



## **Carrera de Diseño Gráfico**

### **Tema**

Diseño de una página web para dar a conocer los productos, los servicios que ofrece y promover las ventas del “Mercado Artesanal del Sur”, ubicado en el sector la Villaflora en el sur de Quito.

Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar por el título de  
Tecnólogo en Diseño Gráfico

### **Autor:**

Martín Alexander Abril Velasco

### **Tutor:**

Ing. Gonzalo Quezada

*Quito, jueves 09 de noviembre de 2016*

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

Yo, Martín Alexander Abril Velasco, alumno de la Carrera de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Superior Cordillera declaro que el presente trabajo de investigación acerca del “Diseño de una página web para dar a conocer los productos, los servicios que ofrece y promover las ventas del mercado artesanal del sur, ubicado en el sector la Villaflora en el sur de Quito.” es inédito y de mi única autoría, y he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En tal virtud, expreso que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del presente trabajo es de exclusiva responsabilidad del autor.

---

Martín Alexander Abril Velasco

**C.C.: 171474465-1**

## **CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL**

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Martín Alexander Abril Velasco, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo DISEÑO GRÁFICO, el estudiante participa en el proyecto de grado DENOMINADO “DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.”, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla el Diseño de una página web para dar a conocer los productos, los servicios que ofrece y promover las ventas del mercado artesanal del sur, ubicado en el sector la Villaflora en el sur de Quito, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la plataforma virtual y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA. - Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del Aula Virtual descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción de la Página Web por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de la Página Web; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler de la Página Web; d) Cualquier transformación o modificación de la Página Web; e) La protección y registro en el IEPI la Campaña de concienciación a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica de la Página Web; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE. - El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la Página Web que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la Página Web a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA. - La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO. - La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA. - Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito.

En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN. - Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 1 días del mes de noviembre del dos mil dieciséis.

f) \_\_\_\_\_

f) \_\_\_\_\_

C.I. N° 171474465-1

Instituto Tecnológico Superior

“Cordillera”

**CEDENTE**

**CESIONARIO**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por haberme apoyado económicamente para terminar esta carrera.

A mi novia, su ayuda en impulsarme a terminar este proyecto.

A el Ing. Gonzalo Quezada por su asesoramiento con el desarrollo de este proyecto.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mis padres quienes me apoyaron.

A mis profesores quienes nunca desistieron al enseñarme.

A los sinodales quienes estudiaron mi tesis y la aprobaron.

A todos los que me apoyaron para escribir y concluir esta tesis.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quienes se las debo por su apoyo incondicional.

## ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE .....	i
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL .....	iii
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xii
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	xiii
ABSTRACT .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	16
CAPÍTULO I.....	17
Antecedentes .....	17
1.01 Contexto .....	17
1.02. Justificación.....	18
1.03 Definición de la matriz T.....	20
CAPÍTULO II .....	21
Análisis de Involucrados .....	21
2.01 Mapeo de los Involucrados.....	21
2.02 Matriz de análisis de involucrados .....	22
CAPÍTULO III .....	23
Problemas y objetivos .....	23
3.01 Árbol de problemas .....	23
3.02 Árbol de objetivos .....	24
CAPÍTULO IV .....	25
Análisis de Alternativas .....	25
4.01 Matriz de análisis de alternativas o identificación de acciones .....	25

4.01.01 Tamaño del proyecto .....	26
4.01.02 Localización del proyecto .....	27
4.01.03 Análisis Ambiental .....	27
4.02 Análisis de impacto de objetivos .....	28
4.04 Construcción de la Matriz del Marco Lógico.....	30
4.04.01 Revisión de los Criterios para los indicadores.....	30
4.04.02 Selección de Indicadores .....	33
4.04.03 Medios de Verificación .....	36
4.04.04 Supuestos.....	40
4.04.05 Matriz Marco Lógico.....	42
CAPÍTULO V .....	45
Propuesta .....	45
5.01 Antecedentes de la herramienta de perfil de la propuesta .....	45
5.02 Descripción de la herramienta .....	46
Encuestas:.....	46
Guía de Observación .....	46
Formato de encuesta a artesanos .....	47
Pregunta.....	48
Pregunta.....	50
Formato de encuesta a habitantes del lugar .....	56
5.03 Formulación del proceso de aplicación .....	62
Planificación.....	62
Propósito.....	62
Usuario .....	62
Herramientas .....	63
Desarrollo .....	66
Hosting .....	66
Dominio.....	67
Contenidos.....	67
Mapa de contenidos.....	67
Diseño de interfaz.....	69
Producción.....	73
Programación.....	81
Navegación /Interactividad.....	84
Marketing y Difusión .....	84

Redes sociales del Mercado Artesanal del sur .....	85
CAPÍTULO VI.....	87
Aspectos Administrativos .....	87
6.01 Recursos .....	87
6.02 Presupuesto.....	88
Gastos operativos .....	88
Aplicación del proyecto.....	89
6.03 Cronograma .....	90
CAPÍTULO VII.....	92
Conclusiones y recomendaciones.....	92
Conclusiones .....	92
Recomendaciones.....	93
Referencias Bibliográficas .....	93
Bibliografía.....	93
ANEXOS.....	95
Anexo 1 .....	95
Anexo 2 .....	98
Anexo 3 .....	112
Anexo 4 .....	114

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis fuerza T .....	20
Tabla 2: Análisis de involucrados .....	22
Tabla 3: Análisis de impacto de objetivos .....	28
Tabla 4: Revisión de los Criterios para los indicadores .....	30
Tabla 5: Selección de Indicadores.....	33
Tabla 6: Medios de Verificación.....	36
Tabla 7: Supuestos .....	40
Tabla 8: Matriz Marco Lógico .....	42
Tabla 9: Encuesta a artesanos, aumento de ventas.....	47
Tabla 10 : Encuesta a artesanos, aumento constante de clientes.....	48
Tabla 11: Encuesta a artesanos, lugar reconocido.....	49
Tabla 12: Encuesta a artesanos, fidelización de clientes.....	50
Tabla 13: Encuesta a artesanos, promoción para el lugar .....	51
Tabla 14: Encuesta a artesanos, distribución de información .....	52
Tabla 15: Encuesta a artesanos, distribución de información mediante un soporte web.....	53
Tabla 16: Encuesta a artesanos, soporte digital informativo.....	54
Tabla 17: Encuesta a artesanos, soporte digital informativo.....	55
Tabla 18: Encuesta a habitantes, distribución de información.....	56
Tabla 19: Encuesta a habitantes, distribución de información mediante un soporte web.....	57
Tabla 20: Encuesta a habitantes, redes sociales .....	59

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de involucrados.....	21
Figura 2: Árbol de Problemas .....	23
Figura 3: Árbol de objetivos.....	24
Figura 4: Análisis de alternativas .....	25
Figura 5: Diagrama de Estrategias .....	29
Figura 6: Mapa de contenidos .....	67

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Encuesta a artesanos, aumento de ventas.....	47
Gráfico 2: Encuesta a artesanos, aumento constante de clientes.....	48
Gráfico 3: Encuesta a artesanos, lugar reconocido .....	49
Gráfico 4: Encuesta a artesanos, fidelización de clientes.....	50
Gráfico 5: Encuesta a artesanos, promoción para el lugar .....	51
Gráfico 6: Encuesta a artesanos, distribución de información .....	52
Gráfico 7: Encuesta a artesanos, distribución de información mediante un soporte web .....	53
Gráfico 8: Encuesta a artesanos, soporte digital informativo.....	54
Gráfico 9: Encuesta a artesanos, soporte digital informativo.....	55
Gráfico 10: Encuesta a habitantes, distribución de información.....	56
Gráfico 11: Encuesta a habitantes, distribución de información mediante un soporte web.....	57
Gráfico 12: Encuesta a habitantes, soporte digital informativo .....	58
Gráfico 13: Encuesta a habitantes, soporte digital informativo .....	59

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Determinación de la muestra.....	26
Imagen 2: Localización del proyecto .....	27
Imagen 3: Logo Joomla.....	63
Imagen 4: Logo Adobe Photoshop.....	63
Imagen 5: Logo Adobe Illustrator .....	64
Imagen 6: Logo Adobe Muse.....	64
Imagen 7: Logo Adobe InDesign .....	65
Imagen 8: Logo WOW Slider .....	66
Imagen 9: Barra de navegación de Google Chrome .....	68
Imagen 10: Favicon.....	68
Imagen 11: Logotipo del Mercado Artesanal del Sur .....	69
Imagen 12: Colores .....	69
Imagen 13: Botón de traducción de la Página Web .....	70
Imagen 14: Botones del encabezado de la Página Web .....	71
Imagen 15: Botones inferiores de la Página web .....	71
Imagen 16: Retícula página principal.....	72
Imagen 17: Inicio de la Página web .....	73
Imagen 18: Página principal.....	74
Imagen 19: Página “Historia” .....	75
Imagen 20: Página “Misión” .....	76
Imagen 21: Página “Visión”.....	77
Imagen 22: Página “Productos y Servicios” .....	78
Imagen 23: Página “Ubicación” .....	79
Imagen 24: Página “Contáctenos”.....	80

Imagen 25: Captura de pantalla de CSS de la interfaz .....	83
Imagen 26: Afiche .....	84
Imagen 27: Facebook .....	85
Imagen 28: Twitter .....	85
Imagen 29: Instagram.....	86

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este proyecto de tesis se desarrolla en el Mercado Artesanal del Sur, esta organización dirigida con fondos privados totalmente independizada del Municipio de Quito, esto le ha dado gran desconocimiento de todos los quiteños y turistas acerca de este lugar, generando así que exista deficiente información del lugar.

En el proyecto se planea llevar a cabo un procedimiento para encontrar de manera ideal de insertar un método de distribución de información, por supuesto con el Diseño de una Página Web esto se puede lograr, fijando paulatinamente contenido que cumpla con los requerimientos de este tipo de herramienta informativa.

La transición de la plataforma aportará no solo en la información de los consumidores sino también a la exportación de productos artesanales ecuatorianos, cumpliendo con los objetivos deliberados en esta.

## ABSTRACT

This project of thesis is develops in the market craft of the South, this organization directed with funds private fully address of the municipality of Quito, this le has given great ignorance of all them quiteños and tourists about this place, generating so there is poor information of the place.

In the project is plans to carry to out a procedure for find of way ideal of insert a method of distribution of information, course with the design of a page Web this is can achieve, setting gradually content that meets with the requirements of this type of tool information.

The transition from the platform will bring not only in the information of consumers but also to the export of handicrafts Ecuadorian, fulfilling the objectives deliberate in this.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como principal objetivo el Página Web, donde puedan difundirse la información a través del medio de comunicación actual el cual es el internet. La solución para la distribución de información mediante las páginas web ha venido usándose actualmente durante un tiempo, la tecnología ha posibilitado que las maneras de comunicación tengan un rango mayor en la sociedad, más aún en el ámbito comercial, que necesita accesibilidad de información y conocimiento acerca de lo que los consumidores quieren adquirir.

Una página web en el Mercado Artesanal del Sur otorga todos los beneficios que las nuevas tecnologías pueden ofrecer, y con ayuda de algunas herramientas se plantea hacer esto posible, la realización de este proyecto se lo hizo mediante un análisis previo a las circunstancias en las que se encontraba la organización en donde se realiza el mismo, es importante mencionar que todo el procedimiento fue hecho paulatinamente con el fin de ir acorde a cada capítulo planteado.

## CAPÍTULO I

### Antecedentes

#### 1.01 Contexto

La Asociación de Artesanos y Comerciantes Rodrigo de Chávez, ahora conocida como el Mercado Artesanal del Sur es una organización de derecho privado sin fines de lucro, regulada por las disposiciones del Código Civil.

La sede del ahora conocido como el Mercado Artesanal del Sur está ubicado en la Av. Napo El-155 y Salcedo de la Parroquia Eloy Alfaro, La Villa Flora del cantón Quito provincia de Pichincha.

Según los socios, el Mercado Artesanal desde sus inicios atravesó una fuerte crisis organizativa, situación que llevó a las autoridades públicas a congelar su apoyo, esta crisis y problemática organizacional, obligó a los socios y al directorio de la Asociación a sobresalir legalmente por sus propios medios.

Como cuenta su actual Presidenta la Sra. Rocío Rosales, al inicio de esta Asociación estaba ubicada en la Av. Rodrigo de Chávez y Pedro Dorado junto al Club de Leones en donde ahora es un parque, nos menciona que cuando se encontraban ahí en la Asociación eran cerca de unas 400 personas entre artesanos y comerciantes, y que debido a los malos tratos y mal manejo económico de su antigua directiva llevaron a que gran parte de esta Asociación se separara y esta misma se disolviera casi por completo.

Hoy en día la Asociación no es muy grande y no recibe muchos ingresos económicos, pero ellos cuentan que ahora están mejor que con las anteriores directivas.

## 1.02. Justificación.

El tema de dar a conocer los productos y servicios que ofrece el Mercado Artesanal del Sur por medio de una página web viene dado a que la gran mayoría de pobladores de la ciudad de Quito y turistas que visitan dicha ciudad desconocen acerca del mismo, debido a esto hay que informar que la ciudad de Quito no solo posee un Mercado Artesanal y que solo existen esos artesanos, sino que hay muchos más y que parte de ellos están ubicados en ciertos puntos de concentración de artesanías como los Mercados Artesanales.

Además, existe insuficiente información del lugar, tanto así que tan solo lo conocen 3 de 10 habitantes, incluso por la falta de visibilidad que posee el lugar pasa desapercibido hasta para los ciudadanos que viven en el mismo sector o en sectores aledaños, incluso en las páginas de turismo de Quito jamás se menciona al lugar.

Es así que con este proyecto se quiere ayudar a los artesanos que allí ofrecen sus productos y servicios, y generar mayor afluencia de personas en el lugar tanto así que este lugar pueda llegar a expandirse y volverse tan renombrado como el Mercado Artesanal de la Mariscal, además que solo con informar acerca de este lugar se incrementará el turismo centrado hacia el sur de Quito que muy pocas veces se menciona a los turistas.

Entonces gracias a esto podrán ver que hay mayor variedad de productos y servicios que ofrecen estos artesanos y también ayudaremos a que estos generen más ingresos y que su inversión en el Mercado Artesanal del Sur no sea una pérdida.

Este proyecto cumple con el plan nacional del buen vivir, específicamente el objetivo 5 “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”, el cual menciona:

“El compromiso del Estado es promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible.”  
("Senplades", 2014, pág. 181)

Además, este también cumple con la matriz productiva, debido a que los productos que se ofrecen ahí son elaborados por artesanos netamente ecuatorianos, y una vez que este lugar llegue a ser muy reconocido entre los turistas extranjeros y nacionales, estos productos llegarían a ser prácticamente exportados, cumpliendo así con la matriz productiva, generando trabajo para más artesanos ecuatorianos y llegando a exportar los productos para ser reconocidos internacionalmente.”

### 1.03 Definición de la matriz T

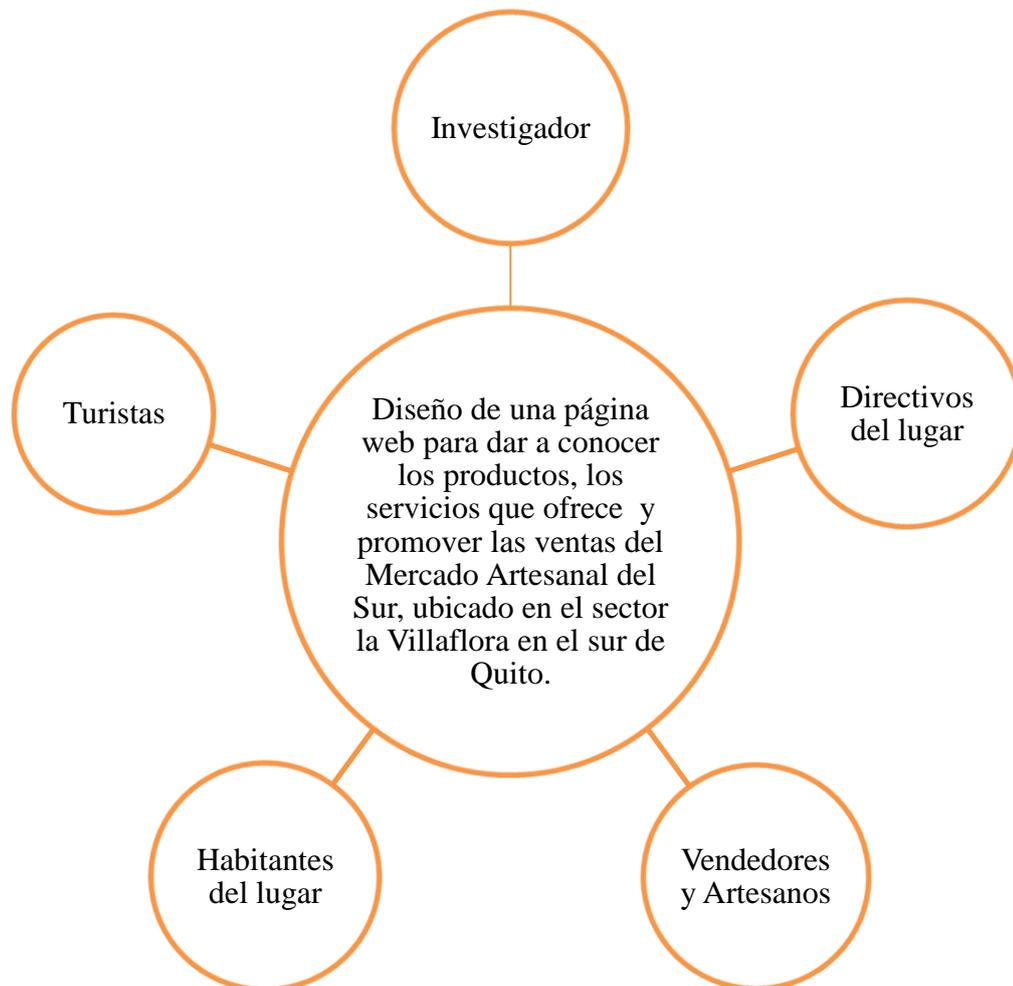
Tabla 1: Análisis fuerza T

Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Disociación del Grupo de Artesanos que conforman el mercado artesanal del sur por nulo comercio.	Deficiente información del lugar				Basta información de los productos y servicios que se ofrecen en el lugar.
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Diseño de página web para dar a conocer a las personas acerca de los servicios y productos que allí ofrecen	4	5	3	4	Mala información acerca del lugar
Generar estrategias promocionales llamativas para atraer a los consumidores	4	5	4	3	Falta de promoción del lugar
Implementación de materiales publicitarios para atraer más clientes al lugar	4	5	4	3	Carencia de publicidad para informar acerca del lugar

## CAPÍTULO II

### Análisis de Involucrados

#### 2.01 Mapeo de los Involucrados



*Figura 1: Árbol de involucrados*

Figura 1: Análisis de involucrados Encontramos los principales involucrados que van a aportar en el desarrollo del proyecto de la tesis, organizados desde el que más aporta, hasta el que aporta de menos. En sentido horario, es decir por nuestra derecha.

## 2.02 Matriz de análisis de involucrados

Tabla 2: Análisis de involucrados

Involucrados	Interés en el Problema	Problemas Percibidos	Recursos y Mandatos	Interés Sobre el Proyecto	Conflictos
Investigador	Generar información acerca del lugar	Desconocimiento de los productos y servicios que ofrecen en el lugar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social</li> <li>• Humana</li> <li>• Creativa</li> <li>• Técnica</li> <li>• Tecnológica</li> <li>• Informática</li> </ul>	Generar un conocimiento masivo a través del proyecto planteado	Poco tiempo para desarrollar el proyecto
Directivos del lugar	Dar a conocer el lugar para así generar más ingresos y afluencia en el lugar	Poca afluencia en el lugar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información</li> <li>• Permisos</li> </ul>	Atraer a más personas con el conocimiento entregado con el proyecto	Negación de Permisos
Comerciantes y artesanos	Dar a conocer sus productos y generar más ventas	Ventas bajas, pocos clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos Humanos</li> <li>• Información</li> </ul>	Que las personas conozcan todos sus productos y servicios con detalles	Negarse a dar información
Habitantes del lugar	Que el lugar o sector se vuelva más seguro	Delincuencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos Humanos</li> </ul>	Que las autoridades concentren más seguridad por la afluencia de personas	Desinterés acerca del tema
Turistas	Conocer más acerca de la cultura ecuatoriana	Desconocimiento de ciertos lugares turísticos de compra con referencia a lo nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información</li> </ul>	Conocer los productos y servicios que en el lugar ofrecen	Desinterés acerca del lugar

## CAPÍTULO III

### Problemas y objetivos

#### 3.01 Árbol de problemas

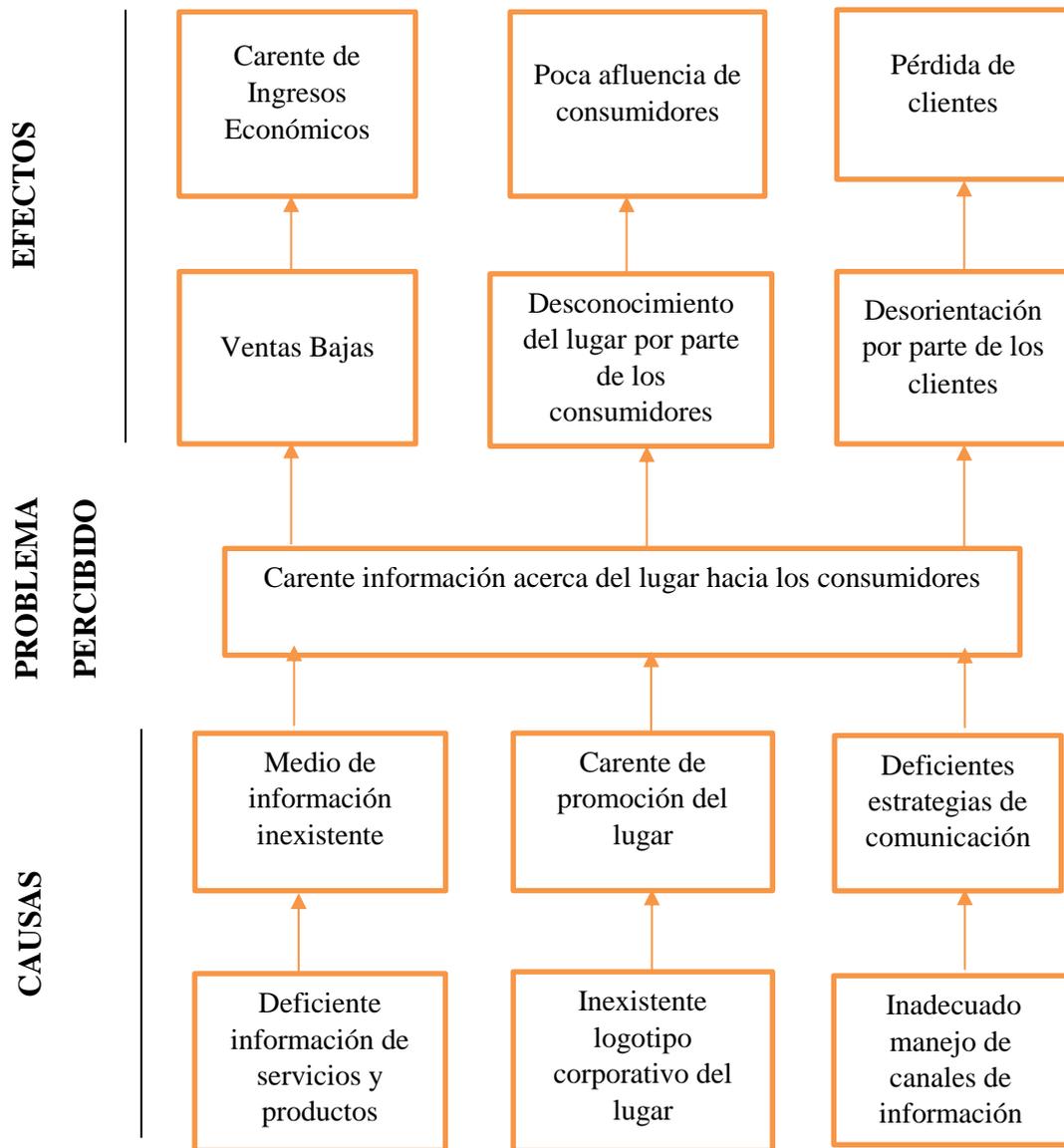


Figura 2: Árbol de Problemas

### 3.02 Árbol de objetivos

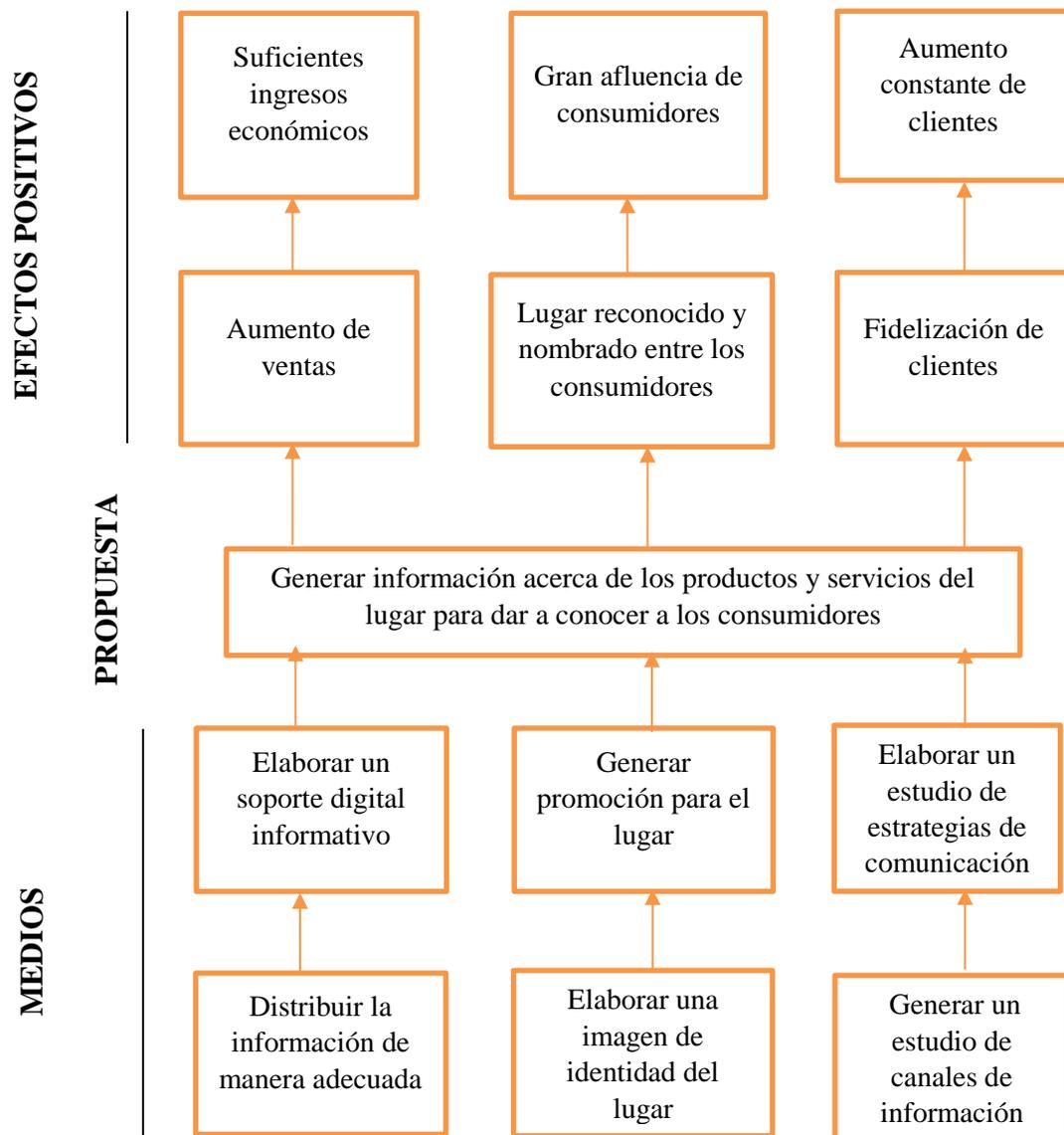


Figura 3: Árbol de objetivos

## CAPÍTULO IV

### Análisis de Alternativas

#### 4.01 Matriz de análisis de alternativas o identificación de acciones

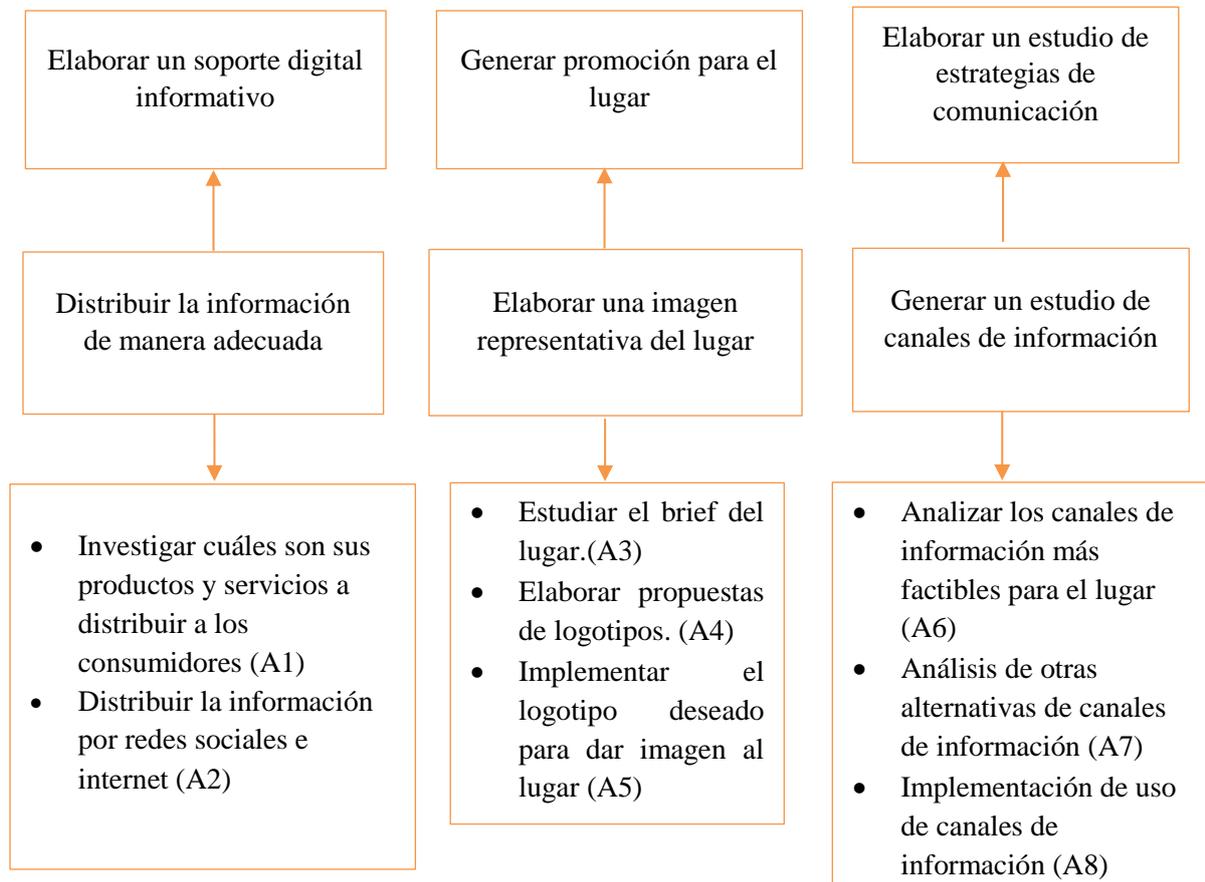


Figura 4: Análisis de alternativas

#### 4.01.01 Tamaño del proyecto

Se ha tomado como universo de referencia al censo realizado el 2010 y el sector de la magdalena debido a que la Villa Flora en si no tiene un numero de censo y esta queda en el sector de Chimbacalle, y con esto estableciendo la determinación de la muestra, de lo cual tenemos:

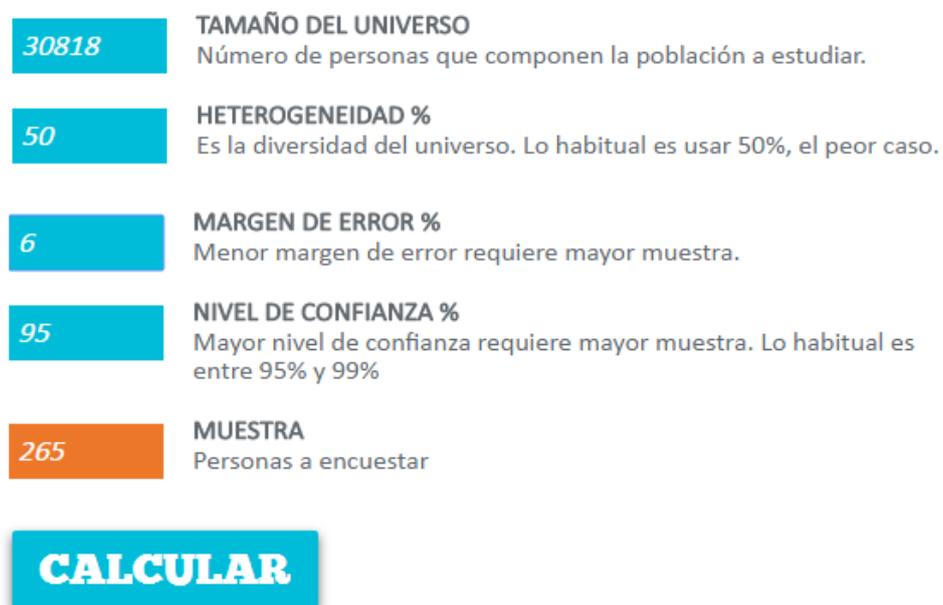


Imagen 1: Determinación de la muestra

Fuente: (NETQUEST, 2016)

#### 4.01.02 Localización del proyecto

La sede del ahora conocido como el Mercado Artesanal del Sur está ubicado en la Av. Napo E1-155 y Salcedo de la Parroquia Eloy Alfaro, La Villa Flora del cantón Quito provincia de Pichincha.



Fuente: (Google Maps, 2016)

*Imagen 2: Localización del proyecto*

#### 4.01.03 Análisis Ambiental

El proyecto presenta factores favorables, apoya en gran parte al medio ambiente debido a que al ser una página web no se usará material impreso para su acceso o uso, además se usará como soporte las redes sociales, así que esto también ayuda bastante al medio ambiente evitando que se entreguen volantes y publicidad que necesite este tipo de impresión masiva.

Por el lado contrario, obligatoriamente se necesita hacer un roll up para promocionar debido a que nosotros queremos que esto también llegue a los turistas, y en el caso de solo distribuir en redes sociales, raramente se llegara a los mismos, por estos puntos es necesario dicho soporte publicitario, pero no es gran daño al medio ambiente debido a que es una unidad, y además son duraderos así que no se necesita realizarlos con frecuencia.

#### 4.02 Análisis de impacto de objetivos

Tabla 3: Análisis de impacto de objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categorías
Elaborar un soporte digital informativo	4	4	4	4	3	19	Alta
Distribuir la información de manera adecuada	4	4	3	4	3	18	Alta
Generar promoción para el lugar	4	3	3	4	4	18	Alta
Elaborar una imagen de identidad del lugar	4	4	4	4	4	20	Alta
Elaborar un estudio de estrategias de comunicación	3	3	3	4	4	17	Medio
Generar un estudio de canales de información	4	4	4	4	3	19	Alta
<b>TOTAL</b>	23	22	21	24	21	111	

### 4.03 Diagrama de Estrategias

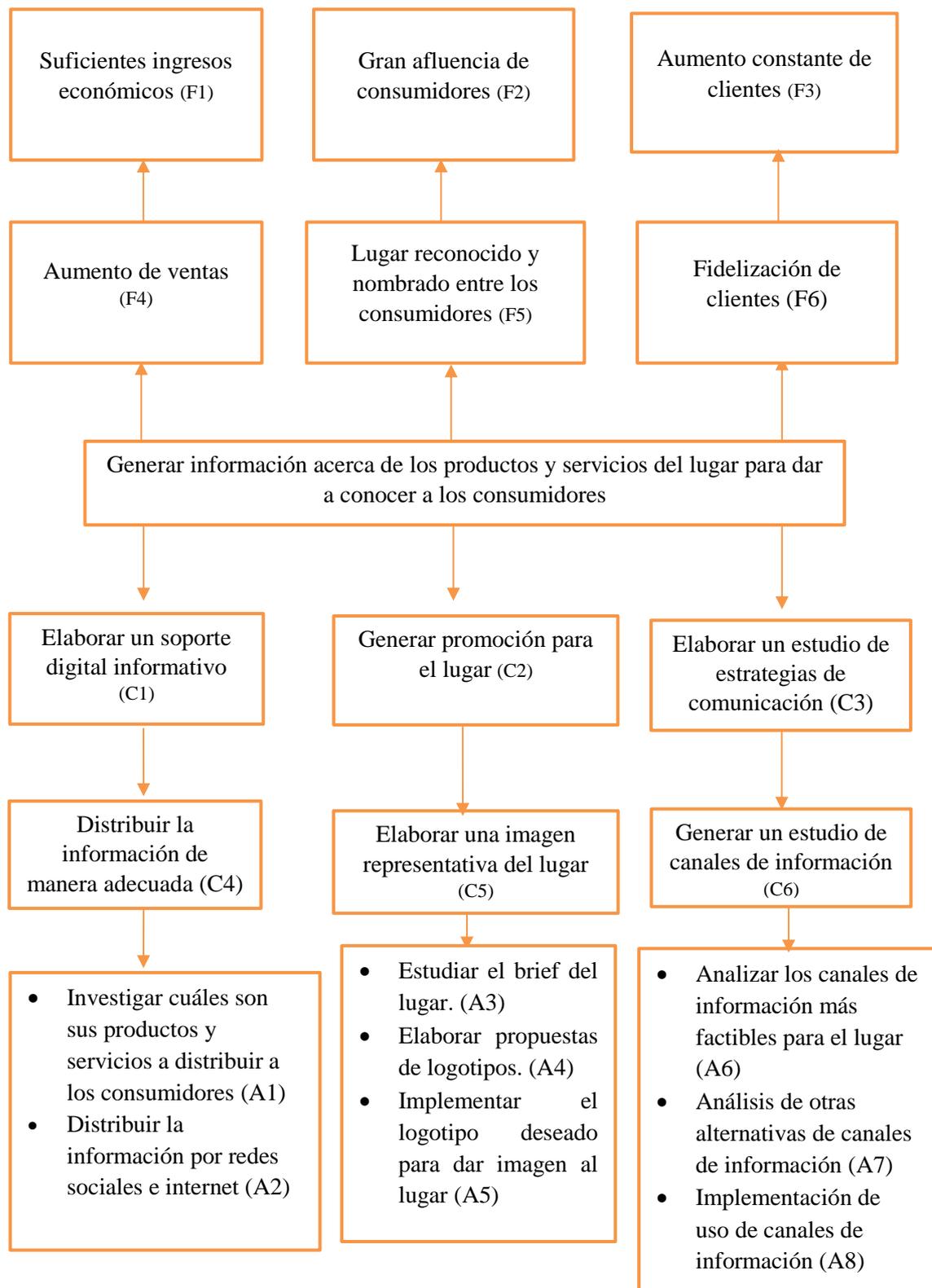


Figura 5: Diagrama de Estrategias

## 4.04 Construcción de la Matriz del Marco Lógico

### 4.04.01 Revisión de los Criterios para los indicadores

Tabla 4: Revisión de los Criterios para los indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Meta				
			Cant.	Cal.	Tiempo	Lugar	G.S.
Fin	F1: Suficientes ingresos económicos	Los artesanos del Mercado Artesanal del Sur consideran que sus ventas mejorarán gracias a la implementación de una página web observando que sus productos en stock estarían teniendo más movilidad	93%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	F2: Gran afluencia de consumidores	El Mercado Artesanal del Sur presenta una reducida afluencia de consumidores, el cual sería entre 20 y 30 consumidores por día.	80%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	F3: Aumento constante de clientes	Un 87% de los Artesanos del Mercado Artesanal consideran que habrá un aumento constante de clientes gracias a una página web	87%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	F4: Aumento de ventas	Los habitantes (entre artesanos y habitantes del sector) consideran que al distribuir más información del lugar habrá un gran aumento de ventas verificando con las facturas.	90%	Muy bueno	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

	F5: Lugar reconocido y nombrado entre los consumidores	Los artesanos consideran que gracias a la distribución de información que ofrece una página web el lugar se volverá reconocido tomando en cuenta la afluencia de consumidores que habrá en el lugar	93%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	F6: Fidelización de clientes	Los artesanos están de acuerdo que mediante un soporte web existirá una fidelización de clientes, según la cantidad de compras que realicen ahí	90%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
<b>Propósito</b>	P1: Generar información acerca de los productos y servicios del lugar para dar a conocer a los consumidores	Las personas (entre artesanos y habitantes) están de acuerdo que la distribución de información mediante un soporte web es primordial	84%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
<b>Componentes</b>	C1: Elaborar un soporte digital informativo	Las personas (entre artesanos y habitantes) están de acuerdo que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el mercado artesanal del sur	85%	Muy Bueno	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	C2: Generar promoción para el lugar	Los artesanos están de acuerdo que es necesario generar promoción del lugar para así llegar a aumentar la afluencia de consumidores en el lugar	100%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

	C3: Elaborar un estudio de estrategias de comunicación	Elaborar un estudio de estrategias de comunicación es primordial para ofrecer información oportuna	80%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	C4: Distribuir la información de manera adecuada	Es indispensable distribuir la información de manera adecuada para que se pueda acceder a esta con facilidad	95%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	C5: Elaborar una imagen representativa del lugar	El lugar carece de una imagen que represente al lugar	100%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	C6: Generar un estudio de canales de información	Es necesario investigar el canal de información más efectivo actualmente	80%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
<b>Actividades</b>	A1: Investigar cuáles son sus productos y servicios a distribuir a los consumidores	Es indispensable investigar cuáles son sus productos y servicios para elaborar la distribución de información adecuada	90%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	A2: Distribuir la información por redes sociales e internet	Las personas (entre habitantes y artesanos) están de acuerdo con que se debería distribuir la información mediante redes sociales e internet	89%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	A3: Estudiar el brief del lugar	Es primordial el estudio del brief del lugar para conocer sus productos y servicios además de acerca del lugar	95%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

	A4: Implementar el logotipo deseado para dar imagen al lugar	El logotipo es fundamental para dar imagen al lugar	100%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	A5: Análisis de otras alternativas de canales de información	Existen canales de información que se pueden utilizar de apoyo	80%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M
	A6: Implementación de uso de canales de información	Implementación de la página web es el canal de información con mayor factibilidad	95%	Excelente	6 meses	Mercado Artesanal del Sur Quito - Ecuador	M

Nota:

La siguiente nomenclatura que se ha utilizado es:

Cant. = Cantidad

Cal. = Calidad

G.S. = Grupo Social

M. = Medio

#### 4.04.02 Selección de Indicadores

Tabla 5: Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificador de Indicadores					Puntaje	Selecc.
			A	B	C	D	E		
Fin	F1: Suficientes ingresos económicos	Los del Mercado Artesanal del Sur consideran que sus ventas mejorarán gracias a la implementación de una página web	X	X	X		X	4	SI
	F2: Gran afluencia de consumidores	El Mercado Artesanal del Sur presenta una reducida afluencia de consumidores	X	X	X		X	4	SI

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

	F3: Aumento constante de clientes	Los Artesanos del Mercado Artesanal consideran que habrá un aumento constante de clientes gracias a una página web	X	X		X	X	4	SI
	F4: Aumento de ventas	Los habitantes (entre artesanos y habitantes del sector) consideran que al distribuir más información del lugar habrá un gran aumento de ventas	X	X		X	X	4	SI
	F5: Lugar reconocido y nombrado entre los consumidores	Los artesanos consideran que gracias a la distribución de información que ofrece una página web el lugar se volverá reconocido	X	X			X	3	SI
	F6: Fidelización de clientes	Los artesanos están de acuerdo que mediante un soporte web existirá una fidelización de clientes	X	X		X	X	4	SI
<b>Propósito</b>	P1: Generar información acerca de los productos y servicios del lugar para dar a conocer a los consumidores	Las personas (entre artesanos y habitantes) están de acuerdo que la distribución de información mediante un soporte web es primordial	X	X	X		X	4	SI
<b>Componentes</b>	C1: Elaborar un soporte digital informativo	Las personas (entre artesanos y habitantes) están de acuerdo que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el	X	X		X	X	4	SI

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

		mercado artesanal del sur							
	C2: Generar promoción para el lugar	Los de acuerdo que es necesario generar promoción del lugar	X	X	X		X	4	SI
	C3: Elaborar un estudio de estrategias de comunicación	Elaborar un estudio de estrategias de comunicación es primordial para ofrecer información oportuna	X	X		X	X	4	SI
	C4: Distribuir la información de manera adecuada	Es indispensable distribuir la información de manera adecuada	X	X		X	X	4	SI
	C5: Elaborar una imagen representativa del lugar	El lugar carece de una imagen que represente al lugar	X	X	X		X	4	SI
	C6: Generar un estudio de canales de información	Es necesario investigar el canal de información más efectivo actualmente	X	X		X	X	4	SI
Actividades	A1: Investigar cuáles son sus productos y servicios a distribuir a los consumidores	Es indispensable investigar cuáles son sus productos y servicios para elaborar la distribución de información adecuada	X	X	X	X		4	SI
	A2: Distribuir la información por redes sociales e internet	Las personas (entre habitantes y artesanos) están de acuerdo con que se debería distribuir la información mediante redes sociales e internet	X	X		X	X	4	SI

A3: Estudiar el brief del lugar	Es primordial el estudio del brief del lugar	X	X		X	X	4	SI
A4: Implementar el logotipo deseado para dar imagen al lugar	El logotipo es fundamental para dar imagen al lugar	X	X	X		X	4	SI
A5: Análisis de otras alternativas de canales de información	Existen canales de información que se pueden utilizar de apoyo	X	X		X	X	4	SI
A6: Implementación de uso de canales de información	Implementación de la página web es el canal de información con mayor factibilidad	X	X		X	X	4	SI

Nota:

La siguiente nomenclatura que se ha utilizado es:

- A = Es claro  
 B = Existe información disponible  
 C = Es tangible y se puede observar  
 D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere expertos  
 E = Es representativo

#### 4.04.03 Medios de Verificación

Tabla 6: Medios de Verificación

Nive I	Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación				
			F. Info.	M.R.	M.A.	F.R	R
Fin	F1: Suficientes ingresos económicos	Los artesanos del Mercado Artesanal del Sur consideran que sus ventas mejorarán gracias a la implementación de una página web	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 m.	Inv.
	F2: Gran afluencia de	El Mercado Artesanal del Sur presenta una	Primaria	Guía de Observación	Cualitativo	6 m.	Inv.

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

	consumidores	reducida afluencia de consumidores					
	F3: Aumento constante de clientes	Los Artesanos del Mercado Artesanal consideran que habrá un aumento constante de clientes gracias a una página web	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 m.	Inv.
	F4: Aumento de ventas	Los habitantes (entre artesanos y habitantes del sector) consideran que al distribuir más información del lugar habrá un gran aumento de ventas	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 m.	Inv.
	F5: Lugar reconocido y nombrado entre los consumidores	Los artesanos consideran que gracias a la distribución de información que ofrece una página web el lugar se volverá reconocido	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 m.	Inv.
	F6: Fidelización de clientes	Los artesanos están de acuerdo que mediante un soporte web existirá una fidelización de clientes	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 m.	Inv.
<b>Propósito</b>	P1: Generar información acerca de los productos y servicios del lugar para dar a conocer a los consumidores	Las personas (entre artesanos y habitantes) están de acuerdo que la distribución de información mediante un soporte web es primordial	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 m.	Inv.

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

<b>Componentes</b>	C1: Elaborar un soporte digital informativo	Las personas (entre artesanos y habitantes) están de acuerdo que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el mercado artesanal del sur	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 m.	Inv.
	C2: Generar promoción para el lugar	Los artesanos están de acuerdo que es necesario generar promoción del lugar	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 m.	Inv.
	C3: Elaborar un estudio de estrategias de comunicación	Elaborar un estudio de estrategias de comunicación es primordial para ofrecer información oportuna	Secundaria	Recolección de datos	Cualitativo	6 m.	Inv.
	C4: Distribuir la información de manera adecuada	Es indispensable distribuir la información de manera adecuada	Secundaria	Recolección de datos	Cualitativo	6 m.	Inv.
	C5: Elaborar una imagen representativa del lugar	El lugar carece de una imagen que represente al lugar	Primaria	Guía de Observación	Cualitativo	6 m.	Inv.
	C6: Generar un estudio de canales de información	Es necesario investigar el canal de información más efectivo actualmente	Secundaria	Recolección de datos	Cualitativo	6 m.	Inv.
	A1: Investigar cuáles son sus productos y servicios a distribuir a los consumidores	Es indispensable investigar cuáles son sus productos y servicios para elaborar la distribución de información adecuada	Secundaria	Recolección de datos	Cualitativo	6 m.	Inv.

<b>Actividades</b>	A2: Distribuir la información por redes sociales e internet	Las personas (entre habitantes y artesanos) están de acuerdo con que se debería distribuir la información mediante redes sociales e internet	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	6 m.	Inv.
	A3: Estudiar el brief del lugar	Es primordial el estudio del brief del lugar	Secundaria	Recolección de datos	Cualitativo	6 m.	Inv.
	A4: Implementar el logotipo deseado para dar imagen al lugar	El logotipo es fundamental para dar imagen al lugar	Secundaria	Recolección de datos	Cualitativo	6 m.	Inv.
	A5: Análisis de otras alternativas de canales de información	Existen canales de información que se pueden utilizar de apoyo	Secundaria	Recolección de datos	Cualitativo	6 m.	Inv.
	A6: Implementación de uso de canales de información	Implementación de la página web es el canal de información con mayor factibilidad	Secundaria	Recolección de datos	Cualitativo	6 m.	Inv.

Nota:

Se ha usado la siguiente nomenclatura:

- F.info = Fuentes de información  
 M.R. = Método de recolección  
 M.A = Método de análisis  
 F. R. = Frecuencia de recolección  
 R. = Responsable  
 M = Meses  
 Inv. = Investigador

#### 4.04.04 Supuestos

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Fin.	Pol.	Soc.	Amb.	Leg.
Fin	F1: Suficientes ingresos económicos	Deudas financieras sin saldar	X		X		X
	F2: Gran afluencia de consumidores	Consumidores poco interesados en los productos	X		X	X	
	F3: Aumento constante de clientes	Pérdida de clientes	X		X		
	F4: Aumento de ventas	Disminución de ventas totales	X				X
	F5: Lugar reconocido y nombrado entre los consumidores	El lugar sea recuperado por el gobierno y los expropien del lugar	X	X	X		X
	F6: Fidelización de clientes	Clientes insatisfechos	X		X		X
Propuesta	P1: Generar información acerca de los productos y servicios del lugar para dar a conocer a los consumidores	Desinterés de los consumidores acerca del lugar por el sector de ubicación	X		X		X
Componentes	C1: Elaborar un soporte digital informativo	Que el soporte digital resulte ser poco interesante para los consumidores	X		X		X
	C2: Generar promoción para el lugar	Que la promoción generada resulte ser dañina para el ambiente	X	X	X	X	X

	C3: Elaborar un estudio de estrategias de comunicación	Que el estudio de estrategias de comunicación no sea el adecuado para el lugar	X		X		
	C4: Distribuir la información de manera adecuada	La información distribuida sea poco llamativa e incluso no se llegue a ser vista	X		X		
	C5: Elaborar una imagen representativa del lugar	Que la imagen representativa no sea del gusto de los artesanos y comerciantes del lugar	X		X		X
	C6: Generar un estudio de canales de información	Que los canales de información estudiados sean anticuados y poco factibles en la actualidad	X		X	X	
<b>Actividades</b>	A1: Investigar cuáles son sus productos y servicios a distribuir a los consumidores	Que los artesanos y comerciantes se nieguen a dar su información para el desarrollo del proyecto			X		X
	A2: Distribuir la información por redes sociales e internet	Que la información no sea poco real y disguste a los consumidores	X		X		X
	A3: Estudiar el brief del lugar	El brief de la empresa no sea el real o sea inventado		X	X		X
	A4: Implementar el logotipo deseado para dar imagen al lugar	Que el logotipo implementado sea inapropiado y disguste a los artesanos			X		X

	A5: Análisis de otras alternativas de canales de información	Que las otras alternativas de información sean poco viables	X		X		
	A6: Implementación de uso de canales de información	Que los canales de información implementados no sean adecuados	X		X	X	X

Nota:

Se ha usado la siguiente nomenclatura:

Fin. = Financiero

Pol. = Político

Soc. = Social

Amb. = Ambiental

Leg. = Legal

#### 4.04.05 Matriz Marco Lógico

Tabla 8: Matriz Marco Lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
F1: Suficientes ingresos económicos	Los artesanos del Mercado Artesanal del Sur consideran que sus ventas mejoraran gracias a la implementación de una página web	Primaria, Encuesta, Cuantitativo	Deudas financieras sin saldar
F2: Gran afluencia de consumidores	El Mercado Artesanal del Sur presenta una reducida afluencia de consumidores	Primaria, Guía de Observación, Cualitativo	Consumidores poco interesados en los productos
F3: Aumento constante de clientes	Los Artesanos del Mercado Artesanal consideran que habrá un aumento constante de clientes gracias a una página web	Primaria, Encuesta, Cuantitativo	Pérdida de clientes

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

F4: Aumento de ventas	Los habitantes (entre artesanos y habitantes del sector) consideran que al distribuir más información del lugar habrá un gran aumento de ventas	Primaria, Encuesta, Cuantitativo	Disminución de ventas totales
F5: Lugar reconocido y nombrado entre los consumidores	Los artesanos consideran que gracias a la distribución de información que ofrece una página web el lugar se volverá reconocido	Primaria, Encuesta, Cuantitativo	El lugar sea recuperado por el gobierno y los expropien del lugar
F6: Fidelización de clientes	Los artesanos están de acuerdo que mediante un soporte web existirá una fidelización de clientes	Primaria, Encuesta, Cuantitativo	Cientes insatisfechos
P1: Generar información acerca de los productos y servicios del lugar para dar a conocer a los consumidores	Las personas (entre artesanos y habitantes) están de acuerdo que la distribución de información mediante un soporte web es primordial	Primaria, Encuesta, Cuantitativo	Desinterés de los consumidores acerca del lugar por el sector de ubicación
C1: Elaborar un soporte digital informativo	Las personas (entre artesanos y habitantes) están de acuerdo que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el mercado artesanal del sur	Primaria, Encuesta, Cuantitativo	Que el soporte digital resulte ser poco interesante para los consumidores
C2: Generar promoción para el lugar	Los artesanos están de acuerdo que es necesario generar promoción del lugar	Primaria, Encuesta, Cuantitativo	Que la promoción generada resulte ser dañina para el ambiente
C3: Elaborar un estudio de estrategias de comunicación	Elaborar un estudio de estrategias de comunicación es primordial para ofrecer información oportuna	Secundaria, Recolección de datos, Cualitativo	Que el estudio de estrategias de comunicación no sea el adecuado para el lugar
C4: Distribuir la información de manera adecuada	Es indispensable distribuir la información de manera adecuada	Secundaria, Recolección de datos, Cualitativo	La información distribuida sea poco llamativa e incluso no se llegue a ser vista
C5: Elaborar una imagen representativa del lugar	El lugar carece de una imagen que represente al lugar	Primaria, Guía de Observación, Cualitativo	Que la imagen representativa no sea del gusto de los artesanos y comerciantes del lugar

C6: Generar un estudio de canales de información	Es necesario investigar el canal de información más efectivo actualmente	Secundaria, Recolección de datos, Cualitativo	Que los canales de información estudiados sean anticuados y poco factibles en la actualidad
A1: Investigar cuáles son sus productos y servicios a distribuir a los consumidores	Es indispensable investigar cuáles son sus productos y servicios para elaborar la distribución de información adecuada	Secundaria, Recolección de datos, Cualitativo	Que los artesanos y comerciantes se nieguen a dar su información para el desarrollo del proyecto
A2: Distribuir la información por redes sociales e internet	Las personas (entre habitantes y artesanos) están de acuerdo con que se debería distribuir la información mediante redes sociales e internet	Primaria, Encuesta, Cuantitativo	Que la información no sea poco real y disguste a los consumidores
A3: Estudiar el brief del lugar	Es primordial el estudio del brief del lugar	Secundaria, Recolección de datos, Cualitativo	El brief de la empresa no sea el real o sea inventado
A4: Implementar el logotipo deseado para dar imagen al lugar	El logotipo es fundamental para dar imagen al lugar	Secundaria, Recolección de datos, Cualitativo	Que el logotipo implementado sea inapropiado y disguste a los artesanos
A5: Análisis de otras alternativas de canales de información	Existen canales de información que se pueden utilizar de apoyo	Secundaria, Recolección de datos, Cualitativo	Que las otras alternativas de información sean poco viables
A6: Implementación de uso de canales de información	Implementación de la página web es el canal de información con mayor factibilidad	Secundaria, Recolección de datos, Cualitativo	Que los canales de información implementados no sean adecuados

## CAPÍTULO V

### Propuesta

#### 5.01 Antecedentes de la herramienta de perfil de la propuesta

Tim Berners-Lee, creó el Hyper Text Markup Language (HTML), que hoy en día está siendo muy usado y la información es más fácil de comunicar mediante este medio.

Él fue el primero en combinar la comunicación por internet con el hipertexto y también fue responsable de la primera página web que fue puesta en línea en agosto de 1991. En ese momento sólo había un servidor web ubicado en el CERN, pero a finales de 1992, más de 50 servidores web estaban operando en el mundo, principalmente en las universidades y centros de investigación. En un principio, el diseño web era para muy pocos y sin mucha variabilidad, pero a medida que avanzaba la web, HTML se hizo más complejo y flexible, permitió a los usuarios añadir imágenes y tablas a las páginas web. (Tu Página Tu Web, 2011).

Gracias a este invento, y la innovación constante de velocidades transferencia de datos, ha vuelto al internet la manera más viable para realizar negocios, trabajos escolares, investigaciones, compras en línea, publicidad o información de empresas entre muchas otras cosas.

Hoy la gente antes de ir a visitar o contratar servicios directamente prefiere comunicarse mediante el uso de internet (Páginas web, redes sociales, aplicaciones de mensajería o de llamadas, etc.), esto es debido a que es una manera más fácil de comunicarse y con pocas molestias.

Cabe recalcar que uno de los métodos más usados es el del buscar su información en páginas web debido a que esta posee toda o la mayoría de la información de las empresas, en DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

estas se puede encontrar los servicios o productos cualquiera que sea el caso, y también se puede encontrar información acerca de cómo contactarlos (redes sociales, e-mail, teléfonos, dirección).

### **5.02 Descripción de la herramienta**

Las herramientas de investigación que se utilizaron para obtener la información requerida en el proyecto fueron:

#### **Encuestas:**

Las cuales sirvieron como técnica para conocer la situación actual del conocimiento que tienen del lugar y aparte su opinión acerca de que si una página web es la publicidad que los artesanos o los habitantes del sector creen adecuado.

#### **Guía de Observación**

La guía de observación se optó en ciertas circunstancias para obtener información mediante una simple verificación que diera a conocer la situación en la que se encuentra la institución y la mejoría que pudiese llegar a tener.

## Formato de encuesta a artesanos

### Pregunta 1

**¿Considera usted que sus ventas mejorarán gracias a la implementación de una página web?**

*Tabla 9: Encuesta a artesanos, aumento de ventas*

Sí	14	93%
No	1	7%



Gráfico 1: Encuesta a artesanos, aumento de ventas

Análisis: La gran mayoría de artesanos están de acuerdo con la implementación de una página web en el Mercado Artesanal del Sur las ventas mejorarían 93 %.

## Pregunta 2

¿Usted considera que habrá un aumento constante de clientes gracias a una página web?

Tabla 10 : Encuesta a artesanos, aumento constante de clientes

Sí	13	87%
No	2	13%

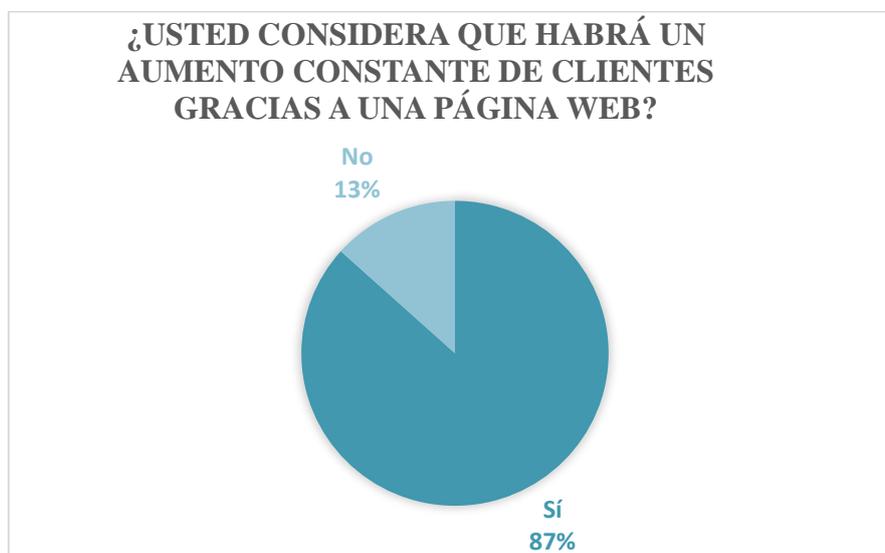


Gráfico 2: Encuesta a artesanos, aumento constante de clientes

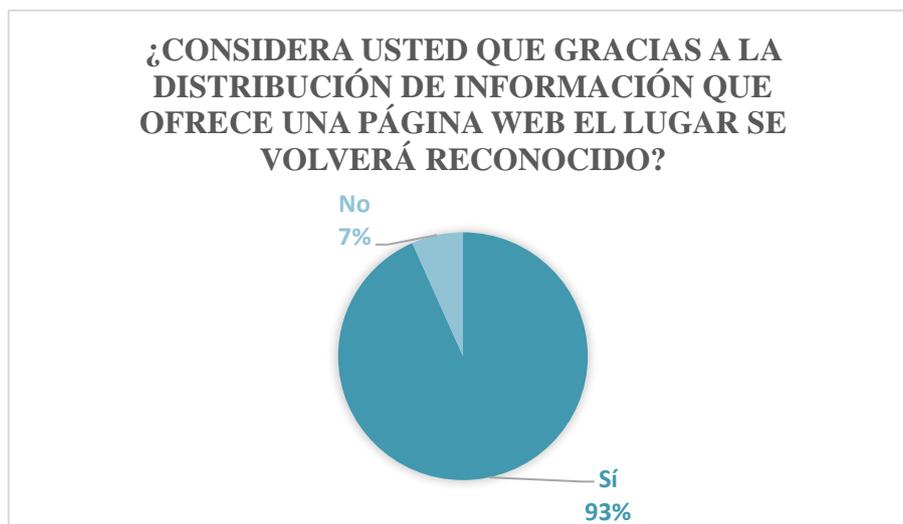
Análisis: La mayoría de artesanos están de acuerdo con que habrá un aumento constante de clientes gracias a una página web en un 87 %.

### Pregunta 3

**¿Considera usted que gracias a la distribución de información que ofrece una página web el lugar se volverá reconocido?**

*Tabla 11: Encuesta a artesanos, lugar reconocido*

Sí	14	93%
No	1	7%



**Gráfico 3: Encuesta a artesanos, lugar reconocido**

**Análisis:** La gran mayoría de artesanos están de acuerdo que gracias a la distribución de información que ofrece una página web el lugar se volverá reconocido en un 93 %.

#### Pregunta 4

¿Está de acuerdo que mediante un soporte web existirá una fidelización de clientes?

Tabla 12: Encuesta a artesanos, fidelización de clientes

Sí	13	87%
No	2	13%

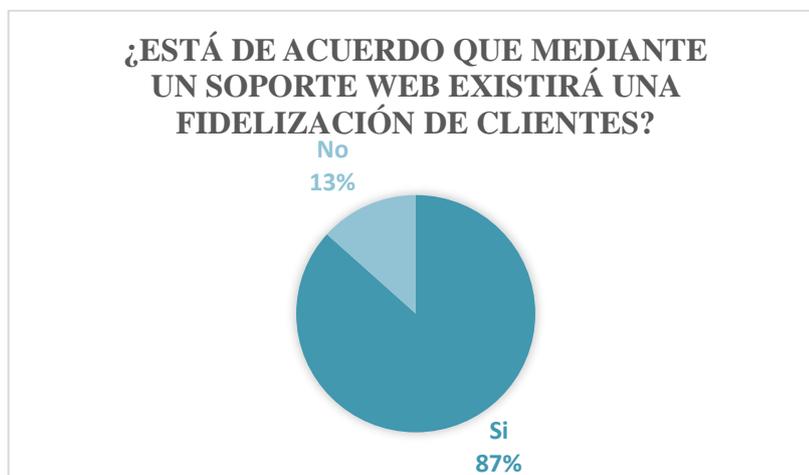


Gráfico 4: Encuesta a artesanos, fidelización de clientes

Análisis: La mayoría de artesanos están de acuerdo con que mediante un soporte web existirá una fidelización de clientes con 87 %.

### Pregunta 5

¿Está de acuerdo que es necesario generar promoción del lugar?

Tabla 13: Encuesta a artesanos, promoción para el lugar

Sí	15	100%
No	0	0%



Gráfico 5: Encuesta a artesanos, promoción para el lugar

Análisis: Todos los artesanos del Mercado Artesanal del Sur están de acuerdo que es necesario generar promoción del lugar.

### Pregunta 6

**¿Considera usted que al distribuir más información del lugar habrá un aumento de ventas?**

Tabla 14: Encuesta a artesanos, distribución de información

Sí	14	93%
No	1	7%

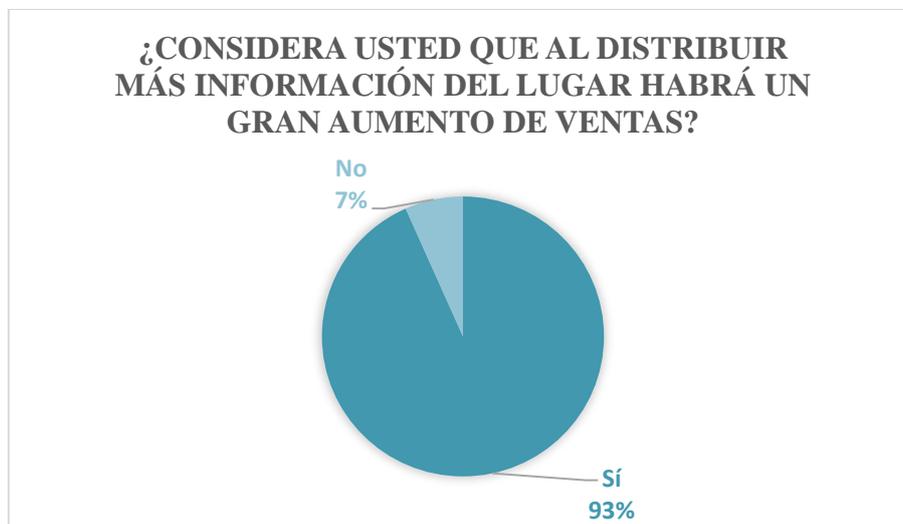


Gráfico 6: Encuesta a artesanos, distribución de información

Análisis: La mayoría de artesanos están de acuerdo con al distribuir más información del lugar habrá un gran aumento de ventas con 93%.

### Pregunta 7

**¿Está de acuerdo que la distribución de información mediante un soporte web es primordial?**

Tabla 15: Encuesta a artesanos, distribución de información mediante un soporte web

Sí	14	93%
No	1	7%



Gráfico 7: Encuesta a artesanos, distribución de información mediante un soporte web

Análisis: La gran mayoría de artesanos está de acuerdo que la distribución de información mediante un soporte web es primordial con 93%.

### Pregunta 8

**¿Está de acuerdo que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el mercado artesanal del sur?**

*Tabla 16: Encuesta a artesanos, soporte digital informativo*

Sí	13	87%
No	2	13%



**Gráfico 8: Encuesta a artesanos, soporte digital informativo**

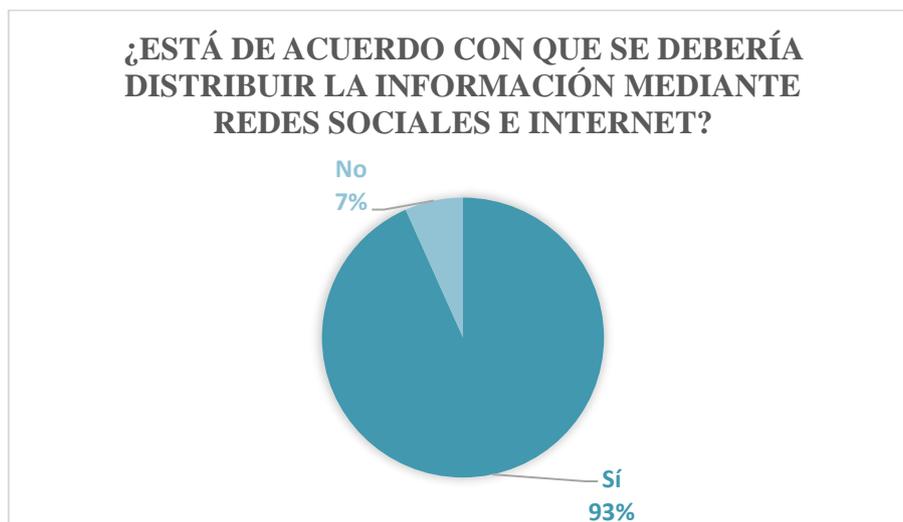
**Análisis:** La mayoría de artesanos están de acuerdo que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el mercado artesanal del sur con un 83%.

### Pregunta 9

**¿Está de acuerdo con que se debería distribuir la información mediante redes sociales e internet?**

*Tabla 17: Encuesta a artesanos, soporte digital informativo*

Sí	14	93%
No	1	7%



**Gráfico 9: Encuesta a artesanos, soporte digital informativo**

**Análisis:** La mayoría de artesanos están de acuerdo con que se debería distribuir la información mediante redes sociales e internet 93%.

## Formato de encuesta a habitantes del lugar

### Pregunta 1

**¿Considera usted que al distribuir más información del lugar habrá un aumento de ventas?**

Tabla 18: Encuesta a habitantes, distribución de información

Sí	238	90%
No	27	10%

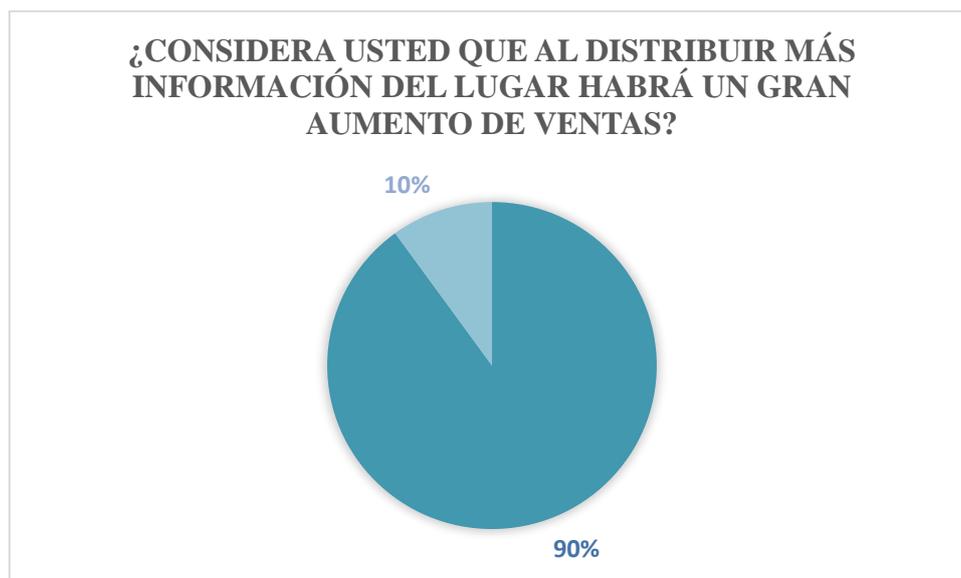


Gráfico 10: Encuesta a habitantes, distribución de información

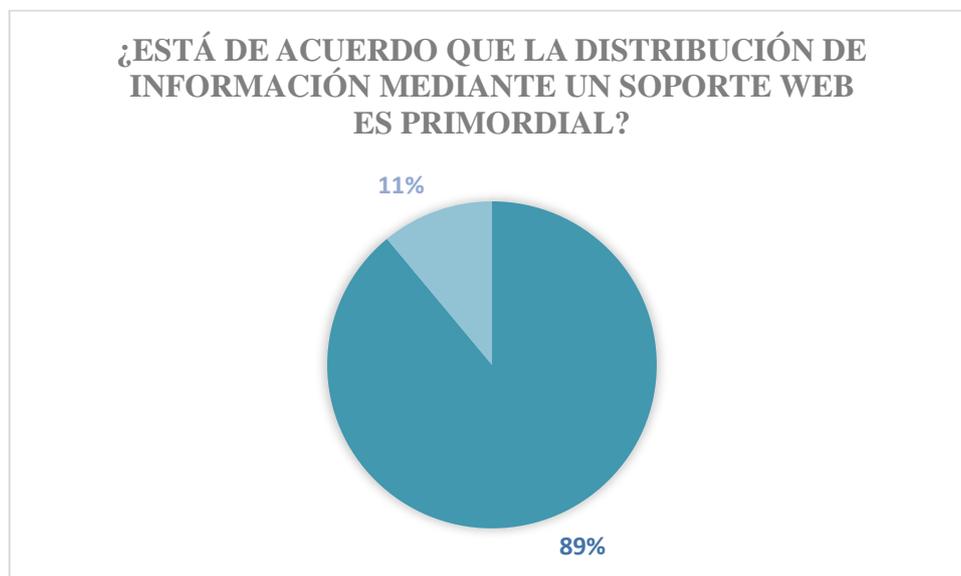
Análisis: La mayoría de habitantes están de acuerdo con al distribuir más información del lugar habrá un gran aumento de ventas con 90%.

## Pregunta 2

**¿Está de acuerdo que la distribución de información mediante un soporte web es primordial?**

*Tabla 19: Encuesta a habitantes, distribución de información mediante un soporte web*

Sí	220	83%
No	45	17%



**Gráfico 11: Encuesta a habitantes, distribución de información mediante un soporte web**

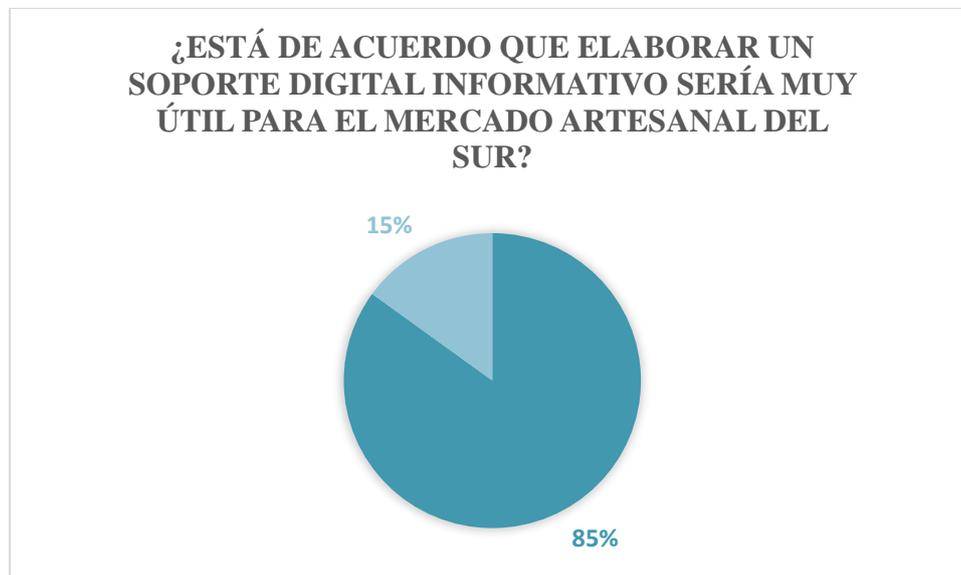
**Análisis:** La mayoría de habitantes está de acuerdo que la distribución de información mediante un soporte web es primordial con 83%.

### Pregunta 3

**¿Está de acuerdo que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el mercado artesanal del sur?**

*Tabla 20: Encuesta a habitantes, soporte digital informativo*

Sí	238	85%
No	42	15%



**Gráfico 12:** Encuesta a habitantes, soporte digital informativo

**Análisis:** La mayoría de habitantes están de acuerdo que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el mercado artesanal del sur con un 85%.

#### Pregunta 4

**¿Está de acuerdo con que se debería distribuir la información mediante redes sociales e internet?**

Tabla 20: Encuesta a habitantes, redes sociales

Sí	235	89%
No	30	11%

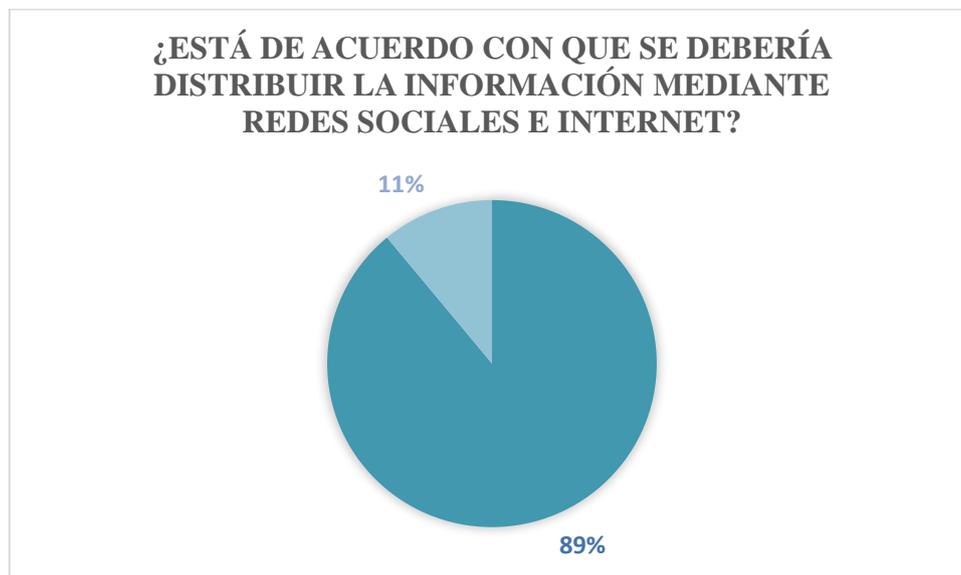


Gráfico 13: Encuesta a habitantes, soporte digital informativo

Análisis: La mayoría de habitantes están de acuerdo con que se debería distribuir la información mediante redes sociales e internet 89%.

**Recolección de datos**, es una herramienta basada en la adquisición de ciertos artículos, o citas textuales que permiten obtener información acerca de un tema, me permitió recopilar información la situación actual de los artesanos y comerciantes del Mercado Artesanal del Sur con relación a una posible difusión de información mediante una página web.

La información difundida entre persona y persona es mucho más lenta que la difusión de información a través de páginas web.

“Después de muchos años de experiencia he podido corroborar que una de las principales fuentes de ruido en nuestros procesos de comunicación promocional está en los propios emisores de mensajes los que al no conocer a fondo las claves de identidad de lo que van a promover, a quién lo van a promover y para qué lo van a promover, se lanzan a promover sin una previa estrategia de comunicación o con estrategias de comunicación débiles o fragmentadas.” (Amaya, 2010)

“Otra fuente de información la componen las fuentes públicas, son fuentes accesibles para todos los consumidores, que en este caso no están controladas por las marcas y por lo tanto no están sesgadas. Son fuentes públicas: las comparativas que se pueden encontrar en internet, las que realizan las organizaciones de consumidores o las que aparecen en los medios de comunicación.” (Teresa Vallet-Bellmunt, 2015)

“Asegúrate en lo posible de que aquellos que en ese inmenso océano de información que es internet han tenido a bien el fijarse en ti y en tu producto, servicio o marca tienen la alfombra roja extendida en tu espacio web y tus contenidos de calidad en bandeja de plata listos para ser compartidos, gustados y llevados tan lejos como sea posible. Tu éxito online te irá en gran parte en ello. Y así llegamos a nuestro primer principio.” (Alvarez, 2012)

“Por norma general, en las sociedades desarrolladas los deseos y necesidades se satisfacen a través de productos. Normalmente el término producto nos sugiere un bien físico,

tal como un automóvil, un televisor o una cámara de fotos. Sin embargo, hoy en día son pocos los productos que no vienen acompañados de ciertos elementos auxiliares como servicios adicionales, información, experiencias, etc.” (Tirado, 2013)

“El briefing es un documento que contiene la información que guiará un proyecto de diseño, exponiendo sus objetivos e identificando el público o usuario objetivo, así como su contexto. Su utilidad se refiere tanto al contexto interno de la empresa, como al externo.”

(Multimedia, 2011)

“Cada vez más las empresas toman en consideración la importancia que trae consigo una planificación de la estrategia de comunicación a través de los programas de intervención creados sobre la base de la identidad visual corporativa. Para lo cual es imprescindible el desarrollo y diseño de un buen logo, logotipo o marca que identifique acertadamente a la empresa.” (Logos y Logotipos para empresas.com, 2010)

“Partiendo desde el punto de vista de mercadeo, una página Web puede proporcionar un sin fin de posibilidades a un costo extremada y relativamente bajo. Si bien nos tomamos un momento para investigar y comparar los costes, notaremos que un anuncio publicitario ocupando solamente media página de un periódico local nos costaría entre los 50 mil y 60 mil pesos (costo que puede variar teniendo en cuenta la popularidad del periódico) y solo circulará durante el día en que sea publicado dicho periódico” (ClompuTech, 2013)

**Guía de Observación**, es la herramienta que me ayudó a connotar la situación actual de los consumidores en relación con el mercado artesanal, el cual es realmente bajo, aparte me ayudo para observar que la mayoría de la gente al ver que no tenían un logotipo empresarial o algo representativo era tomada como una tienda común.

Entre el día 18 y el día 22 de Julio de 2016 hubo una afluencia de aproximadamente entre 20 y 30 consumidores por día por lo cual se puede deducir que hay poca afluencia por la falta de publicidad

La cantidad alarmante de empresas que hoy en día existen en el mercado sea cual sea la rama, por este motivo es necesario que las empresas que existen o que van a lanzarse al mercado tengan 2 puntos importantes que son el valor agregado que den a su servicio/producto y la imagen representativa de la empresa o logotipo, los cual les ayudaran a que los consumidores recuerden o tengan en mente a estas empresas.

### **5.03 Formulación del proceso de aplicación**

#### **Planificación**

##### **Propósito**

El propósito de este proyecto es generar información acerca del Mercado Artesanal del Sur para que este a su vez genere más ingresos para los artesanos y comerciantes que ahí se ubican y con esto también lleguen sus productos a ser exportados para que este mercado se expanda y genere más empleo.

El objetivo de este Mercado Artesanal del Sur de tener mayor publicidad tiene gran ventaja al usar hoy en día las páginas web y publicidad 360, debido a que así se llega a la mayoría de gente, debido a que todos tratan de mantenerse actualizados en redes sociales o sacar información en general de internet.

##### **Usuario**

EL proyecto ha establecido como usuarios a los comerciantes y artesanos del Mercado Artesanal del Sur.

## Herramientas

Las herramientas que sirvieron para llevar a cabo este proyecto son:

Joomla:



“Joomla es uno de los CMS más utilizados y mejor posicionado del mercado, en principio el proyecto está dirigido a proyectos de pequeña y media envergadura que requieren de forma principal presencia en Internet y comunicación: sitios Web corporativos, comunidades de usuarios, tiendas online, etc.”

(Centro de Apoyo Tecnológico a Emprendedores, 2012)

Esta herramienta fue fundamental para el proyecto debido a que se utilizó para crear crear y editar la página web y la mayoría de sus elementos, este software es uno de las plataformas más usadas en las páginas web y que durante mucho tiempo ha sido el mejor para desarrollo de páginas web.

*Imagen 3: Logo Joomla*

Adobe Photoshop:



“La palabra Photoshop es de origen inglés como ‘taller de fotos’, es un programa desarrollado por Adobe para la edición de imágenes” (significados, 2016).

Esta herramienta se usó para realizar el retoque y edición de las fotografías tomadas de los productos y servicios del Mercado Artesanal del Sur, este es un potente programa que sirve para editar las fotos como para recortarlas, elaborar fotomontajes, y hasta desarrollar imágenes con diseños personalizados.

*Imagen 4: Logo Adobe Photoshop*

Adobe Illustrator:



“**Illustrator** es un programa de vectores. Su principal uso es para hacer ilustraciones, caricaturas, diagramas, gráficos y logotipos. A diferencia de las fotografías o imágenes de mapa de bits que se forman por píxeles” (Lumbreras, 2015).

Esta herramienta me permitió crear algunos archivos para el proyecto como el logotipo y algunos artes, este software es uno de los más usados en el ámbito del diseño, debido a que este programa permite realizar diseños modificables y permite que el usuario modifique todos los aspectos elaborados en este software, también permite vectorizar imágenes completas lo que lo convierte en una herramienta muy útil.

*Imagen 5: Logo Adobe Illustrator*

Adobe Muse:



“**Muse** está desarrollado para que cada herramienta y función genere código estandarizado y actualizado (HTML5, CSS3, JS, etc) el cual a su vez es más fácil de crear que en las versiones anteriores.” (xpert2, 2011)

Esta herramienta me permitió crear el formulario para que los usuarios que ingresen a la página web puedan contactarse con los comerciantes del Mercado Artesanal del Sur, este programa hoy por hoy es uno de los más útiles a la hora del diseño, si se desconoce acerca de programación web y se desea mucho diseño, también es muy útil a la hora de generar artículos para luego exportarlos a Joomla y así generar una combinación de diseño muy agradable a la vista.

*Imagen 6: Logo Adobe Muse*

Adobe InDesign:



“**Adobe Indesign** es la aplicación número uno a nivel mundial para diseño editorial. Con esta aplicación que es casi el estándar de la industria podemos realizar desde proyectos sencillos como puede ser un flyer a color, blanco y negro, con texto, imágenes etc, hasta creaciones más complejas tales como revistas, libros convencionales y electrónicos, periódicos entre otras muchas publicaciones.” (Romero, 2015)

Esta herramienta me permitió realizar la diagramación, maquetación y elaboración los catálogos que se encuentran en la página web, esta herramienta es la pionera al momento de maquetar una revista, catalogo, entre otras publicaciones ya sean digitales o físicas, este programa es totalmente compatible con otros programas del paquete de adobe como illustrator o Photoshop.

*Imagen 7: Logo Adobe InDesign*

WOW Slider:



s.f.)

“WOWSlider es ligero (6kb gzipped), carga rápido, utiliza animaciones aceleradas por el hardware. Es utilizado y probado exitosamente en millones de páginas (sí, millones), así que podemos decir con seguridad que está prácticamente libre de errores.” (Slider,

Este Programa me ayudó a crear el slider usado en el encabezado de la página web, para darle la animación de la transición de imágenes y el espacio adecuado, este programa es el mejor al momento de desarrollar un slider, debido a que al momento de diseñarlo se puede escoger la interfaz, el método de transición, el tiempo entre transiciones y hasta el tamaño del slider,

aparte al momento de guardarlo o exportarlo para una página web, ayuda muchísimo que de a escoger el modo en el que se desea exportar, como modulo, como código html y con compatibilidad con distintos programas.

*Imagen 8: Logo WOW Slider*

## **Desarrollo**

Mediante las herramientas antes mencionadas, se trabajó con el Joomla, empezando con la creación del espacio web, revisando lo investigado con anterioridad acerca de los indicadores en el proyecto. Se ha ido desarrollando poco a poco para obtener un resultado satisfactorio.

## **Hosting**

El hosting es la página web que nos brindará el espacio en el internet para poder subir los archivos o la información que necesitemos, estos existen de dos tipos, de pago y de uso gratuito, de pago como su nombre lo dice existen páginas que nos brindan el espacio deseado con la dirección y extensión directa que necesitemos para nuestra página web, estos pueden pagarse mensual o anualmente dependiendo de la página web donde se compre el dominio.

Mientras que los host gratuitos son libres de uso, bajo condiciones de la página que nos está prestando el dominio, con solo capacidad de subir un peso de archivos predeterminados, además cuando nos brindan este espacio el sitio web llevara el nombre que deseemos, la extensión (que en la mayoría se impone y no se puede elegir), además de llevar de intermedio entre estos dos el nombre del host que nos está dando el espacio gratuito, cabe recalcar que estos host gratuitos también brindan dominios con tipo de pago, para que todas las limitaciones que nos está imponiendo sean eliminadas, estos dominios gratuitos solo tienen el tiempo de vida de 1 año, luego de este año los host hacen una limpieza de los dominios y se elimina toda la información que nosotros hayamos subido.

El host que fue usado para el desarrollo de esta página web es “[CU.CC](#)”, esta página debido a que es una propuesta de proyecto se usó un dominio de tipo gratuito, ya que los parámetros que se exigen en este host se están cumpliendo.

## Dominio

Un dominio es un nombre dado a un espacio en el internet, el cual identifica a cada uno de los sitios web que existen en todo el internet, cada servidor o host que existe en el mundo puede soportar la información de hasta millones de páginas web a la vez, dependiendo del tamaño del host o servidor, el nombre de dominio que se dio a la página web de este proyecto es: “[www.mercadoartesanaldelsur.cuccfree.com](#)”.

## Contenidos

El contenido en este caso está basado en que los artesanos y comerciantes den a conocer todos sus productos y servicios, para que turistas y consumidores en general conozcan acerca de este lugar.

## Mapa de contenidos

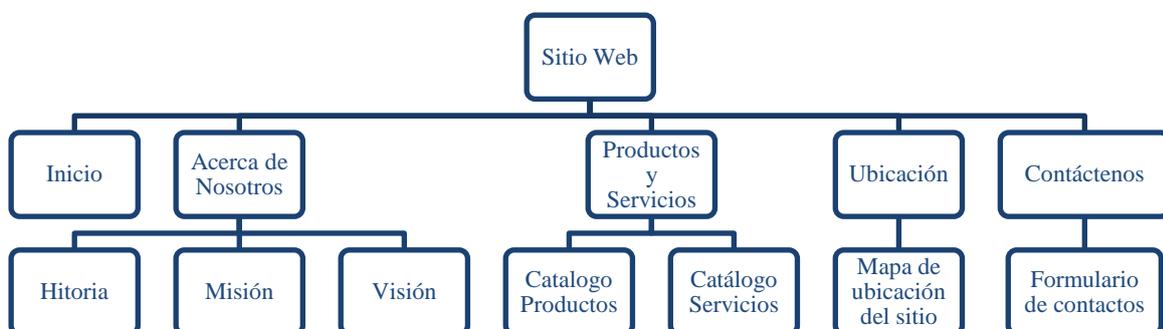


Figura 6: Mapa de contenidos

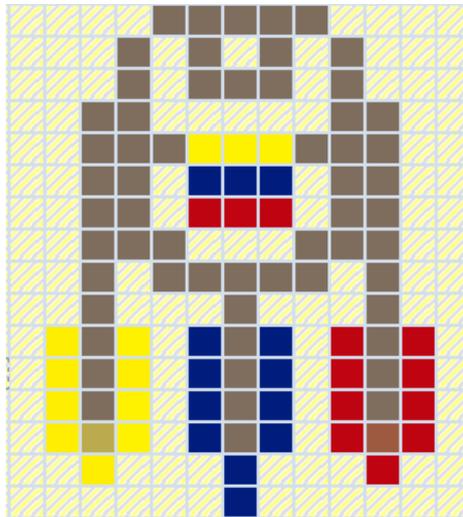
## Favicon:

El favicon es el icono que aparecerá en la pestaña de la página web que estemos viendo cómo podemos ver en la siguiente imagen.



*Imagen 9: Barra de navegación de Google Chrome*

El favicon usado para la página web es el siguiente



*Imagen 10: Favicon*

Como podemos observar este no tiene una buena resolución, esto es debido a que el favicon por lo general se lo desarrolla en 16 x 16 píxeles para que sea más liviano, y se cargue rápido al momento de abrir una página web, además que al reducirse de tamaño un favicon de 16x16 píxeles se verá mejor debido a que se eliminan los detalles minuciosos que al final no se van a ver al tamaño que se reduce, además cuando una imagen normal se reduce de tamaño no se puede apreciar bien.

## Diseño de interfaz

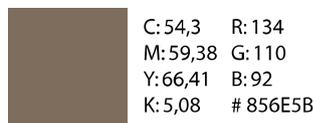
### Imagen corporativa

El logotipo

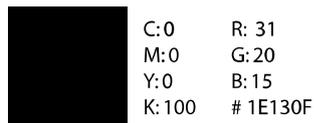


*Imagen 11: Logotipo del Mercado Artesanal del Sur*

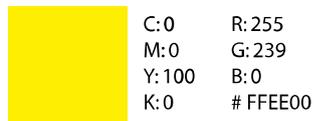
### Colores



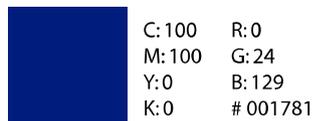
**Marón:** Es severo, confortable y da la impresión de gravedad y equilibrio.



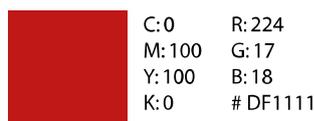
**Negro:** Simboliza seriedad y elegancia.



**Amarillo:** Es diversión, amabilidad y optimismo (en este logotipo fue usado para representar a la bandera ecuatoriana)



**Azul:** Está asociado al recogimiento, al espacio, inmortalidad, cielo y agua (en este logotipo fue usado para representar a la bandera ecuatoriana)



**Rojo:** Es amor y odio, calor y pasión (en este logotipo fue usado para representar a la bandera ecuatoriana)

*Imagen 12: Colores*

Estos colores han sido tomados en cuenta para la elaboración de la plataforma puesto que va acorde con la imagen corporativa de la institución y son apropiados para el grupo objetivo.

### Fuentes:

**Circula Medium**, esta topografía tiene buena legibilidad, pertenece a la familia de tipografías de tipo palo seco y a su vez es de tipo versalita, debido a esto se debió modificar el tamaño en algunas letras del logotipo para dar mayor distinción entre mayúsculas y minúsculas.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789(!"#\$%&/'=?;:\*^`ñ\_.,:;-)

### Botones

En orden descendente el primer botón que encontramos al entrar en la página web es el botón de traducción de la página el cual nos permite que la página automáticamente detecte el idioma de nuestra computadora y se traduzca a ella, y si en caso de que el idioma de la computadora no sea el que nosotros usamos podremos escoger cualquier otro idioma de toda la lista de idiomas que se encuentra ahí, este botón una vez activo se convertirá a modo scrolling o parallax así que nos seguirá en la pantalla así estemos abajo en la página web y podremos ubicarlo en cualquier parte de la pantalla para mejor comodidad.



*Imagen 13: Botón de traducción de la Página Web*

Los botones que se encuentran segundos en el header o encabezado son los de nuestra botonera para poder navegar en nuestra página web.



*Imagen 14: Botones del encabezado de la Página Web*

Los botones inferiores con la conectividad con distintas redes sociales correspondientes al Mercado Artesanal del Sur.



*Imagen 15: Botones inferiores de la Página web*

## Retícula

Se utilizó una retícula jerárquica para la página principal atribuyendo una distribución de contenidos más favorable, la organización en este tipo de retícula es mantiene a la información organizada dentro de la página web.

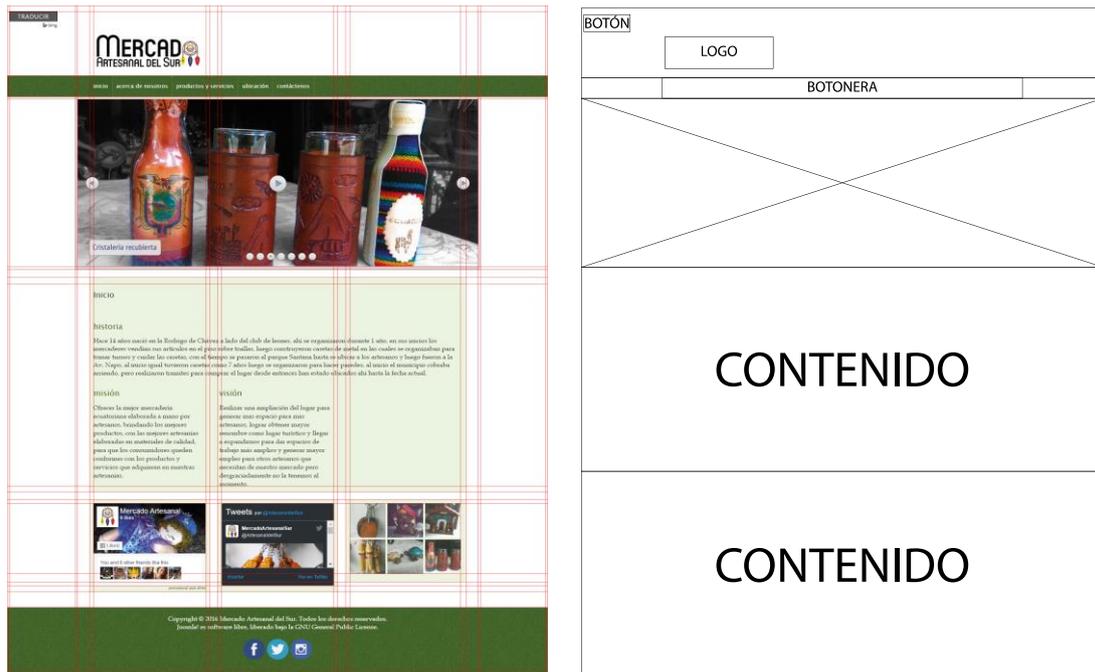
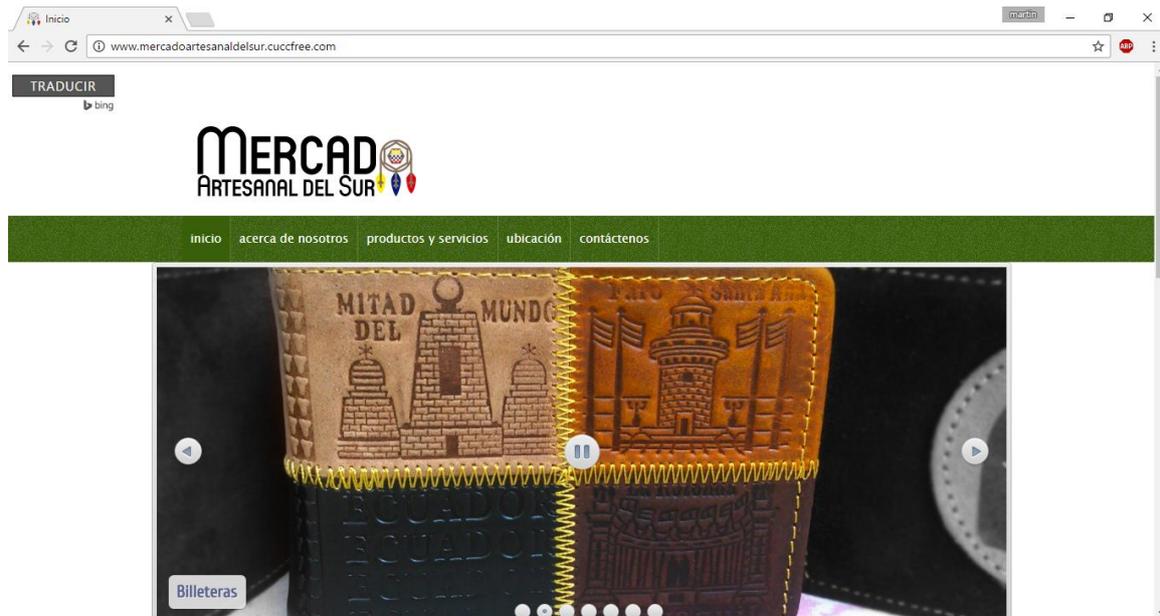


Imagen 16: Retícula página principal

## Producción

Se presenta mediante imágenes las páginas de la Plataforma Virtual subida en la nube.

Las capturas de pantalla van mostrando los segmentos que contiene el Aula Virtual.



*Imagen 17: Inicio de la Página web*

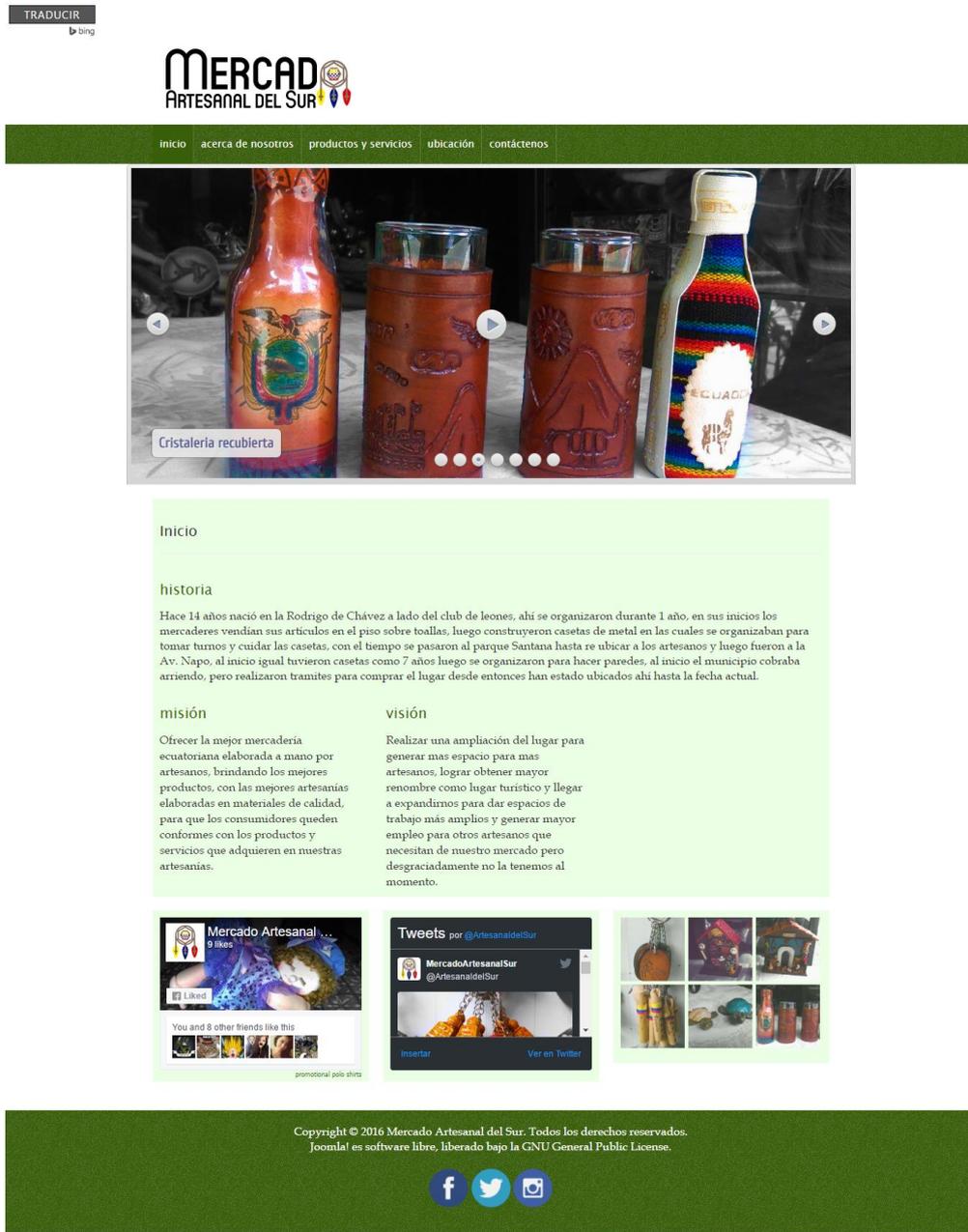


Imagen 18: Página principal



Imagen 19: Página "Historia"



Imagen 20: Página "Misión"

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



Imagen 21: Página "Visión"

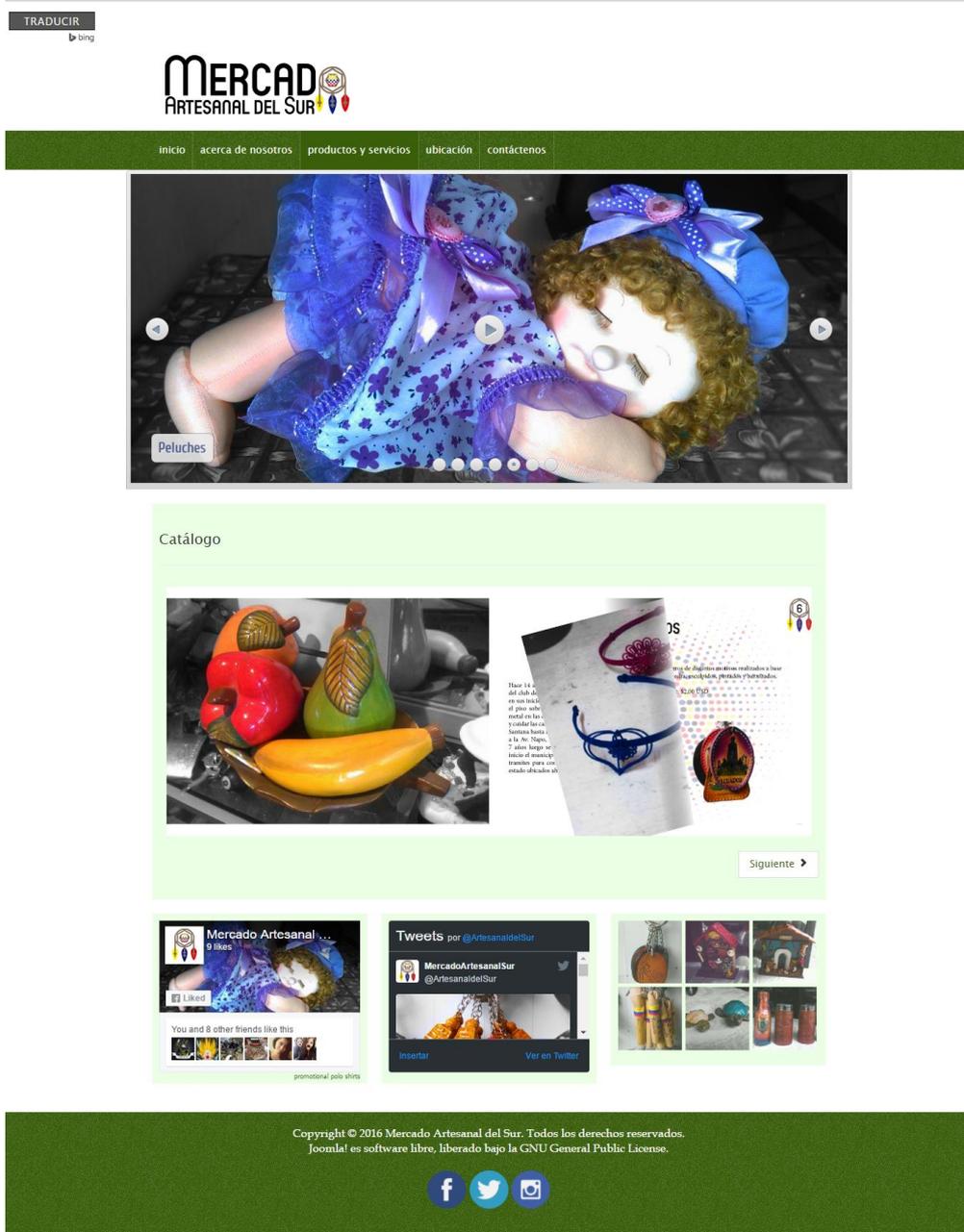


Imagen 22: Página “Productos y Servicios”

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORES EN EL SUR DE QUITO.

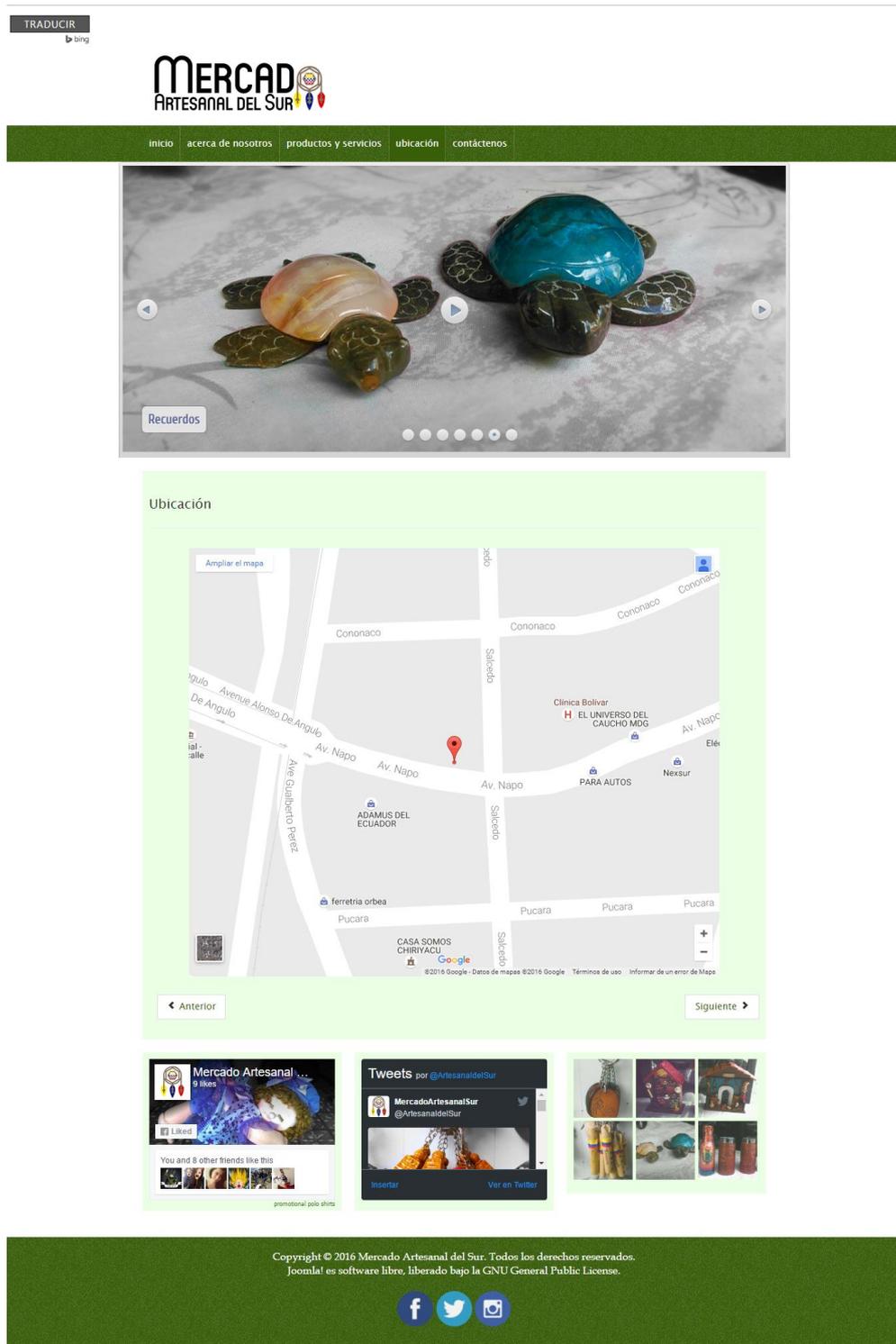


Imagen 23: Página "Ubicación"

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

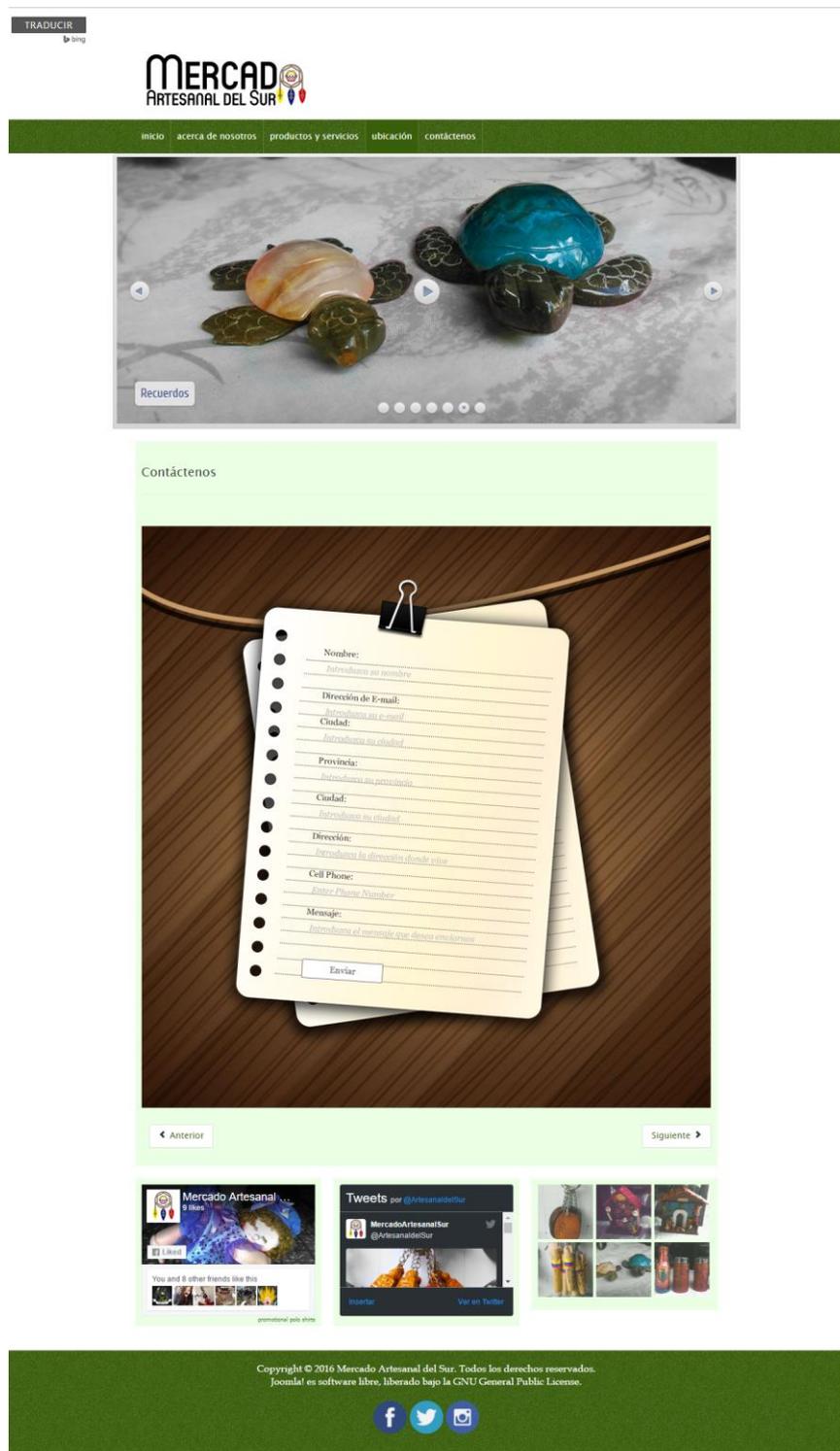


Imagen 24: Página "Contáctenos"

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

## Programación

La programación está basada en el lenguaje de programación CSS de HTML con ayuda de algunas herramientas antes mencionadas.

```

1 <?php
2 |
3 defined('_JEXEC') or die('Restricted index access');
4 $root = $this->baseurl;
5
6 $template = $this->template;
7 /**
8 $slideshow = 'templates/'.$template.'/images/slideshow/';
9 $images = 'templates/'.$template.'/images/';
10 */
11 $css = '$root.'/templates.'/'.$template.'/css/';
12
13 $app = JFactory::getApplication();
14 $doc = JFactory::getDocument();
15 $user = JFactory::getUser();
16 $this->language = $doc->language;
17 $this->direction = $doc->direction;
18 $sitename = $app->getConfig('sitename');
19 $menuid = $this->params->get('menuid');
20 $menu = $app->getMenu();
21 $renderer = $doc->loadRenderer('module');
22 $module = JModuleHelper::getModule('mod_menu', 'hornav_menu');
23 $menu_name = $this->params->get('hornav_menu', 'mainmenu');
24 $module->params = 'menutype='.$menu_name.'\nshowAllChildren=1';
25 $hornav = $renderer->render($module);
26
27
28
29 $params = $app->getTemplate(true)->params;
30 if ($this->params->get('logoFile')) {
31 $logo = 'img src="'.JURI::root().$this->params->get('logoFile').'" alt="'. $sitename .'" />';
32 }
33 elseif ($this->params->get('sitetitle')) {
34 {
35 $logo = '<span class="site-title" title="'. $sitename .'">'. htmlspecialchars($this->params->get('sitetitle')) . '</span>';
36 }
37 else
38 {
39 $logo = 'img src="'. $images .'/logo.png alt="'. $sitename .'" />';
40 }
41 $display_social_links = $this->params->get('display_social_links', 'yes');
42 $top_pos = $this->countModules('top1 or top2 or top3 or top4');
43 $top1_position = $this->countModules('top1');
44 $top2_position = $this->countModules('top2');
45 $top3_position = $this->countModules('top3');
46 $top4_position = $this->countModules('top4');
47 $navigation_position = $this->countModules('top_menu');
48 $bottom_pos = $this->countModules('bottom1 or bottom2 or bottom3 or bottom4');
49 $bottom1_position = $this->countModules('bottom1');
50 $bottom2_position = $this->countModules('bottom2');
51 $bottom3_position = $this->countModules('bottom3');
52 $bottom4_position = $this->countModules('bottom4');
53 $footer_pos = $this->countModules('footer1 or footer2 or footer3 or footer4');
54
55 $comp_info = $this->params->get('comp_info');
56 $footer1_position = $this->countModules('footer1');
57 $footer2_position = $this->countModules('footer2');
58 $footer3_position = $this->countModules('footer3');
59 $footer4_position = $this->countModules('footer4');
60 $footer_position = $this->countModules('footer');
61 $maxwidth = $this->params->get('maxwidth');
62 $enable_slideshow = $this->params->get('enable_slideshow');
63 $thumbs_wrapper_width = '100';
64 $count_images = $this->params->get('count_images');
65 $thumbs_margin = $count_images * 0.98;
66 $thumbs_padding = $count_images * 0.58;
67 $thumbs_total_margin_padding = $thumbs_margin + $thumbs_padding;
68 $nav_bg_image_default = $this->params->get('nav_bg_image_default');
69 $nav_bg_image_file = $this->params->get('nav_bg_image_file');
70 $menu_text_transform = $this->params->get('menu_text_transform', 'inherit');
71 $navigation_font_weight = $this->params->get('navigation_font_weight', 'normal');
72 $cssStyle = $this->params->get('cssStyle', 'default');
73
74 $slideshow_duration = $this->params->get('slideshow_duration');
75 $slideshow_delay = $this->params->get('slideshow_delay');
76
77 $doc->addStyleSheet($images.'slideshow/styles/glass/engine1/style.css');
78 $doc->addStyleSheet($css.'grid.css');
79 $doc->addStyleSheet($css.'bootstrap.min.css');
80 $doc->addStyleSheet($css.'nav.css');
81 $doc->addStyleSheet($css.'template.css');
82 $doc->addStyleSheet($css.'css.css');
83 JHtml::_('bootstrap.framework');
84 ?>
85 <?php $header_top=0;
86 $pos_header_top = 'header top';
87 for ($i=1; $i<=2; $i++) { if (($this->countModules($pos_header_top.$i)) or ($logo)) { $header_top++; } }>

```

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORES EN EL SUR DE QUITO.



```

88 <?php if ($header_top == 2) : $header_top_val = '6'; else $header_top_val = '12'; endif; ?>
89 <?php $stop=0;
90 $pos_top = 'top';
91 for ($i=1; $i<=4; $i++) { if ($this->countModules($pos_top.$i)) { $stop++; } } ?>
92 <?php if ($stop == 2) : $stop_val = '6'; elseif ($stop == 3) : $stop_val = '4'; elseif ($stop == 4) : $stop_val = '12'; endif; ?>
93 <?php $bottom=0;
94 $pos_bottom = 'bottom';
95 for ($i=1; $i<=4; $i++) { if ($this->countModules($pos_bottom.$i)) { $bottom++; } } ?>
96 <?php if ($bottom == 2) : $bottom_val = '6'; elseif ($bottom == 3) : $bottom_val = '4'; elseif ($bottom == 4) : $bottom_val = '12'; endif; ?>
97 <?php $footer=0;
98 $pos_footer = 'footer';
99 for ($i=1; $i<=4; $i++) { if ($this->countModules($pos_footer.$i)) { $footer++; } } ?>
100 <?php if ($footer == 2) : $footer_val = '6'; elseif ($footer == 3) : $footer_val = '4'; elseif ($footer == 4) : $footer_val = '12'; endif; ?>
101 <!DOCTYPE html> <html <title="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="<?php echo $this->language; ?>" lang="<?php echo $this->language; ?>" dir="<?php echo $this->direction; ?>">
102 <head><jdoc:include type="head" /></head>
103 <body>
104
105
106 <header role="banner">
107
108 <div id="MicrosoftTranslatorWidget" class="Dark" style="color:white;background-color:#555555"><script type="text/javascript">setTimeout(function(){var
s=document.createElement('script');s.type='text/javascript';s.charset='UTF-8';s.src=((location && location.href && location.href.indexOf('https') ==
0)?'https://ssl.microsofttranslator.com':'http://www.microsofttranslator.com')+'ajax/v3/WidgetV3.ashx?
siteData=ueI0RSKk8965FE095Jt0'&ctf=False&ui=true&settings=Manual&from=';var p=document.getElementsByTagName('head')
[0][1].document.createElement(p.insertBefore(s,p.firstChild));},0);</script>
109
110 <div class="wrap">
111 <section>
112 <div class="container_12">
113 <div class="grid_12">
114
115 <div class="crate" id="logo">
116 <a href="<?php echo $this->baseurl; ?>">
117 <?php echo $logo;?>
118 <?php if ($this->params->get('sitedescription'))
119 {
120 echo '<div class="site-description">'. htmlspecialchars($this->params->get('sitedescription')) . '</div>';
121 }
122 >
123 <!-- Start WONSslider.com HEAD section -->
124 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="engine1/style.css" />
125 <script type="text/javascript" src="engine1/jquery.js"></script>
126 <!-- End WONSslider.com HEAD section -->
127 <!-- End WONSslider.com HEAD section -->
128 </a>
129 </div>
130 <div class="clear"></div>
131 </div>
132 <div class="clear"></div>
133 </div>
134 </section>
135 </div>
136 <div class="clear"></div>
137 </header>
138 <nav role="navigation" class="hor_nav_full"><div id="hor_nav"><?php echo $hornav; ?></div></div></nav>
139 <?php include ($slideshow.'slideshow.php'); ?>
140 <!-- Start WONSslider.com BODY section -->
141 <div id="wonslider-container1">
142 <div class="ws_images"><ul>
143 <li></li>
144 <li></li>
145 <li></li>
146 <li></li>
147 <li></li>
148 <li><a href="http://wonslider.net"></a></li>
149 <li></li>
150 </ul></div>
151 <div class="ws_bullets"><div>
152 <a href="#" title="Llaveros"><span>1</span></a>
153 <a href="#" title="Billeteras"><span>2</span></a>
154 <a href="#" title="Cristaleria recubierta"><span>3</span></a>
155 <a href="#" title="Decorativos de pared"><span>4</span></a>
156 <a href="#" title="Peluches"><span>5</span></a>
157 <a href="#" title="Recuerdos"><span>6</span></a>
158 <a href="#" title="Articulos varios"><span>7</span></a>
159 </div></div><div class="ws_script" style="position:absolute;left:-99%*><a href="http://wonslider.com/v1">bootstrap carousel</a> by WONSslider.com v8.7</div>
160 <div class="ws_shadow"></div>
161 </div>
162 <script type="text/javascript" src="engine1/wonslider.js"></script>
163 <script type="text/javascript" src="engine1/script.js"></script>
164 <!-- End WONSslider.com BODY section -->
165 <main role="main">
166 <div class="wrap_full">
167 <div class="wrap">
168 <section>
169 <?php if ($this->countModules('left') && $this->countModules('right')) : ?>
170 <div class="container_12" id="main">
171 <div class="grid_3" id="left_side_bar">
172 <jdoc:include type="modules" name="left" style="crate" />
173 </div>
174 <div class="grid_6">
175 <div class="crate" id="main_body">
176 <jdoc:include type="message" />
177 <jdoc:include type="component" />
178 <div class="clear"></div>
179 </div>
180 </div>
181 <div class="grid_3" id="right_side_bar">
182 <jdoc:include type="modules" name="right" style="crate" />
183 </div>
184 <div class="clear"></div>
185 </div>
186 <?php elseif ( $this->countModules('left')) : ?>
187 <div class="container_12" id="main">
188 <div class="grid_3" id="left_side_bar">
189 <jdoc:include type="modules" name="left" style="crate" />
190 </div>
191 <div class="grid_9">
192 <div class="crate" id="main_body">
193 <jdoc:include type="message" />
194 <jdoc:include type="component" />
195 <div class="clear"></div>
196 </div>
197 </div>
198 <div class="clear"></div>
199 </div>
200 <?php elseif ( $this->countModules('right')) : ?>
201 <div class="container_12" id="main">
202 <div class="grid_9">
203 <div class="crate" id="main_body">
204 <jdoc:include type="message" />
205 <jdoc:include type="component" />
206 <div class="clear"></div>
207 </div>
208 </div>
209 <div class="grid_3" id="right_side_bar">
210 <jdoc:include type="modules" name="right" style="crate" />
211 </div>
212 <div class="clear"></div>
213 </div>

```

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORES EN EL SUR DE QUITO.

```
214 <?php else : ?>
215 <div class="container_12" id="main">
216 <div class="grid_12">
217 <div class="crate" id="main_body">
218 <jdoc:include type="message" />
219 <jdoc:include type="component" />
220 <div class="clear"></div>
221 </div>
222 </div>
223 <div class="clear"></div>
224 </div>
225 <?php endif; ?>
226 <?php if ($bottom_pos) : ?>
227 <div class="container_12" id="bottom">
228 <?php if ($bottom1_position) : ?>
229 <div class="grid_<?php echo $bottom_val; ?>">
230 <jdoc:include type="modules" name="bottom1" style="crate" />
231 </div>
232 <?php else : ?>
233 <?php endif; ?>
234 <?php if ($bottom2_position) : ?>
235 <div class="grid_<?php echo $bottom_val; ?>">
236 <jdoc:include type="modules" name="bottom2" style="crate" />
237 </div>
238 <?php else : ?>
239 <?php endif; ?>
240 <?php if ($bottom3_position) : ?>
241 <div class="grid_<?php echo $bottom_val; ?>">
242 <jdoc:include type="modules" name="bottom3" style="crate" />
243 </div>
244 <?php else : ?>
245 <?php endif; ?>
246 <?php if ($bottom4_position) : ?>
247 <div class="grid_<?php echo $bottom_val; ?>">
248 <jdoc:include type="modules" name="bottom4" style="crate" />
249 </div>
250
251
252 <?php else : ?>
253 <?php endif; ?>
254 <div class="clear"></div>
255 </div>
256 <?php endif; ?>
257 </section>
258 </div>
259 <div class="clear"></div>
260 </div>
261 </main>
262 <footer role="contentinfo">
263 <div class="wrap">
264 <section>
265
266 <?php if ($footer_pos) : ?>
267 <div class="container_12">
268 <?php if ($footer1_position) : ?>
269 <div class="grid_<?php echo $footer_val; ?>">
270 <jdoc:include type="modules" name="Footer1" style="no" />
271 </div>
272 <?php else : ?>
273 <?php endif; ?>
274 <?php if ($footer2_position) : ?>
275 <div class="grid_<?php echo $footer_val; ?>">
276 <jdoc:include type="modules" name="Footer2" style="no" />
277 </div>
278 <?php else : ?>
279 <?php endif; ?>
280
281 <?php if ($footer3_position) : ?>
282 <div class="grid_<?php echo $footer_val; ?>">
283 <jdoc:include type="modules" name="Footer3" style="no" />
284 </div>
285 <?php else : ?>
286 <?php endif; ?>
287
288 <?php if ($footer4_position) : ?>
289 <div class="grid_<?php echo $footer_val; ?>">
290 <jdoc:include type="modules" name="Footer4" style="no" />
291 </div>
292 <?php else : ?>
293 <?php endif; ?>
294 <div class="clear"></div>
295 </div>
296 <?php endif; ?>
297 <?php if ($footer_position) : ?>
298 <div class="container_12">
299 <div class="grid_12">
300 <div class="copr">
301 <?php echo $comp_info; ?>
302 <jdoc:include type="modules" name="footer" style="no" />
303 <?php echo $cp; ?>
304 </div>
305 <div class="clear"></div>
306 </div>
307 <div class="clear"></div>
308 </div>
309 <?php else : ?>
310 <div class="container_12">
311 <div class="grid_12">
312 <div class="copr">
313 <?php echo $comp_info; ?>
314 <?php echo $cp; ?>
315 </div>
316 </div>
317 <div class="clear"></div>
318 <?php endif; ?>
319 </div>
320 </section>
321 </div>
322 </footer>
323 <?php if ($display_social_links == "yes") {include ($images.'social_media/socialmedia.php'); ?>
324 </body>
325 </html>
```

Imagen 25: Captura de pantalla de CSS de la interfaz

## Navegación /Interactividad

La navegación que se utiliza es de tipo compuesta, debido a que los enlaces están conectados entre sí, y se puede acceder desde cualquier parte a cualquier página que se encuentre dentro del sitio web hasta cualquier otro punto, brindando así una búsqueda más personalizada para los usuarios y permitiéndoles buscar únicamente lo que les interesa.

## Marketing y Difusión



La difusión de la Página web se realizará usando el método de publicidad 360° debido a que este tipo de difusión es más intrusivo, tiene mayor cobertura y es mucho más atractiva para jóvenes y turistas, los afiches serán ubicados en lugares cercanos a lugares turísticos o si hay la posibilidad dentro de los mismos llegando así al grupo turístico que es a quien más va orientado el grupo objetivo.

*Imagen 26: Afiche*

## Redes sociales del Mercado Artesanal del sur

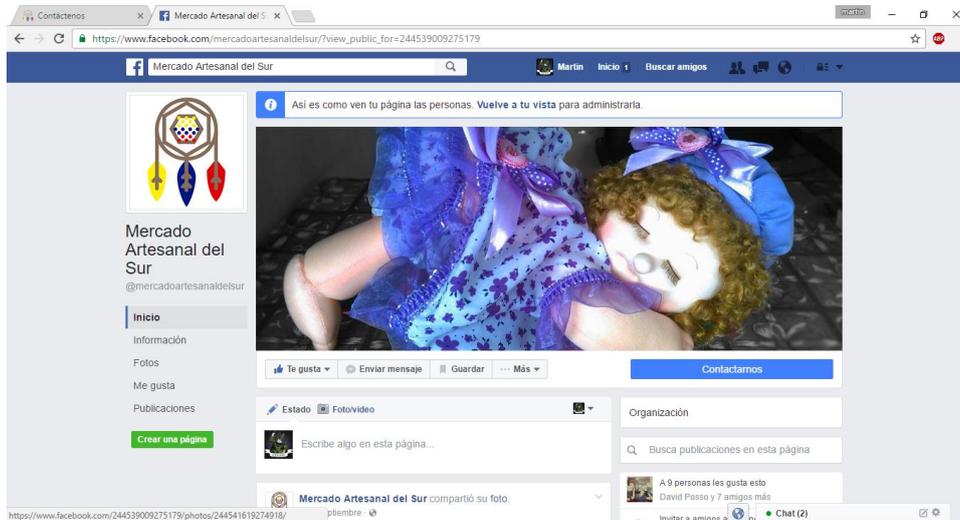


Imagen 27: Facebook

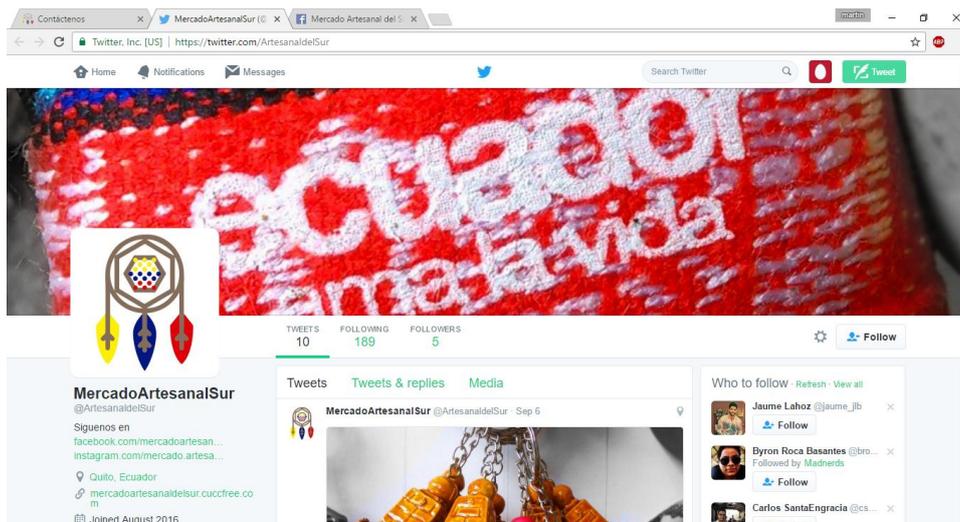


Imagen 28: Twitter

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



Imagen 29: Instagram

## CAPÍTULO VI

### Aspectos Administrativos

#### 6.01 Recursos

##### Técnicos - Tecnológicos

**Sistema Operativo:** Windows 10 Enterprise, 64bits

**Softwares:** Microsoft Word 2016, Adobe Illustrator CS6, Adobe Photoshop CS6, Joomla 3.6.2, Google Chrome 53, Adobe Muse CC2015, WOW Slider 8.7, Adobe InDesign CS6.

**Hardware:** Mainboard Asus A88XM-PLUS, Memoria RAM 2 Kingstong HypereX 4Gb 1 Kingstong 4Gb, Procesador AMD A10-7890k, Tarjeta Gráfica APU R7 Series 2Gb, Sistema de Enfriamiento Liquido Corssair H60, Mouse Zelotes T-80, Teclado DBPower DB-A8, Monitor Samsung led 19 pulgadas, Memoria USB Toshiba 8GB.

##### Recursos Humanos:

Martín Abril (Investigador)

Autoridades del Mercado Artesanal del sur

Artesanos del Mercado Artesanal del Sur

Habitantes del sector

**Económico:** entre los recursos económicos que se utilizó para la realización del proyecto se encuentra un pequeño capital, adquirido por parte del investigador.

## 6.02 Presupuesto

### Gastos operativos

Tabla 22: Gastos Operativos

Cantidad	Detalle	V.Unt	V.Total	Financiamiento
30	Transporte	0.50	15.00	Propio
2 Meses	Gastos de servicios básicos (luz)		36.00	Propio
2 Mes	Internet		70.00	Propio
10	Alimentación	2.50	25.00	Propio
5	Impresiones para correcciones, primer borrador y presentación del proyecto final	0.10	40.50	Propio
	Suministros de oficina como esferos, cuaderno, papeles, etc.		15.00	Propio
3	Empastados	7.00	21.00	Propio
<b>VALOR TOTAL</b>			<b>222.50</b>	Propio

## Aplicación del proyecto

Tabla 23: Aplicación del proyecto

Cantidad	Detalle	V.Unt	V.Total
	Gastos operativos		222.50
	Publicidad 360°		400.00
200	Impresión y Elaboración de los afiches	0.90	180.00
1	Hosting		30.00
	Mantenimiento		200.00
<b>SUBTOTAL</b>			1032.5
<b>10% DE IMPREVISTOS</b>			103.25
<b>VALOR TOTAL</b>			<b>1135.75</b>

### 6.03 Cronograma

Tabla 24: Cronograma

TIEMPO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO								
N.-	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			mes	semana				
				1	2	3		4
1	Aprobación del tema del proyecto	Dirección de escuela	Jun				x	Dar el visto bueno para iniciar la investigación.
2	Desarrollo de los antecedentes de la propuesta	Martín Abril	Jul	x				Definir el concepto del problema, cubrir la Matriz T.
3	Desarrollo de análisis de involucrados	Martín Abril	Jul	x				Realizar un análisis de los involucrados realizando mapeo y matriz de análisis.
4	Elaboración de problemas y objetivos de la propuesta	Martín Abril	Jul			x		Analizar los problemas y objetivos para obtener una mejor guía en el desarrollo del proyecto.
5	Realizar análisis de alternativas del proyecto	Martín Abril	Ago Sep	X x	x x	x x	x x	Obtener alternativas de las acciones, tamaño, localización y análisis del proyecto, observando estrategias para realizar revisión, selección y verificación de involucrados y supuestos.
6	Elaborar la propuesta, con el tema escogido	Martín Abril	Jun Jul Ago	x x x	x x	x	x x	Obtener resultados de la propuesta que se va a realizar es decir el desarrollo de la Página web con el soporte de Joomla.
7	Desarrollar los aspectos administrativos	Martín Abril	Oct			x		Plasmar recursos, técnicos, humanos, económico, realizar un presupuesto de gastos operativos, obtener un cronograma de las actividades realizadas

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

								durante el transcurso del proyecto.
8	Ejecutar el capítulo 7	Martín Abril	Oct				x	Se procederá a sacar conclusiones, recomendaciones y colocar anexos que se han obtenido del proyecto realizado.
9	Primer borrador	Ing. Gonzalo Quezada	Nov		x			Se presentará el primer borrador de la tesis realizada para su aprobación final

## CAPÍTULO VII

### Conclusiones y recomendaciones

#### Conclusiones

1. Los requisitos del soporte que se ha planteado han cumplido con la viabilidad y seguridad para ser expuesto ante la institución comprobándose como el adecuado.
2. Las redes sociales obtendrán una mantenibilidad en lo que es las publicaciones y demás ya que están vinculadas con la página principal de la institución.
3. La página web es un soporte con gran viabilidad, debido a que es uno de los medios más usados junto con las redes sociales.
4. Todos los artesanos del mercado artesanal del sur están de acuerdo en que es necesario generar publicidad para el lugar y con la publicidad 360° que se está generando con cobertura total.
5. La mayoría de artesanos están de acuerdo con la funcionalidad de una página web con un 87 %, el aporte de Joomla hizo posible que el tuviera un excelente funcionamiento el software como tal.
6. El producto es una Página web lo que implica que sea un método moderno de difusión de información.
7. El uso de traducción y el catálogo virtual que se implementó en la página web hace que esta página web sea atractiva y fácil de usar.
8. Los artesanos desconocen acerca de las redes sociales así que se impartirá algo de clases básicas para que aprendan un poco acerca de su forma de uso.
9. La página web distribuye la información y su forma de contactarse es intuitiva para las personas que la visiten.

## Recomendaciones

1. Se recomienda mantener la página web o redes sociales actualizadas para mantener la interacción con los consumidores.
2. Es recomendable aumentar la cantidad de productos en el catálogo con la obtención de artículos nuevos para la venta al público.
3. Se recomienda que para la modificación de la página web se usen los servicios de una persona que conozca y sepa manejar Joomla y Programación HTML además de los programas usados para la elaboración de la misma.
4. Las redes sociales deben ser manejadas por todos los artesanos del Mercado Artesanal del Sur o a su vez designen un delegado para realizar publicaciones en las mismas.
5. Es recomendable actualizar datos de cada producto, artesano, y locales para evitar confusiones con los consumidores acerca de productos o artesanos que ya no se encuentren en el lugar.

## Referencias Bibliográficas

### Bibliografía

- "Senplades", S. N. (2014). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 Todo el Mundo Mejor versión resumida*. Quito: El Conejo - El Telégrafo.
- Alvarez, O. D. (2012). *MARKETING DE ATRACCIÓN 2.0*. Carora, Venezuela.
- Amaya, C. (19 de 01 de 2010). *Mercadotecnia y Arte*. Obtenido de Mercadotecnia y Arte: <http://cristinaamaya.com/2010/01/importancia-de-una-estrategia-de-comunicacion/>
- Cantos, F. L. (2016). *Tecnología de la comunicación*. Publicacions de la Universitat Jaume I. .
- Casalegno, F. (30 de 04 de 2014). La web conecta y a la vez separa. (L. Engelen, Entrevistador)
- Centro de Apoyo Tecnológico a Emprendedores, F. P. (2012). *Estudio de los Sistemas de Gestión de Contenidos Web*. Castilla-La Mancha.

- ClompuTech. (28 de 01 de 2013). *ClompuTech*. Obtenido de ClompuTech:  
<http://www.clomputech.com/importancia-de-una-pagina-web.html>
- Copyright © 2008-2016 - Definicion.de. (2016). *Definición de impacto ambiental*. Recuperado el 1 de 03 de 2016, de <http://definicion.de/impacto-ambiental/>
- desarrolloweb. (2001). *desarrolloweb*. Recuperado el 2016 de 04 de 08, de desarrolloweb:  
[www.desarrolloweb.com/articulos/332.php](http://www.desarrolloweb.com/articulos/332.php)
- Google Maps. (14 de 07 de 2016). *Google Maps*. Recuperado el 1 de 03 de 2016, de  
<https://www.google.com.ec/maps/>
- Interfaces de usuario. (1982).
- jmhidobro. (2010). *Monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos15/nvas-tecnologias/nvas-tecnologias.shtml>
- Logos y Logotipos para empresas.com*. (2010). Obtenido de  
<https://web.archive.org/web/20151107204126/http://www.logosylogotiposparaempresas.com/importancia-de-los-logos-y-logotipos-para-empresas-y-marcas/>
- Lumbreras, B. (2015). *Lápiz B*. Obtenido de Lápiz B: <https://lapizb.wordpress.com/2009/02/11/dia-1-que-es-illustrator/>
- Multimedia, D. d. (2011). *Tona Monjo Palau*. Barcelona: FUOC.
- NETQUEST. (14 de 07 de 2016). *Netquest*. Recuperado el 1 de 03 de 2016, de Netquest:  
<http://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas.html>
- Romero, E. (06 de 02 de 2015). *Revista Digital INESEM*. Obtenido de <http://revistadigital.inesem.es/>:  
<http://revistadigital.inesem.es/disenio-y-artes-graficas/que-es-indesign-y-para-que-sirve/>
- Santos, J. E. (2012). *Comunicación y Publicación*. Buenos Aires: Educ.ar S.E.
- significados. (2016). *significados*. Recuperado el 2016 de 04 de 08, de significados:  
<http://www.significados.com/photoshop/>
- Slider, W. (s.f.). *WOW Slider*. Obtenido de WOW Slider: <http://wowslider.com/es/>
- Teresa Vallet-Bellmunt, A. V.-B.-B.-C.-L.-G.-R.-C.-C. (2015). *Principios de marketing estratégico*. Valencia, España: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Valencia, España: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- Tu Página Tu Web*. (20 de Marzo de 2011). Obtenido de Tu Página Tu Web:  
<http://tupaginatuwweb.com/index.php/articulos/7-blog/9-historia-del-diseno-web>
- xpert2, A. (15 de Agosto de 2011). *Xpert*. Obtenido de <http://xpert.co/>: <http://xpert.co/adobe-muse/>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Modelo encuesta artesanos del Mercado Artesanal del Sur

#### ENCUESTA SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN PARA EL MERCADO ARTESANAL DEL SUR

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca del posible uso de una página web en el Mercado Artesanal del Sur.

**INDICACIÓN:** Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio

**1.- ¿Considera usted que sus ventas mejorarán gracias a la implementación de una página web?**

Sí

No

**2.- ¿Usted considera que habrá un aumento constante de clientes gracias a una página web?**

Sí

No

**3.- ¿Considera usted que gracias a la distribución de información que ofrece una página web el lugar se volverá reconocido?**

Sí

No

**4.- ¿Está de acuerdo que mediante un soporte web existirá una fidelización de clientes?**

Sí

No

**5.- ¿Está de acuerdo que es necesario generar promoción del lugar?**

Sí

No

**6.- ¿Considera usted que al distribuir la información del lugar habrá un aumento de ventas?**

Sí

No

**7.- ¿Está de acuerdo que la distribución de información mediante soporte web es primordial?**

Sí

No

**8.- ¿Está de acuerdo con que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el mercado artesanal del sur?**

Sí

No

**9.- ¿Está de acuerdo con que debería distribuir la información mediante redes sociales e internet?**

Sí

No

## Modelo encuesta habitantes del sector de Chimbacalle

### ENCUESTA SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN PARA EL MERCADO ARTESANAL DEL SUR

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información acerca del posible uso de una página web en el Mercado Artesanal del Sur.

**INDICACIÓN:** Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio

**1.- ¿Considera usted que al distribuir más información del lugar habrá un aumento de ventas?**

Sí

No

**2.- ¿Está de acuerdo que la distribución mediante un soporte web es primordial?**

Sí

No

**3.- ¿Está de acuerdo que elaborar un soporte digital informativo sería muy útil para el mercado artesanal del sur?**

Sí

No

**4.- ¿Está de acuerdo con que se debería distribuir la información mediante redes sociales e internet?**

Sí

No

## Anexo 2

### Imágenes utilizadas en el proyecto



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.



DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS, LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PROMOVER LAS VENTAS DEL MERCADO ARTESANAL DEL SUR, UBICADO EN EL SECTOR LA VILLAFLORA EN EL SUR DE QUITO.

### Anexo 3

Nota: Todo el documento a continuación es tomado del sitio web <http://www.gnu.org/>

(Licencia Pública General Reducida de GNU)

El software que se publica debe ser software libre. Para que sea libre hay que publicarlo bajo una licencia de software libre. Generalmente utilizamos la Licencia Pública General de GNU (GPL de GNU), pero eventualmente también utilizamos otras licencias de software libre. Para el software de GNU usamos únicamente licencias que son compatibles con la GPL de GNU.

¿Qué es el copyleft?

Copyleft es un método general para hacer que un programa sea software libre y requerir que todas las versiones modificadas y extendidas del programa sean también software libre.

El modo más sencillo de hacer que un programa sea libre es ponerlo en el dominio público, es decir, sin copyright. Esto permitirá que la gente comparta el programa y sus mejoras, si así lo desean. Pero también permitirá que gente que no quiera cooperar pueda convertirlo en software privativo. Pueden hacer cambios, todos los que deseen, y distribuir el resultado como producto privativo. Los que reciban el programa en su forma modificada no poseerán la libertad que el autor original les dio debido a que el intermediario se la ha quitado.

En el Proyecto GNU, nuestra intención es dar a todos los usuarios la libertad de redistribuir y modificar el software de GNU. Si el intermediario pudiera coartar la libertad, podríamos contar con muchos usuarios, pero esos usuarios no tendrían libertad. Así, en vez de poner el software de GNU bajo el dominio público, lo hacemos «copyleft». El copyleft significa que cualquiera que redistribuya el software, con o sin cambios, debe otorgar la libertad de

copiarlo, redistribuirlo o modificarlo. El copyleft garantiza que todos los usuarios conserven su libertad.

El copyleft también proporciona un incentivo a otros programadores para unirse al software libre. Software libre importante como el compilador C++ de GNU existe sólo gracias a esto.

## Anexo 4

