



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
ESCUELA DE INFORMÁTICA
CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA
PORTADA

**Proyecto de Investigación, previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Diseño Gráfico y Multimedia**

Título del Proyecto de Investigación

Análisis y diseño de una aplicación web para promocionar las huecas de comidas de pequeños negocios del cantón de Quevedo año 2016.

Autora:

Mónica Gabriela Chicaiza Romero

Director de Proyecto de Investigación:

Ing. Carmen Lucia Toapanta, M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Mónica Gabriela Chicaiza Romero**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluye en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Mónica Gabriela Chicaiza Romero

C.C. # 1206607218

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

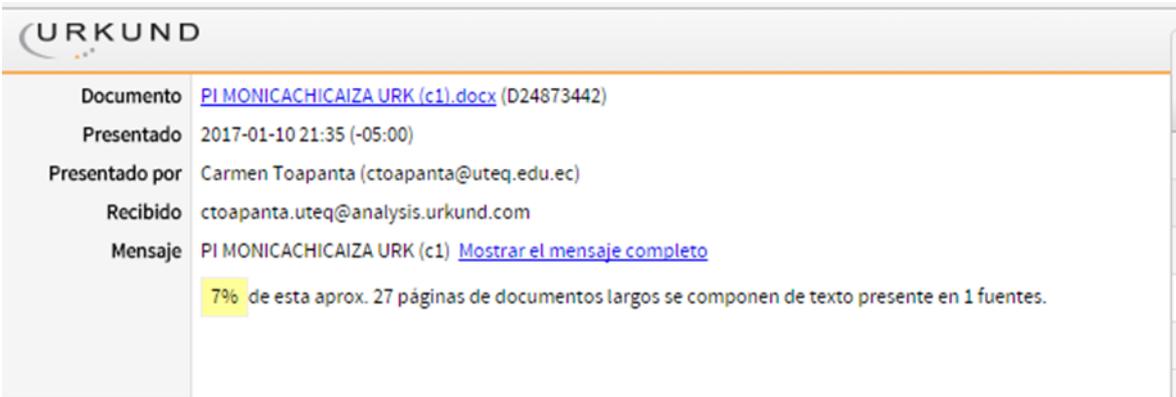
La suscrita, Ing. Carmen Lucia Toapanta, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada Mónica Gabriela Chicaiza Romero, realizó el Proyecto de Investigación de grado Titulado **“ANÁLISIS Y DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB PARA PROMOCIONAR LAS HUECAS DE COMIDAS DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTÓN DE QUEVEDO AÑO 2016.”** previo a la obtención del título de Ingeniera en Diseño Gráfico y Multimedia”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Msc. Carmen Lucia Toapanta.

DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO

En calidad de Directora del Trabajo de investigación titulado: “ANÁLISIS Y DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB PARA PROMOCIONAR LAS HUECAS DE COMIDAS DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTÓN DE QUEVEDO AÑO 2016.” me permito manifestar a usted y por intermedio del Consejo Directivo lo siguiente: Que, la Sra. MÓNICA GABRIELA CHICAIZA ROMERO, estudiante de la carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico y Multimedia, ha cumplido con las correcciones pertinentes e ingresado su trabajo de investigación a la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académico (URKUND), tengo bien certificar la siguiente información sobre el informe del sistema reflejando un porcentaje del 7%, como se observa en la figura siguiente:



| URKUND | |
|----------------|---|
| Documento | PI MONICACHICAIZA URK (c1).docx (D24873442) |
| Presentado | 2017-01-10 21:35 (-05:00) |
| Presentado por | Carmen Toapanta (ctoapanta@uteq.edu.ec) |
| Recibido | ctoapanta.uteq@analysis.urkund.com |
| Mensaje | PI MONICACHICAIZA URK (c1) Mostrar el mensaje completo |
| | 7% de esta aprox. 27 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 1 fuentes. |

Ing. Carmen Lucia Toapanta Toapanta M.Sc.

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
ESCUELA DE INFORMÁTICA
CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA
CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR TRIBUNAL DE
SUSTENTACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“ANÁLISIS Y DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB PARA PROMOCIONAR LAS HUECAS DE COMIDAS DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTÓN DE QUEVEDO AÑO 2016.”

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Diseño Gráfico y Multimedia.

Aprobado por:

Ing. Celsa Celinda Cansing Cholota M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Andrea Raquel Zúñiga Paredes M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Jaime Gonzalo Espinoza Cercado, MBA.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2017

AGRADECIMIENTO

A Dios, por mostrarme el camino correcto y guiarme en el transcurso de mi vida estudiantil, por mostrarme puertas abiertas donde yo pensé que estaban cerradas, por brindarme oportunidades de trabajo, coordinadas junto con mi horario de clases, gracias.

A mi madre Abigail Romero y en especial a mi hermana Jacqueline Chicaiza y toda mi familia, por brindarme todo su apoyo, esfuerzo incondicional para poder alcanzar los logros académicos y por estar siempre cuando más las necesite.

A mi esposo, mi amigo incondicional, que siempre ha estado brindándome su apoyo e incentivándome para que este sueño sea realizado, mi complemento perfecto, gracias.

A mi angelito que viene en camino ya que durante el desarrollo de el proyecto me ha ayudado muchísimo, Te amo bebe.

A todos los docentes que compartieron sus conocimientos en cada una de las clases, en especial a mi tutora la Ing. Carmen Toapanta por su guía para poder culminar el proyecto.

DEDICATORIA

A Dios porque él es mi luz y mi fuerza, quien me ayuda a romper barreras y continuar día a día a pesar de la adversidad que este en el camino.

A mis padres Abigail, José y hermanas que siempre estuvieron apoyándome cuando más los necesitaba.

A mi esposo Ronald por su amistad, amor incondicional y por estar siempre a mí lado animándome.

Mi angelito por ser mi complemento de vida, y motivación para realizar este sueño.

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

En la investigación se realizó, una aplicación web dirigida a los negocios de comida o mejor conocidos como huecas o agachaditos del Cantón Quevedo. Con la finalidad que ellos también estén promocionando sus servicios en internet y que la falta de conocimiento en cuanto a publicidad en medios online no sea limitante. Además se espera que con la implementación de la aplicación web por parte del departamento de turismo los negocios aumenten el número de clientes y se dinamice aún más el turismo en el Cantón Quevedo. Para la investigación del proyecto se utilizó las técnicas de recolección de datos conocidas como son la entrevista y la encuesta, se detectó cuáles son las principales huecas de comida. Para el desarrollo del software se trabajó con la metodología ágil Scrum. Se creó un Isologo¹ que identifique a la aplicación web y sus huecas. Además se utilizó el programa de edición de imágenes Adobe Photoshop para tratar y retocar las imágenes de los platos de las huecas. En Quevedo existe un gran número de huecas que tienen muchos años de experiencia y ya están establecidos en el mercado, pero carecen de una correcta publicidad porque muchos de ellos no cuentan con un rotulo que los identifique entre la competencia más bien se identifican por ser los únicos que expenden esa variedad de platos. Por tanto la metodología Scrum se la aprovecha al máximo cuando se trabaja en grupos de personas mayores a cinco porque la carga de trabajo se comparte entre el equipo, al igual que trabaje una persona la carga es mayor, pero con Scrum el rendimiento del trabajo es mejor.

Palabras Claves: Aplicación web, Usabilidad, Isologo,.

¹ Isologo: Representación gráfica de una identidad, está compuesto por imagen, texto en una sola sin separarse.

ABSTRACT AND KEYWORDS

In this research has been done, a web application addressed to the business of food or better known as hollow or agachaditos Cantón Quevedo. With the purpose that they are promoting their services on the internet and that lack of knowledge in regard to advertising in online media is not limiting. Furthermore, it is expected that with the implementation of the web application on the part of the department of tourism businesses increase the number of customers and streamline further the tourism in the Canton Quevedo. For the research project used data collection techniques known as are the interview and survey, which was detected are the main hollow food. For the development of the software will work with the Agile Scrum methodology. A Isologo that identifies the web application and its hollow. In addition to used the image editing program Adobe Photoshop to try and touch up the images of the dishes of the hollow.

In Quevedo there are a large number of hollow that have many years of experience and are already established in the market, but lack a proper advertising because many of them do not have a label identifying them from the competition rather are identified by being the only ones who expend such a variety of dishes. Therefore the methodology Scrum is the make the most when working in groups of older people to five because the workload is shared between the team, as well as to work a person the load is greater with Scrum, but the performance of the work is better.

Key words: web Application, Usabilidad, Isologo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|------|
| PORTADA | I |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS | I |
| CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN..... | III |
| CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO | IV |
| CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN..... | V |
| AGRADECIMIENTO | VI |
| DEDICATORIA..... | VII |
| RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES | VIII |
| ABSTRACT AND KEYWORDS | IX |
| CÓDIGO DUBLÍN | XVII |
| | |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| | |
| CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN..... | 3 |
| 1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 4 |
| 1.1.1. Planteamiento del problema | 4 |
| 1.1.2. Formulación del problema..... | 5 |
| 1.1.3. Sistematización del problema..... | 5 |
| 1.2. OBJETIVOS..... | 5 |
| 1.2.1. Objetivo General..... | 5 |
| 1.2.2. Objetivos Específicos | 5 |
| 1.3. JUSTIFICACIÓN..... | 6 |
| | |
| CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 7 |
| 2.1. MARCO CONCEPTUAL | 8 |
| 2.1.1. Historia de la gastronomía Ecuatoriana..... | 8 |
| 2.1.2. Reseña Histórica de Quevedo..... | 10 |
| 2.1.3. ¿Qué es la gastronomía?..... | 12 |
| 2.1.4. La Gastronomía en el Turismo de Quevedo..... | 12 |
| 2.1.5. Productos utilizados en la gastronomía Quevedeña | 12 |

| | |
|---|----|
| 2.1.6. Platos Tradicionales de la Gastronomía Quevedeña | 13 |
| 2.1.7. Promoción Web | 14 |
| 2.1.8. Publicidad | 15 |
| 2.1.9. Usuario de la Red | 15 |
| 2.1.10. Clases de logos | 16 |
| 2.1.11. Aplicación web. | 18 |
| 2.1.12. El efecto de internet en la sociedad. | 22 |
| 2.1.13. Herramientas para el desarrollo multimedia..... | 22 |
| 2.1.14. Metodología de desarrollo de software a emplear | 24 |
| 2.1.15. Descripción de la metodología Scrum..... | 24 |
| 2.1.16. Resumen de la metodología Scrum | 27 |
| 2.2. MARCO REFERENCIAL | 27 |
| 2.2.1. Donde nacen los sabores del Ecuador | 27 |
| 2.2.2. Lanzamiento de la feria internacional gastronómica raíces | 27 |
| 2.2.3. El efecto de internet en la sociedad | 28 |
| 2.2.4. Diseño de Interfaces Web Responsive para Periódicos Digitales | 29 |
| 2.2.5. Análisis, diseño e implementación de un sitio web para la venta de comida rápida. | 29 |
| | |
| CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 30 |
| 3.1. LOCALIZACIÓN | 31 |
| 3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN..... | 31 |
| 3.2.1. Investigación de Campo | 31 |
| 3.2.2. Investigación Proyectiva | 32 |
| 3.2.3. Investigación Bibliográfica | 32 |
| 3.2.4. Investigación Exploratoria..... | 32 |
| 3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN..... | 33 |
| 3.3.1. Método deductivo | 33 |
| 3.4. FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN | 33 |
| 3.5. RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES | 34 |
| 3.5.1. Materiales y Equipos | 34 |
| 3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA..... | 34 |
| 3.6.1. Calculo del tamaño de muestra..... | 34 |
| 3.7. Tratamiento de los datos..... | 36 |
| 3.7.1. Desarrollo de la Aplicación Web..... | 36 |

| | |
|--|-----|
| 3.7.2. Dially Scrum Meeting del N.2..... | 51 |
| 3.7.3. Diseño de la Base de datos | 55 |
| 3.7.4. Diseño de interfaces..... | 56 |
| 3.7.5. Diseño del Mapa de Navegación | 56 |
| 3.7.6. Identidad corporativa de la aplicación de las huecas de Quevedo | 57 |
| 3.7.7. Pantallas de esquema | 58 |
| | |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 63 |
| 4.1. RESULTADOS | 64 |
| 4.1.1. Resultado del primer objetivo planteado | 64 |
| 4.1.2. Resultado del segundo objetivo planteado | 69 |
| 4.1.3. Resultado del tercer objetivo | 69 |
| 4.2. DISCUSIÓN..... | 71 |
| | |
| CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 72 |
| 5.1. CONCLUSIONES..... | 723 |
| 5.2. RECOMENDACIONES | 74 |
| | |
| CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA | 75 |
| 6.1. BIBLIOGRAFÍA | 76 |
| | |
| CAPÍTULO VII. ANEXOS..... | 79 |

ÍNDICE DE IMÁGENES

| | |
|--|----|
| imagen 1. Ejemplo De Logotipo | 16 |
| Imagen 2. Ejemplo De Imagotipo | 17 |
| Imagen 3. Ejemplo De Isologos | 17 |
| Imagen 4. Ejemplo De Isotipos | 17 |
| Imagen 5. Mapa Del Cantón Quevedo | 31 |
| Imagen 6. Base De Datos | 55 |
| Imagen 7. Interfaz Principal, Huecas Quevedeñas..... | 59 |
| Imagen 8. Interfaz Principal, Responsive..... | 59 |
| Imagen 9. Interfaz De Usuario, Bienvenidos. | 60 |
| Imagen 10. Interfaz De Las Categorías De Comida..... | 60 |
| Imagen 11. Interfaz De La Selección De Categoría. | 61 |
| Imagen 12. Interfaz De Las Huecas Según La Categoría Seleccionada..... | 61 |
| Imagen 13. Interfaz De Inicio De Sesión. | 62 |
| Imagen 14. Interfaz Del Administrador..... | 62 |
| Imagen 15. Logo 3..... | 70 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Significado del color..... | 20 |
| Tabla 2. Materiales y equipos..... | 34 |
| Tabla 3. Entrevista 5 huecas de comidas en el evento de cuchara brava | 35 |
| Tabla 4. Product backlog | 37 |
| Tabla 5. Sprint planning meeting | 39 |
| Tabla 6. Cronograma del sprint planning meeting n.1 | 40 |
| Tabla 7. Dially scrum meeting n.1..... | 43 |
| Tabla 8. Dially scrum meeting n.2..... | 44 |
| Tabla 9. Dially scrum meeting n.3..... | 45 |
| Tabla 10. Dially scrum meeting n.4..... | 46 |
| Tabla 11. Sprint planning meeting n.2 | 47 |
| Tabla 12. Cronograma del sprint planning meeting n.2 | 48 |
| Tabla 13. Dially scrum meeting n. 1..... | 51 |
| Tabla 14. Dially scrum meeting n.2..... | 52 |
| Tabla 15. Dially scrum meeting n.3..... | 53 |
| Tabla 16. Dially scrum meeting n.4..... | 54 |
| Tabla 17. Resultado del primer objetivo | 64 |
| Tabla 18. Frecuencia vía privilegiada (p1)..... | 65 |
| Tabla 19. Frecuencia de huecas (p2) | 66 |
| Tabla 20. Frecuencia costumbres (p3)..... | 67 |
| Tabla 21. Frecuencia de comida (p4) | 68 |
| Tabla 22. Frecuencia logos (p1) | 69 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Límites del cantón de quevedo..... | 11 |
| Figura 2. Actividades del scrum..... | 25 |
| Figura 3. Microciclo cascada sugerido en cada sprint..... | 26 |
| Figura 4. Mapa de navegación del sitio web | 56 |
| Figura 5. Colores del logo de huecas quevedeñas. | 57 |
| Figura 6. Pregunta 1 (encuesta) | 65 |
| Figura 7. Pregunta 2 (encuesta) | 66 |
| Figura 8. Pregunta 3 (encuesta) | 67 |
| Figura 9. Resultado de la encuesta, pregunta 4 (huecas populares) | 68 |
| Figura 10. Pregunta 1 del segundo objetivo | 69 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|----|
| Anexo 1. Entrevista a 5 huecas del festival de cuchara brava, en el cantón quevedo. | 80 |
| Anexo 2. Encuesta para determinar, las huecas populares. | 81 |
| Anexo 3. Entrevista al departamento de turismo..... | 83 |
| Anexo 4. Encuesta ¿que logo usar para la aplicación web? | 84 |
| Anexo 5. Entrevista sr. Jair medina del departamento de turismo | 85 |
| Anexo 6. Realizando encuestas | 85 |

CÓDIGO DUBLÍN

| | | | |
|----------------------------------|--|-------------|------------------|
| Título: | ANÁLISIS Y DISEÑO DE UNA APLICACIÓN WEB PARA PROMOCIONAR LAS HUECAS DE COMIDAS DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTÓN DE QUEVEDO AÑO 2016. | | |
| Autor: | Mónica Chicaiza Romero | | |
| Palabras Claves: | Huecas Quevedeñas | Agachaditos | Huecas de Comida |
| Fecha de publicación: | 20 de diciembre del 2016 | | |
| Editorial: | Quevedo: UTEQ, 2016 | | |
| Resumen: (hasta 300 palabras) | <p>En la investigación se realizó, una aplicación web dirigida a los negocios de comida o mejor conocidos como huecas o agachaditos del Cantón Quevedo. Con la finalidad que ellos también estén promocionando sus servicios en internet y que la falta de conocimiento en cuanto a publicidad en medios online no sea limitante. Además se espera que con la implementación de la aplicación web por parte del departamento de turismo los negocios aumenten el número de clientes y se dinamice aún más el turismo en el Cantón Quevedo.</p> <p>In this investigation it has been realized, a web application directed the business of food or better known as pansies or agachaditos of the Canton Quevedo. With the purpose that they also are promoting his services in Internet and that the lack of knowledge as for advertising in means online is not bounding. In addition it hopes that with the implementation of the web application on the part of the department of tourism the business increase the number of clients and Quevedo stirs the tourism into action furthermore in the Canton.</p> <p>Palabras Claves: web Application, Usabilidad, Isologo.</p> | | |
| Descripción: | 99: dimensiones, 29 x 21 cm | | |
| URI: | | | |

INTRODUCCIÓN

La aparición de la agricultura en la prehistoria fue un cambio significativo para el ser humano, dominaron el fuego y cocinaron los alimentos, con el paso del tiempo establecieron culturas, religiones y economía que derivaron la diversidad actual de la gastronomía de cada país en el mundo.²

En Ecuador existe una gran variedad de oferta gastronómica con diversidad de platos originales con sus costumbres y tradiciones diferentes. En cada región del Ecuador hay platos característicos, dependiendo de la ciudad en la cual se localice, están elaborados con una fusión de ingredientes propios de cada zona para deleitar el paladar de las personas que desean probar nuevas combinaciones de gustos y sabores.

Quevedo geográficamente está ubicada en el paso obligado de importantes vías que convergen hacia otras ciudades del país. [1] El hecho hace que Quevedo centro agrícola del Ecuador sea obligatoriamente una ciudad de paso por donde diariamente circulan miles de personas y vehículos. La ventaja de estar ubicada en una zona estratégica se debe aprovechar para mostrar a los visitantes la gran variedad gastronómica que posee el hermoso Cantón de la Provincia de los Ríos.

La presente investigación nace con la necesidad de incentivar a la ciudadanía a conocer las huecas de pequeños negocios de comida, para desarrollar mejor la economía de los propietarios de dichas huecas siguiendo el lineamiento del Plan Nacional Del Buen Vivir tomando el cuarto objetivo que plantea “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”³

Cuando se llega por primera vez a una ciudad se dificulta localizar un lugar para ir a comer y es normal que esto suceda. La presente investigación propone analizar y diseñar una

² Mil cocinas en una: La mesa del tercer milenio. España: 2012. ISBN: 9788403512825

Disponible en: https://books.google.com.ec/books?id=dBaGZbEIV_cC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

³ SENPLADES. Plan nacional del buen vivir 2013 <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-8.-consolidar-el-sistema-economico-social-y-solidario-de-forma-sostenible>

aplicación web que permita a los pequeños negocios informales de comidas, promocionar sus diversos platos.

Los pequeños negocios de comidas (huecas) no disponen de un presupuesto destinado exclusivamente para la promoción y/o publicidad, muchos en su mayoría apenas tienen un pequeño letrero que los identifica y otros no tienen nada, para el efecto se plantea el uso de una herramienta tecnológica que facilite a propios y extraños localizar uno de estos negocios o huecas de comida.

Considerando que el acceso a internet tiene cada vez mayor número de usuarios, se pretende utilizar el beneficio para cualquier persona que busque online lugares de comida dentro del Cantón Quevedo; por consiguiente se manipuló un conjunto de herramientas de software de diseño y desarrollo web que actualmente son muy utilizadas para los nuevos modelos de negocios en internet.

La investigación realizada es de tipo exploratorio, experimental donde se indagó por primera vez, identificando la problemática y registrando los resultados con el fin de contribuir con ideas que garanticen confiabilidad dando una mejor economía en cada una de estas huecas, pequeños negocios con grandes empresarios.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de Investigación

1.1.1. Planteamiento del problema

Ecuador país multiétnico y multicultural conocido por su gran variedad de frutas, legumbres, carnes, mariscos, con una mezcla antigua de productos indígenas. La gastronomía de Ecuador es rica, abundante y llena de sabor; además de variedad. [2] En Ecuador hay diferentes tradiciones, costumbres, es por esto que la comida Ecuatoriana es muy extensa en su riqueza, reconocida por tener una preparación peculiar dando así platos populares, que los ciudadanos buscan en sus ciudades para poder complacer su paladar.

La carencia de fuente de empleos incentiva el crecimiento de pequeños negocios informales dentro del país. En el Cantón Quevedo hay variedad de gastronomía ecuatoriana donde la mayoría de negocios pequeños de comidas (Huecas) son desarrollados familiarmente teniendo buena acogida por la ciudadanía Quevedeña por cierto tiempo. Todo negocio para posicionarse debe de contar con un mecanismo de marketing que los ayude a surgir y mantener en el mercado de consumo. Pero los pequeños negocios de comidas informales (huecas) desconocen de las estrategias de negocios o no cuentan con una economía estable para realizar campañas de marketing, muchos negocios se debilitan y desaparecen afectando la economía de familias emprendedoras.

Frecuentemente muchas personas están de paso por el Cantón Quevedo y quieren deleitar su paladar con comida buena y económica, pero no saben cómo ubicarlos, por lo tanto optan por solicitar información a quienes circulan por el lugar, información que no es de fácil interpretación causando confusión y pérdida de tiempo a los que visitan el Cantón.

Diagnóstico

La carencia de publicidad, la falta de estrategias de negocios, permite darse a conocer por los turistas y por todos los ciudadanos del Cantón Quevedo.

Pronóstico

Si continua con la falta de nuevas tácticas de negocios, de promoción, publicidad, se discontinuaran de a poco, afectando la economía de los pequeños negocios de comidas de las familias emprendedoras del Cantón.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo localizar los negocios informales de comidas más destacados del Cantón Quevedo de forma rápida y sencilla?

1.1.3. Sistematización del problema

- ¿Cómo identificar los negocios informales de comidas que sobresalen en el Cantón Quevedo?
- ¿Con que identidad visual se debe reconocer a la aplicación web de los pequeños negocios de comida?
- ¿Qué característica debe tener la aplicación web para promocionar las huecas de comidas del Cantón Quevedo?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General.

Desarrollar una aplicación web para promocionar las comidas de pequeños negocios del Cantón Quevedo.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar los pequeños negocios informales de comidas más destacados del Cantón Quevedo.
- Crear la imagen corporativa de la aplicación web de los pequeños negocios de comida del Cantón Quevedo.
- Diseñar una interfaz adaptable a dispositivos móviles, de fácil manejo que muestre información relevante de las huecas de comidas.

1.3. Justificación

La alimentación es una necesidad biológica en la humanidad, que influye en la sociedad, dando una contribución cultural a la identidad, con la fusión de diversos alimentos de distintos países del mundo. En la cocina Ecuatoriana hay variedad de platos, según las tradiciones culturales de cada región, valorando maravillosos recursos culinarios, con exquisitos platos y dejando un predominante sabor para el paladar.

El cantón Quevedo, región costa tiene diversidades de comidas costeñas, preparadas a base de productos del mar, negocios de comidas que se encuentran al paso, muchos ciudadanos conocen, algunos no saben cómo ubicar estas huecas (turistas), para disfrutar de comida costeña, deliciosa y económica, siendo así se investigó ¿Cuáles son las huecas de comidas más visitadas?, dónde acudir cuando se amerita tener información, para obtener ubicación del lugar de una forma rápida y sencilla.

Los pequeños negocios de comidas no disponen de un presupuesto destinado exclusivamente para la promoción y/o publicidad, muchos en su mayoría apenas cuentan con un pequeño letrero que los identifica y otros no cuentan con nada, para el efecto se plantea el uso de una herramienta tecnológica que facilite a propios y extraños localizar los negocios de comida. El impacto de la web es omnipotente a escala global. Negocios enteros, tecnologías y la destrucción creativa han evolucionado y surgido de la nada. [3].

El presente proyecto propone diseñar una aplicación web (Responsive) para promocionar los pequeños negocios de comidas más destacados, con información detallada, para darse a conocer, impulsando mayor rentabilidad económica, mejorando calidad de vida del propietario y satisfaciendo necesidades de los ciudadanos, fomentando consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible como esta en el objetivo ocho del SENPLADES, Plan nacional del buen vivir.⁴

⁴ SENPLADES. Plan nacional del buen vivir 2013 <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-8.-consolidar-el-sistema-economico-social-y-solidario-de-forma-sostenible>

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Historia de la gastronomía Ecuatoriana.

"Ecuador es un país de contrastes, con cuatro regiones geográficas naturales: la costa, las montañas, la selva y las increíbles islas galápagos. Ubicado en una posición geográfica única, el país posee una amplia gama de culturas y esto se ve muy claramente en su gastronomía." [4]

"Cada provincia se caracteriza por una variedad de platos y bebidas, que representa la riqueza de su tierra y la cultura de su gente. Realidad que posiciona al Ecuador como un potencial destino culinario, capaz de ofrecer una variedad de experiencias alrededor de su comida tradicional." [5]

"Precisamente la variedad de productos agrícolas y la combinación de productos traídas de otros continentes , ha hecho que los ecuatorianos tengamos el privilegio de contar con una gastronomía muy especial, por su incomparable sazón, variedad de sabores y gran cantidad de ingredientes que la convierten en una comida exótica reconocida en muchos países del mundo." [6]

Hace muchos años los pobladores cultivaron sus primeras plantas para alimentarse de ellas. Muchos cultivos domesticados en la zona andina como el tomate, la papa, el maní y el sambo, se fundieron a otras regiones de las Américas mientras otros como el maíz que fue domesticado en México llegó a los andes donde fue adoptado por los agricultores locales todo esto en tiempos prehispánicos. Igual paso con la conquista: los españoles trajeron consigo cultivos del viejo mundo como trigo caña de azúcar, haba y café ; mientras llevaron de vuelta a Europa cultivos andinos como papa , ají, tomate, y zapallo , donde llegaron a tener gran importancia. [7]

Durante todo el tiempo transcurrido ha venido ubicándose cada cultivo según al clima, suelo que pertenece, dando así un cultivo fuerte productivo y con nutrientes para el consumidor.

2.1.1.1. Gastronomía Regional

La llegada de los conquistadores fue llena de sorpresas a la cocina ecuatoriana. El aporte español a nuestra cocina fue de carácter doble: por una parte, trajo a nuestro suelo elementos, experiencias, europeos y africanos; por otra, permitió el intercambio de cosas, animales aborígenes hasta entonces de uso local y limitado. Fue así que nos llegaron cerdos, reses, ovejas, pavos, gallinas, ajos, cebollas, trigo, cebada, habas, coles, tomates, cítricos, plátanos y caña de azúcar. [8]

La diversificación de platos depende de las culturas que fueron llegando a Ecuador, impartiendo tradición, cultura en cada siglo, así se convirtió en una fusión gastronómica en sus cuatro regiones que son Costa, Sierra, Amazonia, e Insular, con sus diferentes ingredientes y sabores proporcionando un plato con técnicas culinarias e ingredientes únicos de la zona, que hacen de estos platos irremplazable y delicioso.

Ecuador país de agricultores herederos de un patrimonio agrícola que aporta al mundo sus productos, costumbres, tradiciones, riqueza natural, variedades de cultivos, gente amable, atractivo turístico que hacen del país único.

2.1.1.2. Región Costa

La comida costeña caracterizada por su variedad de platos exóticos con ingredientes tanto del río como del mar como los mariscos, con una combinación de especies culinarias típicas como los verdes, maduros, entre otros, dando variedades de platos gastronómicos

"La gastronomía de Ecuador es rica, abundante y llena de sabor; además de variedad. En ella se destacan ingredientes de gran calidad con los que elaboran platos con base de mariscos, cerdo, vaca, cordero, pavo, papas, maíz, frutas y verduras. En la cocina ecuatoriana se utilizan mucho las especias como el ají, cilantro, perejil, clavo de olor, canela entre otras. Con ellas se logra un excelente sabor en cada plato." [2]

2.1.1.3. Región Sierra

La comida de la sierra con ingredientes insuperables como la carne de cerdo, vaca, cuy, cordero, pavo, gallina y no puede faltar la papa, melloco, maíz, entre otros ingrediente indispensable para la preparación de los platos.

2.1.1.4. Región Amazónica

Por la gran multiplicidad de productos y especias, animales y frutas, la Amazonia ofrece una cultura gastronómica poco conocida por el extranjero pero muy popular entre los nativos. Las frutas exóticas del oriente ecuatoriano incluyen: arazá, cocona, borojó, chonta, entre otras. Los animales más consumidos son mono, tortuga, guanta, chontacuro (gusano de chonta), hormigas culonas, serpientes, las cuales se combinan con yuca o plátano. [9]

2.1.1.5. Región Insular

Cocina que prevalece la diversidad de ingredientes marinos por las costas del Océano Pacífico, los platos más populares de la zona son: truchas, corvinas, camarones, sopa marinera, corviches entre otros. [10]

2.1.2. Reseña Histórica de Quevedo

El 22 de septiembre de 1852 en Guayaquil se estableció que Quevedo pertenece como parroquia de Pujilí. El 6 de octubre de 1860 Gabriel García Moreno expresó que se crea a la provincia de los Ríos y Quevedo se integra al cantón Vinces. En 1861 mediante el mismo decreto Quevedo es parte de Pujilí nuevamente. El 7 de octubre de 1943 el presidente de la republica Dr. Alberto Arroyo del Rio determina a Quevedo como cantón, por su posición geográfica, por la gran actividad agropecuaria y gracias a sus pobladores idealistas que buscaban el progreso de su tierra nativa, lograron establecer la categoría a Quevedo. [11]

2.1.2.1. Origen del nombre de Quevedo

En el año 1838 José Calixto pide que hagan mediciones y planos al agrimensor Timoteo Quevedo según el profundo trabajo que se tomó Timoteo planifico un centro poblado con iglesias, escuelas parques etc. Dada a toda proyección que se efectuó de a poco los pobladores le dieron el nombre de Quevedo. Fue así su nombre de procedencia nativa.

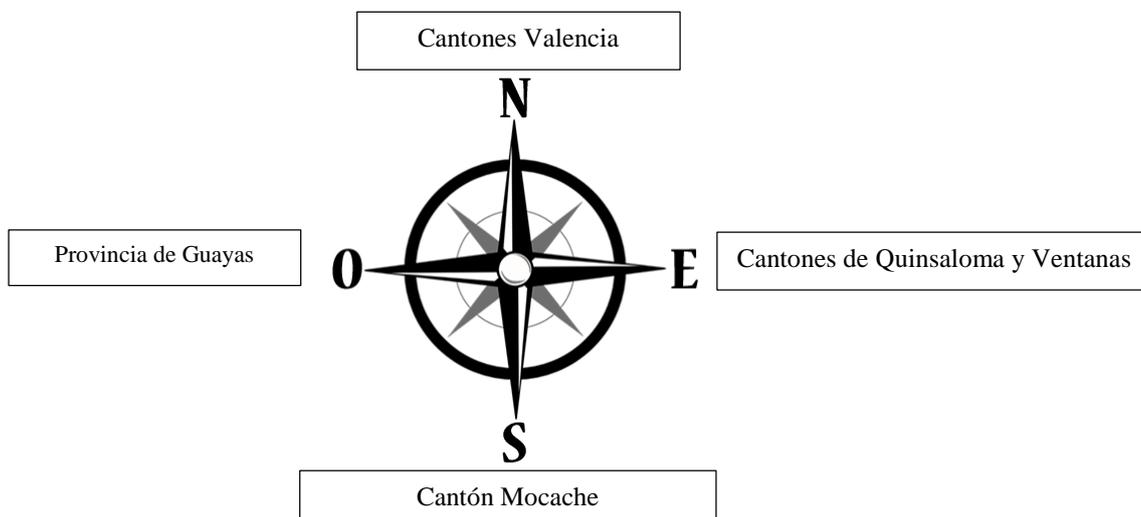
2.1.2.2. Quevedo en la actualidad

La productividad de su suelo, dio a que fuese avivadamente poblada por miles de personas dispuestos a trabajar la tierra, y el resultado del esfuerzo se ha transformado en uno de los primeros centros de actividad agrícola, bancaria y comercial en la provincia de Los Ríos. [12]

Según el censo poblacional, hay 173.575 habitantes (hombres 86.821, mujeres 86.754). [13]

Límites

Figura 1. Límites del cantón de Quevedo



Fuente: Autora de la investigación

2.1.3. ¿Qué es la gastronomía?

La gastronomía es el arte de la cocina, en base de conocimientos y habilidades con los procesos de la preparación de una buena comida. [14]

2.1.4. La Gastronomía en el Turismo de Quevedo

Antes del anillo vial en el cantón Quevedo se calculaba que pasaban 20.000 vehículos al día, dando factibilidad al proyecto del anillo vial. Según el estudio de factibilidad del Ministerio De Obras Públicas del año 2016 al 2020 se calcula que aproximadamente pasan vehículos livianos 4.26 %, buses 1.32 %, camiones 1.52 % lo cual daría un porcentaje de 7.10 % de vehículos que cubrirían la zona del anillo vial. [15]

Gracias a la proyección del tráfico asignado al proyecto del anillo vial se puede decir que actualmente el tráfico vehicular del cantón Quevedo es aproximadamente de 18.580 vehículos al día dando así un tráfico terrestre todavía medio intenso el cual proporciona turistas que buscan un lugar donde satisfacer sus necesidades básicas de alimentarse.

2.1.5. Productos utilizados en la gastronomía Quevedeña

Quevedo en la antigüedad era un pequeño pueblo donde la mayoría de las personas se dedican a la agricultura debido a que la mayor parte del mismo era un área rural donde se cultivaban productos de ciclo permanente para su alimentación y venta de los mismos como café, cacao y árboles frutales, así como de ciclo corto como; arroz, maíz, soya, frijol, yuca, maní, esto de acuerdo a las estaciones del año.

Y se mantenían con diferentes animales silvestres que podían conseguir como por ejemplo: gallina de monte, pava de monte, perdices, zaínos, venados, guantas, guatusas, pacharacos, tucanes, tortugas, armadillo, peces del rio, etc. También se utiliza mucho las especias naturales como: hierbita, hierva luisa, ají, cilantro, perejil, canela aportando un delicioso sabor a nuestros platos, comino, orégano, culantro de pozo, ajo.

El queso por su parte era el ingrediente indispensable de salsas y pasteles. Y como olvidar la tradicional bebida que toda persona consumía, como las coladas, café, los jugos de frutas y los otros tipos de bebidas como los aguardientes de caña, el canelazo, otras llamadas preparados que llevaban aderezos de frutos y productos nativos como la miel, el pájaro azul, pero en especial la chicha de maíz que se acostumbraba para festejar en los cumpleaños y fiestas en general. [16]

2.1.6. Platos Tradicionales de la Gastronomía Quevedeña

La comida oriental con la variedad de platos de la Sierra y la Costa se juntaron en el festival Cuchara Brava Quevedo, el pasado sábado 21 de noviembre del 2015, en el que participaron huecas tradicionales con más de 50 años en el mercado. En la cita se degustaron platos tradicionales como fritada, mote pillo, encanutado de bocachico envuelto en hojas de plátano, sándwich de chanco, encocado mixto y de pollo ahumado, bollo de pescado, corviches y cebiches. [17]

Comidas típicas de la gastronomía, en el cantón Quevedo que cautivan el paladar de los comensales, los cuales son: Seco de gallina, Caldo de gallina, Fritada, Sándwich de chanco, Encebollado, Ceviche de concha, Bollo de pescado, Corviches, Entre otros.

2.1.6.1. Lugares de Afluencia Alimenticia De Los Quevedeños

- **Restaurantes**

Restaurantes son restaurantes aquellas entidades que presten servicios de restauración mediante la oferta a sus clientes de carta de platos o menús a consumir, servicio por camareros, en el comedor del establecimiento, que deberá estar independizado de las restantes instalaciones. Los restaurantes se clasifican en las siguientes categorías: lujo, primera, segunda, tercera y cuarta. Los distintivos de clasificación deberán figurar además, en las facturas, de publicidad e impresos de establecimientos, siendo los siguientes: para de lujo, cinco tenedores, para los de primera categoría, cuatro tenedores; para los de segunda, tres tenedores; para los de tercera y cuarta, dos y un tenedor respectivamente. [18]

- **Cafeterías**

Son cafeterías los establecimientos que sirven interrumpidamente, durante el horario de apertura, comidas y bebidas para un refrigerio rápido y consumición en barra, mostrador o mesa en el propio local. Aquellos establecimientos que tengan sistema de autoservicio de comidas y bebidas se clasificaran en la modalidad. [19]

- **Patios de comidas**

Los patios de comida se ubican dentro de los centros comerciales que en su mayoría son las comidas rápidas de marcas reconocidas a nivel nacional e internacional, para el deleite del paladar de los ciudadanos.

- **Huecas**

Es un pequeño negocio urbano, conocido como un agachadito el cual es muy concurrido, en su mayoría se especializan en comidas típicas (comida criolla) o comida rápida (papi pollo, hot dog, hamburguesas entre otros), con un precio económico, muchos de ellos son negocios familiares y especializados en uno o tres tipos de platos en una hueca.

Muchas de las huecas no tienen un nombre comercial, apenas está escrito en un cartel lo que venden, pero aun así son huecas reconocidas por su sabor, economía o porque están ubicadas en zonas transitadas.

2.1.7. Promoción Web

Internet es otro medio promocional estratégico, y su uso tiene que ajustarse al plan de medios de marketing y comunicación integral. El proceso de cambio se manifiesta en que internet se está convirtiendo en el concentrador o integrador de las actividades de marketing.

Usar internet para promociones puede ser en extremo efectivo, puesto que permite la interactividad y la creación de imagen, que no eran posible hace diez años ni con campañas millonarias. [20]

2.1.8. Publicidad

La publicidad se requiere típicamente para ayudar a desarrollar o mantener conciencia de producto, crear la imagen de una compañía, de una marca y suministrar la información de productos que diferencia de una marca a otra. [21]

2.1.9. Diseño Publicitario

El diseño publicitario comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como; revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos,... y también el soporte el soporte para otros medios visuales, tales como la televisión o internet, a lo largo del tiempo han ido apareciendo diversos métodos y formas de comunicación, desde los grafitis, (las famosas pintadas en la pared que realizan los romanos para comunicar alguna noticia), los carteles, las primeras publicaciones de prensa(diarios) y luego las revistas. Después que ya se extendió a la televisión, la radio, internet, el móvil.

2.1.9.1. Clases de diseño publicitario

En el ámbito publicitario, que es muy amplio, destacamos como clases de diseño publicitario: Catalogos, folletos-flyers, carteles – posters, vallas publicitarias, packagin-envases – etiquetas y logotipos de empresa. [22]

2.1.9. Usuario de la Red

Es el término con el que se denomina a todos aquellos que utilizan internet, independientemente de si es para usos profesionales, personales, de ocio, etc. Son protagonistas activos, que publican, opinan, comparten, crean, se comunican, de tal manera que es difícil encontrar un municipio, por aislado que este, en el que no haya ni un usuario en el internet. [22]

2.1.10. Clases de logos

2.1.10.1. Logotipo

Logo o emblema es el octavo componente del mensaje publicitario. Simboliza la identidad de la empresa o la institución que se anuncia. El logotipo se define como el nombre institucional de una firma o producto, representado por un signo o símbolo, capaz de diferenciar, personalizar y potenciar una marca, aquella que se propone encontrar una posición dentro de un nicho de segmento y venderla. Imagen que está compuesta por conjunto de palabras o caracteres tipográficos.

Imagen 1. Ejemplo de Logotipo



Fuente: Google

2.1.10.2. Imagotipo

Los imagotipos son imágenes polisémicas estables que adoptan orientaciones y características de alta diferenciación, memorabilidad, y que permite una interpretación más allá de la lectura en sentido estricto. Los imagotipos, o formas visuales personalizadas de simbolización icónica, suelen ser representados por medio de:

- Figuras abstractas o composiciones arbitrarias carentes de significado y/o las referencias explícitas.
- Configuraciones, deformaciones o simulaciones personalizadas del logotipo, o anagramas.
- Perfiles, trazos o reproducciones cuasi-fotográficas de objetos que se señalizan un determinado producto o servicio.
- Figuras concretas, abstractas, objetos.
- Iconos o reproducciones más o menos realistas de acontecimientos fácilmente reconocibles. [23]

Imagen 2. Ejemplo de Imagotipo



2.1.10.3. Isologo

Son parecidos a los imagotipos están combinados con texto e imagen unidos en una imagen y no deben de separarse.

Imagen 3. Ejemplo de Isologos



Fuente: Google

2.1.10.4. Isotipos

Son de forma simbólica y expresan la marca sin necesidad de mencionarla de forma tipográfica o de texto están divididos en 6: Monograma, Anagrama, Sigla, Inicial, Firma, Pictograma. [24]

Imagen 4. Ejemplo de Isotipos



Fuente: Google

2.1.11. Aplicación web.

Una aplicación web (web –based application) es un tipo especial de aplicación cliente/servidor, donde tanto el cliente (el navegador, explorador o visualizador) como el servidor (el servidor web) y el protocolo mediante el que se comunican (HTTP) están estandarizados y no han de ser creados por el programador de las aplicaciones. [20]

Las aplicaciones web son aplicaciones a las que se accede mediante un navegador y están alojados en servidores dentro de una intranet o en internet. Las principales ventajas de las aplicaciones web son:

- Se pueden ejecutar desde cualquier equipo informático siempre que tenga una conexión a internet o a la intranet
- No es necesario utilizar un sistema operativo en concreto, cualquiera sirve.
- No hay que instalar ningún programa, con el navegador es suficiente.
- No hay que preocuparse del espacio ocupado por los datos, de eso se encarga el servidor.
- La información puede ser compartida simultáneamente por varias personas.
- Las aplicaciones suelen estar actualizadas en los servidores, algunas aplicaciones avisan cuando hay una aplicación disponible.
- Se realizan copias de seguridad de información almacenada en el servidor. [21]

2.1.11.1. Servidor

El termino servidor web también se puede utilizar para referirse al ordenador físico. Nos referimos al software cuando hablamos de servidor web. [21]

2.1.11.2. Cliente

Cliente es un programa con el cual interactúa el usuario para requerir al servidor web el envío de recursos que se obtiene mediante Http. [22]

2.1.11.3. Responsive

Es un elemento primordial en la actualidad, esto se debe a la gran cantidad de dispositivos que existen. Se adecua el contenido dependiendo de la navegación, ya sea desde un Pc, Tablet o un Smartphone y todo esto desde una sola página sin la necesidad de realizar más de una versión. [23]

2.1.11.4. Diseño Web

El propósito del diseño web es encontrar armonía y resultado visual interesante, alcanzando una habilidad en su trabajo, para cumplir con su función de promoción para los sitios creados. [24]

2.1.11.5. Psicología del color

Se refiere al estudio del efecto del color sobre el comportamiento humano y los sentimientos.

- La influencia del color en el comportamiento y la conducta humana puede ser observada bajo una triple acción del color.
- Impresiona al que lo percibe, por cuanto que el color que se ve, y se llama la atención.
- Tiene capacidad de expresión, cada color posee un significado propio y adquiere el valor de un símbolo, capaz por tanto de comunicar una idea. [25]

2.1.11.6. Significado de color en el marketing

Colores que desempeñan un objetivo importante con elementos visuales que llaman la atención, del consumidor.

Tabla 1. Significado del color.

| | |
|-----------------|---|
| ROJO | Rojo color caliente, representa el amor, la pasión, violencia, peligro, es muy utilizada en marcas de bebidas y alimentos. |
| NARANJA | Representa salud, energía, felicidad, creatividad. |
| AMARILLO | Representa el sol, alegría, inteligencia felicidad, llama la atención pero si se lo sobrecarga en un sitio es irritante el color. |
| VERDE | Representa naturaleza, crecimiento, armonía, frescura, abundancia, envidia. |
| AZUL | Representa, fresco, calma, responsabilidad, lealtad, confianza. |
| NEGRO | Es representado por dos lados: Positivo: Elegancia, poder, moderno, conservador Negativo: Muerte. |
| BLANCO | Representa pureza, salud, limpieza |

Fuente: El significado del color en el Marketing [26]

2.1.11.7. Elementos gráficos de la web

Los elementos gráficos introducen a la composición información visual que complementa en gran medida el mensaje que se desea transmitir, y que a veces es tan importante en el diseño como los contenidos textuales del mismo.

- a. Los iconos.-** Los íconos son elementos gráficos más usados, los cuales ofrecen al usuario una información visual correcta. Deben ser sencillos, pero con los suficientes detalles para expresar lo que se debe. Es recomendable que el ícono sea pequeño con dimensiones 10x10 píxeles.

- b. Ilustraciones.-** Las ilustraciones permiten al ilustrador dibujar libremente y adaptar con más facilidad la composición. El aporte de las ilustraciones en las páginas web es estética y de información.
- c. Logotipos.-** Los logotipos son distintivos que representan empresas, instituciones, etc, los cuales tienen como función dentro de un sitio web identificar de una manera única a la empresa.
- d. Las fotografías.-** Las fotografías son uno de los elementos más importantes dentro de un sitio web debido a sus propiedades únicas. En la web, la fotografía es el elemento compositivo de la página principal.
- e. Textos como imágenes.-** Se usan textos como gráficos para solventar las fuertes limitaciones que presenta la Web en lo que respecta a familias tipográficas. Presentando los textos como imágenes también podemos conseguir vistosos efectos imposibles de aplicar a los textos simples, como degradados, filtros, transparencias.
- f. Botones gráficos.-** Los botones gráficos son elementos exclusivos de las aplicaciones informáticas, en las que tienen básicamente la misión de capturar eventos realizados por el usuario para lanzar acciones de respuesta adecuadas.
- g. Los banners.-** Un banner es un anuncio que habitualmente se presenta en una página Web. Se suelen colocar en una página Web para anunciar una empresa producto o servicio, cobrando el propietario del sitio Web una cantidad variable por ello.
- h. Las animaciones.-** Las animaciones son un recurso cada vez más utilizado en el diseño de páginas Web. Las animaciones o películas SWF, ofrecen funcionalidades adicionales que las hacen más versátiles y operativas: trabajo con gráficos vectoriales, interactividad, posibilidad de programación mediante código script (ActionScript).
- i. Imágenes de fondo.-** Las imágenes de fondo deben ser empleadas correctamente para crear un ambiente determinado dentro de un sitio web. [27]

2.1.11.8. Html

El código HTML es un lenguaje de etiquetas, unos listados de elementos que usualmente se utilizan en pares y que pueden ser anidados (totalmente contenidos uno dentro del otro). [28]

2.1.11.9. Hoja de Estilo, CSS

Los archivos CSS son archivos comunes. Al igual que los archivos HTML, puede crearlos utilizando cualquier editor de texto como el bloc de notas de Windows. [28]

2.1.11.10. Usabilidad web

Llamamos usabilidad a la experiencia que tiene un usuario cuando interactúa con páginas web. Un sitio web al cual cuando lo llamamos “usable” es aquel que de una manera clara un usuario entiende el contenido y navega por la web de una forma cómoda y sencilla. [29]

2.1.12. El efecto de internet en la sociedad.

El internet en la sociedad es un medio muy popular e importante en la vida cotidiana del ser humano ya que con solo encender su computador, abrir el navegador y buscar la información que se necesita en ese momento, el internet te lo proporciona inmediatamente. Las personas están liadas al medio de comunicación, he aquí el efecto positivo de marketing que causa en las personas, negocios y grandes empresas, es por esto que se quiere innovar con una aplicación web promocionando información detallada de las huecas de comidas populares, negocios pequeños del cantón de Quevedo para así la sociedad se entere como ubicar estas delicias que tiene dicho cantón.

2.1.13. Herramientas para el desarrollo multimedia

2.1.13.1. Visual Studio ASP.NET

La plataforma .NET facilita un conjunto de tecnologías y herramientas que simplifican el desarrollo de aplicaciones y propone una solución para casi cualquier tipo de aplicaciones:

- Aplicaciones Windows clásicas
- Aplicaciones Web
- Servicios Windows
- Servicios Web.

Todos estos tipos de aplicaciones se pueden realizar gracias a un elemento esencial: Framework .NET. Framework se encarga, mediante numerosas capas de software superpuestas, de la integridad de la vida de una aplicación, desde el desarrollo hasta la ejecución. El Framework debe estar instalado en el sistema operativo con el cual va a interactuar. El primer sistema que permite acogerlo es Windows, pero hay otras versiones disponibles que permiten la adaptación de la plataforma .NET a sistemas tales como Linux o Unix [30]

2.1.13.2. SQL Server

Es el sistema de base de datos profesional de Microsoft. Contiene una variedad de características y herramientas que se pueden utilizar para utilizar para desarrollar y administrar bases de datos y soluciones de todo tipo basadas en ellas la figura siguiente muestra los componentes de SQL Server [31]

2.1.13.3. Adobe Photoshop

Es la aplicación líder en el campo del retoque fotográfico y del diseño gráfico. También es la opción preferida, tanto para usuarios profesionales como aficionados tanto en entornos PC como Macintosh [32]

2.1.13.4. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator es un potente programa de dibujo vectorial que ofrece numerosas herramientas para crear diseños creativos: desde un logotipo a un cartel, folleto, página Web, animaciones y, por supuesto, ilustraciones de todo tipo con pinceles, colores, degradados, texturas de motivos, envoltentes de malla tridimensional, diseño en perspectiva y galería de efectos. A su faceta creativa se une la precisión de un programa profesional con herramientas

de transformación, edición del color, tratamiento de texto y organización de la ilustración. Illustrator suplanta definitivamente a su principal competidor FreeHand y ahora, con la nueva versión CS5, se presenta como la herramienta imprescindible para diseñadores gráficos, ilustradores, creativos publicitarios y, en general, todas aquellas personas que trabajan en sectores relacionados con el diseño asistido por ordenador. [33]

2.1.13.5. JavaScript

JavaScript es el lenguaje interpretado más utilizado, principalmente en la construcción de páginas Web, con una sintaxis muy semejante a Java y a C. Pero, al contrario que Java, no se trata de un lenguaje orientado a objetos propiamente dicho, sino que éste está basado en prototipos, ya que las nuevas clases se generan clonando las clases base (prototipos) y extendiendo su funcionalidad. [34]

2.1.14. Metodología de desarrollo de software a emplear

2.1.14.1. Análisis

Se implementó la metodología Scrum para el desarrollo de la aplicación web, metodología ágil, clara y precisa que se usa para minimizar errores en la elaboración de la propuesta obteniendo mejores resultados.

2.1.14.2. Definición de la metodología SCRUM

Scrum metodología ágil proceso en el cual se aplican roles en diferentes fases para optimizar el trabajo, obteniendo mejores resultados en el desarrollo de la aplicación.

2.1.15. Descripción de la metodología Scrum

La metodología Scrum consiste en una serie de "sprints", que suelen durar de dos a cuatro semanas, cada uno Entregando un poco de trabajo, software potencialmente shippable. La carga de trabajo de cada uno de estos sprints es impulsada El backlog del producto consiste en nuevas características, correcciones de errores, deuda técnica y Cualquier otra cosa que

contribuirá a la entrega final. Un propietario del producto, con la ayuda del cliente, Prioriza la cartera de productos y trabaja en estrecha colaboración con el equipo a través de reuniones stand-up regulares y sprint Retrospectivas El aspecto iterativo de Scrum del ciclo se repite una y otra vez hasta que el proyecto está completo. [35] Actividades en desarrollo del proyecto, bajo la metodología son las siguientes:

Figura 2. Actividades del Scrum



Elaborado: Autora de la investigación

2.1.15.1. Sprint Planning Meeting

En el Sprint Planning Meeting se planifica lo que se va a realizar en el transcurso de 30 días, para desarrollar la aplicación, es el tiempo máximo para cada Sprint.

2.1.15.2. Daily Scrum Meeting (Scrum Diario)

Las Daily nos permiten controlar el avance de las actividades realizadas en donde se deberán responder las siguientes preguntas:

- ¿Qué se hizo en la reunión anterior?
- ¿Qué voy hacer en la reunión de hoy?
- ¿Qué Problemas Tuviste en la reunión anterior?

2.1.15.3. Sprint

El corazón de Scrum es el Sprint, es un bloque de tiempo (time-box) de un mes o menos durante el cual se crea un incremento de producto “Terminado”, utilizable y potencialmente desplegable. Es más conveniente si la duración de los Sprints es consistente a lo largo del

esfuerzo de desarrollo. Cada nuevo Sprint comienza inmediatamente después de la finalización del Sprint previo. [36]

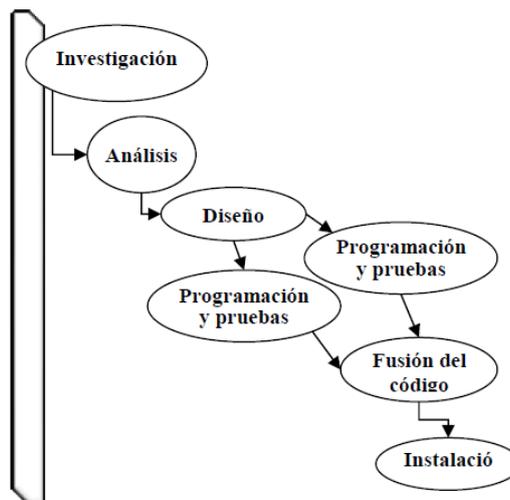
2.1.15.4. Sprint Review (Revisión de Sprint)

Reunión que se realiza el día 30 de cada Sprint, para revisar lo realizado en la iteración, analizar lo que se hizo bien y lo que se hizo mal y resumir los resultados.

2.1.15.5. Los documentos propios de Scrum que se deberán implementar son:

- **Product Backlog (Lista de Producto)**
Documento que describe los requerimientos de los clientes sobre el producto. Los requerimientos deben estar ordenados por prioridades.
- **Sprint Backlog (Lista de pendientes del sprint)**
Documento que lista las funcionalidades y tareas a realizar en la siguiente versión del software.
- **Resumen de aciertos y errores**
Breve análisis de lo que se hizo bien o mal durante un sprint y de los resultados obtenidos.

Figura 3. Microciclo cascada sugerido en cada Sprint.



Fuente: Guía de Scrum [41]

En la Figura 3. Expone las actividades de investigación análisis y diseño deber ser realizadas al mismo tiempo por todo el equipo de trabajo, mientras que la programación y pruebas se pueden realizar en forma individual o en subgrupos.

2.1.16. Resumen de la metodología Scrum

Metodología para el desarrollo de proyectos actualmente es muy utilizada gracias a su flexibilidad, adaptabilidad y productividad que permite detectar con tiempo errores en la aplicación, facilita el uso de la aplicación a medida que se desarrolla, involucrando al cliente en el proceso. A través del método se puede decir que el trabajo en equipo se ha organizado.

2.2. Marco Referencial

2.2.1. Donde nacen los sabores del Ecuador

¿En qué consiste Raíces?

Uno de los objetivos principales del proyecto es rescatar y catapultar la gastronomía ecuatoriana como una de las más diversas de América. Raíces, La Empresa Pública Municipal de Turismo y Promoción Cívica junto con las 7 escuelas de cocina de la ciudad se concentran para continuar con el plan de mejoramiento de huecas.

El programa consiste en reconocer a las huecas de la ciudad como potencial destino turístico gastronómico e impulsarlas a través de planes de capacitación en servicio al cliente, calidad e infraestructura. [37]

2.2.2. Lanzamiento de la feria internacional gastronómica raíces

El Municipio de Guayaquil dentro de su plan de desarrollo turístico ha priorizado la gastronomía, es por ello que a partir del 2014 se establecerá uno de los eventos más importantes de la ciudad. RAICES Feria Gastronómica del Ecuador, está organizada por la Dirección de Turismo de la M. I. Municipalidad de Guayaquil, Expo Guayaquil y cuenta con el apoyo de las escuelas de gastronomía de la ciudad:

- Instituto Superior Tecnológico de Arte Culinario de Guayaquil
- Instituto Superior Tecnológico Espíritu Santo
- Instituto Superior Tecnológico Sudamericano
- Universidad de Especialidades Espíritu Santo
- Universidad Estatal de Guayaquil
- Cook and Chef School
- La Escuela de los Chefs

Raíces se efectuará del 24 al 27 de julio y está fundamentada en promover y valorar nuestros productos, costumbres, cultura, tradiciones culinarias, así como también a los cocineros quienes hacen de ella nuestro patrimonio. [38]

2.2.3. El efecto de internet en la sociedad

El internet en la sociedad es un medio muy popular e importante en la vida cotidiana del ser humano ya que con solo encender su computador, abrir el navegador y buscar la información que se necesita en ese momento, te proporciona inmediatamente lo necesario.

Las personas están liadas al medio de comunicación, he aquí el efecto positivo de marketing que causa en las personas, en negocios y grandes empresas, es por esto que se quiere innovar con una aplicación web promocionando información detallada de las huecas de comidas populares, negocios pequeños del cantón de Quevedo de esa manera la sociedad Quevedeña ubique estas delicias que tiene dicho cantón.

En efecto, la investigación científica nos ha desvelado mucho acerca de la interacción entre internet y la sociedad a partir de estudios empíricos rigurosos y metódicos llevados a cabo en una gran variedad de contextos culturales e institucionales. Todo proceso de cambio tecnológico de envergadura genera una mitología propia.

En parte porque se hace uso de él antes de que los científicos hayan podido evaluar sus efectos e implicaciones, y por ello siempre existe una distancia entre el cambio social y la comprensión del mismo, ejemplo, los medios a menudo informan de que un uso intensivo de internet aumenta el riesgo de enajenación, aislamiento, depresión o distanciamiento

social. Sin embargo, los datos disponibles evidencian que, o bien no existe ninguna relación entre el uso de internet y la intensidad de la vida social, o bien ésta es positiva y de efecto acumulativo.

Observamos que, en general, las personas más sociables son las que más utilizan internet. Y cuanto más usan internet los individuos, más aumentan su sociabilidad dentro y fuera de la red, su responsabilidad cívica y la intensidad de sus relaciones con familiares y amigos. [39]

2.2.4. Diseño de Interfaces Web Responsive para Periódicos Digitales

Actualmente en la mayoría de los sitios web de los periódicos locales existe una mala experiencia de navegación, puesto que el diseño de sus sitios está basado en sus versiones impresas, mas no en las nuevas tendencias de la web y necesidades del usuario móvil, el problema se evidencia cuando el usuario accede a la información desde un dispositivo móvil, enfrentando problemas de funcionalidad, usabilidad y lectura puesto que son sitios diseñados única y exclusivamente para ordenadores de escritorio.

Motivo por el cual se enfocó la investigación al Diseño Web Responsive aplicado a periódicos web, teniendo como objetivo principal formular una metodología de diseño para lograr interfaces usables, flexibles y funcionales; es decir páginas web que muestra la interfaz adecuada según el dispositivo desde el cual se está navegando. [45]

2.2.5. Análisis, diseño e implementación de un sitio web para la venta de comida rápida.

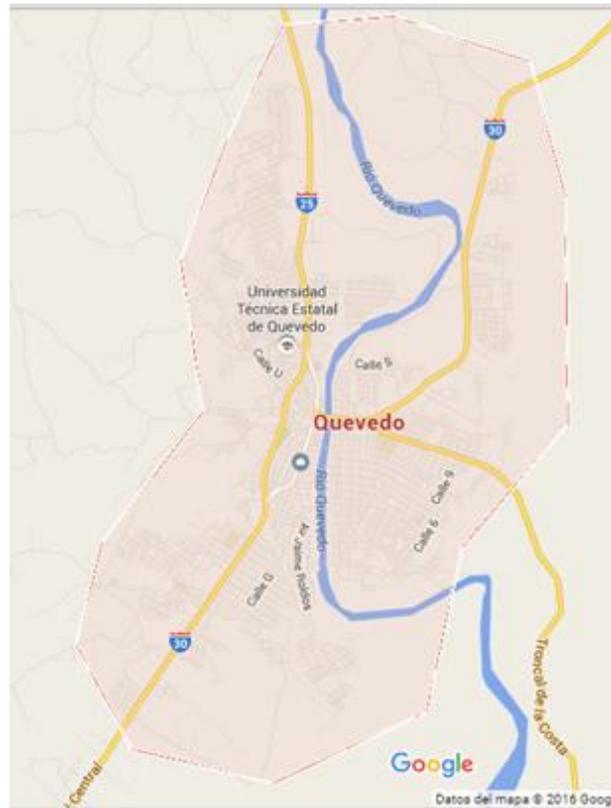
Con el constante avance tecnológico, se ve la oportunidad de cubrir la necesidad, mejorando ciertas actividades que han sido llevadas de una misma manera por años, como es la venta de comida rápida, en la implementación de la Página Web, permite consultar efectuar pedidos desde sus computadoras, proporcionando un servicio ágil y dinámico realizando un diseño web efectivo para captar la atención de los clientes. [46]

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

El proyecto de investigación ha sido desarrollado, para los pequeños negocios de comidas del cantón Quevedo la cual pertenece a la provincia de los Ríos.

Imagen 5. Mapa del Cantón Quevedo



Fuente: googlemaps.com

Elaborado: Autora de la investigación

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Investigación de Campo

El proyecto de investigación, se realizó la investigación de campo, donde se analizó, observo por medio de las encuestas y entrevistas, se obtuvo información necesaria y real, de las huecas de comidas del cantón Quevedo.

3.2.2. Investigación Proyectiva

En el presente proyecto de investigación, se analizó y diseñó una aplicación web para promocionar las huecas de comidas de pequeños negocios del Cantón de Quevedo, gracias a la información recaudada mediante entrevistas y encuestas, se solucionó problemas existentes, resultando un proyecto factible, el cual permita que los negocios pequeños de comida (huecas) sean más conocidos y tengan más acogida dando un incremento en sus ventas.

3.2.3. Investigación Bibliográfica

En la presente investigación se buscó en fuentes documentales fundamentada en libros, periódicos, revistas basados en el tema.

3.2.4. Investigación Exploratoria

El objetivo de la investigación es especificar el problema, de cómo ubicar las huecas de alguna comida que se le antoje en un momento preciso. Contribuyendo al proyecto con una buena aplicación web para que puedan ubicar estos negocios de comida y se deleiten de su buena comida.

3.2.4.1. Técnicas básicas para el desarrollo de la investigación

- **Encuestas.-** Por medio de un cuestionario de preguntas se recolecto la información clara y precisa de las huecas principales del Cantón Quevedo. (Anexo 2-4)
- **Entrevista.-** Se realizó un dialogo con preguntas específicas, a los dueños de las huecas populares (información recopilada de las entrevistas) para obtener información confiable. (Anexo 1-3)

- **Visita de Campo.-** Para lograr la investigación se visitó a las huecas populares, para darles a conocer la propuesta y así obtener información (fotos de platos, secretos, etc.) respectiva de dicho establecimiento.

3.3. Métodos de Investigación

3.3.1. Método deductivo

Es el que permite representar concepciones como la sistematización para buscar y obtener información bajo una investigación clara identificando el problema general, se conoció que no existe un sitio web, donde se puedan buscar pequeños negocios de comida buena y económica en el cantón Quevedo. Mediante un análisis deductivo se determinó solución para dicho problema.

3.4. Fuentes de recopilación de información

- **Primaria**

En la investigación se utilizó la fuente de investigación primaria identificando procesos y situaciones mediante encuestas a los ciudadanos del cantón, y a través de entrevistas a los dueños de las huecas de comidas, más populares del cantón Quevedo de una forma sencilla y eficaz para recabar información precisa.

- **Secundaria**

Información secundaria fue citada en base a libros, revistas, periódicos, páginas web las cuales dieron apertura para elaborar la investigación.

3.5. Recursos humanos y materiales

3.5.1. Materiales y Equipos

Tabla 2. Materiales y Equipos

| Hardware | Características | Software |
|--------------------------|--|---|
| 1 Computador | Procesador Intel, Memoria 6,00 GB, Sistema Operativo de 64 bits. | Windows 10 |
| 1 Impresora | Cannon | Microsoft Office 2013 |
| 1 Celular | Huawei | Familia Adobe: Adobe Photoshop CC Adobe Illustrator CC |
| 1 Cuaderno de apuntes | | Visual Studio 2012 |
| 2 Lapicero | | SQL Server 2014 |
| 1 Pendrive | Hp, 8 Gbg | Sony Vegas |
| 4 Remas de Papel | | |

Elaborado: Autora de la investigación.

3.6. Población y muestra

3.6.1. Calculo del tamaño de muestra

En la investigación se realizó una entrevista (Anexo 1.) a los dueños de 5 huecas que estuvieron en el “Festival de Cuchara Brava ubicadas, del cantón Quevedo a quienes se le pregunto ¿Cuántos clientes tiene por día? quienes manifestaron obtener un promedio de 70 a 80 clientes por día dando un total de 390 comensales visitando las huecas como indica en la Tabla 3.

Tabla 3. Entrevista 5 huecas de comidas en el evento de Cuchara Brava

| | | Estadísticos | |
|----------|-----------------|--|--|
| | | ¿Cuántos años tiene usted trabajando en el negocio de comidas como negocio informal? | ¿Cuántos clientes lo visitan en un día, en su negocio? |
| N | Válidos | 5 | 5 |
| | Perdidos | 0 | 0 |
| | Mínimo | 2 | 70 |
| | Máximo | 3 | 80 |
| | Suma | 12 | 390 |

Elaborado: Autora de la Investigación

Para establecer cuáles son las huecas principales del cantón Quevedo. La siguiente fórmula determinó lo siguiente:

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

Simbología

n: Tamaño de la muestra, es la cantidad que se quiere averiguar mediante la resolución de la fórmula.

Z: Grado de confianza

U: Universo

p: Probabilidad de fracaso (1- p)

q: Probabilidad de éxito

e: Error muestral (valor estándar 5%)

En el cantón de Quevedo se tomó los 390 comensales que visitan las 5 huecas al azar que se encuestó, siendo el valor la población, representando con un margen de error (e) de 0.05 que da 5% de error, dando el valor de (Z) de 1.96 que da un 95% de nivel de confianza de acuerdo a los valores estadísticos. Probabilidad de fracaso será la diferencia de menos 1 la probabilidad de éxito dando un total de 95%.

$$Z = 1,96 = 95\%$$

$$U = 390$$

$$p = 1 - p = 0,95 = 95\%$$

$$q = 0,05 = 5\%$$

$$e = 0,05 = 5\%$$

Reemplazando valores con la formula estadística es la siguiente:

$$n = \frac{1,96^2 * 390 * 0,95 * 0,05}{0,05^2(390 - 1) + 196^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = \frac{71,16}{1,15}$$

$$n = 61$$

La muestra obtenida es **61**, población de comensales que se encuesta, para determinar cuáles son las huecas de comidas de pequeños negocios más visitadas o populares en el cantón Quevedo.

3.7. Tratamiento de los datos

Los datos de las muestras obtenidas fueron ingresados y tabulados con el aplicativo estadístico de SPSS, el mismo que se configuró para las medias aritméticas y así determinar mediante un análisis cuales son las huecas más concurridas en el Cantón Quevedo. Adicional la herramienta proporciona gráficos para que el investigador pueda entender los resultados de una mejor manera.

3.7.1. Desarrollo de la Aplicación Web

En el proyecto de investigación una vez que se definió el Product Backlog se comenzara a realizar el desarrollo de la aplicación web para las huecas de comidas más populares del cantón Quevedo. Planificación del proyecto utilizando metodología SCRUM

3.7.1.1. Product Backlog

En la primera fase se detalla el Product Backlog (lista del producto), documento importante en el desarrollo mediante la metodología. Es donde se prioriza los requerimientos del proyecto. En cada ítem del Product Backlog se le llama funcionalidad a la cual se le llamo diferentes nombres para identificarlos y son los siguientes:

- **Prioridad:** Indica la prioridad de la funcionalidad.
- **Funcionalidad:** Descripción corta de la funcionalidad que se le va a dar a la aplicación.
- **Tarea:** Que es lo que se va a realizar.
- **Estimación del esfuerzo:** Cuantos días va a tomar realizar la función.
- **Sprint:** En que sprint se va a realizar la funcionalidad.

Tabla 4. Product Backlog

| PRIORIDAD | FUNCIONALIDAD | TAREA | ESTIMACION DEL | |
|-----------|----------------------------------|--|----------------|--------|
| | | | ESFUERZO DIAS | SPRINT |
| 1 | Boceto | Diseñar el <u>Boceto</u> de la interfaz principal y páginas enlazadas. | 1 Días | 1 |
| 2 | Imagen corporativa | Diseñar la imagen corporativa en Illustrator. | 2 Días | 1 |
| 3 | Información | Tener disponible la información de las huecas más populares del cantón Quevedo | 2 Días | 1 |
| 4 | Interfaz de la Aplicación | Interfaz gráfica de la aplicación web (estilos, responsive) | 15 Días | 1 |

| | | | | |
|---|--|---|--------|---|
| 5 | Interfaz de la Aplicación (administrador) | Diseño de la interfaz del administrador (inicio de sesión, páginas de insertar, actualizar, eliminar) | 4 Días | 2 |
| 6 | Inicio de sesión, Registro de usuarios | Programar Inicio de sesión, Registro de usuarios. Autenticación de usuarios en el sistema, | 5 Días | 2 |
| 7 | Procedimientos almacenados | Desarrollar los procedimientos almacenados necesarios para la web | 5 Días | 2 |
| 8 | Programación | Programación en asp.net y SQL server utilizando los procedimientos almacenados | 6 días | 2 |
| 9 | Información | Subir información recopilada, en la aplicación web, de las huecas de Quevedo | 2 días | 2 |

Elaborado: Autora de la investigación

Tabla 4. Se detalla cada una de las funcionalidades a cumplir en el proyecto de investigación

3.7.1.2. Sprint Planning Meeting N.1

Al inicio de cada sprint se planifica las tareas, cual va hacer el objetivo, que se van a desarrollar durante los 20 días. Esta fase sirve para administrar el tiempo y determinar lo que se quiere realizar, se detalla toda la planificación.

En la siguiente **Tabla 5** el Sprint Planning Meeting se detalla junto con su objetivo y el tema a realizarse en el sprint realizando una planificación para una correcta coordinación obteniendo una investigación clara y precisa.

Tabla 5. Sprint Planning Meeting

| Sprint Planning Meeting | | | | |
|---|--------------|--------------|-----------------|---|
| TEMA: Análisis y diseño de una aplicación web para promocionar las huecas de comidas de pequeños negocios del cantón de Quevedo. | | | | |
| OBJETIVO DEL SPRINT: Diseñar la interfaz de la aplicación web, sistema en función de la navegación, menú, enlaces, imagen corporativa, tratamiento de imágenes. | | | | |
| PLANIFICACIÓN DEL ESFUERZO En la proyección se detalla la “reunión de planificación del sprint” que se llevara a cabo. | | | | |
| PLANIFICACIÓN | | | | |
| Hora | Día 1 | Lugar | Duración | Materiales |
| 18:00 - 23:00 | Lunes | Casa | 5 Horas | • 1 Pc |
| Hora | Día 2 | Lugar | Duración | • 1 Cuaderno • 1 Lapicero • Celular • Huawei |
| 18:00 - 23:00 | Martes | Casa | 5 Horas | |
| Hora | Día 3 | Lugar | Duración | |
| 18:00 - 23:00 | Jueves | Casa | 5 Horas | |
| Hora | Día 4 | Lugar | Duración | |
| 18:00 - 23:00 | Viernes | Casa | 5 Horas | |
| Hora | Día 5 | Lugar | Duración | |
| 13:00 - 20:00 | Sábado | Casa | 7 Horas | |

Elaborado: Autora de la investigación

Tabla 6. Cronograma del Sprint Planning Meeting N.1

| CRONOGRAMA DEL SPRINT PLANNING MEETING | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------|----------|----------|----------|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| DESCRIPCION | MES DE OCTUBRE | | | | | MES DE NOVIEMBRE | | | | | | | | | | | | | | |
| | L | M | J | V | S | L | M | J | V | S | L | M | J | V | S | L | M | J | V | S |
| | 24/10/16 | 25/10/16 | 27/10/16 | 28/10/16 | 29/10/16 | 31/11/16 | 01/11/16 | 03/11/16 | 04/11/16 | 05/11/16 | 07/11/16 | 08/11/16 | 10/11/16 | 11/11/16 | 12/11/16 | 14/11/16 | 15/11/16 | 17/11/16 | 18/11/16 | 19/11/16 |
| Realizar el SPRINT PLANNING MEETING y PRODUCT BACKLOG para comenzar el desarrollo de la aplicación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseñar el <u>Boceto</u> de la interfaz principal y páginas enlazadas. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseñar el boceto de la imagen corporativa. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de estilos css responsive a la master pages en ASP.NET. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de estilos css responsive a 2 páginas enlazadas. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de estilos css | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 7. Dially Scrum Meeting N.1

Dially Scrum Meeting N.1

Objetivo: **Diseñar la interfaz de la aplicación web, sistema en función de la navegación, menú, enlaces, imagen corporativa, tratamiento de imágenes.**

Fecha inicio : **24 de octubre 2016**

Fecha final: **29 de octubre 2016**

ACTIVIDADES REALIZADAS

| Fecha | ¿Que se hizo en la reunión anterior? | ¿Qué voy hacer en la reunión de hoy? | ¿Qué Problemas Tuviste en la reunión anterior? | Horas trabajadas |
|----------|---|---|--|------------------|
| 24/10/16 | | Realizar el Sprint Planning Meeting y Product Backlog para comenzar el desarrollo de la aplicación. | | 5 |
| 25/10/16 | Realizar el Sprint Planning Meeting y Product Backlog para comenzar el desarrollo de la aplicación. | Diseñar el <u>Boceto</u> de la interfaz principal y páginas enlazadas. | Ninguno | 5 |
| 27/10/16 | Diseñar el <u>Boceto</u> de la interfaz principal y páginas enlazadas. | Diseñar el boceto de la imagen corporativa. | Ninguno | 5 |
| 28/10/16 | Diseñar el boceto de la imagen corporativa. | Desarrollo de estilos css responsive a la master pages en ASP.NET. | Ninguno | 5 |
| 29/10/16 | Desarrollo de estilos css responsive a la master pages en ASP.NET. | Desarrollo de estilos css responsive a 2 páginas enlazadas. | Ninguno | 7 |

Elaborado: Autora de la investigación

3.7.1.3. Dially Scrum Meeting N.1

El objetivo de la fase es facilitar lo programado de cada día de trabajo, donde pueden minimizar errores a futuros, se facilita la transferencia de información y compromiso del trabajo. En la fase se toma 15 minutos para monitorear las actividades anteriores y verificar que todo esté de acuerdo a lo planificado en el Sprint.

Se realizaron 4 **Dially Scrum Meeting** cada una se detalla semanal en las siguientes tablas.

Tabla 8. Dially Scrum Meeting N.2

| DIALY SCRUM MEETING N.2 | | | | |
|---|---|---|---|-------------------------|
| Objetivo: Diseñar la interfaz de la aplicación web, sistema en función de la navegación, menú, enlaces, imagen corporativa, tratamiento de imágenes. | | | | |
| Fecha inicio : 31 de octubre 2016 | | Fecha final: 05 de noviembre 2016 | | |
| ACTIVIDADES REALIZADAS | | | | |
| Fecha | ¿Que se hizo en la reunión anterior? | ¿Qué voy hacer en la reunión de hoy? | ¿Qué Problemas Tuviste en la reunión anterior? | Horas trabajadas |
| 31/11/16 | Desarrollo de estilos css responsive a 2 páginas enlazadas. | Desarrollo de estilos css responsive a las demás páginas enlazadas. | Ninguno | 5 |
| 01/11/16 | Desarrollo de estilos css responsive a las demás páginas enlazadas. | Desarrollo de slider en la página principal. | Ninguno | 5 |
| 03/11/16 | Desarrollo de slider en la página principal. | Desarrollo de estilos css responsive. | Ninguno | 5 |
| 04/11/16 | Desarrollo de estilos css responsive. | Desarrollo de estilos en el menú en la master page. | Ninguno | 5 |
| 05/11/16 | Desarrollo de estilos en el menú en la master page. | Tratamiento de 2 imágenes en Photoshop. | Ninguno | 7 |

Elaborado: Autora de la investigación

Tabla 9. Dially Scrum Meeting N.3**DIALY SCRUM MEETING N.3**

Objetivo: Diseñar la interfaz de la aplicación web, sistema en función de la navegación, menú, enlaces, imagen corporativa, tratamiento de imágenes.

Fecha inicio : **07 de noviembre 2016**

Fecha final: **12 de noviembre 2016**

ACTIVIDADES REALIZADAS

| Fecha | ¿Que se hizo en la reunión anterior? | ¿Qué voy hacer en la reunión de hoy? | ¿Qué Problemas Tuviste en la reunión anterior? | Horas trabajadas |
|----------|--|---|--|------------------|
| 07/11/16 | Tratamiento de 2 imágenes en Photoshop. | Recopilar información para sacar mi población (visitar a 5 huecas centrales en Quevedo) | Ninguno | 5 |
| 08/11/16 | Recopilar información para sacar mi población (visitar a 5 huecas centrales en Quevedo) | Realizar encuesta a la población | Ninguno | 5 |
| 10/11/16 | Realizar encuesta a la población | Se visitó huecas principales según la encuesta para recopilar información (fotos, precios, etc) | Ninguno | 5 |
| 11/11/16 | Visitar a una parte de mis huecas principales según la encuesta para recopilar información (fotos, precios, etc) | Se visitó las huecas que faltan para recopilar información (fotos, precios, etc) | Ninguno | 5 |
| 12/11/16 | Visitar a las huecas que faltan para recopilar información (fotos, precios, etc) | Tratamiento de las fotos del slider en Photoshop. | Ninguno | 7 |

Elaborado: Autora de la investigación

Tabla 10. Dially Scrum Meeting N.4

DIALY SCRUM MEETING N.4

Objetivo: Diseñar la interfaz de la aplicación web, sistema en función de la navegación, menú, enlaces, imagen corporativa, tratamiento de imágenes.

Fecha inicio : **14 de noviembre 2016** Fecha final: **18 de noviembre 2016**

ACTIVIDADES REALIZADAS

| Fecha | ¿Que se hizo en la reunión anterior? | ¿Qué voy hacer en la reunión de hoy? | ¿Qué Problemas Tuviste en la reunión anterior? | Horas trabajadas |
|--------------|--|--|---|-------------------------|
| 14/11/16 | Tratamiento de las fotos del slider en Photoshop. | Tratamiento de las fotos de las huecas de comidas en Photoshop. | Ninguno | 5 |
| 15/11/16 | Tratamiento de las fotos de las huecas de comidas en Photoshop. | Tratamiento de las fotos de los platos de las huecas en Photoshop. | Ninguno | 5 |
| 17/11/16 | Tratamiento de las fotos de los platos de las huecas en Photoshop. | Diseñar la imagen corporativa en Illustrator. | Ninguno | 5 |
| 18/11/16 | Diseñar la imagen corporativa en Illustrator. | Corregir errores en el diseño para coordinar colores. | Ninguno | 5 |
| 19/11/16 | Corregir errores en el diseño para coordinar colores. | Se verifico el diseño corregido y terminado. | Ninguno | 7 |

Elaborado: Autora de la investigación

3.7.1.4. Resumen de aciertos y errores del primer Sprint N.1

Gracias a las actividades que se realizan en la metodología se detectó errores como los colores mal combinados aplicados en la página web, errores que a tiempo se corrigieron, obteniendo un resultado del 98% positivo en el primer sprint.

3.7.1.5. Sprint Planning Meeting N.2

Tabla 11. Sprint Planning Meeting N.2

SPRINT PLANNING MEETING N.2

TEMA:

Análisis y diseño de una aplicación web para promocionar las huecas de comidas de pequeños negocios del cantón de Quevedo.

OBJETIVO DEL SPRINT:

Diseñar la interfaz del administrador de la aplicación web, base de datos, procedimientos almacenados, inicio de sesión, combinar asp.net junto con Sql Server para cargar datos en la página web y los muestre.

Elaborado: Autora de la investigación

Tabla 12. Cronograma del Sprint Planning Meeting N.2

| CRONOGRAMA DEL SPRINT PLANNING MEETING N.2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| DESCRIPCION | MES DE NOVIEMBRE | | | | | | | | | | MES DE DICIEMBRE | | | | | | | | |
| | L | M | J | V | S | L | M | J | V | S | L | M | J | V | S | L | M | J | V |
| | 21/11/16 | 22/11/16 | 24/11/16 | 25/11/16 | 26/11/16 | 28/11/16 | 29/11/16 | 01/11/16 | 02/12/16 | 03/12/16 | 05/12/16 | 06/12/16 | 08/12/16 | 09/12/16 | 10/12/16 | 12/12/16 | 13/12/16 | 15/12/16 | 16/11/16 |
| Interfaz de la aplicación del administrador. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Base de datos en Sql server | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Interfaz del inicio de sesión y programar botón (parte 1) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Interfaz del inicio de sesión y programar botón (parte 2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Interfaz de registro de usuario y programar botón (parte 1) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Interfaz de registro de usuario y programar botón (parte 2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollar procedimientos almacenados para enlazar categoría por hueca y menú. (parte 1) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollar procedimientos almacenados para | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

3.7.2. Dially Scrum Meeting del N.2

Se realizaron 4 **Dially Scrum Meeting** cada una se detalla semanal en las siguientes tablas.

Tabla 13. Dially Scrum Meeting N. 1

| DIALY SCRUM MEETING N.1 | | | | |
|--|---|---|--|------------------|
| Objetivo: Diseñar la interfaz del administrador de la aplicación web, base de datos, procedimientos almacenados, inicio de sesión, combinar asp.net junto con SQL server para cargar datos en la página web y los muestre. | | | | |
| Fecha inicio : 21 de noviembre 2016 Fecha final: 26 de noviembre 2016 | | | | |
| ACTIVIDADES REALIZADAS | | | | |
| Fecha | ¿Que se hizo en la reunión anterior? | ¿Qué voy hacer en la reunión de hoy? | ¿Qué Problemas Tuviste en la reunión anterior? | Horas trabajadas |
| 21/11/16 | Verificar el diseño corregido y terminado. | Interfaz de la aplicación del administrador. | Ninguno | 5 |
| 22/11/16 | Interfaz de la aplicación del administrador. | Base de datos en Sql server | Ninguno | 5 |
| 24/11/16 | Base de datos en Sql server | Interfaz del inicio de sesión y programar botón (parte 1) | Ninguno | 5 |
| 25/11/16 | Interfaz del inicio de sesión y programar botón (parte 1) | Interfaz del inicio de sesión y programar botón (parte 2) | Problemas momento autenticar usuarios | al 5 de |
| 26/11/16 | Interfaz del inicio de sesión y programar botón (parte 2) | Interfaz de registro de usuario y programar botón (parte 1) | Ninguno | 7 |

Elaborado: Autora de la investigación

Tabla 14. Dially Scrum Meeting N.2

| DIALY SCRUM MEETING N.2 | | | | |
|--|---|---|--|------------------|
| Objetivo: Diseñar la interfaz del administrador de la aplicación web, base de datos, procedimientos almacenados, inicio de sesión, combinar asp.net junto con SQL server para cargar datos en la página web y los muestre. | | | | |
| Fecha inicio : 28 de noviembre 2016 Fecha final: 03 de diciembre 2016 | | | | |
| ACTIVIDADES REALIZADAS | | | | |
| Fecha | ¿Que se hizo en la reunión anterior? | ¿Qué voy hacer en la reunión de hoy? | ¿Qué Problemas Tuviste en la reunión anterior? | Horas trabajadas |
| 28/11/16 | Interfaz de registro de usuario y programar botón (parte 1) | Interfaz de registro de usuario y programar botón (parte 2) | Ninguno | 5 |
| 29/11/16 | Interfaz de registro de usuario y programar botón (parte 2) | Desarrollar procedimientos almacenados para enlazar categoría por hueca y menú. (parte 1) | Ninguno | 5 |
| 01/11/16 | Desarrollar procedimientos almacenados para enlazar categoría por hueca y menú. (parte 1) | Desarrollar procedimientos almacenados para enlazar categoría por hueca y menú. (parte 2) | Al momento de enlazar dos tablas en un procedimiento | 5 |
| 02/12/16 | Desarrollar procedimientos almacenados para enlazar categoría por hueca y menú. (parte 2) | Enlazar procedimientos almacenados de categoría por hueca y menú, de Sql server y Asp.Net (parte 1) | Ninguno | 5 |
| 03/12/16 | Enlazar procedimientos almacenados de categoría por hueca y menú, de Sql server y Asp.Net (parte 1) | Enlazar procedimientos almacenados de categoría por hueca y menú, de Sql server y Asp.Net (parte 2) | Hubo problemas con el GridView a la hora de enlazar ya que no se podía dar el estilo que tenía en mi CSS | 7 |

Elaborado: Autora de la investigación

Tabla 15. Dially Scrum Meeting N.3

DIALY SCRUM MEETING N.3

Objetivo: Diseñar la interfaz del administrador de la aplicación web, base de datos, procedimientos almacenados, inicio de sesión, combinar asp.net junto con SQL server para cargar datos en la página web y los muestre.

Fecha inicio :**05 de diciembre 2016** Fecha final: **10 de diciembre 2016**

ACTIVIDADES REALIZADAS

| Fecha | ¿Que se hizo en la reunión anterior? | ¿Qué voy hacer en la reunión de hoy? | ¿Qué Problemas Tuviste en la reunión anterior? | Horas trabajadas |
|----------|---|---|---|------------------|
| 05/12/16 | Enlazar procedimientos almacenados de categoría por hueca y menú, de Sql server y Asp.Net (parte 2) | Enlazar procedimientos almacenados de categoría por hueca y menú, de Sql server y Asp.Net (parte 3) | Se cambió el GridView por un DataList ya que se le puede dar estilo | 5 |
| 06/12/16 | Enlazar procedimientos almacenados de categoría por hueca y menú, de Sql server y Asp.Net (parte 3) | Desarrollo de procedimientos almacenados (guardar, actualizar,eliminar) | Ninguno | 5 |
| 08/12/16 | Desarrollo de procedimientos almacenados (guardar, actualizar,eliminar) | Botón editar, guardar, eliminar de categoría en asp.net con el procedimiento almacenado. (parte1) | Ninguno | 5 |
| 09/12/16 | Botón editar, guardar, eliminar de categoría en asp.net con el procedimiento almacenado. (parte1) | Botón editar, guardar, eliminar de categoría en asp.net con el procedimiento almacenado.(parte 2) | Ninguno | 5 |
| 10/12/16 | Botón editar, guardar, eliminar de categoría en asp.net con el procedimiento almacenado.(parte 2) | Botón editar, guardar, eliminar de hueca en asp.net con el procedimiento almacenado.(parte1) | Ninguno | 7 |

Elaborado: Autora de la investigación

Tabla 16. Dialy Scrum Meeting N.4

DIALY SCRUM MEETING N.4

Objetivo: Diseñar la interfaz del administrador de la aplicación web, base de datos, procedimientos almacenados, inicio de sesión, combinar asp.net junto con SQL server para cargar datos en la página web y los muestre.

Fecha inicio :**12 de diciembre 2016** Fecha final: **16 de diciembre 2016**

ACTIVIDADES REALIZADAS

| Fecha | ¿Que se hizo en la reunión anterior? | ¿Qué voy hacer en la reunión de hoy? | ¿Qué Problemas Tuviste en la reunión anterior? | Horas trabajadas |
|----------|--|--|--|------------------|
| 12/12/16 | Botón editar, guardar, eliminar de hueca en asp.net con el procedimiento almacenado.(parte1) | Botón editar, guardar, eliminar el menú de las comidas en asp.net con el procedimiento almacenado.(parte2) | Ninguno | 5 |
| 13/12/16 | Botón editar, guardar, eliminar el menú de las comidas en asp.net con el procedimiento almacenado.(parte2) | Botón editar, guardar, eliminar el menú de las comidas en asp.net con el procedimiento almacenado | Ninguno | 5 |
| 15/12/16 | Botón editar, guardar, eliminar el menú de las comidas en asp.net con el procedimiento almacenado | Se subió información recolectada de las encuestas desde el administrador a la aplicación web | Ninguno | 5 |
| 16/12/16 | Subir información recolectada de las encuestas desde el administrador a la aplicación web | Corregir errores | Ninguno | 5 |

Elaborado: Autora de la investigación

3.7.2.1. Resumen de aciertos y errores del segundo SPRINT

Gracias a las actividades que se realizan en la metodología se detectó errores, como por ejemplo en ASP.NET el GridView que ya se había realizado en enlace con la base de datos se tuvo que cambiar por un Datalist para darle estilo y se vea mejor el diseño, así se fueron corrigiendo más errores en el transcurso, que avanzaba los Daily Scrum Meeting, y como resultado tenemos el 95% positivo en el segundo sprint.

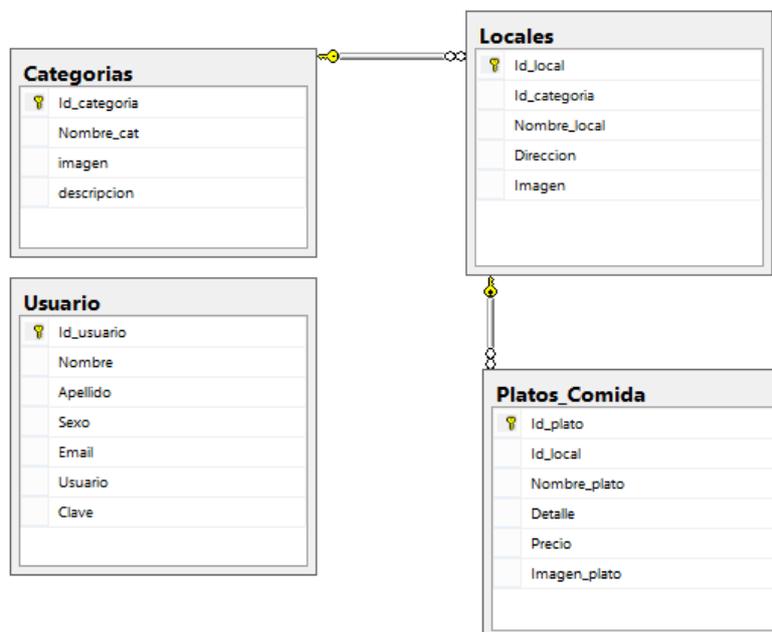
3.7.2.2. Selección de herramientas para desarrollo de la aplicación

Se eligió Asp.Net es un framework que se usa para desarrollar aplicaciones web dinámicas y para almacenar la base de datos se utilizó SQL Server.

3.7.3. Diseño de la Base de datos

Para el proyecto de investigación tenemos la siguiente base de datos.

Imagen 6. Base de Datos



Elaborado: Autora de la investigación

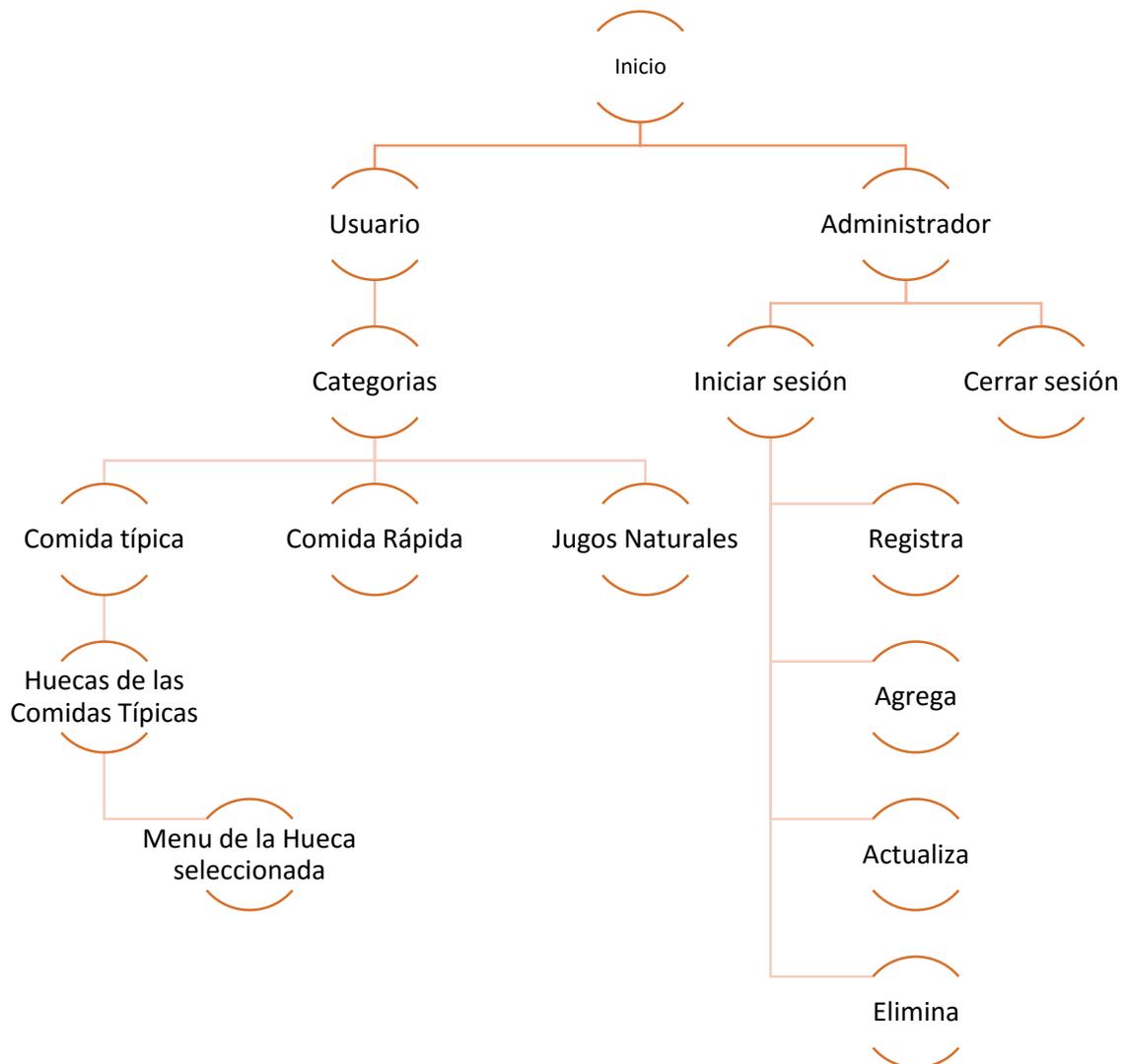
3.7.4. Diseño de interfaces

3.7.4.1. Colores implementados

Los colores empleados en la aplicación web son naranja, blanco, negro, amarillo, colores que expresan modernidad, alegría dirigidos a captar la atención, al espectador de la aplicación web.

3.7.5. Diseño del Mapa de Navegación

Figura 4. Mapa de navegación del sitio web



Elaborado: Autora de la investigación

3.7.6. Identidad corporativa de la aplicación de las huecas de Quevedo

El isologo que representa a la aplicación web se realizó en Adobe Illustrator Cs5 con colores representativos.

3.7.6.1. Uso y representación del isologo



Isologo a color



Isologo a escala de grises

3.7.6.1.2. Los colores

Figura 5. Colores del logo de Huecas Quevedeñas.



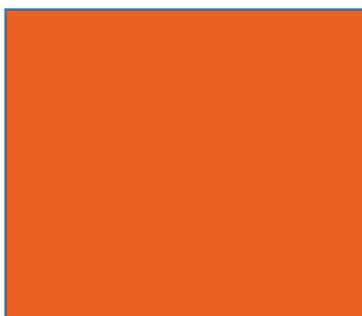
RGB
R: 255
G: 255
B: 0

CMYK
C: 14%
M: 0
Y: 94%
K: 0



RGB
R: 66
G: 38
B: 19

CMYK
C: 62%
M: 89
Y: 95%
K: 53%



RGB
R: 235
G: 96
B: 35

CMYK
C: 0%
M: 82
Y: 86%
K: 0



RGB
R: 227
G: 7
B: 20

CMYK
C: 0
M: 97%
Y: 87%
K: 0

Elaborado: Autora de la investigación.

3.7.6.1.3. La tipografía

La tipografía que se utiliza en el isologo de la aplicación web de los pequeños negocios del Cantón Quevedo es más persuasiva para el público consumidor, elegante y sencillo.

MachineScript



3.7.7. Pantallas de esquema

3.7.7.1. Interfaz de Inicio

Interfaz que se muestra al ingresar a la aplicación web en la que se destacó el color del isologo por su color llamativo naranja, con un poco negro moderno sencillo contiene un menú con cuatro literales que son inicio página principal, bienvenida pequeña introducción de que se trata la página, y huecas donde se van a encontrar las huecas por categoría.

Imagen 7. Interfaz principal, Huecas Quevedeñas.



Elaborado: Autora de la investigación

Imagen 8. Interfaz principal, Responsive.



Elaborado: Autora de la investigación

Imagen 9. Interfaz de Usuario, Bienvenidos.



Elaborado: Autora de la investigación

3.7.7.2. Interfaz de categorías de las huecas

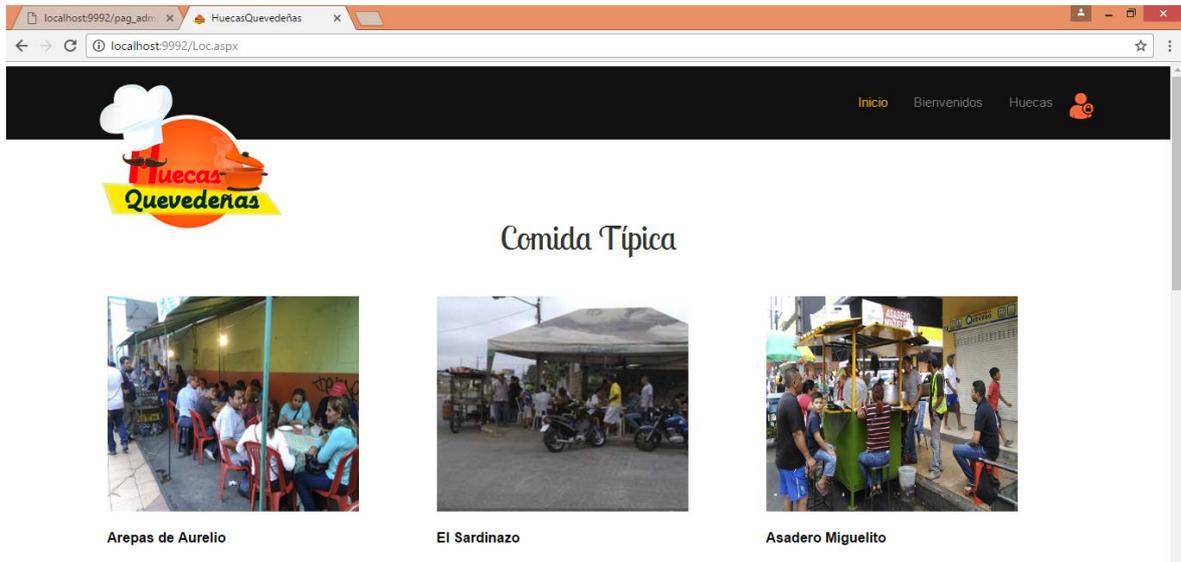
Aquí se se selecciona la categoria de la hueca que desea para ver que negocios de comidas se encuentran dentro de cada categoria.

Imagen 10. Interfaz de las Categorías de comida



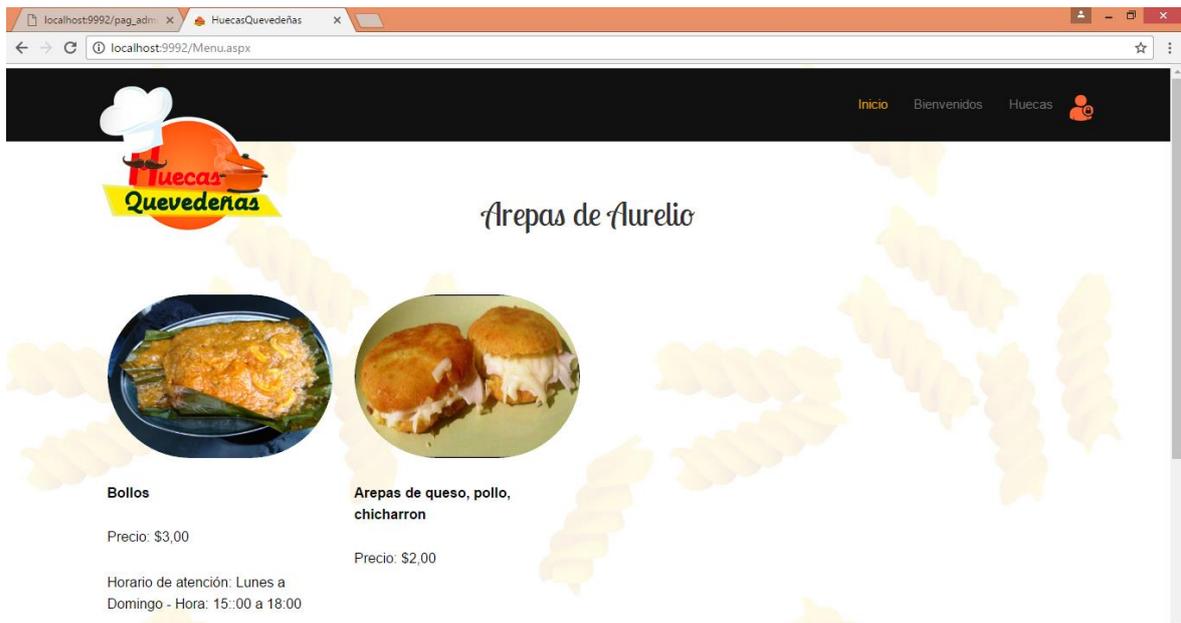
Elaborado: Autora de la investigación

Imagen 11. Interfaz de la selección de categoría.



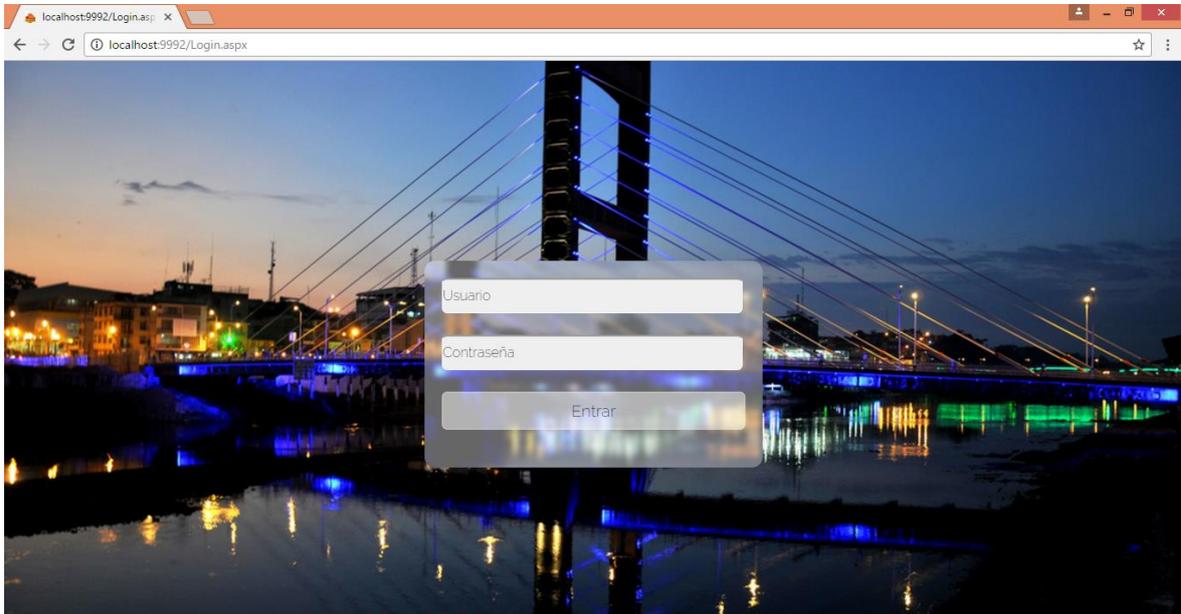
Elaborado: Autora de la investigación

Imagen 12. Interfaz de las huecas según la categoría seleccionada



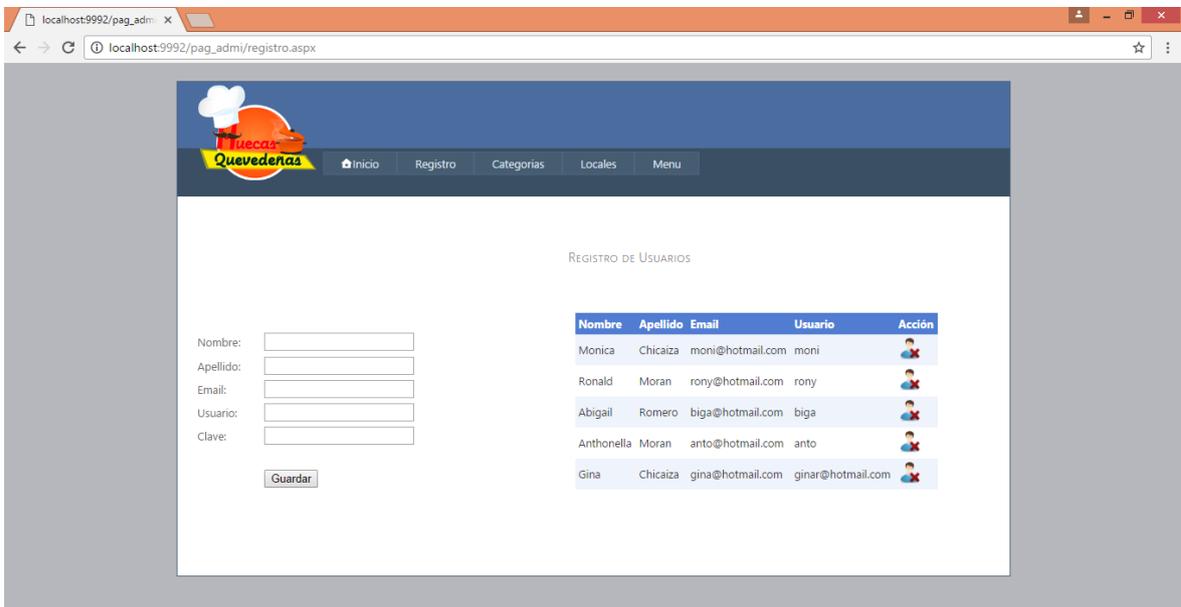
Elaborado: Autora de la investigación

Imagen 13. Interfaz de Inicio de Sesión.



Elaborado: Autora de la investigación

Imagen 14. Interfaz del Administrador.



Elaborado: Autora de la investigación.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Resultado del primer objetivo planteado

Se escogió 5 huecas que estuvieron en el “Festival de Cuchara Brava”⁵ evento realizado el 18 diciembre del 2016, en el Malecón del Cantón Quevedo, entrevista (Anexo 1) que sirvió para establecer cuántos comensales lo visitan en el día, determinando la muestra de la población.

Tabla 17. Resultado del primer objetivo

| | | Estadísticos | |
|----------|-----------------|--|--|
| | | ¿Cuántos años tiene usted trabajando en el negocio de comidas como negocio informal? | ¿Cuántos clientes lo visitan en un día, en su negocio? |
| N | Válidos | 5 | 5 |
| | Perdidos | 0 | 0 |
| | Mínimo | 2 | 70 |
| | Máximo | 3 | 80 |
| | Suma | 12 | 390 |

Fuente: Autora de la investigación

Como primer resultado en base a la recopilación de datos, se obtuvo de acuerdo a las entrevistas y encuestas realizadas, información primordial para la cual se determinó cuáles son las huecas de comidas más destacadas en el cantón Quevedo.

Para el resultado se realizó una encuesta a 61 personas del cantón Quevedo:

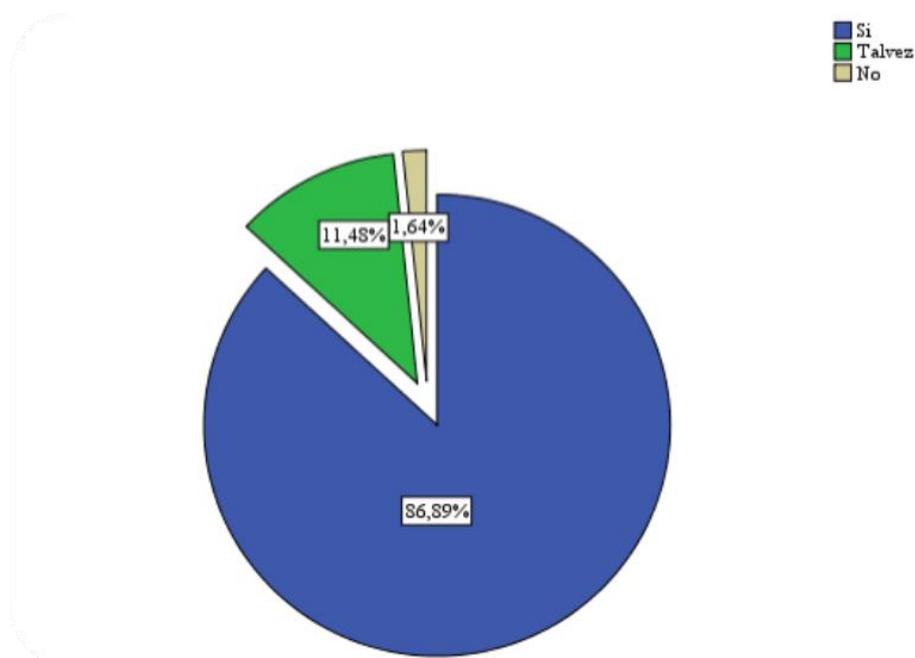
⁵ Evento de huecas tradicionales con más de 50 años en el mercado formando parte de la gastronomía de Quevedo. <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/10/28/nota/5877310/festival-cuchara-brava-se-realiza-quevedo>

¿Considera usted que el Cantón Quevedo está ubicada en una vía privilegiada con intenso tráfico terrestre y por ende es visitada?

Tabla 18. Frecuencia vía privilegiada (P1)

| | Frecuencia | % |
|----------------|------------|-------|
| Si | 53 | 86,89 |
| Tal vez | 7 | 11,48 |
| No | 1 | 1,6 |

Figura 6. Pregunta 1 (Encuesta)



Elaborado: Autora de la investigación.

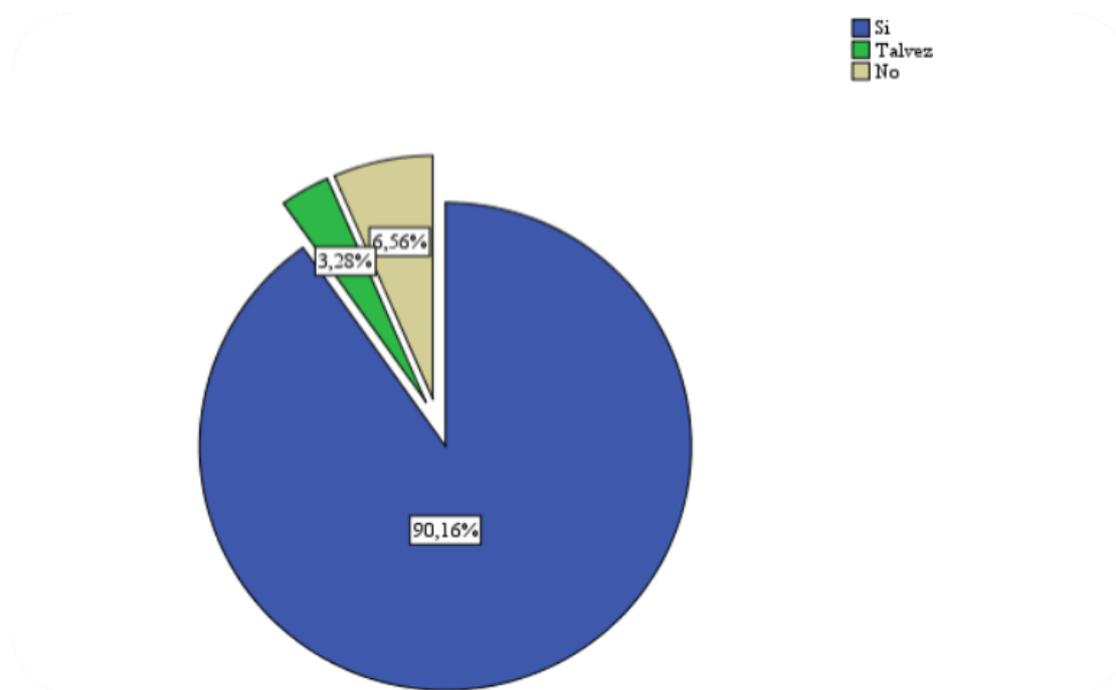
Análisis: El 1.64% no sabe, 11,48% piensa que tal vez está ubicado en el cantón Quevedo, pero el 86,89% estuvo de acuerdo que Quevedo es una vía privilegiada con intenso tráfico terrestre, cantón visitado por turistas, personas que buscan un lugar donde comer rápido y económico para continuar su recorrido.

¿Usted sabe que son huecas o agachaditos?

Tabla 19. Frecuencia de huecas (P2)

| | Frecuencia | % |
|---------|------------|-------|
| Si | 55 | 90,16 |
| Tal vez | 2 | 3,28 |
| No | 4 | 6,56 |

Figura 7. Pregunta 2 (Encuesta)



Elaborado: Autora de la investigación.

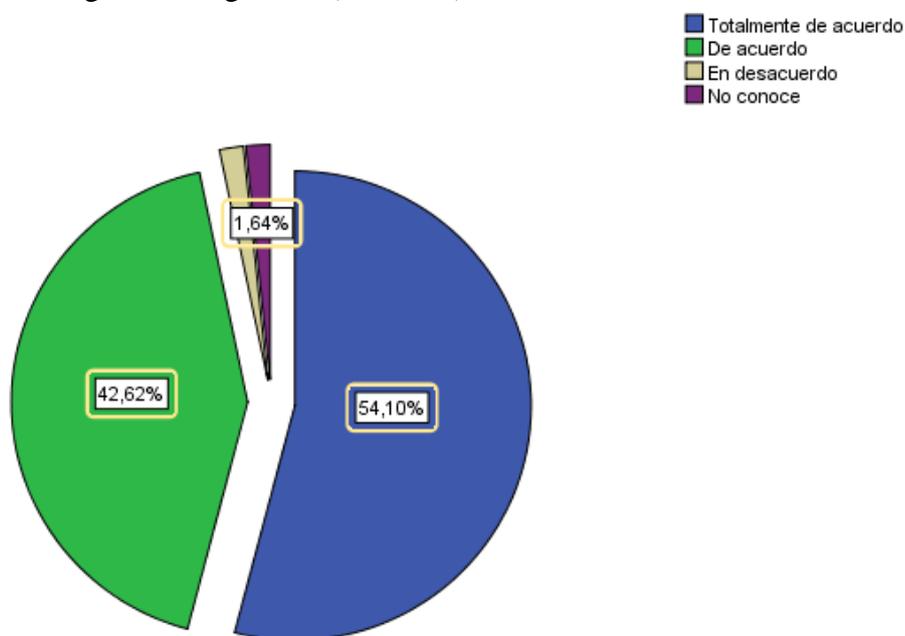
Análisis: El 3,28 % dice que tal vez, el 6,56% dice que no conoce el significado, pero 90,16% saben que es una hueca o agachadito, pregunta que se determinó para saber si los encuestados tenían noción de lo que se les estaba preguntando.

¿Usted está de acuerdo que las huecas ayudan a mantener costumbres gastronómicas?

Tabla 20. Frecuencia Costumbres (P3)

| | Frecuencia | % |
|------------------------------|-------------------|----------|
| Totalmente de acuerdo | 33 | 54,10 |
| De acuerdo | 26 | 42,62 |
| En desacuerdo | 1 | 1,64 |
| No conoce | 1 | 1,64 |

Figura 8. Pregunta 3 (Encuesta)



Elaborado: Autora de la investigación.

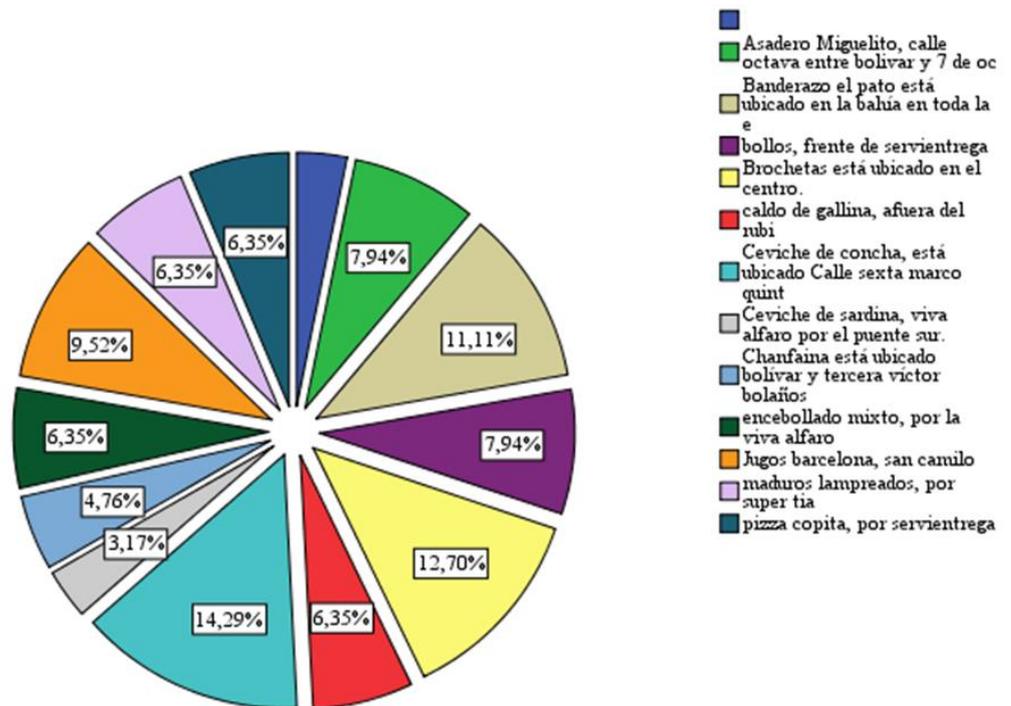
Análisis: 54,10% Totalmente de acuerdo, 42,62% De acuerdo y el 1,64% está en desacuerdo o no conoce las huecas de comidas de estos pequeños negocios ayudan a mantener la tradición de las costumbres gastronómicas.

Señale con un visto las huecas de comida que usted conoce/visita o descríbalas.

Tabla 21. Frecuencia de comida (P4)

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Brochetas está ubicado en el centro. | 8 | 13,1 |
| Chanfaina está ubicado bolívar y tercera Víctor bolaños | 3 | 4,9 |
| Ceviche de concha, está ubicado Calle sexta marco quintana en toda la esquina | 14 | 23,0 |
| Banderazo el pato está ubicado en la bahía en toda la esquina. | 7 | 11,5 |
| Otro | 29 | 47,5 |
| Total | 61 | 100,0 |

Figura 9. Resultado de la encuesta, Pregunta 4 (Huecas populares)



Elaborado: Autora de la investigación.

Análisis: Como se puede observar en la **Figura 5**, el 3,17% para ceviche de sardina, 4,76% es para la chanfaina, 6,35% pizza copita, 6,35% encebollado mixto, 6,35% maduros lampreados, 6,35% caldo de gallina, 7,94% bollos, 7,94% asadero, 9,52% jugos naturales, 11,11% banderazo, 12,70% brochetas, 14,29% ceviche de concha, huecas que fueron nombradas como las más visitadas por los comensales del cantón Quevedo.

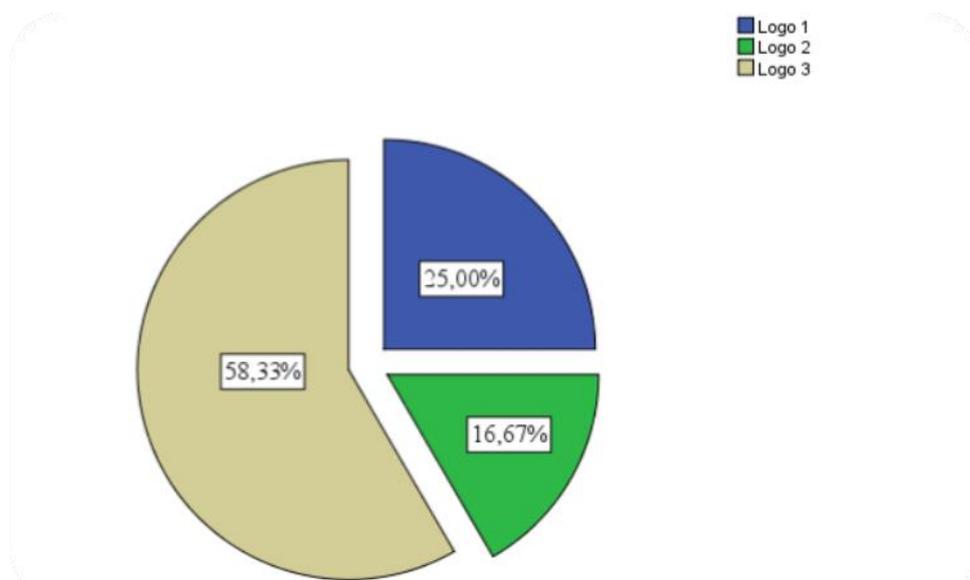
4.1.2. Resultado del segundo objetivo planteado

Para la creación de la aplicación web se ha creado los siguientes logos, ¿Cuál cree usted que es más representativo para la aplicación web de las Huecas Quevedeñas?

Tabla 22. Frecuencia Logos (P1)

| | Frecuencia | % |
|------------------------------|------------|-------|
| Totalmente de acuerdo | 33 | 54,10 |
| De acuerdo | 26 | 42,62 |
| En desacuerdo | 1 | 1,64 |
| No conoce | 1 | 1,64 |

Figura 10. Pregunta 1 del segundo Objetivo



Análisis: En base a la encuesta que se realizó de las 12 huecas más populares, se obtuvo el 25,00% el logo 1, el 16,67% el logo 2 y el resultado que sobresalió fue el 58,33% el logo 3.

Obteniendo como resultado logo 3, imagen vectorial realizada con el programa Adobe Illustrator, la misma que incluye objetos representativos de las huecas de comidas, se utilizaron colores que estimulan el apetito, que da una imagen visual atractiva.

Imagen 15. Logo 3



Fuente: Autora de la Investigación.

4.1.3. Resultado del tercer objetivo

Mediante la entrevista (Anexo 3) al Sr. Jair Medina Asistente de Promoción del departamento de turismo del Cantón Quevedo, quien manipulo la aplicación para determinar la aprobación de la funcionalidad de la web. Se establecieron las siguientes preguntas:

- 1. ¿Usted está de acuerdo que esta aplicación se adapte a sus dispositivos móviles, para una correcta visualización y porque?**

Los negocios tienden una visión de crecer, los pequeños lo hacen paulatinamente, siempre buscando la manera de sobrevivir, es ahí que se necesita un medio publicitario dentro del internet para que se den a conocer y como actualmente utilizamos dispositivos móviles en todo momento es una idea perfecta para atraer más clientes y económicamente crezcan estos negocios.

- 2. ¿Para localizar una hueca dentro de la aplicación web la búsqueda fue fácil o compleja y porque?**

Fue fácil, porque las huecas están por categorías ya definidas y si se escoge una de ellas se detalla que negocios tiene esa categoría, dirección y platos. Información que se necesita para acudir a uno de estos negocios.

Análisis

En este resultado se logró determinar que gracias a la entrevista Sr. Jair Medina representante del departamento de turismo se obtuvo una aceptabilidad a la funcionalidad web, ya que como usuario indago en la página, observando y manipulando para saber el correcto funcionamiento de la misma.

4.2. Discusión

Mediante el proyecto de investigación se discutió los resultados según indica la tesis de [40], las empresas de comidas, necesita automatizar los procesos de promoción y venta, por lo tanto propone el desarrollo de un sistema web, destacando un marketing actualizado, para la promoción y publicación, fomentando el marketing digital.

La representación gráfica de una organización, es importante, porque es la identidad de un negocio. Con la creación del isologo, se buscó que los clientes recuerden la aplicación web, mediante el desarrollo del elemento, según la tesis de [41], se afirma que se necesita de una imagen corporativa para tener identidad, mayor acogida a la par con los nuevos desafíos.

Se concluye corroborando que cualquier aplicativo web, sea responsive, es de vital importancia aplicarlo. En la actualidad es común conectarse a internet a través de dispositivos móviles, según el posgrado de [47], los desarrolladores web deben aplicar a la flexibilidad web, vivir con ella apoyados en la tecnología estandarizada, así mismo deben mejorar el aspecto y la funcionalidad de los sitios web, de acuerdo al progreso e innovación de los navegadores.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Mediante la investigación se determinó las huecas de comidas más destacadas del Cantón (Figura 9), descubriendo negocios que no cuentan con un rótulo que los identifique. Servicios que deben ser fortalecidos mediante publicidad ya que turistas, habitantes del cantón, buscan y por falta de información visitan otros lugares de comida.
- Se concluye al llevar a cabo la creación del isologo⁶, realizando encuesta (Anexo 4) a los dueños de los pequeños negocios, para establecer el logo a utilizar, así dando una identidad propia que identifique a la aplicación web de las huecas de comidas de los pequeños negocios del cantón Quevedo.
- El diseño de la interfaz, su funcionalidad, tuvo aprobación de parte del representante departamento de turismo del cantón Quevedo (Anexo 3), a quienes se le realizó una entrevista para determinar el grado de aceptación de la aplicación web.

⁶ Representación de gráfica de una identidad, está compuesto por imagen, texto en una sola sin separarse.

5.2. Recomendaciones

Una vez diseñada la aplicación web y haber comprobado el correcto funcionamiento de la aplicación con el representante del departamento de turismo del cantón Quevedo se recomienda lo siguiente:

- Realizar un análisis más exhaustivo, para determinar todas las huecas ubicadas en el cantón Quevedo e incluirlas en la aplicación web.
- Efectuar una campaña publicitaria para fortalecer la imagen corporativa y aumentar la economía de estos negocios pequeños de comidas del cantón Quevedo.
- Al departamento de turismo del cantón Quevedo se recomienda que se forme una asociación con los dueños de las huecas de comidas o también llamadas agachaditos, para la implementación de la aplicación web de las huecas de tal manera se den a conocer más antes los Quevedeños y a las personas que estén de paso por el cantón, fomentando el turismo y el lineamiento del plan nacional del buen vivir, tomando el cuarto objetivo que plantea “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”⁷ para desarrollar mejor la economía en un futuro muy cercano, pasando de ser agachadito a tener su propio local. Y además se desarrollen más módulos en la aplicación web que optimicen los tiempos de búsqueda de determinada hueca de comida.

⁷ SENPLADES. Plan nacional del buen vivir 2013 <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-8.-consolidar-el-sistema-economico-social-y-solidario-de-forma-sostenible>

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

- [1] La Hora, «QUEVEDO 70 AÑOS,» *Quevedo: Su historia, producción y crecimiento comercial*, 7 Octubre 2013.
- [2] YelaGraphics, Ecuador InLand, «Ecuador CostaAventura,» Cinthya Correa de Yela, 2013. [En línea]. Available: <http://ecuadorcostaaventura.com/gastronomia.html>.
- [3] Silvina Rodríguez Pícaro, Sebastián Pincetti, 222 Claves para hacer negocios en internet: Como dominar el marketing 2.0, E. B, Ed., Barcelona, 2014.
- [4] R. Roque, *Cocina Latina: El sabor del mundo latino*, Penguin, Ed., New York, USA, 2013.
- [5] Ministerio Turismo del Ecuador, «Ecuador Culinario saberes y sabores,» 2012. [En línea]. Available: <https://issuu.com/direcdigital/docs/gastronimiai/273>.
- [6] M. Jaramillo, *Texto Guía de Cocina Ecuatoriana*, Ecuador, 2012.
- [7] Ramirez Marleni, Williams David, *Guía Agro-Culinaria de Cotacahi, Ecuador y Alrededores*, 2011, p. 11.
- [8] Bravo Maria, Castillo Noemi, Velez Martha, Mosquera Julio, Velez Darwin, Pin Teresa, *MAESTRÍA EN GERENCIA DE*, Quevedo, 2013.
- [9] Quito Adventure, «Quito Find Your Adventure,» 2011. [En línea]. Available: <http://www.quitoadventure.com/espanol/cultura-gente-ecuador/comida-ecuador/comida-ecuador-amazonia.html>.
- [10] Galapagos Eco Tours, «Islas Galapagos,» 2011. [En línea]. Available: <http://www.galapagos-ecotours.com/spanish/gastronomia/galapagos.php>.
- [11] La Hora, «Diario La Hora,» 7 Octubre 2013. [En línea]. Available: http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101572396/1/Quevedo%3A_Su_historia,__producci%C3%B3n_y__crecimiento_comercial.html. [Último acceso: 2016].
- [12] La Hora, «Quevedo 70 Años,» *Quevedo: Su historia, producción y crecimiento comercial*, 7 Octubre 2013.
- [13] Juan Larrea y José Riofrío, «Instituto Nacional de Estadística y Censos,» 2010. [En línea]. Available: http://www.ecuadrencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/los_rios.pdf.

- [14] 7Graus, «Significados,» 2013. [En línea]. Available: <http://www.significados.com/gastronomia/>.
- [15] Ministerio de Transporte y Obras Públicas, «Obras Públicas,» 2015. [En línea]. Available: <http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/12/QUEVEDO-RIGIDO.pdf>.
- [16] D. B. Ruiz, Artist, *La Gastronomía Tradicional Como producto Turístico en el Cantón Quevedo*. [Art]. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, 2012.
- [17] El Universo, «Cuchara Brava,» *Festival con sabores típicos y tradicionales de Quevedo*, 2015.
- [18] DocPlayer, «DocPlayer,» 2017. [En línea]. Available: <http://docplayer.es/2297166-Yu-chus-restaurant-bar-business-plan-grupo-6-mba.html>.
- [19] F. J. Melgosa, Derecho y Turismo, España: Universidad de Salamanca, 2004.
- [20] S. L. M, «Programación de Aplicaciones,» 2002. [En línea]. Available: <https://books.google.com.ec/books?id=r9CqDYh2-loC&printsec=frontcover&dq=aplicaciones+web+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiItMWj6fbOAhVLWh4KHePTDXcQ6AEIMDAE#v=onepage&q&f=false>.
- [21] J. Niño, Aplicaciones web: Ciclos Formativos, 2010, pp. 192-42.
- [22] S. L. Mora, «Programación de Aplicaciones Web: Historia, principios básicos y clientes web,» de *Programación de Aplicaciones Web: Historia, principios básicos y clientes web*, San Vicente, ALICANTE: Editorial Club Universitario, 2002, p. 321.
- [23] J. Hernández, Análisis y Desarrollo Web, 2014, p. 4.
- [24] Shape5.com, «Milenium,» 2016. [En línea]. Available: <http://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-diseno-web.html>.
- [25] A. Muñoz, Principios de color y holopintura, 2012, p. 195.
- [26] Diseño Web Granada, «supermarketingblog,» 2012. [En línea]. Available: <http://supermarketingblog.com/2014/05/20/el-significado-del-color-en-el-marketing/>.
- [27] Baldeón S, Cumbe E, «DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO,» Riobamba, 2015.

- [28] J. Gauchat, El gran libro de HTML5, CSS3 y Javascript, Marcombo ed., Barcelona, 2012, p. 37.
- [29] V. Muñoz, HTML, presente y futuro de la web, 2012, p. 176.
- [30] T. Groussard, Visual Basic 2012, ENI, 2013, p. 15.
- [31] M. Marqués, SQL Server 2008 R2, 2008.
- [32] E. Córdoba, C. González, C. Córdoba, Photoshop cs6 superfácil, 2012, p. 1.
- [33] L. Guerra, Adobe® Illustrator CS5, 2011.
- [34] D. Flanagan, Java Script: La guía definitiva, 2007.
- [35] J. Blankenship, M. Bussa, S. Millett, Agile .NET Development with Scrum, 2011.
- [36] K. Schwaber, J. Sutherland, La Guía de Scrum, 2013.
- [37] Copa Culinaria del Ecuador, «Raíces, Donde nacen los sabores del Ecuador,» 2016. [En línea]. Available: <http://www.raicesecuador.com/en-que-consiste/>.
- [38] Guayaquil, Instituto Superior de Arte Culinario, «ISAC, Instituto Superior de Arte Culinario Guayaquil,» 7 Febrero 2006. [En línea]. Available: <http://www.isac.edu.ec/noticia-38-lanzamiento-de-la-feria-internacional-gastronomica-raices>.
- [39] M. Castells, El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global, 2014.
- [40] M. García, Las claves de la publicidad, Sexta ed., Madrid: ESIC, 2011, p. 347.
- [41] D. L. Hora. [En línea]. Available: http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101572396/-1/Quevedo%3A_Su_historia,__producci%C3%B3n_y__crecimiento_comercial.html.
- [42] Fundación Wikimedia, Inc., «Wikipedia,» 23 06 2016. [En línea]. Available: [https://es.wikipedia.org/wiki/Quevedo_\(Ecuador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Quevedo_(Ecuador)).
- [43] Ivan Hurtado, Josefina Toro, Paradigmas y Métodos de Investigación en tiempos de cambio, CEC.,SA, 2010, p. 64.
- [44] R. Malave, «ingenieroramonjose.blogspot.com,» 9 Julio 2011. [En línea]. Available: <http://ingenieroramonjose.blogspot.com/2011/07/metodos-de-investigacion.html>.

CAPÍTULO VII
ANEXOS

Anexo 1. Entrevista a 5 huecas del Festival de Cuchara Brava, en el cantón Quevedo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD CIENCIAS DE LA INGENIERIA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA



Objetivo: Recopilar información necesaria, para obtener la población que visita los negocios pequeños de comidas (huecas) del cantón Quevedo.

5 ¿Qué tiempo tiene usted trabajando en el negocio de comidas como negocio informal?

- 1 a 11 meses
- 1 a 4 años
- 5 a 8 años
- 8 a más..

6 ¿Cuántos clientes lo visitan en un día, en su negocio?

Anexo 2. Encuesta para determinar, las huecas populares.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD CIENCIAS DE LA INGENIERIA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA



Objetivo: Encuesta realizada a 61 personas, para determinar cuáles son las huecas de comidas, más visitadas o las más populares del cantón.

1. ¿Considera usted que el cantón Quevedo está ubicada en una vía privilegiada con intenso tráfico terrestre y por ende es visitada?
 Si
 Tal vez
 No

2. ¿Usted sabe que son huecas o agachaditos?
 Si
 Tal vez
 No

3. ¿Usted está de acuerdo que las huecas ayudan a mantener costumbres gastronómicas?
 Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 En desacuerdo
 No Conoce

4. Usted ha visitado alguna vez las huecas de comidas porque:
 Siempre asiste a las huecas
 Invitación de un amigo
 Por recomendación
 No Conoce

5. Señale con un visto las huecas de comida que usted conoce/visita o descríbala.

- Brochetas ubicado en la décima segunda y bolívar.
- Chanfaina está ubicado bolívar y tercera Víctor bolaños
- Ceviche de concha, está ubicado Calle sexta marco quintana en toda la esquina
- Banderazo el pato, está ubicado la calle octava 12 octubre y june guzma en la bahía en toda la esquina.
- Otros



Anexo 3. Entrevista al departamento de turismo
UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD CIENCIAS DE LA INGENIERIA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA



Objetivo: Entrevista al departamento de turismo del cantón Quevedo.

- 1. ¿Usted está de acuerdo que esta aplicación se adapte a sus dispositivos móviles, para una correcta visualización y porque?**

Los negocios tienden una visión de crecer, los pequeños lo hacen paulatinamente, siempre buscando la manera de sobrevivir, es ahí que se necesita un medio publicitario dentro del internet para que se den a conocer y como actualmente utilizamos dispositivos móviles en todo momento es una idea perfecta para atraer más clientes y económicamente crezcan estos negocios.

- 2. ¿Para localizar una hueca dentro de la aplicación web la búsqueda fue fácil o compleja y porque?**

Fue fácil, porque las huecas están por categorías ya definidas y si se escoge una de ellas se detalla que negocios tiene esa categoría, dirección y platos. Información que se necesita para acudir a uno de estos negocios.

Anexo 4. Encuesta ¿Que Logo usar para la Aplicación Web?



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD CIENCIAS DE LA INGENIERIA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA



Objetivo: Encuesta a las dueños de las huecas, más populares del cantón Quevedo, para saber que logo usar en la aplicación.

1. Para la creación de la aplicación web se ha creado los siguientes logos, ¿Cuál cree usted que es más representativo para la aplicación web de las Huecas Quevedeñas?

Logo 1



Logo 2



Logo 3



Anexo 5. Entrevista Sr. Jair Medina del Departamento de Turismo



Anexo 6. Realizando Encuestas

