nacional de Loja*. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/4247/1/AGUILAR%20PABLO%20-%20REYES%20MARCELO.pdf>
- S., j. B. (2005). *Dreamweaver MX*. Peru: Editora palomino.
- Sequera, A. (09 de Septiembre de 2012). *Inspirulina*. Obtenido de <http://www.inspirulina.com/belleza-y-filosofia.html>
- Universidad Tecnica del Norte. (Mayo de 2012). *Facultad de Ciencias Administrativa y economicas*. Obtenido de

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1556/1/02%20ICA%20302%20TESIS%20ELABORADA%20POR%20MARINA%20MOREIRA.pdf>

Updated. (19 de agosto de 2016). *About en español*. Obtenido de About en español:  
<http://filosofia.about.com/od/La-Estetica/a/que-Es-La-Belleza.htm>

*wordpress*. (15 de noviembre de 2007). Obtenido de wordpress:  
<https://mktecnologico.wordpress.com/2007/11/15/por-que-el-marketing-tecnologico/>

# **ANEXOS**

## ENCUESTAS

### OBJETIVO:

La presente encuesta tiene como objetivo, diagnosticar la Influencia del diseño de una página web para la publicidad de servicio estético en el centro de belleza “mary” en el cantón Naranjal, en el aumento de clientes, Por ello pedimos que lea y responda a las afirmaciones de acuerdo a la escala siguiente:

TD = Totalmente en desacuerdo    D = En desacuerdo    I = Indiferente    A = De acuerdo  
 TA = Totalmente de acuerdo

### TABULACION

N°	PREGUNTAS	TD	D	I	A	TA
1	¿Está usted de acuerdo con la forma de hacer publicidad de servicios estéticos del centro de belleza “Mary”?	25	1	1	2	1
2	¿Está de acuerdo con los procesos actuales para generar los turnos en centro de belleza “Mary”?	26	2	2	0	0
3	¿Está de acuerdo con la manera de vender los productos y servicios en centro de belleza “Mary”?	27	2	1	0	0
4	¿Está usted de acuerdo en utilizar una página web para hacer publicidad de servicios estéticos?	0	0	0	2	28
5	¿Está usted de acuerdo en la implementación de una página web se ahorraría recursos económicos?	0	0	0	1	29
6	¿Está de acuerdo que el uso de la página web mejoraría la atención al cliente?	0	0	2	2	26
7	¿Está usted de acuerdo que la página web ayudaría a la ubicación de centro de belleza “Mary”?	0	0	0	3	27
8	¿Está usted de acuerdo en la implementación de una página web se ahorraría tiempo en el trabajo?	0	0	0	1	29
9	¿Está usted de acuerdo en que el centro de belleza “Mary” mejorará los ingresos económicos al utilizar una página web?	0	0	0	2	28
10	¿Está usted de acuerdo en que el diseño de una página web para la publicidad de servicios estéticos y su aplicación, aumentara clientes en centro de belleza “Mary”?	0	0	0	1	29

## **ENTREVISTA AL GERENTE**

**1º ¿Está de acuerdo con los procesos actuales para vender los productos o servicio estéticos en la zona de Naranjal?**

R.- No estoy de acuerdo, ya que la publicidad actual es deficiente los clientes no conocen los productos y servicios que nosotros brindamos por esta razón estoy en la necesidad de implementar una página web.

**2º ¿Creé usted que los servicios estéticos de la población brindan un servicio de calidad a la hora de hacer publicidad sin contar con una página web?**

R.- No, ya que los centro de belleza de la población no cuentan con una misión ni una visión de la microempresa por lo tanto no toman un compromiso serio con los clientes a la hora de brindar un servicio estético.

**3º ¿La generación de los turnos para los clientes atreves de una página web va mejorar la calidad de la atención al cliente?**

R.- Si, ya que va agilizar el trabajo con más coordinación entre las colaboradoras y se va atender a los clientes más rápidos y van estar satisfecho en la población de Naranjal.

**4º ¿El contar con una página web, en la microempresa que usted dirige va ayudar al aumento de clientes?**

R.- Si, ya que el centro de belleza al contar con una página web puede ofrecer sus productos y servicios con más comodidad y así llegar con toda la población de Naranjal tanto como urbano y rural.

**5º ¿Cree Ud. al implementar una página web, el centro de belleza “Mary” se dará a conocer fuera de la población de Naranjal?**

R.- Si, ya que creo que la tecnología hoy en dia está muy avanzada y por medio de ella podemos llegar donde menos pensamos, y ese es el objetivo de la implementación de la página web en nuestro centro de belleza.