



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

TEMA:

**DISEÑO DE UN SITIO WEB DE PUBLICIDAD DE
PRODUCTOS Y SERVICIOS DE
CHUZÓN LOS MAESTROS DEL CHUZO**

Autora:

Catalina Isabel Herrera Suárez

Tutor:

Ms. Ismelis Castellanos López

Guayaquil, Ecuador

2017

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Grado, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Diseño de un sitio web de publicidad de productos y servicios de Chuzón los maestros del Chuzo”** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo contribuir a mejorar la publicidad de los productos y servicios para incrementar las ventas de Chuzón Los Maestros del Chuzo, ubicado en Guayaquil, período 2016?**

El mismo que se considera debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: **Catalina Isabel Herrera Suárez**

Tutor: **MSc. Ismelis Castellanos López**



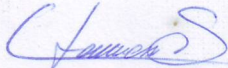
Factura: 001-002-000049157



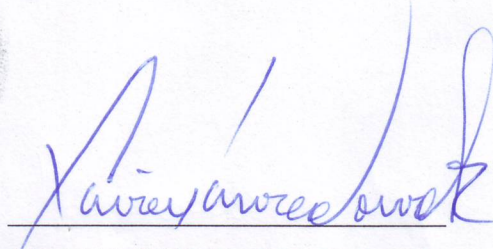
20170901041D02239

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901041D02239

Ante mí, NOTARIO(A) XAVIER ANTONIO LARREA NOWAK de la NOTARÍA CUADRAGÉSIMA PRIMERA , comparece(n) CATALINA ISABEL HERRERA SUAREZ portador(a) de CÉDULA 0908342322 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION DE CATALINA ISABEL HERRERA SUAREZ AL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO BOLIVARIANO, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 21 DE SEPTIEMBRE DEL 2017, (13:30).

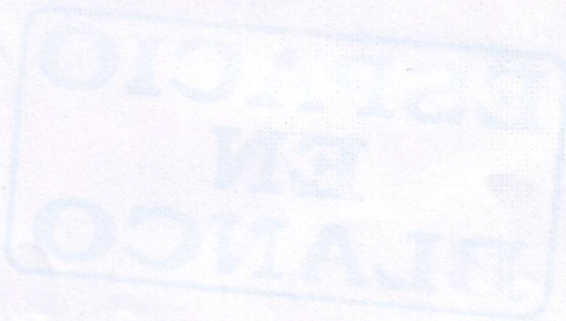


CATALINA ISABEL HERRERA SUAREZ
CÉDULA: 0908342322



NOTARIO(A) XAVIER ANTONIO LARREA NOWAK

NOTARÍA CUADRAGÉSIMA PRIMERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



2017-09-01-41-D

02239

21 SEP 2017

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, CATALINA ISABEL HERRERA SUÁREZ en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación DISEÑO DE UN SITIO WEB DE PUBLICIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CHUZÓN LOS MAESTROS DEL CHUZO de la modalidad de SEMIPRESENCIAL realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Catalina I. Herrera Suárez

Nombre y Apellidos del Autor



[Firma manuscrita]

Firma



No. de cedula: 0908342322

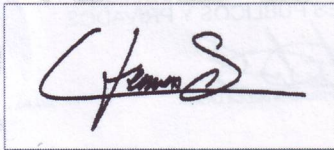
Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más



02239

21 SEP 2017

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0908342322

Nombres del ciudadano: HERRERA SUAREZ CATALINA ISABEL

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CARBO
/CONCEPCION/

Fecha de nacimiento: 8 DE JULIO DE 1963

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: LIC.EN PUBLICIDAD

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: HERRERA MATA JOSE

Nombres de la madre: SUAREZ MARIA CONCEPCION

Fecha de expedición: 24 DE OCTUBRE DE 2013

Información certificada a la fecha: 21 DE SEPTIEMBRE DE 2017

Emisor: MARGARITA DEL ROCIO VILLACRESES LEON - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 41 - GUAYAS -
GUAYAQUIL



N° de certificado: 170-055-76978



170-055-76978

Ing. Jorge Troya Fuertes
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente




REPÚBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
 APELLIDOS Y NOMBRES
HERRERA SUAREZ CATALINA ISABEL
 LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS GUAYAQUIL PEDRO CARBO / CONCEPCION
 FECHA DE NACIMIENTO **1963-07-08**
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
 SEXO **F**
 ESTADO CIVIL **SOLTERA**

No. **090834232-2**





INSTRUCCIÓN SUPERIOR PROFESIÓN / OCUPACIÓN
LIC. EN PUBLICIDAD

E4333V4122

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
HERRERA MATA JOSE
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
SUAREZ MARIA CONCEPCION
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
GUAYAQUIL 2013-10-24
 FECHA DE EXPIRACIÓN
2023-10-24





DIRECTOR GENERAL FIRMA DEL CEDULADO


CERTIFICADO DE VOTACIÓN
 ELECCIONES GENERALES 2017
 2 DE ABRIL 2017

155
 JUNTA No.

155 - 206
 NÚMERO


090834232
 CÉDULA

HERRERA SUAREZ CATALINA ISABEL
 APELLIDOS Y NOMBRES



GUAYAS CIRCUNSCRIPCIÓN: 1
 PROVINCIA
GUAYAQUIL ZONA: 1
 CANTÓN
XIMENA
 PARROQUIA




ECUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA

ELECCIONES 2017
 GARANTIZAMOS TU DECISIÓN

CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017


ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS


 PRESIDENTA/E DE LA JRV

IMP. IGM.MJ

CERTIFICO: ES CONFORME AL DOCUMENTO EXHIBIDO QUE SE INCORPORA A LA PRESENTE DILIGENCIA
Abg. Xavier Larrea Nowak
 NOTARIO CUADRAGESIMO PRIMERO DEL CANTON GUAYAQUIL

ESPACIO EN BLANCO

N.º de certificado: 170-052-78978


DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mi madre, a mi familia, compañeros y amigos que aportaron tiempo y paciencia para apoyarme en cada uno de los pasos que he dado para alcanzar este objetivo.

Herrera Suárez Catalina Isabel

AGRADECIMIENTO

Agradeciendo primero a Dios por darme la fortaleza de seguir adelante y brindarme el ímpetu de conocer más y por ser perseverante ante los obstáculos que se han presentado; a mi familia por sobrellevar el tiempo sin compartir y saber brindar una sonrisa cuando la adversidad estaba presente, a mis compañeros y amigos, que apoyaban con las inquietudes técnicas que sabiamente sabían cubrir, a mi grupo de estudio con quienes nos esforzamos para presentar cada trabajo con pulcritud y excelencia, a cada uno de los docentes que compartieron su conocimiento y experiencias personales, y al instituto y sus directores porque sin ellos no hubiera sido posible llegar a este punto que no es el final; sino el inicio de buenas nuevas.

Herrera Suárez Catalina Isabel

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS-ITB-2017_CATALINA_HERRERA_SUAREZ.pdf (D30250572)
Submitted: 2017-08-26 07:08:00
Submitted By: caos1963@gmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

Complexivo DePrati.com - Sara Vasquez.doc (D13603706)
vfLIBRO UNIDO COMPLETO1.docx (D25969157)
<http://www.abogadosdecuador.com/codigo-penal/codigo-penal-libro-primero-IV.html>
<http://uce-ing-informatica.blogspot.com/2015/06/codigo-organico-integral-penal.html>
<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/8845>
<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/17019>
https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/02/17/zender_I_tesissss_1.pdf
http://www.hipertexto.info/documentos/diseg_web.htm
<http://www.aeap.com.ec/historia.php>

Instances where selected sources appear:

16

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	10
1. EL PROBLEMA.....	10
1.1 Planteamiento del problema.....	10
1.1.1 Ubicación del problema en un contexto	10
1.1.2 Situación del conflicto	11
1.1.3 Delimitación del problema.....	11
1.1.4 Formulación del problema	12
1.1.5 Variables de la investigación	12
1.1.6 Evaluación del problema	12
1.1.7 Objetivos de la investigación.....	13
1.1.7.1 Objetivo general.....	13
1.1.7.2 Objetivos específicos generales	13
1.1.8 Justificación e importancia	13
CAPÍTULO II	16
2. MARCO TEÓRICO	16
2.1 Fundamentación teórica	16
2.2 Antecedentes históricos	18
2.3 Antecedentes referenciales	25
2.4 Fundamentación legal.....	28
2.5 Variables de la investigación.....	30
2.6 Definiciones conceptuales	31
CAPÍTULO III.....	35
3. METODOLOGÍA	35
3.1 Objeto de investigación	35

3.2	Diseño de la investigación.....	40
3.3	Tipos de investigación.....	40
3.4	Población y Muestra.....	41
3.5	Población	41
3.6	Muestra.....	41
3.7	Cálculo de muestra	41
3.8	Técnicas e instrumentos de la investigación.....	42
CAPÍTULO IV		44
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	44
4.1	Análisis de resultados de la Entrevista al dueño de local	44
4.2	Análisis de resultados de Encuesta realizada a la muestra ...	45
4.3	Análisis de resultados de Observación a sitios web	57
CAPÍTULO V		60
5.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	60
5.1	Tema	60
5.2	Fundamentación.....	60
5.3	Justificación.....	60
5.4	Objetivos	61
5.5	Objetivo General.....	61
5.6	Objetivos Específicos	61
5.7	Ubicación	62
5.8	Estudio de factibilidad	63
5.9	Área Administrativa.....	63
5.10	Área Legal.....	63
5.11	Área Económica	63
5.12	Área Técnica.....	64
5.13	Descripción de la propuesta	64
5.14	Especificaciones	64

5.15	Metodología de desarrollo ágil.....	65
5.16	Beneficios del diseño	67
5.17	Plan de ejecución.....	67
5.18	Definición de requerimientos.....	67
5.19	Hardware.....	68
5.20	Software.....	68
5.21	Análisis de costos.....	68
5.22	Costos de desarrollo del sitio	68
5.23	Costos de Hardware y Software.....	70
5.24	Diagrama de Gantt	71
5.25	Diagramas de la aplicación web	73
5.26	Diagramas Casos de Uso	73
5.27	Historias de Usuario	79
5.28	Diagramas Flujos de Datos	84
5.30	Diagrama HIPO	88
5.32	Diseño de pantallas.....	89
5.33	Posicionamiento con WordPress	91
5.34	SEO Optimización en motores de búsqueda.....	91
5.35	Boletines	92
5.36	Redes Sociales	92
5.37	Publicidad y Pago Por Clic.....	92
5.38	Cambios sugeridos en WordPress	93
CONCLUSIONES		95
RECOMENDACIONES		96
BIBLIOGRAFÍA.....		97
ANEXOS.....		102
	ANEXO 1 - CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA AL DUEÑO DEL LOCAL.....	103
	ANEXO 2 - ENCUESTA A CLIENTES.....	105
	ANEXO 3 - TABULACIÓN DE ENCUESTAS	107

ANEXO 4 - CUADRO ANÁLISIS COMPETENCIA SITIOS WEB	113
ANEXO 5 - ESTRUCTURA DE SITIO WEB	114
ANEXO 5.1 - ESQUEMA DEL SITIO WEB.....	115
ANEXO 5.2 – PÁGINAS DE SITIO WEB.....	116

INDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1: Organigrama	36
Diagrama 2: Proceso interacción Personal de Chuzón.....	39
Diagrama 3: Ciclo de vida del proceso XP.....	66
Diagrama 5: Simbología Diagrama Casos de Uso.....	73
Diagrama 6: Diagrama Caso de Uso. Consulta de Menús y Precios.....	74
Diagrama 7: Diagrama Caso de Uso. Reservación de Mesas	75
Diagrama 8: Diagrama Caso de Uso. Reservación de Eventos	76
Diagrama 9: Diagrama Caso de Uso. Contacto	77
Diagrama 10: Diagrama Caso de Uso. Suscripción.....	78
Diagrama 11: Simbología de Diagrama de Flujo de Datos	84
Diagrama 12: Diagrama de Flujo de Información Reservación de Mesas	85
Diagrama 13: Diagrama de Flujo de Información Reservación de Mesas	86
Diagrama 14: Diagrama de Flujo de Información Suscripción	87
Diagrama 15: Diagrama HIPO	88
Diagrama 16: Estructura del sitio web	114
Diagrama 17: Esquema del sitio web.....	115

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Plantilla de trabajadores.....	36
Cuadro 2: Clientes por género	37
Cuadro 3: Proveedores y sus productos.....	37
Cuadro 4: Competencias Online, Offline.....	37
Cuadro 5: Datos nivel de confianza de la muestra.....	42
Cuadro 6: Análisis de resultados de la Entrevista al dueño de local.....	45
Cuadro 7: Plan de ejecución	67

Cuadro 8: Requerimientos de Hardware.....	68
Cuadro 9: Requerimientos de Software	68
Cuadro 10: Costos de Hardware y Software.....	70
Cuadro 11: Historia de Usuario Reserva de Mesa.....	79
Cuadro 12: Historia de Usuario Reserva de Eventos.....	80
Cuadro 13: Historia de Usuario Formulario Suscripción	81
Cuadro 14: Historia de Usuario Formulario de Contacto	82
Cuadro 15: Historia de Usuario Exportar Lista Usuarios Suscritos	83

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Platos de Chuzón	38
Gráfica 2: Home page La Tablita del Tártaro	58
Gráfica 3: Home page La Parrillada del Ñato	58
Gráfica 4: Home page El Corte Steakhouse	59
Gráfica 5: Imagen satelital de la ubicación de Chuzón	62
Gráfica 6: Cotización en línea reserva de dominio.....	69
Gráfica 7: Cotización en línea plan de hosting.....	69
Gráfica 8: Pantalla Página de Inicio Sitio Web.....	90
Gráfica 9: Captura CMS registro Dirección del sitio en WordPress	94
Gráfica 10 Página de Inicio.....	116
Gráfica 11 Módulo Reserva de Mesas.....	117
Gráfica 12 Módulo Reserva de Eventos	118
Gráfica 13 Página Menú	119
Gráfica 14 Página Eventos Chuzón	120
Gráfica 15 Página Galería	121
Gráfica 16 Págima Formulario de Contacto.....	122
Gráfica 17 Página de Mantenimiento.....	123

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

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

Tema

“Diseño de un sitio Web de publicidad de productos y servicios
de Chuzón, Los Maestros del Chuzo.”

Autor: Herrera Suárez Catalina Isabel

Tutor: MSc. Castellanos López Ismelis

RESUMEN

Chuzón Los Maestros del Chuzo restaurante especializado en venta de carnes a la parrilla ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil, en la ciudadela Alborada 6ta Etapa; populosa zona comercial en auge que cuenta con una diversidad de locales; brinda una amplia gama de productos y servicios. El restaurante promociona una variedad de

cortes de carnes de excelente calidad combinados con comida típica de Ecuador; en un ambiente cordial y atención personalizada.

Los medios de marketing que usa el restaurante para promocionar sus productos y servicios como el sistema de boca a boca y la entrega de volantes definen el grado de interés de sus consumidores para que se desempeñen como emisores y colaboren ampliando la cobertura del local.

En el análisis metodológico del proyecto, se aplica la investigación descriptiva que posibilita el uso de técnicas de recopilación de datos como encuestas, entrevista y observación; que facilitan el estudio de la problemática actual; mediante los métodos teórico, histórico con un enfoque cualitativo y cuantitativo.

Para el desarrollo del proyecto se utiliza la metodología ágil Programación Extrema o en inglés Extreme Programming - XP, el análisis de los requerimientos, necesidades y recursos para el diseño de un sitio web de fácil y rápida estructuración, desarrollo y mantenimiento; se opta por el uso del CMS WordPress, lenguaje de marcación HTML5, CSS3, Librerías JavaScript; que permiten el desarrollo eficiente y efectivo de un sitio web ajustado a las demandas del posicionamiento SEO, diseño adaptable y su interactividad.

Con la ejecución del diseño de un sitio web multiplataforma, Chuzón Los Maestros del Chuzo tendrá una opción tecnológica moderna para incrementar las ventas de sus productos y servicios.

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

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

Tema

“Diseño de un sitio Web de publicidad de productos y servicios de
Chuzón, Los Maestros del Chuzo”

Autor: Herrera Suárez Catalina Isabel

Tutor: MSc Ismelis Castellanos López

ABSTRACT

Chuzón Los Maestros del Chuzo restaurant specializing in grilled meats' sale, located in the north of Guayaquil's city, in the citadel Alborada stage Sixth; in a populous commercial area booming that counts on a diversity of premises that offer an infinite range of products and services. The restaurant promotes a variety of meat cuts of excellent quality combined with typical food of Ecuador; in a friendly atmosphere and personalized attention.

The marketing means used by the restaurant to promote its products and services such as word of mouth system and the delivery of flyers define the degree of interest of its consumers to serve as issuers and collaborate by expanding the coverage of the premises.

In the methodological analysis of the project, descriptive research is applied that allows the use of data collection techniques such as surveys, interview and observation; which facilitate the study of the current problems; using theoretical and historical methods with a qualitative and quantitative approach.

For the development of the project the agile methodology Extreme Programming - XP, the analysis of the requirements, needs and resources for the design of a website of easy and fast structuring, development and maintenance is used; We opted for the use of CMS WordPress, HTML5 markup language, CSS3, JavaScript libraries; that allow the efficient and effective development of a website adjusted to the demands of SEO positioning, adaptable design and its interactivity.

With the execution of the design of a multiplatform website, Chuzón Los Maestros del Chuzo will have a modern technological option to increase sales of its products and services.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Ubicación del problema en un contexto

La publicidad es el medio de difusión en auge; utilizado por los medios de comunicación donde podemos ver y escuchar publicidad por todas partes, a cualquier hora y desde cualquier dispositivo gracias a la evolución tecnológica actual y al Internet. (Alejandre, 2011)

Los consumidores requieren de accesos más directos y rápidos; donde puedan observar y conocer más de los productos y servicios que se ofrecen para satisfacer alguna necesidad no necesariamente existente y también conocer las ubicaciones de negocios que le interesen. (Arellano Cueva, Rivera Camino, & Molero Ayala, 2013)

La publicidad es una fuerza de persuasión e Internet es el canal idóneo para crear una reputación en línea permanente, donde se pueda aumentar el nivel de ventas, difundir productos y servicios e incrementar la fidelidad de los clientes. (Alejandre, 2011)

Chuzón Los Maestros del Chuzo, carece de un medio tecnológico moderno para promocionar sus productos y servicios; con el desarrollo del diseño de un sitio Web que ofrece comodidad, accesibilidad a la información actualizada y detallada del negocio, que agrega valor a los productos y servicios que se publiciten en línea; para generar la interacción con los clientes; creando recordación y fidelización de la marca y mayor cobertura

que en los medios tradicionales; además de incrementar el nivel de ventas del local.

1.1.2 Situación del conflicto

Chuzón, Los Maestros del Chuzo, es un restaurante dedicado a la venta de carnes a la parrilla, ubicado en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, en la ciudadela La Alborada 6ta Etapa; populosa zona comercial en auge; sus habitantes cuentan con una variedad de locales que brindan una gama infinita de productos y servicios.

El negocio necesita mejorar su nivel de ventas y con el marketing directo utilizado, no ha alcanzado a incrementar el volumen deseado de ventas del negocio. El marketing boca a boca, por su cobertura muy limitada que no va más allá de círculo de amigos y familiares del consumidor; y la distribución de volantes realizados en un perímetro alrededor de 10 cuadras del local; estos sistemas cuyos resultados son difícilmente medibles, lleva al análisis de tener presencia en Internet para obtener una mayor cobertura y por ende aumentar la demanda de los productos y servicios del local.

1.1.3 Delimitación del problema

País:	Ecuador
Ciudad:	Guayaquil
Campo:	Aplicación Web
Área:	Tecnología, desarrollo de sitio web
Aspectos:	Publicidad de productos y servicios
Tiempo:	Período 2016 - 2017

1.1.4 Formulación del problema

¿Cómo contribuir a mejorar la publicidad de los productos y servicios para incrementar las ventas de Chuzón Los Maestros del Chuzo, ubicado en Guayaquil, período 2016?

1.1.5 Variables de la investigación

Variable independiente: Publicidad de los productos y servicios.

Variable dependiente: Incrementar las ventas.

1.1.6 Evaluación del problema

A continuación, se detallan aspectos que permiten evaluar la problemática planteada:

Delimitado

La muestra está conformada por habitantes del sector norte de Guayaquil en la ciudadela La Alborada, familiares y amigos del dueño del local.

Factible

El proyecto es factible de desarrollo al contar con el recurso económico, técnico y la aceptación del dueño del local.

Claro

Se plantea de forma natural y objetiva la situación actual del local; generando una posible solución al problema planteado.

Evidente

En la estrategia de marketing utilizada, se demuestra la falta de cobertura para alcanzar una cifra de ventas más elevada; por lo tanto, se necesita que la población tenga una herramienta tecnológica innovadora a donde pueda acceder de una manera ágil y segura.

Original

El proyecto destaca el uso de la tecnología y la presencia en Internet; con el

desarrollo de un sitio web basado en el diseño de experiencia del usuario para resolver necesidades concretas al obtener satisfacción y mejor experiencia de uso con el mínimo esfuerzo para promocionar productos, servicios; obtener y mantener clientes. El consumidor actual demanda mayores opciones y es vital para emprendedores seguir la tendencia; con el diseño de un sitio web multiplataforma, dinámico, interactivo, y optimizado para la tecnología móvil.

Relevante

El presente estudio establece un aporte al resolver el problema orientado al restaurante (espacio) de Chuzón Los Maestros del Chuzo ubicado en la ciudad de Guayaquil (lugar), durante el período 2016 (tiempo). Por lo que esta investigación se realiza con eficiencia para cumplir con los objetivos propuestos.

1.1.7 Objetivos de la investigación

1.1.7.1 Objetivo general

Diseñar un sitio web mediante el CMS WordPress para publicitar e incrementar las ventas de productos y servicios de Chuzón, Los Maestros del Chuzo.

1.1.7.2 Objetivos específicos generales

1. Determinar los aspectos teóricos relacionados con diseño Web para incrementar la publicidad de productos y servicios.
2. Diagnosticar los medios actuales de publicidad de los productos y servicios.
3. Diseñar propuesta de un sitio Web.

1.1.8 Justificación e importancia

Chuzón Los Maestros del Chuzo, para mejorar la publicidad de los productos y servicios, incrementar las ventas, ampliar la cobertura de fidelización, brindar mayor información del local, crea un sitio web cuyo aspecto fundamental es generar posicionamiento web en el mercado, a través de publicidad en línea; las campañas que se utilizan para ofertar los productos y servicios de forma exitosa, apoyándose en testimonios, fidelización de la marca y eventos de temporada.

El estudio de la evolución de la publicidad, los antecedentes históricos de los inicios e implicaciones del Internet sobre las ventas y la creación de sitios web, justifican el uso del CMS – WordPress, lenguaje de marcación HTML 5, CSS3, Librerías JavaScript; permitiendo el desarrollo de sitios web más dinámicos y adaptables 100% en cualquier dispositivo. La estrategia que facilita el desarrollo de diversas formas de publicidad es el valor práctico del presente estudio que se encuentra en el análisis de la estrategia comunicacional que se maneje para mantener y captar clientes y las consecuencias que este tiene en el incremento del nivel de sus ventas.

Para evaluar los criterios de la investigación se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Conveniencia**

La presente investigación pretende ser una guía para el desarrollo de una plataforma tecnológica más dinámica, rápida, interactiva y compatible para difundir información, expandir la cobertura e incrementar las ventas de Chuzón Los Maestros del Chuzo.

- **Relevancia social**

Al automatizar la información, mejorar la comunicación y ampliar la difusión de los productos y servicios de Chuzón Los Maestros del Chuzo, se logra el impacto social al extender su cobertura, difundir sus

productos, servicios y promociones.

- **Implicaciones prácticas**

Con el desarrollo de un sitio web, se resuelven los problemas comunicacionales como la falta de clientes y el incremento de ventas del local; al ampliar la cobertura a través de la plataforma tecnológica y estar conectados con los clientes potenciales y estrechar el vínculo con los clientes frecuentes.

- **Valor teórico**

Debido a la evolución tecnológica y al amplio uso de dispositivos móviles, se desarrolla el sitio web con el CMS – WordPress, lenguaje de marcación HTML5, CSS3, Librerías JavaScript; que permiten el desarrollo eficiente, adaptable, administrable e interactivo; obteniendo un canal directo, rápido y con un diseño multiplataforma que adapta la apariencia de un sitio web a los diversos dispositivos.

- **Utilidad metodológica**

El desarrollo de un sitio web adaptable ayuda a recolectar información a través de las estadísticas del sitio de visitas y vistas para poder mejorar las acciones publicitarias en línea del local.

- **Viabilidad ambiental**

El beneficio que trae un sitio web como medio de difusión es la reducción del uso de papel en la elaboración de las volantes publicitarias.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación teórica

“Si no vende, no es creativo”. David Ogilvy. La publicidad es una forma específica de transmitir información sobre un producto, marca o entidad cuyo objetivo principal es influir en la audiencia para fomentar el deseo de adquirir un bien o servicio.

La publicidad es una profesión que da valor añadido al mercado y estructura nuevos modelos de negocio; el desarrollo de la publicidad interactiva es la tendencia más importante del sector publicitario. (Ignasi Ferrer Lorenzo, 2014)

La publicidad incluye cualquier mensaje de ideas, hechos, juicios y diversidad de formas de presentar un mensaje publicitario y sus elementos como los sonidos, las palabras y las imágenes. (Estudiantes y Egresados, Facultad de Diseño y Comunicación, 2012)

Todo eso a través de una marca. “Lo importante es que quienes te conocen, tengan una buena opinión de ti, lo mismo se debe aplicar en las marcas, éstas deben además de ser familiares y conocidas, también deber ser bien valoradas y queridas”. (Jaramillo Sánchez, 2011)

Desde el Internet y la revolución digital han surgido herramientas de marketing digital; siendo un sitio web el más difundido. Con una campaña publicitaria estratégica se trata de atraer la atención de los internautas hacia

el local físico para incrementar las ventas de los productos y servicios.

Las redes comparten normas que aseguran la comunicación entre ellas: son los denominados protocolos. Los protocolos son un conjunto de normas que permite el intercambio de información entre máquinas de diversos tipos conectadas entre sí. (Dordoigne, 2015)

Inicialmente, los hipertextos en la red se limitaban con texto impreso dividido en bloques con enlaces. Hoy en día, los sitios web son obras gráficas dinámicas vistas desde cualquier dispositivo; con integración a base de datos, servicios online, mejoras en los motores de búsqueda, interactivos, fácil navegación que ayuda a los visitantes encontrar lo que buscan; impulsando las ventas.

Se pueden distinguir 3 generaciones en el desarrollo de interfaces Web (Lapuente, 2013):

- **Webs de primera generación:** o Generación de Contenido Estático, corresponde a la Web creada por Tim Berners-Lee hasta mediados de los años 90 que aparece la segunda generación.
 - Completamente estáticas
 - Estructura lineal
 - Eventual inserción de fotografías y líneas de separación
 - Baja definición (proyectados para terminales ASCII en blanco y negro)
- **Webs de segunda generación:** o Generación de contenido dinámico, aparecen las primeras técnicas que permitían la inclusión de contenido dinámico. Se caracteriza por el uso de contenido dinámico (CGIs, ASP, ASP.NET, JSP o PHP, entre otros), permitiendo la interacción con el usuario.
 - Íconos en vez de palabras subrayadas con azul

- Menú de opciones
- Fondos coloreados o con imágenes
- Bordes azules alrededor de las figuras interactivas
- **Webs de tercera generación:**
 - Generación de Contenido Colaborativo, permite la interacción entre usuario-usuario llegando a crearse un entorno de contenido colaborativo, en donde, el usuario es un participante más en la creación del contenido que aparece en la web. Ejemplo: wikis, blogs, etc.
 - Hegemonía del diseño sobre la tecnología
 - Utilización de metadatos
 - Uso de layout tipográfico y visual para página bidimensional
 - Estructura entrada -área central- salida.

El atraer nuevos clientes requiere diseñar servicios que satisfagan al cliente y que influyan en su decisión de visita y adquisición de productos y servicios. El plus es el servicio personalizado al cliente. La calidad del servicio es la clave del éxito en conjunto con el sitio web.

2.2 Antecedentes históricos

La **publicidad** se originó con el comercio de bienes y servicios; conocido como trueque. En Egipto se encontraron inscripciones en las pirámides con un alto valor comercial-publicitario. En Grecia aparecieron los “axones” - postes de piedra- en donde se colocaban pergaminos y papiros con avisos comerciales (Méndiz Noguero, 2014).

Los romanos comercializaban de forma muy persuasiva sus productos y anunciaban funciones teatrales; clamando por las calles y los centuriones aplicaban la fuerza para detener a los caminantes frente a las tiendas. La publicidad ha sido el medio para aumentar su valor; desde los voceros por las calles hasta los avisos clavados en los árboles.

Los comerciantes marcaban sus bienes y su reputación crecía al ser difundida de boca en boca; al igual que se hace hoy en día, los consumidores selectivos al buscar una marca registrada o nombre de marca específica.

En el siglo XVI se empezó a colocar símbolos en la entrada de las tiendas; podemos destacar la marca de los barberos, la barra rayada. La imprenta revolucionó la publicidad en 1450 y en 1478 aparece el primer anuncio impreso en inglés; dejando atrás a los medios rudimentarios por la prensa escrita.

El auge de la publicidad fue en Estados Unidos y ha sido considerado como el país cuna de la publicidad y Benjamín Franklin como el padre de la publicidad por su Pennsylvania Gazette desde 1728, publicación de avisos clasificados, comerciales y personales.

En 1835 aparecen las primeras vallas publicitarias en Estados Unidos. El primer anuncio electrónico o marquesina fue el encendido en la Gran Manzana, en Times Square, Nueva York, en 1882 (Tungate, 2009).

Las estrategias de marketing directo nacieron en 1892 con la tienda más grande de Estados Unidos, Sears que envió 8,000 postales a mano, las que generaron aproximadamente 2,000 órdenes de compra.

David Ogilvy da origen a la publicidad moderna en 1963 con la frase “El consumidor no es idiota, es tu esposa”. En los años 70 se exhiben infomerciales para la venta de casas en San Diego, California.

MTV sale al aire en 1981 con una forma de publicidad transmitida por 24 horas al día, siete días a la semana, músicos de firmas discográficas comerciales. En 1984, Apple hace su historia con el comercial para televisión más caro; dirigido por Ridley Scott, el anuncio de Macintosh del Super Bowl costó 900,000 dólares.

El primer banner publicitario en Internet aparece en 1994, Hot Wired anuncia Sprint, Volvo y AT&T y el pago por clic debuta con GoTo.com que pertenece actualmente a Yahoo!.

En 1995 surge la primera Keyword de publicidad de Yahoo! - "Golf".

El primer anuncio para un teléfono celular aparece cuando una agencia de noticias finlandesa lanza un SMS patrocinado en 1997. Entre 1995 y 2000 se invierten 8.2 billones de dólares en publicidad digital.

En el 2000, Google llega a transformar la publicidad digital y a multiplicar sus ganancias un 95% con AdWords.

En el 2001 aparecen los primeros pop ups y pop unders con un repunte en el 2003 con un 8.7% de toda la publicidad digital.

YouTube nace en el 2006 incluyendo dentro de los videos anuncios con contenido patrocinado y anuncios previos. Twitter surge y en el siguiente año aparece Facebook dando origen al marketing social gratuito y viral.

En el 2008 se muestran los primeros textos publicitarios. La publicidad viral supera a los modelos tradicionales en 2010 con campañas como la de Old Spice que genera 30 millones de vistas.

En el 2011, la publicidad online se coloca como la segunda prioridad en términos de presupuesto, superada solo por publicidad impresa y radio.

Los ingresos por publicidad online del video Gangnam Style en el 2014 superaron los 8 millones de dólares. Durante el 2015 aparece la publicidad en juegos digitales, plataforma que fortalece la marca de empresas. En el presente año, las redes sociales son el boom publicitario e Instagram logra 1.500 millones de dólares en ingresos en publicidad. (Llano, 2016)

El telégrafo era el medio de difusión que se usaba antes de que apareciera el Internet. En 1958, el Ministerio de Defensa de Estados Unidos creó ARPA

Advanced Research Projects Agency; concentrando a un grupo de científicos orientados en implementar la comunicación continua entre ordenadores. En 1962 a cargo de John Licklider, se fundó el plan de investigación informática. Desde 1974 aparecieron varias redes con intereses económicos diversos y en 1982 ARPANET implemento el protocolo TCP/IP creando la revolución del Internet.

(Ramos Martín & Ramos Martín, Aplicaciones Web, 2ª Edición, 2014)

World Wide Web era el organizador de información a disposición de investigadores expuesto por Sir Tim Berners-Lee en 1989 quién trabajaba para la Organización Europea para la Investigación Nuclear; expandiendo su uso al ser implementado en cualquier red del mundo; basado en el uso de hipertexto en formato de presentación de texto con hipervínculos a otros contenidos y recursos con una organización jerárquica con acceso inmediato. Berners-Lee uso tres tecnologías: URL, lenguaje HTML y protocolo HTTP usado por los ordenadores para transmitir la información de los sitios web.

(Guerrero Sánchez, 2014)

A mediados de los noventa el servicio que grandes empresas como Yahoo, EBay y Amazon ofrecían a los internautas con el despliegue de contenido multimedia y la continua interactividad a través de sus webs más dinámicas, usando base de datos, hojas de estilo, lenguaje de programación; apareciendo las redes sociales.

Durante el año 2011, HTML5 presenta opciones multimedia sin el uso de plugins, eliminando paulatinamente el uso de flash para reproducir audio y video; continuando con el enriquecimiento de contenido en los sitios web junto con las API como parte fundamental de sus especificaciones.

(Ramos Martín & Ramos Martín, Aplicaciones Web, 2ª Edición, 2014)

La publicidad digital (Liberos, y otros, Abril, 2013)

Actualmente los costos de la publicidad convencional son excesivamente costosos. Se ha buscado diversos medios baratos y precisos para anunciarse para complementar los tradicionales; conocidos como medios alternos y debido a estos medios, podemos ser testigos de anuncios en lugares poco probables, más vistosos y con diseños ingeniosos.

Las ventajas de los medios alternativos van desde mayor accesibilidad, alto alcance, frecuencia, flexibilidad geográfica y demográfica, bajo costo, creatividad, ubicación y mayor impacto; siendo un punto negativo el mensaje fugaz, influencia ambiental, medición de audiencia, control, planeación, disponibilidad de lugares y la contaminación visual.

Uno de los medios más beneficiado es la publicidad en línea y en dispositivos móviles que llegan con mayor impacto a un público objetivo de mayor cobertura que en los medios tradicionales; combinándolas con estrategias offline y online para alcanzar objetivos; transformando a sus clientes en embajadores de su marca, para reforzar la marca, convirtiéndose en un marketing directo original; logrando mayor fidelidad por parte del consumidor.

Con más conexiones a internet, Wifi gratis en cafeterías, parques, centros comerciales, etc., la gente con la vista fija en sus dispositivos móviles, multitud conectada a las redes sociales. Con este amplio universo, las empresas reducen sus presupuestos en los medios convencionales por su costo. Los medios digitales pueden llegar a más personas de una manera más segmentada.

Los tipos de publicidad que se usan en la actualidad son:

- **Pop up:** o ventana emergente/flotante, es un elemento invasivo que puede ser cerrado cuando lo desee el usuario; sin ver el mensaje completo, se muestra automáticamente como segunda ventada sobre

el sitio visitado. No recomendable por los bloqueos que usan los usuarios que visitan los sitios y/o reciben boletines promocionales.

- **Pop under:** la diferencia con el pop up es que se presenta bajo la ventana activa del navegador; el usuario no se da cuenta hasta que cierra la ventana activa.
- **Banners:** su aparición fue en páginas de la revista “Hot Wire” en 1994 y en la actualidad es uno de los más usados en cada uno de los portales y sitios web que se encuentran en la red. Básicamente imagen estática o dinámica que llama la atención de los navegantes que visitan el sitio web.
- **AdWords:** se requiere registro, definir presupuesto, escribir el anuncio, escoger ubicación; con opciones de ajustes posteriores. La ventaja es que las empresas aparecen en primer lugar dentro del buscador de Google.
- **E-mailing:** Boletines informativos y promocionales con enlaces, imágenes estáticas y/o dinámicas; permite conocer información de cuantos usuarios recibieron, cuantos abrieron y cuantos hicieron clic en un enlace de interés.

La publicidad en Ecuador

Ecuador traía su primera imprenta desde España por la Compañía de Jesús, en 1750, destinada en sus inicios a la publicación de obras religiosas. Con el pasar de los años, crearon varios periódicos con los primeros anuncios publicitarios.

De hoy, hace 48 años, en mayo 22 de 1968 se crea la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP) y se oficializa en 1970, con el fin de profesionalizar la actividad publicitaria y formar una relación sólida con los medios de comunicación y anunciantes, en beneficio de los

consumidores. En 1982 se crea el Código de Ética y Autorregulación Publicitaria, instrumento de autodisciplina para toda la industria publicitaria. (Publicidad, 2016)

Se exige creatividad de alta calidad, debido a la actual y continua evolución de los medios, el público y su cultura; siendo reto para los comunicadores y publicistas. De cara a todo aquello, una entidad confiable y representativa define que la delegación otorgada por sus miembros, establece un aval. Este es el pensamiento de los directores de la Asociación de Agencias de Publicidad de nuestro país, que alcanzó un hito histórico y que se muestra como un ente monolítico al servicio de la comunidad. (Vallejo Pérez & AEAP, 1996)

La publicidad está en constante cambio a nivel mundial y en Ecuador el reto insistente es de encaminar la historia de la publicidad ecuatoriana a cambios en los trabajos que vemos en cada paso que damos, en los sitios web cada vez más creativos, dinámicos y en nuestros dispositivos; la accesibilidad y la retroalimentación son parte de la clave.

La publicidad online en el Ecuador

Es notorio el impacto de la tecnología y el Internet en los medios publicitarios, su rápido acceso a la información, la recepción de mensajes de interés específico, transacciones en línea seguras que brindan la interacción que el medio actual requiere. La publicidad en línea la podemos visualizar como banners, enlaces o hipervínculos, imágenes estáticas o dinámicas, boletines a través de correos electrónicos que se reciben previa aceptación del usuario.

Las empresas en el Ecuador cada vez son más las que poseen un sitio web y buscan la forma de promocionarlo; a través del marketing digital, la tecnología, alianzas estratégicas, publicidad online, herramientas de fidelización, uso de redes sociales, etc. (Korntheuer, 2012).

La publicidad digital es bidireccional, interactiva; obteniendo retroalimentación del otro lado, su costo no es elevado; permite realizar cambios y medir su efectividad en tiempo real; es personalizada además de globalizada; permitiendo romper las barreras geográficas y demográficas.

Para el ambiente digital, el uso de una base de datos que identifique el comportamiento, deseos y necesidades de los usuarios aportan valor significativo al cliente; brindándole opciones que alivian su decisión. (Sainz de Vicuña, 2015)

En Ecuador en el 2013, la publicidad en Internet obtuvo un crecimiento del 50% en la inversión, destacando el uso en display 55%, redes sociales 33%, y móvil 12%. Estos datos fueron registrados por el Interactive Advertising Bureau (IAB); organismo fundado en 1996 con sede en Nueva York. (Universo, 2014)

Ecuador se puede decir que está en pañales; considerando que se ha dedicado tiempo a conseguir más Fans o seguidores en los sitios y redes sociales. Se requiere data para obtener patrones y realizar el cruce entre los registrados en los canales digitales. La tendencia es obtener algo más de cada marca, con el comportamiento del mercado prediciendo acciones de marketing más directas, mejorar las estrategias de marketing online futuras. (Martinez, 2015)

2.3 Antecedentes referenciales

Título: **“Diseño de un catálogo on-line para la promoción y venta de productos elaborados por los artesanos del cantón Playas”**

Autores: García Arnao, Isabel
Espinoza, Alex.

Lugar: Playas

Fecha: 27-Sep-2010

Resumen:

Diseño de un catálogo en línea (www.hechoamano.com.ec) para promocionar y vender productos elaborados artesanalmente del Cantón Playas; con vista de galería de exposición artesanal con obras de los artesanos; impulsando el trabajo manual artesanal ecuatoriana. Incluye variedad de bisutería elaborada en tagua, concha de nácar, semilla de sandía, corteza de coco, cuero, caracoles, diamantes de Brasil, piedras de ojo de gato, chaquiras, etc. Artesanías realizadas en madera de balsa. Artesanía de Muyuyo y tejido de Coco, etc.

Fuente: <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/8845>

Comentario: El sitio promociona, exhibe artesanías de tagua, coco, conchas, muebles en Muyuyo y madera hechos con manos ecuatorianas de Playas. Catálogo de imágenes e información. Sitio informativo; nuestra diferencia es el dinamismo, mejor estructura.

Título: “Desarrollo e implementación de un portal web de alimentos nutricionales www.cuidaloquecomes.com”

Autores: Guerrero Jaramillo, Lorena,
Clery Orozco, Hans,
Veloz Rodríguez, Lsi. Ángel.

Lugar: Guayaquil

Fecha: 13-Sep-2011

Resumen:

Cuidaloquecomes, portal web promueve la alimentación saludable a través de servicio de catering a domicilio y tienda online de productos de primera necesidad, y beneficios como: consultas con especialistas, foros e información actualizada. El Proyecto tiene como objetivo, ayudar a personas con enfermedades no transmisibles para que lleven un régimen de

alimentación saludable, contando con una asistencia oportuna para prevenir o tratar adecuadamente los problemas de salud de la población ecuatoriana.

Fuente: <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/17019>

Comentario: Con sistema de compra y entrega a domicilio, diversas formas de pago, vista de catálogo y selección de productos, colores llamativos, guía nutricional, registro de usuarios (base de datos); consultas a especialistas, chat en línea. Nuestro sitio inicialmente es informativo, dinámico y con retroalimentación para boletines promocionales futuros.

Título: **“Propuesta del diseño de una página web para promocionar servicio de Transporte Turístico Edison”**

Autores: Lindao Miranda, Mary Zender.

Lugar: Guayaquil

Fecha: Ene-2016

Resumen:

Propuesta de diseño de Sitio Web para promocionar el servicio de Transporte Turístico Édison; permitiendo sistematizar y organizar la información que requieren los turistas al consultar información actualizada sobre las diversas rutas de Turismo Nacional. Su desarrollo tecnológico se realizó con lenguaje de programación Visual Basic 2010, base de Datos SQL, programa Dreamweaver implementado procesos automatizados.

Fuente:

https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/02/17/zender_I_tesissss_1.pdf

Comentario: Página de bienvenida llamativa; el logotipo desentona de los demás elementos y color de fondo. Informativo. Nuestras selecciones de imágenes van en armonía con los demás elementos: para captar y mantener la atención del navegante.

2.4 Fundamentación legal

Todo negocio emplea la publicidad como medio para atraer a los consumidores para que conozcan y adquieran sus productos y/o contraten un servicio determinado. Actualmente existen Leyes y normas que aportan seguridad al derecho de autoría.

En Ecuador, la Ley de Comunicación en su artículo 62 sobre la Prohibición, en sus dos párrafos, veta la difusión de mensajes en medios de comunicación, redes sociales de contenidos que menoscaben o anulen el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales; además de elogios, alabanzas de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio. (Asamblea Nacional, 2013)

Dentro de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en (Noboa Bejarano, 2000):

- Capítulo II, Derechos y Obligaciones de los Consumidores, Art. 4, Los proveedores públicos y privados deben ofertar bienes y servicios competitivos, de óptima calidad; tener derecho a la información verídica, oportuna y completa, derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.
- Capítulo III, Regulación de la Publicidad y su contenido, Art. 6, Publicidad Prohibida, Se prohíbe toda clase de publicidad engañosa o abusiva, o que incite a error en la elección del bien o servicio que afecten los intereses y derechos del consumidor.

Concordancias:

- Constitución de la República del Ecuador, Arts. 52.
- Capítulo IV, Información Básica Comercial, Art. 9, sobre la Información Pública manifiesta que todo bien a ser comercializado debe mostrar precio, peso y medidas; de acuerdo a la misma naturaleza del producto. Debe incluir los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos para que el consumidor pueda conocer el costo final.

Según el artículo 384 de la Constitución de la República del Ecuador, en su Artículo 2 Contenidos en Internet, excluye los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales. Artículo 3, Medios en Internet, confirma que son medios que operan sobre la plataforma de Internet, cuya personería jurídica sea adquirida en Ecuador y que compartan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación estable para dichos medios definidos en el Art. 5 de esa Ley. (Asamblea Nacional, 2013)

En los Art. 28 y 29 de la Ley de Propiedad Intelectual, protege el derecho de autor a los programas de ordenador independientemente de que sean incorporados en forma legible del hombre a través de código fuente o desde la máquina código objeto, sean programas operativos o aplicativos, incluyéndose diagramas de flujo, planos, manuales de uso, y en general, aquellos elementos que conformen la estructura, secuencia y organización del programa. Siendo el titular, el productor, persona natural o jurídica con la iniciativa y responsabilidad de la realización de la obra; quién tendrá el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir la realización de modificaciones o versiones sucesivas del programa. (Tribunal Constitucional, 2015)

Código Orgánico Integral Penal en los artículos 190, 229 y 232, sancionan con pena privativa de libertad de uno, tres o cinco años el uso fraudulento, apropiación de un sistema informático o redes electrónicas y de telecomunicaciones o transferencia no consentida de bienes, valores, derechos en perjuicio, en beneficio propio o de otra persona alterando; descifrado de claves secretas o encriptadas; violación de seguridades electrónicas, informáticas u otras semejantes. Revelación ilegal de información registrada, en ficheros, archivos, bases de datos o medios semejantes; materializando voluntaria e intencionalmente la violación del secreto, la intimidad y la privacidad de las personas. Ataque a la integridad de sistemas informáticos que destruya, dañe, borre, deteriore, altere, suspenda, trabe, cause mal funcionamiento, de los sistemas y data informática, mensajes de correo electrónico, telemático o de telecomunicaciones. Diseñe, desarrolle, programe, adquiera, envíe, introduzca, ejecute, venda o distribuya de cualquier manera, dispositivos o programas informáticos maliciosos o programas destinados a causar los efectos señalados en el primer inciso de este artículo. (Ministerio de Justicia, 2014)

2.5 Variables de la investigación

- **Variable independiente**
Publicidad de los productos y servicios.
- **Variable dependiente**
Incrementar las ventas.

La publicidad engloba una serie de acciones como la investigación de mercado, diseño de imágenes y títulos enganchadores para volantes físicos, productos promocionales y banners estáticos y dinámicos que sean atractivos para los consumidores.

La transmisión de la ruta de un sitio web a los clientes, amigos y familiares; ayuda con la difusión del mensaje y así ampliar la cobertura de publicidad a los consumidores tradicionales y posibles futuros clientes que visiten el sitio y deseen conocer y degustar en el local para ayudar a incrementar las ventas.

Los métodos actuales de difusión de los productos y servicios del local llegan a un fraccionado grupo de posibles clientes; causando pérdidas en inversiones de publicidad de volantes y su distribución. Para poder incrementar las ventas del negocio, se requiere ampliar la cobertura de la publicidad y poder alcanzar un incremento en las ventas de los productos y servicios que se expenden en el local.

2.6 Definiciones conceptuales

- **Publicidad** es la actividad que tiene como principal objetivo persuadir al consumidor e influir en su decisión de compra, a través de una serie de técnicas diseñadas con el fin de que el consumidor adquiera cierto producto o servicio; definición dada por Kotler Philip y Gary Armstrong. (Kotler & Armstrong, 2012)
- **World Wide Web.** Red mundial con acceso a servidores de información o “Sitios Web” mediante navegadores web; siendo los más populares Google Chrome, Mozilla Firefox, es el universo de información accesible con una interface de usuario común. (Caldevilla Domínguez, 2013)
- **Keyword.** Conjunto de caracteres que sirven para la búsqueda de información en motores de búsqueda. Las palabras elegidas para cada página del sitio, también deben estar presentes en el título, descripción en las palabras clave y en medio del contenido. (Ortíz Fuentes & Rojas Orduña, 2010)
- **SEO - Search Engine Optimization:** Es la optimización de un sitio web que permita la indexación en los motores de búsqueda;

diseñando una estrategia online: comparar las competencias, los recursos que dispone, puntualizar los objetivos, determinar los términos de búsqueda que se desean posicionar y adherir a la estructura de un sitio web para que aparezca en los primeros resultados. (Pedrós Piñón, Arrabal, Panzano, & Marketvalley, 2012)

- **Lenguaje de Programación** es un conjunto de reglas, notaciones, símbolos y/o caracteres que permiten a un programador poder expresar el procesamiento de datos y sus estructuras en la computadora. (Ramos Martín & Ramos Martín, Aplicaciones Web, 2ª Edición, 2014)
- **PHP** lenguaje de programación de código abierto, especialmente adecuado para el desarrollo web y puede ser incrustado en HTML. (Drozd, 2010)
- **CMS** es un gestor de contenido utilizado para simplificar el diseño con el uso de plantillas o páginas web pre diseñadas, ajustado a criterio propio, en el cual se escribe contenido y se puede añadir imágenes; de fácil y rápida publicación. (Drozd, 2010)
- **WORDPRESS** posee miles de plantillas gratuitas y de pago con menús intuitivos, dispone de Plugins a instalar y configurar con pequeños ajustes. (Drozd, 2010)
- **Plugins** son componentes de código que se instalan para ampliar la funcionalidad de programas, están programados en PHP, y usan HTML, hojas de estilo CSS y JavaScript para la parte de interfaz de usuario. (Guerrero Pérez, 2015)
- **API** Application Programming Interface o interfaz de programación de aplicaciones, es una biblioteca de funciones a disposición de programadores para escribir programas. (Van Lancker, 2012)

- **HTML** es el lenguaje de marcación de hipertexto, es el más usado como formato estándar de sitios web. El navegador recibe la información y la interpreta para mostrarla en la pantalla. El uso de la etiqueta es la que determina el efecto o unidad lógica que se desea visualizar. (Guerrero Pérez, 2015)
- **HTML5** evita la redundancia para que los navegadores incluyan de forma nativa este tipo de funciones; siendo la plataforma de interfaces de aplicación (APIS) que integra funcionalidades complejas como geolocalización, la edición en línea o las acciones de tipo arrastrar/soltar. (Van Lancker, 2012)
- **URL** reconoce la dirección o secuencia de caracteres estándar de un sitio web en el lenguaje visto en cualquier navegador. Se accede a la web por el protocolo HTTP o HTTPS (sitio seguro), al dominio (nombre del sitio). (Guerrero Sánchez, 2014)
- **CSS** Hojas de Estilo de la página en HTML que detalla cómo deben presentarse los elementos HTML. separa la estructura de la página con el contenido HTML
- **UML – Lenguaje Unificado de Modelado** lenguaje gráfico para ver, especificar, construir y documentar un sistema. Ofrece un estándar para describir un modelo de un sistema. (Gómez Palomo & Moraleda Gil, 2014)
- **WEB ESTÁTICO** fuente información adaptada que se despliega desde el navegador de Internet, es el conjunto de archivos que pueden ser imagen, video y código fuente, generalmente desarrollado en HTML con indicaciones de cada elemento de la estructura del sitio. El código no se modifica cuando se sube al servidor. (Equipo Vértice, 2009)
- **WEB DINÁMICA** con elementos que permiten interactuar con el

usuario; presentando efectos especiales, desarrolladas en lenguaje HTML. El uso de otros lenguajes que permiten la interactividad y efectos especiales son embebidos dentro del HTML como scripts y el navegador se encarga de interpretar y ejecutar. (Equipo Vértice, 2009)

- **DISEÑO ADAPTABLE** es el diseño web adaptando su apariencia para los diversos dispositivos en los que se desea visualizar el sitio web. (Contreras Castañeda, 2015)
- **AD WORDS**, es la plataforma de publicidad de Google; que resalta la posición de un anuncio en las páginas de resultados de búsqueda de Google. Los anuncios se muestran en el momento en que alguien está realizando una búsqueda y se presenta como posibles soluciones a dicha búsqueda; siendo la clave del sistema para los buscadores y sus anunciantes. (Holdren, 2011)
- **FRONTEND** es la primera vista del diseño de un sitio web; es la parte pública o cliente que se ejecuta desde el navegador del usuario final; mostrando la información de forma atractiva. (Azaustre, 2014)
- **BACKEND** es el servidor que controla la seguridad, el procesamiento y autorizaciones de los datos a través de una comunicación directa con la base de datos. (Azaustre, 2014)
- **BASE DE DATOS** donde la información se almacena de manera perenne. (Azaustre, 2014)

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Objeto de investigación



Chuzón Los Maestros del Chuzo, nace de la presentación de la empresa de referencia del presente estudio. Para ello pueden tomarse en cuenta los siguientes aspectos:

- **Nombre comercial**
Chuzón Los Maestros del chuzo.
- **Fecha de constitución**
Constituido en mayo 09 de 2016 en la ciudad de Guayaquil
- **Objeto social:** Restaurante - Parrillada
- **Misión**
Brindar a nuestros clientes un espacio de calidad en servicio: que permita compartir en familia, o con amigos, agradables momentos para degustar nuestros platos.
- **Visión**
Ser reconocido como uno de los mejores restaurantes a nivel regional de carnes a la parrilla y líder en la atención personalizada al cliente brindando variedad de platos típicos y exóticos.

- **Organigrama**

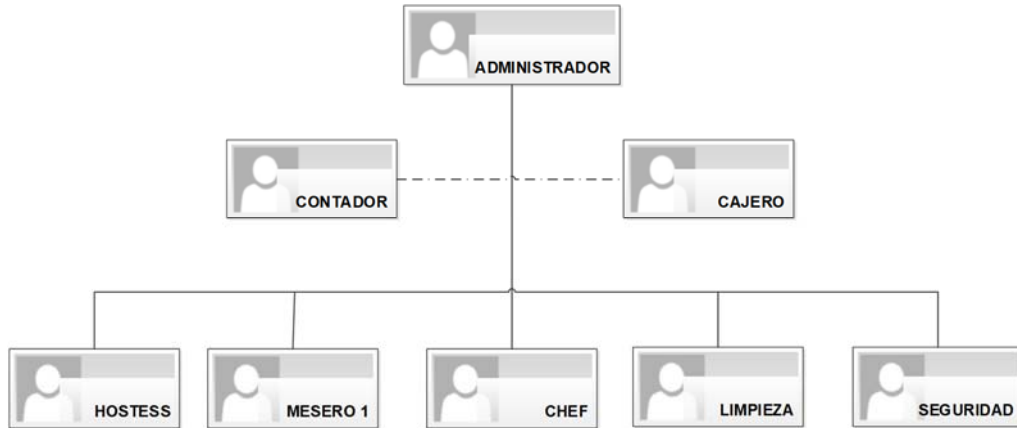


Diagrama 1: Organigrama

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

- **Plantilla total de trabajadores por categoría ocupacional**

CANTIDAD	NOMBRE	CARGO	TAREAS
1	Harry Sánchez	Administrador	Representante, dirección, coordinación de actividades dentro y fuera del restaurante. Revisa que los procesos sean los correctos. Evalúa desempeño del personal.
1	Johnny Alcívar	Contador	Encargado del control de actividades financieras del negocio, pago de impuestos, mantener documentación en regla del negocio.
1	Mario Pastor	Cajero	Encargado de la facturación y cobranzas del local. Arqueo y registro de caja diario.
1	Karina Gómez	Hostess	Encargado de recibir a los clientes. Asigna mesas.
1	Carlos Vargas	Mesero	Atención directa con el cliente.
1	Fabricio Peralta	Chef	Encargado de coordinar las actividades de la cocina y elaboración de platos. Supervisa al personal de cocina y el uso adecuado de equipos y materias primas.
1	Geovanny Armas	Limpieza	Limpieza de mesas, recoger platos y limpieza general del negocio.
1	Javier Meza	Seguridad	Encargado de preservar el orden y custodia de los bienes del negocio y a los clientes y sus pertenencias.

Cuadro 1: Plantilla de trabajadores

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

- Clientes, proveedores y competidores más importantes.

CLIENTES	CANTIDAD
Masculino	85
Femenino	99
Otros	16

Cuadro 2: Clientes por género

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

PROVEEDOR	PRODUCTO
COCA COLA	Bebidas gaseosas, agua
PRONACA	Productos congelados: Pollo, Res, Cerdo. Huevos
KIOSCO	Queso Fresco
SUPERMAXI	Arroz, legumbres, verduras, condimentos, frutas, entre otros.
FACUNDO	Jugos
UNILEVER	Hielos en dados
FORMAS Y ACCESORIOS	Empaques de productos
FAMILIA	Servilletas, Rollos de papel higiénico y Rollos de papel de cocina

Cuadro 3: Proveedores y sus productos

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

COMPETENCIA ONLINE	
TABLITA DEL TÁRTARO	http://www.latablitadeltartaro.com/
PARRILLADA DEL ÑATO	http://www.parrilladelnato.com/index.php/es/
EL CORTE STEAKHOUSE	http://elcortesteakhouse.com.ec/
COMPETENCIA OFFLINE	
CASA RES	Comida americana, especialidades Jack Daniel's Grill
El Toro Asado	Variedad de platos, típicos e internacionales
La Parrillada del Ñato	La mejor parrilla de Guayaquil

Cuadro 4: Competencias Online, Offline

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

- Principales productos o servicios



Gráfica 1: Platos de Chuzón

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

Entre otros productos y promociones de temporada que atraen a los clientes.

- **Descripción del proceso atención cliente**

El siguiente diagrama describe los procesos que interactúan al ingresar en Chuzón Los Maestros del Chuzo.

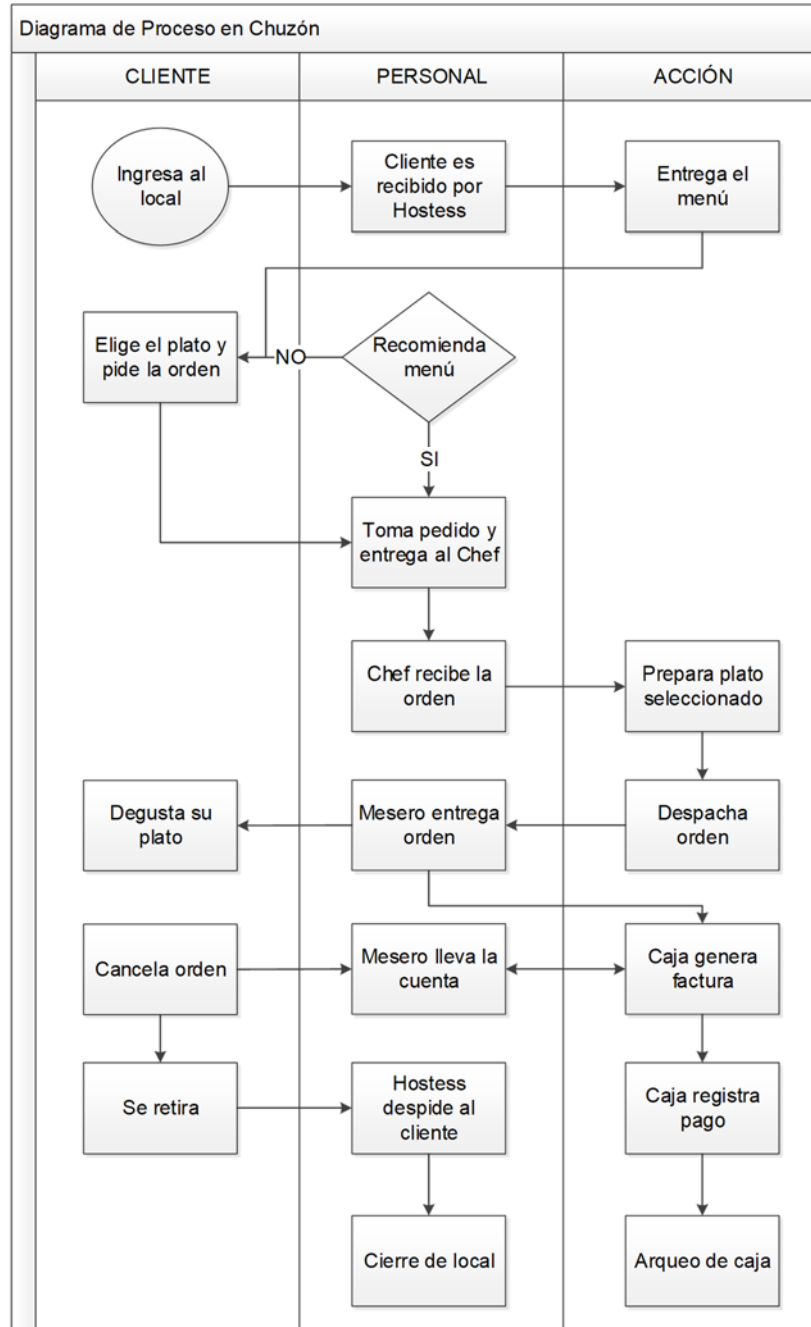


Diagrama 2: Proceso interacción Personal de Chuzón

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

Inicia con el ingreso del Cliente al local; el Hostess lo recibe y le consulta sobre el menú, el Mesero toma la orden y la entrega en la cocina al Chef. El Chef prepara el plato y le confirma al mesero que está listo para ser entregado. El Mesero retira de la cocina el plato y lo entrega al Cliente que se prepara a degustar su orden. El Mesero realiza la entrega de la orden en Caja para gestionar la factura. Una vez que el Cliente ha finalizado de comer se le entrega la cuenta para que cancele en Caja. Cajero registra el pago y entrega la nota de venta al cliente quien se retira del local satisfecho y despedido por el Hostess.

3.2 Diseño de la investigación

La presente investigación es una base de consulta para la gestión de elementos publicitarios de productos y servicios que conlleven a incrementar las ventas, impulsar la imagen digital con la generación de un sitio web, cuya estructura sea desarrollada bajo estándares de calidad y mejores prácticas, basada en la experiencia de usuario y la optimización en los motores de búsqueda.

3.3 Tipos de investigación

La investigación descriptiva explica la realidad de la actividad de Chuzón Los Maestros del Chuzo; la recopilación de la información mediante la encuesta a los clientes es el método para reunir datos primarios de forma cuantitativa que permiten generalizar conclusiones recibidas con un análisis estadístico. (Mas Ruíz, 2010)

La investigación aplicada determina los posibles usos de los resultados de la exploración preliminar que se realizan con la entrevista; para destacar puntos importantes del dueño del restaurante, la encuesta con la que obtenemos lo

que desean los clientes ver, comprar, degustar y la observación de la competencia; para conocer y profundizar en la solución de problemas específicos para actuar en la planificación del diseño de un sitio web, su implementación y mejoras tanto del sitio web como de local físico de Chuzón Los Maestros del Chuzo. (Cuenca Fontbona & Jordi Xifra, 2012)

3.4 Población y Muestra

Para la presente investigación, se determina un universo de clientes.

3.5 Población

La población se divide en dos grupos a los que se realiza la encuesta de los productos y servicios que se brindan; sobre el local, la percepción de presencia online, comentarios y sugerencias: 200.

3.6 Muestra

La muestra es una parte de la población; que se genera de la cantidad de individuos, clientes frecuentes, amistades, y familiares del dueño de Chuzón Los Maestros del Chuzo, que se obtiene de una población mayor, llamada universo, y que debe ser representativa del mismo. (Merino Sanz, 2010)

3.7 Cálculo de muestra

El dueño del local posee un carisma que ha ayudado a mantener un grupo de seguidores en las redes sociales, un alto nivel de amigos y sus familiares. Lo que lleva a un valor global la cantidad de 200 como población. El cálculo de la muestra determina el grado de credibilidad a los resultados a obtener. (Merino Sanz, 2010)

Fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

Simbología:

N = tamaño de población. N = 200.

k: constante que depende del nivel de confianza asignada. K= 80% - 1.28.

k	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2.58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,50%	99%

Cuadro 5: Datos nivel de confianza de la muestra

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

e: error muestral deseado, diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. e = 5%.

p: proporción de individuos en la población con característica de estudio. Dato generalmente desconocido y se suele suponer que p=q=0.5 opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica. 1-p = 0.5.

n: tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Reemplazando:

$$n = \frac{2.56 * 0.5 * 0.5 * 200}{(25 * (200 - 1)) + 2.56 * 0.5 + 0.5}$$

n = 103 Total de la muestra.

3.8 Técnicas e instrumentos de la investigación

Entrevista

La entrevista (Anexo 1) al dueño de Chuzón Los Maestros del Chuzo, Sr. Harry Sánchez C., brinda datos cualitativos desde el aspecto administrativo y económico del negocio. (Valles, 2014)

Encuesta

La encuesta personal (Anexo 2), estudio descriptivo basado en muestras

representativas de la población, para obtener información mediante un cuestionario; rápido, sencillo por su facilidad y control. (Mas Ruíz, 2010)

Observación

Con esta técnica científica se recopila información, a través de la orientación, planificación, control de veracidad, objetividad y fiabilidad de la información que capta todo lo relevante en cada sitio web de la competencia; analizando el uso de la visión directa; sin interferir con la naturaleza de cada observación. La ventaja es el acceso y la probabilidad de ponerlo en práctica como pruebas de desempeño; sin la conciencia de sus propietarios. (Ruiz Olabuénaga, 2012)

Análisis de competencias online

El análisis basado en criterios de desempeño que debe poseer un sitio web: (Echeverría, 2009). Se analiza la velocidad de carga de la página de inicio. El objetivo del sitio debe estar claro y a la vista como sus productos, servicios y sus actividades. La navegación debe ser fácil y de rápida visualización. El registro es requerido para obtener información de usuarios y sirve para seguimiento al enviar boletines informativos.

Publicar textos breves y de libre distracción en párrafos fragmentados con subtítulos; uso de viñetas; apoyan a la usabilidad del sitio para que el usuario no se pierda y encuentre lo que desea en un vistazo y sin muchos pasos.

El sitio debe tener información actualizada para dar credibilidad. El uso de colores, tipografía adecuada, elementos de diseño que determinan la personalidad e imagen del sitio. El uso de la tecnología adecuada permite incrementar los recursos multimedia, animación, para mejorar la comunicación del mismo. El llamado a la acción induce al usuario a dar el siguiente paso, realizar una compra o solicitar información; la interactividad que promueve la fidelidad del usuario haciéndolo participe en registrar sus preguntas, comentarios; enviar a un amigo, compartir información.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados de la Entrevista al dueño de local

La entrevista (Anexo 1) realizada al dueño de Chuzón Los Maestros del Chuzo para conocer sus inicios, como satisface a sus clientes y lo que hace para mantenerse en el mercado como líder en sabor y servicio.

El dueño y Chuzón
Transcurrida la entrevista, se pudo notar la seguridad y carisma que el dueño mantiene en la atención y servicio para cada uno de los clientes y grupos de clientes que visita su negocio. Se inició por varios comentarios de familiares y amigos sobre su sazón en carnes a la parrilla. Diseñador gráfico de profesión, cambia su silla frente al escritorio por el asadero y junto a su familia emprende su propio negocio.
Sus Clientes
El perfil de sus clientes asiduos es de familiares y amigos de nivel medio, medio alto que conocen de la calidad, sabor y trato ameno que les espera al visitar Chuzón; además de los transeúntes del sector. La fidelidad se mantiene por su atención, el ambiente ameno y la calidad de su menú.
Eventos con clientes
Comenta que en la actualidad tiene tres inconvenientes que afecta al negocio como a sus clientes. La espera al entregar el plato final; existen algunos clientes que ingresan piden y no son pacientes. El humo que se aloja en el local por no usar extractor; para remediar usa ventiladores. La inseguridad, lleva 3 veces que Chuzón y sus comensales han sido víctimas de asaltos.
Mercadeo y Publicidad

Con el sistema boca a boca y la entrega de volantes por el sector más el uso de redes sociales, mantiene al tanto a sus clientes y con la difusión al compartirlos se da a conocer.
Competencia
Menciona locales de gran afluencia como Casa Res, La parrillada del Ñato y El Toro Asado; que cuentan con el ambiente más amplio, pero indica que les hace falta el servicio personalizado que se da en Chuzón. En línea destaca a La Tablita del Tártaro, Cortes Steakhouse y el Ñato; conocidos en la ciudad.
Administración
Es el dueño con el apoyo de su esposa e hijos que manejan todo el negocio; asegurando de forma general un buen control de la situación global del mismo.
Economía
No se ha visto afectado.
Idea innovadora
Su Marca. Chuzón.
Sitio Web
Al inicio será informativo y a mediano plazo se incluye opciones de compra en línea.

Cuadro 6: Análisis de resultados de la Entrevista al dueño de local

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

4.2 Análisis de resultados de Encuesta realizada a la muestra

La encuesta (Anexo 2) brinda la opinión de los clientes de Chuzón, Los Maestros del Chuzo para conocer sus preferencias y necesidades.

Pregunta No. 1. Género

Quienes más degustan de carnes a la parrilla en Chuzón Los Maestros del Chuzo, son los hombres con 57.3%.

1- GÉNERO

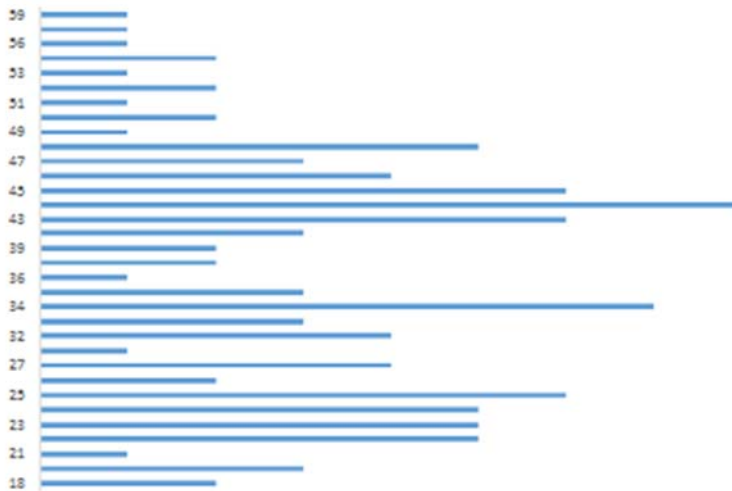


	Encuestados	Porcentaje
Femenino	43	42%
Maculino	60	58%
Total	103	100%

Pregunta No. 2. Edad

Las edades oscilan entre de 20 a 59. Siendo los de 34 y 44 años más asiduos a comer en Chuzón Los Maestros del Chuzo.

2. Edad

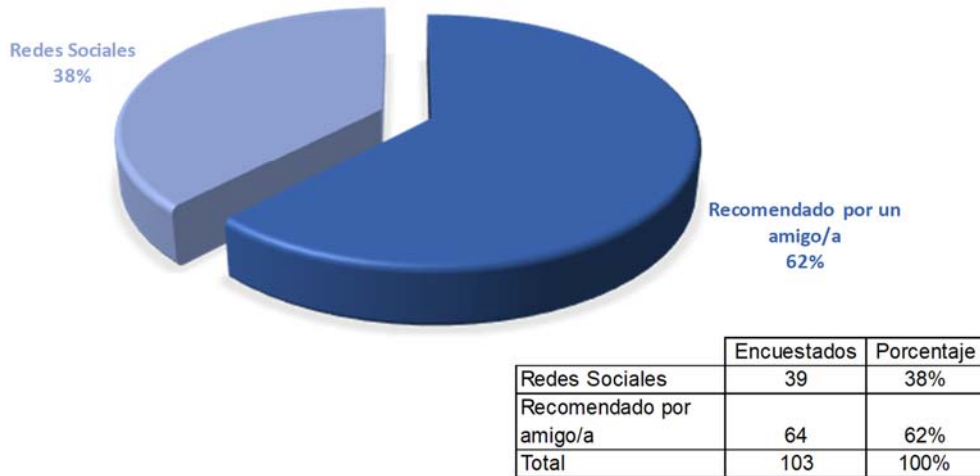


Edad	Cant	Edad	Cant
18	2	39	2
20	3	42	3
21	1	43	6
22	5	44	8
23	5	45	6
24	5	46	4
25	6	47	3
26	2	48	5
27	4	49	1
29	1	50	2
32	4	51	1
33	3	52	2
34	7	53	1
35	3	55	2
36	1	56	1
38	2	57	1
		59	1
Total		103	

Pregunta No. 3. ¿Cómo te enteraste de Chuzón, Los Maestros del Chuzo?

El 62.1% más de la mitad de los encuestados son referidos de un amigo/a. El 37.9% se enteró a través de redes sociales como Facebook, Instagram. Ningún encuestado se refirió a periódico, radio o internet.

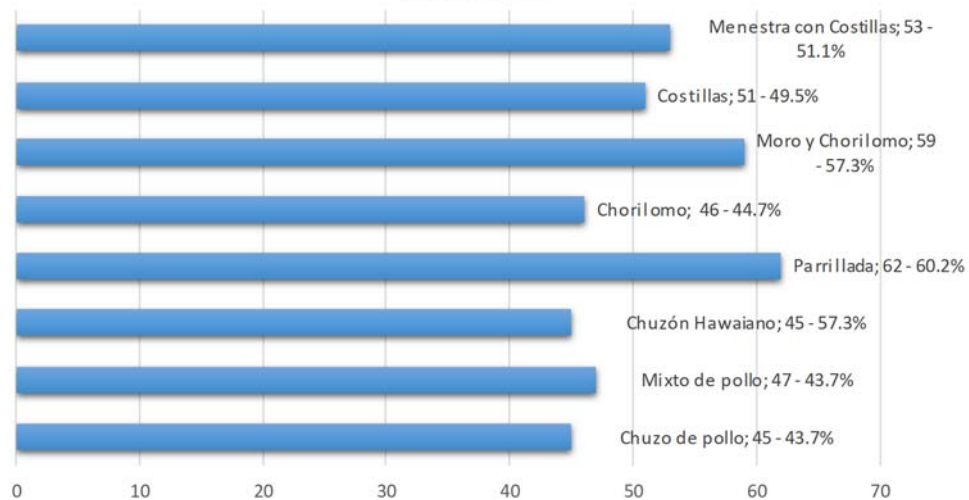
3. ¿CÓMO TE ENTERASTE DE CHUZÓN, LOS MAESTROS DEL CHUZO?



Pregunta No. 4. ¿Cuál es su plato preferido de carne a la parrillada?

Los platos que se destacan son: Parrillada 60.2%, Chuzón Hawaiano 57.3%, Moro y Chorilomo 57.3%, Menestra con Costillas 51.5%.

4. ¿Cuál es su plato preferido de carne a la parrillada?



Total encuestados: 103

Pregunta No. 5. ¿Con qué frecuencia nos visita?

El 78.6% visitan al Chuzón Los Maestros del Chuzo 2 veces al mes; seguidos del 13.6% que ha sido su primera vez degustando las carnes a la parrilla y 7.8% van 1 vez por semana.

5. ¿CON QUÉ FRECUENCIA NOS VISITA?

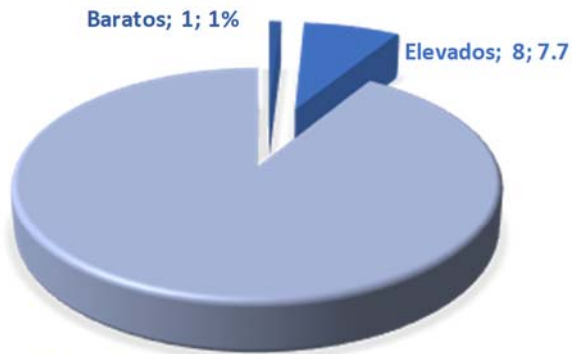


Frecuencia	Cantidad
1 vez por semana	8
2 veces al mes	81
Es la primera vez	14
Total encuestados	103

Pregunta No. 6. Considera que los precios son:

La mayoría de los encuestados 91.3% consideran que los precios en Chuzón Los Maestros del Chuzo son razonables, ni elevados ni baratos. El 7.8% indica que son elevados y el 0.9% consideran que son baratos.

6. CONSIDERA QUE LOS PRECIOS SON:

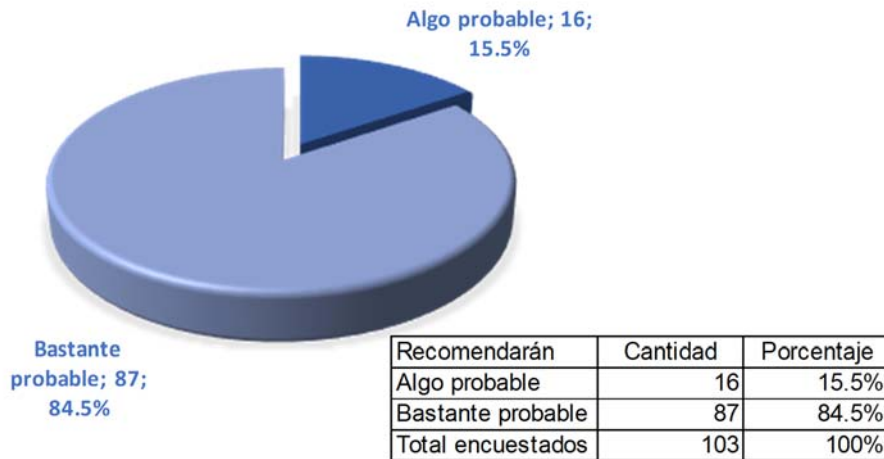


Ni elevados ni
baratos; 94;
91.3%

Precios son	Cantidad	Porcentaje
Baratos	1	1%
Elevados	8	7.7%
Ni elevados ni baratos	94	91.3%
Total encuestados:	103	100%

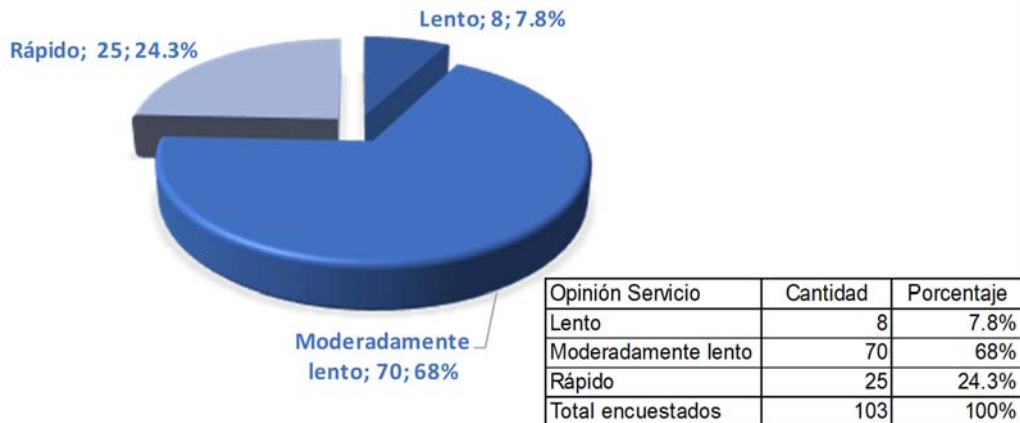
Pregunta No. 7. Es factible que nos recomiendes a tus conocidos
 El 84.5% de los encuestados afirmó que es bastante probable que recomienden a sus amigos visitar a Chuzón Los Maestros del Chuzo. El 15.5% indicó que era algo probable recomendar.

7. ES FACTIBLE QUE NOS RECOMIENDES A TUS CONOCIDOS



Pregunta No. 8. En general, ¿Qué opina de nuestro servicio?
 El servicio de Chuzón Los Maestros del Chuzo es considerado moderadamente lento por el 68% de los encuestados. El 7.8% considera que es lento el servicio y el 24.3% lo cree rápido.

8. EN GENERAL, ¿QUÉ OPINA DE NUESTRO SERVICIO?



Pregunta No. 9. Favor califíquenlos:

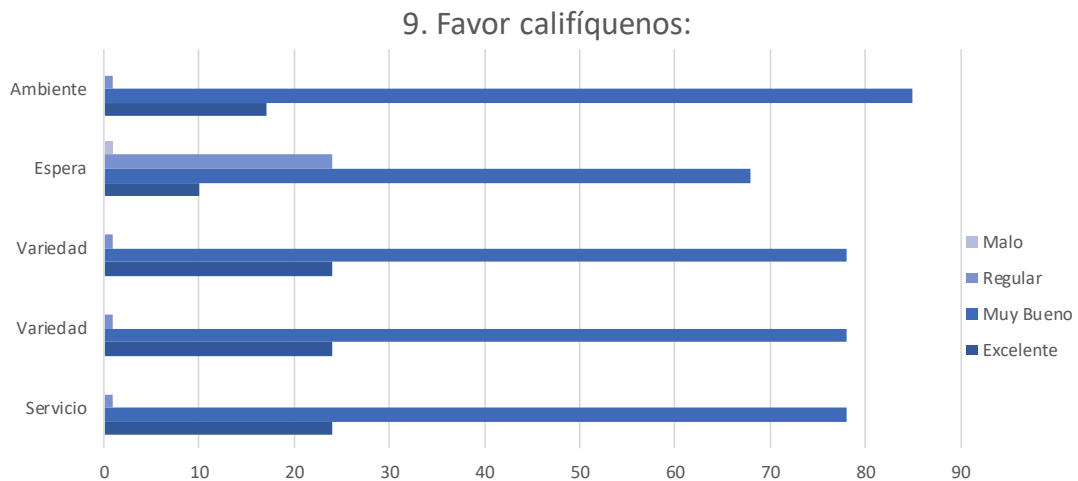
Servicio 76% indicó que es muy bueno por la atención personalizada que reciben de su dueño y el 24% lo considera excelente.

Variedad el 76% confirma que es muy buena y el 24% excelente.

Sabor el 77% afirma que es muy bueno y el 23% excelente.

Espera en la entrega, el 67% lo considera muy bueno y el 10% excelente.

El 85.83% indica que el Ambiente es muy bueno y el 17.17% excelente.

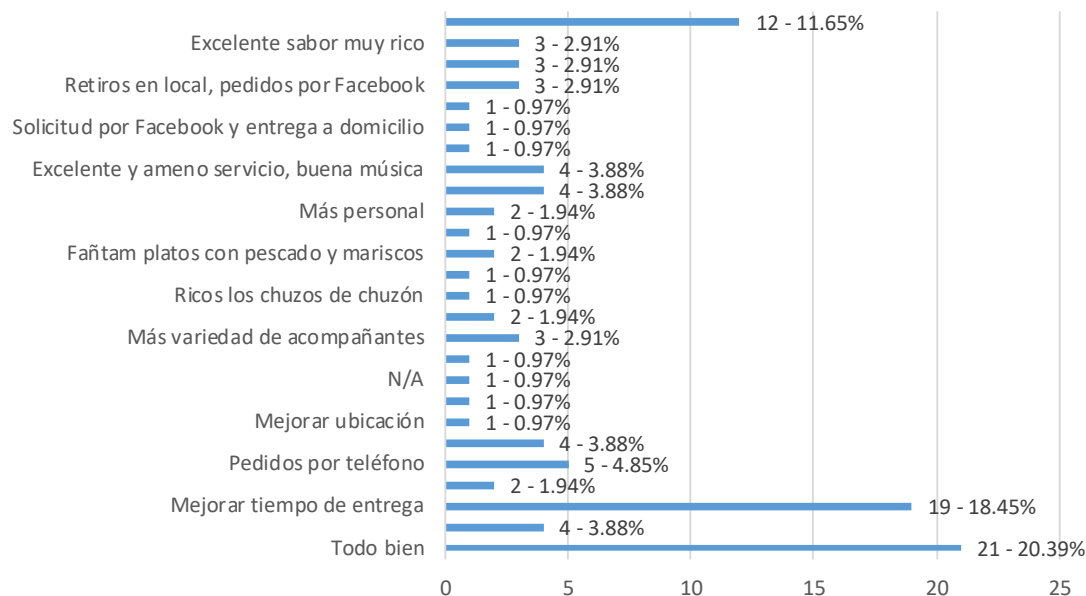


Calificación	Servicio	%	Variedad	%	Sabor	%	Espera	%	Ambiente	%
Excelente	24	23.30%	24	23.30%	23	22.33%	10	9.71%	17	16.50%
Muy Bueno	78	75.73%	78	75.73%	79	76.70%	68	66.02%	85	85.52%
Regular	1	0.97%	1	0.97%	1	0.97%	24	23.30%	1	0.97%
Malo	0	0%	0	0%	0	0%	1	0.97%	0	0%
Total encuestados	103	100%	103	100%	103	100%	103	100%	103	100%

Pregunta No. 10. Desde su punto de vista, ¿En qué podríamos cambiar para mejorar?

Las opciones más comentadas son el tiempo de espera, entradas, ampliar el local, menú de ensaladas, combos, venta de bebidas alcohólicas, pedidos telefónicos y por redes sociales.

10. Desde su punto de vista, ¿En qué podríamos cambiar para mejorar?

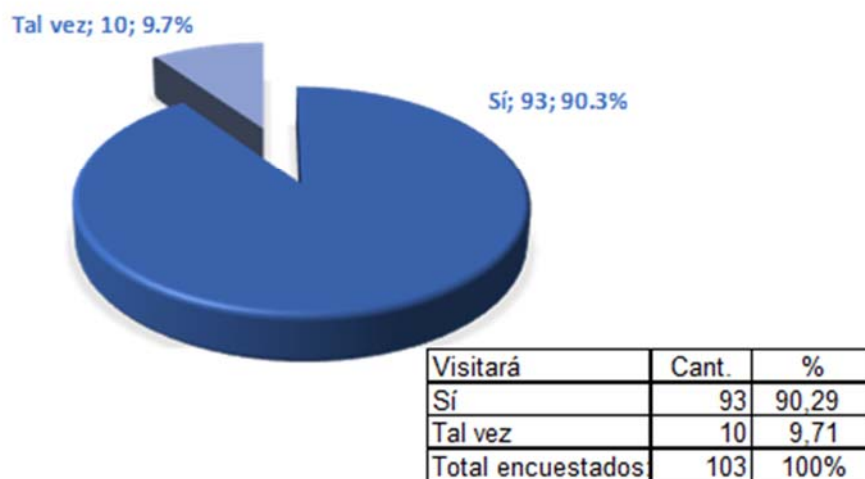


En qué cambiar	Cant.	%	En qué cambiar	Cant.	%
Todo bien	21	20,39%	Les hace falta incluir maduros	1	0,97%
Combos	4	3,88%	Fañtam platos con pescado y mariscos	2	1,94%
Mejorar tiempo de entrega	19	18,45%	Papas más grandes	1	0,97%
Excelente	2	1,94%	Más personal	2	1,94%
Pedidos por teléfono	5	4,85%	Cervezas, vino	4	3,88%
Ampliar local	4	3,88%	Excelente y ameno servicio, buena música	4	3,88%
Mejorar ubicación	1	0,97%	Piqueos mientras se espera	1	0,97%
Mejorar los precios	1	0,97%	Solicitud por Facebook y entrega a domicilio	1	0,97%
N/A	1	0,97%	Falta probar más	1	0,97%
Platillo de entrada	1	0,97%	Retiros en local, pedidos por Facebook	3	2,91%
Más variedad de acompañantes	3	2,91%	Menos humo, Poner extractor	3	2,91%
Sucursales en otros lugares de la ciudad	2	1,94%	Excelente sabor muy rico	3	2,91%
Ricos los chuzos de chuzón	1	0,97%	Incluir menú de ensaladas	12	11,65%
Total encuestados: 103	65	63%		38	37%

Pregunta No. 11. ¿Si tenemos un sitio web, lo visitarías?

El 90.3% contestó que si visitarán el sitio web de Chuzón Los Maestros del Chuzo y 9.7% dijo tal vez.

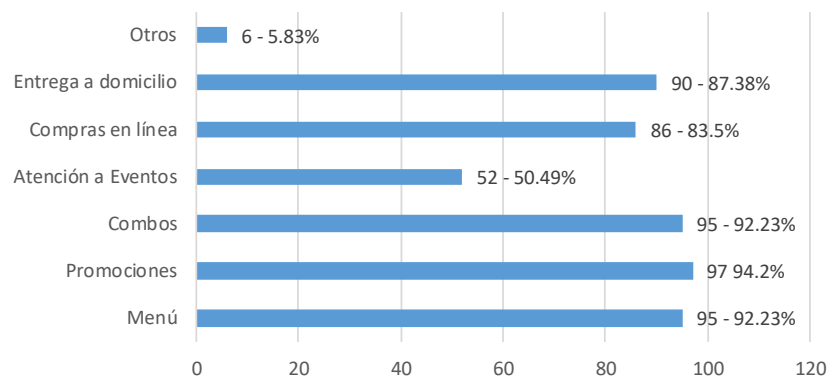
11. ¿SI TENEMOS UN SITIO WEB, LO VISITARÍAS?



Pregunta No. 12. ¿Qué servicios desearías ver en nuestro sitio?

En orden de porcentaje mayor, los encuestados indicaron que desean ver en el sitio web de Chuzón Los Maestros del Chuzo: Promociones 94.2%, Menú 92.2%, Combos 92.2%, Entrega a domicilio 87.4%, Compras en línea 83.5%, Atención a Eventos 50.5% y Otros 5.8%.

12. ¿Qué servicios desearías ver en nuestro sitio?



Qué servicio desea	Cant.	%
Menú	95	92.23%
Promociones	97	94.2%
Combos	95	92.23%
Atención a Eventos	52	50.49%
Compras en línea	86	83.5%
Entrega a domicilio	90	87.38%
Otros	6	5.83%

Pregunta No. 13. ¿Visita frecuentemente sitios web para ver información de su interés?

Diariamente el 88.5% visita un sitio web para ver información de interés personal. 9.6% lo hace semanalmente. 1.9% una vez al mes.

13. ¿VISITA FRECUENTEMENTE SITIOS WEB PARA VER INFORMACIÓN DE SU INTERÉS?

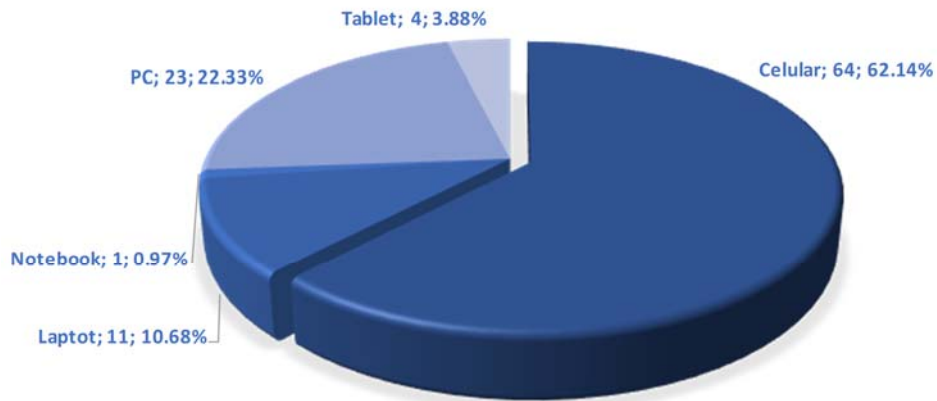


Visita sitios	Cant.	%
Diario	91	88.35%
Semanalmente	10	9.71%
Una vez al mes	2	1.94%
Total encuestados:	103	100%

Pregunta No. 14. ¿Qué dispositivo usa más frecuente para navegar en Internet?

El celular es el dispositivo más usado con 62.5%; seguido del PC con 22.10%; laptop la usan con frecuencia el 10.6%. 3.8% Tablet y 1% Notebook.

14. ¿QUÉ DISPOSITIVO USA MÁS FRECUENTE PARA NAVEGAR EN INTERNET?

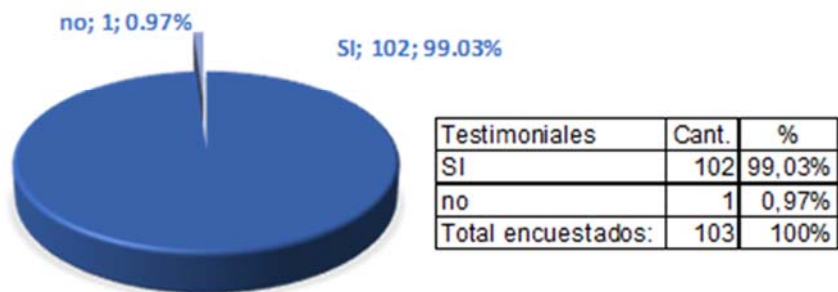


Dispositivos usa	Cant.	%
Celular	64	62,14%
Laptot	11	10,68%
Notebook	1	0,97%
PC	23	22,33%
Tablet	4	3,88%
Total encuestados:	103	100%

Pregunta No. 15- ¿Le gustaría que muestre testimonios de los clientes?

El 99.03% comentaron que si desean que se muestre testimonios de clientes y el 0.97% dijo que no.

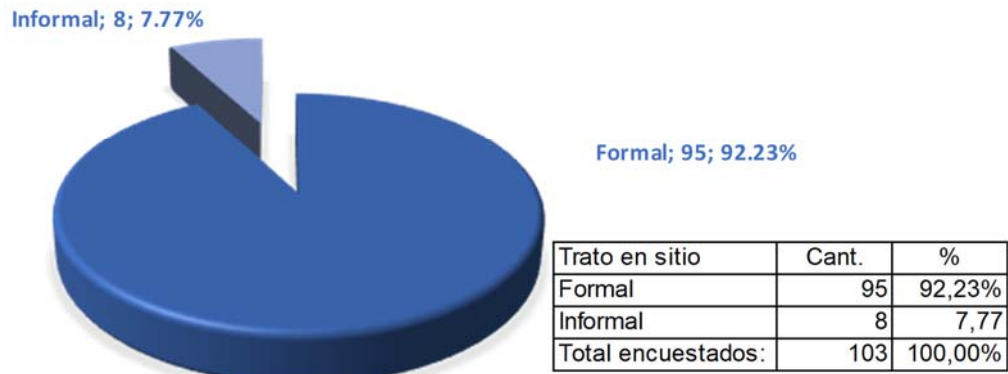
15. ¿LE GUSTARÍA QUE MUESTRE TESTIMONIOS DE LOS CLIENTES?



Pregunta No. 16. ¿El trato a utilizar en el sitio web de Chuzón desea que sea formal o informal?

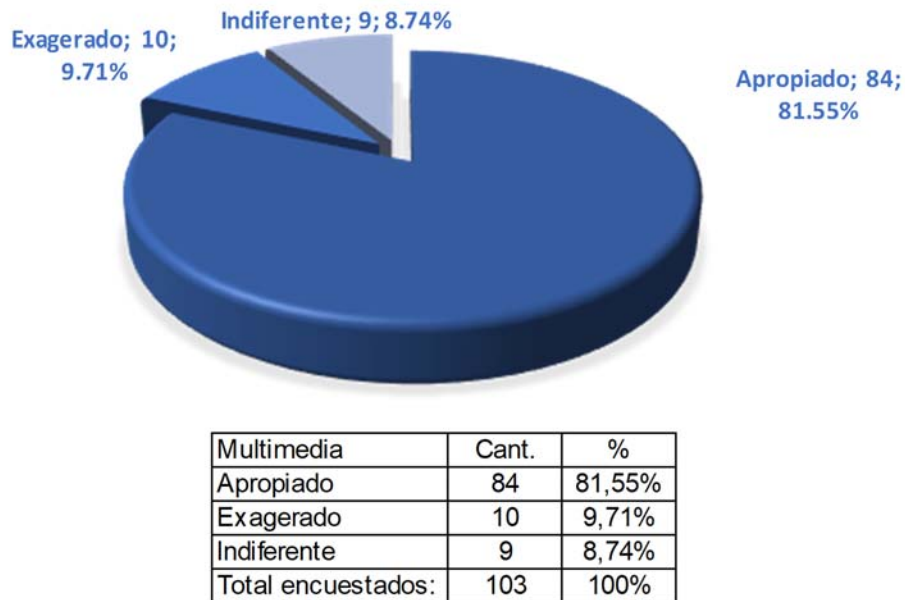
La mayoría de los encuestados, 92.3% indicó que desea un trato formal en el sitio web. El 7.7% desea un trato sea informal.

16. ¿EL TRATO A UTILIZAR EN EL SITIO WEB DE CHUZÓN DESEA QUE SEA FORMAL O INFORMAL?



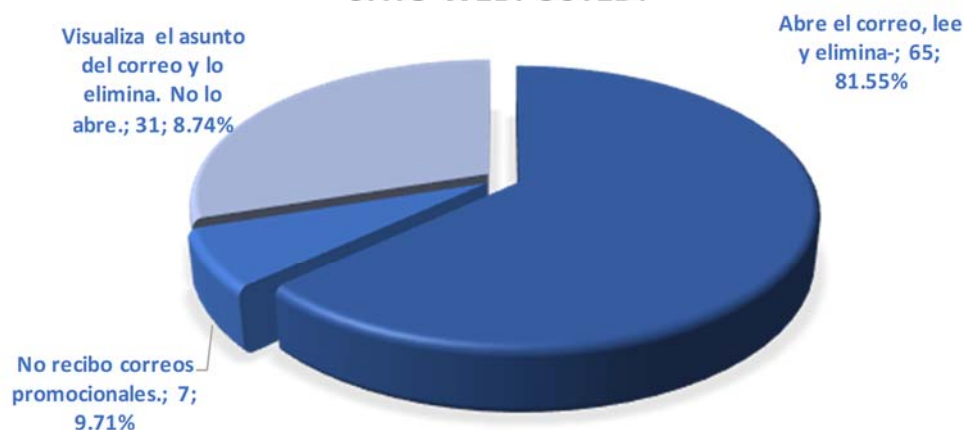
17. El uso de elementos multimedia en el sitio web. Lo considera:
 81.7% consideran el uso de elementos multimedia en sitios web como adecuado. 9.6% como exagerado y el 8.7% les es Indiferente.

17. EL USO DE ELEMENTOS MULTIMEDIA EN EL SITIO WEB. LO CONSIDERA:



Pregunta No. 18. Si le llega a su correo promociones de un sitio web. Usted:
 El 63.5% abre el correo, lo lee y luego lo elimina. El 29.8% visualiza el asunto del correo y lo elimina. No lo abre. El 6.7% No recibe correos promocionales.

18. SI LE LLEGA A SU CORREO PROMOCIONES DEL SITIO WEB. USTED:

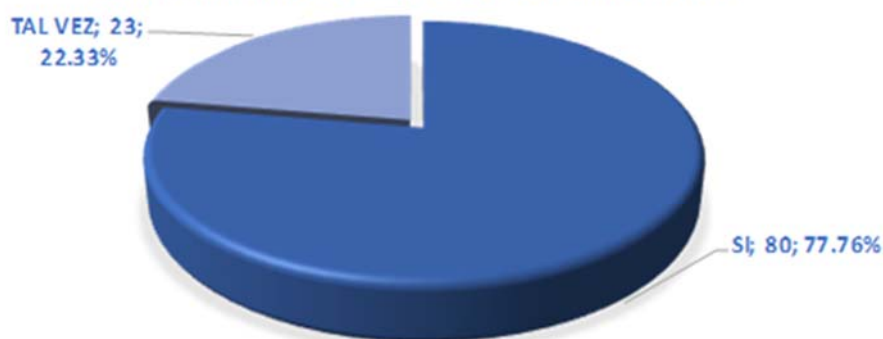


Si llega un correo de promociones..	Cant.	%
Abre el correo, lee y elimina-	65	81,55%
No recibo correos promocionales.	7	9,71%
Visualiza el asunto del correo y lo elimina. No lo abre.	31	8,74%
Total encuestados:	103	100%

Pregunta No. 19. ¿Realizaría compras en línea de la diversidad del menú de Chuzón?

El 77.9% de los encuestados confirmaron que si realizarán compras en línea y el 22.1% tal vez.

19. ¿REALIZARÍA COMPRAS EN LÍNEA DE LA DIVERSIDAD DEL MENÚ DE CHUZÓN?



Compras en línea	Cant.	%
SI	80	77,67%
TAL VEZ	23	22,33%
Total encuestados:	103	100%

Pregunta No. 20.

Por favor sus comentarios y sugerencias aquí

- buena atención, ricas salsas sigan así
- sucursales en centro y sur de la ciudad
- Excelente servicio y sabor
- mejorar la entrega y ampliar local
- muy buen ambiente, atención excelente.
- más rápidos
- debe tener local en el centro
- nada
- retiro del pedido
- entregas a domicilio interesante
- extractor de humo
- felicidades Harry
- ME ENCANTA EL SERVICIO
- los pagos serán en efectivo o con tarjeta de crédito/débito. que sean sin recargos
- variedad de ensaladas
- combos y ensaladas por favor
- compras en línea con retiro en el local
- retiros en local
- publiquen para pedir desde el sitio y confirmar tiempo de entrega
- entrega a domicilio sin demoras
- ensaladas
- bajativos
- retiro en local
- pedidos desde las redes para reservar
- retiro en local, pedidos por teléfono
- pedidos por teléfono
- pedidos por facebook

4.3 Análisis de resultados de Observación a sitios web

Se observaron y analizaron tres sitios web en línea como referencia de competencia directa de Chuzón Los Maestros del Chuzo.

La Tablita del Tártaro

Restaurante especializado en carnes al carbón, su menú es variado. Ofrece desde hamburguesas hasta combos familiares y personales.

Sitio web: www.latablitadeltartaro.com.

En la página menú de platos (nombre, descripción y precio) con opción para escoger en línea, acompañantes como bebidas y papas. En “Promociones” no identificada solo por 2 banners. Información desactualizada a julio 2016, existen imágenes de platos y recetas que no van con la sección, la opción ordenar (interna), lleva a la página de inicio. Acceso a redes no destacado, se muestra texto enlace. En el vínculo “Expertos al carbón” descarga el micrositio <http://diadelaparrillada.com/> sin retorno al inicio con el logo.



Gráfica 2: Home page La Tablita del Tártaro

Fuente: www.latablidadeltartaro.com

La Parrillada del Ñato

Restaurante considerado como un icono referencial de carnes a la parrilla al estilo argentino en la ciudad de Guayaquil.

Sitio web: www.parrilladelnato.com/index.php/es/

Imágenes llamativas al inicio y botones como acceso para conocer el menú y sus locales. De rápida descarga. No presenta enlace a redes. Vínculo a factura electrónica. Módulo de acceso/registro que no muestra información del proceso y para qué sirve; solo presenta un formulario. Sitio en inglés.



Gráfica 3: Home page La Parrillada del Ñato

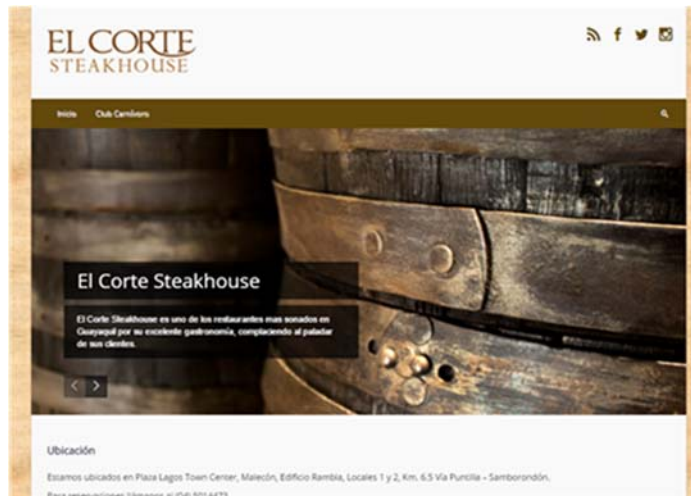
Fuente: parrilladadelnato.com

El Corte Steakhouse

Restaurante en Guayaquil de excelente gastronomía, complaciendo al paladar de sus clientes.

Sitio web: <http://elcortesteakhouse.com.ec>

Estructura sencilla con imágenes sobrias destacando su ambiente y servicio acogedor. La información de sus platos y servicios se muestra desde las redes sociales Twitter, Facebook, Instagram con muy buena aceptación.



Gráfica 4: Home page El Corte Steakhouse

Fuente: elcortesteakhouse.com.ec

CAPÍTULO V

5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1 Tema

El proyecto titulado “**Diseño de sitio Web de publicidad de productos y servicios de Chuzón, Los Maestros del Chuzo**”, se basa en desarrollar el diseño de un sitio web multiplataforma donde se visualizan los productos, servicios e información del local.

5.2 Fundamentación

En el presente estudio se ha analizado los medios actuales de publicidad de los productos y servicios del local siendo limitados por los resultados poco medibles; problema evidente para el análisis de cobertura, ubicación, fidelización del local, su marca y las ventas cuyo incremento no se refleja en la actualidad.

La finalidad del proyecto es brindar presencia en internet al local, publicitar sus productos y servicios, mejorar el nivel de ventas y su cobertura. Recibir retroalimentación de los clientes.

5.3 Justificación

La clientela fiel del local conoce sus productos, servicios y su ubicación, sin embargo, la publicidad de boca a boca y la entrega de volantes alrededor del local no han dado el resultado deseado en el aumento de ventas.

El desarrollo de un sitio web multiplataforma se enfoca en publicitar los productos y servicios del local; transmitir actividades y promociones con un

acceso rápido, dinámico y eficaz; para llegar a un mayor número de clientes y recibir retroalimentación de los mismos.

Mediante el análisis de las encuestas, entrevista y observación, se determinó elaborar la aplicación web que beneficia a los clientes al poder acceder a la información de forma más rápida, oportuna y segura que ofrece la tecnología actual y para el dueño del local, poder conocer las necesidades de sus clientes y aportar a una mejora continua del sitio y local.

5.4 Objetivos

5.5 Objetivo General

Diseñar una aplicación web dinámica para promocionar e incrementar las ventas de productos y servicios de Chuzón, Los Maestros del Chuzo, correspondiente al período 2016 - 2017.

5.6 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos están planteados para ejecutarse de manera independiente tanto para el diseño de un sitio web (FrontEnd) como la administración del mismo (BackEnd).

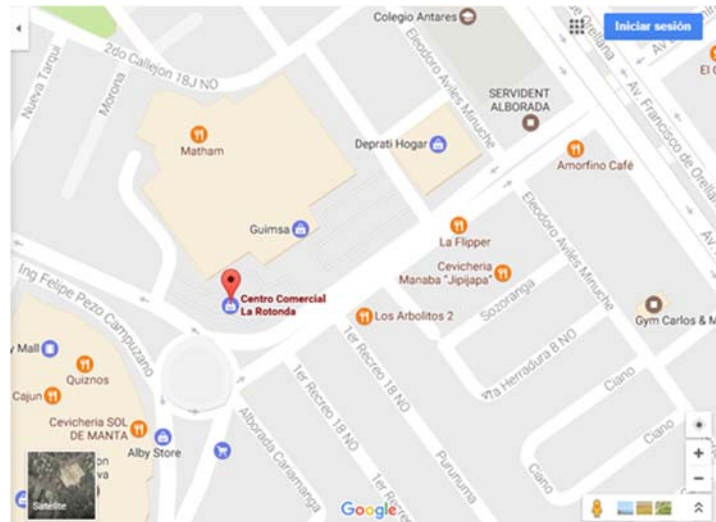
- Diseño de módulo para visualizar banners promocionales.
- Diseño de módulo para visualizar el menú y sus productos.
- Diseño de módulo para visualizar eventos y promociones.
- Diseño de módulo para formulario de contacto y retroalimentación.
- Diseño de módulo para reserva de mesa.
- Diseño de módulo para reserva de evento.
- Diseño de base de datos para almacenar la información necesaria para brindar el servicio de consulta de información y boletines

promocionales.

- Diseño de diagramas de: Casos de uso, Flujo de información, HIPO.
- Generar fidelización mediante la oferta de nuevos servicios, promociones, consultas en línea.
- Cumplir con los objetivos planteados a través del diseño dinámico y atractivo; orientado hacia las diversas audiencias.

5.7 Ubicación

Chuzón Los Maestros del Chuzo restaurante especializado en carnes a la parrilla desde el 2016, se encuentra ubicado en la ciudadela La Alborada 6ta Etapa; frente al Centro Comercial La Rotonda.



Gráfica 5: Imagen satelital de la ubicación de Chuzón

Fuente: Google Maps

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Espacio: Restaurante Parrillada Chuzón Los Maestros del Chuzo

Población: Clientes, familiares, amigos

Ubicación: Av. Benjamín Carrión Mora

5.8 Estudio de factibilidad

Se realiza un análisis en las áreas: administrativa, legal, económica y técnica; para conocer si el desarrollo del diseño de la aplicación web propuesto es factible.

5.9 Área Administrativa

La administración del contenido del sitio es primordial para mantener actualizado el mismo y sostener su credibilidad ante sus visitantes y los navegantes en general. Esta herramienta tecnológica aportará valor en el crecimiento del local y en el incremento del nivel de ventas, así como la ampliación de cobertura en la ciudad.

5.10 Área Legal

El diseño, desarrollo e implementación del sitio web propuesto, no incumple Norma o Ley establecida por el estado ecuatoriano basado en organismos como el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, ni entes de control internacional; debido a que el autor del presente proyecto posee exclusividad absoluta de todos los aspectos que convergen en la aplicación web y, fundamentado en lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y Código Orgánico Integral Penal sobre delitos informáticos, queda prohibida la reproducción parcial o total del presente documento y diseño del aplicativo web propuesto.

5.11 Área Económica

El análisis y presupuesto establecido para el desarrollo de un sitio web; el uso de código abierto, certifican la factibilidad económica; aprobada y apoyada por el dueño de Chuzón Los Maestros del Chuzo; obteniendo ventajas desde la puesta en línea del sitio.

5.12 Área Técnica

Las herramientas tecnológicas utilizadas para el desarrollo del sitio, hardware, software fomentan la creación de la aplicación multiplataforma. El uso diversificado de dispositivos permite mantenerse informado con datos actuales e interactuar en tiempo real. El desarrollo del sitio web multiplataforma será creado en WordPress versión 4.7 que permite un diseño en plantilla predeterminada y desarrollo de secciones de contenido, galería multimedia y como motor de base datos MySQL Versión 5, PHP versión 7.

5.13 Descripción de la propuesta

El desarrollo e implementación contempla el diseño de un sitio web multiplataforma; el cual cuenta con los siguientes módulos que optimizan y controlan las consultas, vistas, y toda la información que se maneja en el sitio. El proyecto está compuesto por las siguientes áreas:

1. Módulo Chuzón. Información del local, Misión visión, breve historia, staff, fotos.
2. Módulo Suscripción. Registro a boletines, promociones, eventos.
3. Módulo Menú. Detalle, fotos y costo de los diversos platos.
4. Módulo Reserva Mesas. Formulario para reservación de mesas.
5. Módulo Eventos. Servicios varios que proporciona el local. Enlace a formulario para reservación de eventos.
6. Módulo Galería. Vista de álbumes de fotos y videos de elaboración de platos, visitantes del local.
7. Módulo Contacto. Formulario de contacto.

5.14 Especificaciones

El proyecto en desarrollo con metodología ágil Programación Extrema o en inglés Extreme Programming - XP, no es complejo y su código debe ser

limpio y transparente para quién lo revise pueda modificarlo de acuerdo y bajo la conveniencia del dueño del local y sitio web. Las iteraciones se gestionan en corto tiempo para ser publicado en el menor tiempo posible.

- La solución es desarrollada en idioma español
- Front-End con HTML 5, CSS, JQuery
- Front-End con diseño adaptable para Tablet, Desktop y móvil.
- Back-End basado con PHP My SQL
- CMS WordPress para actualización de contenido archivos y páginas.
- Integración con sistemas de estadísticas y posicionamiento de Google Analytics.

5.15 Metodología de desarrollo ágil

Programación Extrema o en inglés Extreme Programming – XP, metodología ágil que promueve el trabajo en equipo con retroalimentación continua, soluciones implementadas en la gestión de cambios; XP es adecuada para desarrollo de proyectos con requisitos imprecisos y de cambios continuos. La técnica de Historias de Usuario que se utiliza para especificar los requerimientos del software contribuye a describir las características que el sistema debe poseer; sean o no requisitos funcionales. (Hernández Rodríguez, 2014)

Las características principales de la metodología:

- Tiempo corto de desarrollo.
- Cumplir expectativas. Establecer prioridades; comprobar que los requisitos se cumplan; además de transmitir el feedback dentro del equipo.
- Flexibilidad de Cambios. Adaptar cambios a los requerimientos y evolución de mercado y cliente de forma ágil y rápida. Codificación sencilla que puede modificarse fácilmente.
- Calidad de software mayor. Obtener versión funcional posterior a cada

iteración.

- No requiere generar mayor documentación.

El desarrollo del proyecto se realizará en cinco fases:

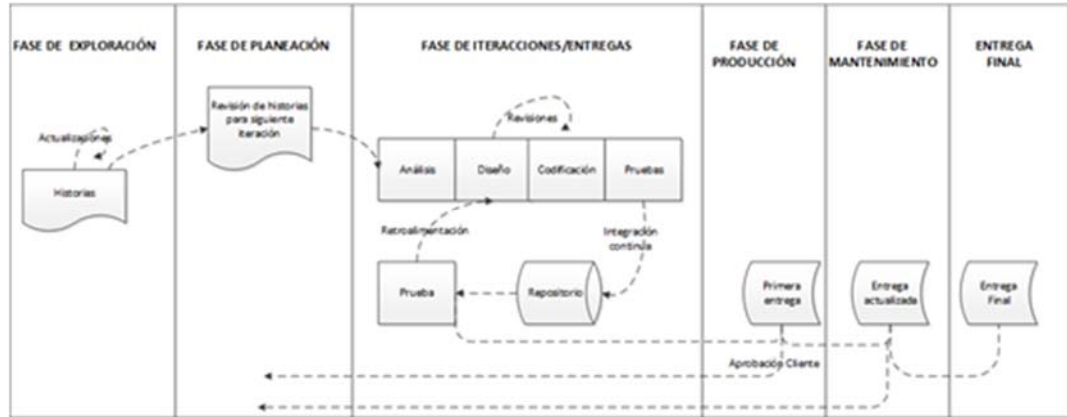


Diagrama 3: Ciclo de vida del proceso XP

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

El desarrollo es de forma incremental; el cliente especifica los requerimientos que se incluyen en cada entrega.

1. Exploración.

Se analizan las Historias de Usuario planteadas. Se familiariza y realizan pruebas con las herramientas, tecnologías y mejores prácticas que se utilizarán en el proyecto. Se exploran posibilidades de arquitectura del sistema con un prototipo.

2. Planificación del proyecto.

En esta fase se recopila los requerimientos del proyecto. La interacción con el usuario a través de las historias de usuario seleccionadas entre la velocidad del proyecto, obteniendo el número de iteraciones necesarias para su implementación.

3. Diseño.

Diseño sencillo reduciendo la complejidad del sistema para el usuario final. Elaboración de interfaz del sistema. Glosario de términos,

riesgos y funcionalidades extras.

4. Codificación

Previo a la codificación, se especifica en detalle lo que se va a realizar.

5. Pruebas.

Testeo de cada una de las funcionalidades del sitio. Test de aceptación. Incluye la participación del cliente.

5.16 Beneficios del diseño

Los beneficios más importantes del diseño del proyecto son:

1. Acceso rápido a los servicios e información del local.
2. Disponibilidad de la información en todo momento.
3. Interacción con el usuario.
4. Comodidad al acceder a la aplicación desde cualquier dispositivo.
5. Incremento del nivel de satisfacción del usuario/cliente.

5.17 Plan de ejecución

No.	Objetivos	Actividad	Recursos
1	Planificación de investigación	Análisis de etapas a ejecutar	Cronograma de actividades
2	Recopilación de información	Ejecución de Encuesta, Entrevista y Observación	Banco de preguntas, y patrón de observación de sitios competencia
3	Revisión requisitos preliminares del proyecto	Revisión documentación técnica	Revisión Marco Teórico
4	Análisis de la situación	Análisis de requerimientos de	Lista de requerimientos
5	Diseño de casos de uso	Revisión y diseño casos de uso de los módulos del sitio web	Microsoft Visio 2013

Cuadro 7: Plan de ejecución

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.18 Definición de requerimientos

Los requerimientos para el presente proyecto fueron analizados en base a los recursos tecnológicos necesarios para un correcto desarrollo e implementación de la aplicación web.

5.19 Hardware

Equipos	Actividad
1 Computador de Servidor, nodo solicitudes, registros, suscripciones, contactos	Laptop Hp 17-x010 Pentium 17 Pulgadas win 10 -1tb+ 4gb Sistema Operativo Windows 10 (Pre Instalado)Procesador Intel Pentium Quad Core N3710 1.60GHz - 2.56GHzMemoria Ram 4GB - DDR3Disco Duro 1.000GB - 5400RPM Pantalla LED 17.3'' (1600x900)Tarjeta Gráfica Intel HD Graphics 405Unidad Óptica SuperMulti DVDPuertos Usb 3.0 - HDMIConektividad Ethernet (RJ45) - WiFi - BluetoothCámara Web y Micrófono Integrado
1 Router hub	Router Wireless D-link Dir-610n+ 150mbps Red Wifi Wps Velocidad inalámbrica 150 MbpsAntena Interna Wireless NCertificación - especificación WPS 4 Puertos LAN 10/100MbpsCompatible con IPv6

Cuadro 8: Requerimientos de Hardware

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.20 Software

Ptograma	Detalle	Licencia
Sublime Text	Editor de texto y de código fuente	GNU - gratuita
PHP versión 7 o superior	Lenguaje del lado del servidor	GNU - gratuita
MySQL versión 5 o superior	Motor de base de datos	GNU - gratuita
Apache	Servdor Web local	GNU - gratuita
CMS - Wordpress	Gestor de contenido	GNU - gratuita

Cuadro 9: Requerimientos de Software

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.21 Análisis de costos

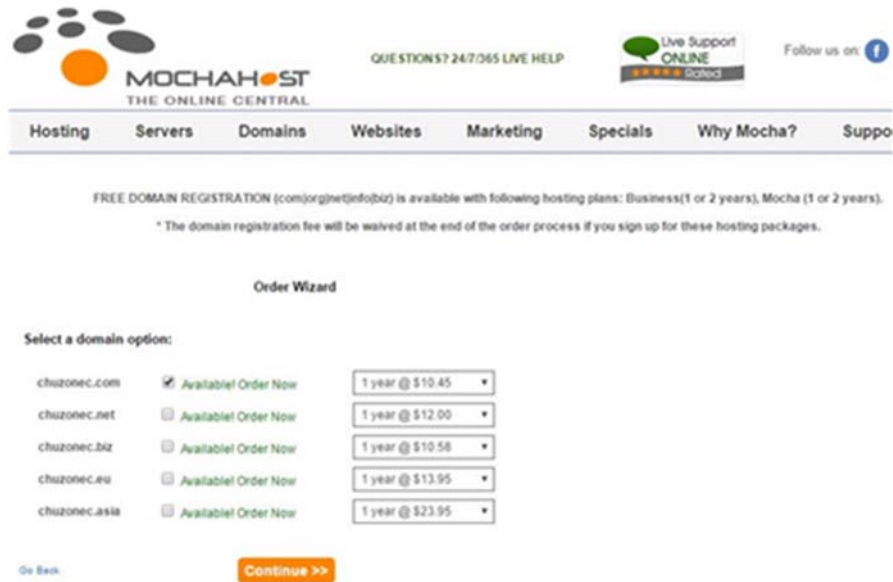
Los costos por la adquisición de equipos de hardware incurren en gastos aceptados por el dueño del local y herramientas de software libre.

5.22 Costos de desarrollo del sitio

A continuación, se detallan costos para el desarrollo del aplicativo web:

El **dominio www.chuzonec.com**, se adquiere por 1 año \$10,45 con el

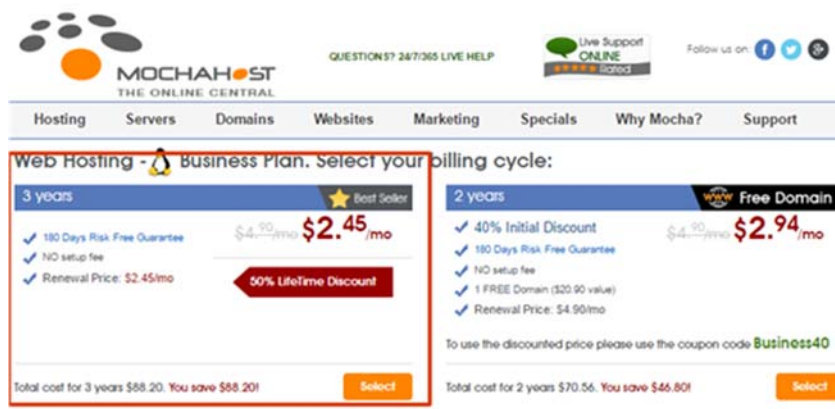
Proveedor: Mochahost; seleccionado por presentar estabilidad y brindar soporte 24/7.



Gráfica 6: Cotización en línea reserva de dominio

Fuente: www.mochahost.com



El plan de **hosting/alojamiento** Linux se adquiere por 3 años con un costo de \$88.20; con el mismo proveedor del dominio. Se selecciona Linux por ser un sistema estable, seguro, flexibilidad y libertad para uso y modificación.



Gráfica 7: Cotización en línea plan de hosting

Fuente: www.mochahost.com

5.23 Costos de Hardware y Software

HARDWARE		
Cantidad	Equipo	Valor
2	1 Computador de Servidor	\$580.00 
1	Router hub	\$ 28.99 
		\$608.99 + \$73.08 (12% IVA)
		Total: \$ 682.07 (NOVICOMPU)
SOFTWARE		
Cantidad	Programa	Total \$
1	Sublime Text	\$0.00 Gratuito
1	PHP	\$0.00 Gratuito
1	MySQL	\$0.00 Gratuito
1	Apache	\$0.00 Gratuito
1	Wordpress	\$0.00 Gratuito

Cuadro 10: Costos de Hardware y Software

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.24 Diagrama de Gantt

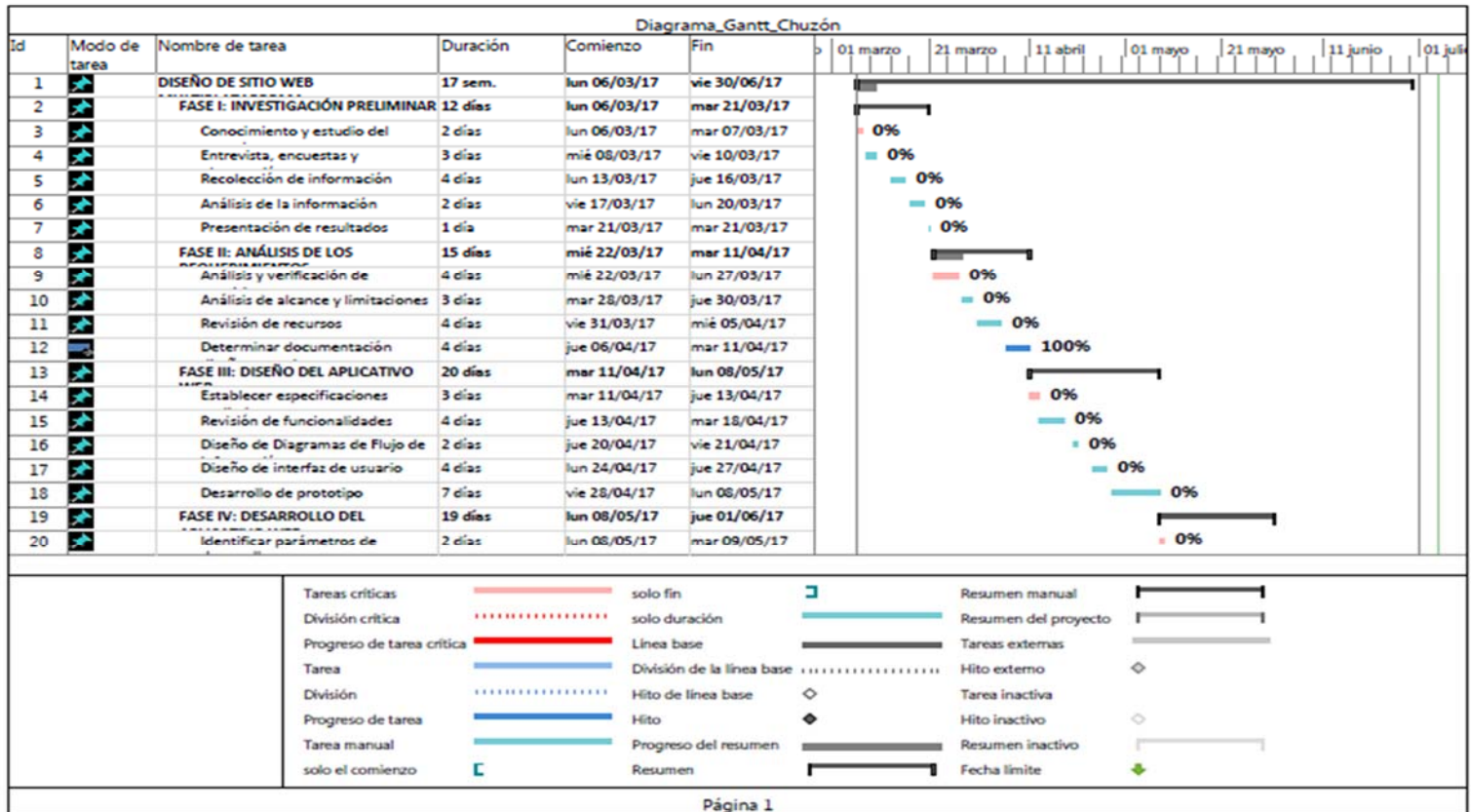


Diagrama 4 Diagrama de Gantt

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

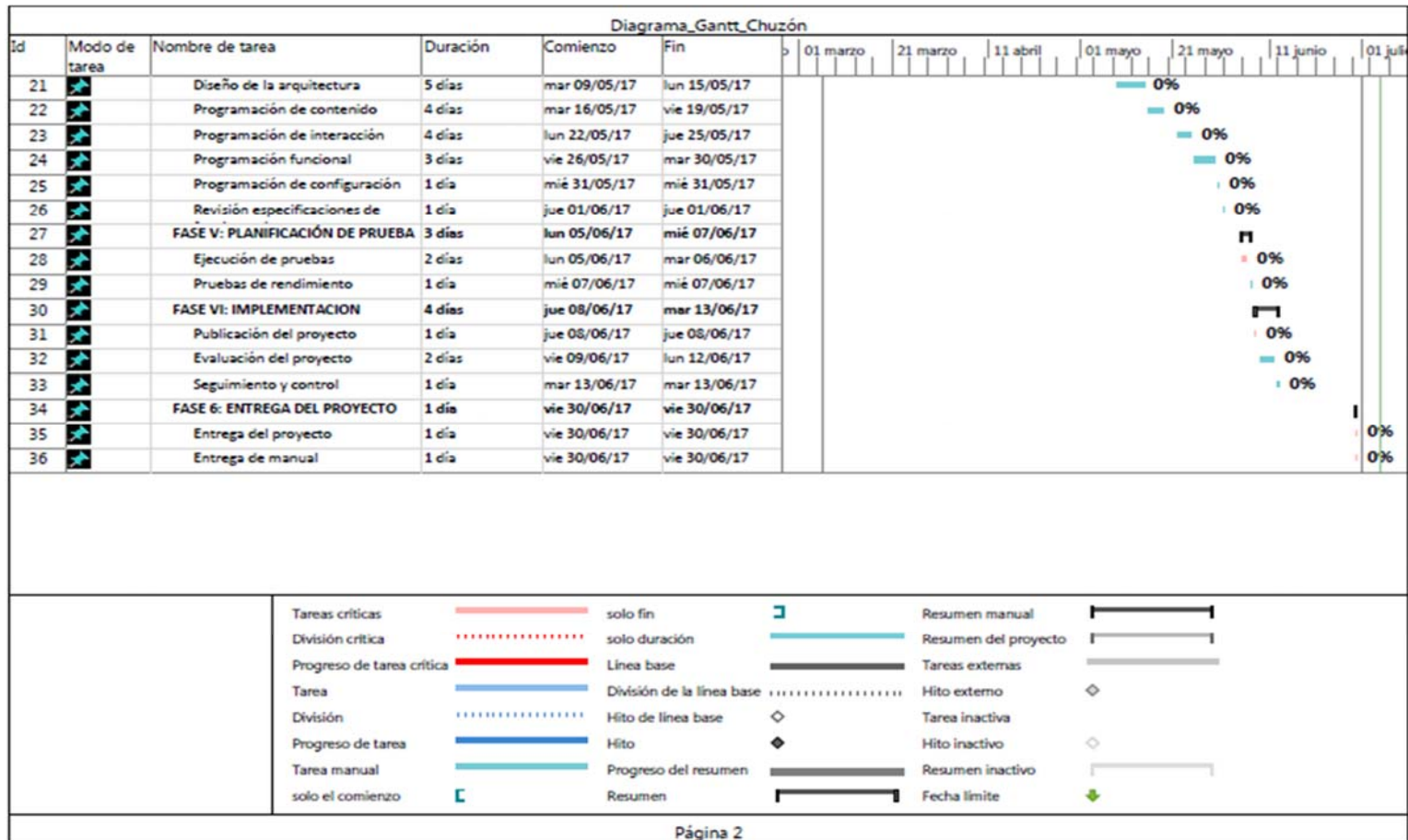


Diagrama 5 Diagrama de Gantt

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.25 Diagramas de la aplicación web

5.26 Diagramas Casos de Uso

Los diagramas de casos de uso nos ayudan a entender el funcionamiento del sitio, enfocado en las acciones que realiza cada actor en cada uno de los procesos. Cada actor representa la función que desempeña cada usuario visitante y/o administrativo.




 Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología		SÍMBOLOGÍA DIAGRAMAS CASOS DE USO	PÁGINA 1 DE 7
Autor	Proyecto	Fecha de Elaboración	
Catalina Herrera Suárez	Sitio Web Chuzón	mar-17	
Símbolo		Nombre	
		Caso de Uso	
		Aactor	
		Generalización	

Diagrama 6: Simbología Diagrama Casos de Uso

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

Autor

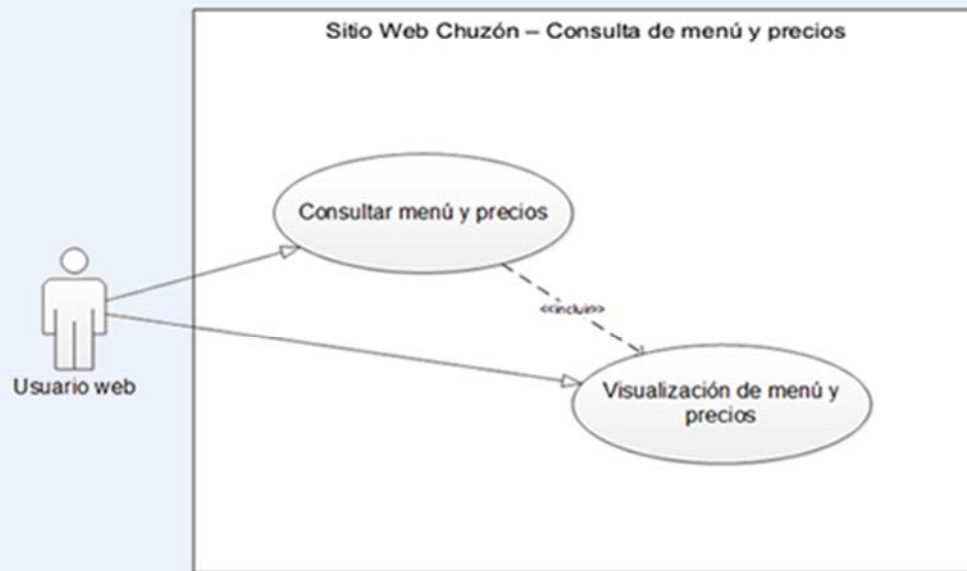
Catalina Herrera Suárez

Proyecto

Sitio Web Chuzón

Fecha de Elaboración

mar-17



Descripción:

Actor	Usuario web
Condición	Consultar menú y precios
Acción	Permite visualizar detalle del plato seleccionado del menú y su precio
Flujo Normal	Visualiza el menú, detalle y precio
Flujo Alternativo	Usuario puede realizar reserva de mesa, o cerrar la ventana alterna.

Diagrama 7: Diagrama Caso de Uso. Consulta de Menús y Precios

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

Autor

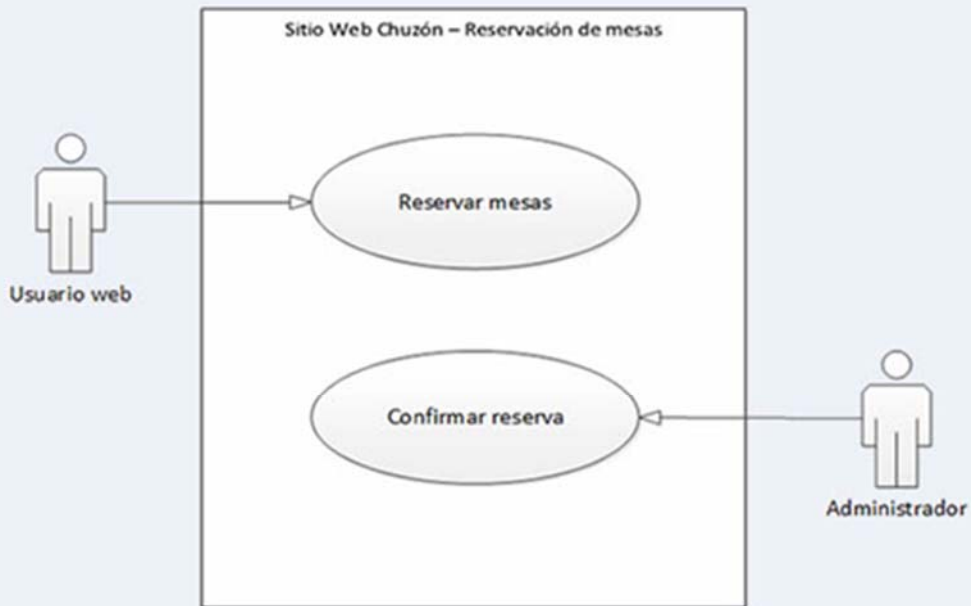
Catalina Herrera Suárez

Proyecto

Sitio Web Chuzón

Fecha de Elaboración

mar-17



Descripción:	
Actores	Usuario web, Administrador
Condición	Registra información al sistema para solicitar reservación de mesas
Acción	Permite ingresar la información de contacto y reservación.
Flujo Normal	Visualiza fomulario de reserva
Flujo Alternativo	Usuario puede realizar reservación de mesa al enviar datos. Administrador confirma espacio, fecha, hora y cantidad de personas para reserva.

Diagrama 8: Diagrama Caso de Uso. Reservación de Mesas

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

Autor

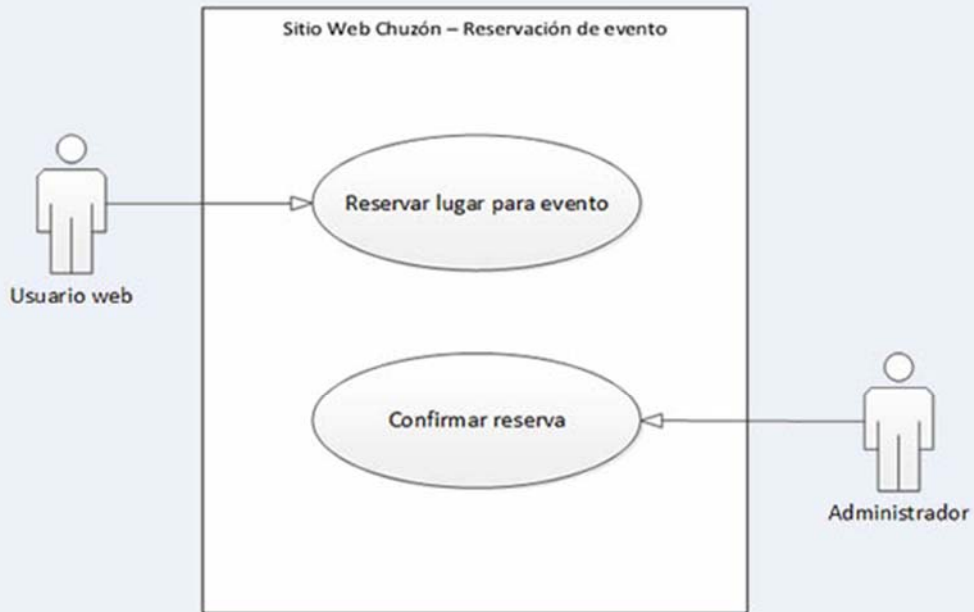
Proyecto

Fecha de Elaboración

Catalina Herrera Suárez

Sitio Web Chuzón

mar-17



Descripción:

Actores	Usuario web, Administrador
Condición	Registra información al sistema para solicitar reservación de evento
Acción	Permite ingresar la información de contacto y reservación.
Flujo Normal	Visualiza fomulario de reservación
Flujo Alternativo	Usuario puede realizar reservación de eventos al enviar datos. Administrador confirma espacio, fecha, hora, ubicación.

Diagrama 9: Diagrama Caso de Uso. Reservación de Eventos

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

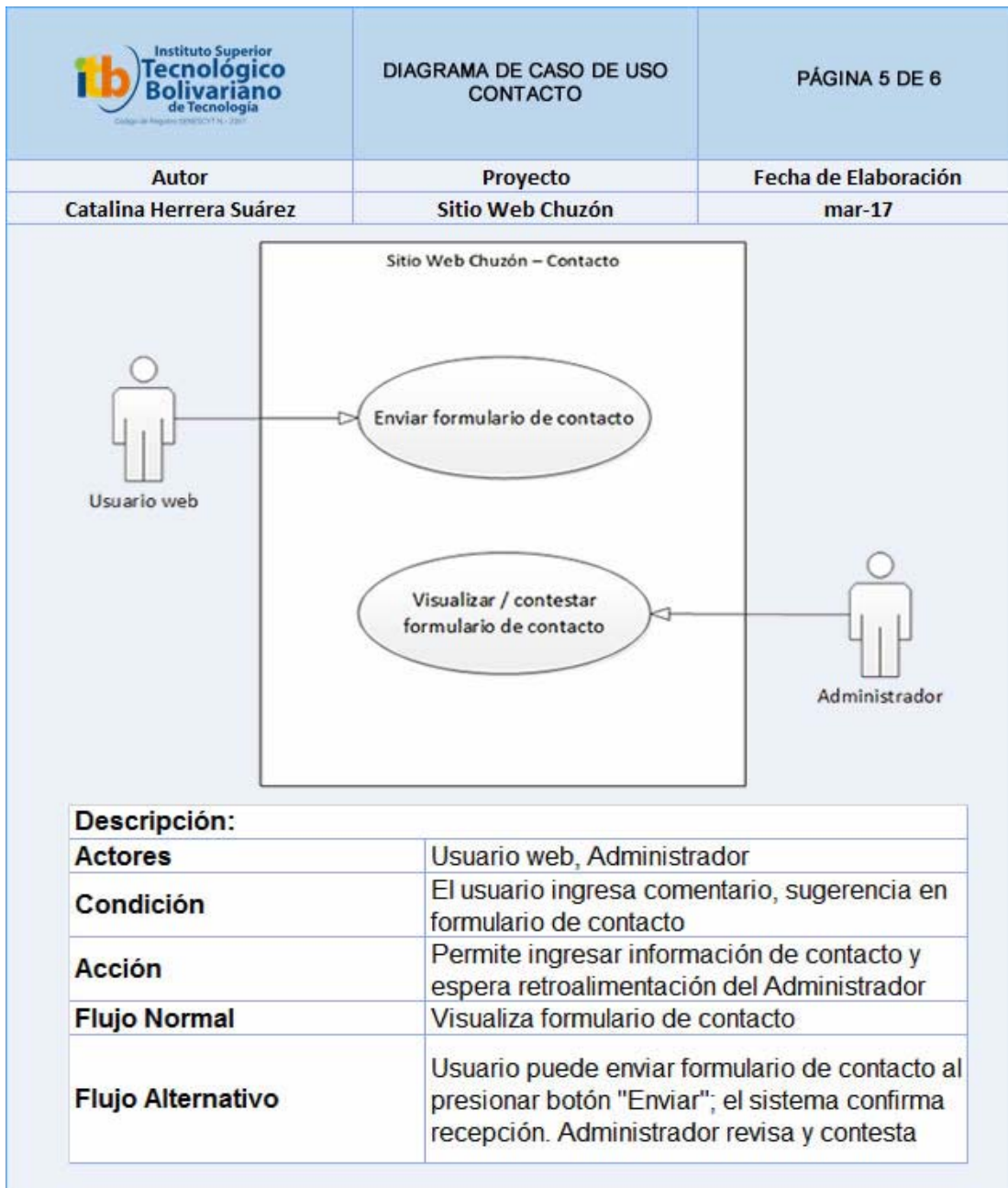


Diagrama 10: Diagrama Caso de Uso. Contacto

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

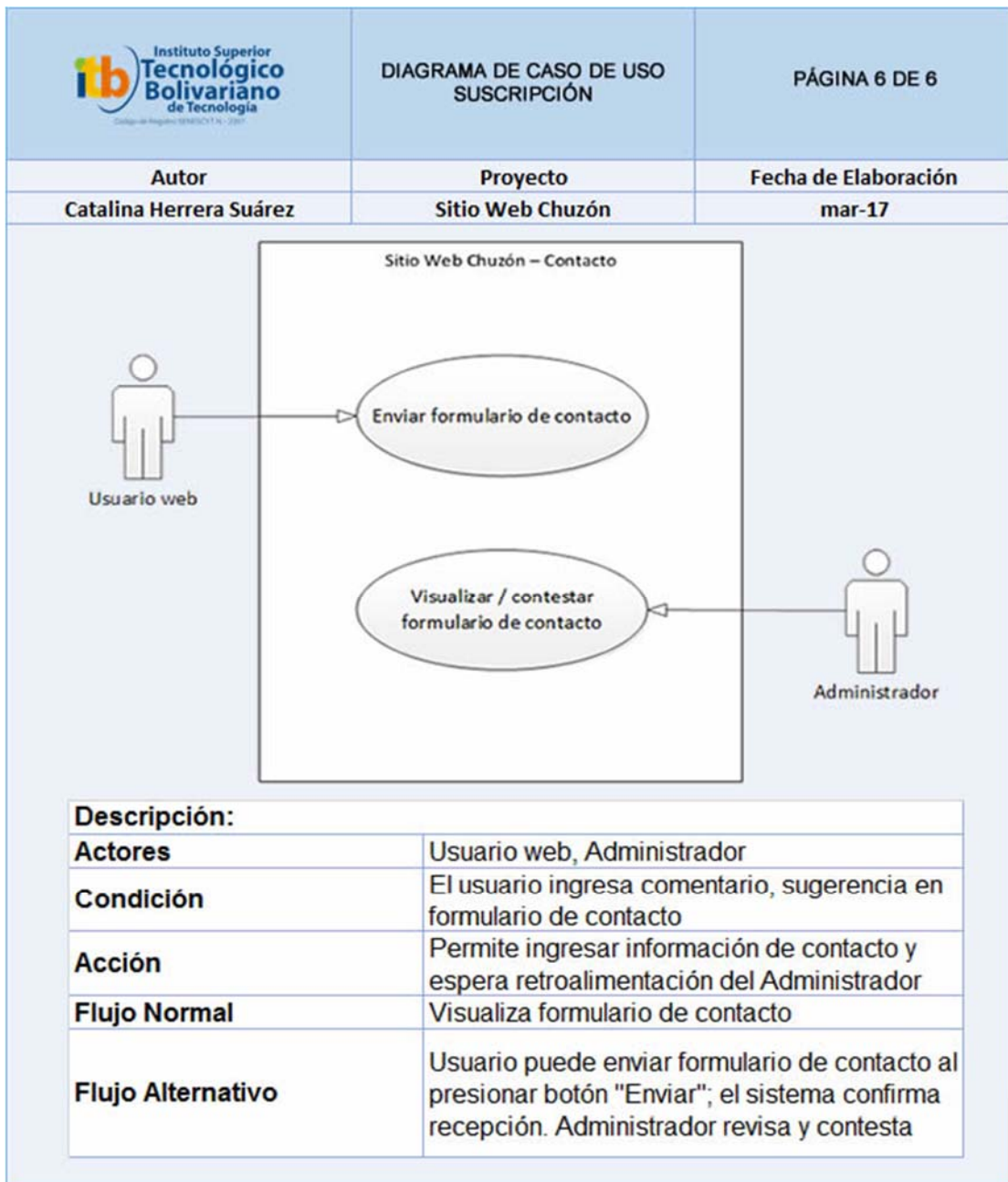



Diagrama 11: Diagrama Caso de Uso. Suscripción


Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.27 Historias de Usuario

	HISTORIA DE USUARIO RESERVA DE MESAS	PÁGINA 1 DE 5																																
Autor	Proyecto	Fecha de Elaboración																																
Catalina Herrera Suárez	Sitio Web Chuzón	mar-17																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4" data-bbox="402 575 1317 611">Historia de Usuario</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="402 611 889 646">Número 1</td> <td data-bbox="889 611 1008 646">Nombre:</td> <td colspan="2" data-bbox="1008 611 1317 646">Reserva de Mesas</td> </tr> <tr> <td data-bbox="402 646 646 682">Usuario:</td> <td colspan="3" data-bbox="646 646 1317 682">Cliente</td> </tr> <tr> <td data-bbox="402 682 646 718">Prioridad:</td> <td data-bbox="646 682 889 718">Alta</td> <td data-bbox="889 682 1008 718">Riesgo:</td> <td data-bbox="1008 682 1317 718">Bajo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="402 718 646 753">Puntos estimados:</td> <td data-bbox="646 718 889 753">2</td> <td data-bbox="889 718 1008 753"></td> <td data-bbox="1008 718 1317 753"></td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="402 753 1317 900"> Descripción: Cliente visualiza menú y selecciona opción de reserva. Da clic y se despliega formulario con datos para la reserva; ingresa datos de contacto, fecha y hora de reserva. </td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="402 900 1317 982"> Validación: Ingreso correcto de campo email y teléfono/celular </td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="402 982 1317 1087"> Observaciones: El Administrador/Dueño se encarga de realizar la llamada para confirmar reserva. </td> </tr> </tbody> </table>			Historia de Usuario				Número 1	Nombre:	Reserva de Mesas		Usuario:	Cliente			Prioridad:	Alta	Riesgo:	Bajo	Puntos estimados:	2			Descripción: Cliente visualiza menú y selecciona opción de reserva. Da clic y se despliega formulario con datos para la reserva; ingresa datos de contacto, fecha y hora de reserva.				Validación: Ingreso correcto de campo email y teléfono/celular				Observaciones: El Administrador/Dueño se encarga de realizar la llamada para confirmar reserva.			
Historia de Usuario																																		
Número 1	Nombre:	Reserva de Mesas																																
Usuario:	Cliente																																	
Prioridad:	Alta	Riesgo:	Bajo																															
Puntos estimados:	2																																	
Descripción: Cliente visualiza menú y selecciona opción de reserva. Da clic y se despliega formulario con datos para la reserva; ingresa datos de contacto, fecha y hora de reserva.																																		
Validación: Ingreso correcto de campo email y teléfono/celular																																		
Observaciones: El Administrador/Dueño se encarga de realizar la llamada para confirmar reserva.																																		


Cuadro 11: Historia de Usuario Reserva de Mesa

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

	HISTORIA DE USUARIO RESERVA DE EVENTOS	PÁGINA 2 DE 5
Autor	Proyecto	Fecha de Elaboración
Catalina Herrera Suárez	Sitio Web Chuzón	mar-17


Historia de Usuario			
Número 2	Nombre: Reserva de Eventos		
Usuario:	Cliente		
Prioridad:	Alta	Riesgo:	Bajo
Puntos estimados:	2		
Descripción: Cliente va a sección "Eventos", se interesa y da clic; se despliega formulario con datos para la reserva; ingresa datos de contacto, fecha y hora de reserva.			
Validación: Ingreso correcto de campo email y teléfono/celular			
Observaciones: El Administrador/Dueño se encarga de realizar la llamada para confirmar reservación de evento.			

Cuadro 12: Historia de Usuario Reserva de Eventos
 Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

	HISTORIA DE USUARIO FORMULARIO SUSCRIPCIÓN	PÁGINA 3 DE 5																																
Autor	Proyecto	Fecha de Elaboración																																
Catalina Herrera Suárez	Sitio Web Chuzón	mar-17																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4" data-bbox="391 506 1307 541"> Historia de Usuario </th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="391 541 881 577"> Número 3 </td> <td colspan="3" data-bbox="881 541 1307 577"> Nombre: Suscripción </td> </tr> <tr> <td data-bbox="391 577 638 613"> Usuario: </td> <td colspan="3" data-bbox="638 577 1307 613"> Cliente </td> </tr> <tr> <td data-bbox="391 613 638 648"> Prioridad: </td> <td data-bbox="638 613 881 648"> Media </td> <td data-bbox="881 613 1002 648"> Riesgo: </td> <td data-bbox="1002 613 1307 648"> Bajo </td> </tr> <tr> <td data-bbox="391 648 638 684"> Puntos estimados: </td> <td data-bbox="638 648 881 684"> 2 </td> <td data-bbox="881 648 1002 684"></td> <td data-bbox="1002 648 1307 684"></td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="391 684 1307 789"> Descripción: Cliente se suscribe a los boletines promocionales para estar al tanto de nuevos eventos, menú, etc. </td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="391 789 1307 867"> Validación: Ingreso correcto de campo email. </td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="391 867 1307 945"> Observaciones: El Administrador/Dueño se encarga de exportar listado. </td> </tr> </tbody> </table>			Historia de Usuario				Número 3	Nombre: Suscripción			Usuario:	Cliente			Prioridad:	Media	Riesgo:	Bajo	Puntos estimados:	2			Descripción: Cliente se suscribe a los boletines promocionales para estar al tanto de nuevos eventos, menú, etc.				Validación: Ingreso correcto de campo email.				Observaciones: El Administrador/Dueño se encarga de exportar listado.			
Historia de Usuario																																		
Número 3	Nombre: Suscripción																																	
Usuario:	Cliente																																	
Prioridad:	Media	Riesgo:	Bajo																															
Puntos estimados:	2																																	
Descripción: Cliente se suscribe a los boletines promocionales para estar al tanto de nuevos eventos, menú, etc.																																		
Validación: Ingreso correcto de campo email.																																		
Observaciones: El Administrador/Dueño se encarga de exportar listado.																																		


Cuadro 13: Historia de Usuario Formulario Suscripción

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

	HISTORIA DE USUARIO FORMULARIO DE CONTACTO	PÁGINA 4 DE 5																																
Autor	Proyecto	Fecha de Elaboración																																
Catalina Herrera Suárez	Sitio Web Chuzón	mar-17																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4" data-bbox="399 506 1317 541"> Historia de Usuario </th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="399 541 889 577"> Número 4 </td> <td colspan="3" data-bbox="889 541 1317 577"> Nombre: Contacto </td> </tr> <tr> <td data-bbox="399 577 646 613"> Usuario: </td> <td colspan="3" data-bbox="646 577 1317 613"> Cliente </td> </tr> <tr> <td data-bbox="399 613 646 648"> Prioridad: </td> <td data-bbox="646 613 889 648"> Alta </td> <td data-bbox="889 613 1008 648"> Riesgo: </td> <td data-bbox="1008 613 1317 648"> Bajo </td> </tr> <tr> <td data-bbox="399 648 646 684"> Puntos estimados: </td> <td data-bbox="646 648 889 684"> 3 </td> <td data-bbox="889 648 1008 684"></td> <td data-bbox="1008 648 1317 684"></td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="399 684 1317 789"> Descripción: Cliente envía comentario, sugerencia, queja mediante el formulario de contacto. </td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="399 789 1317 867"> Validación: Ingreso correcto de campo email, teléfono, celular. </td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="399 867 1317 942"> Observaciones: El Administrador/Dueño contesta de ser necesario. </td> </tr> </tbody> </table>			Historia de Usuario				Número 4	Nombre: Contacto			Usuario:	Cliente			Prioridad:	Alta	Riesgo:	Bajo	Puntos estimados:	3			Descripción: Cliente envía comentario, sugerencia, queja mediante el formulario de contacto.				Validación: Ingreso correcto de campo email, teléfono, celular.				Observaciones: El Administrador/Dueño contesta de ser necesario.			
Historia de Usuario																																		
Número 4	Nombre: Contacto																																	
Usuario:	Cliente																																	
Prioridad:	Alta	Riesgo:	Bajo																															
Puntos estimados:	3																																	
Descripción: Cliente envía comentario, sugerencia, queja mediante el formulario de contacto.																																		
Validación: Ingreso correcto de campo email, teléfono, celular.																																		
Observaciones: El Administrador/Dueño contesta de ser necesario.																																		

Cuadro 14: Historia de Usuario Formulario de Contacto

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

	HISTORIA DE USUARIO EXPORTAR LISTA SUSCRITOS	PÁGINA 5 DE 5																																
Autor	Proyecto	Fecha de Elaboración																																
Catalina Herrera Suárez	Sitio Web Chuzón	mar-17																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4" data-bbox="358 506 1317 541"> Historia de Usuario </th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="358 541 849 577"> Número 5 </td> <td colspan="3" data-bbox="849 541 1317 577"> Nombre: Exportar Lista Suscritos </td> </tr> <tr> <td data-bbox="358 577 605 613"> Usuario: </td> <td colspan="3" data-bbox="605 577 1317 613"> Administrador </td> </tr> <tr> <td data-bbox="358 613 605 648"> Prioridad: </td> <td data-bbox="605 613 849 648"> Alta </td> <td data-bbox="849 613 969 648"> Riesgo: </td> <td data-bbox="969 613 1317 648"> Medio </td> </tr> <tr> <td data-bbox="358 648 605 684"> Puntos estimados: </td> <td data-bbox="605 648 849 684"> 3 </td> <td data-bbox="849 648 969 684"></td> <td data-bbox="969 648 1317 684"></td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="358 684 1317 793"> Descripción: Administrador ingresa al sistema para exportar listado de usuarios suscritos. </td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="358 793 1317 865"> Ingreso correcto al sistema y exportación de listado de usuarios registrados en el formulario de suscripción. </td> </tr> <tr> <td colspan="4" data-bbox="358 865 1317 936"> Observaciones: Exportación en formato excel. </td> </tr> </tbody> </table>			Historia de Usuario				Número 5	Nombre: Exportar Lista Suscritos			Usuario:	Administrador			Prioridad:	Alta	Riesgo:	Medio	Puntos estimados:	3			Descripción: Administrador ingresa al sistema para exportar listado de usuarios suscritos.				Ingreso correcto al sistema y exportación de listado de usuarios registrados en el formulario de suscripción.				Observaciones: Exportación en formato excel.			
Historia de Usuario																																		
Número 5	Nombre: Exportar Lista Suscritos																																	
Usuario:	Administrador																																	
Prioridad:	Alta	Riesgo:	Medio																															
Puntos estimados:	3																																	
Descripción: Administrador ingresa al sistema para exportar listado de usuarios suscritos.																																		
Ingreso correcto al sistema y exportación de listado de usuarios registrados en el formulario de suscripción.																																		
Observaciones: Exportación en formato excel.																																		

Cuadro 15: Historia de Usuario Exportar Lista Usuarios Suscritos

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.28 Diagramas Flujos de Datos

Autor	Proyecto	Fecha de Elaboración
Catalina Herrera Suárez	Sitio Web Chuzón	mar-17






SÍMBOLO	NOMBRE
	Inicio y Fin de programa
	Proceso
	Almacenamiento
	Decisión
	Flujo de Datos

Diagrama 12: Simbología de Diagrama de Flujo de Datos

Elaborado por: catalina Herrera Suárez

Autor

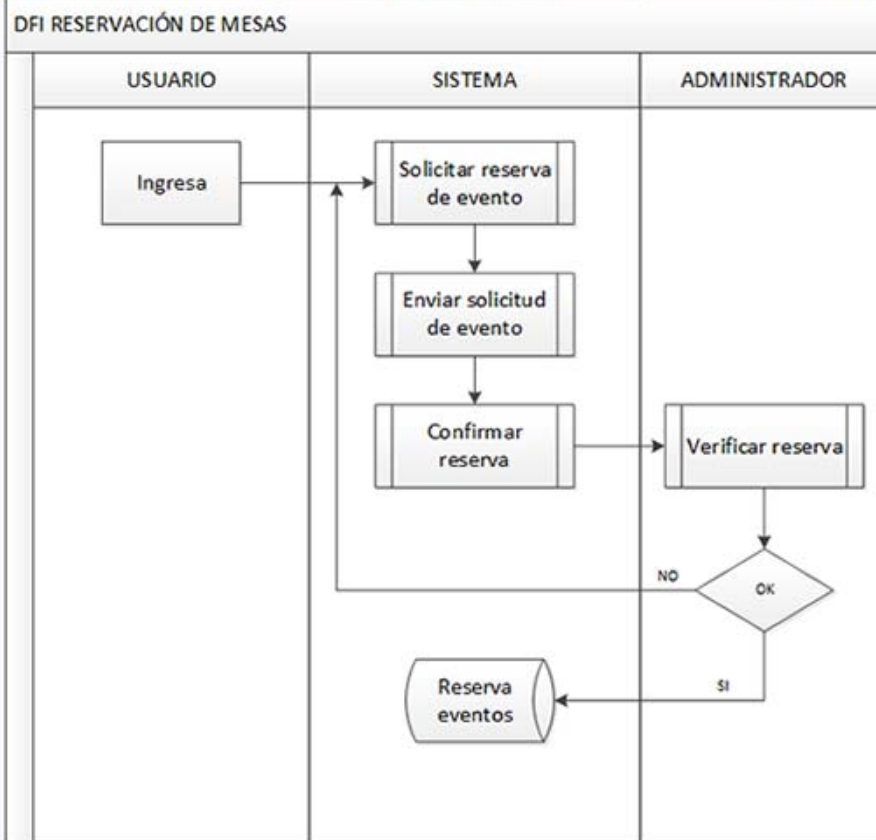
Proyecto

Fecha de Elaboración

Catalina Herrera Suárez

Sitio Web Chuzón

mar-17



Descripción:

El Cliente ingresa a la aplicación web, escoge la opción Reservación de Mesas e ingresa la información requerida y envía datos.

Diagrama 13: Diagrama de Flujo de Información Reservación de Mesas

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

Autor

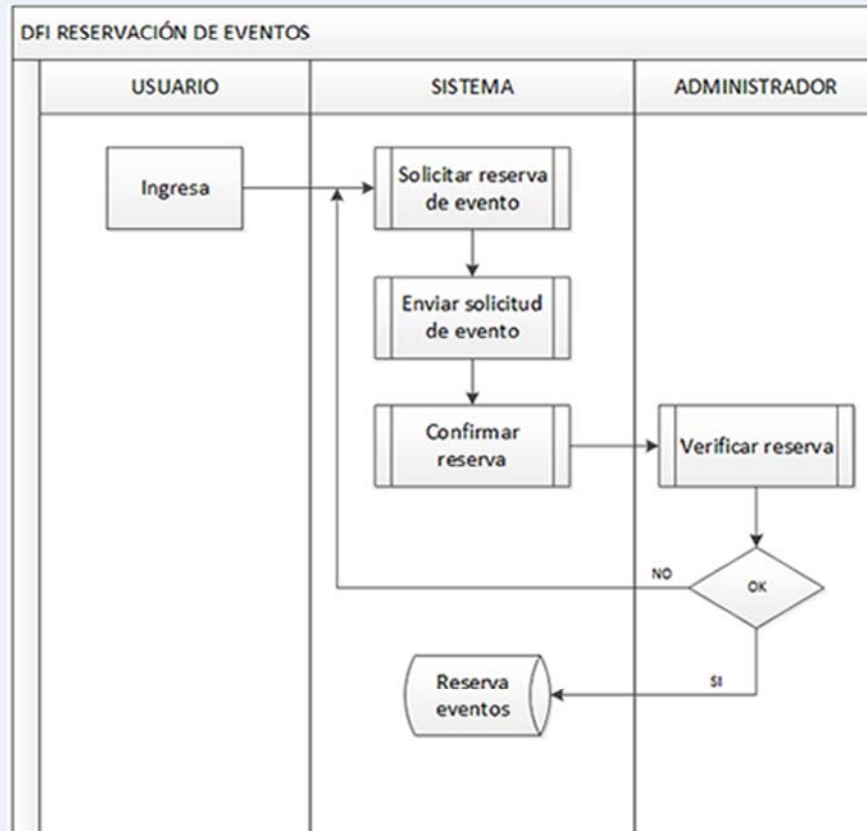
Proyecto

Fecha de Elaboración

Catalina Herrera Suárez

Sitio Web Chuzón

mar-17



Descripción:

El Cliente ingresa a la aplicación web, escoge la opción Reservación de Eventos, ingresa la información requerida y envía datos.

Diagrama 14: Diagrama de Flujo de Información Reservación de Mesas

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

Autor

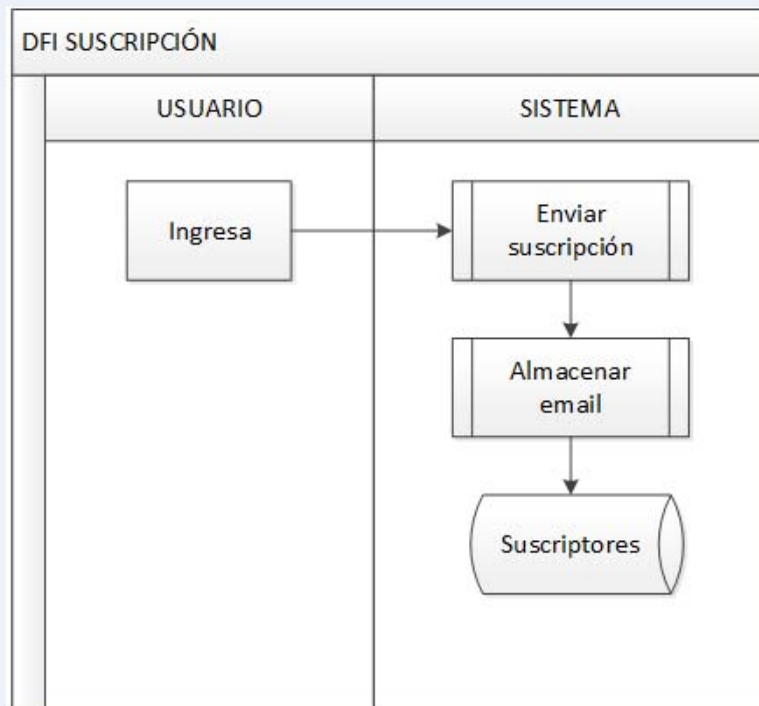
Proyecto

Fecha de Elaboración

Catalina Herrera Suárez

Sitio Web Chuzón

mar-17



Descripción:

El Cliente ingresa a la aplicación web, ingresa su email en el módulo de suscripción.

Diagrama 15: Diagrama de Flujo de Información Suscripción

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.30 Diagrama HIPO



Diagrama 16: Diagrama HIPO

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.31 Diseño de pantallas



Descripción: Pantalla de inicio de la aplicación web, donde se visualizan las diversas opciones del sitio.

LISTADO DE ELEMENTOS

ITEM	Descripción
1	Menú principal
2	Banners destacados
3	Accesos directos



Descripción: Pantalla de inicio de la aplicación web, donde se visualizan las diversas opciones del sitio.

LISTADO DE ELEMENTOS	
ITEM	Descripción
4	Módulo Reservación de mesas
5	Formulario de suscripción
6	Logo e información del negocio
7	Íconos enlaces Redes Sociales
8	Copyright

Gráfica 8: Pantalla Página de Inicio Sitio Web

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

5.32 Posicionamiento con WordPress

Para publicitar los productos y servicios de Chuzón los Maestros del Chuzo, es necesario saber cómo incrementar el número de visitas en nuestro sitio web y cómo posicionarnos en los primeros resultados de los motores de búsqueda para que encuentren el sitio. Wordpress es un sistema de gestión de contenidos completo que facilita las tareas de posicionamiento SEO mediante el uso de plugins.

5.33 SEO Optimización en motores de búsqueda

Con el proceso de posicionar un sitio Web en los primeros lugares de los resultados en Google y los demás buscadores es el SEO, herramienta incluida en Wordpress que va combinada con el manejo de:

- Contenido de calidad
- Keywords (palabras/frases clave)
- Enlaces internos y externos

Para la configuración de SEO en WordPress desde Ajustes se puede realizar acciones intuitivas:

- Registrar un dominio que incluya la palabra clave más usada en el contenido del sitio y sea de importancia y conocida en el área a la que se dirige.
- Incluir la etiqueta <title> en el <head> del sitio. Ir a Ajustes, Generales, Título del sitio. Es recomendable usar una sola palabra, o no más de cinco que incluyan la palabra clave del dominio y el contenido del sitio.
- Insertar Metaetiqueta <description>, desde Ajustes, Generales, descripción corta, máximo 30 palabras que relaten brevemente de que trata el sitio; debe incluir palabra clave usada en el dominio y título del sitio. Esto mejora el posicionamiento SEO en los motores de búsqueda.
- El contenido del sitio se clasifica por categorías que aparecen en la

barra lateral para que los motores de búsqueda puedan encontrarlas desde Apariencias, Widgets, agregar el widget “categorías”.

- Definir los enlaces permanentes. Ir a Ajustes, enlaces permanentes, seleccionar nombre de entrada y guardar los cambios. Esta acción define el título de todas las entradas que coincidirá con las búsquedas de los usuarios de la red.

5.34 Boletines

Con la lista de suscriptores del sitio, el envío de boletines a los correos electrónicos registrados, puede generar mayor tráfico y sobre todo aumentar ventas de los productos y/o servicios. Con el envío de promociones, novedades de forma estratégica sin llegar a ser molesto para muchos usuarios.

5.35 Redes Sociales

Canal de comunicación más popular de fácil uso, dinámico, informativo y gratuito. Incrementa la visibilidad de la marca, mejora la reputación en línea, atraen más tráfico al sitio web, presenta nuevas posibilidades de mercado; facilitando la comunicación, sin barreras geográficas, además de conocer lo que el grupo objetivo quiere, necesita y demanda.

5.36 Publicidad y Pago Por Clic

Forma más innovadora y efectiva, se paga por cada clic que se genera en los anuncios; también funciona en base a impresiones. Se empieza a generar tráfico inmediato. Esta opción es recomendada en campañas que incluyan conversiones como suscribirse a un boletín, descargar algún archivo o vender un producto.

Google Adwords programa de pago por clic de Google, con palabras clave y un presupuesto deseado por día; se puede analizar el desempeño de las

campañas de forma rápida. Su ventaja es la búsqueda en Google, quien está interesado y busca soluciones, se puede convertir en un prospecto y futuro cliente.

Facebook Ads con el crecimiento de Facebook, implementó su propio sistema de pago por clic. Una de las ventajas que ofrece es la segmentación por los datos que Facebook posee de sus usuarios (edad, sexo, ocupación, preferencias, etc.).

Publicidad en Otros blogs/sitios Analizar costos y ventajas que ofrecen. Lo usual es el cobro mensual por banner en alguna zona del sitio/blog (sidebar, entradas, header o footer) relacionado al sitio.

5.37 Cambios sugeridos en WordPress

Es conveniente verificar el uso de las siguientes herramientas:

- Usar Google Webmaster Tools (GWT) y Google Analytics, servicios gratuitos para el control de un sitio web. GWT revisa que no exista error en el panel de GWT y éste, envía el Sitemap. Ir a Rastreo, Sitemaps y usar la opción Enviar Sitemap.
- Web-Sniffer o Seoconsultants, comprueba los encabezados del Servidor.
- Editar el archivo Robots.txt; para bloquear la indexación a lo que queremos mantener en privado. Se puede personalizar también bloqueando la indexación tanto en carpetas, archivos que contenga una determinada palabra de interés. La siguiente configuración es una recomendación:

```
User Agent:*  
Disallow: /wp-admin/  
Disallow: /wp-includes/  
Disallow: /*?trackback  
Disallow: /wp-login/  
Disallow: /*feed
```

Sitemap: <http://tusitioweb.com/sitemap.xml>

Sitemap.xml, archivo que contiene todas las páginas de un sitio web y sirve a las arañas de los motores de búsqueda para realizar un rastreo más efectivo del mismo. En WordPress, el plugin completo que permite instalar y configurarlo es Google XML Sitemaps.

- Definir el dominio canónico (mejora los indicativos de enlace y de ranking del contenido disponible por varias estructuras de URL o de distribución); evita duplicidades. Ir al archivo .htaccess, no se necesita editarlo.
- Entrar en el backoffice, seleccionar Ajustes, Generales. En los dos campos deben mostrar la misma URL (con o sin www).



The image shows a screenshot of the WordPress 'General' settings page. It features two input fields: 'Dirección de WordPress (URL)' and 'Dirección del sitio (URL)'. Both fields contain the text 'http://chuzonec.com'. Below the second field, there is a small text prompt: 'Introduce la dirección de tu página de inicio [si es diferente](#)'.

Gráfica 9: Captura CMS registro Dirección del sitio en WordPress

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

(AbundioTeca, 2014)

CONCLUSIONES

- El desarrollo del marco teórico basado en su conjunto de conceptos proporcionó un panorama global para seleccionar la estructuración adecuada que incrementará la funcionalidad del sitio web que sustenta la investigación y el diseño de la propuesta.
- La propuesta de la aplicación cumple con la finalidad y requerimientos establecidos del diseño web; cuya difusión resuelve la gestión de publicidad de los productos y servicios, la ampliación de la cobertura; llegando al objetivo principal de incrementar las ventas del local.
- Para elaborar el diseño, se analizaron la respuesta de las encuestas, la retroalimentación de la entrevista y la observación de sitios web de la misma línea comercial; logrando establecer un elevado grado de aceptación de la aplicación web.

RECOMENDACIONES

- Analizar la implementación a mediano plazo de la reservación y entrega de menú a domicilio, mediante el servicio de retiro en el local y con transacciones de venta online.
- Implementar el sistema de pago con integración de entidades bancarias y financieras (tarjetas de crédito, débito).
- Se recomienda la contratación de un web master para la gestión de mantenimiento de actualización de contenido, campañas en redes sociales para sostener la atracción constante de los visitantes.
- Utilizar las herramientas de Google:
 - Implementar código de seguimiento de Google Analytics,
 - Registrar el negocio en Google My Bussines si se desea aparecer primero en Google para búsquedas locales. Siendo visible también en Google Maps, para llegar al establecimiento desde el GPS de Google.
 - Crear campañas con Google AdWords para atraer nuevos visitantes al sitio web, aumentar ventas en línea, e incentivar a los clientes a regresar

Bibliografía

- AbundioTeca. (2014). *Como Mejorar el Posicionamiento SEO de una Página Web*. Andalucía: AbundioTeca.
- Alejandro, S. V. (2011). *Las leyes de la publicidad*. Barcelona: UOC.
- Arellano Cueva, R., Rivera Camino, J., & Molero Ayala, V. (2013). *Conducta del consumidor : estrategias y políticas aplicadas al marketing*. Madrid: ESIC.
- Arias, M. A. (2014). *Webs Responsivas. Responsive Design con Bootstrap*. Vigo, España: IT Campus Academy.
- Asamblea Nacional, F. L. (25 de Junio de 2013). Ley Orgánica de comunicación. *Tercer Suplemento Registro Oficial Año I - Nº 22*. Quito, Pichincha, Ecuador: Editora Nacional.
- Azaustre, C. (2014). *Desarrollo Web ágil con Angular JS*. España: carlosazaustre.es.
- Caldevilla Domínguez, D. (2013). *La comunicacion a traves de la historia*. Madrid: Visión Libros.
- Contreras Castañeda, M. Á. (2015). *Desarrollo de aplicaciones Web multiplataforma*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Cuenca Fontbona, J., & Jordi Xifra, P. (2012). *Las auditorías de las relaciones públicas*. Barcelona: UOC.
- Dordoigne, J. (2015). *Redes Informáticas*. Barcelona: Ediciones ENI 5ta Edición.
- Drozd, P. J. (2010). *Yo y Wordpress: Manual basico para principiantes*. Madrid: Pawel Jerzy Drozd.
- Echeverría, P. G. (16 de enero de 2009). *e-commerce*. Obtenido de Cómo analizar un sitio web: <https://sites.google.com/site/emarketinghandbook/como-analizar-un-sitio-web>
- Entra en la red, Publicidad online*. (s.f.). Obtenido de

http://www.entraenlared.com/publicidad_online.asp

Equipo Vértice. (2009). *Técnicas avanzadas de diseño web*. Málaga: Vértice. Estudiantes y Egresados, Facultad de Diseño y Comunicación. (Octubre de 2012). Ensayos Contemporáneos. Edición IX. *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*. Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.

Fandos, M. (2003). *Diseño y metodología de la investigación*. Virgili, España: Mc Graw Hill.

Forrester Research, I. (12 de Enero de Visto). *Cómo analizar un sitio web*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/emarketinghandbook>: <https://sites.google.com/site/emarketinghandbook/como-analizar-un-sitio-web>

Gómez Palomo, S. R., & Moraleda Gil, E. (2014). *Aproximación a la ingeniería del software*. Madrid: Editorial Universitaria Ramon Areces.

Guerrero Pérez, R. (2015). *Creación de páginas web con el lenguaje de marcas*. Antequera, España: IC.

Guerrero Sánchez, E. (2014). *Redes e Internet*. Albacete: Marpadal Interactive Media S.L.

Hernández Rodríguez, J. I. (14 de Diciembre de 2014). *Análisis y Desarrollo Web*. Obtenido de Análisis y Desarrollo Web: <https://books.google.com.ec/books?id=nYDVBQAAQBAJ&lpg=PP1&ots=wPHv8FkvzF&dq=Jes%C3%BAs%20ignacio%20Hern%C3%A1ndez%20rodriguez&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=Jes%C3%BAs%20ignacio%20Hern%C3%A1ndez%20rodriguez&f=false>

Hernández, F. y. (26 de octubre de 2007). <http://catarina.udlap.mx/>. Obtenido de <http://catarina.udlap.mx/>: http://catarina.udlap.mx//u_dl_a/tales/documentos/lad/pinera_e_rd/capitulo3.pdf

Herranz, R. (2016). *Despegar con Scrum*. España: Utópica Informática.

Holdren, A. (2011). *Google AdWords: Managing Your Advertising Program*.

- Sebastopol , California: O'Reilly Media, Inc.
- Ignasi Ferrer Lorenzo, P. M. (2014). *Gestión Empresarial de la Agencia de Publicidad*. España: Díaz de Santos.
- Jaramillo Sánchez, N. (2011). *La otra P: Fundamentos de Publicidad*. Quito: Exel Impresores Gráficos 3ra Edición.
- Julio Castillo, G. N. (04 de 03 de 2006). Tras la huella de la primera imprenta. *Noticias Tungurahua*, pág. Noticias.
- Korntheuer, R. (19 de Noviembre de 2012). *SEO-QUITO*. Obtenido de Marketing online Ecuador: <http://seo-quito.com/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Education.
- Lapuente, M. J. (08 de Diciembre de 2013). *Diseño de una página web*. Obtenido de Hipertexto: El nuevo concepto de documento de cultura de la imagen: http://www.hipertexto.info/documentos/diseg_web.htm
- Liberos, E., Núñez, Á., Bareño, R., García del Poyo, R., Gutiérrez-Ulecia, J., & Pino, G. (Abril, 2013). *El libro del marketing interactivo y la publicidad digital*. Madrid: ESIC.
- Llano, J. C. (1 de Agosto de 2016). *Juan Carlos Mejía Llano*. Obtenido de Consultor y Speaker en Marketing Digital: <http://www.juancmejia.com/publicidad-en-internet-sem-ppc/>
- Martinez, J. C. (28 de diciembre de 2015). *Marketing Digital 2016 Tendencias para Ecuador*. Obtenido de Vértice Publicidad: <http://www.verticepublicidad.com/>
- Mas Ruíz, F. (2010). *Temas de investigación comercial*. Alicante: Club Universitario.
- Méndiz Noguero, A. (2014). *Cómo se ha escrito la "Historia de la Publicidad": Fundamentos historiográficos y esquema de periodización. Historia y Comunicación Social*. Madrid: Complutense.
- Merino Sanz, M. J. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC.
- Ministerio de Justicia, D. H. (2014). *Código Orgánico Integral Penal*. Quito:

Gráficas Ayerve C. A.

Noboa Bejarano, G. (10 de Julio de 2000). Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. *Decreto 1314, Capítulo II*. Quito, Pichincha, Ecuador: Ediciones Legales.

Orense Fuentes, M., & Rojas Orduña, O. (2010). *SEO Cómo triunfar en buscadores*. Madrid: ESIC.

Pedros Piñón, M., Arrabal, G., Panzano, J., & Marketvalley. (2012). *Manual SEO. Posicionamiento web en Google para un marketing más eficaz*. Madrid: Bubok Publishing S.L.

Publicidad, A. E. (acceso: 12/12/2016 de Diciembre de 2016). *ASOCIACION ECUATORIANA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD*. Obtenido de aeap: <http://www.aeap.com.ec/historia.php>

Ramos Martín, A., & Ramos Martín, M. (2011). *Aplicaciones Web (Novedades 2011)*. Madrid: Paraninfo.

Ramos Martín, A., & Ramos Martín, M. (2014). *Aplicaciones Web, 2ª Edición*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.

Ramos, J. (22 de agosto de 2012). *SEO para WordPress*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/>:
https://books.google.com.ec/books?id=2ZE2DgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Ruiz Olabuénaga, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Sage, A. (13 de January de 2010). <http://blogs.forrester.com/>. Obtenido de Announcing Forrester's Web Site User Experience Review version 8.0!:
http://blogs.forrester.com/adele_sage/10-01-13-announcing_forresters_web_site_user_experience_review_version_80

Sainz de Vicuña, J. A. (2015). *El plan de marketing digital en la práctica*. Madrid: ESIC.

Santacruz Caicedo, R. (Enero de 2011). Estudio Histórico y de contexto. *Los*

- protagonistas de la publicidad en el Ecuador los últimos 20 años.*
Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Tribunal Constitucional, d. E. (2015). *Ley de Propiedad Intelectual - Registro Oficial.*
- Tungate, M. (2009). *El universo publicitario. Una historia global de la publicidad.* Barcelona: Gustavo Gili.
- Universo, E. (11 de Abril de 2014). Publicidad digital en Ecuador creció en el 50%. *www.eluniverso.com*, 1.
- Vallejo Pérez, G., & AEAP. (1996). *Tres décadas de la publicidad en el Ecuador.* Guayaquil: Grupo Offset Abad.
- Valles, M. S. (2014). *Entrevistas cualitativas.* Madrid: CIS- Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Van Lancker, L. (2012). *HTML5: Los fundamentos del lenguaje.* Barcelona: ENI.

ANEXOS

Entrevista Dueño de Chuzón

Sr. Harry Sánchez C., nos brinda pormenores de su éxito personal.

1. ¿Qué tiempo lleva funcionando Chuzón Los Maestros del Chuzo?
Vamos a cumplir un año en mayo.
2. ¿Podría indicar cuales son los secretos que consideran parte del éxito de su negocio?
Inicie el negocio porque algunos amigos visitaban mi casa y compartía con ellos parrilladas y hacía salsas para las carnes que en cada encuentro, me insistían que debería pensar en poner un restaurante. Así que el sabor y el servicio personalizado que brindamos son los aspectos más destacados de Chuzón.
3. ¿Cuál es el perfil de sus clientes habituales?
Por lo general son familiares y amigos; recomendados y la gente del sector. Gente de nivel medio, medio alto.
4. ¿Cómo ha logrado la fidelidad en su clientela?
Ya te digo, es el sabor y el servicio personalizado. Dicen que tengo carisma para atraer a la gente.
5. ¿Qué aspecto del local considera parte importante para que sus clientes lo visiten? (ambiente, servicio, sabor, variedad, etc.)
La novedad en variedad de los chuzos, el sabor en un ambiente ameno, de panas.
6. ¿Qué platos son sus preferidos y cuantas veces lo degusta?
Todos, pero el preferido diría que es el hawaiano.
7. ¿Qué problemas se han presentado con sus clientes? ¿Han sido resueltos?
Bueno, hay varios. Dentro del local la espera el asar carnes demora y no voy a darle algo a medias sino no vuelven. Con el humo se coloca extractor. Lo malo es la inseguridad, ya llevo tres asaltos.
8. Servicio a clientes, ¿Qué aspectos piensa que son más importantes y cuales considera que tiene falencia?
Siempre me he destacado por atender a cada uno de los clientes y tratarlos como a mis panas. La falencia es subjetiva pues como comenté, la espera es normal.
9. ¿Cómo da a conocer al local y sus servicios?
Soy diseñador gráfico y he trabajado en la imagen de Chuzón. Para difundirlo, uso y abuso de redes sociales, volantes y carteles. El boca a boca es importante al inicio del negocio.
10. ¿Qué estrategias de marketing y publicidad considera las adecuadas para su negocio?
Mediante el boca a boca y reparto de volantes por el sector y difusión a través de la familia y amigos.

11. ¿Cuál considera que son sus competencias más fuertes? (físicas y online)
Creo que la nueva Casa Res muy buen ambiente excelente carne pero les falta el toque de la atención. La parrillada del Ñato por su trayectoria y creo que El Toro Asado; aunque también hay otros pero más pequeños.
En Internet aunque no los he usado, serían: La Tablita del Tártaro, Cortes Steakhouse y lógicamente el Ñato.
12. ¿Quién se encarga del control y funcionamiento operacional del negocio?
Yo lo hago directamente, en ocasiones mi esposa e hijos me apoyan.
13. Comente sobre ¿Qué aspectos económicos han sido relevantes para el negocio?
Mantener precios relativamente aceptables para la venta.
14. ¿Cuáles han sido los problemas financieros más importantes a los que se ha enfrentado?
Gracias a Dios, el tema financiero no ha sido inconveniente. Los trámites son los engorrosos.
15. ¿Qué aspecto de su negocio considera es o ha sido la idea innovadora que lo distingue de su competencia?
Mi marca.
16. ¿Qué es lo que más disfruta estando al frente de su negocio?
Compartir con la gente me siento feliz de ver que les gusta nuestras carnes a la parrilla y demás platos.
17. ¿Es probable que en un futuro se vean sucursales de Chuzón por varios sectores de la ciudad?
Probable.
18. Sobre el internet y sitio web. ¿Qué espera ofrecer en su sitio web?
El mismo servicio del local.
19. ¿Considera que será un obstáculo o un canal de apertura?
Es una gran apertura a un universo más grande. Si no estás en línea, no estás en nada.
20. El servicio de compra en línea ¿Estará habilitado en su sitio web?
Inicialmente no. A un mediano plazo.

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

ANEXO 2 - ENCUESTA A CLIENTES

Encuesta a clientes de Chuzón

Para mejorar nuestro servicio, agradecemos unos minutos de su valioso tiempo en contestar las siguientes preguntas:

Regresar

1. **Género ***

Femenino
 Masculino

2. **Edad: ***

Your answer: _____

3. **¿Cómo te enteraste de Chuzón, Los Maestros del chuzo? ***

Periódico
 Radio
 Internet
 Redes Sociales
 Recomendado por un amigo/a

4. **¿Cuál es su plato preferido de carne a la parrillada? ***

Mixto de pollo
 Chorifano
 Costillas
 Moro y Chorifano
 Menestra con Costillas
 Chuzo de pollo
 Chuzón Hawaiano
 Parrillada
 Otros

5. **¿Con qué frecuencia nos visita? ***

A diario
 1 vez por semana
 2 veces al mes
 Es la primera vez

6. **Considera que los precios son: ***

Elevados
 Ni elevados ni baratos
 Baratos

7. **Es factible que nos recomiendes a tus conocidos? ***

Bastante probable
 Algo probable
 Nada probable

8. **En general, ¿Qué opina de nuestro servicio? ***

Rápido
 Moderadamente lento
 Lento

9. **Favor califiquenos: ***

	Excelente	Muy Buena	Regular	Mala
Rico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sabor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. **Desde su punto de vista, ¿En qué podríamos cambiar para mejorar? ***

Your answer: _____

11. **¿Si el tenemos un sitio web, lo visitarías? ***

Si
 No
 Tal vez

12. **¿Qué servicios desearías ver en nuestro sitio web? ***

Menú
 Promociones
 Combos
 Atención a Eventos
 Compras en línea
 Entrega a domicilio
 Otros

Encuesta a clientes de Chuzón

Para mejorar nuestro servicio, agradecemos unos minutos de su valioso tiempo en contestar las siguientes preguntas:

Regresar

1. **Género ***

Femenino
 Masculino

2. **Edad: ***

Your answer: _____

3. **¿Cómo te enteraste de Chuzón, Los Maestros del chuzo? ***

Periódico
 Radio
 Internet
 Redes Sociales
 Recomendado por un amigo/a

4. **¿Cuál es su plato preferido de carne a la parrillada? ***

Mixto de pollo
 Chorifano
 Costillas
 Moro y Chorifano
 Menestra con Costillas
 Chuzo de pollo
 Chuzón Hawaiano
 Parrillada
 Otros

5. **¿Con qué frecuencia nos visita? ***

A diario
 1 vez por semana
 2 veces al mes
 Es la primera vez

6. **Considera que los precios son: ***

Elevados
 Ni elevados ni baratos
 Baratos

7. **Es factible que nos recomiendes a tus conocidos? ***

Bastante probable
 Algo probable
 Nada probable

8. **En general, ¿Qué opina de nuestro servicio? ***

Rápido
 Moderadamente lento
 Lento

9. **Favor califiquenos: ***

	Excelente	Muy Buena	Regular	Mala
Rico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sabor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. **Desde su punto de vista, ¿En qué podríamos cambiar para mejorar? ***

Your answer: _____

11. **¿Si el tenemos un sitio web, lo visitarías? ***

Si
 No
 Tal vez

12. **¿Qué servicios desearías ver en nuestro sitio web? ***

Menú
 Promociones
 Combos
 Atención a Eventos
 Compras en línea
 Entrega a domicilio
 Otros

13. ¿Vista frecuentemente otros web para ver información de su interés? *

Siempre
 Frecuentemente
 A veces
 Nunca

14. ¿Qué dispositivo usa más frecuentemente para navegar en Internet? *

PC
 Smart
 Tablet
 Teléfono
 Laptop

15. ¿Le gustaría que muestre testimonios de los clientes? *

Sí
 No

16. ¿El texto es útil para el sitio web de Chuqui? ¿Debería que sea formal o informal? *

Formal
 Informal

17. El uso de elementos multimedia en el sitio web. ¿Lo considera? *

Importante
 Necesario
 No necesario

18. Si le llega a los correos promocionales del sitio web. ¿Cómo? *

Recibir correo de promoción
 Recibir correo del sitio web de Chuqui
 No recibir correo promocional

19. ¿Realizaría compras en línea de la diversidad del menú de Chuqui? *

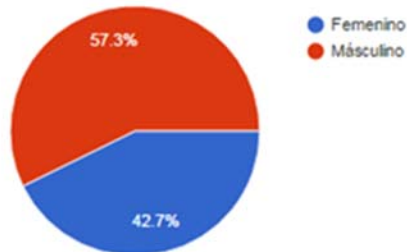
Sí
 No
 No sé

[Subir](#)

Elaborado por: Catalina Herrera Suárez

ANEXO 3 - TABULACIÓN DE ENCUESTAS

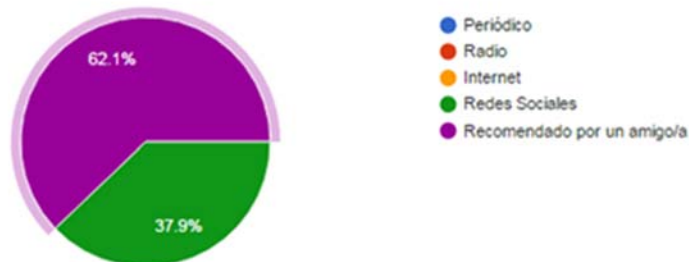
1. Género (103 respuestas)



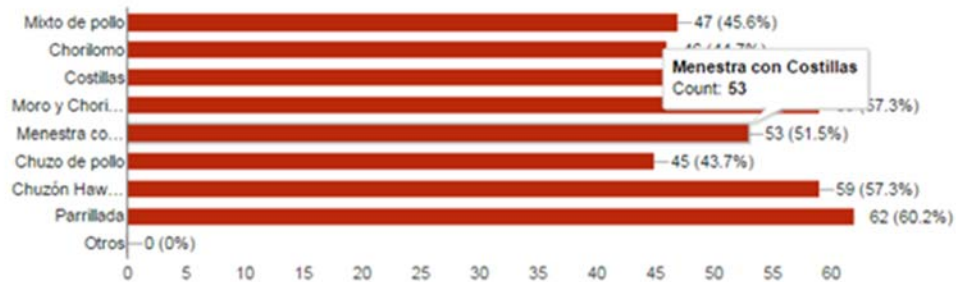
2. Edad: (103 respuestas)



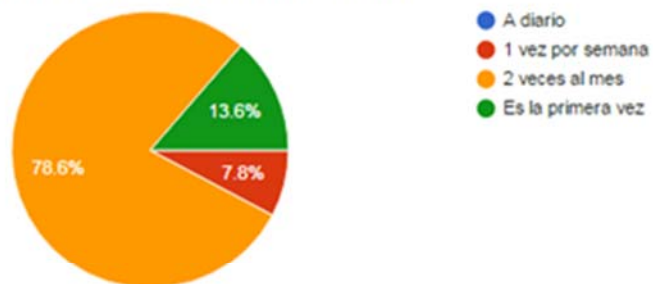
3. ¿Cómo te enteraste de Chuzón, Los Maestros del Chuzo? (103 respuestas)



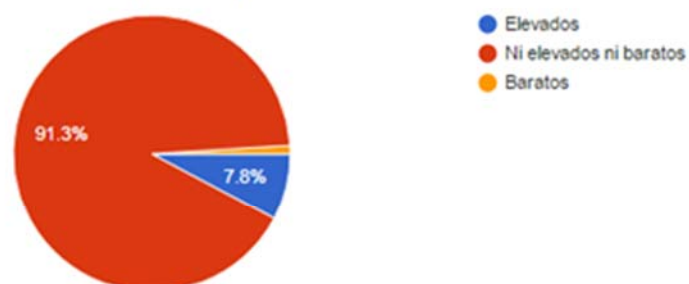
4. ¿Cuál es su plato preferido de carne a la parrillada? (103 respuestas)



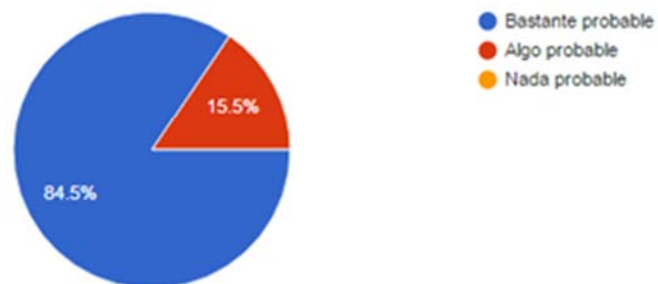
5. ¿Con qué frecuencia nos visita? (103 respuestas)



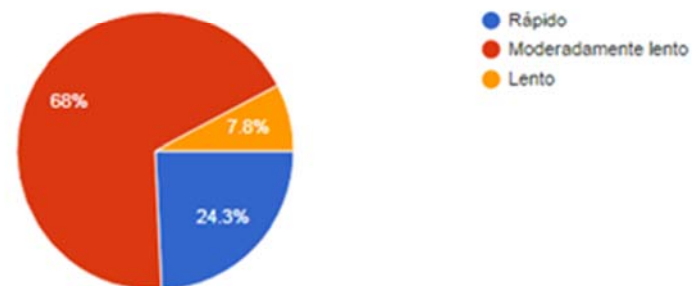
6. Considera que los precios son: (103 respuestas)



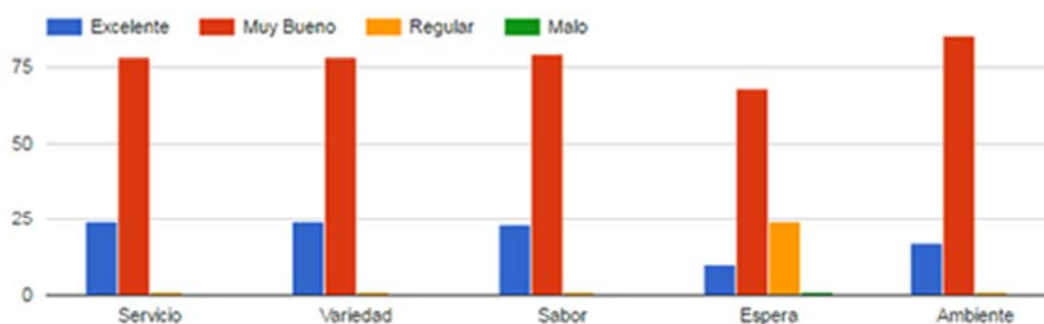
7. Es factible que nos recomiendes a tus conocidos (103 respuestas)



8. En general, ¿Qué opina de nuestro servicio? (103 respuestas)



9. Favor califiquenos:

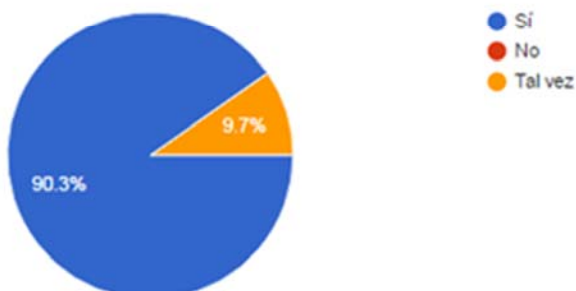


10. Desde su punto de vista, ¿En qué podríamos cambiar para mejorar?

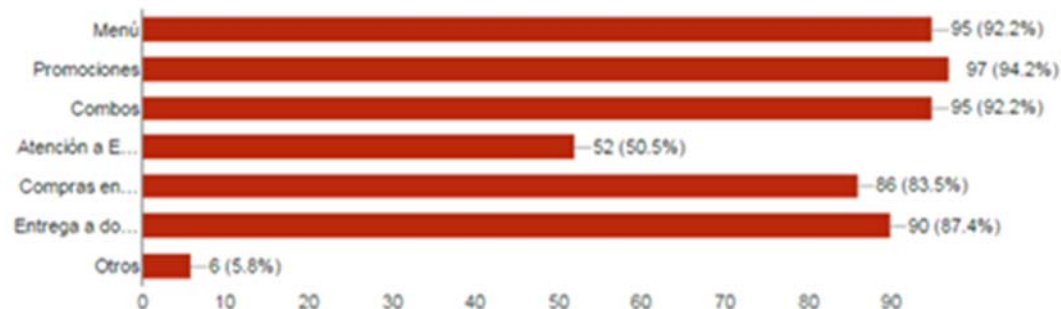
(103 respuestas)



11. ¿Si tenemos un sitio web, lo visitarías? (103 respuestas)

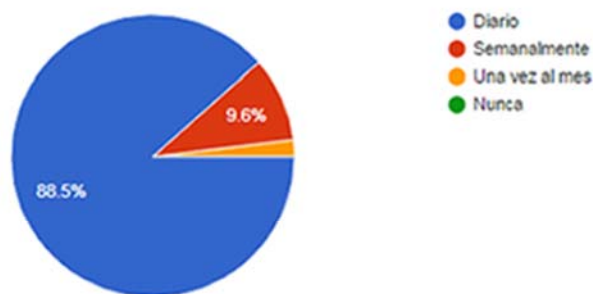


12. ¿Qué servicios desearías ver en nuestro sitio? (103 respuestas)



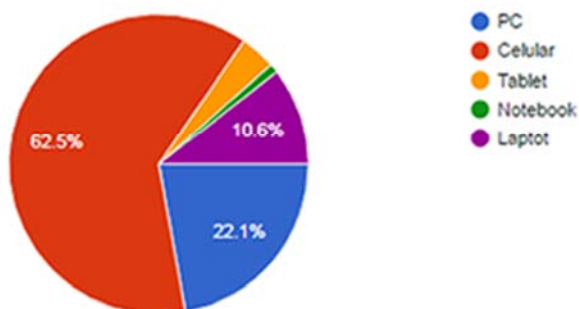
13. ¿Visita frecuentemente sitios web para ver información de su interés? (103 respuestas)

(103 respuestas)



14. ¿Qué dispositivo usa más frecuente para navegar en Internet? (103 respuestas)

(103 respuestas)

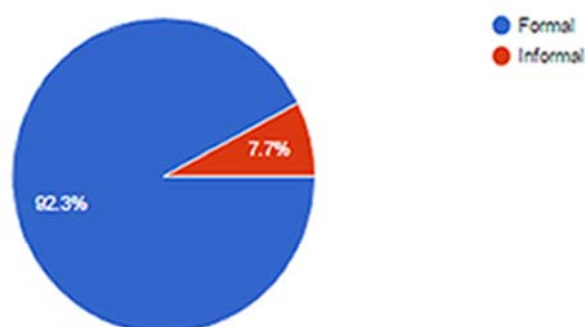


15. ¿Le gustaría que muestre testimonios de los clientes? (103 respuestas)

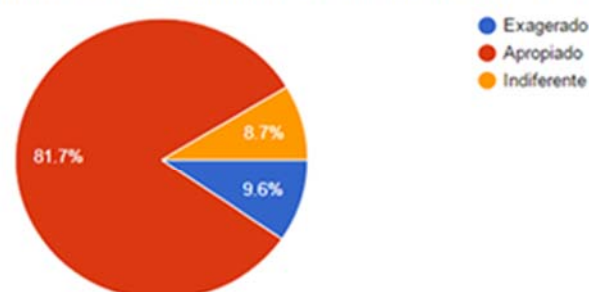


16. ¿El trato a utilizar en el sitio web de Chuzón desea que sea formal o informal?

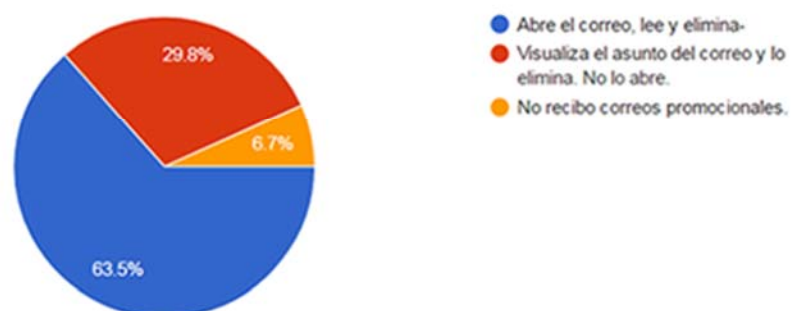
(103 responses)



17. El uso de elementos multimedia en el sitio web. Lo considera: (103 responses)

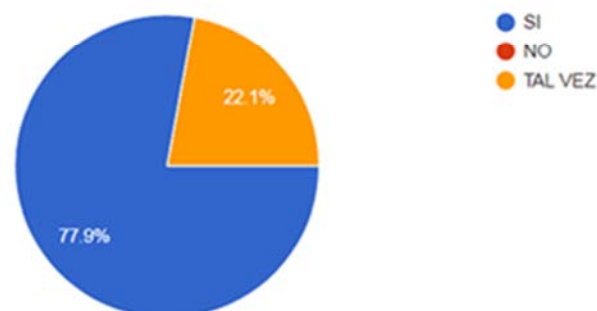


18. Si le llega a su correo promociones del sitio web. Usted: (103 responses)



19. ¿Realizaría compras en línea de la diversidad del menú de Chuzón?

(103 responses)



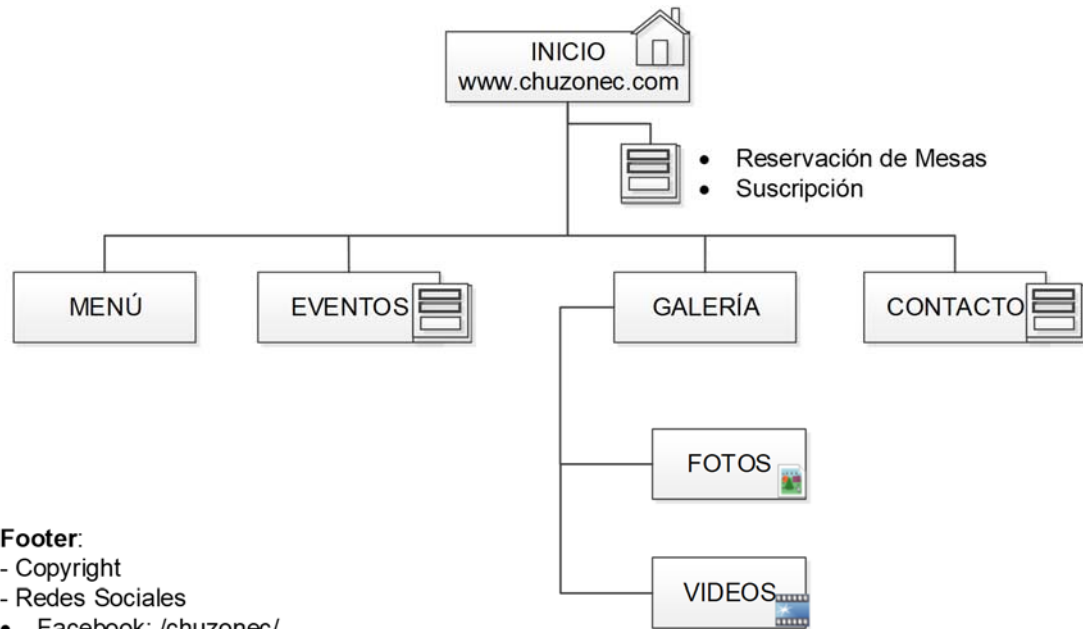
Por favor sus comentarios y sugerencias aquí (27 responses)

- combos y ensaladas por favor
- compras en línea con retiro en el local
- retiro del pedido
- entrega a domicilio sin demoras
- retiros en local
- ensaladas
- bajativos
- retiro en local
- pedidos desde las redes para reservar
- retiro en local, pedidos por teléfono
- pedidos por teléfono
- pedidos por facebook

Anexo 4 - CUADRO ANÁLISIS COMPETENCIA SITIOS WEB

PLANTILLA BASE DE ANALISIS DE SITIOS WEB			
#	Diagnóstico	PUNTOS	Observación
1	El Sitio está enfocado en un OBJETIVO claro, entendible?	__ / 5	
2	Ofrece un Proceso de Problema/Solución claro y está bien comunicado?	__ / 5	
3	El Homepage tiene suficiente "Gancho" es fuerte?	__ / 5	
4	Existen incentivos fuertes para cada acción que se le pide al usuario que realice en el sitio?	__ / 5	
5	Se ofrecen pasos sucesivos de involucramiento al usuario?	__ / 5	
6	Se usan los elementos para la Credibilidad del sitio de manera correcta?	__ / 5	
7	El tono de la oferta comercial del sitio ofrece credibilidad e imagen de seguridad al usuario?	__ / 5	
8	Se ofrecen al Usuario demasiadas opciones?(*)	__ / 5	
9	Cuanta información se espera que el Usuario absorba en una sola Pantalla?(*)	__ / 5	
10	La información en la página está agrupada de forma efectiva?	__ / 5	
11	El flujo de Información en el sitio es natural e intuitivo?	__ / 5	
12	La atención del usuario está enfocada en los Objetivos correctos y concretos?	__ / 5	
13	Cada elemento dentro de la página está bien balanceado?	__ / 5	
14	Hay demasiados clicks entre la Decisión de Compra del Usuario y la Entrega del Producto?(*)	__ / 5	
15	El sitio está diseñado para la resolución de Pantalla más baja y la conexión de Internet más lenta del mercado?	__ / 5	
16	Los gráficos del sitio tienen la compresión adecuada, son rápidos de Bajar al browser?	__ / 5	
(*) Bajo Puntaje = demasiadas opciones/Información/Clicks			
Total		__ / 80	

Anexo 5 - ESTRUCTURA DE SITIO WEB



Footer:

- Copyright
- Redes Sociales
- Facebook: /chuzonec/
- Twitter: @chuzonec
- Instagram: chuzonec
- Google: chuzonec/
- LinkedIn: chuzonec/

Diagrama 17: Estructura del sitio web

Elaborado por Catalina Herrera Suárez

Anexo 5.1 - ESQUEMA DEL SITIO WEB

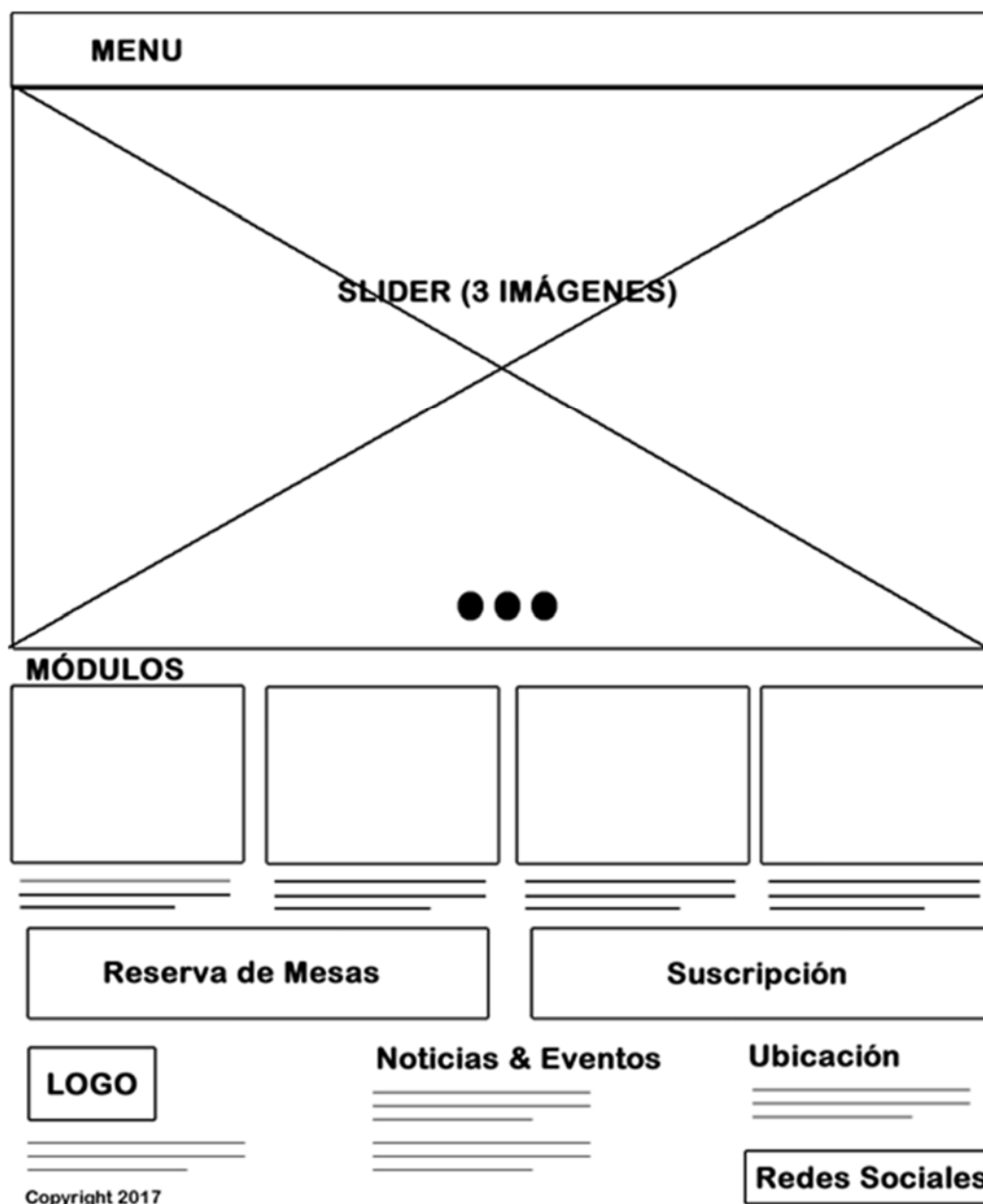
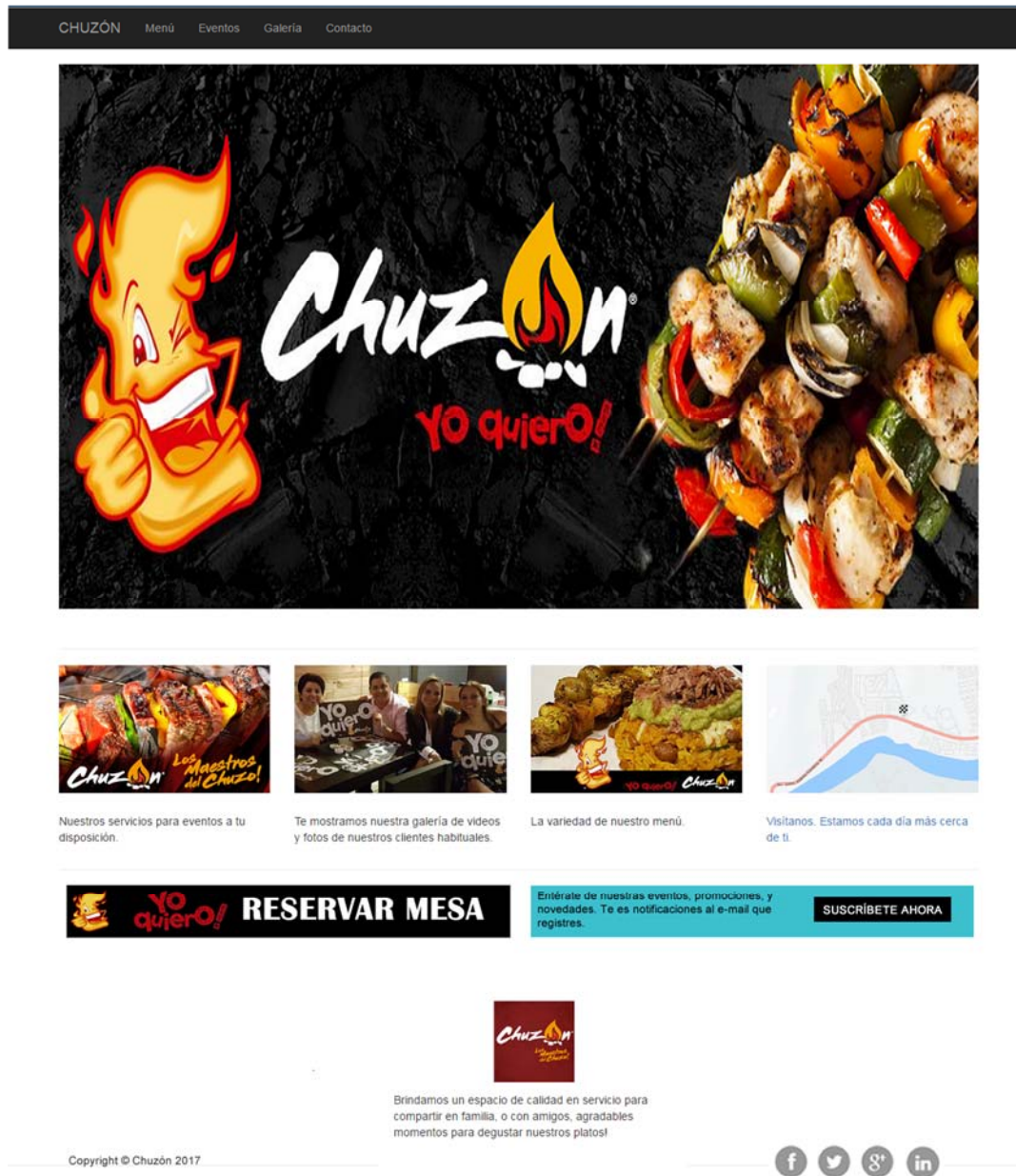


Diagrama 18: Esquema del sitio web

Elaborado por Catalina Herrera Suárez

Anexo 5.2 – PÁGINAS DE SITIO WEB



Gráfica 10 Página de Inicio

Elaborado por Catalina Herrera Suárez

Reserva de Mesas

Toda reserva será confirmada vía telefónica.
En caso de retazo, la reserva se respetará hasta 20 minutos.
Favor complete todos los campos del formulario.

Fecha de Reserva:

Nombre de quién Reserva

Cantidad Comensales Adultos





Cantidad Comensales Niños

Email de contacto

Teléfono de contacto

Comentarios

Copyright © Chuzón 2017


Chuzón Los Maestros del Chuzo
Horarios:
Martes a sábados 17h30 a 24h00
Domingos 12h30 a 22h00
Alborada Ita Etapa, Guayaquil-Ecuador
Tel: +593 12345 99

Nuestros servicios para eventos a tu disposición.

Te mostramos nuestra galería de videos y fotos de nuestros clientes habituales.

La variedad de nuestro menú.

Visítanos. Estamos cada día más cerca de ti.

 **RESERVAR MESA**

Entrale de nuestros eventos, promociones, y novedades. Te es notificaciones al e-mail que registres.

Gráfica 11 Módulo Reserva de Mesas

Elaborado por Catalina Herrera Suárez

Reserva de Eventos

Toda reserva será confirmada vía telefónica.
Reserve su espacio en Chuzón o si desea llevamos todo para su evento:
cumpleaños, fiesta infantil, eventos corporativos, etc.; haciendo una experiencia
inolvidable y dejar a los expertos.
Favor complete todos los campos del formulario.

Tipo del Evento:

Fecha del Evento:

Cantidad de personas





Nombre de contacto


Email de contacto

Teléfono de contacto

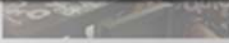
Comentarios

Copyright © Chuzón 2017

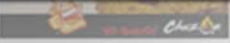
   




Nuestros servicios para eventos a tu disposición.




Te mostramos nuestra galería de videos y fotos de nuestros clientes habituales.



La variedad de nuestro menú.



Visítanos. Estamos cada día más cerca de ti.



Entrale de nuestras eventos, promociones, y novedades. Te avistamos al e-mail que registras.

Gráfica 12 Módulo Reserva de Eventos

Elaborado por Catalina Herrera Suárez



Eventos Chuzón

Chuzón pone a tu disposición el mejor sabor de carnes a la parrilla en un día o momento especial con nuestro servicio de Eventos que ofrece dentro o fuera de nuestro local:

- Servicio de chef parrillero
- Catering en local de destino
- Servicio de mesero

Sus invitados disfrutarán del mejor sabor entre nuestra gran variedad de platos... Te esperamos!

Escribenos para ayudarte con tu evento.



Nuestros servicios para eventos a tu disposición.



Te mostramos nuestra galería de videos y fotos de nuestros clientes habituales.



La variedad de nuestro menú.



¡Visitanos. Estamos cada día más cerca de ti.



Brindamos un espacio de calidad en servicio para compartir en familia, o con amigos, agradables momentos para degustar nuestros platos!

Noticias & Eventos

- El próximo sábado estaremos compartiendo con el personal de Inhouse al celebrar su aniversario de creación.
- Muy pronto más cerca de ti. Chuzón en nueva casa.

Ubicación

Conozca nuestra ubicación.

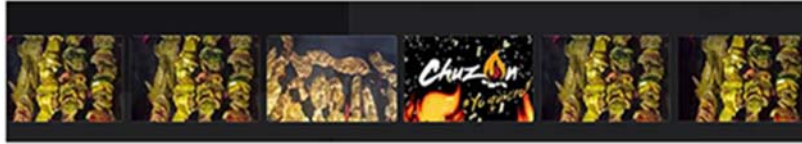
- Alborada (1ra etapa) frente a De Prati del C. C. La Rotonda.
- Km 18.5 Av. Leon Febres - Cordero Ribadeneira
- +503 12345 99
- info@chuzonec.com

Copyright © Chuzón 2017



Gráfica 14 Página Eventos Chuzón

Elaborado por Catalina Herrera Suárez



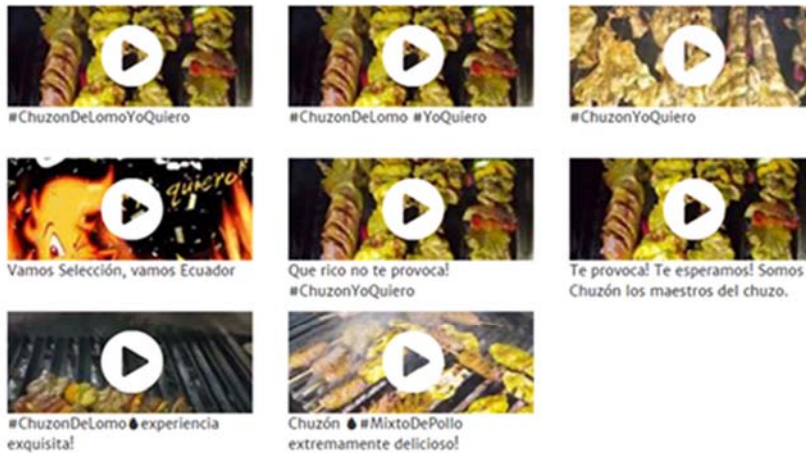
Galería de Fotos

Disfruta del agradable momento que puedes compartir en Chuzón. Te esperamos!



Galería de Videos

El manejo de la preparación de los chuzos, te invitamos que los veas y nos des tu opinión o sugerencia.



Brindamos un espacio de calidad en servicio para compartir en familia, o con amigos, agradables momentos para degustar nuestros platos!

Copyright © Chuzón 2017

Noticias & Eventos

- El próximo sábado estaremos compartiendo con el personal de Inburen al celebrar su aniversario de creación.
- Muy pronto más cerca de ti: Chuzón en nueva casa.

Ubicación

Conoce nuestra ubicación:

- Alborada (Ea etapa frente a De Prati del C. C. La Rotonda.
- Km 18.5 Av. Leon Febres - Cordero Ribadeneira
- +593 12345 99
- info@chuzon.com



Gráfica 15 Página Galería

Elaborado por Catalina Herrera Suárez

Contáctenos

Escríbanos sus comentarios y sugerencias.

Email

Contraseña

Comentarios y sugerencias



Chuzón Los Maestros del Chuzo

Horarios:

Martes a sábados 17h30 a 24h00

Domingos 12h30 a 22h00

Alborada 6ta Etapa, Guayaquil-Ecuador

Tel: +593 12345 99



Nuestros servicios para eventos a tu disposición.



Te mostramos nuestra galería de videos y fotos de nuestros clientes habituales.



La variedad de nuestro menú.



¡Visitarnos. Estamos cada día más cerca de ti.



Brindamos un espacio de calidad en servicio para compartir en familia, o con amigos, agradables momentos para degustar nuestros platos!

Noticias & Eventos

- El próximo sábado estaremos compartiendo con el personal de Indurex al celebrar su aniversario de creación.
- Muy pronto más cerca de ti. Chuzón en nueva casa.

Ubicación

Conozca nuestra ubicación.

- Alborada 6ta etapa frente a De Prati del C. C. La Rotonda.
- Km 18.5 Av. Leon Febres - Cordero Ribadeneira
- +593 12345 99
- info@chuzonec.com

Copyright © Chuzón 2017



Gráfica 16 Páginia Formulario de Contacto

Elaborado por Catalina Herrera Suárez



Gráfica 17 Página de Mantenimiento

Elaborado por Catalina Herrera Suárez

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Grado, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Diseño de un sitio web de publicidad de productos y servicios de Chuzón los maestros del Chuzo”** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ANÁLISIS DE SISTEMAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo contribuir a mejorar la publicidad de los productos y servicios para incrementar las ventas de Chuzón Los Maestros del Chuzo, ubicado en Guayaquil, período 2016?**

El mismo que se considera debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:


Catalina Isabel Herrera Suárez

Tutor:


MSc. Ismelis Castellanos López