



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**“CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PÁGINA WEB, PARA LA  
EMPRESA DEWAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA”**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO**

**AUTORES:**

**MARCO ESTEBAN CAJAMARCA TENESACA &**

**CRISTIAN JAVIER SILVA SÁNCHEZ**

Riobamba – Ecuador

2021



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**“CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PÁGINA WEB, PARA LA  
EMPRESA DEWAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA”**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO**

**AUTORES: MARCO ESTEBAN CAJAMARCA TENESACA &  
CRISTIAN JAVIER SILVA SÁNCHEZ**

**DIRECTOR: Ing. PhD. MILTON ELÍAS ESPINOZA VILLALBA**

Riobamba – Ecuador

2021

**© 2021, Marco Esteban Cajamarca Tenesaca; & Cristian Javier Silva Sánchez.**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Nosotros, Marco Esteban Cajamarca Tenesaca y Cristian Javier Silva Sánchez, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autores asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 02 de diciembre de 2020.



**Marco Esteban Cajamarca Tenesaca**

**0302211719**



**Cristian Javier Silva Sánchez**

**0202283024**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de titulación; tipo: Proyecto Técnico, **CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PÁGINA WEB, PARA LA EMPRESA DEWAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**, realizado por el señor: **MARCO ESTEBAN CAJAMARCA TENESACA Y CRISTIAN JAVIER SILVA SÁNCHEZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. /PhD. Nombres y Apellidos <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	_____	aa-mm-dd
Ing. Milton Elías Espinoza Villalva <b>DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	_____	aa-mm-dd
Lcd. /Mg. Fabián Alfonso Calderón Cruz <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	_____	aa-mm-dd

## **DEDICATORIA**

De manera especial a mi familia y con gran amor a mi madre Graciela Sánchez y mi esposa Karina Plazarte por el apoyo incondicional e inculcar en mí, una personalidad perseverante para llegar a lograr mis metas y sueños convirtiéndose un pilar fundamental en mi vida, de igual manera a mis amigos y maestros siendo ellos los que brindaron sus conocimientos y consejos para no decaer en el trascurso de mi carrera universitaria, se han convertido en seres importantes en mi vida logrando tener un gran aprecio llevándoles en mi mente y corazón por siempre, para todos ellos pido que Dios bendiga sus hogares y sus vidas.

Cristian. S

## **AGRADECIMIENTO**

De manera especial, a Dios por permitir despertar todos los días con la compañía de mi familia, y brindarme la sabiduría necesaria para lograr cumplir con las tareas encomendadas, así poder superarme en la vida tanto, laboral y familiar es necesario recalcar mi agradecimiento a mi madre y esposa por estar ahí apoyándome siempre en las buenas y en las malas, y por el gran respeto y amor que siento por ellas, siempre van a ser mi guía y fuerza para seguir adelante persiguiendo mis sueños y respaldo en mi vida. A mi abuelita por siempre brindarme su apoyo con palabras de aliento y consejos llenos de sabiduría de superación que fueron de gran importancia y ayuda cuando decaía en momentos difíciles de mi vida.

Agradezco a mis maestros por compartir sus conocimientos y el apoyo brindado para lograr algo tan anhelado, “mi carrera universitaria”. Espero sus vidas sea bendecidas por Dios. A mis amigos pasamos momentos inolvidables buenos y malos, a veces de alegría y a veces de tensión, en esos momentos donde forjamos lazos de una fuerte amistad, todos son personas de buen corazón y estoy seguro les ira bien en su vida.

¡gracias a todos!, sin ustedes esto no sería esto posible.

Cristian. S

## TABLA DE CONTENIDO

	Páginas
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMMARY.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPITULO I</b>	
1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Prognosis.....	4
1.4. Justificación.....	4
1.5. Objetivos.....	6
1.5.1. <i>Objetivo general</i> .....	6
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	6
<b>CAPITULO II</b>	
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA O FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	6
2.1. Empresa DEWAN.....	6
2.1.1. <i>Descripción situación actual</i> .....	7
2.1.1.1. <i>Misión</i> .....	8
2.1.1.2. <i>Visión</i> .....	8
2.1.2. <i>Servicio</i> .....	8
2.1.3. <i>Encomienda</i> .....	9
2.1.4. <i>Servicio de encomiendas a domicilio</i> .....	9
2.2. Portales Web.....	9



2.2.1.	<i>Características</i> .....	10
2.2.2.	<i>Tipos de portales web</i> .....	11
2.2.2.1.	<i>Generales</i> .....	11
2.2.2.2.	<i>Especializados</i> .....	11
2.2.2.3.	<i>Corporativos</i> .....	11
2.2.2.4.	<i>Verticales</i> .....	11
2.2.3.	<i>Sistemas de navegación</i> .....	12
2.2.3.1.	<i>Tipos de sistemas de navegación</i> .....	12
2.2.4.	<i>Elementos compositivos de una página web.</i> .....	13
2.2.4.1.	<i>Dominio</i> .....	13
2.2.4.2.	<i>Sistema de nombre de dominio</i> .....	13
2.2.4.3.	<i>Hosting o alojamiento</i> .....	14
2.2.5.	<i>Diseño de experiencia de usuario (UX)</i> .....	14
2.2.5.1.	<i>Interfaz de usuario (UI)</i> .....	15
2.2.5.2.	<i>Arquitectura de la información (AI)</i> .....	16
2.2.5.3.	<i>Diseño de interacción</i> .....	16
2.2.5.4.	<i>Usabilidad</i> .....	17
2.2.5.5.	<i>Investigación de usuario</i> .....	19
2.2.6.	<i>Estrategia de contenido</i> .....	20

### **CAPITULO III**

3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>21</b>
3.1.	<b>Investigación no experimental</b> .....	<b>21</b>
3.2.	<b>Métodos</b> .....	<b>22</b>
3.3.	<b>Población/muestra</b> .....	<b>22</b>
3.4.	<b>Técnicas de investigación</b> .....	<b>24</b>
3.4.1.	<i>Entrevista</i> .....	24
3.4.2.	<i>Encuesta</i> .....	24
3.5.	<b>Instrumentos</b> .....	<b>25</b>
3.5.1.	<i>Objetivo de la entrevista</i> .....	25
3.5.2.	<i>Briefing de la empresa DEWAN</i> .....	25
3.5.2.1.	<i>Estudio del target</i> .....	25

3.5.2.2.	<i>Categoría de servicio que brinda la empresa</i> .....	26
3.5.2.3.	<i>Declaración de Marca</i> .....	26
3.5.3.	<i>Guion de entrevista</i> .....	26
3.5.4.	<i>Objetivo de la encuesta</i> .....	28
3.5.5.	<i>Preguntas de la encuesta</i> .....	28
3.6.	<b>Metodología de creación de páginas web</b> .....	<b>30</b>
3.6.1.	<i>Fase de análisis y recolección de datos</i> .....	32
3.6.2.	<i>Fase de diseño</i> .....	32
3.6.3.	<i>Fase de prototipos</i> .....	32
3.6.4.	<i>Fase de evaluación, heurística</i> .....	33
 <b>CAPITULO IV</b>		
4.	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>36</b>
4.1.	<b>Resultados de la entrevista</b> .....	<b>36</b>
4.2.	<b>Conclusión de la entrevista</b> .....	<b>38</b>
4.3.	<b>Resultados y tabulación de la encuesta de los usuarios de la empresa “Dewan”</b>	<b>38</b>
4.4.	<b>Conclusión de la encuesta</b> .....	<b>52</b>
4.5.	<b>Metodología DCU</b> .....	<b>52</b>
4.5.1.	<i>Fase de diseño</i> .....	52
4.5.1.1.	<i>Diseño Conceptual</i> .....	52
4.5.1.2.	<i>Diseño Navegacional</i> .....	53
4.5.3.	<i>Fase de prototipos</i> .....	54
4.5.3.1.	<i>Prototipo de baja fidelidad</i> .....	54
4.5.3.2.	<i>Prototipo de alta fidelidad</i> .....	57
4.5.4.	<i>Resultado de la fase de Evaluación</i> .....	62
4.5.4.1.	<i>Conclusión de test de usuario</i> .....	72
<b>CONCLUSIONES</b> .....		<b>73</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		<b>74</b>

**GLOSARIO**

**BIBLIOGRAFÍA**

**ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-4:</b>	Análisis de la guía de entrevista.....	36
<b>Tabla 2-4:</b>	Tabulación de sexo del usuario.....	39
<b>Tabla 3-4:</b>	Tabulación de edad del usuario.....	39
<b>Tabla 4-4:</b>	Tabulación del servicio con más frecuencia utilizado.....	41
<b>Tabla 5-4:</b>	Tabulación de frecuencia que utilizan el servicio delivery mensual.....	42
<b>Tabla 6-4:</b>	Tabulación si conoce nombres de entidades en servicio de encomiendas y sus nombres.....	43
<b>Tabla 7-4:</b>	Tabulación de la información más relevante de una empresa para el usuario.....	44
<b>Tabla 8-4:</b>	Tabulación de plataformas más utilizadas en internet para buscar servicios de encomiendas.....	45
<b>Tabla 9-4:</b>	Tabulación de la experiencia al utilizar el servicio de la empresa dewan encomiendas.....	47
<b>Tabla 10-4:</b>	Tabulación del medio en que se enteró el usuario del servicio de encomiendas.....	48
<b>Tabla 11-4:</b>	Tabulación de recomendaciones para mejorar el servicio en la empresa dewan encomiendas.....	49
<b>Tabla 12-4:</b>	Tabulación del aporte significativo de una página web en los usuarios de dewan encomiendas.....	51
<b>Tabla 13-4:</b>	Tabulación, desde que dispositivo móvil visita la página web de “Dewan encomiendas”.....	63
<b>Tabla 14-4:</b>	Tabulación, de los colores predominantes la página web de “Dewan encomiendas”.....	64
<b>Tabla 15-4:</b>	Tabulación, de la información que se encuentra en la página web es suficiente para saber qué servicio ofrece. ....	65
<b>Tabla 16-4:</b>	Tabulación, de la información que se encuentra el en el sitio web, es irrelevante o fuera del lugar.....	66
<b>Tabla 17-4:</b>	Tabulación, de que elementos visuales logran hacer entender claramente al usuario de que se trata el sitio web. ....	67

<b>Tabla 18-4:</b>	Tabulación, si la selección de ítems que se muestra en el menú principal es adecuada. ....	68
<b>Tabla 19-4:</b>	Tabulación, de los textos que se muestran en la web son claros, concisos...	69
<b>Tabla 20-4:</b>	Tabulación, del tipo de información le fue fácil encontrar en la página web de “Dewan encomiendas.....	70
<b>Tabla 21-4</b>	Tabulación, si el sitio web le resulto complejo al momento de manejar y buscar información.....	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-2:</b>	Diagrama de Experiencia del Usuario de Jesse James Garrett.....	19
<b>Figura 1-3:</b>	Fórmula para calcular el tamaño de muestra de una población.....	23
<b>Figura 2-3:</b>	Fórmula del tamaño de muestra.....	24
<b>Figura 3-3:</b>	Guía de entrevista gerente.....	27
<b>Figura 4-3:</b>	Guía de encuesta a los usuarios de “DEWAN primera hoja.....	29
<b>Figura 5-3:</b>	Guía de encuesta a los usuarios de “DEWAN segunda hoja.....	30
<b>Figura 6-3:</b>	Encuesta de usabilidad a los usuarios de “DEWAN” primera hoja	34
<b>Figura 7-3:</b>	Encuesta de usabilidad a los usuarios de “DEWAN” segunda hoja.....	35
<b>Figura 1-4:</b>	Captura de Pantalla, de código HTML en software Visual Estudio Code.	53
<b>Figura 2-4:</b>	Diseño de la estructura de navegación del sitio web.....	53
<b>Figura 3-4:</b>	Pantalla, principal de la página web.....	54
<b>Figura 4-4:</b>	Pantalla, botón nosotros de la página web.....	55
<b>Figura 5-4:</b>	Pantalla, botón servicios de la página web.....	55
<b>Figura 6-4:</b>	Pantalla, lo más destacado de la página web.....	56
<b>Figura 7-4:</b>	Pantalla, pasos para hacer una encomienda de la página web.....	56
<b>Figura 8-4:</b>	Pantalla, Horario de trabajo de la empresa en la página web.....	57
<b>Figura 9-4:</b>	Pantalla, botón contactos de la empresa en la página web.....	57
<b>Figura 10-4:</b>	Pantalla, principal de la página web.....	58
<b>Figura 11-4:</b>	Pantalla, botón nosotros de la página web.....	59
<b>Figura 12-4:</b>	Pantalla, botón servicios de la página web.....	59
<b>Figura 13-4:</b>	Pantalla, slider de bioseguridad.....	60
<b>Figura 14-4:</b>	Pantalla, auspiciantes de la empresa Dewan.....	60
<b>Figura 15-4:</b>	Pantalla, como funciona Dewan encomiendas.....	61
<b>Figura 16-4:</b>	Pantalla, horario de atención.....	61
<b>Figura 17-4:</b>	Pantalla, pie de página.....	62

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-4.</b>	Porcentaje de sexo del usuario.....	39
<b>Gráfico 2-4.</b>	Porcentaje de rango de edad.....	40
<b>Gráfico 3-4.</b>	Porcentaje del servicio con más frecuencia utilizado.....	41
<b>Gráfico 4-4.</b>	Porcentaje de frecuencia que utilizan el servicio delivery mensual. ....	42
<b>Gráfico 5-4</b>	Porcentaje si conoce nombres de entidades en servicio de encomiendas y sus nombres.....	43
<b>Gráfico 6-4.</b>	Porcentaje de la información más relevante de una empresa para el usuario	45
<b>Gráfico 7-4.</b>	Porcentaje de plataformas más utilizadas en internet para buscar servicios de encomiendas.....	46
<b>Gráfico 8-4.</b>	Porcentaje de la experiencia al utilizar el servicio de la empresa “Dewan encomiendas”.....	47
<b>Gráfico 9-4.</b>	Porcentaje del medio en que se enteró el usuario del servicio de encomiendas.....	49
<b>Gráfico 10-4.</b>	Porcentaje de recomendaciones para mejorar el servicio en la empresa dewan encomiendas.....	50
<b>Gráfico 11-4.</b>	Porcentaje del aporte significativo de una página web en los usuarios de “dewan encomiendas”.....	51
<b>Gráfico 12-4.</b>	Porcentaje desde que dispositivo móvil visita la página web de “Dewan encomiendas”.....	63
<b>Gráfico 13-4.</b>	Porcentaje de los colores predominantes en la página web de “Dewan encomiendas”.....	64
<b>Gráfico 14-4.</b>	Porcentaje, de la información que se encuentra en la página web es suficiente para saber qué servicio ofrece.....	65
<b>Gráfico 15-4.</b>	Porcentaje, de la información que se encuentra el en el sitio web, es irrelevante o fuera del lugar.....	66
<b>Gráfico 16-4.</b>	Porcentaje, de que elementos visuales logran hacer entender claramente al usuario de que se trata el sitio web.....	67
<b>Gráfico 17-4.</b>	Porcentaje, si la selección de ítems que se muestra en el menú principal es adecuada.....	68
<b>Gráfico 18-4.</b>	Porcentaje, de los textos que se muestran en la web son claros, concisos....	69

<b>Gráfico 19-4.</b>	Porcentaje, del tipo de información le fue fácil encontrar en la página web de “Dewan encomiendas”.....	70
<b>Gráfico 20-4.</b>	Porcentaje, si el sitio web le resulto complejo al momento de manejar y buscar información.....	71



## **ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>ANEXO A:</b>	<b>Formato entrevista</b>
<b>ANEXO B:</b>	<b>Ejecución de entrevista</b>
<b>ANEXO C:</b>	<b>Formato encuesta</b>
<b>ANEXO D:</b>	<b>Formato Test de usuario</b>
<b>ANEXO E:</b>	<b>Levantamiento fotográfico</b>

## **RESUMEN**

El objetivo del presente trabajo de titulación fue crear e implementar una página web, en la empresa “Dewan encomiendas” aportando a que la empresa obtenga un mejor posicionamiento, ventaja competitiva y credibilidad en el mercado de la ciudad de Riobamba, trabajo donde se incorporaron varias actividades y disciplinas para el desarrollo de la página web, empezando desde el fortalecimiento de la identidad corporativa, donde todo el proyecto está basado bajo la cromática de la entidad, a posteriori con la ayuda de la Metodología de Diseño Centrado en el usuario, el cual nos permitió realizar un estudio cualitativo de la información, resolver problemas de usabilidad y accesibilidad con la ayuda de bocetos esquemáticos de diagramación, obteniendo así un prototipo y un panorama claro de todo el proyecto, facilitando su desarrollo. Una vez organizado todos los elementos con respecto a la metodología aplicada, los software que ayudaron a pasar de la parte teórica a la parte práctica o de desarrollo, fueron, Adobe Dreamweaver, Visual Studio Code, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, permitieron dar como resultado una página web fácil de navegar, interactiva y amigable con el usuario, donde fue sometida a evaluaciones para validar la usabilidad y servicio del proyecto, logrando resultados positivos, cumpliendo con los objetivos planteados dentro del proyecto de titulación. Concluyendo que el sitio web dispone con buena usabilidad e interacción y con información relevante de la empresa, cumpliendo aspectos necesarios para satisfacer las necesidades del usuario, se sugiere que se siga trabajando en el sitio web, colocando sistemas de pedidos de encomiendas por la web directamente con la operadora de la empresa.

**PALABRAS CLAVE:** <DISEÑO WEB>, CREACIÓN DE PÁGINA WEB>, < ADOBE DREAMWEAVER (SOFTWARE) >, DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO (DCU) , ACCESIBILIDAD WEB , RIOBAMBA (CANTON) .

## SUMMARY

## INTRODUCCIÓN

La empresa “Dewan encomiendas” a través del tiempo ha cambiado su forma de atención al usuario y una de las maneras ha sido cambiando lo ambiguo por lo actual y en el ámbito de publicidad con la llegada de las redes sociales se inició una cuenta de Facebook fanpage con la intención de una apertura para dar relevancia al negocio de encomiendas en la ciudad de Riobamba, nace la necesidad de crear la página web, en referencia a negocios importantes y reconocidos por su seriedad y calidad de su servicio en el cual hay algo que estos tienen en común y es una página web la misma que sustenta su veracidad y seriedad en cuando al servicio que prestan, logrando posicionamiento y reconocimiento de la sociedad a la que pertenecen.

Es por ello que el actual proyecto de titulación se enfoca en la “CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PÁGINA WEB, PARA LA EMPRESA DEWAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA” Con la finalidad de elevar su presencia mediante los diferentes sistemas que existen en la red en la ciudad de Riobamba, dando la seguridad a futuros clientes que aún no han utilizado el servicio.

El proyecto se encuentra correctamente ejecutado con una serie de pasos los cuales dieron apertura a que se delimite el problema y se pueda solucionar de manera ideal para el usuario con Cuatro capítulos cada uno con puntos importantes: el 1ro ayuda al diagnóstico del problema dando paso a sacar objetivos claros, con el 2do se investigó las diferentes teorías y fundamentos sobre el tema necesarios para entender el proyecto y sus necesidades, el 3ro fue fundamental para escoger la metodología correcta en nuestro caso; (DCU) Diseño centrado en el usuario con ello evaluar cualitativamente todos los parámetros en cuanto a eficiencia y déficit del servicio y así encontrar el problema. Una vez realizado esto el capítulo 4to nos da los resultados en cuanto a la metodología usada y revela el problema dando la apertura a solucionar de manera coherente de acuerdo con los objetivos planteados. Se pudo llegar eficazmente a la solución logrando un proyecto concretado correctamente evaluado y aprobado por el usuario, en cuanto a su usabilidad y facilidad de navegar en el sitio web, se recomienda que en el futuro se trabaje con la misma metodología (DCU) ya que en nuestro caso lo primordial es la facilidad y factibilidad que se le brinda al usuario al momento de usar el sitio web.

## CAPÍTULO I.

### 1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Antecedentes

En las últimas décadas, los diferentes tipos de empresas y negocios se han enfrentado a novedosas formas de publicidad y comercialización de sus productos y servicios, por efecto del internet y la globalización. De esta manera, la relación con la clientela se torna cada vez más impersonal, lo que implica la necesidad de innovación en las formas de promocionar su actividad.

Los clientes potenciales, actualmente buscan información en las redes sociales, páginas Web y en las diversas opciones que ofrece la tecnología, sin desplazarse a los locales físicos, puesto que pueden observar la variedad de productos y establecer comunicación con la empresa, muchas veces en forma inmediata. Así mismo, reciben el pedido en su lugar de trabajo, o en su hogar, optimizando el tiempo y otros recursos, y a la vez, accediendo al producto de manera efectiva y rápida. A nivel mundial, se tienen ejemplos de empresas como: Amazon, Globo, FedEx, por citar algunas. La manera como realizan la publicidad es, principalmente, mediante sus páginas Web y redes sociales, que apoyan la comunicación de estas empresas con sus usuarios.

Las páginas Web, mucho más que un complemento en una empresa, constituyen un canal de comunicación digital, paralelo a los medios tradicionales *Above The Line* ATL (por sus siglas en inglés) y más modernos como los *Below The Line* BTL (por sus siglas en inglés), que sirven para conectarse a muchos negocios, emprendimientos o servicios desde y hacia muchas partes del mundo.

El año 2020 presentó como particularidad, la aparición del virus SARS denominado Coronavirus, con afectación a nivel mundial e implicaciones, tales como, la aplicación de políticas de cuarentena, que obligó a buena parte de la ciudadanía a permanecer en encierro; y, cambios en el sistema educativo, especialmente en el Ecuador, país en el cual, todos los niveles educativos, desde el inicial hasta el superior, han recibido sus clases en forma virtual.

Estos cambios han alterado totalmente el sistema de comercialización de todo tipo de negocios, viéndose en la necesidad de implementar la modalidad de contacto con los clientes. De esta forma, la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, no es la excepción. Por lo tanto, este proyecto, se plantea la creación de una página Web para la empresa Dewan, dedicada al servicio de delivery,

contando así, en su corta trayectoria con una fan page, con el fin de ampliar las estrategias de mercado con miras a su sobrevivencia y posible expansión.

En este momento disponer de una dirección de correo electrónico, de acceso a la web, etc., ha dejado de ser una novedad para convertirse en algo necesario en algunos países del mundo. Por ello las empresas, instituciones, administraciones y demás están migrando rápidamente todos sus servicios a aplicaciones de tiendas online, y páginas Web, que permita a sus usuarios acceder por medio del Internet.

## **1.2 Planteamiento del problema**

El problema que el presente proyecto plantea resolver es la insuficiente interacción, como la imagen que se tienen planteada en el público objetivo, el vínculo del servicio que brinda la empresa Dewan, de la ciudad de Riobamba, tiene con sus clientes, mediante el uso de los actuales medios digitales implementados para la difusión de sus servicios.

Una de las causas identificadas, es que, la empresa solo cuenta con una fan page en la red social Facebook, la cual resulta difícil controlar mensajes que no corresponden a la actividad comercial, filtrando comentarios de toda índole. Esto genera, como consecuencia, una serie de dificultades para atender a la clientela oportunamente y con eficiencia, puesto que, se puede pasar por alto mensajes que soliciten los servicios, provocando así, la pérdida de clientela.

La fan page mencionada, postea publicidad de todos los usuarios, siendo esta otra causa para la implementación de una página Web. La plataforma Facebook, deja atrás la publicidad de forma constante, produciendo pérdida de visibilidad hacia los clientes potenciales. El efecto es que, muchas personas, cuando requieren este tipo de servicios, digitan en buscadores, tales como Google, encontrando la información en páginas Web y no necesariamente en las redes sociales, por lo cual, se pierde competitividad frente a otros negocios de la misma categoría.

Como tercera causa, se estableció que la empresa no cuenta con un registro de clientes actuales y de clientes potenciales. La consecuencia es que no se podía enviar la información de sus servicios al público objetivo, sino a un espectro más amplio, generando poco interés en las personas que recibieron esta publicidad.

Una causa más es que en la publicidad de la fan page, no se podía registrar los tipos y costos de cada uno de los servicios, de manera que el público objetivo debía esperar la respuesta a través de un operador, lo que incide directamente en el tiempo de espera y la posible pérdida de clientes.

De esta manera, el presente estudio se propuso responder la siguiente interrogante: ¿Cuál sería el recurso digital necesario para difundir en forma efectiva la actividad de la empresa Dewan, de la ciudad de Riobamba?

Es así que esta investigación plantea el diseño de una página Web para implementarla en plataformas digitales, con el fin de llenar los vacíos que se encontraron en la difusión realizada sobre los servicios de la empresa de encomiendas que se mencionó.

### **1.3 Prognosis**

La empresa “Dewan” se caracteriza en brindar un servicio de encomiendas con experiencia en la ciudad de Riobamba, hay que recalcar que es un servicio nuevo en la ciudad, por esta razón hay desconfianza de parte del usuario al contratar este servicio. Si el problema de información trascendiera en el tiempo sin llegar a solucionarse, a corto plazo se perdería influencia en los usuarios y los clientes se perderían, más aún si el problema sigue prolongándose en el tiempo, no solo se perdería influencia, se perdería la confianza y credibilidad del servicio, con consecuencias graves que al punto que perdería los clientes y ya no requieran los servicios de dicha empresa.

### **1.4 Justificación**

La implementación de esta página Web en la empresa de encomiendas Dewan, de la ciudad de Riobamba, permite ampliar el espectro de potenciales clientes, hacia un público objetivo que está permanentemente conectado al internet y que requiera un servicio rápido, con la información necesaria y su oportuna atención. Esta página web le permite a la empresa, controlar la filtración de información falsa, depurando la información, para una correcta difusión.

Los alcances del presente proyecto, se proyectan en el establecimiento de un vínculo directo entre la empresa y sus usuarios regulares, así como la captación de nuevos usuarios. Además, posibilitará una mejor interacción con el personal motorizado que hace las entregas, para que su trabajo resulte más eficiente y rentable.

La creación de una página Web, engloba varios conceptos, áreas y fundamentos del diseño gráfico, desde elementos básicos, simetría, formas, retículas, para la creación del esquema o plano de pantalla, llamado *Wireframe*, conjuntamente con el manejo de software de diseño, hasta conceptos de lenguaje en programación.

Debido a la competencia de múltiples empresas de encomiendas, existente en la ciudad de Riobamba, se vio necesario que la empresa Dewan cuente con una página Web, pues constituye una ayuda para difundir su marca y servicios, convirtiéndose en un canal económico de comunicación, que permite tener acceso a miles de personas, como un medio dinámico para interactuar con el usuario.

Es importante mencionar que en la actualidad el internet se tornó algo esencial y necesario en la vida de las personas como un medio de comunicación e interacción con otras personas y sirve para muchas acciones más como: vender, promocionar, informar, a través de redes sociales y páginas Web.

Por su parte, el interés personal de los ejecutores de este proyecto, fue el de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la Carrera de Diseño Gráfico, principalmente en las áreas con mayor afinidad, como es el caso del diseño Web, fotografía, edición, programación y diagramación.

Además, el cambio de vida que se implementó en el país, a raíz de la pandemia de CORONAVIRUS, motivó a la búsqueda de una investigación mayoritariamente hecha en casa. De esta manera, la creación de una página Web fue factible, por la naturaleza misma de su diseño.

La creación de la página Web busca establecer una información clara sobre la empresa, se amplificará la información en ámbitos de horarios de atención, tipos de servicios que presta la empresa, precios que varían por cuestiones inestables en la economía del país, días de promociones para el beneficio del usuario, recomendaciones y advertencias para entregar y recibir una encomienda, documentos necesarios que debe llevar un motorizado delivery para circular, planes y normas que exige la ley de tránsito para usuarios y motorizados, esto con la finalidad que el usuario se sienta cómodo al momento de pedir un servicio, puesto que no es necesario salir de su casa para hacerlo, el cual se busca proteger a las personas más vulnerables, impidiendo que salgan de sus hogares a exponerse.

En fin, el proyecto servirá para crear una ventaja competitiva frente a emprendedores de la misma área en la ciudad de Riobamba, brindando un servicio viable con el uso de las nuevas tecnologías existentes, enfrentando así la situación actual del país.



## **1.5 Objetivos**

### ***1.5.1 Objetivo general***

Diseñar la página web de la marca de la empresa de encomiendas Dewan de la ciudad de Riobamba, por medio de técnicas de software y diseño gráfico, para la implementación en plataformas digitales.

### ***1.5.2 objetivos específicos***

1. Establecer la situación actual de la empresa Dewan en cuanto a su situación de comunicación en entornos digitales (página web y redes sociales)
2. Crear una página web con información relevante y actualizado de la empresa, que genere interés y confianza en el usuario.
3. Implementar la página web de la empresa Dewan.

## **CAPÍTULO II.**

### **2. REVISIÓN DE LA LITERATURA O FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

#### **2.1 Empresa DEWAN**

DEWAN, Encomiendas al instante, es una empresa de servicio delivery, en toda la extensión de la ciudad de Riobamba, fue creada con la intención de facilitar y ahorrar tiempo a usuarios que necesitan una encomienda, el servicio es accesible a cualquier persona, con tan solo una llamada a la operadora Dewan pide la encomienda que desea inmediatamente se asigna una de los motorizados para hacer el servicio o acercándose directamente a donde se encuentra la oficina oficial que se encuentra en Ecuador, Ciudad de Riobamba, en las calles Olmedo y Alvarado.

En el transcurso del tiempo las encomienda o servicio delivery se ha ido transformando a medida de las necesidades de la sociedad, en el caso de la ciudad de Riobamba se ha visto que ha sufrido varios cambios en el tiempo no hace más de unos tres años atrás por el año 2018, las encomiendas solo se las hacia interprovincialmente con la facilidad de enviar algún producto a cualquier parte de nuestro país, y de a poco esto fue cambiando dando la opción a los usuarios que también podían hacerlo dentro de una misma ciudad por el tiempo, la distancia y facilidad que le brindaban al usuario de

adquirir algo que necesite casi instantáneamente. La empresa Dewan nace en el año 2019 con la necesidad de brindar un servicio de encomiendas, es decir el cliente solicita una encomienda ya sea una tarea pendiente o de compra de algún producto en específico, y se lo lleva hasta donde el usuario se encuentre, al principio las personas que utilizaban este servicio eran los negocios ya sea restaurantes o negocios en general que no podían hacerlo por el tiempo y la dificultad de dejar abandonado sus puestos de trabajo, a medida que pasa el tiempo ya comenzaron a solicitar el servicio personas independientes que solo estaban ocupadas y no lo podían hacer ellos, y a raíz de la pandemia mundial del coronavirus-covid19 el pedido del servicio se intensificó dando una nueva etapa en las encomiendas, tomando en cuenta esta situación la empresa ha crecido tanto en estructura física, materiales y número de personal.

Por esta razón se tomó como opción la creación de una página web un documento accesible desde cualquier navegador con acceso a internet, otorgando un espacio en la nube la cual se puede ingresar texto, audio, video, hipervínculos etc; adaptada para la *World Wide Web*, WWW (por sus siglas en inglés), esta información generalmente es en formato *Hyper Text Markup Language* HTML (por sus siglas en inglés), o *Extensible Hyper Text Markup Language* XHTML (por sus siglas en inglés), esta página dinámica, servirá para extender el negocio y la difusión de la página en referencia al posicionamiento que esta va a tener en la red, es decir que al momento de buscar una empresa de encomiendas la página de Dewan encomiendas sea la primera en aparecer en el buscador, siendo una de las primeras opciones para la persona que busca un servicio de encomiendas a nivel cantonal y tomando en cuenta el nuevo modelo de comercialización de marcas, productos o servicios a nivel local y nacional que está atravesando muchas empresas por el covid-19, convierte a las páginas web como alternativa viable y uso de medio de comunicación, donde se realizara el seguimiento al comportamiento y aceptación del usuario en estos tiempos de pandemia, y su adaptación a el uso de estas nuevas tecnologías que se empieza a brindar en la ciudad de Riobamba, evitando así que, marcas, productos o servicios comerciales sean sepultados en el olvido por falta de comunicación, y sacarlas a flote para mantenerlas en sus nichos de mercado sin perder competitividad en su entorno.

### ***2.1.1 Descripción situación actual***

En la actualidad la empresa de encomiendas Dewan cuenta con 15 motorizados todos de sexo masculino, dispone de dos operadores uno de sexo masculino y otro de sexo femenino, se encargan de atender las encomiendas que los usuarios día tras día solicitan, la empresa cuenta con el servicio de encomiendas, siendo una de las primeras en establecerse en la ciudad de Riobamba.

Cuando existe más demanda de encomiendas son los fines de semana y fechas festivas, y debido a la aparición del nuevo virus SARS-Covid -19, por la exigencia de las autoridades pertinentes de la ciudad de Riobamba al encierro, y restricciones para que las personas circulen libremente, el servicio aumento notablemente.

Para ello se mejoró en los implementos de bioseguridad, ampliaciones en la estructura física, por lo que siempre va en continuo crecimiento el número de motorizados, y los horarios de atención se han extendido o disminuido de acuerdo a la ordenanza de las autoridades de la ciudad de Riobamba, cada motorizado elige su hora de llegada y hora de salida dándole la libertad de escoger su horario de trabajo.

#### *2.1.1.1 Misión*

Somos una empresa de servicios de encomiendas comprometida en brindar a nuestros clientes y usuarios en general un servicio de transporte con todas las medidas de bioseguridad con un nivel de alta calidad, puntualidad, seguridad, y comodidad; satisfaciendo totalmente sus expectativas de cliente externo e interno.

#### *2.1.1.2 Visión*

Convertirnos en una de las empresas líderes de encomiendas, logrando que nuestros estándares sean lo más altos posibles cumpliendo protocolos de bioseguridad, de manera que sus usuarios se sientan totalmente a gusto con nuestros servicios y seamos reconocidos por nuestros valores empresariales.

#### *2.1.2 Servicio*

Una vez que el usuario llame a operadora dewan y hace su encomienda, la operadora asigna a uno de los motorizados a que realicen la encomienda, esto depende mucho del lugar donde se encuentre el motorizado, si está cerca del lugar de donde se recoge la encomienda se le designa la carrera con la intención de que la entrega sea rápida y segura, el servicio es personalizado directamente en contacto con el usuario y el motorizado, ya que una vez que el motorizado llega al lugar de entrega acordado, el usuario debe recoger y pagar por el servicio prestado.

### **2.1.3 Encomienda**

La encomienda consistía en la asignación, por parte de la corona, de una determinada cantidad de aborígenes a un súbdito español, encomendero, en compensación por los servicios prestados. Tras esto, el encomendero se hacía responsable de los nativos puestos a su cargo, los evangelizaba, y percibía los beneficios obtenidos del trabajo que realizaban los nativos (Lozano, 2004).

Durante los primeros años de la encomienda, no existía ningún tipo de regulación ni jurisdicción que garantizase los derechos de los aborígenes, por lo cual, éstos eran explotados. Con las Leyes de Burgos de 1512 se establecieron una serie de pautas con respecto al uso de la encomienda, y se hizo especial hincapié en el buen trato a los aborígenes. Sin embargo, los abusos continuaron perpetuándose (Lozano, 2004).

### **2.1.4 Servicio de encomiendas a domicilio**

¿Qué es un Servicio a domicilio?

El servicio a domicilio o ventas domiciliarias son aquéllas ventas en las que la oferta se produce en domicilios privados, lugares de ocio o reunión, centros de trabajo y similares que no sean el establecimiento del vendedor, con presencia física de ambas partes (Loor y Díaz, 2012: p.8).

¿En qué consiste el servicio a domicilio?

El servicio a domicilio consiste en que se realiza la entrega Puerta a Puerta servicio completo de entrega de productos desde nuestros centros de distribución en hasta el domicilio del cliente y sea este por vía telefónica o vía internet con rapidez y excelencia en la calidad de nuestros productos. (Loor y Díaz, 2012: p.8).

## **2.2 Portales Web**

Un portal es un sitio web, su objetivo es la de servir de puerta de entrada única para ofrecer al usuario, de manera fácil al acceso a múltiples servicios, recursos, aplicaciones desde un mismo lugar. La palabra portal tiene como significado puerta grande, refiriéndose a que es el punto de partida de un usuario que desea entrar y realizar búsquedas en la web. Un portal ofrece diferentes servicios en el internet, logrando incrementar la intensidad de tráfico en el mismo (Siguencia, 2011, pp.22-23).

En general los portales ofrecen servicios como: Directorios, correo electrónico, encuestas, noticias generales, chats, compras, ventas, entretenimiento, etc. A los portales web también los llaman *content management system* CMS (por sus siglas en inglés), o gestores de contenidos, permitiendo así que el contenido del sitio sea modificado de forma rápida y segura desde cualquier lugar mediante una computadora conectada al internet (Siguencia, 2011, pp.22-23).

Los portales Web tienen el propósito de agrupar un conjunto de servicios recursos de manera integrada para el usuario para informarse, participar y opinar, o acceda a múltiples aplicaciones. Todo portal debe ser de fácil acceso a toda la información referida al mismo tema, el portal se encarga de centralizar enlaces de manera fácil y organizada facilitando así la navegación sobre un tema específico en la red.

Algunos portales son accesibles para cualquier visitante, otros necesitan autenticación, por lo que los usuarios deben estar registrados para acceder. (Siguencia, 2011, pp.22-23).

### **2.2.1 Características**

Las características que un portal debe brindar a los usuarios, en cuanto a la usabilidad del portal, son las siguientes:

Utilidad: Botones, menús, imágenes, todos los elementos deben tener una utilidad en base a los objetivos planteados en el portal.

Facilidad de uso: un sitio web debe ser de fácil uso para el usuario

Rapidez: Las imágenes, animaciones, etc. Que se vayan a cargar en el portal no deben entorpecer la rapidez del portal (Siguencia, 2011, pp.22-23).

Intuitivo: Todos los elementos del portal (Botones, enlaces, imágenes, iconos, etc.,) deben estar relacionados con la percepción del usuario, de manera que el usuario sepa lo que tiene que hacer con tan solo ver el sitio (Siguencia, 2011, pp.22-23).

Eficiente: Es la utilización correcta de los elementos que dispone el portal web, es decir cada elemento del portal debe hacer a lo que hace referencia (Siguencia, 2011, pp.22-23).

## **2.2.2 Tipos de portales web**

### *2.2.2.1 Generales*

Están orientados a todo tipo de público y ofrecen contenidos de carácter muy amplio, siendo su pretensión cubrir las temáticas más demandadas. Suelen incorporar servicios de valor añadido tendentes a la fidelización en torno a comunidades virtuales, tales como espacio web gratuito, información de diverso tipo, personalización de la información, chat, e-mail gratuito, mensajes a teléfonos móviles, software de libre distribución, grupos de discusión, comercio electrónico o buscador. (García, 2001, pp.8-9).

### *2.2.2.2 Especializados*

Cada vez hay más usuarios a los que, ya sea por su grado de experiencia o por sus necesidades profesionales, los comentados en el punto anterior no satisfacen convenientemente sus necesidades porque sus contenidos son excesivamente globales y, por ende, demasiado superficiales e insuficientes para lo que sus características personales o profesionales demandan. Ello plantea una situación en la que existe una coyuntura favorable para aplicar el modelo de portal a aspectos más específicos. (García, 2001, pp.8-9).

### *2.2.2.3 Corporativos*

Es una intranet que provee información de la empresa a los empleados, así como de acceso a una selección de webs públicos y de mercado. Los portales de internet incluyen un motor de búsqueda para documentos internos y la posibilidad de personalización para diferentes grupos de usuarios y particulares. (García, 2001, pp.8-9).

### *2.2.2.4 Verticales*

Es un sitio web que provee información y servicios a un sector o industria en particular. Es el equivalente industrial específico de los generales, pero en este caso, además de ofrecer los típicos servicios de valor añadido característicos de éstos, la cobertura de sus contenidos se centra en un tema o área concreta. A su vez es posible clasificarlos dentro de otros dos grupos fundamentales, atendiendo a su tipo de especialización (García, 2001, pp.8-9).

Geográficos: centrados específicamente en una zona o área concreta. (García Gómez, Juan Carlos, 2001)

Temáticos: atienden a una línea temática. Un ejemplo claro sería el de Infonomía, especializado en la gestión de información y documentación empresarial. (García, 2001, pp.8-9).

### ***2.2.3 Sistemas de navegación***

Según Meteu (2011) los elementos de una interfaz que permiten la navegación por las distintas secciones, categorías y páginas de las que se compone el web. Se trata de la manera en que se presenta la información utilizando para ello elementos tales como textos, gráficos, etc. y que facilitan que los usuarios nos movamos por el sitio web.

Las barras de menús son la parte más importante de los sistemas de navegación porque permiten la navegación libre por la web y sin que se dé la sensación de estar perdido en ningún momento. Es recomendable que los menús no cambien en cuanto a diseño, color, tamaño de una página a otra dentro del mismo site. Existen 2 tipos de menús: horizontales (FNAC) y verticales (UPV). Ambos permiten la integración de desplegables y de rollover. Para lograr un buen diseño deben seguirse una serie de indicaciones, tales como que la fuente utilizada sea clara y grande, con un contraste de color suficiente para diferenciarse con el fondo, favoreciendo de esta manera la lectura. Otro elemento a destacar sería la utilización de iconos, sustituyendo las palabras, facilitando la navegación por la web. Sitemap o Mapa\_de\_sitio\_web es una herramienta que lista las páginas de un sitio web, organizándolas jerárquicamente, desgranando cada una de las páginas que conforman el website. Permite que los buscadores encuentren más fácilmente las páginas de tu website (Meteu, 2011).

#### ***2.2.3.1 Tipos de sistemas de navegación***

**Jerárquicos:** a partir de la página principal proporciona acceso a los diferentes niveles que tiene la web. No es muy recomendable utilizarlo con menús horizontales. Se desglosa desde lo más genérico hacia lo más específico. (Meteu, 2011).

**Globales:** suele complementar al jerárquico, ofrece la posibilidad de navegar a lo largo y profundo del sitio web donde nos encontremos. Suelen basarse en barras de navegación gráficas que permiten

el acceso a las diferentes secciones, las cuales tienen a su vez otros menús o barras laterales relacionados con las secciones. (Meteu, 2011).

**Locales:** se trata de una serie de menús adicionales que ayudan enormemente a la navegación. Se suele dar más en páginas secundarias, no tanto en la principal. (Meteu, 2011).

**Específicos:** se utiliza cuando no es posible clasificar o categorizar las relaciones o los nexos de unión entre las diferentes páginas. Un ejemplo de ello, son los enlaces a un documento relacionado, ya sea interno (en la web donde se encuentran) o externo (a una web donde se aloje el documento relacionado). El lugar donde más se ejemplifica este tipo de navegación es en las wikis (Meteu, 2011).

#### ***2.2.4 Elementos compositivos de una página web.***

##### *2.2.4.1 Dominio*

Un dominio es una dirección de internet, para visitar una web tecleamos una dirección a través del navegador (Por ejemplo : [www.anetcom.es](http://www.anetcom.es)). El conjunto de caracteres que compone dicha dirección sirve para identificar este sitio concreto de la red o lo que es lo mismo la máquina o grupo de máquinas en las que reside o se aloja esta web. (Martínez, 2004, p.11).

La característica más importante de un nombre de dominio es que es único. Este sistema no permite que dos personas u organizaciones tengan simultáneamente el mismo nombre de dominio. (Martínez, 2004, p.11).

##### *2.2.4.2 Sistema de nombre de dominio*

En la realidad las máquinas en internet se identifican mediante un número único que recibe el nombre de dirección *Internet Protocol* IP (Por sus siglas en inglés), Para hacernos una idea, un ejemplo de dirección IP puede ser 223.142.1.90. De esta forma el navegador localiza el servidor en el que se encuentra la página que buscamos. (Martínez, 2004, p.11).

Dado que las direcciones IP no resultan fáciles de recordar para los usuarios, se creó un sistema de nombres, que asocia a estas direcciones unos caracteres de texto, normalmente dos palabras separadas



por un punto. La palabra de la izquierda es más específica y la de la derecha más genérica (“.com”, “.es”, etc.). Los dominios fueron creados para sustituir las direcciones *Internet Protocol* IP (Por sus siglas en inglés), por palabras, que siempre resultan más fáciles de recordar. Por eso se dice que un dominio es una forma sencilla de localizar un ordenador en internet. (Martínez, 2004, p.11).

#### 2.2.4.3 *Hosting o alojamiento*

Un hosting web es un servicio donde un proveedor te alquila un servidor conectado a Internet. El uso más típico de un hosting es crear un sitio web que, en realidad, no es más que un conjunto de ficheros en formato *Hyper Text Markup Language* HTML (por sus siglas en inglés), que son las páginas web, pero también puedes usar tu hosting simplemente para permitir la descarga de cualquier otra cosa (documentos PDF, ficheros MP3 de audio, vídeo, etc.). (López, 2020).

Una cosa muy importante a que, aparte de los servicios básicos de alojamiento de fichero, un servicio de hosting incluye otros servicios de mucho valor añadido. (López, 2020.)

Entre ellos, los más importantes son los siguientes:

- J Un servidor de correo electrónico que permite que tengas cuentas de correo con tu propio nombre de dominio.
- J Alojamiento de aplicaciones web pasadas en *Hypertext Preprocessor* PHP (por sus siglas en inglés), y bases de datos para crear webs generalistas, blogs, tiendas online o foros de discusión, por citar algunas de las aplicaciones más importantes.
- J Acceso vía *File Transfer Protocol* FTP (por sus siglas en inglés), para almacenar y descargar ficheros.
- J Crear discos virtuales, es decir, crear almacenamiento en la nube con tu propio servicio de hosting al que accedes como si lo tuvieras en tu ordenador. (López, 2020).

#### 2.2.5 *Diseño de experiencia de usuario (UX)*

Según Norman y Nielsen (1993) fundadores de Nielsen Norman Group, “la experiencia de usuario engloba todos los aspectos de la interacción del usuario con la compañía, sus servicios y sus

productos”. Es decir, consiste en la experiencia del usuario con cualquier contacto que realiza con la compañía y no solo con una página web o app, para ofrecer una gran experiencia de usuario se necesita combinar ingenierías como el marketing, diseño gráfico e industrial, diseño de interfaz.

La experiencia de usuario es la facilidad, eficiencia de aprender que tiene el usuario de utilizar un producto o servicio. Según Don Norman (2013), autor de *The Design of Everyday Things*, propone que, si algo no es fácil de utilizar, entonces la responsabilidad no es del usuario o de su poca capacidad de entendimiento, sino de la o las personas que lo diseñaron. El requisito fundamental para obtener una experiencia de usuario ejemplar es satisfacer todas y cada una de las necesidades exactas del cliente, tener simplicidad en los productos.

La experiencia de usuario de la empresa debe ser pensada y diseñada de manera global, cuidando hasta el último detalle, para satisfacer los objetivos del usuario. Si una persona no puede usar un producto o servicio, no puede satisfacer sus necesidades, por lo tanto, la página web, producto, etc., resultan completamente inútiles. Se debe tomar en cuenta como primer paso para lograr una buena experiencia de usuario, definir las características del producto o servicio conociendo a sus clientes y consumidores. (Norman, 2013).

La experiencia de usuario NO es Interface de Usuario, y tampoco es Usabilidad. La UX incluye todas las emociones, creencias, respuestas psíquicas y psicológicas, percepciones, comportamientos, la interacción del usuario antes, durante y después de usar un producto, sistema o servicio, y esta incrementa la calidad global de los mismos. Muchos diseñadores se basan en el diseño UX para realizar sus proyectos. (Norman, 2013)

#### *2.2.5.1 Interfaz de usuario (UI)*

Muchas de las personas que han escrito sobre la práctica de la arquitectura de la información son diseñadores gráficos de formación. Esto no es sorprendente, ya que tanto el diseño gráfico como el diseño de información implican mucho más que crear imágenes bonitas. Las profesiones están más orientadas a crear relaciones entre elementos visuales y determinar cómo esos elementos pueden integrarse como un todo para comunicarse de manera más afectiva (Rosenfeld, 2002, p.19).

### 2.2.5.2 *Arquitectura de la información (AI)*

Arquitectura de la información es el arte y la ciencia de estructurar y clasificar sitios web e intranets con el fin de ayudar a los usuarios a encontrar y manejar la información (Rosenfeld, 2002, p.4).

### 2.2.5.3 *Diseño de interacción*

Sistemas interactivos El diseño de interacción es aquél que concierne a como un sistema ha de dar respuesta a las acciones de un usuario. Obviamente, solo es relevante en sistemas que han de ser interactivos. (Soler, 2012. p.2).

En primer lugar, hay que tener en cuenta que el objeto de estudio no es un objeto aislado sino un sistema. Esto es, un conjunto de elementos que actúan los unos sobre los otros. En este sentido, hemos de fijarnos en cómo estos elementos se relacionan y responden a las acciones de un usuario. Para cada caso, será necesario definir el sistema anteriormente, así como el nivel de profundidad del análisis. Esto es, si analizamos el ordenador como tal, el software, o la corriente eléctrica. No interesa caer en la redundancia de que todo sistema está formado por otros sistemas... ¡y así hasta las partículas elementales de la física! (Soler, 2012. p.2).

Una vez aclarado esto, hay que especificar qué sistemas son interactivos y cuáles no lo son. Para definir esto nos situaremos al lado del sistema y su diseñador. Es decir, tendremos en cuenta para qué tipo de sistemas hay que diseñar las respuestas a acciones de un potencial usuario, sin entrar en consideraciones psicológicas o poéticas de cómo a nivel personal uno puede interactuar con los objetos de su entorno. (Soler, 2012. p.2).

Existen tres tipos de sistemas en este sentido: pasivos, reactivos e interactivos. Los primeros no necesitan codificar ninguna acción de un potencial usuario. Sería el caso de una mesa o una cafetera. Ciertamente el usuario las utiliza, pero en su diseño uno no ha de preocuparse más que para que puedan cumplir su función. En el caso de la cafetera (el sistema es el conjunto de piezas que la conforman), que pueda hacer café (lo cual, sorprendentemente, no siempre es el caso).

Los sistemas reactivos sí responden a las acciones de un usuario, pero siempre de la misma forma. Son los sistemas que más bien se definen bajo la idea de control. Este sería el caso de un sistema

formado por un interruptor, hilo eléctrico, y una bombilla. También una puerta de supermercado, un control de volumen o el cambio de marchas de un coche. (Soler, 2012. p.2).

*Finalmente, los sistemas interactivos son aquellos que procesan una respuesta antes de reaccionar a las acciones de un usuario. Estas respuestas pueden ir desde algo muy simple a otras de gran complejidad. Es interactivo un simple cambio de respuesta en un reloj digital según si estamos programando la alarma o cambiando la hora (el reloj responde según el modo en que está). También lo es la respuesta de una calculadora a una operación, pues la misma tecla producirá distintos resultados según nuestras acciones precedentes. Ejemplos más complejos los podemos encontrar en videojuegos o instalaciones interactivas. (Soler, 2012. p.2).*

Así pues, al diseñar un sistema habremos de tener en cuenta si es pasivo, reactivo o interactivo respecto al usuario. Los principios de diseño de Norman valen para los tres tipos de sistemas. En este texto los analizamos desde el punto de vista del diseño de sistemas interactivos, tanto físicos como virtuales, aunque no todos los ejemplos van a corresponder a esta tipología. (Soler, 2012. p.2).

#### 2.2.5.4 Usabilidad

“La usabilidad web es una característica que mide qué tan intuitiva y fácil de usar es una página web para el usuario común” (Nielsen, 2000). Un sitio Web con usabilidad es aquel que muestra todo de una forma clara y sencilla de entender para el usuario. El diseñador debe esforzarse por mostrar las cosas tan claras como sea posible, aunque es imposible crear un sitio web que sea claro y eficiente para cada usuario.

La usabilidad es la facilidad con que las personas interactúan con el sitio web con el fin de alcanzar un objetivo, es decir, el usuario no se sienta frustrado al navegar dentro de un sitio web o por no conseguir lo que busca. (Nielsen, 2000).

Principios de usabilidad según Nielsen, (1995):

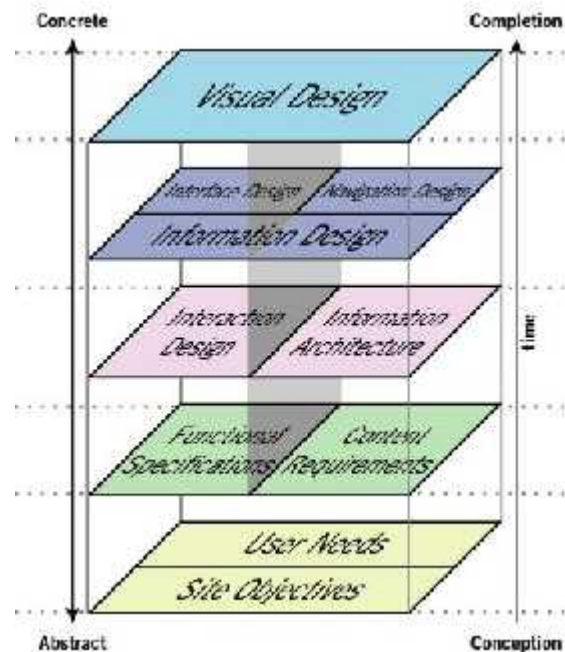
1. Visibilidad del estado del sistema, indica que siempre tenemos que tener informado al usuario de lo que está pasando en nuestra web.

2. Relación entre el sistema y el mundo real, el sistema tiene que hablar el lenguaje de su usuario, es decir que las palabras o frases le sean familiar y pueda reconocer con facilidad.
3. Control y libertad del usuario, dar al usuario la probabilidad de corregir el error, como por ejemplo usando botón deshacer, editar.
4. Consistencia y estándares, seguir los convenios establecidos para ciertos iconos, usar los mismos al momento de estar en la versión responsive y no inventar uno nuevo.
5. Prevención de errores, se trata de evitar cualquier error que el usuario pueda cometer. La opción de autocompletar de Google es un buen ejemplo de este principio de usabilidad web.
6. Reconocer antes que recordar, se debe ayudar al usuario a no memorizar.
7. Flexibilidad y eficiencia de uso, se trata de conseguir que cualquiera pueda navegar por la web.
8. Diseño estético y minimalista, la paginas web deben tener la información necesaria para no distraer al usuario con cosas que pueden causar molestia.
9. Ayudar a los usuarios a reconocer, diagnosticar y corregir los errores.
10. Ayuda y documentación, basándose en estos principios se intenta que el usuario no tenga que usar documentos de ayuda para poder navegar dentro de un sitio web, pero siempre es necesario tener un manual sencillo de funcionamiento para el usuario.

La Organización Internacional para la Estandarización propone dos definiciones relativas a la usabilidad del software:

ISO/IEC 9126: "Según este estándar la usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso".(Nielsen, 2000).

ISO/IEC 9241: “Este estándar parte del ISO 9241 define a la usabilidad que se utiliza en estándares ergonómicos. La usabilidad es la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un producto se puede usar en un contexto de uso especificado por determinados usuarios para conseguir objetivos específicos.” (Nielsen, 2000).



**Figura 1-2:** Diagrama de Experiencia del Usuario de Jesse James Garrett.

Fuente: pinterest, 2021.

### 2.2.5.5 Investigación de usuario

La investigación de usuarios es uno de los procesos más complejos y a la vez más importantes para el éxito de un proyecto de Diseño Centrado en el Usuario (Gimeno, 2016)

Una buena investigación nos servirá siempre como base para hacer un buen trabajo de experiencia de usuario. Si conocemos a nuestros usuarios, conoceremos mejor sus necesidades y expectativas, lo que nos llevará a elaborar un mejor producto o servicio digital. Se requiere un análisis concienzudo para identificar qué demandan los usuarios, cuáles son sus necesidades y de qué manera podemos satisfacerlas (Gimeno, 2016).

Como hemos comentado en otras ocasiones, debemos trabajar con una metodología que incorpore la investigación de forma central. Las métricas de uso son útiles en la determinación de lo que la gente hace y cuando lo hacen, pero no ofrecen ninguna información en cuanto a por qué la gente lo hace, y cómo los diseñadores pueden trazar soluciones más eficaces a los problemas de sus clientes. Es justamente la investigación de usuarios quien proporciona ese contexto necesario (Gimeno, 2016).

### **2.2.6 Estrategia de contenido**

Si desea establecer una comprensión compartida de la " estrategia de contenido ", comience macro y vaya micro.

Aquí hay algunas definiciones "macro" entre las que puede elegir; todas son muy similares, pero una puede resonar en la cultura de su empresa más que otra. (Halvorson, 2017)

- ) La estrategia de contenido guía la creación, entrega y gobierno de contenido útil y utilizable.
- ) La estrategia de contenido significa hacer llegar el contenido correcto, a las personas adecuadas, en el lugar correcto, en el momento correcto.
- ) La estrategia de contenido es un conjunto integrado de elecciones centradas en el usuario e impulsadas por objetivos sobre el contenido a lo largo de su ciclo de vida. (Halvorson, 2017)

Cualquiera de estas definiciones es correcta. Son solo diferentes formas de preparar el escenario para el contenido como un producto de elecciones estratégicas integradas (frente a algo que se ha creado con fines de SEO y luego se deja morir de una manera lenta y dolorosa en su sitio web). (Halvorson, 2017)

En primer lugar, la estrategia de contenido conecta los esfuerzos de contenido de su organización con los objetivos comerciales y las necesidades de los usuarios. Todo lo que haga relacionado con el contenido debe corresponder a esos requisitos. (Halvorson, 2017)

En segundo lugar, y aquí está el poder de la cosa, la estrategia de contenido crea un conjunto de opciones integradas entre cuatro áreas de actividad separadas pero relacionadas. Estas no es su disciplina de la estrategia de contenido de ninguna manera; más bien, son funciones comerciales y /

o de diseño que tienen un impacto en su producto de contenido. La estrategia de contenido funciona para conectar los puntos entre ellos. (Halvorson, 2017)

- J) Diseño de experiencia de usuario: ¿Quiénes son sus usuarios finales? ¿Cuáles son sus necesidades y preferencias de contenido? ¿Cómo puede hacer que el contenido sea útil y utilizable para ellos, donde y como lo necesiten?
  
- J) Estrategia editorial: ¿Cuál es el punto de vista de tu contenido? ¿Cuáles son los temas que necesita abordar? ¿Dónde y cuándo entregará el contenido?
- J) Ingeniería de contenido: ¿Cómo debe estructurarse su contenido para que los usuarios lo encuentren? ¿Qué modelos deben existir para que el CMS entregue el contenido, donde y como los usuarios y la empresa lo necesiten?
  
- J) Flujo de trabajo y gobernanza del contenido: ¿Cómo se mueve el contenido en toda su organización? ¿Cuáles son las políticas, estándares y pautas que monitorean su calidad y desempeño? (Halvorson, 2017)

Entonces, técnicamente hablando, puede invocar la frase "estrategia de contenido" en una conversación cuando se habla de cualquiera de estas áreas de actividades, y no se equivocará (Halvorson, 2017).

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Investigación no experimental**

En la estructura del proyecto de la creación de la página web de la empresa de encomiendas “Dewan” se requiere nombrar de una manera descriptiva, determinando que se basa en prestar un servicio delivery en una sociedad y entidad privada que se correlaciona con varias personas de la ciudad de Riobamba. Siendo importante la reactivación de la empresa “Dewan” por ende, la reactivación económica de la ciudad de Riobamba. Es relevante nombrar que se revisa una base datos cuantos usuarios tiene actualmente y a la vez hacer una relación cuantitativa de los nuevos usuarios que se atraerá con la creación la página web.



Belestrini (2000), señala que una investigación metodológica es una serie de pasos que conjuntamente llegan a un objetivo, con una relevancia clara y exacta, es decir que es una figura correlacionada que se enfoca en una recolección de información de una forma simétrica que permite descubrir e interpretar esta información, en referencia al problema.

### **3.2 Métodos**

Método Analítico Sintético: Permite analizar de forma ordenada y a la vez separada los elementos que forman parte del marco teórico de la investigación, siendo pertinente para el caso en el cual se enfoca el proyecto web dando la apertura a resolver un problema de información existente, en el cual se receptara continuamente la información de manera correcta para que el proyecto sin lugar a dudas sea productivo y de éxito, el método se escoge por la apertura que ofrece en varias áreas, siendo un proyecto no experimental se puede acoger desde varias zonas de la investigación que convenga para cumplir con el propósito y objetivo del proyecto web.

### **3.3 Población/muestra**

El presente proyecto está dirigido a hombres y mujeres que transitan en la edad de 18 a 35 años estrictamente de la ciudad de Riobamba, con el anhelo de obtener datos relevantes del público objetivo en relación a su experiencia al usar un servicio de encomiendas o delivery.

Este público es de clase media, que pasan ocupados en sus diferentes tareas diarias y para ahorrar un poco de tiempo tienen que recurrir a las encomiendas o delivery en diferentes servicios que auspicia este tipo de empresas, su comportamiento es jovial, les gusta salir y disfrutar con amigos, actualizarse, les dan oportunidad y confianza a los nuevos cambios en la industria de las ventas.

*El parámetro:* se refiere a las características de la población que es objeto de estudio y el estimulador es la función de la muestra que se usa para medirlo. (Ramos, 2009. P.2. p.3.)

*El error muestral:* siempre se comete ya que existe una pérdida de la representatividad al menos de escoger los elementos de la muestra. Sin embargo, la naturaleza de la investigación nos indicara hasta qué grado se puede aceptar. (Ramos, 2009. P.2. p.3.)

*El nivel de confianza:* por su parte es la probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad; es decir que caiga dentro de un intervalo determinado basado en el estimador y que capte el valor verdadero del parámetro a medir. (Ramos, 2009. P.2. p.3.)

**Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población.**

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n_{opt} = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

**En donde:**

**N** = tamaño de la población

**Z** = nivel de confianza,

**p** = probabilidad de éxito, o proporción esperada

**q** = probabilidad de fracaso

**d**<sup>2</sup> = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

**Figura 1-3:** Fórmula para calcular el tamaño de muestra de una población.

**Realizado por:** Ramos Anthony, 2009

La población para aplicar el proyecto es 4.222 personas se aplicará el cálculo de la muestra para obtener un porcentaje mínimo de encuestas. La fórmula que se aplica para obtener la muestra es de tamaño de la población finita Cuando se conoce el tamaño de la población.

Seguridad = 95%

Precisión = 5%

Proporción esperada = asumamos que puede ser próxima al 5% (0.05); si no tuviese ninguna idea de dicha proporción utilizaríamos el valor  $p = 0.5$  (50%) que maximiza el tamaño muestral. (Ramos, 2009. P.3. p.4.)

$N = 1000$

$Z = 95\%$  (1.96)

$p = 50\%$  (0.05)

$q = 0.95$

$d = 0.0$

$$n_{\text{opt}} = \frac{4,422 \times (1.96)^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.05^2 \times (4,422 - 1) + (1.96)^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

$$n_{\text{opt}} = \frac{806,90}{11,234}$$

$$n_{\text{opt}} = 72$$

**Figura 2-3:** Fórmula del tamaño de muestra

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

### 3.4 Técnicas de investigación

Se puede describir como una recolección de datos pertinentes desacuerdo al tema que se requiera acotar, para luego analizarla e interpretarla de una manera correcta y llegar a conclusiones según la información recolectada.

#### 3.4.1. Entrevista

Se la puede deducir como una interacción y comunicación directa con una o más personas, en la cual el entrevistador, mediante una conversación natural y profesional consigue la información que necesita, en la actualidad debido a la pandemia se hizo con las medidas de bioseguridad necesaria, directamente de manera presencial, con el tiempo estimado pertinente de una manera clara y eficaz.

#### 3.4.2 Encuesta

En la actualidad debido a la pandemia no se puede hacer directamente de manera presencial la entrevista, lo cual se realizó de manera online, por medio de la plataforma forms, nos permite enviar por medio de Facebook y de WhatsApp a cada encuestado reconociendo sus datos más relevantes y su opinión acertada de la encuesta.

En la investigación social, la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación

previamente construida. La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra extensa de ella mediante una entrevista donde es característico el anonimato del sujeto. (López y Fachelli, 2015, p.8).

### **3.5 Instrumentos**

#### ***3.5.1 Objetivo de la entrevista***

El objetivo de la entrevista es para verificar los pro y contras que tiene la empresa “Dewan” en la ciudad de Riobamba, con el afán de establecer soluciones apropiadas al servicio del usuario y mantener los estándares de calidad con los que ha trabajado durante todo este tiempo, para ello se formuló un guion con preguntas claves adoptando la información más relevante que fortalezca la investigación.

#### ***3.5.2 Briefing de la empresa DEWAN***

##### ***3.5.2.1 Estudio del target***

El público al cual se dirige la entidad de servicio de encomiendas DEWAN, se desglosa en las siguientes variables de segmentación de público.

Características socioeconómicas, los compradores y consumidores tienen un intervalo de edad de entre los 18 a 45 años, de género masculino y femenino, con un estado civil de casados y solteros, concentrándose en el sector urbano de la ciudad de Riobamba, de varios grupos étnicos.

Características socioeconómicas de la o él comprador, se fragmenta en clase social media-alta, con nivel de institución bachiller y superior, teniendo un ingreso económico mayor a los \$300, la ocupación u oficio que desempeñan es profesional, padres de familia y/o estudiantes.

Características psicodeográficas, llevan un estilo de vida activa y estable, con personalidad extrovertida y cesante, que lleva valores de responsabilidad y respeto.

### *3.5.2.2 Categoría de servicio que brinda la empresa.*

“Dewan”, es una empresa que tiene a su cargo varios tipos de servicios, el servicio de encomienda puerta a puerta, transacciones, compra y venta. El servicio delivery a empresa privadas con aplicación móvil llamafood. Por último, el servicio de mecánica de motos como lo es, reparaciones, repuestos y lavado.

### *3.5.2.3 Declaración de Marca.*

Somos una empresa de encomiendas, es decir el cliente solicita una encomienda ya sea una tarea pendiente o de compra de algún producto en específico, y se lo lleva hasta donde el usuario se encuentre, enfocado en el bienestar del usuario que solicitó el servicio, los que solicitan pueden ser personas independientes o a su vez negocios como: restaurantes, almacenes y centros de comercio en general, cuando una persona solicita el servicio, le brindamos la seguridad que necesita, puede pedir cualquier tipo de encomienda, en compra o realizar un mandado, nuestro personal se siente orgulloso de trabajar en nuestra empresa, gracias a las encomiendas y accesibilidad de la empresa, una marca transparente, segura y amable. Mismas que se ven reflejadas en nuestros servicios y en el espacio de nuestra empresa.

La página web, un portal accesible desde cualquier navegador con acceso a internet, otorgando un espacio para que el cliente pueda informarse de los servicios que prestamos con la seriedad que representa nuestra empresa. ¡Al estar seguro el usuario!, puede solicitar nuestro servicio.

### *3.5.3 Guion de entrevista*



TESIS: "CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PÁGINA WEB,  
PARA LA EMPRESA DEWAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA"

**Guía de entrevista : Dueño y gerente de la empresa, "Dewan encomiendas".**

**Objetivo:**

Determinar el conocimiento que tienen los usuarios sobre el servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba, y que factible es incorporar una página web para mejorar el servicio.

**Datos Generales:**

**Nombre:** .....

**Edad:** .....

**Género:** .....

**Fecha de aplicación:** .....

**Cuestionario:**

**Etapas 1: Datos personales del entrevistado.**

1. ¿Cuál es su formación académica?
2. ¿Cuál es el cargo que tiene dentro de la empresa DEWAN?

**Etapas 2: Ronda de preguntas y respuestas**

1. ¿Cómo nace "DEWAN" encomiendas al instante?
2. ¿Cómo crece "DEWAN" encomiendas al instante?
3. ¿Qué significado tiene la empresa para usted?
4. ¿Porqué es diferente, "DEWAN" a las otras empresas delivery que existen en la ciudad de Riobamba?
5. ¿Qué le hace falta a "DEWAN" encomiendas para seguir creciendo?.
6. ¿Creó que el servicio es diferente a las otras empresas de competencia?
7. ¿Porqué recomienda utilizar el servicio que brinda "DEWAN" Encomiendas?

**Etapas 3: Cierre y despedida de la entrevista. Para finalizar.**

1. ¿Cuál es el compromiso de "DEWAN" encomiendas con el usuario?
2. ¿Cuáles son las metas a largo plazo para usted y su equipo como empresa DEWAN?

Utilización con fines académicos

**Figura 3-3:** Guía de entrevista

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

#### ***3.5.4 Objetivo de la encuesta***

Determinar el conocimiento que tienen los usuarios sobre el servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba, y que factible es incorporar una página web para mejorar el servicio.

#### ***3.5.5 Preguntas de la encuesta***

La encuesta por realizar tendrá un listado de preguntas (abiertas y cerradas) que será intervenida a usuarios que utilizan servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba, que se presenta a continuación.



TESIS: "CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PÁGINA WEB,  
PARA LA EMPRESA DEWAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA"

**Guía de encuesta : A los usuarios de, "Dewan encomiendas".**

**Objetivo:**

Determinar el conocimiento que tienen los usuarios sobre el servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba, y que factible es incorporar una página web para mejorar el servicio.

**Datos Generales:**

Dirección de correo electrónico: .....

Rango de edad: ..... Sexo: .....

Fecha de aplicación: .....

**Encuesta:**

1. ¿De los siguientes servicios cual cree usted que utiliza con mas frecuencia?

- Servicio de alimentos, licores,medicinas.
- Servicio de pagos de servicios básicos.
- Servicios de compra y venta.
- Entrega y retiro de encomiendas y documentación.
- Servicio de mecánica de motos.
- Servicio delivery de empresas.
- Publicidad por redes sociales.

2. Señale el número de la frecuencia que utiliza un servicio delibery o encomiendas mensual

- 1 a 3
- 4 a 6
- 7 a 10
- 11 o mas
- Ninguno

3. ¿Usted conoce alguna empresa que preste el servicio de encomiendas ? si su respuesta es SI, diga el nombre de la empresa que conoce?

- SI
- NO
- Empresa: .....

Utilización con fines académicos

**Figura 4-3:** Guía de encuesta a los usuarios de "DEWAN primera hoja

**Realizado por:** Silva, C.; Cajamarca, E. 2021



**Utilización con fines académicos**

4. Si usted utiliza un servicio de encomiendas, ¿Que información le gustaría encontrar acerca de la empresa ?

- Horarios de trabajo
- Políticas de bioseguridad
- Servicios adicionales
- Empresas aliadas
- Perímetro donde hace las encomiendas
- Ciudades donde prestan el servicio

5. ¿Usted a través de qué medio de comunicación se enteró que existe servicio que brinda DEWAN?

- Facebook
- Google
- Páginas web
- Instagram
- Twitter
- WhatsApp

6. ¿Si usted ha utilizado el servicio de encomiendas "DEWAN"? mencione como fue el servicio.

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- No utilizado el servicio

7. ¿Señale por cual de estas plataformas a buscado información de servicios de encomiendas por internet?

- Facebook
- Google
- Páginas web
- Instagram
- Twitter
- WhatsApp
- Televisión
- Radio
- Periódico

8. Si usted ha utilizado el servicio de encomiendas "DEWAN". ¿Que recomendaría a la empresa, para que mejore su servicio?

- Respuesta: .....

9. ¿Cree usted que, si se implementaría una página web de una empresa de encomiendas con información relevante de la misma, aportaría de forma positiva al usuario?

- SI
- NO

**Figura 5-3:** Guía de encuesta a los usuarios de "DEWAN segunda hoja

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

### 3.6 Metodología de creación de páginas web.

Se entiende por metodologías, a una secuencia de pasos de forma ordenada que desarrolla una solución a un problema, existen varios algoritmos que ayudan al creación tanto de sitios web como: aplicaciones web, donde el número de etapas de una metodología depende del tipo y complejidad del sitio web, es por ello que, un proyecto para que se encuentre bien ejecutado, se requiere una aportación específica de una metodología, que servirá de gran aporte como guía al momento de la ejecución y solución de un proyecto.

Una página web se la puede denominar también sitio web, que desarrolla y soluciona las necesidades de los usuarios y los objetivos de la empresa como es la de, comunicar e informar sus ofertas y productos. Es por ello que, se ha buscado la metodología que se acople al segundo objetivo planteado en este trabajo de titulación, crear una página web con información relevante y actualizado de la empresa, que genere interés y confianza en el usuario, se toma en cuenta la metodología de *Diseño Centrado en el Usuario* DCU (por sus siglas en inglés), terminología creada por Donald Norman en el año 1983.

*El término de DCU lo creó Donald Norman en los años 80's, cuando escribió su libro User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction. (Norma & Draper, 1896), que se popularizó entre los diseñadores quienes a partir de ese momento han creado nuevos conceptos adaptados a las distintas áreas del diseño de productos y servicios. (Morales, 2018, p.22).*

Tanto Gracia Bandrés (2015), como Gracia Murugarren (2015) y Romero San Martín (2015), el diseño centrado en el usuario, es un enfoque que consiste en poner al usuario final en el centro del proceso de diseño y desarrollo del producto y cubriendo todo el ciclo de vida del mismo, es decir, desde las fases iniciales de planificación y análisis de requisitos hasta las validaciones finales.

Para el desarrollo de una página web la metodología DCU, se fragmenta en cuatro fases, donde algunas de las fases tienen, técnicas para ser resueltas. A continuación, se describen estas fases.

### ***3.6.1 Fase de análisis y recolección de datos***

Se realiza un acopio de información para recolectar datos tanto del cliente como empresa, la finalidad es, optimizar el proceso de diseño, tener claro el contexto de los logros y alcances que se quiere tener con la página web, obtener los requerimientos del cliente, de lo que quiere observar. Las encuestas, entrevistas abiertas, estructuradas o semiestructuras, focus groups y observación del comportamiento de usuario son algunos de los instrumentos, donde la elección de la herramienta para desempeñar esta fase depende de los objetivos planteados dentro del trabajo de titulación.

### ***3.6.2 Fase de diseño***

Una vez finalizada la etapa de análisis y recolección de datos, se crea un escenario amigable para el usuario, mediante el diseño visual que es apoyado por la arquitectura de la información, posteriormente el diseño de navegación, esta etapa se encarga de la usabilidad, en donde los agentes más importantes en esta son máquina y humano, y que pretende mejorar la experiencia de usuario.

Los instrumentos que apoyan a la fase de diseño son: el desarrollo de layout o wireframes de baja calidad, que se encuentran desarrollados en el software de diseño, adobe ilustrador versión 2018, los elementos de multimedia y lingüísticos como textos, tipografía, fotografía y videos se reflejan por primera vez.

Para optimizar la accesibilidad a la página en los motores de búsqueda de la web, las imágenes y videos son comprimidos en su tamaño de peso o medidas, si perder su calidad, como en el caso anterior se utiliza programas de edición, Adobe Photoshop para imágenes y un software de edición de video como lo es Adobe Premier, After Effects y Media Econdor, para lograr esta optimización.

### ***3.6.3 Fase de prototipos***

Teniendo claro el concepto, los objetivos del desarrollo de la página web y haber resuelto el sistema de navegación gracias al wireframe de baja fidelidad, se empieza a resolver los prototipos y mock ups mediante los wireframes de alta calidad. Con la ayuda de Adobe Dreamweaver 2018, es un software de desarrollo web, utilizando el lenguaje de etiquetas en *Hyper Text Markup Language* HTML5, (Por sus siglas en inglés), lenguaje de estilos CSS3 y Javascript, se logra desarrollar esta tercera fase de Diseño Centrado en el Usuario.

Es también en esta fase donde, se pone énfasis para la realización de prototipos de diseño responsive, apoyando a la accesibilidad y usabilidad donde la página se adapte a diferentes resoluciones de dispositivos electrónicos, que puede ser una tablet, monitores en sus diferentes tamaños o simplemente la pantalla de celular.

Para dar por finalizado a la fase de prototipo se procede al lanzamiento de la página desarrollada, para ello es importante la adquisición de un hosting, es el alojamiento que tendrá la página web en la nube o web, como también el dominio, que es el nombre o dirección URL con el cual será bautizado el sitio web.

#### ***3.6.4 Fase de evaluación, heurística***

La evaluación es el método mediante el cual se valida si los cambios realizados en el diseño son efectivos o si requieren de más iteración para lograr satisfacer las necesidades de los usuarios (Morales, 2018, p.33)

Teóricamente entramos en la fase final de la metodología DCU, donde todo el proceso es sometido a revisión de usabilidad, existen varios métodos para obtener una retroalimentación en esta fase, test de usuario que se lo realiza a los usuarios, análisis heurístico y test de errores aplicados que son evaluaciones sin usuarios, esta última fase ayuda a obtener, la satisfacción del usuario, o el rediseño del sitio web.



### Guía de encuesta : A los usuarios de, "Dewan encomiendas".

#### Objetivo:

Determinar la factibilidad que tiene el usuario al momento de ingresar al sitio web, así encontraremos pequeños errores que luego se rectificara o a su vez que la pagina esta bien resuelta y es fácil para el usuario navegar libremente sin ninguna duda, provocando que se sienta cómodo dentro del sitio web.

#### Datos Generales:

Nombre: .....

#### Cuestionario:

1. ¿Desde qué dispositivo visita la página Web de "Dewan encomiendas"?

- Celular
- Tablet
- Computador

2. Por favor, indique los colores predominantes en el sitio web

- Respuesta: .....

3. ¿La información que se muestra en la pantalla, es suficiente para saber a qué se trata el sitio web?

- Si
- No

4. ¿De la información que se muestra en el sitio web, algún texto o información cree que es irrelevante o está fuera de lugar?

- Si
- No

5. ¿Qué elemento visual le ayudo a reforzar el entendimiento más claramente a que institución o empresa pertenece este sitio web?

- Textos
- Gráficos
- Ilustraciones

Utilización con fines académicos

**Figura 6-3:** Encuesta de usabilidad a los usuarios de "DEWAN", primera hoja.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021



TESIS: "CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PÁGINA WEB,  
PARA LA EMPRESA DEWAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA"

6. ¿le parece adecuada la selección de ítems que se muestra en el menú principal?
- Si
  - No
  - Talvez
7. ¿Los textos que se muestran en la web son claros, concisos?
- Si
  - No
8. ¿Qué tipo de información le fue fácil encontrar en la página web de "Dewan encomiendas"?
- Horarios
  - Tipo de servicio
  - Contactos
  - Ubicación
  - Horarios y contactos
  - Tipo de servicio y ubicación
  - Horarios y ubicación
  - Todas las anteriores
9. ¿El sitio web le resulto complejo al momento de manejar y buscar información?
- Si
  - No

Utilización con fines académicos

**Figura 7-3:** Encuesta de usabilidad a los usuarios de "DEWAN", primera hoja.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

## CAPÍTULO IV.

### 4. RESULTADOS

En base al método analítico sintético permitió analizar ciertos resultados desde la recolección de datos hasta la información relevante al diseño y creación de la página web, el motivo de éste estudio es netamente de opción externa, ya que para la creación e implementación de la página web el usuario es el que nos da la base al problema.

#### 4.1 Resultados de la entrevista

Con los datos obtenidos en la encuesta realizada a una pequeña muestra de usuarios de DEWAN encomiendas, se determinó el conocimiento que ellos tienen sobre la empresa, determinado a continuación la factibilidad de implementar un sitio web.

**Tabla 1-4:** Análisis de la guía de entrevista

<b>Datos generales</b>
Nombre: Pedro Javier Viteri Rodríguez      Edad: 34      Genero: Masculino Ocupación : Dueño y gerente de la empresa “Dewan encomiendas”
<b>Etapas 1: Datos personales del entrevistado.</b>
<b>Pregunta 1</b> <b>¿Cuál es su formación académica?</b>
Secundaria: Colegio Santo Tomas Apóstol Riobamba. Universidad: Universidad Católica obteniendo el título de Ingeniero comercial
<b>Pregunta 2</b> <b>¿Cuál es el cargo que tiene dentro de la empresa DEWAN?</b>
Dueño y gerente de la empresa “DEWAN” encomiendas al instante.
<b>Etapas 2: Ronda de preguntas y respuestas</b>
<b>Pregunta 3</b> <b>¿Cómo nace “DEWAN” encomiendas al instante?</b>
Comienza con un sueño y la falta de oportunidades en la ciudad de Riobamba, a la vez me impulso a tener mi propio negocio, y a su vez ante las carencias que existía en

servicio delivery en la ciudad, encontrando uno de los problemas a solucionar se hace un equipo de trabajo llamado “DEWAN”,
<b>Pregunta 4</b> <b>¿Cómo crece “DEWAN” encomiendas al instante?</b>
Crece a través de que nuestra competencia comienza a brindar un mal servicio como: La falta de seguridad que te brindaba al cliente, las encomiendas no llegaban a tiempo y la mayoría de estas eran empresas informales. Nosotros marcamos la diferencia haciendo lo contrario, brindando en buen servicio y así es como crece “DEWAN”.
<b>Pregunta 5</b> <b>¿Qué significado tiene la empresa para usted?</b>
La empresa, “Dewan” es un icono del buen servicio en todos sus ámbitos, estoy agradecido con, Dios por el crecimiento de la empresa gracias a nuestros usuarios, y todas las personas que trabajan de la mano con, “Dewan” el significado es de un sentimiento de gratitud y servicio para la ciudad de Riobamba.
<b>Pregunta 6</b> <b>¿Porque es diferente, “DEWAN” a las otras empresas delivery que existen en la ciudad de Riobamba?</b>
Es diferente porque nos enfocamos en ver los errores de otras empresas, para nosotros no cometer los mismos errores y brindar el servicio correcto al usuario, y fuimos pioneros en implementar servicios y atenciones diferentes, como: cellos de seguridad en cada encomienda, para que el cliente se sienta confiado que su producto llegue completo y seguro, implementamos servicio por WhatsApp el consiste en pedir el servicio por medio de un mensaje, sin necesidad de llamar, muchas veces el usuario no tenía saldo, pero si tenía internet.
<b>Pregunta 7</b> <b>¿Qué le hace falta a “DEWAN” encomiendas para seguir creciendo?.</b>
Crece un poco más a través de plataformas, para obtener clientes y tener una base estable, para poder emprender con otras sucursales.
<b>Pregunta 8</b> <b>¿Cree que el servicio es diferente a las otras empresas de competencia?</b>
Claro que sí. hemos tomado medidas que son de atención a nuestro cliente, tanto en bioseguridad y el servicio para satisfacer cualquier tipo de pedido ya sea de compra o de pago.
<b>Pregunta 9</b> <b>¿Por qué recomienda utilizar el servicio que brinda “Dewan” Encomiendas?</b>



Por el servicio y la seguridad que les brinda nuestra empresa.
<b>Etapas 3: Cierre y despedida de la entrevista. Para finalizar.</b>
<b>Pregunta 10</b>
<b>¿Cuál es el compromiso de “DEWAN” encomiendas con el usuario?</b>
El compromiso es apoyarnos en el consumo de productos y servicios de emprendimientos de nuestra ciudad, nos caracterizamos por ser amables y cordiales con nuestros clientes con la intención de brindar un buen servicio.
<b>Pregunta 11</b>
<b>¿Cuáles son las metas a largo plazo para usted y su equipo como empresa DEWAN?</b>
La meta es crecer con más sucursales aquí en la provincia, y luego en otras provincias vecinas.

**Fuente:** Dueño y gerente de la empresa Dewan, encomiendas 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021

#### **4.2 Conclusión de la entrevista**

Se llega a definir que la empresa ha ido evolucionando a través del tiempo en cada uno de los servicios que hoy ofrece, además que la empresa se preocupa en brindar un servicio de calidad en cada una de sus encomiendas cumpliendo las expectativas del usuario, deseando crecer exponencialmente en el cantón y afuera en otras ciudades, con la meta que la página web ayudara a posicionar el servicio en la ciudad de Riobamba y su alrededor.

#### **4.3 Resultados y tabulación de la encuesta de los usuarios de la empresa “Dewan”**

Se ha ejecutado 72 encuestas a los usuarios en la empresa “Dewan”, determinado como el público objetivo de este proyecto, con el propósito de considerar las necesidades comunicacionales e informativas con respecto a lo que esperan del servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba.

NOTA: Dentro del cuestionario existen preguntas abiertas, por ende, pueden escribir más de una observación; viéndose manifestado en las preguntas abiertas algunos valores totales se modifican con respecto a las demás respuestas.

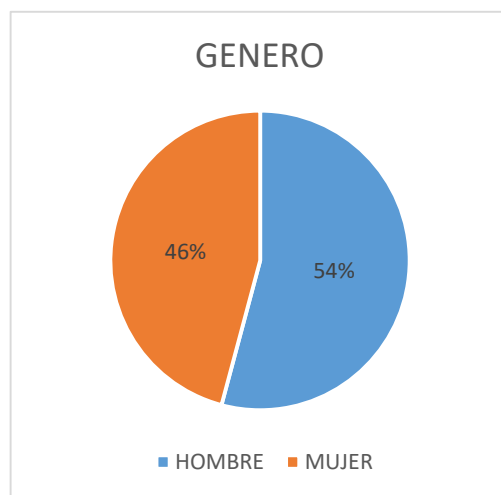
a) Sexo

**Tabla 2-4:** Tabulación de sexo del usuario

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
HOMBRE	39	54%
MUJER	33	46%
TOTAL	72	100%

Fuente: Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

Realizado por: Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 1-4. Porcentaje de sexo del usuario.**

Realizado por: Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 54% (39) de los encuestados son de sexo masculino, y el 46% (33) de los encuestados son de sexo femenino, es decir, que en su mayoría de los usuarios de encomiendas dewan son de sexo masculino. En el caso del presente proyecto, el sexo no es un factor fundamental para la creación de la página web, pero siempre es trascendental de reconocer.

b) Edad

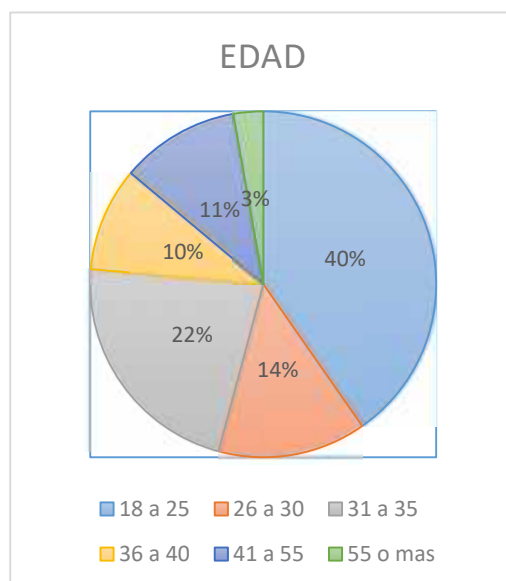
**Tabla 3-4:** Tabulación de edad del usuario

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTA	PORCENTAJE
18 a 25	29	40%
26 a 30	10	14%
31 a 35	16	22%

36 a 40	7	10%
41 a 55	8	11%
55 a mas	2	3%
TOTAL	72	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 2-4.** Porcentaje de rango de edad.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* Los rangos de edad, muestra el resultado que entre los 18 a 25 años de edad son el 40% (29) de los encuestados, dejando en segundo lugar, con 22% (16) de los encuestados tiene la edad entre los 31 a 35 años, quedando en tercer lugar con el 14% (10) de los encuestados tienen la edad entre 26 a 30 años, en cuarto lugar, quedan entre 41 a 55 años de edad con el 11% (8) de los encuestados, en el quinto lugar quedan, los de 36 a 40 con 10% (7) de nuestros encuestados y como último en sexto lugar están entre el rango de 55 o más con un 3% (2) como era de esperarse. El porcentaje más alto se trata, de un público joven. Esto servirá para tener claro el tipo de información que se debe usar en la página web para llegar a este segmento.

c) Pregunta 1.

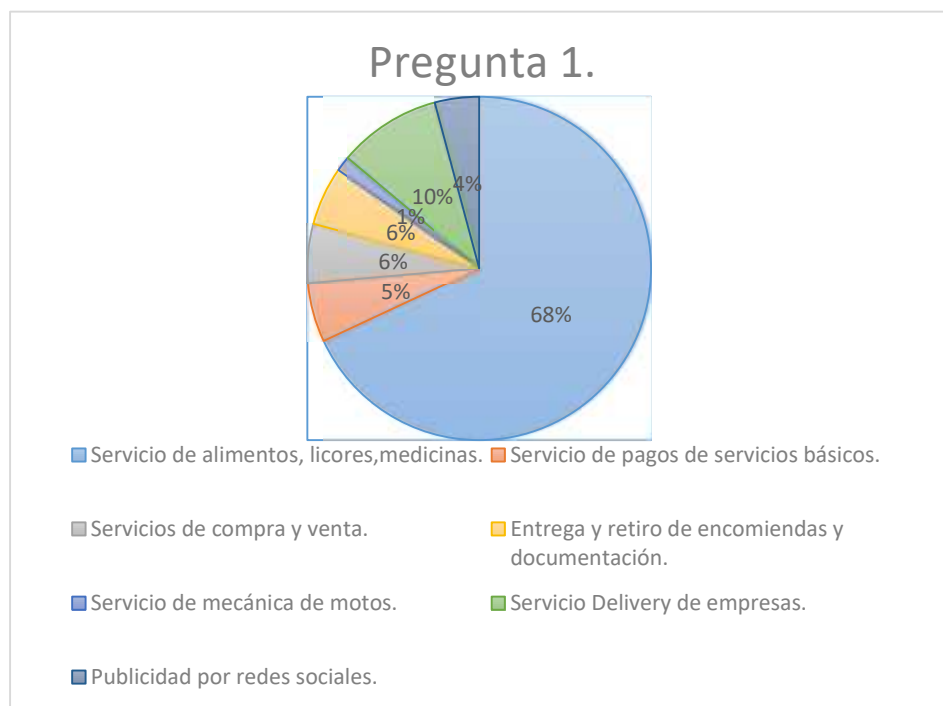
De los siguientes servicios. ¿Cuál cree usted que utiliza con más frecuencia?

**Tabla 4-4:** Tabulación del servicio con más frecuencia utilizado.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJES
Servicio de alimentos, licores, medicinas.	49	68%
Servicio de pagos de servicios básicos.	4	5%
Servicios de compra y venta.	4	6%
Entrega y retiro de encomiendas y documentación	4	6%
Servicio de mecánica de motos.	1	1%
Servicio delivery de empresas	7	10%
Publicidad por redes sociales	3	4%
TOTAL	72	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 3-4.** Porcentaje del servicio con más frecuencia utilizado.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El porcentaje alto son de alimentos, licores, medicinas con 48% (49) encuestados, en segundo lugar, está el servicio delivery de empresas con un 10% (7). el tercer lugar comparte dos

servicios, el de compra y venta con el porcentaje 6% (4), y el de entrega, retiro de encomiendas, documentación 6% (4), en cuarto lugar, el pago de servicios básicos con un 5% (4) de los encuestados, en quinto lugar, se ubica el servicio de publicidad por redes sociales con un porcentaje de 4% (3) y de último lugar está servicio de mecánica de motos con 1% (1) de los encuestados. La mayor parte de los encuestados utiliza el servicio encomiendas para solicitar alimentos, licores y medicinas nos ayuda a reconocer la importancia de colocar información y publicidad de estos servicios en la página web a más de descubrir que algunos de los servicios que brinda la empresa, no se solicitan por falta de conocimiento.

d) Pregunta 2.

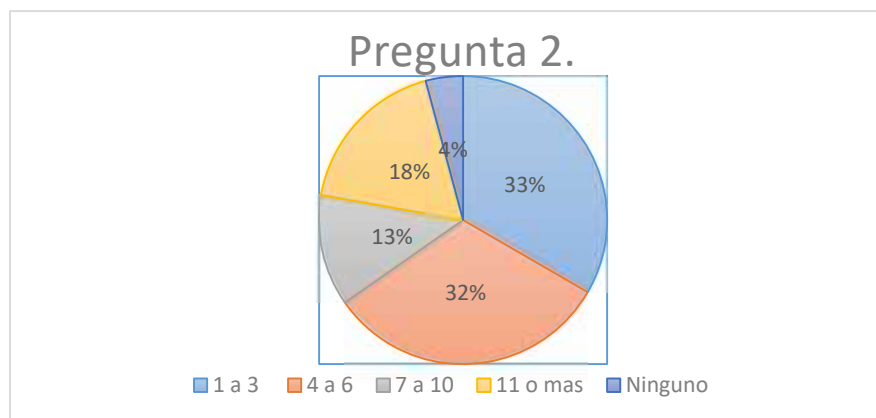
¿Señale el número de la frecuencia que utiliza un servicio delivery o encomiendas mensuales?

**Tabla 5-4:** Tabulación de frecuencia que utilizan el servicio delivery mensual.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJES
1 a 3	24	33%
4 a 6	23	32%
7 a 10	9	13%
11 o mas	13	18%
Ninguno	3	4%
TOTAL	72	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 4-4.** Porcentaje de frecuencia que utilizan el servicio delivery mensual.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El porcentaje mensual con más frecuencia esta entre 1 a 3 usuarios con 33% (24), en segundo lugar, se reconoce de 4 a 6 (32) pedidos, en tercer lugar, los valores están entre 11 o más (13), el cuarto lugar queda entre 7 a 10 (9) piden el servicio, y por ultimo hay algunos usuarios que no utilizan el servicio delivery con un porcentaje bajo de 4% (3). Permite darnos cuenta que en gran parte de los usuarios piden el servicio de 1 a 4 veces mensuales, siendo trascendental organizar los servicios con información relevante como horario y precios con la intención que el usuario se entere mediante la página web de los beneficios que obtendrá si escoge cualquiera de los servicios que brinda la empresa “Dewan”.

e) Pregunta 3.

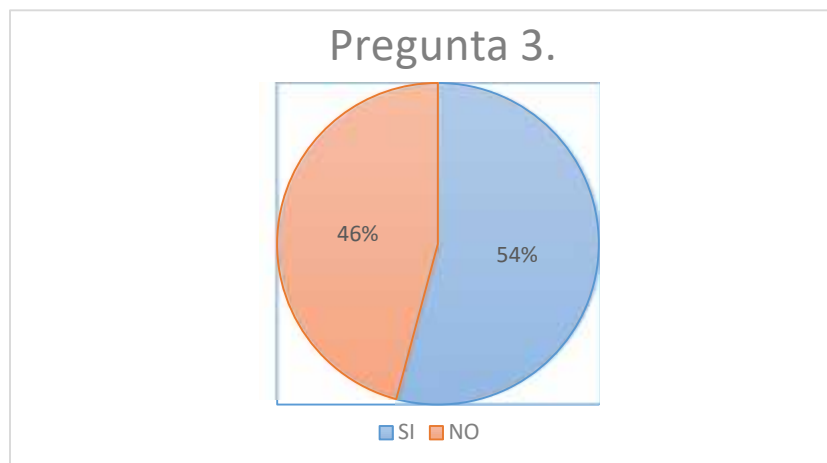
¿Conoce alguna empresa que preste el servicio de encomiendas? si su respuesta es SI, especifique el nombre de la empresa que conoce.

**Tabla 6-4:** Tabulación si conoce nombres de entidades en servicio de encomiendas y sus nombres.

OPCIONES	NÚMEERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	39	54%
No	33	46%
TOTAL	72	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 5-4.** Porcentaje si conoce nombres de entidades en servicio de encomiendas y sus nombres.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El porcentaje más alto es el SI el usuario conoce empresas de envíos de encomiendas en la ciudad, con el 54% (39) encuestados de las cuales se nombraron algunas ya reconocidas en la ciudad de Riobamba, como: Dewan (8), Ya voy (6), Moto fast (3), taxi fast (3), Rio encomiendas (1), Motos exprés (1), el porcentaje que le sigue es el NO con 46 % (33) usuarios que no conocen alguna empresa que brinda el servicio de encomiendas. El resultado es claro la mayoría del porcentaje conoce empresas de encomiendas siendo la empresa de dewan la más posicionada en la mente del usuario, pero también es claro que el porcentaje que no conocen una empresa de encomiendas es bastante alto, esto quiere decir que hay que captar ese público y posicionar la marca por medio de la página web y demás redes sociales en la mente de estos usuarios.

f) Pregunta 4.

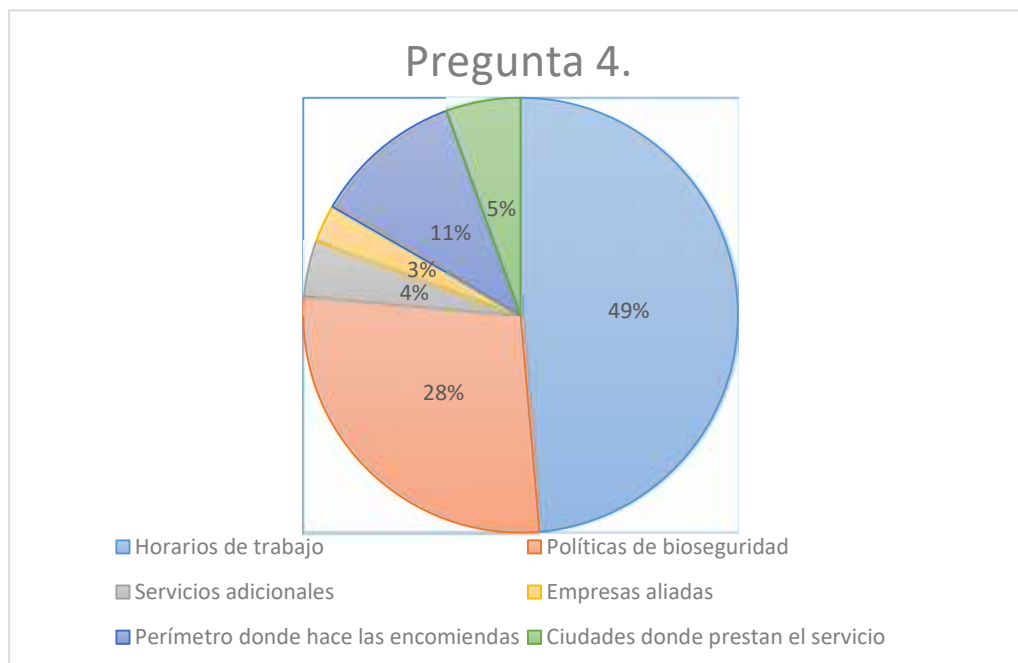
¿Si usted utiliza un servicio de encomiendas, que información considera más relevante encontrar, de la empresa?

**Tabla 7-4:** Tabulación de la información más relevante de una empresa para el usuario.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Horario de trabajo	35	49%
Políticas de bioseguridad	20	28%
Servicios adicionales	3	4%
Empresas aliadas	2	3%
Perímetro donde hace las encomiendas	8	11%
Ciudades donde prestan el servicio	4	5%
TOTAL	72	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 6-4.** Porcentaje de la información más relevante de una empresa para el usuario.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El porcentaje alto son los horarios de atención, primero con un 49% (35) de los encuestados, en segundo lugar, es importante las políticas de bioseguridad con 28% (20), le sigue la información acerca del perímetro en donde se hace las encomiendas con 11% (8) de personas, luego siguen los usuarios que quieren saber sobre las ciudades donde se presta los servicios con un porcentaje bajo de 5% (4), antepenúltimo los servicios adicionales con 4%(3), y en último lugar, saber cuáles son las empresas aliadas con 3% (2) el porcentaje más bajo. La información sobre el horario en el cual la empresa labora es fundamental para el usuario conjuntamente con las medidas y políticas de bioseguridad que se tome con respecto al virus covid -19, siendo el aseo parte esencial de tomar en cuenta en todos los servicios que se presten.

g) Pregunta 5.

¿Qué plataformas utiliza para buscar información de servicios de encomiendas por internet?

**Tabla 8-4:** Tabulación de plataformas más utilizadas en internet para buscar servicios de encomiendas.

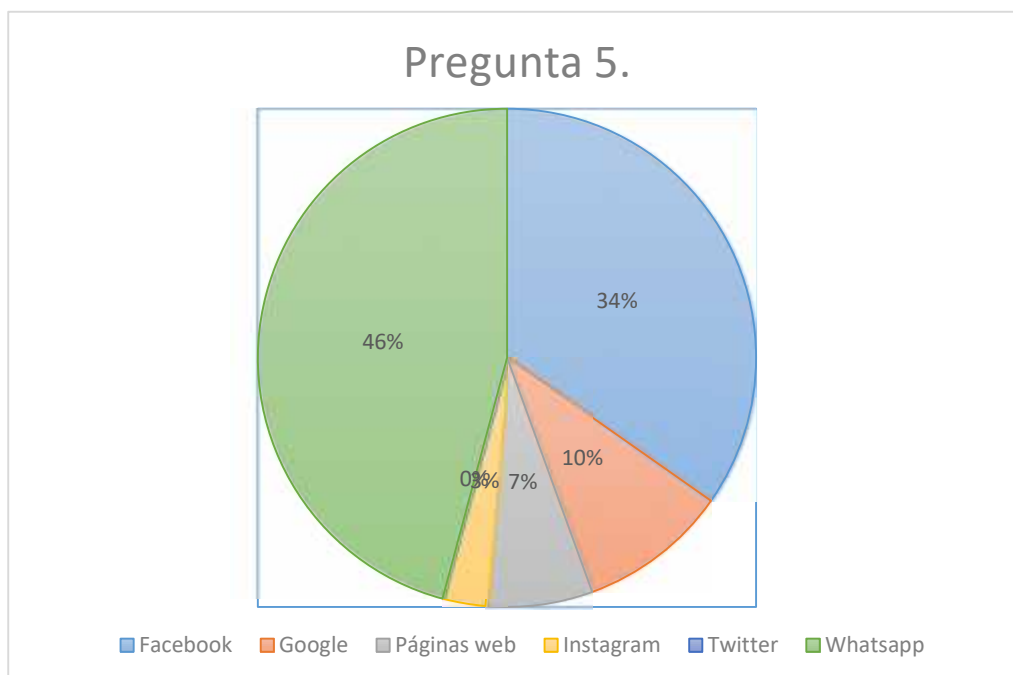
OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Facebook	25	34%



Google	7	10%
Página Web	5	7%
Instagram	2	3%
Twitter	0	0%
WhatsApp	33	46%
TOTAL	72	100%

Fuente: Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

Realizado por: Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 7-4.** Porcentaje de plataformas más utilizadas en internet para buscar servicios de encomiendas.

Realizado por: Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El porcentaje alto es WhatsApp con un 46% (33) personas, en segundo lugar, Facebook con 34% (25) encuestados a favor, le sigue la plataforma de Google con 10% (7) usuarios, en cuarto lugar, queda las páginas web con 7% (5), antepenúltimo Instagram con 3% (2) encuestados, el ultimo y sexto lugar con 0% de usuarios es Twitter. La encuesta nos enseña que WhatsApp se volvió una herramienta de negocio en venta y servicios, el cual está claro implementar en la página web un enlace directo hacia las plataformas de wasap Facebook e Instagram, cumpliendo con el primer objetivo del proyecto proyectando la información y servicios por medio de redes sociales, que el usuario constantemente utilice.

h) Pregunta 6.

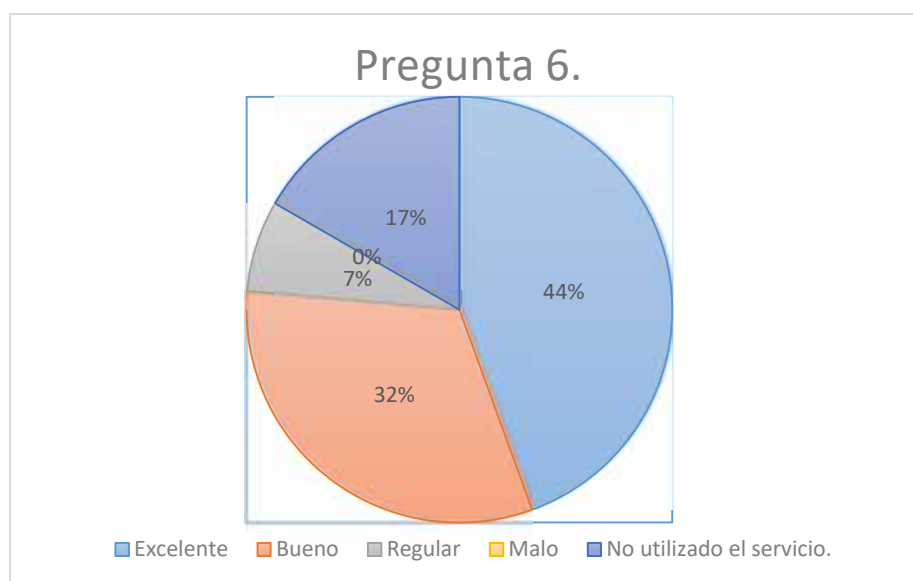
¿Si usted ha utilizado el servicio de encomiendas “DEWAN”? mencione como fue el servicio.

**Tabla 9-4:** Tabulación de la experiencia al utilizar el servicio de la empresa dewan encomiendas.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Excelente	32	44%
Bueno	23	32%
Regular	5	7%
Malo	0	0%
No utilizo el servicio	12	17%
TOTAL	72	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 8-4.** Porcentaje de la experiencia al utilizar el servicio de la empresa “Dewan encomiendas”.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El porcentaje más alto en la experiencia de usuario contratar el servicio es excelente con 44% (32) usuarios, le sigue el servicio fue bueno con 32% (23) encuestados, el porcentaje que sigue son de usuarios que no utilizaron el servicio con 17% (12) personas, y con un porcentaje bajo son clientes que dijeron que el servicio fue irregular con 7% (5) usuarios que, por alguna razón, no les

gusto la atención y como último sin ningún usuario fue el servicio malo 0%. El servicio en cualquier empresa representa como es la empresa, sus trabajadores se inculca un servicio bueno o malo depende ello, nos queda claro que el servicio de relación entre el motorizado el cliente tiene que ser más cordial y eficaz el sistema para mejorar será la página web incluyendo el espacio con una respuesta del cliente comentando como fue atendido.

i) Pregunta 7.

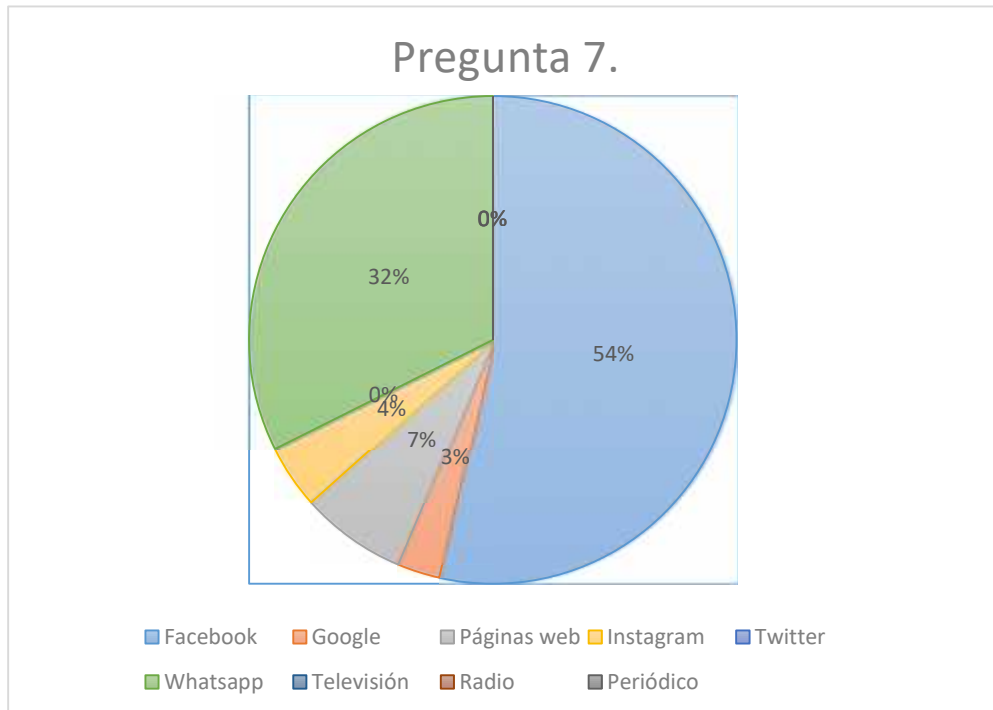
¿En qué medio de comunicación se enteró que existe servicio que brinda DEWAN?

**Tabla 10-4:** Tabulación del medio en que se enteró el usuario del servicio de encomiendas

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Facebook	38	54%
Google	2	3%
Página Web	5	7%
Instagram	3	4%
Twitter	0	0%
WhatsApp	23	32%
Televisión	0	0%
Radio	0	0%
Periódico	0	0%
TOTAL	72	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 9-4.** Porcentaje del medio en que se enteró el usuario del servicio de encomiendas

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El porcentaje más alto es para Facebook con 54% (38) encuestados, en segundo lugar, queda WhatsApp con 32% (23), le sigue las páginas web con 7% (5), luego el porcentaje baja totalmente para Instagram 4% (3) de encuestados, luego el porcentaje baja más para la plataforma de google con 3% (2) usuarios, y finalmente tenemos cuatro plataformas que su valor fue de 0% sin ningún voto de parte de los encuestados, twitter, televisión, radio, periódico. Facebook está por encima de todas las plataformas con respecto a publicidad, esto nos deja claro en qué medios se tiene que difundir la página web para un mayor alcance logrando el posicionamiento de la misma.

j) Pregunta 8.

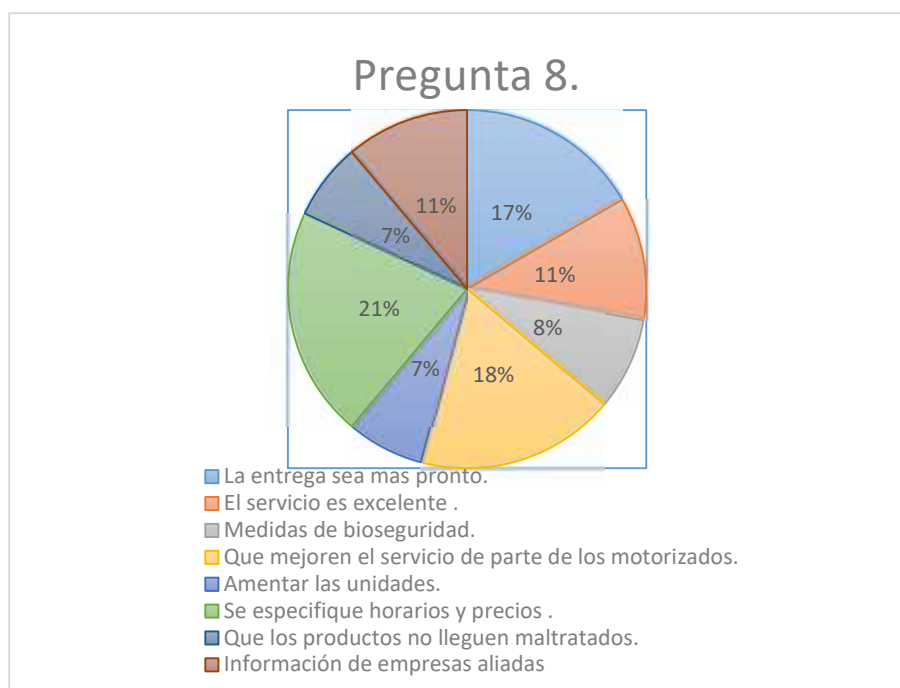
Si usted ha utilizado el servicio de encomiendas “DEWAN”. ¿Qué recomendaría a la empresa, para que mejore su servicio?

**Tabla 11-4:** Tabulación de recomendaciones para mejorar el servicio en la empresa dewan encomiendas.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
La entrega sea más pronto.	12	17%
El servicio es excelente.	8	11%
Medidas de bioseguridad.	6	8%
Que mejore el servicio de parte de los motorizados.	13	18%
Aumentar las unidades.	5	7%
Se especifique horarios y precios	15	21%
Que los productos no lleguen maltratados	5	7%
Información de empresas aliadas	8	11%
TOTAL	72	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 10-4.** Porcentaje de recomendaciones para mejorar el servicio en la empresa dewan encomiendas.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* En gran parte el porcentaje más alto es el que se especifique los horarios y el precio del servicio con 21% (15), le sigue como segundo lugar que mejore el servicio de parte de los motorizados

con 18% (13) de encuestados, en tercer lugar, el usuario concreto que mejore el tiempo de entrega con 17% (12), luego baja el porcentaje para el cuarto lugar a dos opciones las cuales se dice que el servicio es excelente con 11% (8) pero a su vez el usuario pide que mejore el servicio con 11% (8) siendo un porcentaje similar de usuarios complacidos y a lo contrario, Lugo bajo considerablemente el porcentaje para el quinto lugar de la misma manera con similares porcentaje el usuario recomienda aumentar las unidades con 7% (5) y a su vez con el mismo porcentaje recomiendan, que los productos lleguen en buen estado con 7% (5) de encuestados. La página web es clave para incorporar la información requerida por la mayoría de usuarios y tenerlos informados acerca del horario en la que laboran y los precios que se ha determinado de acuerdo a la distancia de la encomienda.

k) Pregunta 9.

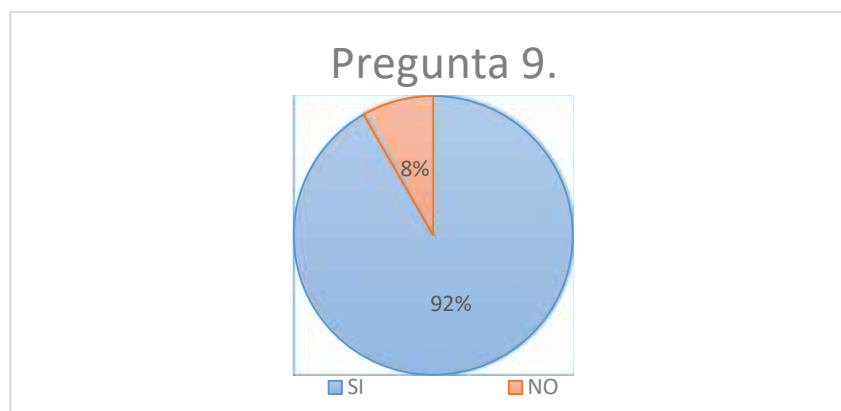
¿Cree usted que, si se implementaría una página web de una empresa de encomiendas con información relevante de la misma, aportaría de forma positiva al usuario?

**Tabla 12-4:** Tabulación del aporte significativo de una página web en los usuarios de dewan encomiendas.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	66	92%
No	6	8%
TOTAL	72	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 11-4.** Porcentaje del aporte significativo de una página web en los usuarios de “dewan encomiendas”.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 92% (66) de usuarios respondieron que la página web es un aporte esencial para la empresa y un 8% (6) usuarios, que no es un aporte significativo según sus razones. Que aprobado que la mayoría de usuarios desea una página web de la empresa de encomiendas “DEWAN”

#### **4.4 Conclusión de la encuesta**

Una vez que se avaluó algunos de los usuarios de la empresa “Dewan encomiendas” logramos recabar la información necesaria para encontrar los puntos débiles de la misma, con la intención de encontrar el problema el cual sería la base para mejorar el crecimiento de la empresa, se puede notar claramente que la mayoría de los usuarios se siente insatisfecha con el déficit de información que hay de la empresa, de igual manera son similares las respuestas en cuanto a la creación de la página web, acotando que les gustaría que se cree el sitio web con fines de información y de interacción con el cliente, dando una base clara y estructural para poder solucionar el problema encontrado.

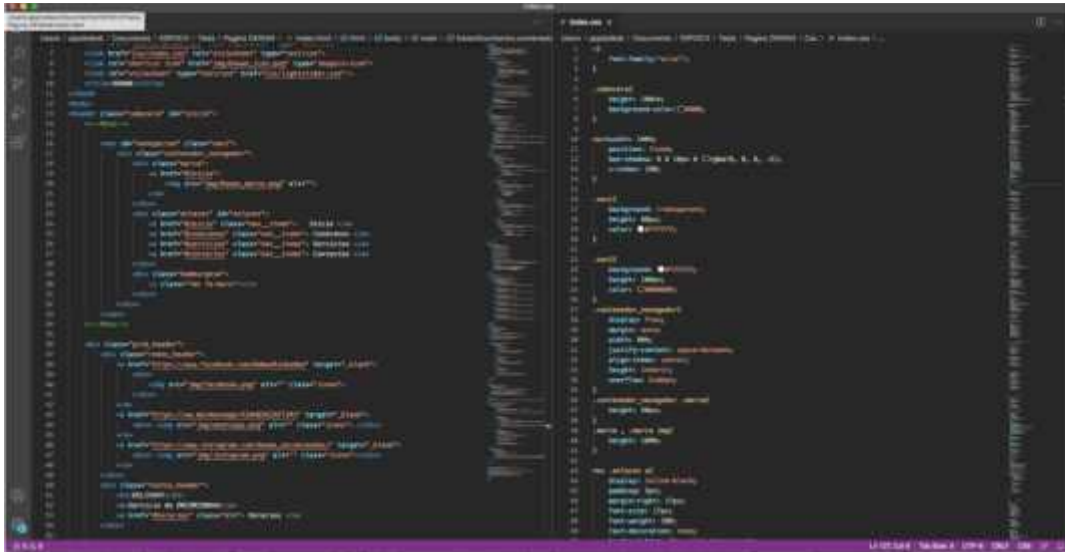
#### **4.5 Metodología DCU**

##### ***4.5.1 Fases de diseño***

Se analiza el sistema de manera interna y externa con el objetivo de mostrar paso a paso las diferentes estructuras del sitio web.

##### ***4.5.1.1 Diseño Conceptual***

Se elaboró con código HTML (figura 5) en el software, Drean Weaver, para indicar de una manera breve y rápida del funcionamiento del sistema.

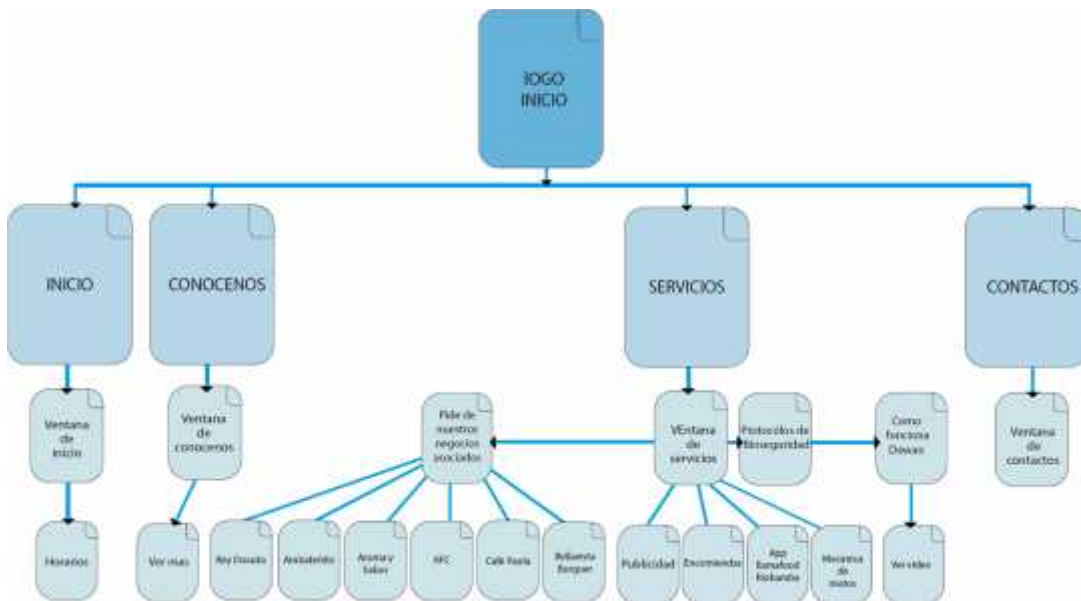


**Figura 1-4:** Captura de Pantalla, de código HTML, en software Visual Estudio Code.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

#### 4.5.1.2 Diseño Navegacional

E La figura se realizó para mostrar la estructura de la fase de navegación del sitio web, un tipo de página web corporativa de con un estilo jerárquico ya que se nota en la figura los distintos niveles que existen en cada botón permitiendo partir de un botón principal que es el logo como inicio.



**Figura 2-4:** Diseño de la estructura de navegación del sitio web

Fuente: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

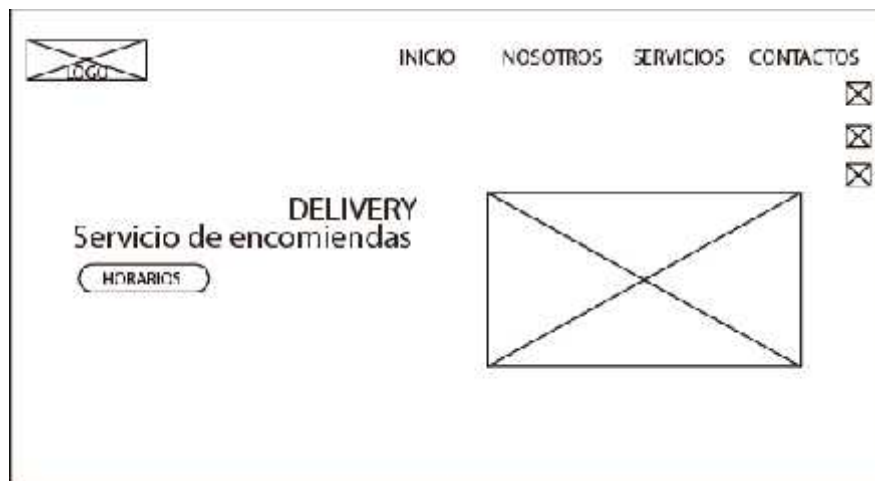


### 4.5.3 Fase de prototipos

El prototipo es esencial para demostrar al usuario que el sistema es funcional y diseñado con los requisitos correctos, y mostrar el uso y a su vez satisfacer sus necesidades, fortaleciendo la confianza y garantía a los usuarios, en esta fase se realizan dos tipos de prototipos estos son: El de baja fidelidad y el de alta fidelidad.

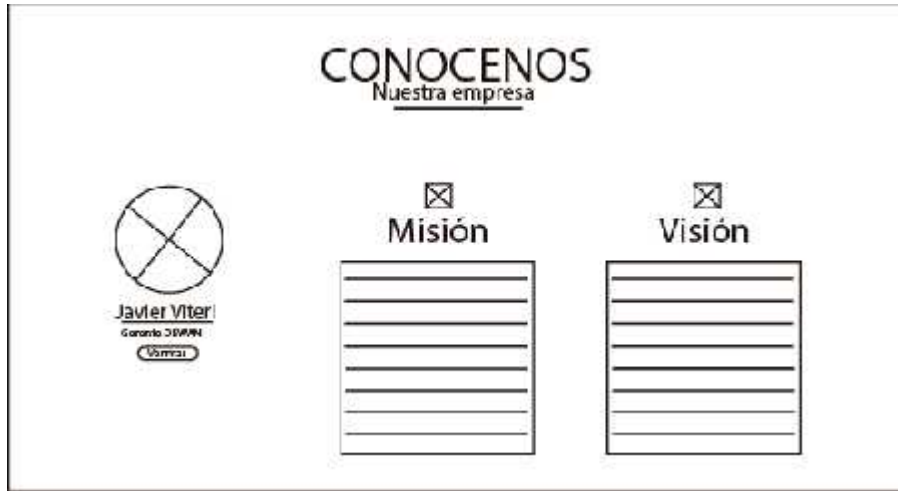
#### 4.5.3.1 Prototipo de baja fidelidad

En el prototipo de baja fidelidad se representan aspectos generales no detallados con un bosquejo de una forma abstracta de la interfaz de la página web, se parte desde la página principal que contiene el header o cabecera de la página, siendo una parte importante de la misma, la página está compuesta por 4 botones Principales, INICIO una de los botones que redirige a la página principal desde cualquier lugar del sistema, SERVICIOS dirige al usuario a los diferentes servicios que ofrece la empresa “Dewan encomiendas”, Botón NOSOTROS dirige al usuario a conocer información sobre la empresa y el botón CONTACTOS dirige al usuario a contactarse con la empresa. Se muestra todas las pantallas de la propuesta de interfaz y sistema de gestión de información.



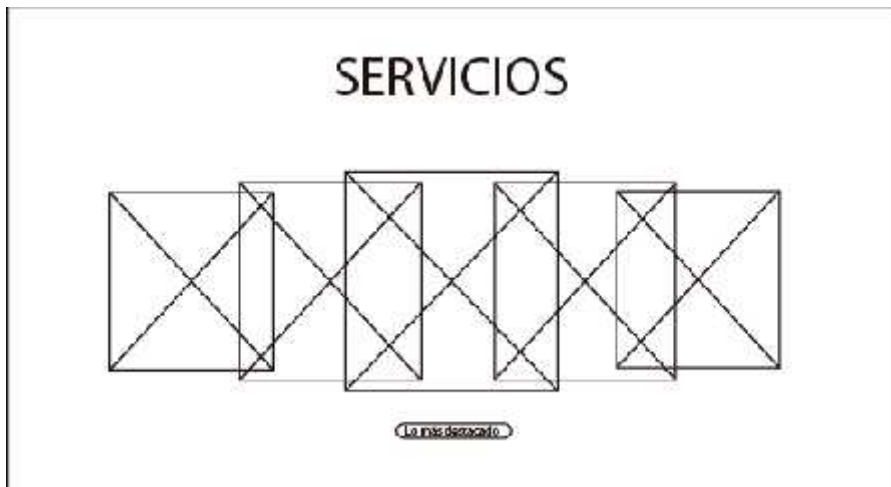
**Figura 3-4:** Pantalla, principal de la página web.

**Realizado por:** Silva, C.; Cajamarca, E. 2021



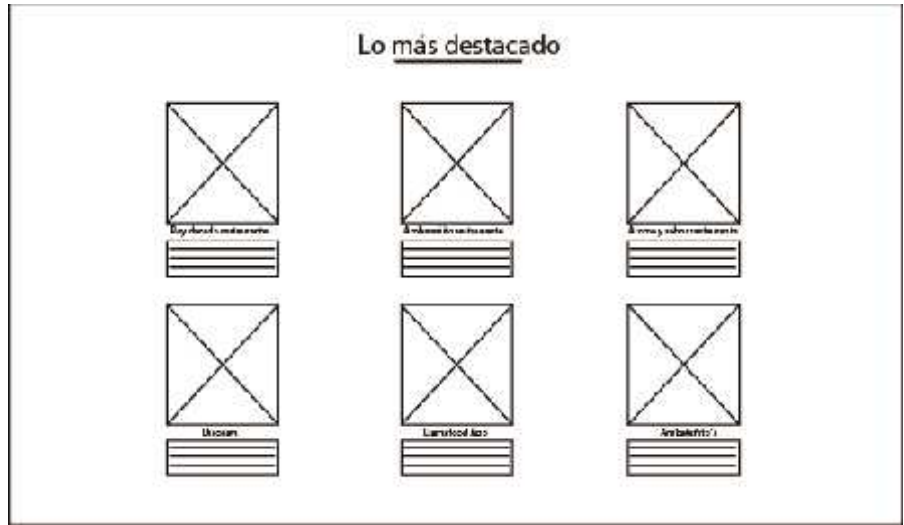
**Figura 4-4:** Pantalla, botón nosotros de la página web.

**Realizado por:** Silva, C.; Cajamarca, E. 2021



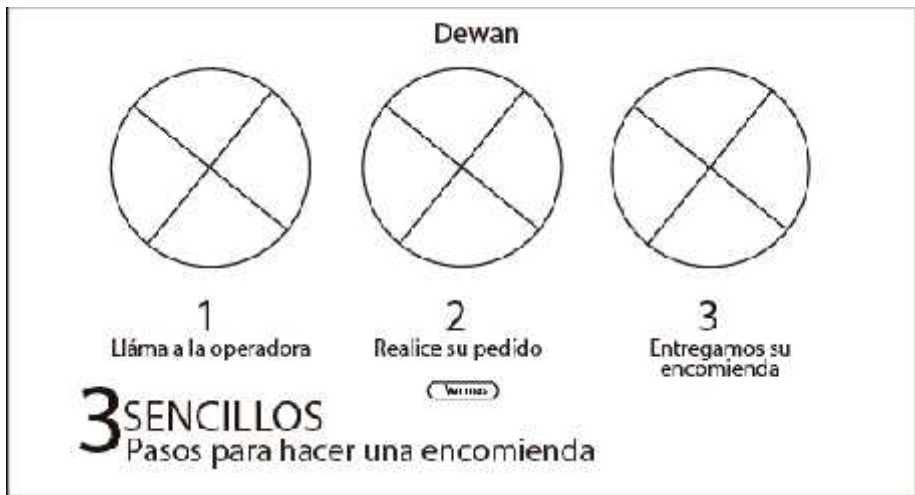
**Figura 5-4:** Pantalla, botón servicios de la página web.

**Realizado por:** Silva, C.; Cajamarca, E. 2021



**Figura 6-4:** Pantalla, lo más destacado de la página web.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021



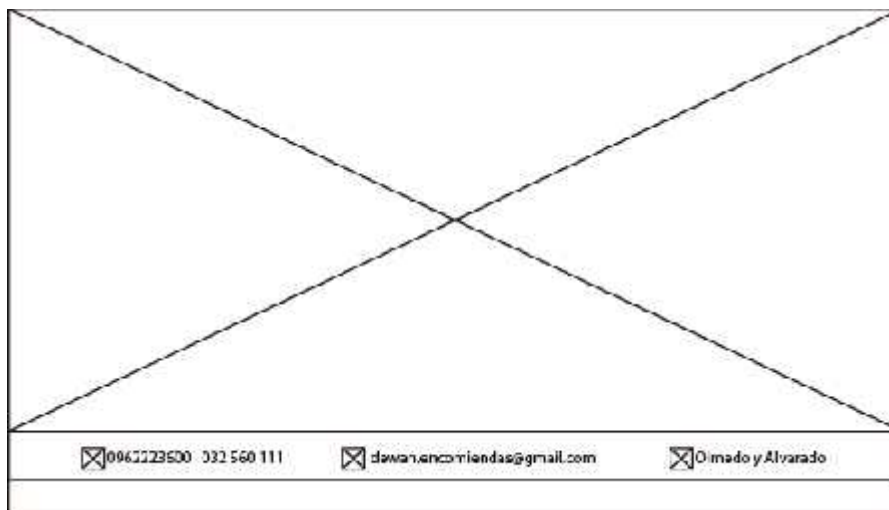
**Figura 7-4:** Pantalla, pasos para hacer una encomienda de la página web.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021



**Figura 8-4:** Pantalla, Horario de trabajo de la empresa en la página web.

**Realizado por:** Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

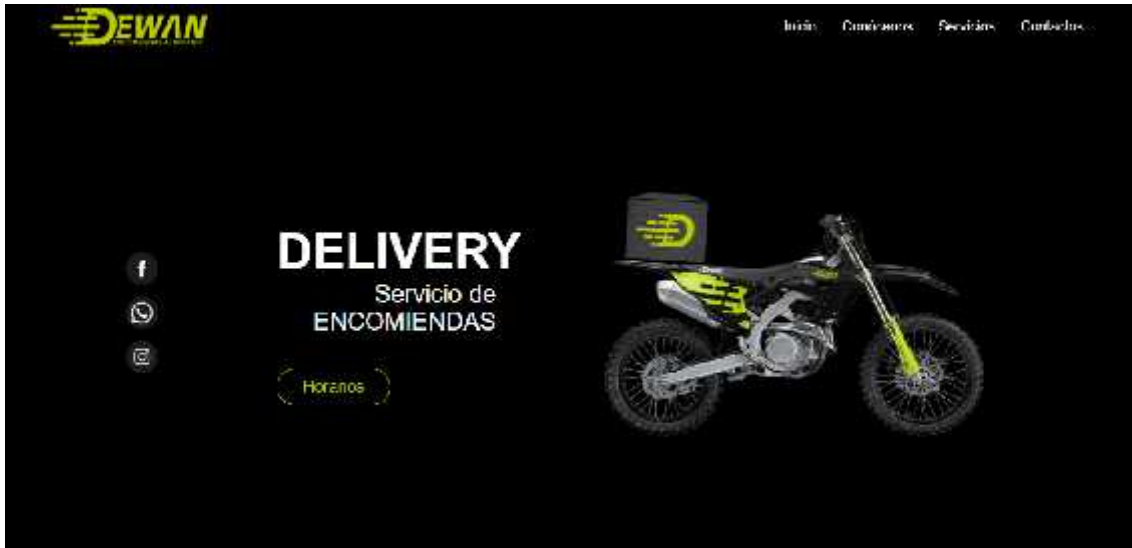


**Figura 9-4:** Pantalla, botón contactos de la empresa en la página web.

**Realizado por:** Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

#### 4.5.3.2 Prototipo de alta fidelidad

Con el prototipo de alta fidelidad se representan aspectos más precisos y detallados con la intención de que los creadores implementen la interfaz lo más similar posible. Es preciso especificar que en este tipo de prototipo solo es una imagen de visualización y no de interacción, o rectificación de datos.



**Figura 10-4:** Pantalla, principal de la página web.

**Realizado por:** Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

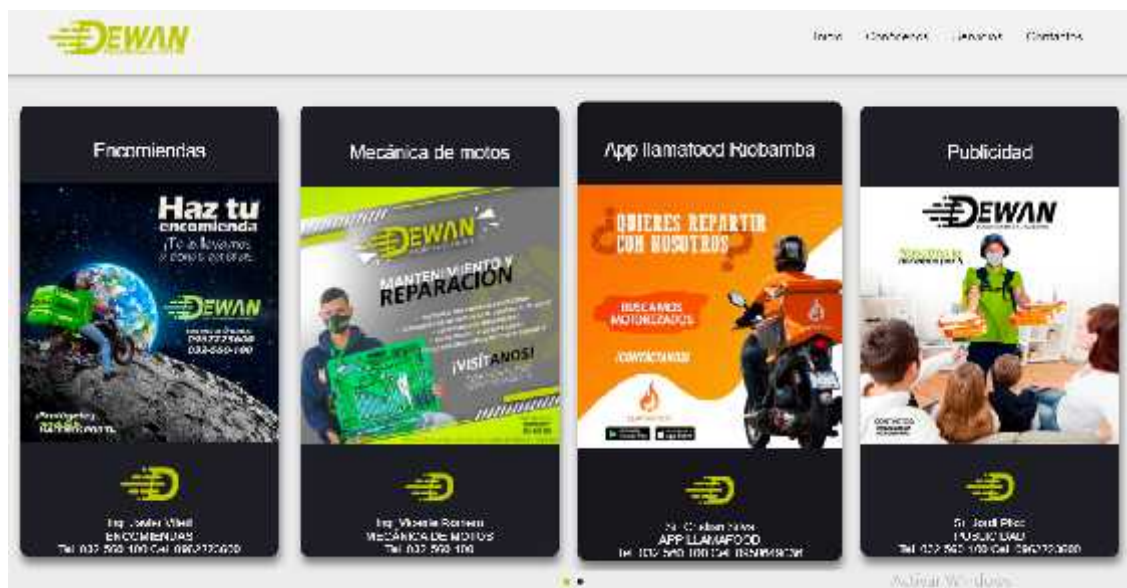
Con cuatro botones principales de cabecera y el logotipo comienza con el: INICIO botón principal que redirige a la página principal desde cualquier lugar del sistema, segundo botón SERVICIOS dirige al usuario a los diferentes servicios que ofrece la empresa “Dewan encomiendas”, Botón NOSOTROS dirige al usuario a conocer información sobre la empresa y el botón CONTACTOS dirige al usuario a contactarse con la empresa y en el centro de la pantalla el botón de los horarios en los que labora la empresa, y por ultimo e importante en la parte lateral derecha los iconos con redirección a las redes sociales de la empresa.



**Figura 11-4:** Pantalla, nosotros de la página web.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

Conócenos representa toda la información de la empresa en la parte lateral izquierda una biografía del dueño y gerente de la empresa “Dewan encomiendas” y como complemento la misión y visión de la empresa.



**Figura 12-4:** Pantalla, botón servicios de la página web.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

Servicios representa toda la información de la empresa de sus 4 servicios a disponibilidad con cuatro compartimentos visibles, todos detallando los encargados de cada servicio para que se puedan contactar a pedir el servicio.



Figura 13-4: Pantalla, slider de bioseguridad.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

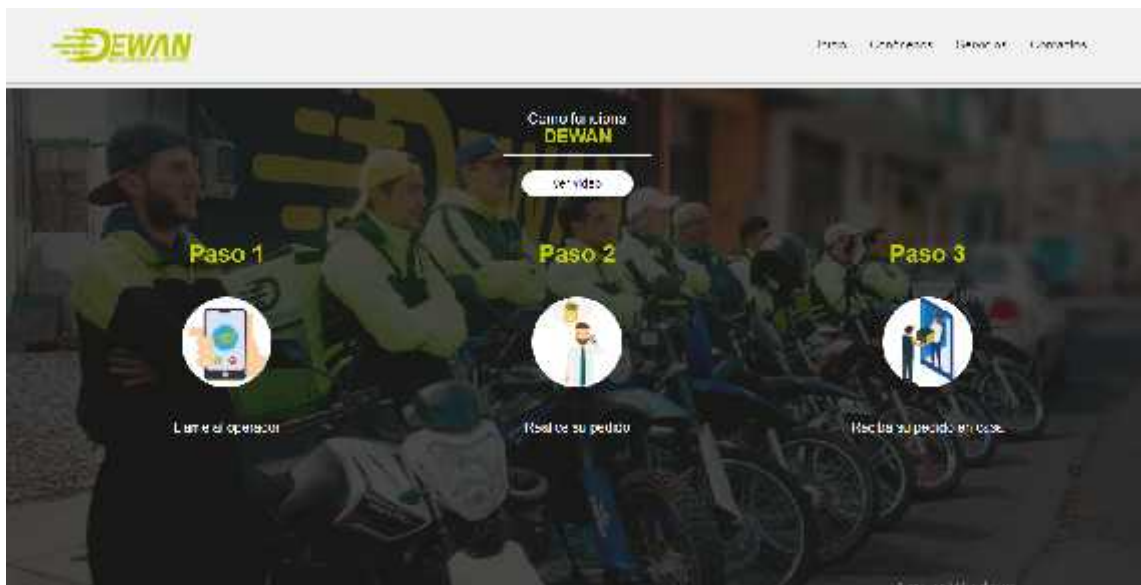
Servicios con un recorrido de imágenes en carrusel, en el mismo lugar se encuentra los protocolos de bioseguridad con los que trabaja la empresa al momento de brindar el servicio.



Figura 14-4: Pantalla, auspiciantes de la empresa Dewan.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

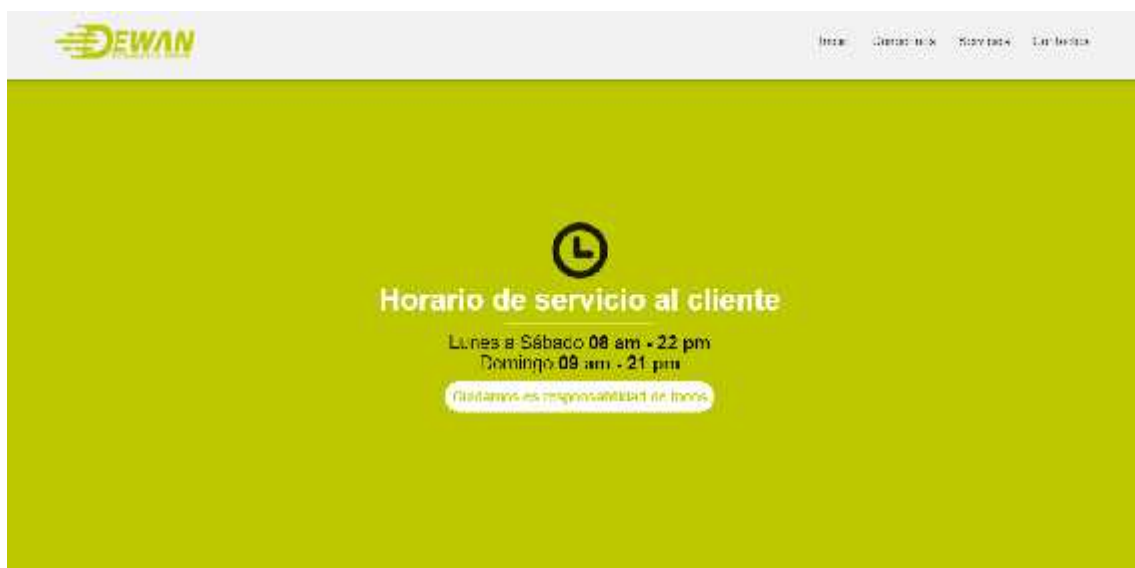
En servicios hay la sección de locales afiliados en una diagramación de cuadrícula de 6, el cual se puede ingresar a pedir con un enlace directo a WhatsApp busines.



**Figura 15-4:** Pantalla, como funciona Dewan encomiendas.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

En servicios, encuentra el funcionamiento de cómo puede el usuario pedir una encomienda en 3 pasos sencillos, y si no le queda claro hay un botón en la parte superior con un video el cual se lo detalla.



**Figura 16-4:** Pantalla, horarios de atención.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021



Servicios se podría decir que es una ventana en donde va adjunta, el horario para informar al usuario las horas en los se labora, de manera central sin ningún otro elemento, para que no exista confusión.

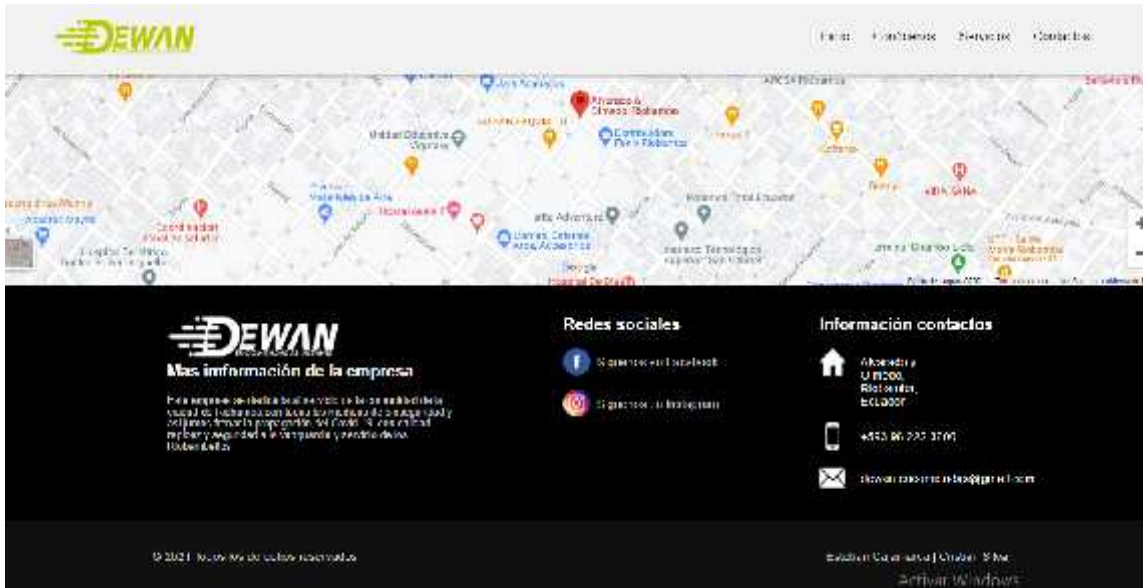


Figura 17-4: Pantalla, pie de página web.

Realizado por: Silva, C.; Cajamarca, E. 2021

Contactos esta diagramado en tres columnas, la primera al costado izquierdo esta información de la empresa, en la columna central están las redes sociales y en el costado derecho información de contactos a donde puede contactarse el cliente y en la parte superior la dirección en google maps para que el usuario se ubique mejor.

#### 4.5.4 Resultado de la fase de Evaluación

Según Jakob Nielsen en el año (2000) se demostró que hacer un test con 5 usuarios permite conocer el 90% de los problemas de usabilidad en un proyecto.

Los mejores resultados provienen de probar no más de 5 usuarios y ejecutar tantas pruebas pequeñas como pueda. (Nielsen y Landawuer, 2000)

En una investigación anterior, Tom Landauer y yo mostramos que la cantidad de problemas de usabilidad encontrados en una prueba de usabilidad con n usuarios es:  $N(1 - (1 - L)^n)$ . (Nielsen y Landawuer, 2000)

Objetivo: Determinar la factibilidad que tiene el usuario al momento de ingresar al sitio web, así encontraremos pequeños errores que luego se rectificara o a su vez que la pagina está bien resuelta y es fácil para el usuario navegar libremente sin ninguna duda, provocando que se sienta cómodo dentro del sitio web.

a) Pregunta 1.

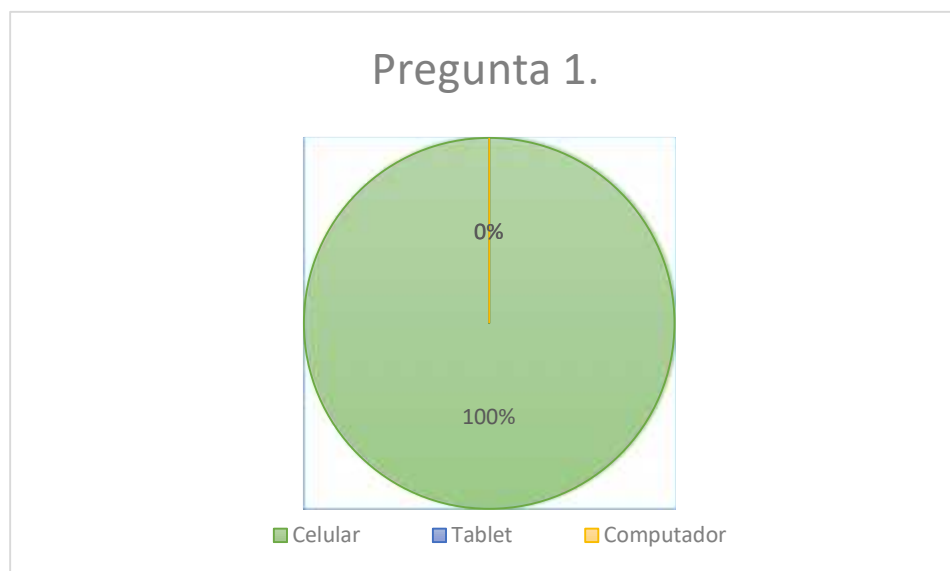
¿Desde qué dispositivo visita la página Web de “Dewan encomiendas”?

**Tabla 13-4:** Tabulación, desde que dispositivo móvil visita la página web de “Dewan encomiendas”.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Celular	5	100%
Tablet	0	0%
Computador	0	0%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 12-4.** Porcentaje desde que dispositivo móvil visita la página web de “Dewan encomiendas”.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 100% (5) usuarios respondieron que ingresaron a la página web desde un celular. Que demuestra que la mayoría de usuarios ingresa a la página web desde un teléfono móvil.

b) Pregunta 2.

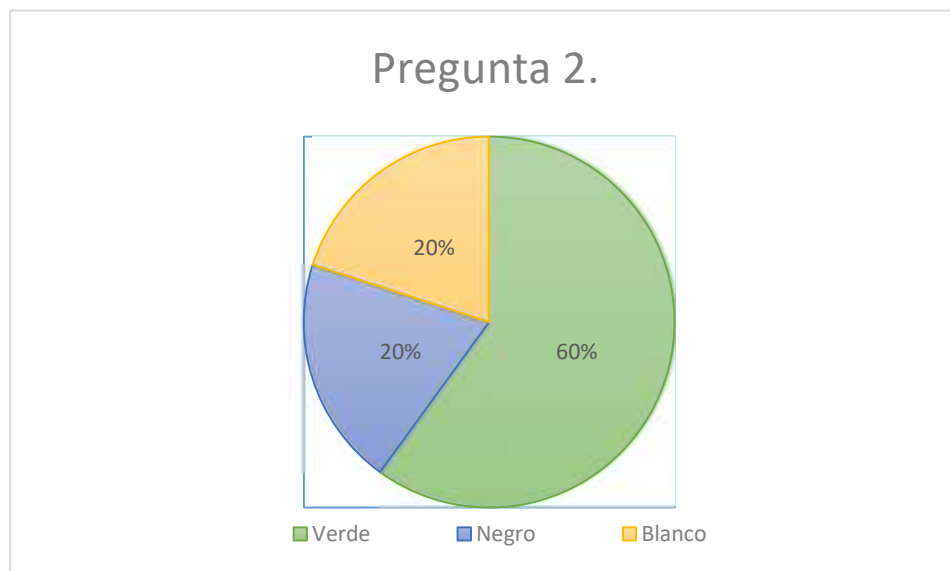
Por favor, indique los colores predominantes en el sitio web

**Tabla 14-4:** Tabulación, de los colores predominantes la página web de “Dewan encomiendas”.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Verde	3	60%
Negro	1	20%
Blanco	1	20%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 13-4.** Porcentaje de los colores predominantes en la página web de “Dewan encomiendas”.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 60% (3) con el porcentaje alto el color verde es el más predominante, queda en con un 20% el colore negro y de igual manera, con el 20% el color blanco, el cual queda demostrado que la mayoría de usuarios coinciden que el color verde, tomado del logo de la empresa es el que predomina en la página.

c) Pregunta 3.

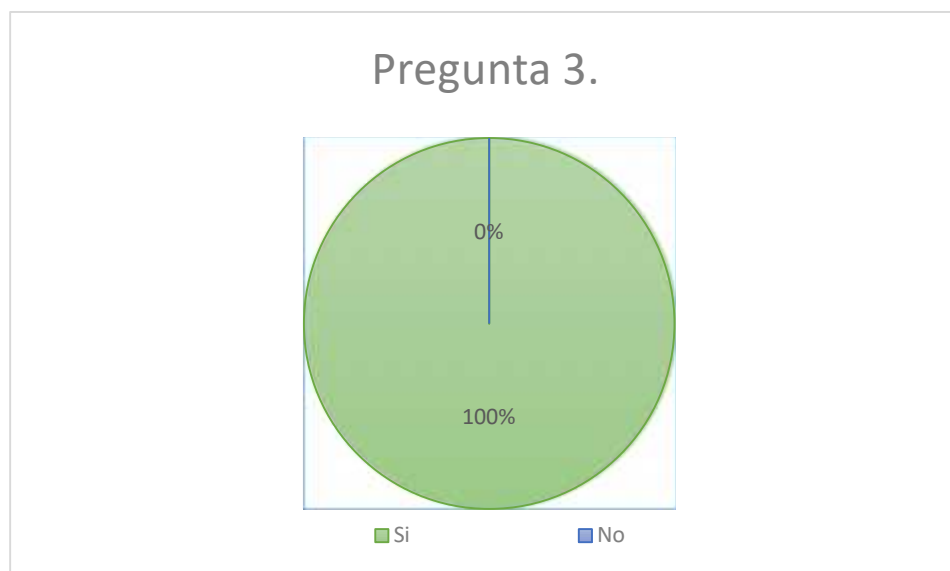
¿La información que se muestra en la pantalla, es suficiente para saber a qué se trata el sitio web?

**Tabla 15-4:** Tabulación, de la información que se encuentra en la página web es suficiente para saber qué servicio ofrece.

OPCIONES	NÚMERO DE REESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	5	100%
No	0	0%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 14-4.** Porcentaje, de la información que se encuentra en la página web es suficiente para saber qué servicio ofrece.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 100% (5) usuarios respondieron que la información que está en la página, si es suficiente para darse cuenta de que se trata. Se demuestra que la mayoría de usuarios ingresa a la página web y enseguida se da cuenta que servicios ofrece la página web.

d) Pregunta 4.

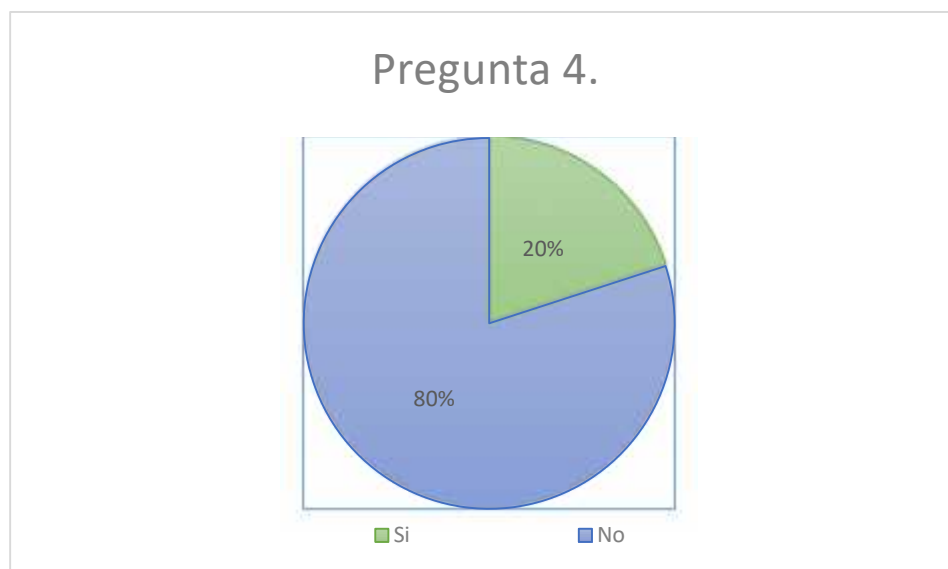
¿De la información que se muestra en el sitio web, algún texto o información cree que es irrelevante o está fuera de lugar?

**Tabla 16-4:** Tabulación, de la información que se encuentra el en el sitio web, es irrelevante o fuera del lugar.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	1	20%
No	4	80%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 15-4.** Porcentaje, de la información que se encuentra el en el sitio web, es irrelevante o fuera del lugar.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 80% (4) Es el porcentaje alto, la información que se encuentra en la página es importante y relevante en referencia al servicio y contexto que se quiere demostrar en la página web, por otro lado, hay un 20% (1) usuario, indica que hay algo que no está dentro de lo relevante y fuera de lugar

de acuerdo al servicio que se desea mostrar en el sitio web. Se demuestra que la mayoría de usuarios logra ver importante y relevante la información que se expone en el sitio web.

e) Pregunta 5.

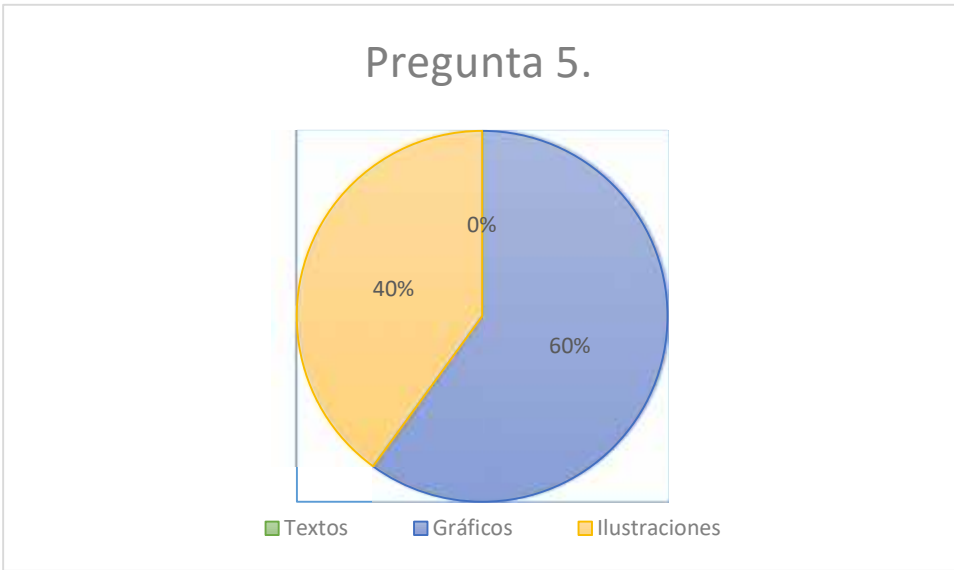
¿Qué elemento visual le ayudo a reforzar el entendimiento más claramente a que institución o empresa pertenece este sitio web?

**Tabla 17-4:** Tabulación, de que elementos visuales logran hacer entender claramente al usuario de que se trata el sitio web.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Textos	0	0%
Gráficos	3	60%
Ilustraciones	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente: Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

Realizado por: Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 16-4.** Porcentaje, de que elementos visuales logran hacer entender claramente al usuario de que se trata el sitio web.

Realizado por: Cristian S, Esteban C. 2021

Análisis: El 60% (3) usuarios respondieron que los elementos que les hizo entender claramente de que se trataba la página web son los gráficos, un con un 40% (2) usuarios, indican que lograron

entender por medio de las ilustraciones que se expone en el sitio web. Y queda demostrado que los gráficos son los que ayudan a los usuarios entender claramente el contenido de la página web.

f) Pregunta 6.

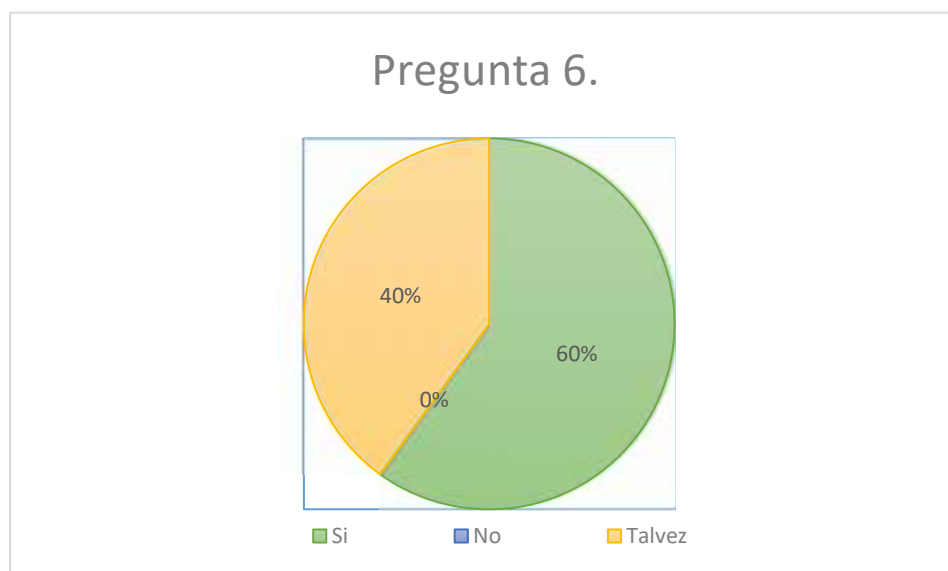
¿Le parece adecuada la selección de ítems que se muestra en el menú principal?

**Tabla 18-4:** Tabulación, si la selección de ítems que se muestra en el menú principal es adecuada.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	3	60%
No	0	0%
Talvez	2	40%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 17-4.** Porcentaje, si la selección de ítems que se muestra en el menú principal es adecuada.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 60% (3) usuarios respondieron que la selección de ítems es adecuada en el sitio web, por otro lado, con un 40% (2) usuarios, indican que talvez si es adecuando dejando en duda si talvez otro ítem sería necesario con el tiempo. Queda claro que en su mayoría de usuarios dijeron que los ítems son adecuados, en la propuesta que se les mostro.

g) Pregunta 7.

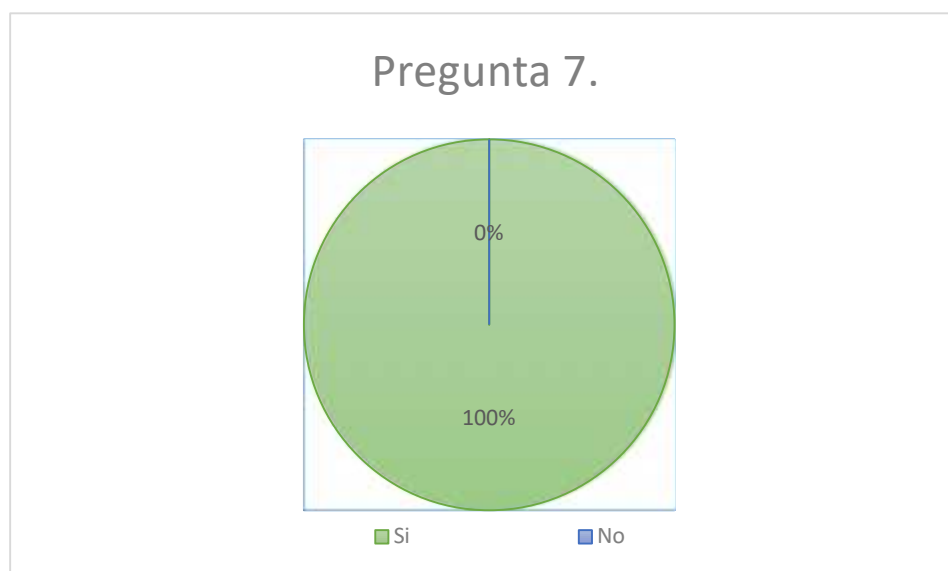
¿Los textos que se muestran en la web son claros, concisos?

**Tabla 19-4:** Tabulación, de los textos que se muestran en la web son claros, concisos.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	5	100%
No	0	0
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 18-4.** Porcentaje, de los textos que se muestran en la web son claros, concisos.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 100% (5) usuarios respondieron que los textos que se muestran son claros y son entendibles. Se demuestra que la mayoría de usuarios logra entender y ver claramente los textos expuestos en la página web.

h) Pregunta 8.

¿Qué tipo de información le fue fácil encontrar en la página web de “Dewan encomiendas”?

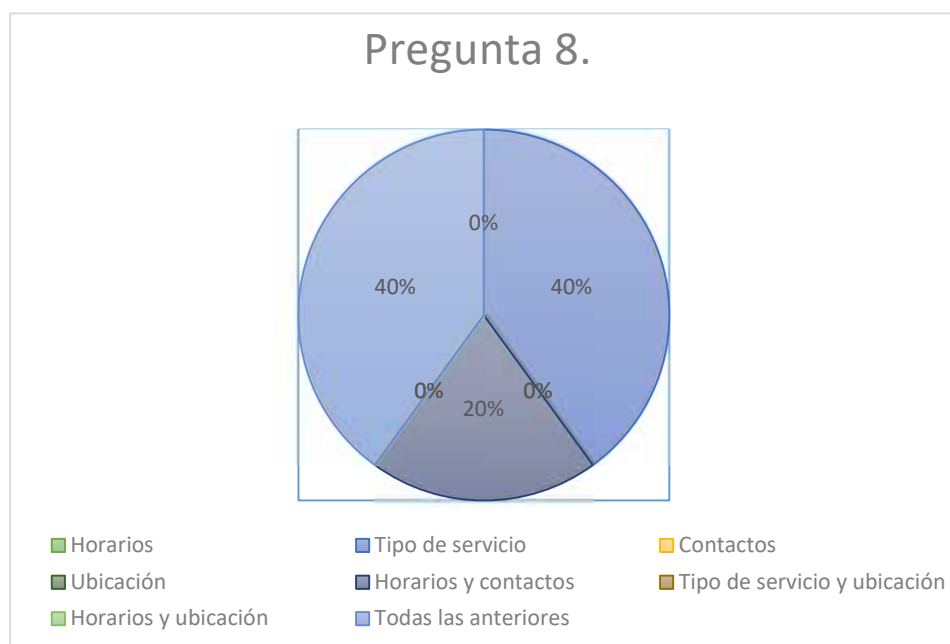


**Tabla 20-4:** Tabulación, del tipo de información le fue fácil encontrar en la página web de “Dewan encomiendas”

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Horarios	0	0%
Tipo de servicio	2	40%
Contactos	0	0%
Ubicación	0	0%
Horarios y contactos	1	20%
Tipo de servicio y ubicación	0	0%
Horarios y ubicación	0	0%
Todas las anteriores	2	40%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 19-4.** Porcentaje, del tipo de información le fue fácil encontrar en la página web de “Dewan encomiendas”.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 40% (2) usuarios respondieron que les fue fácil encontrar el tipo de servicios que se oferta en la página web, así mismo con un porcentaje similar del 40% (2) usuarios señalan que pudieron encontrar todos los ítems de manera fácil, y un 20% (1) usuario señaló que pudo encontrar de manera

fácil los horarios y contactos. Queda claro que en su mayoría de usuarios pueden encontrar de manera fácil todos los ítems que se muestra en la página web.

i) Pregunta 9.

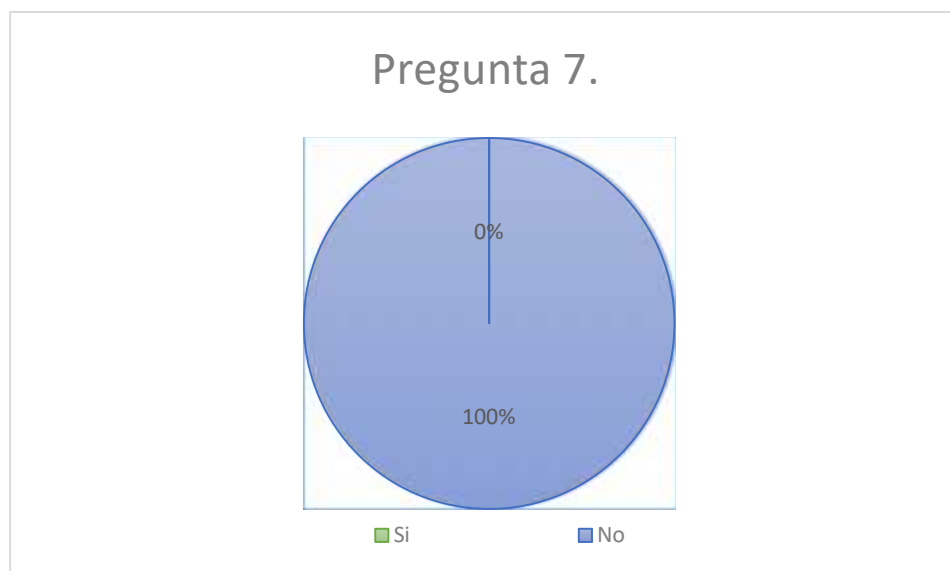
¿El sitio web le resulto complejo al momento de manejar y buscar información?

**Tabla 21-4:** Tabulación, si el sitio web le resulto complejo al momento de manejar y buscar información.

OPCIONES	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	5	100%
TOTAL	5	100%

**Fuente:** Usuarios de la empresa encomiendas dewan, 2021

**Realizado por:** Silva Sánchez, Cristian; Cajamarca Tenesaca, Esteban. 2021



**Gráfico 20-4.** Porcentaje, si el sitio web le resulto complejo al momento de manejar y buscar información.

**Realizado por:** Cristian S, Esteban C. 2021

*Análisis:* El 100% (5) usuarios respondieron que el sitio web no fue complejo, Se demuestra que todos los encuestados mencionan que no fue complejo, esto quiere decir que es fácil de manejar y realizar cualquier actividad dentro del sitio web.

#### *4.5.4.1 Conclusión de test de usuario*

Un ves que se evaluó al usuario en referencia de la usabilidad de la página web, se llegó a percibir que le era fácil la interpretación de la información que se le brinda a través de ilustraciones, gráficos, imágenes, y texto la mayor parte esta de acurdo con lo planteado en cuanto a la interfaz, colores y símbolos para facilitar la comprensión del servicio, el usuario pudo navegar con facilidad por el sitio web, uno de las fallas que se encontró es el uso de información innecesaria que el usuario supo manifestar este acontecimiento se da porque son usuarios que ya dominan o saben del tema y creen que la información que encontraron en algunas de las ventanas es irrelevante.

## CONCLUSIONES

Concluimos que al evaluar la información que se planteó en algunas de las ventanas era innecesaria para los usuarios, de esta manera se mejoró y simplifico la información del sitio web en cuanto a la información excesiva que había en cada ventana.

Se permite establecer que la metodología DCU (Diseño concentrado en el usuario) dio la pauta para encontrar el problema, simplificando los inconvenientes y brindar al usuario una página web bien lograda en cuanto a su usabilidad según el concepto de Nielsen conjuntamente con el diseño de interfaz, siendo fácil e interactiva para navegar, cumpliendo lo requerido por el usuario.

Una vez creada la página web de la empresa “Dewan encomiendas” se demuestra que es una plataforma que agrada al usuario, en cuanto a la interfaz y su navegación, siendo fácil de encontrar la información necesaria, facilitando a la empresa a tener una mayor comunicación y acercamiento a la empresa, cumpliendo los objetivos el proyecto.

Se concluye que la mayor parte de la creación de la página web fue enfocada en su marca tomando referencia sus colores y formas con la intención de seguir una línea gráfica y no confundir al usuario y a su vez enfocados en la usabilidad y accesibilidad para facilitar la navegación, cumpliendo los requerimientos del mismo.

Se verifica que la página web es viable ya que se aprobó con el consentimiento de los mismos usuarios al evaluar mediante el test de usuario el cual la mayoría describe que es fácil de usar y eficaz al momento de buscar un servicio de encomiendas esto permite que el servicio mejore y se implemente en mayor parte de la ciudad Riobamba.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda usar la información necesaria en la página web para no confundir al usuario, las encuestas realizadas al usuario recomiendan que mientras menos información innecesaria, la comprensión será mejor y menor el tiempo que decida el usuario tomar el servicio.

Se recomienda hacer proyectos afines a la innovación tecnológica con el fin de seguir mejorando los servicios que se realizan, día a día en nuestro entorno, colocando un aporte importante en la transformación contante de los servicios con déficit de calidad.

Se recomienda la utilización de software Adobe Photoshop y Adobe After effects en imagen y video para mejorar resolución de los elementos de multimedia que se incorporan el ala web, y a su vez la utilización de software Bootstrap para mejorar el código HTML y a su vez la simetría del responsive en el sitio web.

Se recomienda que los proyectos que se realizan sean utilizados con el fin de que el proyecto de titulación no sea un esfuerzo en vano, a lo contrario sirva para empresas que desean implementar este tipo de proyectos y puedan hacerlo.



## **GLOSARIO**

**ATL:** *Above The Line*, *Above* son empleadas para el desarrollo de las marcas y el aporte de información a los consumidores respecto a diversas cosas, por ejemplo, respecto al producto. Bajo el concepto, aspectos como las conversiones no son tan importantes como lo podrían ser en el otro apartado.

**BTL:** *Below The Line*. esto no quiere decir que se trata de un aspecto enteramente contrario al ATL, de hecho, ni siquiera se le puede considerar como un concepto rival o enemigo, ambos son necesarios para las marcas en ciertos puntos, solo ocurre que son distintos en la forma en que funcionan.

**Buscadores:** Buscador también conocido como motor de búsqueda es un tipo de software que organiza índices de datos en función de las palabras claves que usa el usuario. El usuario introduce ciertas palabras claves, el buscador realiza una búsqueda y presenta una lista de direcciones URL y el usuario puede acceder al fichero más relevante para él.

**Briefing:** *El briefing o brief*, es un documento que sirve como herramienta de comunicación entre una empresa y sus proveedores de marketing. En él, la empresa debe explicar qué está buscando conseguir con un proyecto en concreto, para qué, en qué plazo temporal y con qué medios.

**Blogs:** Un blog es una página web o sitio web donde publicar contenidos en una página especial (la página del blog) que sirve para escribir periódicamente con el fin de lograr determinados objetivos. Estos contenidos publicados regularmente se llaman “artículos” o “posts”.

**Chat:** término proveniente del inglés que en español equivale a charla, también conocido como cibercharla, es uno de los métodos de comunicación digital surgido con las nuevas tecnologías.

**CMS:** *Content management system*. el proceso de creación de un sitio web relativamente sencillo podía resultar bastante complejo y laborioso. Al menos, si se pretendía que tuviera un mínimo exigible de calidad visual, estructura de navegación y variedad de contenidos.

**Diagramación:** La diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

**Delivery:** Es una palabra inglesa cuyo uso y significado está bien instalado y comprendido en el español en Sudamérica, pudo haber comenzado como un esnobismo, pero lo cierto es que en la actualidad es usada trivialmente para referirse a los servicios de entrega a domicilio en casi todos los negocios.

**Digital:** Es un término asociado a la tecnología, aunque inicialmente se usaba para denotar todo lo referente a los dedos, se comenzó a utilizar cuando la ciencia tecnológica hizo su presencia en los diferentes campos en los que se le conoce.

**Dominio:** Es una dirección de internet, para visitar una web tecleamos una dirección a través del navegador.

**DCU:** Diseño Centrado en el Usuario. consiste en enfocar el diseño de un producto con la información necesaria que vayan a necesitar las personas a las que va dirigido.

La funcionalidad que aportan los objetos es mucho mayor, puesto que se ajustan a las necesidades que los usuarios

**Diseño UX:** *User Experience*, hace referencia a la forma en la que los usuarios interactúan con un producto o servicio. Es decir, cómo y para qué un usuario utiliza un objeto o interactúa con una web o app.

**Encomienda:** Es un sistema socioeconómico español en el que los colonizadores explotaban el trabajo de los pueblos indígenas poniéndolos en deuda perpetua. Desde la perspectiva del colonizador, los nativos le debían trabajo a cambio de ser salvados a través del cristianismo, aprender el idioma español y recibir protección de los enemigos.

**E-mail:** Un email es un correo electrónico. La palabra email o e-mail, abreviatura de la expresión en inglés electronic mail, que en español puede traducirse como 'correo electrónico', data de 1980, según el Diccionario Oxford. Se pronuncia "ímeil". Su plural es emails o e-mails. En español, lo aconsejable es usar el término 'correo electrónico' o, en su defecto, 'correo'.

**Focus groups:** Focus Group es un método de investigación cualitativa que reúne participantes de una entrevista, en la cual se exponen opiniones sobre productos o servicios. Es un tipo de investigación muy usado en marketing.



**FTP:** *File Transfer Protocol*, Es uno de los protocolos más antiguos en uso hoy en día, y es una forma conveniente de mover archivos. Un servidor FTP ofrece acceso a un directorio con subdirectorios. Los usuarios se conectan a estos servidores con un cliente FTP, una pieza de software que les permite descargar archivos del servidor, así como cargar archivos en él.

**Fuente:** La palabra fuente se define como todo aquello que es origen de otra cosa, o de donde surge, su causa. Es un término que presenta muchas definiciones, dependiendo del contexto donde se utilice. Por ejemplo, en el ámbito de la física está la fuente de energía, en el contexto tipográfico está la fuente (letra), en la electricidad está la fuente eléctrica, etc.

**HTML:** *Hyper Text Markup Language*. hace referencia al lenguaje de marcado para la elaboración de páginas web. Es un estándar que sirve de referencia del software que conecta con la elaboración de páginas web en sus diferentes versiones, define una estructura básica y un código (denominado código HTML) para la definición de contenido de una página web, como texto, imágenes, videos, juegos, entre otros.

**Hosting:** El web hosting es un servicio en línea que te permite publicar un sitio o aplicación web en Internet. Cuando te registras en un servicio de alojamiento, básicamente alquilas un espacio en un servidor donde puedes almacenar todos los archivos y datos necesarios para que tu sitio web funcione correctamente. En este artículo aprenderás todos los detalles sobre qué es un hosting.

**Internet:** Se podría definir como una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio libre de información entre todos sus usuarios. Podemos considerar las computadoras simplemente como el medio que transporta la información.

**IP:** *Internet Protocol*. que, si lo traducimos al español, significa “Protocolo de Internet”. Este protocolo, al igual que otros muchos como HTTP, TCP, UDP, etc., se encarga de establecer las comunicaciones en la mayoría de nuestras redes. Para ello, asigna una dirección única e irrepetible a cada dispositivo que trata de comunicarse en Internet.

**Interfaz:** Como interfaz designamos, en informática, la conexión física y funcional que se establece entre dos aparatos, dispositivos o sistemas que funcionan independientemente uno del otro. En este sentido, la comunicación entre un ser humano y una computadora se realiza por medio de una interfaz.

**JavaScript:** JavaScript es un lenguaje de programación o de secuencias de comandos que te permite implementar funciones complejas en páginas web, cada vez que una página web hace algo más que sentarse allí y mostrar información estática para que la veas, muestra oportunas actualizaciones de contenido, mapas interactivos, animación de Gráficos 2D/3D, desplazamiento de máquinas reproductoras de vídeo, etc.

**Layout:** Es maquetación o disposición, nos referimos al esquema de distribución de los elementos dentro de un formato o un diseño. Este término aplica para diversas áreas, como la tecnología, la administración o el diseño gráfico, y usualmente es equivalente a “plan” u “ordenamiento”.

**Mock ups:** son más que montajes a escala de nuestro diseño sobre una representación de algunos de los elementos donde será aplicado. Para ello existen documentos perfectamente presentados que nos permiten situar los diseños en un entorno y así verlos en “funcionamiento”.

**Minimalista:** Minimalista se refiere al arte minimalista, o simplemente minimalismo, una corriente artística del vanguardismo que se destaca por considerar que “menos es más”.

**PHP: Hypertext Preprocessor.** es un lenguaje de código abierto muy popular especialmente adecuado para el desarrollo web y que puede ser incrustado en HTML.

**Página Web:** Es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, hipervínculos y muchas otras cosas, adaptada para la llamada World Wide Web (WWW), y que puede ser accedida mediante un navegador web.

**Programación:** La programación es el proceso utilizado para idear y ordenar las acciones necesarias para realizar un proyecto, preparar ciertas máquinas o aparatos para que empiecen a funcionar en el momento y en la forma deseados o elaborar programas para su empleo en computadoras.

**Plataforma:** Un sistema operativo, un gran software que sirve como base para ejecutar determinadas aplicaciones compatibles con este. También son plataformas la arquitectura de hardware, los lenguajes de programación y sus librerías en tiempo de ejecución, las consolas de videojuegos, etc.

**Psíquicas:** Psíquico se designa aquello perteneciente o relativo a la mente y las funciones psicológicas. Como tal, es un término asociado a la psiquis y la psicología. El sinónimo de psíquico es mental.

**Psicológicas:** La psicología es una disciplina que tiene como objetivo analizar los procesos mentales y del comportamiento de los seres humanos y sus interacciones con el ambiente físico y social.

**Responsive:** Se trata de redimensionar y colocar los elementos de la web de forma que se adapten al ancho de cada dispositivo permitiendo una correcta visualización y una mejor experiencia de usuario. Se caracteriza porque los layouts (contenidos) e imágenes son fluidos y se usa código medio que es CSS3.

**Rollover:** Es el proceso de mantener una posición abierta más allá de su vencimiento. El término se utiliza comúnmente en forex, donde se utiliza para explicar el posible interés que se puede ganar o en el que se puede incurrir al mantener una posición de un día para otro.

**Retícula:** Es un elemento de composición que tiene toda publicación, es una regla invisible para el espectador, pero visible para quien diseña. Es una base sobre la que se puede trabajar y donde aplicar los elementos que componen la publicación: columnas, páginas, etc.

**Software:** Software es un término informático que hace referencia a un programa o conjunto de programas de cómputo, así como datos, procedimientos y pautas que permiten realizar distintas tareas en un sistema informático.

**Target:** consiste en el grupo de consumidores cuyas características, deseos y necesidades se adecúan más a los productos y servicios que ofrece una marca en concreto. También se le denomina público objetivo, nicho de mercado, clientes potenciales y un largo etcétera.

**Usabilidad:** La usabilidad web representa un aspecto de gran importancia; ya que, si tu plataforma no es fácil de usar, significa que tendrás un gran porcentaje de abandono de usuarios en tu página web.

**Website:** Un sitio web, como ya hemos comentado, es un conjunto de páginas o documentos de temática relacionada que se encuentra alojado en Internet y se identifica con un nombre de dominio.

Por consiguiente, el conglomerado de todos los sitios web existentes da lugar a una red muy amplia de información que se conoce como World Wide Web (WWW).

**Wireframe:** Un wireframe o prototipo no es más que un boceto donde se representa visualmente, de una forma muy sencilla y esquemática la estructura de una página web.

**WWW:** *World Wide Web*, es un sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedia interconectados y accesibles a través de Internet. Con un navegador web, un usuario visualiza sitios web compuestos de páginas web que pueden contener textos, imágenes, vídeos u otros contenidos multimedia, permitiendo la navegación a través de esas páginas usando hiperenlaces.

**XHTML:** *Extensible Hyper Text Markup Language* es un lenguaje similar a HTML, pero con algunas diferencias que lo hacen más robusto y aconsejable para la modelación de páginas web. Las siglas corresponden con las palabras inglesas Extensible Hypertext Markup Language, que vendría a significar en castellano algo así como lenguaje extensible de marcación hipertexto.

## BIBLIOGRAFÍA

**CÓRDOVA, Cristina.** “*El delivery es más viejo que la escarapela* “ [blog]. Cristiana Córdova, lunes 12 de noviembre de 2012 [Consulta: 11 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.fondodeolla.com/nota/el-delivery-no-es-cosa-nueva/>

**GARCÍA GÓMEZ, J.** “*Portales de internet: concepto, tipología básica y desarrollo*” [en línea]. Universidad de Murcia, 2001, julio-agosto, v. 10, n. 7-8, pp. 7-9. [Consulta: 10 diciembre 2020]. Disponible en: <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2001/julio/2.pdf>

**GIMENO ARTIGAS, Samuel.** *Un proceso sencillo para hacer investigación de usuario.* [blog]. Lugar: Zaragoza (España), 22 marzo, 2016 [Consulta: 23 diciembre 2020]. Disponible en: <https://n9.cl/8u47p>

**GRACIA BANDRÉS, M.A., GRACIA MURUGARREN, J., & ROMERO SAN MARTIN, D.** “*Metodologías de diseño centrados en el usuario*”. TecsMedia [en línea], 2015, España 1(1),pp. 1-1. [Consulta: 2021-20-01]. Disponible en: <https://www.aragon.es/documents/20127/674325/Estado%20del%20arte%20Metodologias%20Diseno%20Centrado%20en%20Usuariosv2.pdf/36ba4945-63d9-3ba6-5e8f-2ab8494d6522>

**HALVORSON, Kristina.** ¿Qué es la estrategia de contenido? Conectando los puntos entre disciplinas. [blog]. Lugar: Minneapolis, 26 de octubre, 2017 [Consulta: 23 diciembre 2020]. Disponible en <https://www.braintraffic.com/articles/what-is-content-strategy>

**LOOR CHILAN, K.L., & DIAZ GINES, M.V.** *Implementación de un supermercado con servicio de entrega a domicilio en el cantón San Francisco de Milagro* [En línea] (Trabajo de titulación). Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador. 2012. pp. 8- 9. [Consulta: 2020-12-11]. Disponible en: <https://afly.co/b514>

**LÓPEZ, Berto.** *Qué es un Hosting Web y qué tipos de Alojamiento Web existen.* [blog]. Lugar: España, 2 de mayo, 2020 [Consulta: 23 diciembre 2020]. Disponible en <https://www.ciudadano2cero.com/que-es-un-hosting/#>

**LÓPEZ, P. & FACHELLI, S.** *Metodología de la investigación social cuantitativa* [Libro electrónico]. 1ª edición Capítulo II.3. Barcelona España: Universitat Autònoma de Barcelona, febrero de 2015. P. 8. [Consulta: 06/01/2021]. Disponible en: [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)

**LOZANO CÁMARA, Jorge Juan.** *La encomienda* [blog]. [Consulta: 10 diciembre 2020]. Disponible en: <http://www.claseshistoria.com/america/colonial-administracion-sistemastrabajo-encomienda.html>

**MORALES, P.** Propuesta de Diseño de interfaz APP bancaria “UX4MB” bajo metodología DCU [en líneas](Trabajo de titulación). (Maestría) Universidad Internacional de la Rioja (UNIR). Bogotá D.C. 2018. pp. 22-23 [Consulta: 2021-01-23]. Disponible es: <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/7275/PINILLA%20MORALES%2c%20JAIR%20OCTAVIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**MATEU MARÍN, Javier.** *¿Qué es... Un sistema de navegación?* [blog]. España 14/03/11 [Consulta: 16 diciembre 2020]. Disponible en: <https://bequickbedead.wordpress.com/2011/03/14/%C2%BFque-es-un-sistema-de-navegacion/>

**MARTÍNEZ, B.** *Que es un dominio.* [en línea]. Filmac Centre S.L. Ecuador. V-2708-2004. p. 11 [Consulta: 23 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.filmac.com/wp-content/uploads/librodominios.pdf>

**NIELSEN, Jakob.** *Principios de usabilidad web de Jakob Nielsen: diseño UX.* SEMrush Blog [en línea], [Consulta: 15 de diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.nngroup.com/people/jakob-nielsen/>

**NIELSEN, N.** *10 Heuristics for User Interface Design: Article by Jakob Nielsen.* [en línea], 1994. [Consulta: 15 diciembre 2020]. ISSN 1548-5552. Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usabilityheuristics/>.

**NIELSEN, N.** *The Definition of User Experience (UX).* [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 15 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/definition-userexperience/>.

**NIELSEN, L.** "*Un modelo matemático del hallazgo de problemas de usabilidad*".[en línea], Actas de la Conferencia ACM INTERCHI'93. Amsterdam, Países Bajos, 24-29 de abril de 1993. Pp. 206-213. [Consulta: 09/02/2021]. Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>

**ROSENFELD, L.** *Information architecture for the world wide web*[en línea]. Second edition. United States of America: O'Reilly & Associates, 2002. [Consulta: agosto 2002]. Disponible en: [https://books.google.com.ec/books?id=hLdcLklZOFAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=hLdcLklZOFAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

**SIGUENCIA SIGUENCIA, M.** *Análisis, Diseño e implementación del portal Web del colegio Cesar Andrade y Cordero*. [En línea] (Tesis Previa a la obtención del título de ingeniería en sistemas). Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador, 2011. pp. 22- 23[Consulta: 2020-12-10]. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1604/17/UPS-CT002147.pdf>

**SOLER, J.** *Principios de diseño de interacción para sistemas interactivos*. [en línea]. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona, Catalunya. 2012.. [Consulta: 23 diciembre 2020]. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/262795495\\_Principios\\_de\\_diseno\\_de\\_interaccion\\_para\\_sistemas\\_interactivos](https://www.researchgate.net/publication/262795495_Principios_de_diseno_de_interaccion_para_sistemas_interactivos)

**RAMOS. Anthony.** *Cálculo tamaño optico de la muestra* [Libro electrónico] Santa Ana de Coro: UNEFM, 2009. Pp.3-4. [Consulta: 20/01/2021]. Disponible en: <https://es.slideshare.net/maule/guia-tamao-de-la-muestra>.

## **ANEXOS**

ANEXO A:

Formato entrevista

Fecha: miércoles 06 / 02 / 2021

Hora: 13:30 pm

Entrevistado: Ing. Pedro Javier Viteri Rodríguez (Dueño y gerente empresa Dewan encomiendas)

Entrevistador: Cristian Silva y Marco Esteban Cajamarca

Objetivo: Determinar el conocimiento que tienen los usuarios sobre el servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba, y que factible es incorporar una página web para mejorar el servicio.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

TESIS: INTERACCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PÁGINA WEB PARA LA EMPRESA DEWAN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

Guía de entrevista: Dueño y gerente de la empresa, "Dewan encomiendas".

**Objetivos:**  
Determinar el conocimiento que tienen los usuarios sobre el servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba, y que factible es incorporar una página web para mejorar el servicio.

**Datos Generales:**  
Nombre: .....  
Edad: .....                      Género: .....  
Fecha de aplicación: .....

**Cuestionario:**

**Etap 1: Datos personales del entrevistado.**

1. ¿Cuál es su formación académica?
2. ¿Cuál es el cargo que tiene dentro de la empresa DEWAN?

**Etap 2: Etapa de preguntas y respuestas**

1. ¿Cómo nació "DEWAN" encomiendas al instante?
2. ¿Cómo creció "DEWAN" encomiendas al instante?
3. ¿Qué significación tiene la empresa para usted?
4. ¿Por qué es diferente "DEWAN" a las otras empresas deIVERY que existen en la ciudad de Riobamba?
5. ¿Qué le hace falta a "DEWAN" encomiendas para seguir creciendo?
6. ¿Cree que el servicio es diferente a las otras empresas de encomienda?
7. ¿Por qué recomienda utilizar el servicio que brinda "Dewan" Encomiendas?

**Etap 3: Cierre y despedida de la entrevista. Para finalizar:**

1. ¿Cuál es el compromiso de "DEWAN" encomiendas con el usuario?
2. ¿Cuáles son las metas a largo plazo (en años) y su relación con la empresa DEWAN?

Utilización con fines académicos

ANEXO B:

Ejecución de entrevista

Fecha: miércoles 06 / 02 / 2021

Hora: 13:30 pm

Entrevistado: Ing. Pedro Javier Viteri Rodríguez (Dueño y gerente empresa Dewan encomiendas)

Entrevistador: Cristian Silva y Marco Esteban Cajamarca



Objetivo: Determinar el conocimiento que tienen los usuarios sobre el servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba, y que factible es incorporar una página web para mejorar el servicio.



ANEXO C:

Formato encuesta

Fecha: martes 02 / 01 / 2021

Hora: 11:20 pm

Entrevistado: Usuarios de empresa Dewan encomiendas.

Encuestador: Cristian Silva y Marco Esteban Cajamarca

Objetivo: Determinar el conocimiento que tienen los usuarios sobre el servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba, y que factible es incorporar una página web para mejorar el servicio.

## Conocimiento sobre el servicio de encomiendas en la ciudad de Riobamba.

Le pedimos de manera cordial que la siguiente encuesta debe ser contestada con respuestas claras y sinceras, esto ayudara significativamente a la investigación.

Dirección de correo electrónico \*

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recoge las direcciones de correo electrónico. [Cambiar configuración](#)

Datos generales:

- Mujer
- Hombre

Señale el rango de edad en el que se encuentra. \*

- 18 a 25
- 26 a 30
- 31 a 35
- 36 a 40
- 41 a 55
- 55 o más

De los siguientes servicios ¿cuál cree usted que utiliza con más frecuencia? \*

- Servicio de alimentos, flores, medicinas.
- Servicio de pagos de servicios básicos.
- Servicios de compra y venta.
- Entrega y retiro de encomiendas y documentación.
- Servicio de mecánica de motos.
- Servicio Delivery de empresas.
- Publicidad por redes sociales.



¿Señale el número de la frecuencia que utiliza un servicio delivery o encomiendas mensual? \*

- 1 a 3
- 4 a 6
- 7 a 10
- 11 o más
- Ninguno

¿Conoce alguna empresa que preste el servicio de encomiendas si su respuesta es Si, especifique el nombre de la empresa que conoce? \*

- Si
- No
- Otra...

111

¿Si usted utiliza un servicio de encomiendas, que información considera más relevante encontrar, de la empresa? \*

- Horarios de trabajo
- Políticas de bioseguridad
- Servicios adicionales
- Empresas aliadas
- Perímetro donde hace las encomiendas
- Ciudades donde presten el servicio

¿Que plataformas utiliza para buscar información de servicios de encomiendas por Internet? \*

- Facebook
- Google
- Páginas web
- Instagram
- Twitter

¿Si usted ha utilizado el servicio de encomiendas "DEWAN"? mencione como fue el servicio. \*

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- No utilizado el servicio.

¿En que medio de comunicación se enteró que existe servicio que brinda DEWAN? \*

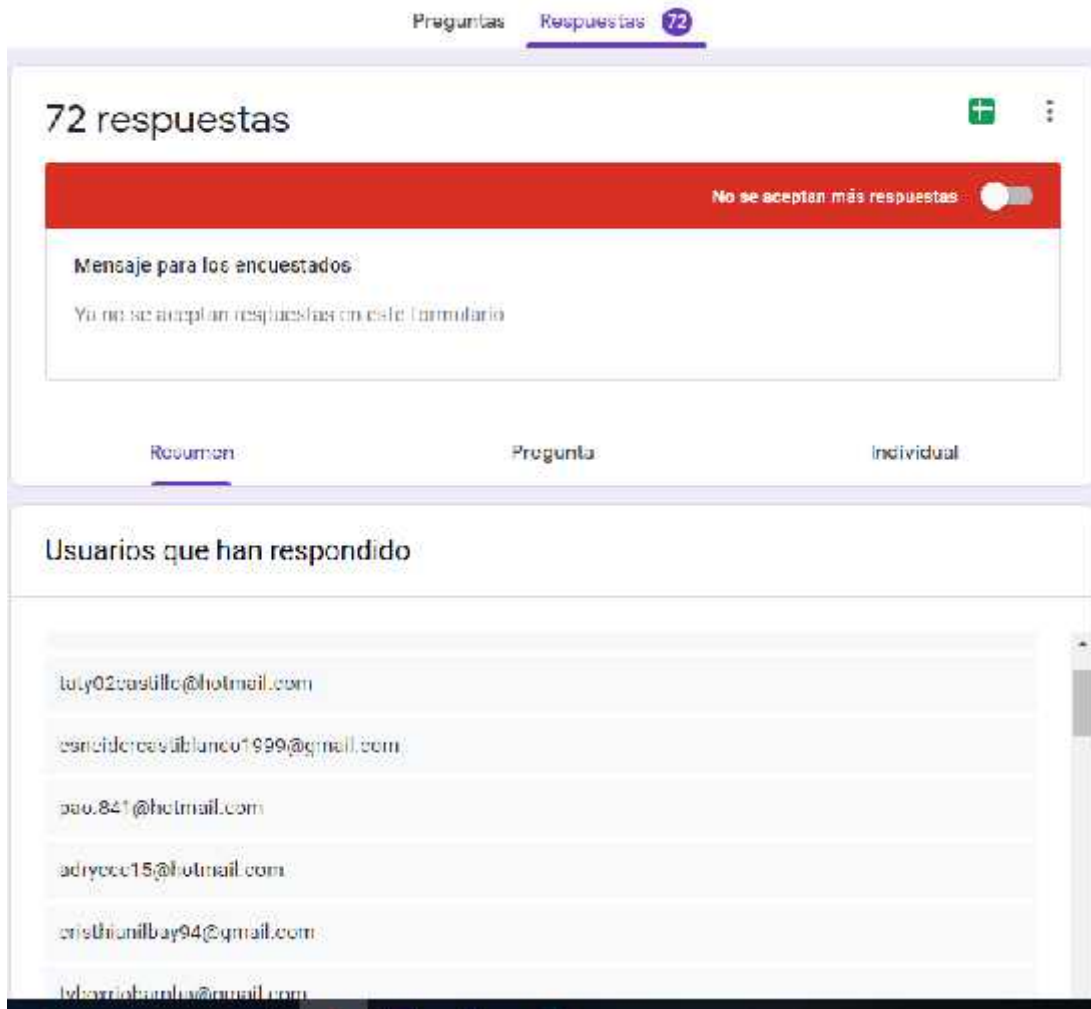
- Facebook
- Google
- Páginas web
- Instagram
- Twitter
- Whatsapp
- Televisión
- Radio
- Periódico
- Otra...

Si usted ha utilizado el servicio de encomiendas "DEWAN". ¿Que recomendaria a la empresa, para que mejore su servicio? \*

Texto de respuesta corta  
.....

¿Cree usted que, si se implementaria una página web de una empresa de encomiendas con información relevante de la misma, aportaria de forma positiva al usuario? \*

- Sí
- No



#### ANEXO D:

Formmato test de usuario

Fecha: martes 27 / 01 / 2021

Hora: 11:20 pm

Entrevistado: Usuarios de empresa Dewan encomiendas.

Encuestador: Cristian Silva y Marco Esteban Cajamarca

Objetivo: Determinar la factibilidad que tiene el usuario al momento de ingresar al sitio web, así encontraremos pequeños errores que luego se rectificara o a su vez que la pagina está bien resuelta y es fácil para el usuario navegar libremente sin ninguna duda, provocando que se sienta cómodo dentro del sitio web.

# Test de Usuario de la pagina DEWAN de la ciudad de Riobamba

Por favor ingresar al siguiente link: <https://www.dewanencomiendas.com>

...

\* Obligatorio

1. Por favor digite su nombre para validar la encuesta \*

Escriba su respuesta

2. Desde que dispositivo visita la pagina Web de Dewan encomiendas \*

Celular

Tablet

Computador

3. Por favor, indique los colores predominantes en el sitio web \*

Escriba su respuesta

4. ¿La información que se muestra en la pantalla, es suficiente para saber a qué se trata el sitio web? \*

Si

No

5. ¿De la información que se muestra en el sitio web, algún texto o información cree que es irrelevante o esta fuera de lugar? \*

Si

No

6. ¿Que elemento visual le ayudo a reforzar el entendimiento mas claramente a que institución o empresa pertenece este sitio web? \*

- Textos
- Graficos
- Ilustraciones

7. ¿la parece adecuada la selección de ítems que se muestra en el menú principal? \*

- Si
- No
- Tal vez

8. ¿Los textos que se muestran en la web son claros, concisos? \*

- si
- No

9. Que tipo de información le fue fácil encontrar en la web \*

- Horarios
- Tipo de servicios
- Contactos
- Ubicación
- Horarios y Contacto
- Tipo de servicio y ubicación
- Horarios y ubicación
- Todas las anteriores

10. ¿El sitio web le resulto complejo al momento de manejar y buscar información? \*

- Si
- No

ANEXO E:

Levantamiento fotográfico

Fecha: miércoles 06 / 02 / 2021

Hora: 15:00 pm

Entrevistado: Usuarios de empresa Dewan encomiendas.

Fotógrafo: Cristian Silva y Marco Esteban Cajamarca

Objetivo: Sesión de fotos para colocar en la página web, de los servicios que ofrece la empresa.







