

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia		Aprobado		Pág.
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(42)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTOR	RAMÓN EDUARDO SANTIAGO DURAN CARLOS ANDRÉS TORRES VEGA		
FACULTAD	INGENIERIAS		
PLAN DE ESTUDIOS	TECNICO PROFESIONAL EN INFORMATICA		
DIRECTOR	Ing. De Sistemas JERSON JAVIER GARCIA RODRIGUEZ		
TÍTULO DE LA TESIS	UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS COMO MARKETING DIGITAL PARA EL ESTABLECIMIENTO DE COMIDA RÁPIDA BOCAOS EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>ESTE PPROYECTO SURGE DE LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX MEDIANTE LA UTILIZACION DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE COMIDAS RAPIDAS BOCAOS, EN DONDE SE IMPLEMENTO UNA PAGINA WEB Y REDES SOCIALES PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS Y PLATOS QUE OFRECE ESTE ESTABLECIMIENTO, Y PARA INNOVAR EN EL MUNDO DIGITAL. ADEMAS, LOS CLIENTES PODRAN CALIFICAR EL SERVICIO DEJAR SUS QUEJAS, PRTICIONES Y RECLAMOS EN LA PAGINA WEB.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 42	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1

UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS COMO MARKETING DIGITAL
PARA EL ESTABLECIMIENTO DE COMIDA RÁPIDA BOCAOS EN OCAÑA, NORTE DE
SANTANDER

AUTORES:

RAMÓN EDUARDO SANTIAGO DURAN

CODIGO: 610152

CARLOS ANDRÉS TORRES VEGA

CODIGO: 610155

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de Técnico
Profesional en Informática**

DIRECTOR:

JERSON JAVIER GARCIA RODRIGUEZ

Ingeniero en Sistemas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE INGENIERIA

PLAN DE ESTUDIO TECNICO PROFESIONAL EN INFORMATICA

OCAÑA, COLOMBIA

AGOSTO, 2018

Índice

Capítulo 1. Utilización de herramientas tecnológicas como marketing digital para el establecimiento de comida rápida bocaos de Ocaña, Norte Santander	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 formulación del problema	2
1.3 objetivos	2
1.3.1 Objetivo general..	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Justificación.....	3
1.5 Delimitaciones.....	4
1.5.1 Delimitación operativa.	4
1.5.2 Delimitación geográfica.	4
1.5.3 Delimitación temporal.	4
 Capítulo 2. Marco Referencial.....	 5
2.1 Marco Histórico.....	5
2.1.1. Historia de la web 2.0.	5
2.1.2 Antecedentes a nivel internacional.	7
2.1.3 Antecedentes a nivel nacional.	8
2.1.4 Antecedentes a nivel local.	9
2.2 Marco Teórico	9
2.2.1 Marketing Digital.	9
2.3 Marco Conceptual	10
2.4 Marco Legal	11
 Capítulo 3. Diseño Metodológico	 12
3.1 Tipo de investigación	12
3.2 Diseño de investigación	12

3.3 Población.....	12
3.4 Selección de muestra.....	13
3.5 Técnicas e instrumentos de investigación	13
3.5.1 Análisis de información.....	13
3.5.2 Wordprees.....	13
Capítulo 4. Presentación de Resultados	19
4.1. Objetivo Especifico No.1. Conocer las causas por las cuales el establecimiento de comidas rápidas bocaos no utilizaba herramientas tecnológicas como marketing digital.	19
4.2. Objetivo específico No.2. Diseñar y elaborar el contenido para el sitio web del establecimiento de comidas rápidas bocaos.	19
4.3. Mejorar la calidad del servicio por medio de la Implementación del uso de las herramientas tecnológicas, como lo son Facebook, Gmail, y blog corporativo en el establecimiento de comidas rápidas bocaos`s.....	22
4.4. Objetivo Especifico No. 4. Evaluar el impacto sobre el uso de herramientas tecnológicas en el marketing digital del establecimiento de comidas rápidas bocaos.	25
Referencias.....	29
Apéndices	30

Lista de Tablas

Tabla 1. ¿Cree usted que es necesario la realización de una página web como marketing digital para el establecimiento de comida rápidas bocaos?.....	14
Tabla 2. ¿Le gustaría utilizar una página web como marketing digital para el establecimiento de comidas rápidas bocaos?	15
Tabla 3. ¿Conoce usted el establecimiento de comidas rápidas bocaos y su ubicación actual?	16
Tabla 4. ¿Le gustaría utilizar una página web del establecimiento de comidas rápidas bocaos?	17
Tabla 5. ¿Cree usted que la creación de una página web traerá una mayor cantidad de clientes y dará mayores ingresos al establecimiento?	18

Lista de Graficas

Grafica 1. ¿Cree usted que es necesario la realización de una página web como marketing digital para el establecimiento de comida rápidas bocaos?.....	15
Grafica 2. ¿Le gustaría utilizar una página web como marketing digital para el establecimiento de comidas rápidas bocaos?.....	15
Grafica 3. ¿Conoce usted el establecimiento de comidas rápidas bocaos y su ubicación actual?16	
Grafica 4. ¿Le gustaría utilizar una página web del establecimiento de comidas rápidas bocaos?	17
Grafica 5. ¿Cree usted que la creación de una página web traerá una mayor cantidad de clientes y dará mayores ingresos al establecimiento?	18

Lista de Figuras

Figura 1. Diseño y elaboración del contenido de la página web	20
Figura 2. Diseño y elaboración del contenido de la página web	21
Figura 3. Mejoramiento del servicio mediante uso de herramientas tecnológicas	23
Figura 4. Mejoramiento del servicio mediante uso de herramientas tecnológicas	24
Figura 5. Evaluación del impacto mediante uso de herramientas tecnológicas en el marketing digital	26
Figura 6. Evaluación del impacto mediante uso de herramientas tecnológicas en el marketing digital	27

Capítulo 1. Utilización de herramientas tecnológicas como marketing digital para el establecimiento de comida rápida bocaos de Ocaña, Norte Santander

1.1 Planteamiento del problema

El marketing digital es la tendencia del mercado web para hacer publicidad a muchas empresas para que sus ventas, clientes, ganancias, aumenten de una manera más eficaz, en este caso el establecimiento de comidas rápidas bocaos en la ciudad de Ocaña, norte de Santander opta por la utilización de herramientas tecnológicas para su establecimiento.

Dicho establecimiento está haciendo publicidad de una manera más ambigua siendo un método de estos como enviar a un grupo de personas por la ciudad a repartir una gran cantidad de volantes publicitarios, otro es utilizar vallas publicitarias y cuñas radiales. Estos métodos descritos no son tan eficaces y como desventaja tienen generar un mayor costo, más cantidad de personal y tiempo a la hora de hacer publicidad.

Como sucede en muchos casos tanto nacionales como locales por la falta de información acerca de la nueva tendencia como lo es el marketing digital por esta razón los dueños de empresas, establecimientos de comidas, y/o locales comerciales no optan por esta solución.

1.2 formulación del problema

¿Con utilizar las herramientas tecnológicas como marketing digital para el establecimiento de comida rápida bocaos de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, se dará conocer al público y mejorara sus ventas?

1.3 objetivos

1.3.1 Objetivo general. Utilizar las herramientas tecnológicas como marketing digital para el establecimiento de comida rápida bocaos.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Conocer las causas por las cuales el establecimiento de comidas rápidas bocaos no utilizaban herramientas tecnológicas como marketing digital.
- Diseñar y elaborar el contenido para el sitio web del establecimiento de comidas rápidas bocaos.
- Mejorar la calidad del servicio por medio de la Implementación del uso de las herramientas tecnológicas, como lo son Facebook, gmail, y blog corporativo en el establecimiento de comidas rápidas bocaos.
- Evaluar el impacto sobre el uso de herramientas tecnológicas en el marketing digital del establecimiento de comidas rápidas bocaos.

1.4 Justificación

Hoy en día los vertiginosos avances tecnológicos que se producen a diario, internet se convierte en el medio publicitario por excelencia, cada vez son más las empresas que se encuentran en la red, ofreciendo sus productos a los millones de usuarios que navegan diariamente por la red, buscando información sobre las empresas y productos que satisfagan sus necesidades. (Web And Macros, 2008)

En la actualidad la tecnología ha ido en crecimiento y con ella las empresas las cuales la utilizan para lograr que muchas personas puedan conocerlas, es por ello que se tomó la iniciativa de diseñar una página web para el establecimiento de comidas rápidas bocaos la cual tendrá como principal propósito el dar a conocer a este establecimiento, sus productos y su ubicación entre otras.

Esta idea surgió a hacer una serie de encuestas las cuales fueron hechas a las personas las cuales les gustaba ir a comer en este establecimiento, también se les hizo una encuesta a los dueños y también a los empleados, donde también se les dio un espacio para que allí pudieran dar una breve opinión sobre la idea propuesta de hacer una página web y otro donde pudieran poner sus ideas de lo que les gustaría que llevara y como fuera dicha página, llegando a concluir de que sería una buena idea de crear esta página web y también el diseño el marketing digital de las redes sociales como por ejemplo: el Facebook, el twitter, el correo electrónico (como para las sugerencias), etc.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación operativa. Durante la realización del proyecto se prevé que en la recolección de la información se puedan presentar inconvenientes para que los entes correspondientes faciliten datos necesarios para este estudio y así mismo los percances que puedan ocurrir al momento de aplicar las encuestas.

1.5.2 Delimitación geográfica. Se realizara en la ciudad de Ocaña Norte Santander ya que este establecimiento se encuentra en esta ciudad.

1.5.3 Delimitación temporal. Se debe entregar o se tiene destinado entregar en una fecha límite de mes y medio desde la aprobación del proyecto.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1. Historia de la web 2.0.

El termino web 2.0 (2004-presente) esta comúnmente asociado con un fenómeno social, basada en la interacción que se logra a partir de diferentes aplicaciones en la web, que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario o DCU y la colaboración en la Word wide web. Ejemplos de la web 2.0 son las comunidades, web los servicios web, las aplicaciones web, los usuarios de red social, los servicios de alojamiento de video, los wikis, blogs, mashups y folcsonomias. Un sitio web 2.0 permite a sus usuarios interactuar con los otros usuarios o cambiar contenido del sitio web, en contraste al sitio web no interactivo donde los usuarios se limitan a la visualización pasiva de información que se les proporciona. (Blog Historia de la Informatica , 2010)

La Web nació de la mano de Tim Berners-Lee el inventor del hipertexto y en su comienzo solo eran textos e imágenes “colgadas” o “subidas” a una computadora conectada a la red todo el día para que le gente pudiera entrar en ella en cualquier momento, a estas computadoras se las llama servidores. Para modificar su contenido se debía acceder a esa computadora y reemplazarlo manualmente. La web comenzó a popularizarse, nunca había habido en la historia de la humanidad algo similar para acceder a información. (Blog Historia de la Informatica , 2010)

El concepto era simple pero poderoso: Podía publicarse información a la vista de cualquiera que tuviera una computadora y una línea telefónica. Las empresas comenzaron a interesarse en acceder a este sistema y comenzaron a abrirse muchas posibilidades. Fue el momento de las .COM, a las empresas les bastaba con agregar una “e-” al principio o un “.COM” al final de sus nombres para cotizar mejor en bolsa, fue el gran furor de la tecnología de la comunicación, la sensación de algo nuevo y poderoso que se salía de las manos... y de hecho se salió, esa burbuja especular reventó a finales del 2001 generando una crisis económica en las empresas de Tecnología de la información y luego propagándose a otros ambientes. Esa etapa en la vida de la web se la llamó Web 1.0. (Blog Historia de la Informatica , 2010)

Paralelamente a esto, comenzaban a surgir tecnologías del tipo aplicaciones server-side, es decir, programas que funcionaban en las computadoras que alojan las páginas webs e interactúan con ellas. Además comenzaban a aparecer los estándares XHTML, CSS, Java script, que permitían una web más rica, funcional y bonita. Estas tecnologías en conjunto permitían que los usuarios participaran con la web, enviando datos ellos mismos, y las tecnologías server-side modificaban el contenido de las páginas. (Blog Historia de la Informatica , 2010)

Gracias a la tecnología que revoluciono la visión de las páginas web, se generó el marketing digital el cual ayuda a una gran variedad de empresas y/o sitios y así mejorar su publicidad en diferentes contextos tanto industriales, como de mercado. (Blog Historia de la Informatica , 2010)

El concepto de marketing digital fue dado por primera vez a los noventa, aunque en ese entonces se refería principalmente a hacer publicidad hacia los clientes, sin embargo, durante la

década de los 2000 y 2010 con el surgimiento de las nuevas herramientas sociales y móviles ese paradigma se amplió poco a poco, se fue transformando de ser publicidad, al concepto de crear una experiencia que involucra usuarios, de modo que cambie su concepto de lo que es ser cliente de una marca esto ocurrió cuando el concepto de web 1.0 dio paso a la web 2.0”

(Marketing4ecommerce.mx/marketing-digital-definición-historia/)

2.1.2 Antecedentes a nivel internacional. El 52% de las empresas a nivel internacional utilizan marketing digital asegura MAURICIO SABOGAL, profesional en marketing y publicidad y director de empresas 3.0.

El experto en marketing y publicidad MAURICIO SABOGAL uno de los invitados al 4to encuentro de emprendedores: “marketing digital y comercio electrónico”, organizado por la unidad de emprendimiento e innovación de la facultad de ciencias económicas de la universidad nacional, informo además que el 69% de empresas en el mundo manejan redes sociales.

Existen buenos ejemplos, entre los más brillantes casos de éxito sobre marketing digital. Sin embargo, los tres siguientes destacan por el alcance de sus logros. (Universia.net, 2014)

DUREX. Durex es una marca que se utiliza en varios productos, reconocida principalmente como marca de preservativos, los cuales se fabrican en reino unido por la multinacional SSL internacional; La presencia internacional de esta marca es fruto del esfuerzo de las personas responsables de su marketing gracias a esto un producto tabú pudo extenderse tan rápidamente en el mercado.

McDonald's. Es una empresa de comidas rápidas conocida internacionalmente gracias a su marketing digital.

Coca-Cola. Es un ejemplo de marketing depurado y perfectamente adaptado a las exigencias del consumidor, Coca-Cola busca en su marca confianza y no algo más que un simple producto, ganando dicha confianza invirtiendo en proyectos sociales, educativos, medioambientales y solidarios.

2.1.3 Antecedentes a nivel nacional. En Colombia el 79% de las empresas usa proceso de transformación digital, que son los cambios empresariales en el área digital que ayudan a las compañías a crecer y ser más rentables. Así lo dijo un estudio e transformación digital realizada en el país por territorio creativo, Colombia digital y BBVA INNOVATION CENTER. Solo el 21% de las empresas encuestadas en el estudio no han tomado iniciativa o desconocen que se halla hecho algo relacionado con estos procesos. (Enter.co, 2018)

Algunas empresas que resaltan en Colombia con su marketing digital son:

NESTLE COLOMBIA. La reconocida marca de chocolatería y otras delicias dulces Nestlé, ha figurado en lista de éxito de marketing digital del país. Es de las marcas con mayor engagement en redes sociales; te pregustas como lo logran, en caso de Nestlé demuestra que apegarse a una estrategia de conexión y permanente comunicación con el cliente por medio de redes sociales rinde buenos frutos. (EJEMPLOS DE MARKETING DIGITAL EN COLOMBIA, s.f.)

2.1.4 Antecedentes a nivel local. En Ocaña norte de Santander aproximadamente 3 de cada 10 empresas utilizan marketing digital, algunas de ellas son:

GRAFITEX DIGITAL SAS OCAÑA. La empresa grafitex en la ciudad de Ocaña se dedica a actividades de impresión.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Marketing Digital. También llamada marketing 2.0, mercadotecnia en internet o marketing online o sivermarketing está caracterizado por la combinación y utilización de estrategias de comercialización en medio digitales, se configura como el marketing que haces uso de los dispositivos electrónicos (computadoras) tales como computadoras personales, teléfono digital, tableta, esmarteve y consola de videojuegos para involucrar a las partes interesadas. El marketing digital aplica tecnologías o plataformas, tales como sitios web, correo electrónicas, aplicaciones web. (Marketing Digital, 2017)

Es muy probable que los propietarios de los restaurantes tengan dudas a la hora de idear nuevas formas de atraer público a su negocio, de dar a conocer su marca, después de todo no tienen que ser profesionales del marketing, aunque la solución podría ser más sencilla de lo que se imagina, gracias a esto se ha hecho una estrategia de marketing innovadora y que ha conseguido atraer varios comensales a sus mesas y así tener mayor rentabilidad en sus negocios.

2.3 Marco Conceptual

Página web. La página web es un documento de información electrónica, capaz de contener textos y muchas otras cosas, da a conocer a los usuarios sobre un tema en específico y además permite dar a conocer, lugares, sitios, cosas, etc.

También son aquellos sitios que concentran toda su información en una sola página y el usuario va accediendo al contenido a medida que se va desplazando con el mouse o el teclado.

Es un concepto relativamente nuevo que se utiliza bastante y es de bajo costo.

La información contenida suele ser bastante reducida pero no deja de ser efectiva si está bien lograda cementada la información.

Herramientas. Búsqueda de información, programas sistematizados, estas son las dos herramientas de la página web.

Como página web tenemos desde sitios de ventas, información, promociones para el público en general.

Practica. Implementación de una página web como marketing digital, para el establecimiento de comida rápida bocao's de la ciudad de Ocaña, norte de Santander

Conocimiento de la página. Se basa en un encuentro con los dueños del establecimiento de comidas rápidas bocaos donde se da a conocer la página web como tal y sus respectivas funciones.

Marketing digital. Es la aplicación de las estrategias de comercialización llevada a cabo de las redes sociales.

Origen de la web 2.0 ya que allí se comparte información fácilmente gracias a las nuevas tecnologías que permiten el intercambio casi instantáneo de piezas que antes era imposible como videos, sonidos, gráficos y fotos. El marketing digital es el conjunto de diseño, creatividad, rentabilidad y análisis buscando siempre un rol. (mdmarketingdigital, 2015)

2.4 Marco Legal

- Ley general de publicidad 1988
- Ley de competencia desleal 1991
- Ley orgánica de protección de datos de carácter personal de 1999
- Ley de comercio electrónico
- Reglamento para la presentación de servicio de comunicaciones electorales 2005
- Texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias. (Publicidad Comercial , s.f.)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de investigación

La metodología de este proyecto cumple con una investigación aplicada de tipo descriptiva de diseño descriptivo, de acuerdo a las actividades desarrolladas es descriptiva porque a la hora de realizar el diseño de la página web se tienen en cuenta la información recolectada a un grupo de personas en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander y aplicada porque se implementó y aplico como herramienta tecnológica permitiendo dar a conocer de una manera más eficiente y eficaz a toda la población sobre el establecimiento, mejorando su publicidad en esta ciudad.

3.2 Diseño de investigación

Para la culminación de este proyecto del desarrollo de una página web como marketing digital y sabiendo el tipo de investigación descriptiva y aplicada, se consideró la realización de encuestas mediante el cual dieron resultado de apropiación de la página web en un grupo de personas en Ocaña, norte de Santander, las cuales aprobaron que se creara una página web como marketing digital.

3.3 Población

La población que se tendrá en cuenta en este proyecto son los clientes del establecimiento de comidas rápidas bocao`s de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

3.4 Selección de muestra

Para la muestra se tiene en cuenta a los clientes que asisten frecuentemente a los empleados y el dueño del establecimiento.

De los clientes frecuentes se escogieron 8 de ellos los cuales fueron al azar, los tres empleados y el dueño para un total de 12 personas.

3.5 Técnicas e instrumentos de investigación

La recolección de información se realizó por medio de una encuesta, la cual se basa en una serie de preguntas, formulándolas de una manera en la que los clientes, empleados y el dueño mostraran el interés o necesidad de la creación de la página web como marketing digital de la ciudad de Ocaña, norte de Santander para el establecimiento de comida rápidas con el fin de que tenga mayor publicidad.

3.5.1 Análisis de información. Los resultados obtenidos en las encuestas, se tomaron en cuenta de manera cualitativa y cuantitativamente para llevar a cabo la realización de este proyecto para el desarrollo y la creación se utilizaron las siguientes herramientas:

3.5.2 Wordpres. Es un sistema de gestión de comandos o CMS (content management system) enfocado a la creación de cualquier tipo de página web originalmente alcanzo una gran popularidad en la creación de blogs, para convertirse con el tiempo en una de las principales

herramientas para la creación de páginas web comerciales. Esta desarrollada en lenguaje de PHP para entornos que ejecuten MySQL y apache, bajo licencia GPL y es software libre. sus fundadores son Matt Mullenweg y Mike Little. Wordpress fue creado a partir del desaparecido B2/cafelog y se ha convertido en el CMS más popular de la blogosfera y en el más popular con respecto a cualquier otro CMS de uso general las causas de su enorme crecimiento son, entre otras, su licencia, su facilidad de uso y sus características como gestor de contenidos. (tecnodesign, 2017)

Presentación de resultados de la encuesta realizada a los clientes y funcionarios del establecimiento.

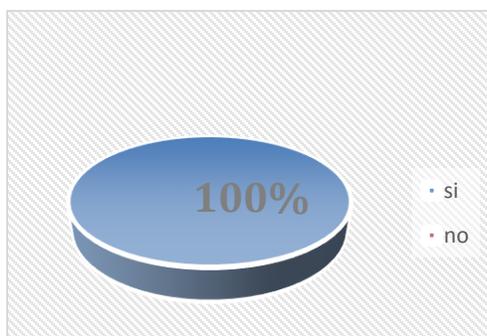
¿Cree usted que es necesario la realización de una página web como marketing digital para el establecimiento de comida rápidas bocaos?

Tabla 1.

¿Cree usted que es necesario la realización de una página web como marketing digital para el establecimiento de comida rápidas bocaos?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	12	100
No	0	0
Total	12	100

Fuente: Autores del proyecto



Gráfica 1. ¿Cree usted que es necesario la realización de una página web como marketing digital para el establecimiento de comida rápidas bocaos?

Fuente: Autores del proyecto

El 100% de las personas encuestadas, están de acuerdo de que es necesario la realización de una página web como marketing digital del establecimiento de comidas rápidas bocaos, para mejorar la prestación del servicio.

¿Le gustaría utilizar una página web como marketing digital para el establecimiento de comidas rápidas bocaos?

Tabla 2

¿Le gustaría utilizar una página web como marketing digital para el establecimiento de comidas rápidas bocaos?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	12	100
No	0	0
Total	12	100

Fuente: Autores del proyecto



Gráfica 2. ¿Le gustaría utilizar una página web como marketing digital para el establecimiento de comidas rápidas bocaos?

Fuente: Autores del proyecto

El 100% de las personas encuestadas, le gustaría utilizar una página web como marketing digital del establecimiento de comidas rápidas bocaos, para conocer más acerca del establecimiento y conocer todos los productos que ofrece.

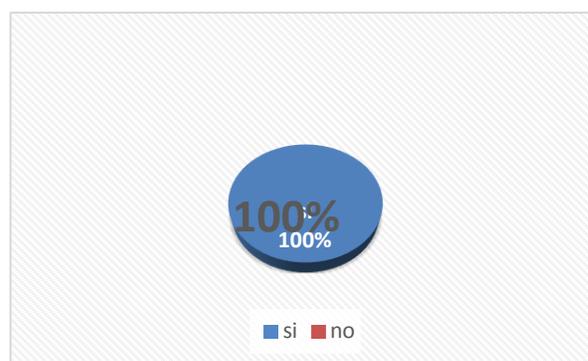
¿Conoce usted el establecimiento de comidas rápidas bocaos y su ubicación actual?

Tabla 3.

¿Conoce usted el establecimiento de comidas rápidas bocaos y su ubicación actual?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	12	100
No	0	0
Total	12	100

Fuente: Autores del proyecto



Grafica 3. ¿Conoce usted el establecimiento de comidas rápidas bocaos y su ubicación actual?

Fuente: Autores del proyecto

El 100% de las personas encuestadas, conoce el establecimiento de comidas rápidas, en donde disfrutan de una variedad de comidas junto con toda la familia sintiéndose en un ambiente familiar y agradable.

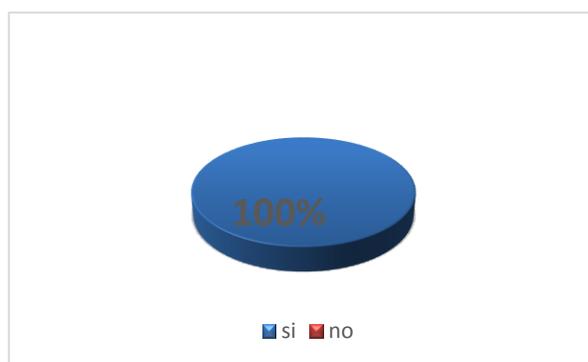
¿Le gustaría utilizar una página web del establecimiento de comidas rápidas bocaos?

Tabla 4.

¿Le gustaría utilizar una página web del establecimiento de comidas rápidas bocaos?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	12	100
No	0	0
Total	12	100

Fuente: Autores del proyecto



Grafica 4. ¿Le gustaría utilizar una página web del establecimiento de comidas rápidas bocaos?

Fuente: Autores del proyecto

El 100% de las personas encuestadas, les gustaría utilizar la página web del establecimiento de comidas rápidas bocaos, en donde pueden ver la reseña histórica y conocer todo lo relacionado al establecimiento.

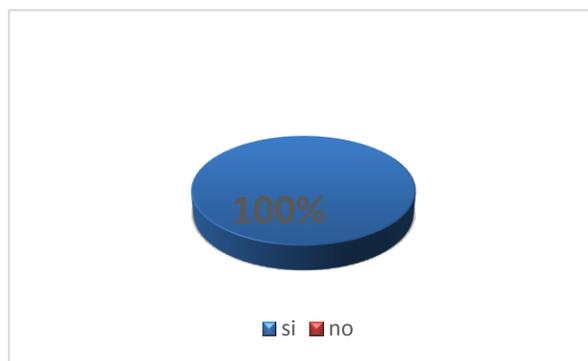
¿Cree usted que la creación de una página web traerá una mayor cantidad de clientes y dará mayores ingresos al establecimiento?

Tabla 5.

¿Cree usted que la creación de una página web traerá una mayor cantidad de clientes y dará mayores ingresos al establecimiento?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	12	100
No	0	0
Total	12	100

Fuente: Autores del proyecto



Grafica 5. *¿Cree usted que la creación de una página web traerá una mayor cantidad de clientes y dará mayores ingresos al establecimiento?*

Fuente: Autores del proyecto

El 100% de las personas encuestadas consideran que la creación de la página web traerá una mayor cantidad de clientes y asid ara mayores ingresos al establecimiento.

Capítulo 4. Presentación de Resultados

4.1. Objetivo Especifico No.1. Conocer las causas por las cuales el establecimiento de comidas rápidas bocaos no utilizaba herramientas tecnológicas como marketing digital.

Las causas por las cuales el establecimiento de comidas rápidas bocaos no utilizaba herramientas digitales, era porque no tenían ningún conocimiento sobre el marketing digital y a la vez no reconocían la importancia del mismo en el mercado digital; además de ello no contaban con el personal adecuado para crear una página web, y las redes sociales del establecimiento.

4.2. Objetivo específico No.2. Diseñar y elaborar el contenido para el sitio web del establecimiento de comidas rápidas bocaos.

El contenido de una página Web es crucial para cumplir los objetivos marcados en la estrategia en Internet dentro del plan de marketing digital de cualquier empresa o negocio.

Últimamente se habla mucho de la importancia que tiene el contenido para cualquier estrategia en Internet, ya sea para el posicionamiento de nuestra página Web como para cualquier campaña de publicidad online ¡Esta realidad nos abre un mundo de nuevas posibilidades!

La verdad es que muchos empresarios, o los responsables asignados por ellos, se frustran rápidamente al intentar crear contenidos para su página Web de la empresa, ya sea porque sus habilidades de escritura son pobres o porque francamente detestan esa tarea.

Afortunadamente en la actualidad tenemos muchas formas alternativas de crear contenidos de calidad para nuestra página Web, dejando de lado los típicos contenidos publicitarios escritos, por ello, una forma de crear contenido que conecte con el lector para que se enamore de nuestra empresa, es crear una historia que involucre a uno de nuestros clientes y cómo nuestro producto o servicio le ayudó.

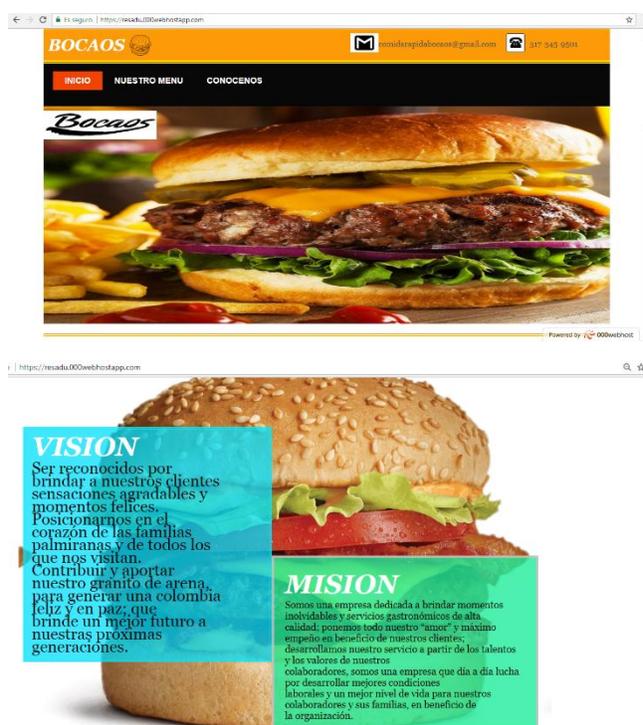


Figura 1. Diseño y elaboración del contenido de la página web

Fuente: Autores del proyecto

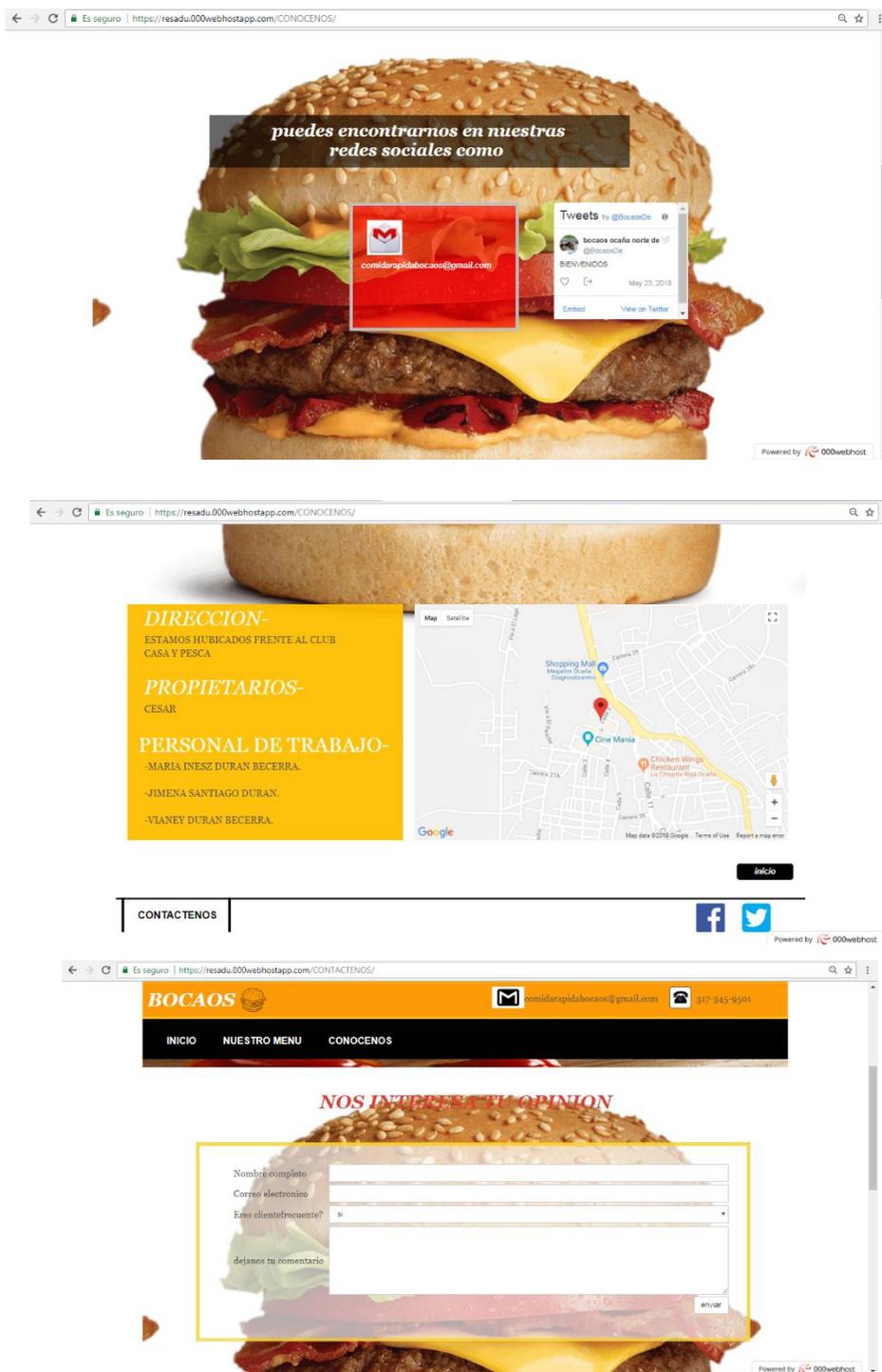


Figura 2. Diseño y elaboración del contenido de la página web

Fuente: Autores del proyecto

4.3. Mejorar la calidad del servicio por medio de la Implementación del uso de las herramientas tecnológicas, como lo son Facebook, Gmail, y blog corporativo en el establecimiento de comidas rápidas bocaos.

Por medio de la implementación del uso de las herramientas tecnológicas, como redes sociales, y Gmail, se ha mejorado la calidad del servicio, puesto que por medio de estas se ha hecho más efectivo el servicio hacia nuestros clientes, debido a que, por estos medios la entidad toma su pedido y dejan sus comentarios para así fortalecer y mejorar la identidad corporativa.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) son cada vez más usadas para el apoyo y automatización de todas las actividades de las empresas. Gracias a ellas, las organizaciones han conseguido obtener importantes beneficios, entre los que caben mencionar la mejora de sus operaciones, afluencia de una mayor cantidad de clientes, la optimización de sus recursos, la apertura a nuevos mercados, un conocimiento más profundo acerca de las necesidades de la clientela para brindarles un servicio de mejor calidad y una comunicación más fluida, no sólo con sus empleados sino también con sus clientes y proveedores. En pocas palabras, las TIC les permiten lograr aumentar considerablemente eficiencia



Figura 3. Mejoramiento del servicio mediante uso de herramientas tecnológicas

Fuente: Autores del proyecto

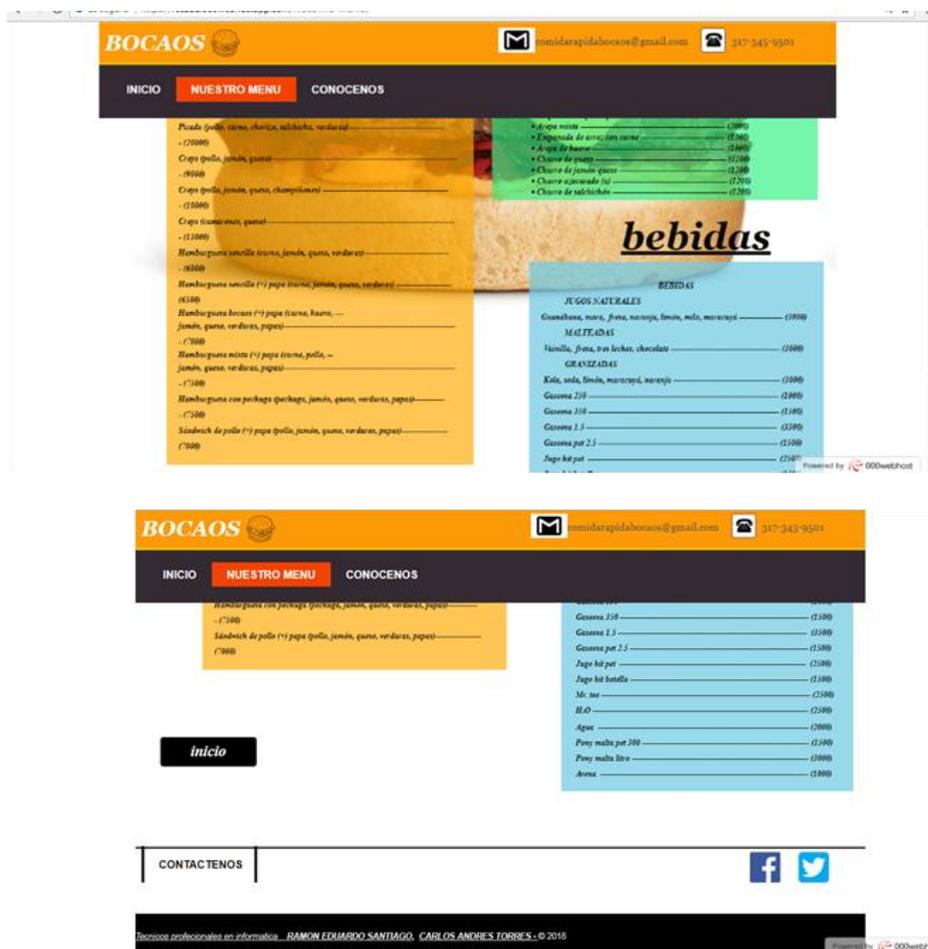


Figura 4. Mejoramiento del servicio mediante uso de herramientas tecnológicas

Fuente: Autores del proyecto

4.4. Objetivo Especifico No. 4. Evaluar el impacto sobre el uso de herramientas tecnológicas en el marketing digital del establecimiento de comidas rápidas bocaos.

El impacto sobre el uso de herramientas tecnologicas en el marketing digital del establecimiento fue positivo, como se puede evidenciar en las imágenes, la red social de facebook tuvo una gran aceptacion por parte de la comunidad y cuenta con varias solicitudes de amistad, conversaciones donde manifiestan lo positivo de esta red y que les gustaria conocer mas sobre el establecimiento de comidas rapidas.



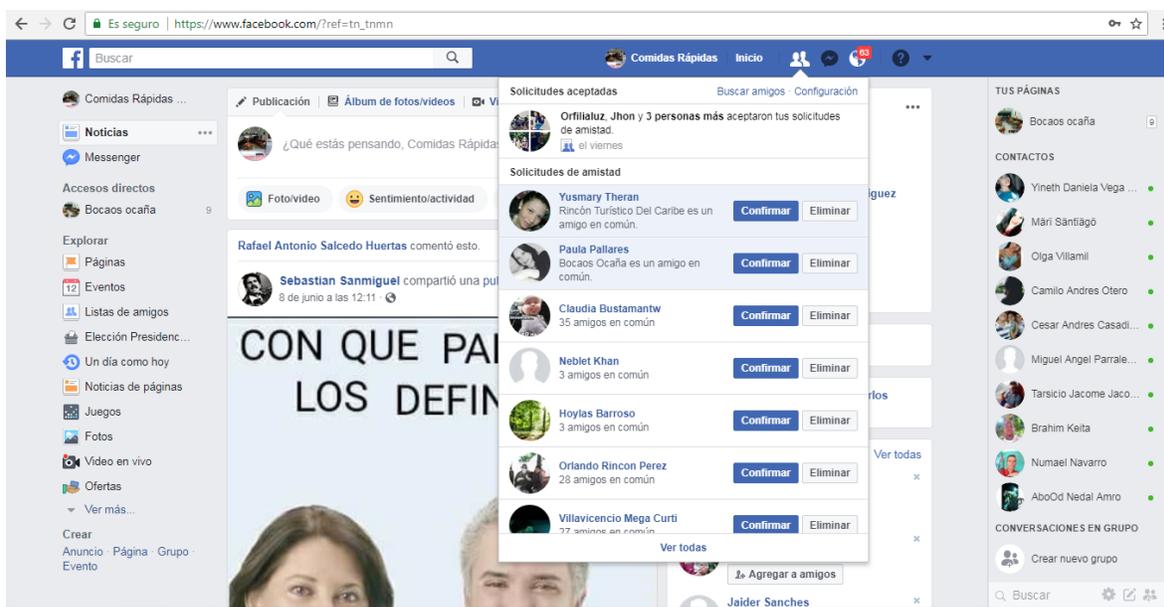


Figura 5. Evaluación del impacto mediante uso de herramientas tecnológicas en el marketing digital

Fuente: Autores del proyecto

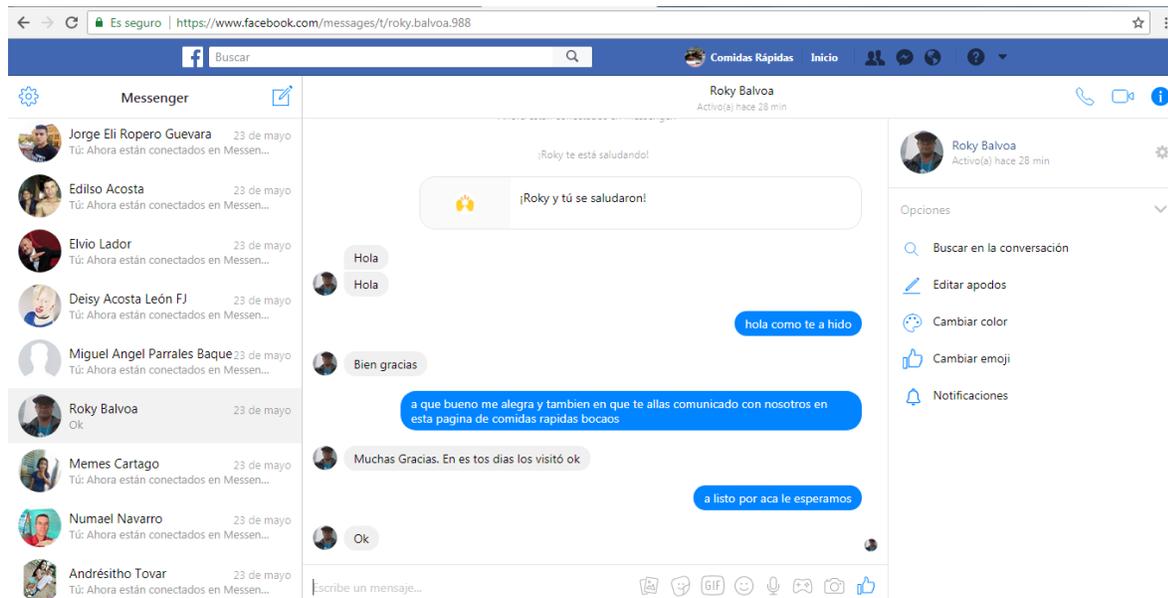


Figura 6. Evaluación del impacto mediante uso de herramientas tecnológicas en el marketing digital

Fuente: Autores del proyecto

Conclusiones

El establecimiento de comida rápidas bocaos no cuenta con una página web como marketing digital para hacer publicidad.

Las personas interesadas como el dueño, los empleados y los clientes del establecimiento están de acuerdo e interesados en utilizar herramientas tecnológicas para dar una mejor rentabilidad y publicidad a su negocio.

Podemos darnos cuenta que es importante que una empresa, local comercial u establecimiento cuente con herramientas tecnológicas como lo es el marketing digital para darse a conocer al público de una manera más eficaz.

Referencias

Blog Historia de la Informatica . (12 de diciembre de 2010). Obtenido de Historia de la Web 2.0:

<http://histinf.blogs.upv.es/2010/12/12/historia-de-la-web-2-0/>

EJEMPLOS DE MARKETING DIGITAL EN COLOMBIA. (s.f.). Obtenido de EJEMPLOS DE

MARKETING DIGITAL EN COLOMBIA: CLIENTES PROTAGONISTAS:

<https://iiemd.com/marketing-digital/ejemplos-de-marketing-digital-en-colombia>

Enter.co. (2018). Obtenido de EL 79% DE EMPRESAS COLOMBIANAS USA PROCESOS

DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL: [http://www.enter.co/especiales/claro-negocios/el-](http://www.enter.co/especiales/claro-negocios/el-79-de-empresas-colombianas-usa-procesos-de-transformacion-digital/)

[79-de-empresas-colombianas-usa-procesos-de-transformacion-digital/](http://www.enter.co/especiales/claro-negocios/el-79-de-empresas-colombianas-usa-procesos-de-transformacion-digital/)

Marketing Digital. (23 de septiembre de 2017). Obtenido de [https://utilparatodos.com/marketing-](https://utilparatodos.com/marketing-digital/)

[digital/](https://utilparatodos.com/marketing-digital/)

mdmarketingdigital. (2015). Obtenido de MARKETING DIGITAL:

<https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital.php>

tecnodesign. (19 de mayo de 2017). Obtenido de WordPress:

<http://tecnodesign.com.co/comparativa-cms-wordpress-joomla-drupal/>

Universia.net. (8 de septiembre de 2014). Obtenido de La mayoría de las empresas a nivel

internacional ya utilizan el marketing digital:

[Noticias.universia.net.co/actualidad/noticia/2014/09/08/1111124/mayoría-empresas-](http://Noticias.universia.net.co/actualidad/noticia/2014/09/08/1111124/mayoría-empresas-nivel-internacional-utilizan-marketing-digital.html)

[nivel-internacional-utilizan-marketing-digital.html](http://Noticias.universia.net.co/actualidad/noticia/2014/09/08/1111124/mayoría-empresas-nivel-internacional-utilizan-marketing-digital.html)

Web And Macros. (2008). Obtenido de El mundo actual y la Web en las empresas y negocios:

<https://www.webandmacros.com/web.htm>

Apéndices

Modelo de encuesta aplicada a los clientes y empleados del establecimiento comidas rápidas bocao's



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE INGENIERIAS
TECNICO PROFESIONAL EN INFORMATICA
ENCUESTA APLICADA PARA CONOCER LA ACEPTACION Y VIABILIDAD DEL
PROYECTO

1. ¿Cree usted que es necesario la realización de una página web como marketing digital para el establecimiento de comida rápidas bocao's?

SI _____ NO _____

2. ¿Le gustaría utilizar una página web como marketing digital para el establecimiento de comidas rápidas bocao's?

SI _____ NO _____

3. ¿Conoce usted el establecimiento de comidas rápidas bocao's y su ubicación actual?

SI _____ NO _____

4. ¿Le gustaría utilizar una página web del establecimiento de comidas rápidas bocao's?

SI _____ NO _____

5. ¿Cree usted que la creación de una página web traerá una mayor cantidad de clientes y dará mayores ingresos al establecimiento?

SI _____ NO _____

Evidencias Generación de API

GUÍAS SOPORTE
ENVIAR COMENTARIOS

Primeros pasos

Guía del desarrollador

Prácticas recomendadas

Preguntas frecuentes sobre el geocodificador

[Obtén una clave](#)

Límites de uso

Optimizar el uso de la cuota

Políticas

Condiciones de servicio

Servicios web de Google Maps

Introducción

Biblioteca cliente

Otras API

Directions API

Distance Matrix API

Elevation API

Geolocation API

Obtener una clave o autenticación ☆☆☆☆☆

Todas las aplicaciones de Google Maps Geocoding API requieren autenticación.

- Usuarios de la API estándar:** si usas la API con el **plan estándar**, debes emplear una **clave de API** configurada en el proyecto que elijas. Consulta más información sobre [las claves de API para la API estándar](#).

Incluir una clave en tu solicitud te permite controlar el uso de la API por parte de tu aplicación en [Google API Console](#), habilita el acceso a una [cuota diaria gratuita](#) generosa y garantiza que Google pueda comunicarse contigo respecto de tu aplicación, si es necesario.

- Usuarios de la Premium Plan:** si usas la API con el **Google Maps APIs Premium Plan**, existen dos métodos de autenticación.

- Usa una **clave de API** configurada en el proyecto de Google Maps APIs Premium Plan (creada cuando compraste Premium Plan).
- Incluye un **ID de cliente** y una **firma digital** en lugar de una clave de API.

Consulta la sección de [Google Maps APIs Premium Plan](#), a continuación, para obtener información sobre cómo elegir el mejor método de autenticación.

Contenido

Autenticación para la API estándar: claves de API

Obtén una clave de API

Especifica una clave en tu solicitud

Autenticación para clientes de Google Maps APIs Premium Plan

Usar una clave de API

Usar un ID de cliente

Solución de problemas de autenticación

Google Maps API
Página principal Documentación Tarifas y planes
🔍 Buscar
TODOS LOS PRODUCTOS

Primeros pasos

Guía del desarrollador

Prácticas recomendadas

Preguntas frecuentes sobre el geocodificador

[Obtén una clave](#)

Límites de uso

Optimizar el uso de la cuota

Políticas

Condiciones de servicio

Servicios web de Google Maps

Introducción

Biblioteca cliente

Otras API

Directions API

Distance Matrix API

Elevation API

Geolocation API

- Crea la URL de la solicitud sin la firma y asegúrate de incluir el parámetro `client=`. Ten en cuenta que cualquier carácter no estándar deberá estar [codificado para direcciones URL](#):


```
https://maps.googleapis.com/maps/api/geocode/json?address=1600+Amphitheatre+Parkway,+Mountain+View,+CA&client=clientID
```

Nota: Todos los servicios de Google deben codificarse con caracteres UTF-8 (que implícitamente incluye ASCII). Si tus aplicaciones funcionan con otros conjuntos de caracteres, asegúrate de que creen direcciones URL con caracteres UTF-8 y que los codifiquen en formato URL correctamente.
- Extrae la parte del dominio de la solicitud y deja solo la ruta a la consulta:


```
/maps/api/geocode/json?address=1600+Amphitheatre+Parkway,+Mountain+View,+CA&client=clientID
```
- Obtén tu [clave privada](#), codificada en [Base64](#) modificado para URL, y firma la URL anterior con el algoritmo HMAC-SHA1. Es posible que debas decodificar esta firma a su formato binario original. Ten en cuenta que, en la mayoría de las bibliotecas criptográficas, la firma resultante estará en formato binario.

Nota: Base64 modificado para direcciones URL reemplaza los caracteres `+` y `/` del Base64 estándar por `-` y `_` respectivamente, de modo que ya no es necesario codificar en formato URL las firmas Base64.
- Codifica la firma binaria resultante con [Base64](#) modificado para direcciones URL para poder convertir esa firma en algo que pueda pasarse dentro de una URL.
- Incluye esta firma en la URL dentro del parámetro `signature`:


```
https://maps.googleapis.com/maps/api/geocode/json?address=1600+Amphitheatre+Parkway,+Mountain+View,+CA&client=clientID&signature=base64
```

Contenido

Autenticación para la API estándar: claves de API

Obtén una clave de API

Especifica una clave en tu solicitud

Autenticación para clientes de Google Maps APIs Premium Plan

Usar una clave de API

[Usar un ID de cliente](#)

Solución de problemas de autenticación

Google

Gmail - 4 de 7

REDACTAR

Recibidos (2)
Destacados
Enviados
Borradores
Más

bocaios +

No hay chats recientes
Iniciar uno nuevo

Enquire from the web page Recibidos x

ramon eduardo santiago duran no-reply@resadu.000webhostapp.com a través de us-imm-node1c.000webhost.io para mí 23 may. ☆

Nombre completo: ramon eduardo santiago duran
Correo electrónico: ramonsant92@gmail.com
Eres clientefrecuente?: si
dejanos tu comentario:
me parece una pagina muy chvere

Haz clic aquí para Responder o para Reenviar

0 GB (0%) ocupados de 15 GB
Administrar

Condiciones - Privacidad

Última actividad de la cuenta: 23 may
información detallada

ES 06:05 p.m. 12/06/2018

Enquire from the web page x

Es seguro | https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/163f6418423067a2

Aplicaciones Outlook.com - Micr YouTube Facebook - Inicia ses Certificado de Antec Expedición de antec Policía Nacional de C Persona Natural - CC Los antibióticos - M

Google

Gmail - 1 de 8

REDACTAR

Recibidos (2)
Destacados
Enviados
Borradores
Más

bocaios +

No hay chats recientes
Iniciar uno nuevo

Enquire from the web page Recibidos x

KEILA GARCIA no-reply@resadu.000webhostapp.com a través de us-imm-node1c.000webhost.io para mí 18:07 (hace 0 minutos) ☆

Nombre completo: KEILA GARCIA
Correo electrónico: keilagarcia2510@gmail.com
Eres clientefrecuente?: si
dejanos tu comentario:
Me parece super bien que cuenten con este sistema, donde podamos conocer un poco mas acerca de este establecimiento.

Haz clic aquí para Responder o para Reenviar

0 GB (0%) ocupados de 15 GB
Administrar

Condiciones - Privacidad

Última actividad de la cuenta: hace 0 minutos
Abierta en 1 ubicación más información detallada

FA_VEH_00114009...pdf FA_VEH_00114009...pdf EMBELLECIEMEN...docx

Mostrar todo x

ES 06:08 p.m. 12/06/2018

The screenshot shows a web browser window displaying the Twitter profile of 'bocaos ocaña norte de santander' (@BocaosDe). The browser's address bar shows the URL 'https://twitter.com/BocaosDe'. The profile header features a large image of a plate of food, including fried chicken, arepas, and guacamole. Below the image, the profile name and handle are listed, along with the join date 'Joined May 2018'. The statistics section shows 1 tweet, 1 following, 1 follower, 0 lists, and 0 moments. A tweet from May 23rd with the text 'BIENVENIDOS' is visible. The 'Who to follow' section lists CGTN and Dinorath. The Windows taskbar at the bottom shows the system clock as 06:17 p.m. on 12/06/2018.

