

UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E
INFORMÁTICA



TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO DE
SISTEMAS E INFORMÁTICA

“IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA GESTION DE
PEDIDOS EN EL RESTAURANTE EL CANGREJO ROJO, LA
CONVENCIÓN 2022”

Autores

Bach. Vergara Chalco, Darcy

Bach. Cuellar Amar Abdul Khadir

Asesor

Mg. Juan Josue Carbajal Blas

Santa Ana, La Convención, Cusco

2024

TÍTULO Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Título

“IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA GESTIÓN DE PEDIDOS EN
EL RESTAURANTE EL CANGREJO ROJO, LA CONVENCIÓN 2022”

Línea de investigación

Sistemas y tecnologías de la información

HOJA DE DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

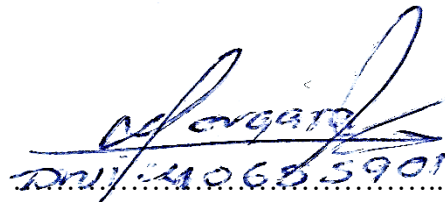
Declaración jurada de originalidad

Yo, DARCYVERGARACHALLCO, identificado (a) con DNI N° 40655901, Bachiller de la Escuela Profesional de Ingeniería de sistemas e informática, domiciliado(a) en la calle/Jirón/Av. Alfonso Ugarte del Distrito Santa Ana, Provincia La Convención, Departamento Cusco, Celular 973567531, Email: darcyvergara2579@gmail.com

DECLARO BAJO JURAMENTO: Que la tesis que presento es original e inédita, no siendo copia parcial ni total de una tesis desarrollada, y/o realizada en el Perú o en el extranjero, en caso contrario de resultar falsa la información que proporciono, me sujeto a los alcances de lo establecido en el Art. N° 411, del código penal concordante con el Art. 32° de la Ley N° 27444, y la ley del procedimiento Administrativo general y las Normas Legales de Protección a los Derechos de Autor.

En fe de lo cual firmo la presente.

Santa Ana, 9 de agosto del 2023.



DNI: 40655901
DNI N°: 40655901.

HOJA DE DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

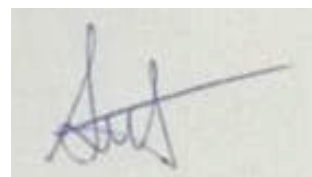
Declaración jurada de originalidad

Yo, ABDUL KHADIR CUELLAR AMAR, identificado (a) con DNI N° 73353116, Bachiller de la Escuela Profesional de Ingeniería de sistemas e informática, domiciliado(a) en la calle/Jirón/Av. 26 de julio del Distrito Santa Ana, Provincia La Convención, Departamento Cusco, Celular 986686681, Email: abdulkhadircuellaramar@gmail.com

DECLARO BAJO JURAMENTO: Que la tesis que presento es original e inédita, no siendo copia parcial ni total de una tesis desarrollada, y/o realizada en el Perú o en el extranjero, en caso contrario de resultar falsa la información que proporcione, me sujeto a los alcances de lo establecido en el Art. N° 411, del código penal concordante con el Art. 32° de la Ley N° 27444, y la ley del procedimiento Administrativo general y las Normas Legales de Protección a los Derechos de Autor.

En fe de lo cual firmo la presente.

Santa Ana, 9 de agosto del 2023



.....
DNI N°: 73353116

REPORTE DE SIMILITUD FIRMADA POR EL ASESOR



Informe del Detector de Plagio Viper

Informe de tesis _Darcy y Khadir_120823.docx escan
21, 2023

Porcentaje Total

11%

1.8% RESULTADOS - FACULTAD DE CIENCIAS ...
<https://1library.co/article/resultados-facultad-de-cien>

1.8% Resultados relacionados con la variable Inde...
<https://1library.co/article/resultados-relacionados-coi>

1.8% ESTRUCTURA DE INFORME DE TESIS - ULP
<http://www.ulp.edu.pe/assets/archivos/investigacion>



0.9% Registro Nacional de Trabajos de Investigació...
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/329291>

0.7% ¿Qué es la gestión de pedidos? | IBM
<https://www.ibm.com/es-es/topics/order-managemei>

- 0.1% CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS - Frecue...
<https://1library.co/article/contrastaci%C3%B3n-de-hi>
- 0.0% La auditoría operativa como herramienta de ...
<https://core.ac.uk/download/426952242.pdf>
- 0.0% Gestión Logística y Productividad Laboral en I...
<https://core.ac.uk/download/542604433.pdf>

UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA DE SISTEMAS E
INFORMÁTICA

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO DE SISTEMAS E INFORMÁTICA



“IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA GESTIÓN
DE PEDIDOS EN EL RESTAURANTE EL CANGREJO ROJO,
LA CONVENCIÓN, 2022”

Autores

Bach. Vergara Challco, Darcy

Bach. Cuellar Amar Abdul Khadir

Asesor

UNIVERSIDAD PRIVADA LIDER PERUANA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E
INFORMÁTICA



TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO DE
SISTEMAS E INFORMÁTICA

“IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA GESTION DE PEDIDOS
EN EL RESTAURANTE EL CANGREJO ROJO, LA CONVENCIÓN 2022”

Presentado por **Darcy Vergara Chalco y Abdul Khadir Cuellar Amar**

Presidente:

Dr. Edgar Quispe Ccapacca

Primer Miembro:

Mg. Lizet Vargas Vera

Segundo Miembro:

Mg. Raul Huillca Huallparimachi

Asesor:

Mg. Juan Josue Carbajal Blas

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a todas aquellas personas que han dejado una huella en mi vida y han sido una fuente de inspiración y motivación para alcanzar mis metas.

A mi familia, por su amor, cariño y apoyo incondicional en todo momento. Gracias por ser mi roca y mi refugio en los momentos más difíciles y por ser mi motivación para seguir adelante.

A mis amigos y compañeros de vida, por estar a mi lado siempre y ser una fuente de alegría y compañía en los buenos y malos momentos. Gracias por sus risas, abrazos y palabras de aliento que me han dado fuerza para seguir adelante.

A mis profesores y mentores, por brindarme sus conocimientos, experiencia y sabiduría, y por ser un modelo a seguir en mi formación académica y profesional.

A todas las personas que han contribuido de alguna manera a la realización de este trabajo, por su apoyo, paciencia y comprensión en todo momento.

Este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo y ayuda de todas estas personas, a quienes dedico este logro con todo mi corazón.

Bach. Vergara Challco, Darcy

Este trabajo es el resultado de muchos esfuerzos y dedicación, a todas las personas que han formado parte de mi vida, les dedico este trabajo con todo mi agradecimiento y cariño. A mis padres, por ser mi guía, mi apoyo y mi mayor ejemplo de amor y perseverancia. A mis abuelos, por su amor incondicional, sabiduría y por ser una fuente de inspiración para mí. A mis tías, por su cariño, apoyo y por estar siempre ahí para mí. A mis amigos, por su amistad, risas, y por haber sido un pilar importante en mi vida. A mis profesores, por su dedicación, su paciencia y por compartir sus conocimientos conmigo. A todas aquellas personas que han formado parte de mi vida, gracias por su apoyo, sus enseñanzas y por haberme ayudado a crecer como persona. Dedico este trabajo con todo mi corazón, esperando que sea útil para la sociedad y para aquellos que lo lean. ¡Gracias por ser parte de mi vida!"

Bach. Cuellar Amar Abdul Khadir

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por su amor, paciencia y apoyo incondicional a lo largo de toda mi vida. Gracias por haberme enseñado el valor del esfuerzo y la perseverancia, y por haberme brindado siempre su cariño y comprensión, incluso en los momentos más difíciles. Este trabajo es el resultado de su constante apoyo y motivación, y se lo dedico con todo mi corazón.

A la Universidad Líder Peruana, por brindarme la oportunidad de formarme como profesional y por haberme proporcionado todas las herramientas necesarias para llevar a cabo este proyecto. Agradezco en especial a todos los docentes de la institución, quienes me han guiado en el proceso de aprendizaje y me han transmitido su sabiduría y experiencia.

A mis compañeros y amigos de la universidad, por haberme acompañado en este camino y por su amistad y apoyo constante. Gracias por compartir conmigo sus conocimientos y por haberme motivado a dar siempre lo mejor de mí.

Finalmente, agradezco a todas las personas que de alguna manera han contribuido a este trabajo, desde la revisión y edición hasta la ayuda en la recolección de datos. Este proyecto no habría sido posible sin su valioso aporte y colaboración.

Bach. Vergara Challco, Darcy

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han formado parte de mi vida y que han contribuido a hacer realidad este logro. En primer lugar, a mis padres, por ser mi mayor fuente de apoyo, por su amor incondicional y por su constante motivación para alcanzar mis metas. Agradezco también a mi familia, por su amor, cariño y por haberme apoyado incondicionalmente en todo momento.

A mis abuelos, gracias por su amor, sabiduría y por haberme brindado su incondicional apoyo en todo momento. A mis dos tías, por su cariño, su aliento y por haberme ayudado en todo lo que necesité.

A mis profesores, por haber compartido sus conocimientos y experiencias conmigo, por haberme guiado en el camino del aprendizaje y por haberme brindado su apoyo constante. Agradezco también a mi universidad, por haberme brindado la oportunidad de formarme académicamente y por haberme proporcionado todas las herramientas necesarias para alcanzar mis objetivos.

Finalmente, agradezco a mí mismo por mi perseverancia, mi dedicación y por no haber perdido de vista mis metas. Este logro no habría sido posible sin el apoyo de todas estas personas y de tantas otras que forman parte de mi vida.

Dedico este logro a todas las personas que han creído en mí, que me han apoyado y que han sido parte de mi vida. ¡Gracias por su amor, apoyo y por haber sido una parte importante en este camino hacia el éxito!

Bach. Cuellar Amar Abdul Khadir

ÍNDICE DE CONTENIDO

TÍTULO Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	ii
HOJA DE DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS.....	iii
HOJA DE DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS.....	iv
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE CONTENIDO	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
RESUMEN	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN.....	vii
CAPÍTULO I. Planteamiento del problema	9
1.1. Descripción de la realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	11
1.2.1. Problema general	11
1.2.2. Problemas específicos.....	11
1.3. Objetivo de la investigación.....	11
1.3.1. Objetivo general.....	11
1.3.2. Objetivos específicos	11
1.4. Formulación de la hipótesis	12
1.4.1. Hipótesis general.....	12
1.4.2. Hipótesis específicas.....	12
1.5. Justificación de la investigación	12
1.5.1. Justificación teórica	12
1.5.2. Justificación práctica.....	12

1.5.3. Justificación de implicancia social	13
1.5.4. Justificación Metodológica	13
1.6. Delimitaciones de la investigación	13
1.6.1. Espacial.....	13
1.6.2. Temporal.....	13
1.6.3 Teórica.....	14
CAPÍTULO II. Marco teórico	15
2.1. Antecedentes de la investigación.....	15
2.1.1. Antecedentes Internacionales	15
2.1.2. Antecedentes Nacionales	17
2.1.3. Antecedentes Locales	19
2.2. Bases teóricas.....	19
2.2.1. Identificación y conceptualización de variables	20
2.2.2. Operacionalización de variables	37
2.3. Marco conceptual.....	40
CAPÍTULO III. Diseño metodológico	42
3.1. Tipo de la investigación.....	42
3.2. Enfoque de la investigación.....	42
3.3. Diseño de la investigación	42
3.4. Alcance de investigación	42
3.5. Población, muestra.....	43
3.5.1. Población	43
3.5.2. Descripción de la muestra.....	43
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
3.6.1. Técnica.....	44
3.6.2. Instrumento	44
3.7. Técnicas de procesamiento de datos.....	44

3.8. Procedimiento de procesamiento de datos	45
3.9. Confiabilidad y validez	45
3.10. Implementación de sitio web	45
CAPITULO IV: Resultados, contrastación de hipótesis y discusión	54
4.1 Resultados	54
4.1.1. Resultados descriptivos.....	54
4.2 Contrastación de hipótesis	92
4.2.1. Contrastación de hipótesis general	93
4.2.2. Contrastación de hipótesis específicos	93
4.1 Discusión	96
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES.....	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	101
ANEXOS	108
Anexo 1: Operacionalización de variables	109
Anexo 2: Matriz de consistencia.....	111
Anexo 3: Instrumento de recopilación de datos.....	113
Anexo 4. Ficha de validación de instrumentos por juicio de expertos	118
Anexo 5. Captura de imagen de recopilación de datos.....	122
Anexo 6. Evidencias: Panel fotográfico de las encuestas realizadas	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables.....	38
Tabla 2 <i>Población de estudio</i>	43
Tabla 3 Herramienta empleada en la investigación	44
Tabla 4 Estadística de fiabilidad	47
Tabla 5 ¿Considera que es seguro brindar información confidencial en un sitio web? 54	
Tabla 6 ¿Considera que sus datos son almacenados de forma segura en el sitio web? 55	
Tabla 7 ¿Considera que sus datos en el sitio web son utilizados de manera correcta?.56	
Tabla 8 ¿Le parece ideal que un sitio web brinde la información necesaria sobre el negocio?.....	58
Tabla 9 ¿Considera que el sitio web es de fácil entendimiento?	59
Tabla 10 ¿Considera que el sitio web está perfeccionado en cuanto a la velocidad de carga?.....	61
Tabla 11 ¿Cree usted que tendrá inconveniente a la hora de buscar información en el sitio web?	62
Tabla 12 ¿Cree que cualquier persona puede tener acceso al sitio web?.....	63
Tabla 13 ¿Considera que, el sitio web le brinda una experiencia satisfactoria?.....	65
Tabla 14 ¿Considera que, el sitio web es interactivo?	66
Tabla 15 ¿Considera que, la información brindada por el sitio web es recomendable?	67
Tabla 16 ¿Considera que el sitio web es de fácil operatividad?	69
Tabla 17 ¿Considera que registrar un pedido toma mucho tiempo?.....	70
Tabla 18 ¿Considera que el tiempo de espera del pedido sea el más óptimo?	72
Tabla 19 ¿Usted cree que el pedido online es efectivo?	73
Tabla 20 ¿Considera que el tiempo de respuesta del restaurante El Cangrejo Rojo, es importante a la hora de realizar un pedido?.....	75
Tabla 21 ¿Considera que el tiempo de espera del pedido del restaurante “El Cangrejo Rojo” es muy adecuada?.....	76
Tabla 22 ¿Usted cree que debería haber más medios de comunicación para solicitar el pedido?.....	78
Tabla 23 ¿Considera que el tiempo de entrega de pedido es muy buena?.....	79
Tabla 24 ¿Considera que, las entregas de pedido en el restaurante “El Cangrejo Rojo” cumplen las características correctas?	81

Tabla 25 ¿Usted cree que la entrega del pedido tiene inconvenientes?	82
Tabla 26 ¿Su pedido fue entregado en el tiempo establecido?	84
Tabla 27 ¿Considera que la entrega es óptima del pedido influye de manera positiva?	85
Tabla 28 ¿Considera que, los pedidos tienen aceptación por los clientes del restaurante “El Cangrejo Rojo”?.....	87
Tabla 29 ¿Considera que, es frecuente la aceptación del pedido por parte del del cliente?	88
Tabla 30 ¿Considera que, respecto a la aceptación del pedido el restaurante “El Cangrejo Rojo” tiene nuevos clientes?	90
Tabla 31 Cree usted que el sitio web ayuda en la fidelización de los clientes.....	91
Tabla 32 Influencia de implementación de sitio web en la gestión de pedidos	93
Tabla 33 Influencia de implementación de sitio web en la planificación de pedidos...	94
Tabla 34 Influencia de implementación de sitio web en la entrega de pedidos.....	95
Tabla 35 Influencia de implementación de sitio web en la aceptación de pedidos	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diseño árbol	28
Figura 2 Mapas de sitio.....	29
Figura 3 Página inicial	30
Figura 4 Color en el web	31
Figura 5 Profundidad de color	32
Figura 6 Paletas seguras del sistema.....	33
Figura 7 El cubo de colores	33
Figura 8 ¿Considera que es seguro brindar información confidencial en un sitio web?	54
Figura 9 ¿Considera que sus datos son almacenados de forma segura en el sitio web?	55
Figura 10 ¿Considera que sus datos en el sitio web son utilizados de manera correcta?	57
Figura 11 ¿Le parece ideal que un sitio web brinde la información necesaria sobre el negocio?.....	58
Figura 12 ¿Considera que el sitio web es de fácil entendimiento?.....	60
Figura 13 ¿Considera que el sitio web está perfeccionado en cuanto a la velocidad de carga?.....	61
Figura 14 ¿Cree usted que tendrá inconveniente a la hora de buscar información en el sitio web?.....	62
Figura 15 ¿Cree que cualquier persona puede tener acceso al sitio web?.....	64
Figura 16 ¿Considera que, el sitio web le brinda una experiencia satisfactoria?	65
Figura 17 ¿Considera que, el sitio web es interactivo?	66
Figura 18 ¿Considera que, la información brindada por el sitio web es recomendable?	68
Figura 19 ¿ Considera que el sitio web es de fácil operatividad?.....	69
Figura 20 ¿Considera que registrar un pedido toma mucho tiempo?.....	71
Figura 21 ¿Considera que el tiempo de espera del pedido sea el más óptimo?.....	72
Figura 22 ¿Usted cree que el pedido online es efectivo?.....	74
Figura 23 ¿Considera que el tiempo de respuesta del restaurante El Cangrejo Rojo, es importante a la hora de realizar un pedido?	75
Figura 24 ¿Considera que el tiempo de espera del pedido es la más óptima?.....	77

Figura 25 ¿Usted cree que debería haber más medios de comunicación para solicitar el pedido?.....	78
Figura 26 ¿Considera que el tiempo de entrega de pedido es muy buena?	80
Figura 27 ¿Considera que, las entregas de pedido en el restaurante “El Cangrejo Rojo” cumplen las características correctas?.....	81
Figura 28 ¿Usted cree que la entrega del pedido tiene inconvenientes?	83
Figura 29 ¿Su pedido fue entregado en el tiempo establecido?.....	84
Figura 30 ¿Considera que la entrega es óptima del pedido influye de manera positiva?	86
Figura 31 ¿Considera que, los pedidos tienen aceptación por los clientes del restaurante “El Cangrejo Rojo”?.....	87
Figura 32 ¿Considera que, es frecuente la aceptación del pedido por parte del del cliente?	89
Figura 33 ¿Considera que, respecto a la aceptación del pedido el restaurante “El Cangrejo Rojo” tiene nuevos clientes?	90
Figura 34 Cree usted que el sitio web ayuda en la fidelización de los clientes	92

RESUMEN

La presente investigación titulada "Implementación de un sitio web para la gestión de pedidos en el restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022", tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la implementación de un sitio web en la gestión de pedidos del restaurante "El Cangrejo Rojo", La Convención, 2022. El tipo de investigación fue aplicada de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental transversal. Utilizó la técnica de la encuesta de elaboración propia por medio del cuestionario de preguntas las cuales fueron aplicados a un total de 51 personas entre los cuáles se encuentran clientes y dueño el restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención. Se concluye que, el nivel de significación asintótica calculado es menor al 0.05, entonces se acepta la hipótesis alterna por lo tanto la implementación de un sitio web influye positivamente en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

Palabras claves: Gestión de pedidos, sitio web, usabilidad, accesibilidad, implementación.

ABSTRACT

The present investigation entitled "Implementation of a website for order management in the restaurant El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022", had as main objective to determine the influence of the implementation of a website in the improvement of order management. in the restaurant "El Cangrejo Rojo", La Convención 2022. The type of research was applied with a quantitative approach and a non-experimental cross-sectional design. He used the survey technique of his own elaboration through the questionnaire of questions which were applied to a total of 51 people among whom are clients and owner of the restaurant El Cangrejo Rojo, La Convención. Finally, it was concluded that the asymptotic significance level calculated is less than 0.05, then the alternative hypothesis is accepted, therefore the implementation of a website positively influences the order management of the El Cangrejo Rojo restaurant, La Convention, 2022.

Keywords: Order management, website, usability, accessibility, implementation.

INTRODUCCIÓN

En estos últimos tiempos, las personas se han acostumbrado a la rapidez de hacer las cosas, aprovechando el uso del internet. La revolución del mundo digital se ha expandido en toda la población, inclusive ha permitido superar las expectativas de algunos como también resuelto necesidades en la mayoría de los consumidores, puesto que, demandan y ofertan de manera más rápida accediendo a las tiendas online, sitios web de las empresas.

La evolución digital permite la mayor cantidad de competencias para las empresas y esto impulsa cada vez a obtener clientes online, en especial en el área de turismo, gastronomía y hospedajes. Existen estudios sobre el estudio del consumidor offline que intentan describir o influenciar los factores que determinan su comportamiento, como el proceso de selección, calidad, satisfacción, fidelidad y sus interrelaciones (Marreiro y Versa de Sousa, 2014).

El sector de restaurantes, ante este vertiginoso uso de la tecnología vio la oportunidad de crear estrategias de marketing para ofrecer sus servicios a los clientes de manera más innovadora y llamativa y de acceso rápido (González y Martínez, 2020). Asimismo, sirve como herramienta para viralizar a través de las redes sociales como publicidad reduciendo los costos a diferencias de los negocios tradicionales.

Actualmente, los restaurantes tienen opciones de utilizar más de un canal de distribución para atender las diferentes fases de necesidades de los clientes, sin embargo, no todos tienen los mismos resultados, ya que varían de acuerdo a la funcionalidad que puedan ser diseñados. Es por ello que, el presente estudio tiene el objetivo de implementar un sitio web para la gestión de pedidos en el restaurante el Cangrejo Rojo en la ciudad de la Convención, 2022. En ese entender, se fragmentó por capítulos para su desarrollo:

Capítulo I. Planteamiento del problema, en este primer capítulo se desarrollarán la formulación de problemas, objetivos e hipótesis generales y específicos. Por otro lado, la justificación y delimitación de la investigación.

Capítulo II. Marco Teórico, En este segundo capítulo, se desarrollarán los antecedentes internacionales, nacionales y locales. Del mismo modo, las bases teóricas, identificación y conceptualización de las variables, operacionalización de variables y finalmente el marco conceptual.

Capítulo III. Metodología de la investigación, en este ítem se desarrollarán, el tipo de investigación, enfoque de investigación, diseño, alcance, población y muestra, técnicas de recolección de datos como técnicas de procesamiento de análisis de datos, confiabilidad y validez.

Capítulo IV. Resultados, contrastación de hipótesis y discusión. Para finalizar el informe de tesis, se desarrolla los resultados inferenciales y descriptivos. Además, la discusión, conclusiones y recomendaciones.

Finalmente se encuentran los anexos.

CAPÍTULO I. Planteamiento del problema

1.1. Descripción de la realidad problemática

El comercio electrónico se ha convertido una de las actividades que ha ido incrementándose tras la adaptación de los dueños de diversas empresas que ofrecen bienes y servicios enfrentando a la pandemia COVID-19. Esto debido a que muchos negocios se vieron en la necesidad de migrar y adaptarse al mundo digital para ofrecer sus productos o servicios a través de internet. Según, un estudio realizado por América Economía (2021), menciona que de acuerdo con un estudio elaborado por Beetrack, compañía de tecnología asociada a logística de última milla, que opera a nivel regional, en las semanas previas a Navidad se registraron alzas de más de 300% en las órdenes de despacho por compras online, en comparación con la primera semana de marzo, antes que el coronavirus fuera declarada pandemia. Por otro lado, menciona que en México el crecimiento fue de 31%, pasando del 46% al 60% en diciembre; en Perú, 31%, de 41% a 51% de su población. Brasil registró una cifra menor, 25%, sin embargo, para diciembre contaría con 61% de usuarios en el E-commerce. América Economía (2021)

Perdigón, Viltres y Madrigal (2018), en su estudio “Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas” cuyo objetivo fue, determinar la ejecución del comercio electrónico y el marketing digital a escala global, para estimular estos modelos de negocios en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. Donde se obtuvo como resultado que las pequeñas y medianas empresas aportan enormes beneficios al sector empresarial mundial; en efecto si se implementa el comercio electrónico y el marketing digital generaría posiblemente un desarrollo de la economía de todo un país donde se encuentran las pymes.

En Cusco luego de la pandemia, los restaurantes y otros sectores de negocio tuvieron que adaptarse a la era digital, ya que para la fase de estabilización e inicio de la recuperación de sus operaciones debían reparar en protocolos de atención asimismo involucren las operaciones, la limpieza y la atención de los comensales (Regalado, 2020).

En el ámbito local, específicamente en el distrito de Santa Ana, provincia de la Convención, se pudo observar una gran cantidad de restaurantes, que fueron afectados por la pandemia y tuvieron la dificultad de adaptarse al mundo de la virtualidad y uso de nuevas herramientas tecnológicas. Después de haber observado y recurrido los locales, principalmente, en el rubro de cevicherías, debido a que, cuentan con amplio sector de

consumidores que hacen pedidos, hubo la oportunidad de identificar al Restaurante el Cangrejo Rojo ubicada en Jr. Vilcabamba, Quillabamba, una cevichería que, antes de la pandemia ofrecía sus productos y servicios presencialmente de manera exitosa, pero a raíz de la pandemia sufrieron una caída significativa de clientes, puesto que no tenía una presencia significativa en la web. Es así que nació la necesidad de ofrecer sus productos por internet para poder recuperar los clientes perdidos. El migrar al mundo digital trajo consigo nuevos desafíos para el negocio, por ejemplo, ofrecer un catálogo virtual de productos, brindar un banner publicitario de productos, gestionar los pedidos de cada cliente, brindar información sobre los protocolos de seguridad y medios de pago aceptados en el restaurante, etc. Por otro lado, se pudo observar, en el restaurante que, la captación de clientes no era frecuente, puesto que no se contaba con herramienta tecnológica confiable para atraer y fidelizar nuevos clientes, además, la gestión de pedidos se volvía un tanto complejo, debido a que no se contaba con un sistema para tener el control de los pedidos.

El gerente y dueño del restaurante Cangrejo Rojo afirmó que, frente a la competencia tuvieron bajas ventas durante el año, debido a un deficiente manejo de la tecnología y poco conocimiento por parte del personal. Mientras, otros restaurantes con similar rubro de negocio, tenían ventajas por la adopción de la tecnología para el funcionamiento de su negocio, los clientes tenían más preferencias por aquello que superaba sus expectativas. Continuando con los problemas del restaurante Cangrejo rojo, el tiempo era otro de los factores que no compensaban para satisfacer las necesidades del cliente, no había innovación en los platos que ofrecían, es decir, no había un valor agregado o factor diferencial para sorprender al cliente, la calidad en la atención era medianamente buena, por la falta de capacitación al personal y los precios que presentaban para asignar dicho producto.

En esa misma línea, afirmaban los clientes que, respecto a la ambientación del local, siempre era la misma temática y se convertía en lo habitual, y para casos especiales no había mayor esfuerzo de sorprender a los clientes, en cuanto a la entrega de pedidos, había quejas, debido a la demora y atención deficiente.

Lo que se busca en esta investigación es implementar un sistema web para la cevichería El Cangrejo Rojo, el cual permita ofrecer un catálogo virtual de productos, captar nuevos clientes por medio de la interacción asíncrona y mensajerías instantáneas

de las redes sociales (principalmente Facebook, Instagram y Tik Tok) y también se encuentra el WhatsApp, sin embargo, éstas deben garantizar seguridad y confiabilidad de modo que brinde la mejor experiencia al cliente. Esto permitirá generar una cartera de clientes de manera sistemática para posteriormente estudiar la frecuencia con la que realizan los pedidos y ofrecer promociones personalizadas a cada cliente.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la implementación de un sitio web influye en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- **PE1:** ¿De qué manera la implementación de un sitio web influye en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022?
- **PE2:** ¿De qué manera la implementación de un sitio web influye en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022?
- **PE3:** ¿Cómo la implementación de un sitio web influye en la aceptación del pedido del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022?

1.3. Objetivo de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Implementar un sitio web para la mejora de la gestión de pedidos en el restaurante “El Cangrejo Rojo”, La Convención 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- **OE1:** Determinar la influencia de implementación de un sitio web en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.
- **OE2:** Determinar la influencia de implementación de un sitio web en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.
- **OE3:** Determinar la influencia de implementación de un sitio web en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

1.4. Formulación de la hipótesis

1.4.1. *Hipótesis general*

La implementación de un sitio web influye significativamente en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

1.4.2. *Hipótesis específicas*

- **HE1:** La implementación de un sitio web influye significativamente en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.
- **HE2:** La implementación de un sitio web influye significativamente en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.
- **HE3:** La implementación de un sitio web influye significativamente en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

1.5. Justificación de la investigación

Según (Hernández et al., 2018) los criterios para evaluar la importancia potencial de una investigación son:

1.5.1. *Justificación teórica*

En la investigación se utilizó teorías referentes a las variables presentes en el título de investigación, tanto la variable independiente “sistema web” como la variable dependiente “Gestión de Pedidos”. Asimismo, la investigación estableció relación entre las variables de estudio.

1.5.2. *Justificación práctica*

La justificación del presente proyecto es la implementación de un sitio web para la gestión de pedidos en el restaurante El Cangrejo Rojo, ubicado en la ciudad de Quillabamba, puesto que, permitieron que los pedidos resulten más rápidos, pueda ahorrar tiempo, debido a los procesos automatizados del sitio web. De igual forma, el sistema fue adaptable a nuevos módulos que permita la facilidad de interfaz con el usuario.

Asimismo, se tuvo en cuenta, la rentabilidad en la empresa y ésta genere un impacto positivo, aumentando ventas y ganancias totales.

1.5.3. Justificación de implicancia social

En la actualidad, los establecimientos de comida son los sitios más concurridos por las personas, cada lugar oferta diferentes platos y cuenta con un estilo particular para un público determinado y debido a la globalización el negocio de la comida presenta un alto volumen de ventas. Sin embargo, este negocio debe hacer frente a las exigencias del consumidor y dificultades internas de los establecimientos de comida y bebida, por lo que en diferentes países han experimentado varias innovaciones en la gestión del restaurante y han visto en la tecnología una oportunidad para la transformación de sus procesos (Cubas y Vázquez, 2019).

De esta manera la presente investigación se orientó a dar una solución al problema planteado por medio del desarrollo de un sitio web para mejorar la administración del restaurante mediante la automatización de procesos para gestionar las ventas de manera dinámica, generar información y reportes de ventas y clientes de manera automática para posteriormente aportar a la toma de decisiones. Por tanto, el estudio influyó directamente al sector emprendedor de diversas empresas y permita el desarrollo económico del departamento y el país.

1.5.4. Justificación Metodológica

La investigación estuvo delimitando un enfoque cuantitativo, donde se utilizó como herramienta el cuestionario a partir de los indicadores propuestos de para cada variable. Además, gracias a la construcción de este cuestionario, contribuyó para posteriores investigaciones similares.

1.6. Delimitaciones de la investigación

1.6.1. Espacial

La investigación tuvo como espacio de estudio, el restaurante El Cangrejo Rojo ubicado en la ciudad de Quillabamba en el distrito de Santa Ana, provincia de La Convención y departamento de Cusco.

1.6.2. Temporal

La investigación está delimitada en el año 2022.

1.6.3 Teórica

La delimitación teórica está circunscrita en la definición de las variables aplicación web y gestión de pedidos, los cuales cuentan con una definición teórica y conceptual la cual se basará en libros y artículos científicos.

En este apartado, se hizo estudio al sitio web, donde se abordó la importancia del uso, acceso y adaptabilidad; el cual, permitieron la rapidez y automatización en la operatividad de las organizaciones con alcance a la tecnología. Por otro lado, se estudió a la gestión de pedidos, el cual, se dio a conocer desde la planificación, entrega y aceptación por parte del cliente. Las empresas ahora buscan brindar una experiencia satisfactoria al cliente; el cual, buscan enfatizar sus procesos (etapas).

Para efectos del presente estudio, esta delimitación teórica ahondó su investigación en el Restaurante de cevichería “El Cangrejo Rojo”, enfocado en los clientes.

CAPÍTULO II. Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Según Espasa (2021), en su tesis “Desarrollo de una aplicación web móvil para la gestión de comandas en restaurantes”, de la Universidad Politécnica de Valencia. Tuvo el objetivo de desarrollar una aplicación web para la gestión de pedidos de comidas y reservas de mesa en restaurantes. La metodología que desarrolló fue de enfoque cualitativo. La población y a la vez muestra estuvo conformada por 4 personas, comprendidas desde 21 años hasta 29 años con habilidades de tecnología. Se utilizó como instrumentos de recopilación de datos una guía de entrevista para aplicar a los 4 individuos. La conclusión que arribó fue lo siguiente: El patrón MCV que se ha utilizado para implementar la aplicación ha facilitado la estructura de la misma, organizando por separado los componentes en interfaz gráfica, datos y conector. Asimismo, la herramienta Workbench de MySQL ha permitido crear y gestionar de una manera fácil los datos de aplicación. Finalmente, con el uso de Framework de Thymeleaf se ha podido crear contenido HTML de forma dinámica, esto ha sido relativamente sencillo, aunque bajo ciertas complicaciones pero que sí pudieron resolverse.

Para Barrios y Moreno (2020), en su tesis “Desarrollo de una plataforma para la gestión de pedidos en los restaurantes de Sahagún Córdoba” de la Universidad de Córdoba. Tuvo como objetivo, desarrollar una plataforma para gestionar pedidos en los restaurantes del municipio de Sahagún Córdoba. El tipo de investigación fue experimental y la población estuvo compuesta por todos los restaurantes del municipio de Sahagún Córdoba. La muestra estuvo determinada por el restaurante de comida rápida TÍPICOS LIBIA. La técnica de recopilación de datos fue a través de un análisis de procedimientos de los restaurantes, sobre todo en el proceso de toma de pedidos a los clientes. El instrumento utilizado fue una guía de entrevista y la observación. La conclusión a lo que se arribó fue, la administración de los gerentes de los restaurantes es más eficiente porque permite organizar de forma más tecnológica y moderna su demanda. Por otro lado, los clientes pueden solicitar desde donde se encuentren el servicio de manera fácil y económica. La mejora del servicio de los restaurantes demuestra más satisfacción en los gerentes.

Según Almache y Quiguango (2018), en su estudio de investigación denominado “Sistema web para la gestión del restaurante de la empresa Conclisan Cia LTDA. en la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas en el periodo 2017-2018” de la universidad Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo. Tuvo el objetivo de implementar un sistema web para la gestión de restaurante del personal y de la Conclisan Cia. LTDA. en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en el periodo 2017-2018. El enfoque de investigación fue cuantitativo y cualitativo. Mientras, el diseño utilizado fue no experimental. La metodología que se desarrolló fue de alcance investigativo fue exploratoria y descriptiva. La población y a la vez muestra se consideró al personal que trabaja en Conclisan Cia. LTDA. Las técnicas que utilizó para el recojo de datos fue, entrevista, observación y encuesta. Finalmente se llegó a la conclusión: La implementación del sistema web se automatizó eficazmente los procesos de gestión que se realizaban manualmente en el servicio de restaurante de Conclisan Cia. LTDA. Esto se pudo demostrar debido a las pruebas realizadas en la fase cuatro de la metodología XP. La metodología de desarrollo de software seleccionada XP al ser ágil fue adecuada para la elaboración del sistema porque permitió planificar, diseñar, realizar pruebas para construir un software a la medida, de acuerdo a los requerimientos dados por parte de la administradora del restaurante, ajustándose a cambios imprevistos conforme se avanzaba en el desarrollo del mismo.

De acuerdo a Villarreal (2016) en su tesis “Desarrollo de un sistema web para la gestión de procesos de un restaurante” de la Universidad Politécnica de Madrid. Cuyo objetivo fue, desarrollar un sistema web automatizado, mediante el uso de la metodología de desarrollo ágil SCRUM y herramientas tecnológicas open source para la gestión de procesos de un restaurante. El desarrollo metodológico en este estudio fue aplicado en vista que se desarrolló un software divididas en ágiles y tradicionales. La herramienta que se utilizó para el desarrollo de software Open Source fue la metodología ágil Scrum desde la fase de análisis hasta la fase de prueba. La población dirigida fue para los clientes en general que acuden a restaurantes usando el medio tecnológico. La conclusión a la que llegó fue, CakePHP es uno de los frameworks de menos dificultad para el inicio en el conocimiento y desarrollo de aplicaciones web por parte de programadores que se inician en el diseño mediante los objetos MVC.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Canturín, (2022) en su tesis “Sistema web para la gestión de pedidos en la empresa Tech Solutions S.A.C., Santiago de Surco, Lima” de la Universidad César Vallejo, obtuvo objetivo general, determinar la influencia de un sistema web para la gestión de pedidos en la empresa Tech Solutions SAC. La metodología de esta investigación fue de tipo aplicada con diseño pre experimental. En cuanto a la población fue de 320 pedidos en un periodo de 24 días agrupados en 24 fichas de registros. La técnica del fichaje y ficha de registro. En los resultados, se aplicaron el método T- Student, se aceptó la hipótesis alternativa rechazando la nula. Los resultados mostraron que la tasa de calidad de pedidos antes de la implementación del sistema fue de 74,21% y después fue de 88,91%, con respecto al indicador tasa de comprobantes electrónicos emitidos antes de la implementación fue de 46,36% y después fue de 87,69%. En conclusión, el sistema web mejora la gestión de pedidos.

De acuerdo con Martel (2020) en su tesis La investigación se centró en el desarrollo de un sistema web para gestionar las ventas del Restaurante CREVAL, con el objetivo de abordar el problema de una gestión deficiente de las ventas y el control de los servicios ofrecidos por la empresa. En su naturaleza tecnológica, el estudio se enfocó principalmente en la creación del sistema web, utilizando la metodología de Programación Extrema para su implementación en fases correspondientes. En este proyecto, el investigador desempeñó múltiples roles, incluyendo el de analista, diseñador y programador, según lo dictaba la metodología. En cuanto a los resultados obtenidos, se logró una notable usabilidad, evaluada a través de la Escala de Usabilidad del Sistema, revelando una alta aceptación en el uso del sistema. Además, se consiguió un mejor control de las ventas del restaurante y una mayor organización en los pedidos y reportes de ventas, tanto para los proveedores de alimentos como para la venta en sí. Por ende, la implementación de un sistema web para el restaurante facilitó su uso y mantenimiento, contribuyendo así a una mayor eficacia en el ámbito de las ventas del establecimiento.

Según López y Ruíz (2021) en su tesis “Sistema Web basado en la metodología XP para la gestión de pedidos en el restaurante Náutico de Trujillo” de la Universidad César Vallejo. Tuvo como objetivo, mejorar la gestión de pedidos en el restaurante Náutico de Trujillo mediante el uso de un sistema web basado en la metodología XP. Utilizó un enfoque cuantitativo de tipo aplicado y de diseño

experimental puro. La población se integraba por el restaurante Náutico de Trujillo y la muestra estuvo determinada por 30 clientes. La técnica de estudio utilizada fue la observación directa a través de la ficha de observación. Se obtuvo como resultado que, en cuanto al tiempo de emisión de reporte de pedidos, se logró reducir en un 62.26% y el índice de satisfacción del cliente mejoró en un 63.3%. Como conclusiones principales del estudio fueron: i) El uso de un sistema web basado en la metodología XP, mejora la gestión de pedidos para el restaurante Náutico de Trujillo; ii) El uso del sistema basado en metodología XP disminuye el tiempo de registro de pedidos del cliente, la emisión de reportes de pedidos y aumenta el nivel de satisfacción del cliente.

Vergara (2019), en su tesis “Sistema informático de gestión de pedidos y facturación para la empresa Oshiro Logística S.A.C., Huacho” de la Universidad San Pedro. Tuvo como objetivo, desarrollar un sistema informático web de los procesos de Gestión de pedidos y facturación además de una aplicación nativa para un dispositivo móvil en Android que fue parte del inicio de la gestión y reserva de pedidos. Fue de tipo aplicado y de nivel descriptivo; mientras el diseño investigativo fue no experimental de corte transversal. La población estuvo constituida por los trabajadores de la Distribución Oshiro Logística S.A.C. Por su parte, la muestra identificada fue 15 personas trabajadoras de dicha empresa. La técnica utilizada fue la metodología Extreme Programming, XP, las historias del usuario y proceso XP. Finalmente se concluyó, el diseño y construcción del sistema informático Gestión de pedidos y facturación a través de las historias de usuario y el testimonio de los flujos de la empresa que generaron mejorar en los procesos.

Carreño y Mesia (2019) en su estudio “Sistema Web para el proceso de control de pedidos para la Empresa Inversiones y Representaciones Trinidad S.A.C.” en la Universidad César Vallejo. El obtuvo general fue, determinar la influencia de un sistema web en la mejora del proceso de control de pedido en la empresa Inversiones y Representaciones Trinidad S.A.C. Tuvo un enfoque relevante en el tipo de investigación; aplicada, y el diseño de investigación; pre experimental. La población tomada en cuenta fue de 750 pedidos y la muestra de 254 pedidos agrupados por días; como instrumento se usó el fichaje. Como conclusión, después de la implementación del sistema web incrementó en 82% en los pedidos entregados a tiempo, y en el segundo indicador; el aumento del porcentaje de los pedidos

entregados completos en el proceso de control de pedidos de la empresa Inversiones y Representaciones Trinidad S.A.C., después de la implementación del sistema web incrementó en 78%, en los pedidos entregados completos.

2.1.3. Antecedentes Locales

Palomino (2020) en su estudio “Aplicación Web para la gestión de atención al Cliente en el Restaurante Quinta Waly de la ciudad del Cusco” de la Universidad Inca Garcilazo de la Vega. Tuvo como objetivo, desarrollar una aplicación web para la mejora de los procesos de digestión de atención al cliente en el Restaurant Waly de la ciudad de Cusco. El método utilizado fue el RUP, que establece las actividades y los criterios para construir un sistema desde el máximo nivel de abstracción (ideas) hasta el más concreto (software). Asimismo, el UML ofrece una perspectiva gráfica para presentar y documentar los modelos en cada iteración. La población y muestra fue determinado el Restaurante Quinta Waly de la ciudad del Cusco. La técnica utilizada fue la entrevista al administrador y análisis de documentación. Se concluyó que, la aplicación del sistema web mejora el proceso de gestión de atención al cliente en el restaurante Quinta Waly del Cusco.

2.2. Bases teóricas

El término de web, se remontó en 1945, cuando el director de la Oficina de Desarrollo e Investigación Científica (Estados Unidos) Vanner Bush escribió un artículo “As We May Think”, donde manifestó su preocupación sobre la deficiencia de sistemas para organizar y ordenar la gran cantidad de información que se disponía. La tecnología le permitió desarrollar una herramienta como suplemento de la memoria, llamada Memex, consistió en guardar información en microfilms, además creó vínculos entre documentos para reconocer fácilmente la información relacionada (Barnola, 2008). En ese sentido, se puede deducir que, ante la necesidad de guardar información, la web fue una de las herramientas que facilitó almacenar de manera adecuada, incluyendo la optimización de tiempo y dinero.

A medida que pasaba el tiempo, se podía apreciar el tráfico de la web a partir del año 1993 con 1% y se disponía con 500 servidores, sucesivamente 10 000, ocasionando que la cantidad de usuarios crezca más de 10 millones (Barnola, 2008). En síntesis, el crecimiento progresivo del uso de la web, permitió que se demande mayor cantidad de usuarios.

Respecto a la Gestión de pedidos, se estudió el modelo de la cadena de suministro según Krajewski et al. (2008) señalaron que, es una gestión estratégica que las organizaciones adoptan para recibir y cumplir los pedidos de los clientes, es decir la cadena de suministro es todo un conjunto de actividades que se ejecutan por una serie de procedimientos, satisfaciendo de forma directa o indirecta al cliente. En ese sentido, la cadena de suministro está en constante expansión, influyendo en la organización, coordinación y planificación empresarial y reflejando los cambios en el mercado impulsados por las nuevas oportunidades tecnológicas para mejorar los procesos. Cabe mencionar que, ante la existencia de altos niveles de competitividad, las organizaciones optan mitigar estas restricciones con la ayuda de la tecnología e innovación.

A partir de lo mencionado, el presente estudio enfatizó la gestión de pedidos, a través, de las actividades relacionadas con la recepción, aceptación, configuración, manipulación, consulta y archivo del pedido en cualquier etapa de su ciclo de vida. Históricamente la gestión de pedidos ha sido considerada como una prioridad empresarial, por ejemplo, en entornos de talleres mecánicos, otras preocupaciones parecían haberla relegado a un segundo plano (Manrique et al., 2019). Sin embargo, las nuevas demandas del mercado, como la personalización, la velocidad y la precisión en la respuesta al cliente, la competitividad y la eficiencia empresarial en todos los niveles, vuelven a resaltar la importancia de la gestión de pedidos.

2.2.1. Identificación y conceptualización de variables

2.2.1.1. Sitio Web

Para comprender el concepto, se inició por definir la web, como un elemento más visible que se puede encontrar en Internet, es considerado como un medio de comunicación y es de gran importancia hoy en día a nivel mundial, por lo que se afirman los pilares básicos de la sociedad de la información que Internet contribuye a la inclusión de todos en esta nueva sociedad, sin importar el conocimiento, la edad, el idioma, la ciencia, la tecnología, la cultura, la religión, el género y la discapacidad, todos pueden acceder a la web, tengan una discapacidad u otra (Santillán y Gusñay, 2020).

En otras palabras, Internet es una fuente de información accesible para todos y proporciona información gratuita sobre muchos campos y necesidades diferentes, ya sea de estudio, trabajo, noticias, negocios, entretenimiento u otros servicios.

Seguidamente se definió la aplicación web, que hoy en día es un medio de comunicación muy importante y para difundir información, se han creado aplicaciones de Internet que cuentan con interfaces web que generan contenido dinámico y permiten a los usuarios organizar, filtrar y presentar datos de manera ordenada y de acuerdo a sus necesidades (Berzal, et al., 2007) citado en (Santillán y Gusñay, 2020).

Debido a la tendencia creciente del consumo en los últimos años, las ventas de equipos de cómputo, programas, herramientas, aplicaciones y tipos de software también muestran una tendencia positiva. Esto permite que el sector, que atrae cada vez a más clientes, se expanda en beneficio tanto de los usuarios como de los clientes.

Según Talledo (2015), la aplicación de Internet es el software al que usan los usuarios para acceder a través del servidor web, a través de Internet o simplemente utilizando el navegador web, lo que permite que el sitio, la base de datos faciliten la gestión de la información y la dinámica en administración administrativa de tareas (Santillán y Gusñay, 2020).

Cubas y Vázquez Cubas y Vázquez (2019) explican que, un sitio web es una estructura de información y/o comunicación generada en el nuevo ámbito o espacio de comunicación (Internet), creado por la aplicación de las tecnologías de la información (tecnologías de creación, mantenimiento y desarrollo de los sitios web), que posee dos elementos fundamentales (acciones de los sujetos y contenidos) y en donde se plantean un conjunto de prestaciones que los usuarios que visitan dicho web pueden ejercitar para satisfacer una o varias necesidades que posean.

Por otro lado, el sitio web es un conjunto de archivos electrónicos y páginas Web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos, empleados por las instituciones públicas y privadas, organizaciones e individuos para comunicarse con el mundo entero. En el caso particular de las empresas, este mensaje tiene que ver con la oferta de sus bienes y servicios a través de Internet, y en general para ser eficiente sus funciones de mercadotecnia. (Vásquez, 2014).

2.2.1.2. Lenguajes de Sitio Web

De acuerdo con Cubas y Vázquez Cubas y Vázquez (2019) es importante diferenciar conceptos de HTML, HTML5, CSS, JavaScript, PHP y PHP y MySQL:

A. HTML

Conocido como (Hyper Text Markup Language) lenguaje de marcado para crear páginas web, este lenguaje utiliza etiquetas que actúan como unidades semánticas, contenido de texto envolvente (Martínez, 2002).

De acuerdo con Fuertes (2007) el HTML es definido como “un código estándar básico para la programación o creación de páginas web utilizando marcadores o tags en un documento de texto, su estudio permite comprender y aprender las herramientas de diseño web más avanzadas”. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que HTML no es un lenguaje de programación en sí, sino que es un lenguaje definido por el sistema “Hyper Text Markup Language”(Santillán y Gusñay, 2020).

B. HTML5

Esta es una nueva versión de HTML, que incluye nuevos elementos, atributos y comportamiento, incluidas tecnologías complementarias que proporcionan un mayor alcance para ambas partes web y aplicaciones, utilizados para escribir la web y utilizados en configuración con dos complementos nativos: CSS3 y JavaScript (Santillán y Gusñay, 2020).

C. CSS3

Son hojas de estilo cascada conocidos como “cascading style sheets” las cuales aseguran la gestión y diseño de elementos estructurales, tipográficos y visuales; estas hojas definen eficientemente la presentación de páginas y es un conocimiento fundamental que todo diseñador web debe manejar en la realización de sus actividades (Cubas y Vázquez, 2019).

D. JavaScript

Es un tipo de lenguaje de programación de “scripts” con secuencia en sus comandos y acercamiento a las cosas, posee características de sintaxis y modelo de objetos que le permite gestionar las interacciones basadas en eventos lo que se considera muy importante en un lenguaje de programación (Mazier, 2018) citado (Cubas y Vázquez, 2019).

E. PHP

PHP puede combinarse con MySQL y trabajar sin inconvenientes con bases de datos. En la actualidad esta última se utiliza con bastante frecuencia. Con respecto a las palabras claves, PHP comparte con la mayoría de lenguajes con sintaxis C las condiciones con “if”, los bucles con “for” y “while” y así también los retornos de funciones. Las sentencias en este tipo de lenguajes deben terminar con punto y coma (;) y una buena combinación con la base de datos MySQL (Rodríguez et al., 2018).

F. MySQL

MySQL es un sistema multiplataforma de código abierto que es un sistema de administración de bases de datos relacionales rápido, confiable y flexible que proporciona una ejecución rápida, flexible y segura de múltiples consultas, permite la validación basada en servidor (Rodríguez et al., 2018).

2.2.1.3. Beneficios de las aplicaciones web

Según, Valarezo, et al. (2018) las aplicaciones web deben brindar seguridad a los usuarios en base a criterios de seguridad integridad, autenticación, autorización y seguridad, porque toda la empresa que divulgan sus datos en Internet debe protegerlos cuidadosamente para ello se emplea personas muy profesionales para proteger las bases de datos que se crea.

- Aumentar horario personalizado.
- Mejorar la calidad de la información.
- Reducción del tiempo y los costos de desarrollo de tareas.
- Incrementar la base de conocimientos de los usuarios contribuyendo a una gestión eficaz.
- Ayudar a mejorar la gestión de la información en la empresa.

Según Molina et al. (2018) mencionan qué, la aplicación Web ha ganado popularidad debido a la extensión de su uso en el ámbito científico, cultural, académico, empresarial, etc. Puesto que, posee múltiples ventajas, como realizar todo tipo de operaciones, dejando de lado las aplicaciones de escritorio, por ejemplo: el sistema operativo es multiplataforma, las copias de seguridad son almacenadas en los servidores, no requiere instalación de programas solamente con el uso de navegador “internet”, el espacio ocupado por los datos está a cargo del servidor y de fácil uso, sin embargo, a medida que su crecimiento avanza, los problemas surgen y para mitigar se plantean

soluciones a su vez por los mismos creadores del aplicativo. En ese entender, la aplicación web tiende a caracterizarse versátil a los cambios que va teniendo la tecnología.

En la opinión de Redrován et al. (2018) confirman que el uso de la aplicación web permitió el acceso rápido para satisfacer las necesidades de los clientes y agilizar los procesos organizacionales. Por su parte Silva y Mercerat (2002) señala que, son adaptables a cualquier tipo de usuario por ser dinámicas e intuitivas. No obstante, cada aplicativo nuevo al inicio puede funcionar de manera exitosa o no también, es por ello que, se encuentran en mejora continua a medida que se somete al alcance de los usuarios.

2.2.1.3. Desarrollo de aplicaciones web

Santillán y Gusñay (2020) infiere que el método utilizado para crear una aplicación web consta de varios pasos que puede variar dependiendo del método utilizado. Según Del Valle (2009), la mayoría de los métodos incluyen pasos como:

- a) Diseño Conceptual: Esta sección define el alcance del problema, define los datos y establece relaciones.
- b) Diseño de Navegación: Define el acceso a la información y los permisos de los usuarios de visualizar.
- c) Diseño de presentación o diseño de interfaz: el énfasis está en la presentación de información en la interfaz de usuario.
- d) Implementación: se realiza la construcción del software tomando en cuenta los artefactos generados en las etapas anteriores.

Las empresas de software son el modelo de negocio más rentable en la actualidad ya que, día a día aumenta el número de personas que quieren contratar servicios de desarrollo de aplicaciones web para dispositivos móviles, tablets e incluso una con la capacidad de funcionar para todos estos medios al unísono, sin inconvenientes de implementación.

2.2.1.4. Importancia de WordPress

WordPress es un sistema de gestión de contenidos (CMS por sus siglas en inglés) de código abierto, ampliamente utilizado para crear y administrar sitios web y blogs. Se destaca por su facilidad de uso, flexibilidad y una amplia gama de características y funciones, lo que lo convierte en una opción popular tanto para principiantes como para usuarios avanzados.

La importancia de WordPress radica en varios aspectos:

- a) **Facilidad de uso:** WordPress ofrece una interfaz intuitiva y fácil de usar que permite a los usuarios crear y administrar sitios web sin necesidad de tener conocimientos técnicos profundos en programación o diseño web.
- b) **Flexibilidad y personalización:** Con miles de temas y plugins disponibles, WordPress permite a los usuarios personalizar y adaptar sus sitios web para satisfacer sus necesidades específicas. Desde sitios web simples hasta tiendas en línea complejas, WordPress puede adaptarse a una variedad de proyectos y objetivos.
- c) **Comunidad activa y soporte:** WordPress cuenta con una gran comunidad de usuarios, desarrolladores y expertos que ofrecen soporte, recursos y ayuda a través de foros en línea, grupos de usuarios locales, y eventos como WordCamps. Esto facilita el aprendizaje y la resolución de problemas para los usuarios de WordPress.
- d) **SEO (Optimización para Motores de Búsqueda):** WordPress está diseñado con características que facilitan la optimización para motores de búsqueda, lo que ayuda a mejorar el posicionamiento del sitio web en los resultados de búsqueda y atraer más tráfico orgánico.
- e) **Escalabilidad:** Desde pequeños blogs personales hasta grandes sitios web corporativos, WordPress es escalable y puede crecer con las necesidades de un proyecto a medida que aumenta su audiencia y funcionalidad requerida.

En resumen, WordPress es una plataforma poderosa y versátil que facilita la creación y gestión de sitios web de manera eficiente, lo que lo convierte en una herramienta importante para individuos, empresas y organizaciones en el mundo digital actual.

2.2.1.5. Sistemas de gestión de base de datos (SGBD)

Este sistema se define como un conjunto de programas que permiten el almacenamiento, modificación, y extraer información en una base de datos que proporciona herramientas para analizar, agregar, editar y eliminar datos. SGBD controla el acceso a la información, asegura su integridad, gestiona la frecuencia de acceso a las mismas y realizar copias de seguridad, ya que en la gestión empresarial las bases de datos

y los sistemas para gestionarlas son fundamentales y deben ser manejados con mucho cuidado (Espinosa y León, 2015) citado en (Rodríguez et al., 2018).

Por otra parte, según Ochoa (2014) , el sistema servidor SQL es un sistema de gestión de bases de datos que propone gestionar información empresarial con herramientas integradas. Sus ventajas son las siguientes:

- Procesamiento de transacciones.
- Soporte de procedimiento almacenado.
- Incorpora un ambiente gráfico para administración con el uso de comandos de Lenguaje Definición de datos “DDL” y Lenguaje de Manipulación de datos “DML” de manera gráfica.
- Posibilita trabajar de modo cliente-servidor, considerando que los datos y la información están alojados en el servidor y los terminales o clientes de la red solo están autorizados para acceder a la información.
- Permite administrar información de otros servidores de datos.
- El sistema introduce una versión abreviada (SQL Express Edition) teniendo en cuenta el motor de base de datos, pero diseñado para proyectos pequeños y distribuidos gratuitamente.

2.2.1.6. Tipos de Sitio web

Rodríguez et al Rodríguez et al. (2018) explica que, el sitio web es la unidad básica de información y/o comunicación que se genera en el entorno de Internet se compone de varias páginas que contienen texto, imágenes y enlaces relacionados con el mismo tema, para crear una de estas páginas es necesario utilizar tecnología de la información para crearla, mantenerla y desarrollarla, además trae una serie de beneficios para satisfacer las necesidades de acceso de los usuarios sitio web.

Para crear un sitio web completo y profesional es recomendable trabajar en ocho fases:

- Planeación del sitio web
- Recopilación de información e imágenes
- Manipulación y optimización de imágenes en un programa de diseño gráfico
- Creación del nuevo sitio en Dreamweaver

- Diseño de las páginas web
- Integración de contenido en las páginas
- Agregar interactividad o navegación
- Prueba de depuración (Zepeda, 2007)

A. Sitios estáticos

La página web estática se considera como una red donde toda la información está contenida en páginas HTML, este sitio web es independiente y los datos están en páginas HTML, por lo que, si los usuarios quieren cambiar o actualizar información, tienen que trabajar con páginas HTML (Aubry, 2018). Entonces, el usuario accede al navegador HTTP para ver los archivos del documento HTML.

B. Sitios dinámicos

Una página dinámica se define como una página donde parte o toda la información que se muestra en la pantalla, se almacena en una base de datos: Proporciona información, al mismo tiempo que le permite administrar correctamente, para ejecutar este tipo de servicio se necesita tres servidores: un servidor web, un servidor de base de datos y un servidor de aplicaciones (Aubry, 2018) .

2.2.1.7. Arquitectura, ubicación y navegación de sitio web

Refiere a la ruta o guía por donde el cliente pueda explorar, saber dónde están, confiar en su objetivo y saber si pueden regresar con facilidad. La satisfacción del cliente, depende de la organización de la información y que el diseño de controles de navegación sea coherente (Solórzano, 2004).

Según Solórzano (2004) existen algunos diseños, en las que, usualmente se puede observar, a continuación, se muestran:

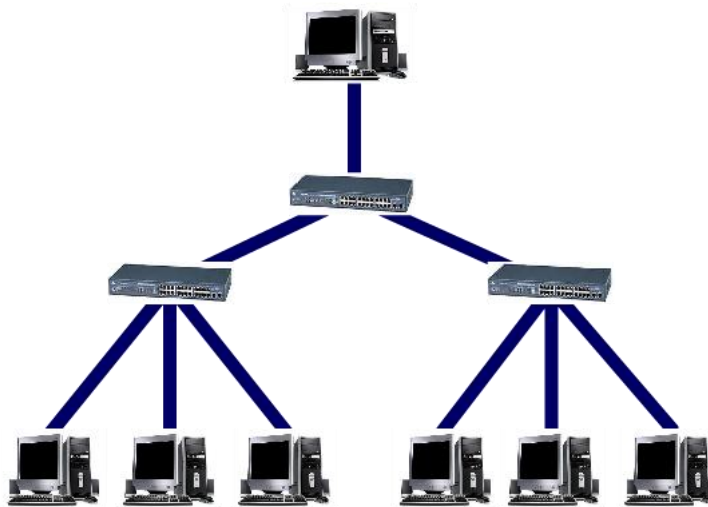
A. Diseño red o árbol

El número, dirección y organización de estos enlaces determinan la arquitectura de la información del sitio. El diseño de la arquitectura de un sitio requiere un cuidadoso equilibrio entre la facilidad de acceso y la necesidad de crear categorías y subcategorías de información para beneficio del usuario.

Los árboles proporcionan un modelo ideal para información estructurada, aunque a menudo son demasiado inflexibles para servir como único soporte para la navegación. Además, si tiene éxito, estos enlaces serán limitados en número, conducirán sólo a páginas clave para la navegación y evitarán cuidadosamente la confusión en la jerarquía del sitio.

Figura 1

Diseño árbol



Nota: (Solórzano, 2004)

B. Mapas de sitio

Cuando los usuarios o clientes llegan por primera vez a un sitio, no sabrán su tamaño, contenido u organización; Además, es necesario tener una idea del terreno que se atraviesa, saber qué zonas del sitio existen y cómo se relacionan. Los mapas son muy útiles en los sitios web, puesto que, pueden transmitir el tamaño de un sitio de un vistazo, mostrar subcategorías debajo del encabezado de la sección principal y proporcionar una ruta útil para los usuarios que desean navegar por la extensa jerarquía de un sitio sin perder su ubicación. Finalmente, puede adoptar muchas formas: una lista tipográfica, un esquema, una combinación de ambos o incluso una secuencia animada.

Figura 2

Mapas de sitio



Nota: (Solórzano, 2004)

C. Página inicial

Una página de inicio o de apertura puede marcar la pauta para toda la publicación e introducir a los usuarios o clientes en la estructura y los métodos del sitio. Algunos sitios incluyen una tabla de contenido o un índice limitado en la primera página.

La elección del sitio adecuado para el lanzamiento puede depender de varios factores: la naturaleza de la información del sitio; la frecuencia con la que los visitantes regresan al mismo; Frecuencia de cambios en la información del sitio.

En sitios conocidos y visitados con frecuencia no hay espacio ni necesidad de una página; en cambio, los usuarios son recibidos con una página de contenido estrecha y manejable que les permite comenzar a extraer información de inmediato.

Figura 3

Página inicial



Nota: ((Solórzano, 2004)

D. Referencias cruzadas

Una encuesta interactiva pregunta a los lectores su opinión sobre un tema controvertido planteado en el texto principal. También existen lugares para conversaciones (salas de chat), foros de mensajes electrónicos (tablón de anuncios) y enlaces externos al sitio web. Mantener enlaces fuera del artículo anima a los lectores a seguir adelante y buscar información relacionada por separado. (Solórzano, 2004)

E. Vínculos con códigos de color

El color es una de las señales más comunes y eficientes para activar enlaces de texto en los que se puede hacer clic. En los primeros días de la web, el color de los enlaces de texto estaba determinado únicamente por la configuración del navegador y estaba fuera del control del diseñador. Aunque algunas personas todavía defienden un color predeterminado y sin modificar para los enlaces de texto, aplicar color al texto es una de las pocas variables tipográficas disponibles para que los diseñadores gráficos le den vida a una página. (Solórzano, 2004)

F. Formato HTML básico (lenguaje de Marcado de hipertexto)

El contenido HTML (lenguaje de marcado de hipertexto) se presenta en un flujo lineal, y cada página web esencialmente fluye hacia la ventana del navegador

de manera lineal, de arriba a abajo. Esta calidad de transmisión de una página web influye en gran medida en el diseño de HTML, que es una forma de lenguaje de marcado, un enfoque para describir el diseño de una página incorporando código de formato directamente en el contenido de la página. (Solórzano, 2004)

G. Estructuración con tablas

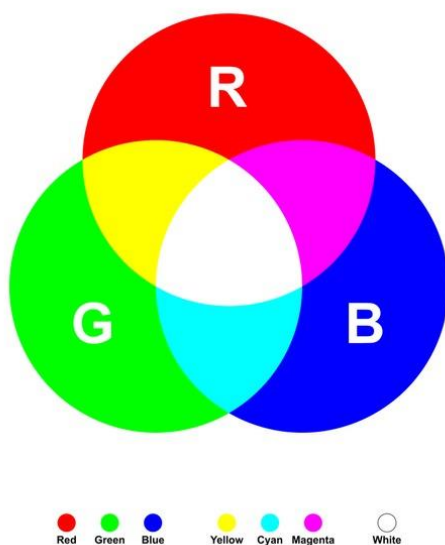
Las tablas HTML nunca tuvieron la intención de ser herramientas de diseño de propósito general. La mayoría, si no todas, las propiedades de las tablas se basan en este uso. Dos propiedades de las tablas llevaron a su desarrollo como herramientas de diseño de páginas: primero, las celdas se podían ajustar a cualquier tamaño; por lo tanto, las tablas podrían ocupar una página completa. (Solórzano, 2004)

H. Color en el web

Pero con tantas diferencias sutiles entre marcas y configuraciones de computadora, a los diseñadores web les resulta difícil predecir cómo aparecerá su trabajo en las máquinas de diferentes usuarios. Dado que existe poca estandarización en las computadoras, existen ciertas técnicas y tecnologías disponibles que pueden hacer que esto suceda.

Figura 4

Color en el web



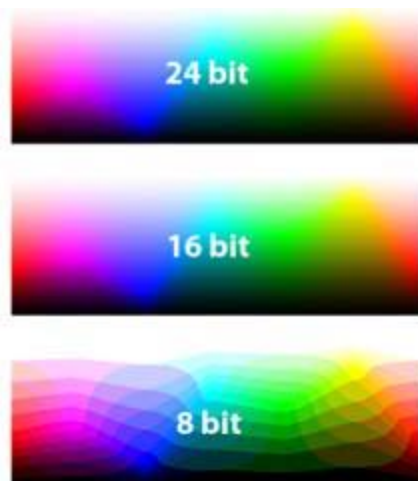
Nota: ((Solórzano, 2004)

I. Profundidad de color

Las imágenes en color en una computadora vienen en dos tamaños estándar: 24 bits o “color verdadero” y 8 bits o “color indexado”. Las imágenes en color verdadero contienen píxeles descritos como intensidades de colores primarios aditivos: rojo, verde y azul. Estas descripciones de color corresponden exactamente a las de un monitor de computadora, lo que permite mostrar una imagen de 24 bits con absoluta precisión.

Figura 5

Profundidad de color



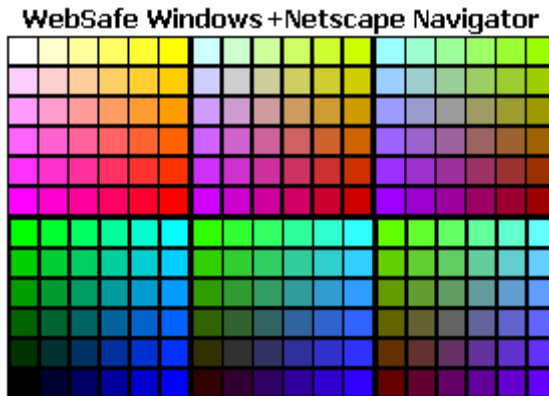
Nota: (Solórzano, 2004)

J. Paletas seguras del sistema

Cuando se descarga una imagen que contiene una imagen desde una red en una máquina con solo 8 bits de color, la imagen debe mostrarse usando la paleta del sistema informático. En respuesta a esta situación, los diseñadores web confían en paletas que sólo utilizan colores comunes en las paletas de los sistemas Mac y Windows. Conocida como “Netscape Color Cube” o “paleta 6x6x6”, esta colección de 216 colores se ha convertido en el estándar de color para la Web.

Figura 6

Paletas seguras del sistema



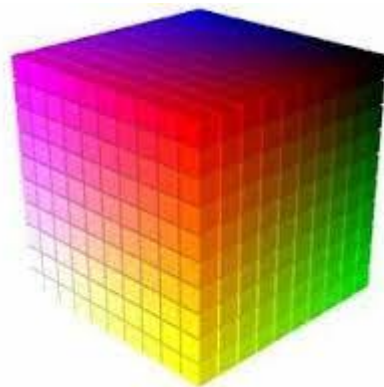
Nota: (Solórzano, 2004)

K. El cubo de colores

Cada tarjeta es idéntica en las unidades de mezcla de colores utilizadas para identificar colores. Estos dispositivos y paquetes de software a menudo pueden definir el color en diferentes unidades, por lo que es una buena idea pensar en colores seguros para la web en diferentes formatos.

Figura 7

El cubo de colores



Nota: (Solórzano, 2004)

L. Escala hexadecimal

Al especificar colores en el lenguaje web HTML, se requieren aún más números orientados al lenguaje de máquina.

El número 16, el sistema numérico hexadecimal, también es la base para definir el color del tipo web, el color de fondo y algunas características de las

estructuras de formato web, como tablas y campos. Si bien los sistemas de diseño web interactivos pueden evitar que los usuarios tengan que luchar con este formato, la mayoría de los diseñadores quieren poder trabajar directamente con el código HTML subyacente y editar el color. Esta es una forma de representar números en base 16 en lugar del sistema habitual de 10. (Solórzano, 2004)

2.2.1.8. Sistema de gestión de pedidos

Un pedido representa la solicitud del cliente a la empresa e incluye toda la información necesaria para su correcta ejecución. Esta información abarca datos sobre el cliente, detalles del producto o servicio requerido (descripción, modelo, calidad, planos, especificaciones técnicas, etc.), cantidad, ubicación y fecha de entrega, así como el precio. Una vez que el pedido ha sido validado y la empresa ha aceptado servirlo en condiciones acordadas, se convierte en un documento "contractual", y cualquier incumplimiento de las condiciones establecidas puede generar costos para la parte infractora, en forma de compensación, y dañar su reputación de cara a futuras relaciones comerciales. (Alarcón et al., 2005)

Respecto a la gestión de pedidos, refiere a todas las actividades asociadas con la recepción, aceptación, configuración, manipulación, consulta y almacenamiento del pedido en cualquier fase de su ciclo que corresponda (Alarcón et al., 2005). Además, consta de realizar un seguimiento y almacenamiento a cada actividad y verificación del cumplimiento con la demanda de los pedidos.

De acuerdo con Shapiro et al. (1992) citado señalaron que "durante el ciclo de vida del pedido, cada vez que se maneja el pedido, se está manejando al cliente; es decir cada vez que el pedido se descuida, el cliente se siente descuidado." De esto se deduce que el proceso de gestión de pedidos es crucial para lograr un nivel adecuado de cumplimiento de pedidos y satisfacer las necesidades de los clientes, asegurando así la base de clientes de la empresa, que suele ser la principal fuente de sustento para las empresas.

Rodríguez et al. (2018) explica que, un sistema de gestión de pedidos (OMS) es una forma digital de gestionar el ciclo de vida de un pedido. Realiza el seguimiento de toda la información y los procesos, incluyendo la entrada de pedidos, la gestión del inventario, la tramitación de pedidos y el servicio pos-venta. Asimismo, el autor infiere que la OMS ofrece visibilidad tanto para la empresa como para el comprador. Las

organizaciones pueden tener insights (perspectivas) casi en tiempo real de los inventarios y los clientes pueden comprobar cuándo llegará un pedido (International Business Machines, 2022).

2.2.1.9. Etapas en la gestión de pedidos

Burgos, (2015) infiere que, se tienen 5 etapas muy diferenciadas en la gestión de pedidos y son los siguientes:

- a. Entrada de pedidos: Esta etapa se da inicio cuando el cliente expresa el pedido y finaliza cuando el pedido queda registrado y/o aceptado por el comprador.
- b. Comprobación de existencias: Es el método que realiza la empresa con la que comprobará si dispone de las existencias suficientes para asegurar la entrega del pedido en el plazo estipulado.
- c. Priorización de pedidos: Los pedidos son priorizados según el tipo de cliente, este proceso se realiza en base a la segmentación de clientes.
- d. Preparación de pedidos: En esta etapa se selecciona el origen del pedido, se selecciona el almacén o centro de distribución más adecuado para el pedido en cuestión.
- e. Envío y/o entrega: Se da inicio con la selección de medio para el transporte del producto para llegar a la entrega al cliente en las condiciones pactadas.

2.2.1.10. Sistema de gestión de pedidos

Rodríguez et al. (2018) explica que se denomina así al software encargado de gestionar todo el proceso que conlleva la realización de un pedido desde que el cliente realiza el pedido hasta que la empresa entrega el producto pactado. Gracias a un Sistema de Gestión de Pedidos en la empresa la fuerza de ventas puede comprobar en todo momento la disponibilidad de producto. (Price Waterhouse Coopers, 2014).

2.2.1.11. Beneficios del sistema de gestión de pedidos

Según Cruz (2018) explica que los beneficios de la gestión de pedidos son los siguientes:

- Automatizar los procesos, Un sistema de gestión de pedidos envía notificaciones sin tener que gestionarlas de forma manual.

- Catálogo en línea, disponen de un catálogo on-line compuesto por especificaciones de cada producto o servicio, imágenes, precios y atributos.
- Buscar y comparar, incorporan herramientas de búsqueda avanzada y opciones de comparar productos.
- Una interfaz muy intuitiva, cuentan con una interfaz muy intuitiva que te permite navegar con facilidad por el catálogo en línea.
- Un control total, permiten tener todos los pedidos organizados y realizar seguimiento de su estado.

2.2.1.12. Administración en restaurantes

Un restaurante debe estar zonificado con coherencia; contar con un esquema de funcionamiento y los equipamientos necesarios, con unos criterios arquitectónicos adecuados, cumpliendo la seguridad alimentaria, la ergonométrica y la eficacia de la organización, en un contexto sostenible, de reciclaje y de eficiencia energética, respetando las tradiciones y abriéndose a las nuevas tecnologías (Puyuelo et al., 2017).

Los establecimientos de comida son locales comerciales que han adquirido importancia debido al hábito de comer fuera de la casa, en los últimos años las ventas en los restaurantes han aumentado y debido a la competitividad y constante evolución es necesario una buena administración del lugar por parte de la persona encargada para ofrecer a los consumidores productos novedosos que se diferencien de la competencia y permitan generar mayor utilidad (Flores, 2013) referenciada en (Cubas y Vázquez, 2019).

2.2.1.13. Aplicaciones web en establecimientos de comida

La tecnología actual permite a los establecimientos de comida ofrecer a los clientes y administradores una aplicación web como herramienta para equilibrar la atención, gestionar las ventas, dinamizar la oferta de este servicio, mantener un control de inventario y un orden en los productos y equipos necesarios, y facilita la organización del menú con platos especiales y al gusto del cliente (Burgos, 2015).

Cubas y Vázquez Cubas y Vázquez (2019) infieren que las aplicaciones web ofrecen automatización en los establecimientos de comida y bebida, brindando la posibilidad de administrar las ventas de manera efectiva, llevar un adecuado control de precios de cada plato ofertado, registrando las preferencias de las personas y a su vez indicando la utilidad que están arrojando las ventas en un determinado periodo de tiempo.

Los establecimientos de comida en su mayoría son administrados por los propietarios, por lo que una aplicación web contribuye a gestionar la información de manera apropiada, ya que ahorra tiempo, dinero y recursos humanos ya que los procesos se realizan de manera eficiente y rápida, este tipo de aplicaciones genera información confiable de ventas, clientes y productos. (Flores, 2013)

La gestión de ventas en los establecimientos de comida mediante una aplicación web permite automatizar los procesos, mejorar la atención a los clientes, conocer las preferencias de los platos, registrar las sugerencias para innovar constantemente los productos, diseñar promociones para ganar clientes, controlar las ventas semanales, mensuales y anuales, generar reportes de ventas y clientes (Pesantez, 2017).

2.2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1*Matriz de operacionalización de variables*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable Independiente: Sitio web	El sitio web es aquel que los usuarios pueden utilizar accediendo a un servidor web mediante un navegador, un software que se codifica en un lenguaje soportado por los navegadores web (Li, 2016).	Sistema que sirve para gestionar los pedidos; como facturas, controlar los materiales, gestionar los pedidos entregados y por entregar; controlar la elaboración de cada pedido, obtener reportes del estado de cada pedido en cuanto su elaboración hasta la entrega.	Seguridad del sitio	-Confidencialidad de la información -Integridad de la información -Disponibilidad de información -Autenticidad -Integridad	Escala de likert (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Neutro (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
			Accesibilidad	-Tiempo de velocidad de carga -Tiempo promedio de búsqueda	
			Usabilidad	-Comodidad de uso del sitio web. (Facilidad de navegabilidad). -Cantidad de clientes de acuerdo con el diseño de interfaz. -Operabilidad	
Variable Dependiente: Gestión de pedidos	Es una forma digital de gestionar el ciclo de vida de un pedido. Realiza el seguimiento de toda la información y los procesos, incluyendo la entrada de pedidos, la gestión del inventario, la	Conjunto de pasos que se realiza con el fin de obtener y mantener a los clientes satisfechos con los pedidos que solicitan brindándoles calidad en los productos y	Planificación de pedidos	- Tiempo para registrar pedidos de compra - Tiempo para programación de pedidos.	Escala de likert (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo
				-Tiempo para entrega de órdenes de compra	

	<p>tramitación de pedidos y el servicio pos-venta. Las organizaciones pueden tener insights casi en tiempo real de los inventarios y los clientes pueden comprobar cuándo llegará un pedido. (International Business Machines, 2022).</p>	<p>entregándolos completos. El proceso inicia con la solicitud del pedido, luego seguimos con la elaboración del pedido hasta la entrega del mismo y el cobro del pedido.</p>	Entrega de pedidos	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de pedidos generados -Pedidos realizados satisfactoriamente - Pedidos entregados a tiempo. -Cantidad de reportes de ventas 	<p>(3) Neutro (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo</p>
			Aceptación del cliente	<ul style="list-style-type: none"> -Disposición de los clientes para utilizar -Frecuencia de uso -Cantidad de clientes nuevos registrados -Cantidad de clientes potenciales 	

Nota. Elaboración propia.

2.3. Marco conceptual

- a) **Accesibilidad.** - Se refiere al conjunto de estrategias, recomendaciones y recursos que hacen que la web sea o no accesible, considerando a las personas con discapacidades visuales y/o auditivas y el acceso a los contenidos de la web mediante el uso de dispositivos de capacidad limitada, teléfonos móviles. (Fernández et al., 2013)
- b) **Posicionamiento.** - Es el proceso para mejorar el lugar que ocupa una web en los listados de resultados naturales, orgánicos o no remunerados de los buscadores de forma ética. (Fernández et al., 2013)
- c) **Usabilidad.** - Es la facilidad de la web para ser usada y alcanzar los objetivos propuestos de forma eficiente, rápida, agradable, atractiva y sin errores. Para dicha facilidad se estudian aspectos como la actualización del sitio web, la adecuación de la URL, identidad de la institución y el uso de elementos multimedia como imágenes, íconos y metáforas. (Fernández et al., 2013)
- d) **Cliente servidor.** - Es la relación de dependencia entre un punto proveedor y otro solicitante de datos, bajo determinadas características y tiempos previstos. (Guevara, 2018)
- e) **Interactividad.** - Es la relación comunicativa bidireccional que se establece con otros individuos o con el propio mensaje. Existen distintos tipos de interacciones a través de la web, como consumidor-mensaje, consumidor-marketer y consumidor-consumidor, relacionado con el WOM. (Fernández et al., 2013)
- f) **Pedido.** - Es un encargo hecho a un proveedor, fabricante o comerciante de un bien o servicio de manera formal y contractual que devenga en una obligación de provisionamiento. (Guevara, 2018)
- g) **Aceptación.** - Es la adopción de confianza hacia un sitio web, atracción a nuevos usuarios. También se puede decir que, es el consentimiento positivo de la persona que quiere adquirir un bien o servicio. (Alarcón y Gómez, 2010)
- h) **Eficiencia.** - Es la administración de recursos de manera equitativa, es decir cada recurso utilizado es aprovechado en simultáneo y sin merma alguno y menores costos.
- i) **Consolidación.** - Es una acción conducente a transformar un estado de cosas a otro con carácter de reducción hacia determinado objetivo, propósito o característica. (Guevara, 2018)

- j) Contenido.** - Es el modo de escribir diferente, ya que los usuarios consumen la información de un modo diferente dentro de una plataforma web (Pezantes, 2017).
- k) Desarrollo.** - Se refiere a los aspectos técnicos del proyecto, la industria del diseño web evoluciona rápidamente y es importante que el gestor del portal tenga una visión de las oportunidades que existen para mejorar su portal (Pezantes, 2017).
- l) Cliente.** - Dícese de una persona natural o jurídica que a cambio de un pago recibe un bien o servicio de un proveedor de acuerdo a determinadas características.
- m) Sistema de información.** - Es un conjunto de personas, actividades, tecnología, redes y datos integrados entre sí con el propósito de realizar operaciones de una empresa para satisfacer necesidades de información durante el proceso de toma de decisiones en la empresa (Guevara, 2018).
- n) Automatización web.-** Es el proceso conducente a la generación de código de programación empleado por las computadoras para ejecutar acciones previstas por la lógica operacional del ser humano (programador) (Guevara, 2018).

CAPÍTULO III. Diseño metodológico

3.1. Tipo de la investigación

Esta investigación fue de tipo aplicada, debido a que se resolvieron problemas de forma práctica, implementando una página web para el restaurante Cangrejo Rojo. Citando a (Universidad Tecnológica del Perú, 2020) define al tipo de investigación aplicada recibe también el nombre de práctica o empírica, puesto que, utiliza los conocimientos que se adquieren.

3.2. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, debido a que se empleó el uso de la información mediante la recolección de datos, para probar la hipótesis con base a una medición numérica, y el análisis estadístico descriptivo e inferencial que permitió conocer y establecer pautas de comportamiento y contrastar teorías. Según, Hernández y Mendoza (2018) definen el enfoque cuantitativo que tiene por objetivo, cuantificar las variables y medir por medio de la estadística.

3.3. Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación fue no experimental de corte transversal, ya que los datos se obtuvieron directamente del grupo de los individuos a investigar, asimismo, el estudio se centra en la realidad donde ocurren los hechos. Por otro lado, lo de transversal es porque se obtuvo información del objeto de estudio en un contexto y tiempo determinado. En ese sentido, Hernández y Mendoza (2018) sustentan que, la investigación no experimental es un estudio que se realiza sin la manipulación intencionada de las variables y donde solo se observa a los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

3.4. Alcance de investigación

El estudio fue de alcance correlacional causal según Hernández y Mendoza (2018), debido a que, se miden las variables, se entienden y evalúan de manera estadística la influencia de una variable sobre la otra. En ese sentido, el presente estudio, buscó la relación a través de la influencia de la implementación de sitio web en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo de Quillabamba, La Convención.

3.5. Población, muestra

3.5.1. Población

Para Arias, (2016) una población es un conjunto finito o infinito de elementos con propiedades comunes, de las cuales emergen las conclusiones de la investigación. Así mismo quedan enmarcadas por el problema y los objetivos del estudio de investigación. Para Hernández y Mendoza (2018) señalan que, la población comprende el universo constituido por elementos con algunas características en común.

En ese entender, la población para el presente estudio, estuvo constituida por un conjunto finito de elementos, representado por los clientes que más concurren al establecimiento, asimismo, se tuvo en cuenta al gerente de dicho establecimiento “El Cangrejo Rojo” de la ciudad de Quillabamba siendo un total de 51 personas. A continuación, se muestra en la tabla la población total para el estudio.

Tabla 2

Población de estudio

Individuo	Número total
Gerente General	1
Clientes fijos	50
Total	51

Nota. Elaboración propia.

3.5.2. Descripción de la muestra

Según Hernández y Mendoza (2018) señalaron qué, la muestra refiere grupo pequeño de la cantidad poblacional con atributos comunes. En la presente investigación, la cantidad de muestra fue calculado por la muestra censal, según López y Fachelli (2015) definen la muestra censal como la relación exhaustiva de todas las unidades poblacionales (p.10). Es decir, se refiere a la cantidad total de las unidades poblacionales, en ese entender, se consideró la muestra, a la totalidad de la población, puesto que es un número pequeño.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnica

La técnica que se utilizó en esta investigación fue la encuesta, debido a que permitió recabar respuestas de la muestra. Basado en la definición de (Hernández y Mendoza, 2018) explican que la encuesta es un método que permite recopilar los datos primarios mediante un conjunto de preguntas, previamente diseñadas, respecto a las variables a medir.

3.6.2. Instrumento

El instrumento empleado en la investigación fue el cuestionario de preguntas, éstas están construidas a partir de los indicadores.

Tabla 3

Herramienta empleada en la investigación

Técnicas	Instrumentos	Elementos de la población	Finalidad
Encuestas	Cuestionario con preguntas	Clientes/gerente	Conocer como es la comunicación entre cliente y gerente.

Nota. Elaboración propia.

3.7. Técnicas de procesamiento de datos

La recopilación de información y datos fue un proceso organizado y sistemático que respalda la información refleje la situación en estudio, por lo tanto, dé respuesta a los objetivos de la investigación. Para efectos de la presente investigación, se aplicó la técnica de procesamiento y análisis que son las siguientes:

- Primero paso, se tiene a la entrada, que comprende la disposición de la base de datos.
- Segundo paso, se realizó la tabulación y limpieza de los datos.
- Tercero paso se tiene el proceso, que comprende la selección del programa a emplear para la ejecución pertinente, en este caso se aplicará el uso del Software MiniTab versión 21.03.
- Cuarto paso se tiene la salida, donde se presentó el análisis de los resultados mediante cuadros, figuras y otros.

3.8. Procedimiento de procesamiento de datos

El presente estudio presentó dos etapas del procesamiento de datos los cuales fueron:

Primero: Análisis de datos con apoyo de la estadística comprende los siguientes procesos:

- Primero paso, recopilación de datos o información primaria respecto a los clientes del restaurante “El Cangrejo Rojo”.
- Segundo paso, vaciado de datos en MS Excel 2019, se registró los datos recopilados debidamente codificados.
- Cuarto paso, obtención de la estadística descriptiva por medio del programa SPSS Versión 25 y se generan tablas como gráficas.
- Quinto paso, obtención de la estadística inferencial por medio del programa SPSS Versión 25 y se generaron tablas y gráficas para dar a conocer las contrastaciones de las hipótesis planteadas.
- Sexto paso, interpretación de resultados, se describieron los resultados tal como se muestran en las tablas y figuras, tanto las descriptivas como inferenciales.
- Séptimo paso, se realizó las discusiones de resultados, conclusiones y recomendaciones.

3.9. Confiabilidad y validez

“La confiabilidad se refiere al grado de consistencia que otorga un instrumento para medir de modo preciso y sin error aquello que se desea medir” (Salinas y Cárdenas, 2009 p. 148). Por ello, este estudio empleó el coeficiente Alfa de Cronbach para evaluar el cuestionario de preguntas y, medir la consistencia interna entre preguntas del cuestionario. Por consiguiente, para obtener la confiabilidad a través del Alfa de Cronbach se usó el software estadístico SPSS versión 25. Los valores obtenidos se interpretaron a través de la escala de valores.

3.10. Implementación de sitio web

Implementación de un sistema web, los pasos para el desarrollo de sistema web fueron los siguientes:

A. Adquisición del servicio de Hosting (infraestructura tecnológica)

Para el desarrollo del proyecto, la adquisición del servicio de hosting (alojamiento web) fue de gran importancia debido a su función fundamental en la infraestructura del sitio web. El hosting sirve como la base técnica sobre la cual se construye y opera el proyecto en línea. Proporciona el espacio de almacenamiento necesario para los archivos del sitio web, como páginas HTML, imágenes, videos y bases de datos. Además, el hosting asegura que el sitio web esté accesible en Internet las 24 horas del día, los 7 días de la semana, permitiendo que los usuarios lo visiten desde cualquier lugar y en cualquier momento. En resumen, el hosting es esencial para alojar y publicar el contenido del proyecto en la web, brindando la infraestructura necesaria para su funcionamiento continuo y su accesibilidad global.

B. Diseño y desarrollo del Prototipo

Para el desarrollo prototipo del sistema web se ejecutaron tres de las cuatro etapas planteadas en la metodología de desarrollo ágil de software, Xtreme Programming, a saber: Planificación, diseño y codificación.

Esta metodología fue la escogida para este proyecto debido a que está enfocada al desarrollo de un producto o prototipo viable en el menor tiempo posible, siendo un método que se adapta a equipos de trabajos reducidos y a los cambios constantes de requerimientos. Teniendo en cuenta lo anterior mencionado se procedió a detallar cada una de las etapas

C. Planificación

Esta actividad conllevó a la realización de las historias de usuario, luego se tomó estas historias para modelar los requisitos del sistema. Además, durante esta etapa se definió las tareas, se estimó los tiempos y se debatió la factibilidad del proyecto.

D. Diseño

En esta etapa se realizó un prototipo (Mock Up) para ejemplarizar el funcionamiento del sistema y cómo los usuarios, según su rol, interactuarán con este. La creación de un prototipo es de gran ayuda ya que define en primera medida lo que será el resultado final del proyecto, siendo una guía importante a la hora de llegar a la etapa de codificación.

E. Codificación

Para la codificación del sistema se escogieron las siguientes tecnologías: PHP como lenguaje de programación principal, debido a la experiencia del equipo con el lenguaje y también a las facilidades que ofrece éste junto al sistemas de gestión de contenidos (CMS) WordPress, puesto que juntos permiten que la codificación del sistema sea mucho más ágil, segura, ordenada y eficiente, gracias a las buenas prácticas con las que se trabaja dicho CMS.

Del lado del cliente como framework frontend se utilizó la plantilla DIVI, es un constructor visual de bloques para la creación de interfaces de usuario, pues este ofrece una serie de componentes listos para utilizar y que permiten que el usuario tenga una experiencia de uso fácil, sencilla y amigable.

La etapa de codificación tuvo un proceso por módulos, es decir; se definieron los módulos a desarrollar y los requerimientos de cada uno de ellos, partiendo de eso, se fue desarrollando uno a uno los módulos del sistema, por ejemplo: el módulo de usuarios, roles y permiso, autenticación, servicios y formulario de contactos.

Donde:

>0.9, nivel elevado de confiabilidad

>0.8 o superior como confiable

0.7 - 0.6, confiabilidad inaceptablemente baja

Tabla 4

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,837	51

Nota. Elaboración propia.

De la tabla, se puede inferir que, el valor de Alfa de Cronbach fue de 0,837; lo que significa de acuerdo a la interpretación de Alfa de Cronbach, es confiable.

Validez

La validez se realiza por medio del juicio de expertos, ya que, mientras más expertos evalúen la encuesta y su instrumento el cuestionario, para la recolección de datos será mejor y el juicio de expertos sirve para comprobar la validez de los ítems con un criterio determinado y previamente establecido. En ese entender, Hernández et al. (2018) señalan que, el juicio de expertos sirve para comprobar la validez de los ítems con un criterio determinado y previamente establecido.

3.11. Diagrama de funcionamiento

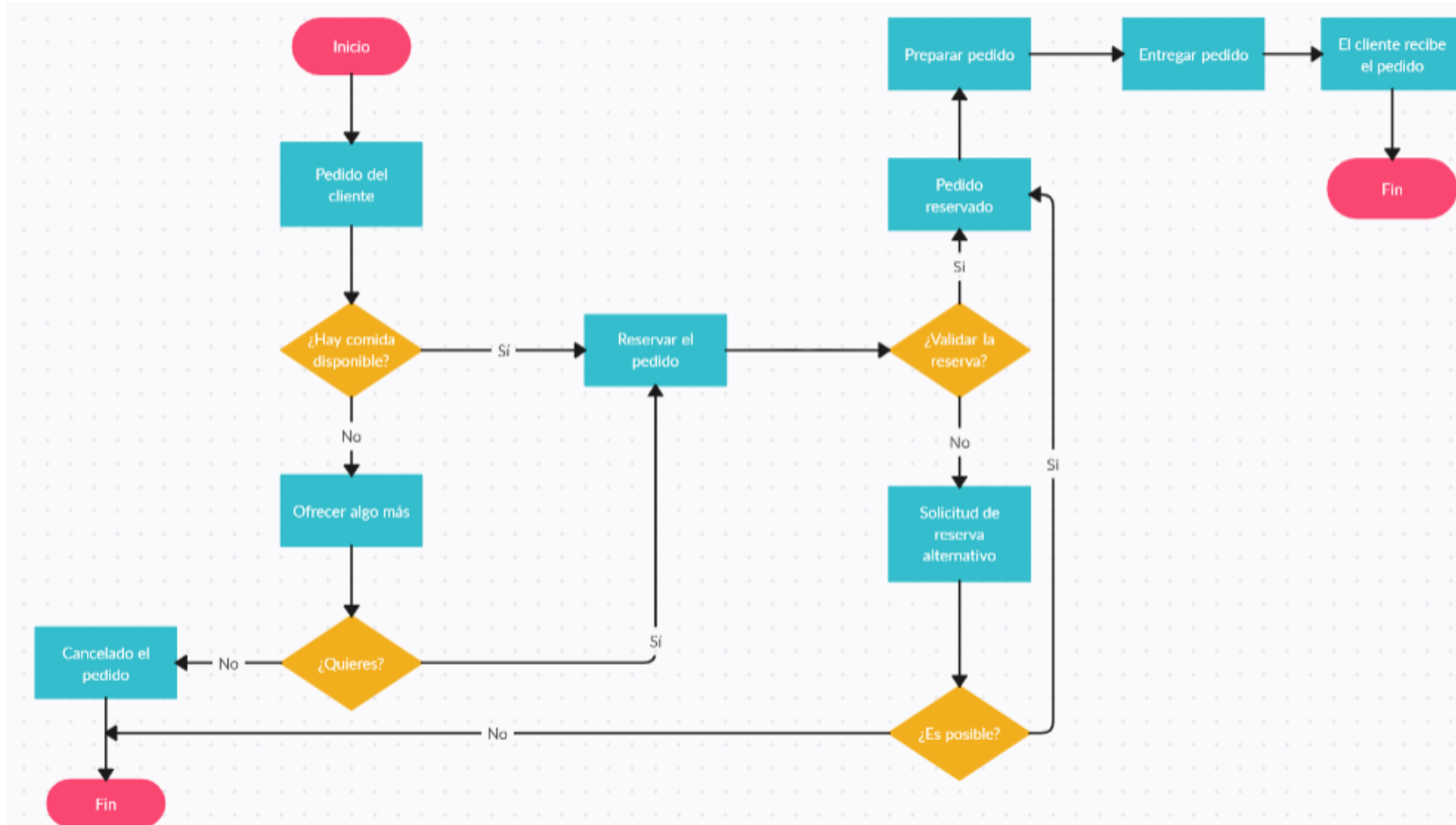
El diagrama de funcionamiento señala todas las actividades desde un inicio hasta el final de la gestión de reserva de pedidos, en este caso, se demostró el proceso de registro de pedidos en el restaurante Cangrejo Rojo, que a continuación se presenta en la figura 8.

3.12. Tablas de base de datos

La imagen ilustra la herramienta de Phpmyadmin que se utiliza para la administración de bases de datos MySQL y Mariadb a través de una interfaz web. Es ampliamente utilizada debido a su facilidad de uso y porque permite a los usuarios realizar tareas administrativas de bases de datos sin necesidad de usar la línea de comandos (ver la figura 9).

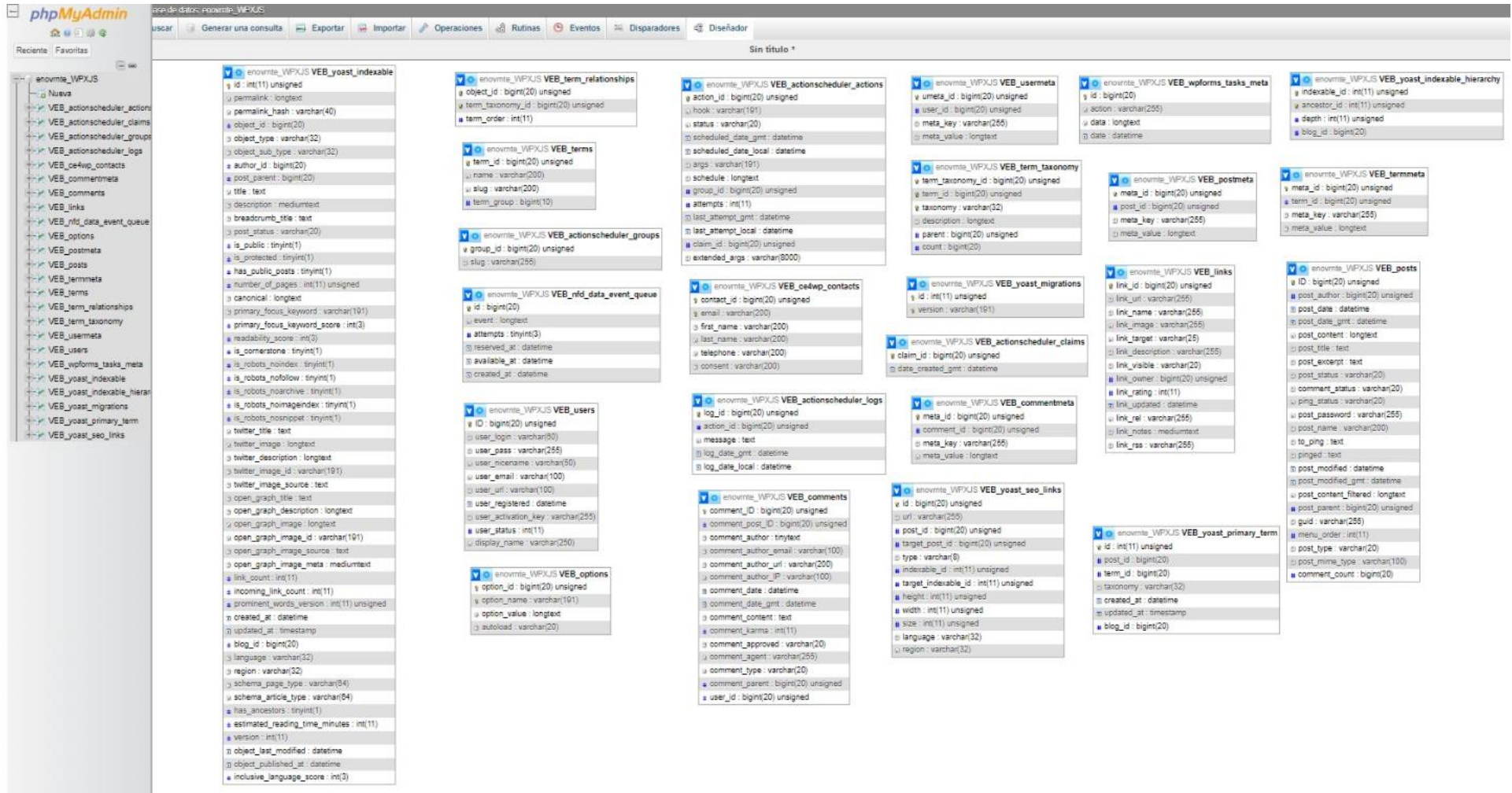
Figura 8

Diagrama de funcionamiento de la Gestión de pedidos



Nota. Elaboración propia

Figura 9
Tablas de base de datos



Nota. Elaboración propia

3.13. Código fuente

El código fuente de un proyecto web es el conjunto de instrucciones escritas en uno o más lenguajes de programación que definen cómo se comporta y se muestra un sitio web. Esencialmente, es el ADN de una página web, que incluye:

- HTML (HyperText Markup Language): Su utilidad es para la estructura y contenido de la página.
- CSS (Cascading Style Sheets): Su uso sirve para la presentación visual y el diseño.
- JavaScript: Se emplea para la interactividad y comportamiento dinámico en el cliente.
- PHP, Python, Ruby, entre otros: Se emplea para la lógica del servidor y la interacción con bases de datos.

Figura 10
Código fuente

The screenshot shows a File Manager interface for a WordPress theme. The left sidebar displays a tree view of the file system, with the current path being `public_html/wp-content/theme`. The main area shows a table of files and folders with columns for Name, Size, Last Modified, Type, and Permissions.

Name	Size	Last Modified	Type	Permissions
cloud	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
common	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
core	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
css	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
epanel	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
et-pagebuilder	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
images	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
includes	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
js	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
lang	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
psd	4 KB	Jan 23, 2024, 10:04 PM	httpd/unix-directory	0755
404.php	377 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
changelog.txt	772.96 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/plain	0644
comments.php	2.93 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
CREDITS.md	55.24 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
footer.php	1.69 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
functions.php	295.41 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
header.php	12.62 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
index.php	2.51 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
LICENSE.md	16.23 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
options_divi.php	53.51 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
page-template-blank.php	1.99 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
page.php	1.76 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
post_thumbnails_divi.php	1.49 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
README.md	1.37 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
rtl.css	12.19 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
screenshot.jpg	32.74 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	image/x-generic	0644
sidebar-footer.php	377 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
sidebar.php	317 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
single-et_pb_layout.php	295 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
single-project.php	2.93 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
single.php	4.91 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
style-cpt-rtl.min.css	35.24 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
style-cpt.css	959.52 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
style-cpt.min.css	35.24 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
style-rtl.min.css	26.01 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
style-static-cpt-rtl.min.css	1.05 MB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
style-static-cpt.min.css	1.01 MB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
style-static-rtl.min.css	837.89 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
style-static.min.css	805.33 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
style.css	344 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
style.min.css	26.01 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/css	0644
theme-after-footer.php	333 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
theme-after-header.php	475 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
theme-after-wrappers.php	208 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
theme-before-wrappers.php	459 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
theme-footer.php	1.55 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
theme-header.php	11.54 KB	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
theme.json	131 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644
wpml-config.xml	345 bytes	Mar 18, 2023, 9:03 AM	text/x-generic	0644

Nota. Elaboración propia

```

index.php (PHP script, ASCII text)

<?php get_header(); ?>

<div id="main-content">
  <div class="container">
    <div id="content-area" class="clearfix">
      <div id="left-area">
        <?php
          if ( have_posts() ) :
            while ( have_posts() ) : the_post();
              $post_format = et_pb_post_format(); ?>

              <article id="post-<?php the_ID(); ?>" <?php post_class( 'et_pb_post' ); ?>

                <?php
                  $thumb = '';
                  $width = (int) apply_filters( 'et_pb_index_blog_image_width', 1000 );
                  $height = (int) apply_filters( 'et_pb_index_blog_image_height', 675 );
                  $classtext = 'et_pb_post_main_image';
                  $titletext = get_the_title();
                  $alttext = get_post_meta( get_post_thumbnail_id(), '_wp_attachment_image_alt', true );
                  $thumbnail = get_thumbnail( $width, $height, $classtext, $alttext, $titletext, false, 'BlogImage' );
                  $thumb = $thumbnail["thumb"];

                  et_divi_post_format_content();

                  if ( ! in_array( $post_format, array( 'link', 'audio', 'quote' ) ) ) {
                    if ( 'video' === $post_format && false !== ( $first_video = et_get_first_video() ) ) :
                      printf(
                        '<div class="et_main_video_container">
                          %s
                        </div>',
                        et_core_esc_ previously( $first_video )
                      );
                    elseif ( ! in_array( $post_format, array( 'gallery' ) ) && 'on' === et_get_option( 'divi_thumbnails_index', 'on' ) && '' !== $thumb ) : ?>
                      <a class="entry-featured-image-url" href="<?php the_permalink(); ?>">
                        <?php print_thumbnail( $thumb, $thumbnail["use_tinthumb"], $titletext, $width, $height ); ?>
                      </a>
                    <?php
                      elseif ( 'gallery' === $post_format ) :
                        et_pb_gallery_images();
                      endif;
                    } ?>

                    <?php if ( ! in_array( $post_format, array( 'link', 'audio', 'quote' ) ) ) : ?>
                      <?php if ( ! in_array( $post_format, array( 'link', 'audio' ) ) ) : ?>
                        <h2 class="entry-title"><a href="<?php the_permalink(); ?>"><?php the_title(); ?></a></h2>
                      <?php endif; ?>
                    <?php
                      et_divi_post_meta();

                      if ( 'on' !== et_get_option( 'divi_blog_style', 'false' ) || ( is_search() && ( 'on' === get_post_meta( get_the_ID(), '_et_pb_use_builder', true ) ) ) ) {
                        truncate_post( 270 );
                      } else {
                        the_content();
                      }
                    <?php endif; ?>
                  </article>
                </?php
              endwhile;

              if ( function_exists( 'wp_pagenavi' ) )
                wp_pagenavi();
              else
                get_template_part( 'includes/navigation', 'index' );
            endif;
            get_template_part( 'includes/no-results', 'index' );
          endif;
        ?>
      </div>
      <?php get_sidebar(); ?>
    </div>
  </div>
</?php
get_footer();

```

Nota. Elaboración propia

CAPITULO IV: Resultados, contrastación de hipótesis y discusión

4.1 Resultados

4.1.1. Resultados descriptivos

Tabla 5

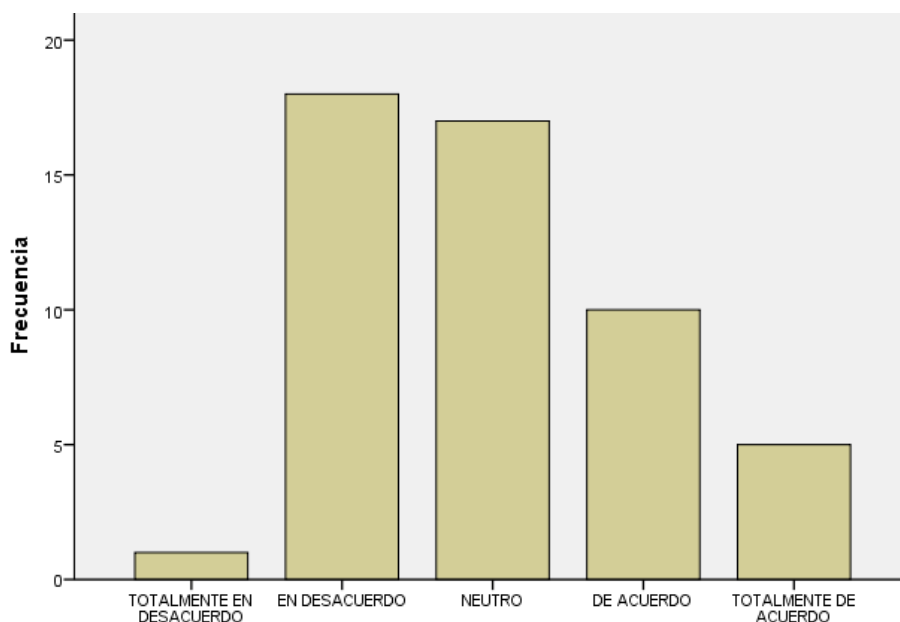
¿Considera que es seguro brindar información confidencial en un sitio web?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
En desacuerdo	18	35,3	35,3	37,3
Neutro	17	33,3	33,3	70,6
De acuerdo	10	19,6	19,6	90,2
Totalmente de acuerdo	5	9,8	9,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 11

¿Considera que es seguro brindar información confidencial en un sitio web?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 35.3% considera que no es seguro brindar información confidencial en un sitio web. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 33.3% que mantienen una respuesta neutra acerca de brindar información confidencial en un

sitio web. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Seguridad ya que solo un porcentaje menor representado por un 9.8% consideran estar totalmente de acuerdo sobre la seguridad de brindar información confidencial en un sitio web.

Tabla 6

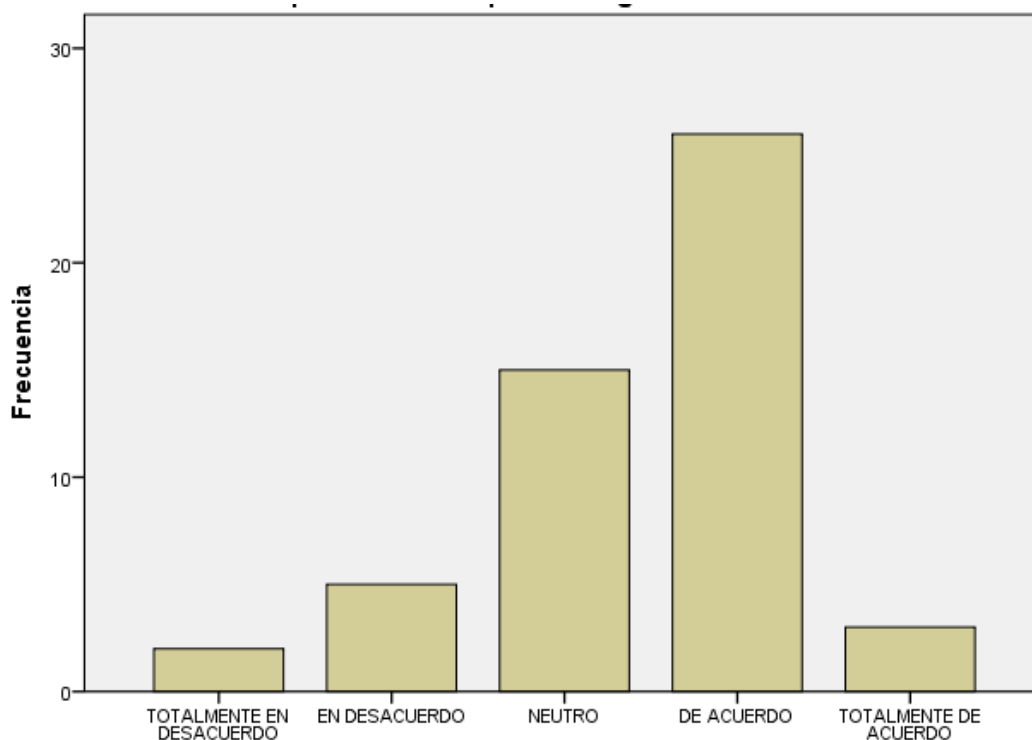
¿Considera que sus datos son almacenados de forma segura en el sitio web?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,9	3,9	3,9
En desacuerdo	5	9,8	9,8	13,7
Neutro	15	29,4	29,4	43,1
De acuerdo	26	51,0	51,0	94,1
Totalmente de acuerdo	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 12

¿Considera que sus datos son almacenados de forma segura en el sitio web?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 51.0% están de acuerdo que el sitio web almacena de manera adecuada sus datos. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 29.4% que mantienen una respuesta neutra. En ese sentido, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Seguridad ya que solo un porcentaje menor representado por un 3.9% afirma estar en total desacuerdo.

Tabla 7

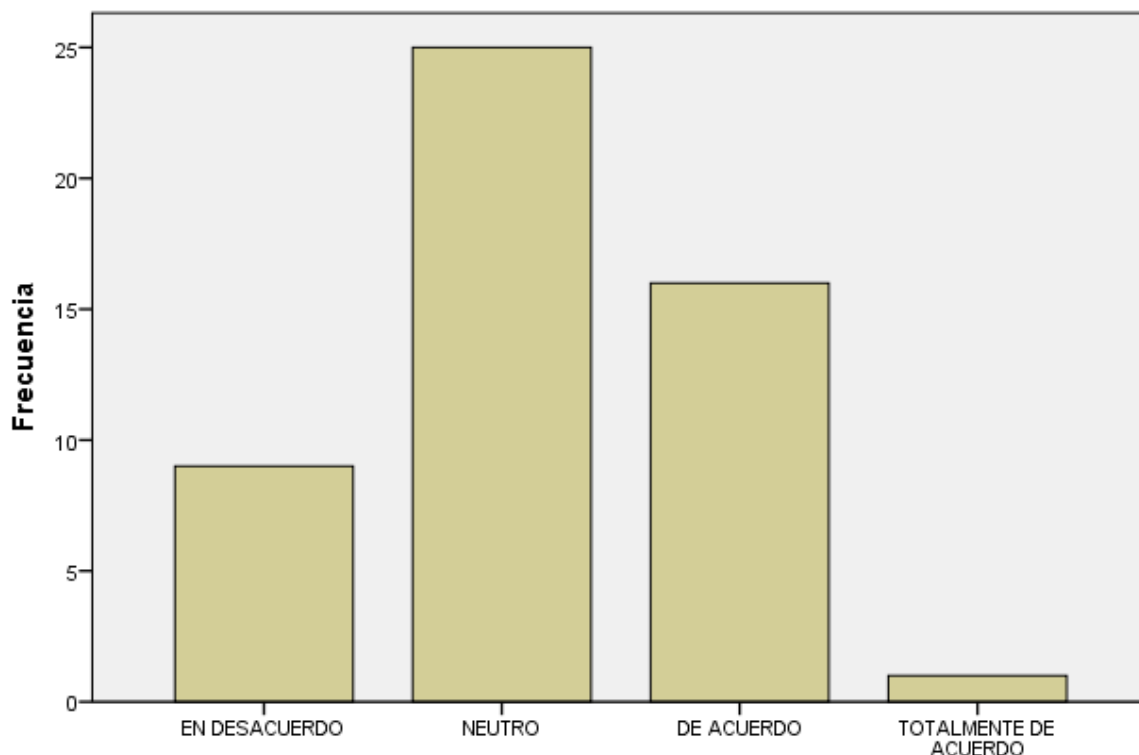
¿Considera que sus datos en el sitio web son utilizados de manera correcta?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	9	17,6	17,6	17,6
Neutro	25	49,0	49,0	66,7
De acuerdo	16	31,4	31,4	98,0
Totalmente de acuerdo	1	2,0	2,0	100,0
Total	51	100,0	100,0	Total

Nota. Elaboración propia

Figura 13

¿Considera que sus datos en el sitio web son utilizados de manera correcta?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 49.0% considera una respuesta neutra acerca de sus datos, que son utilizados de manera correcta. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 31.4% que están de acuerdo sobre el uso de correcto de sus datos. En ese sentido, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Seguridad ya que solo un porcentaje menor representado por un 2.0% afirma estar en total acuerdo.

Tabla 8

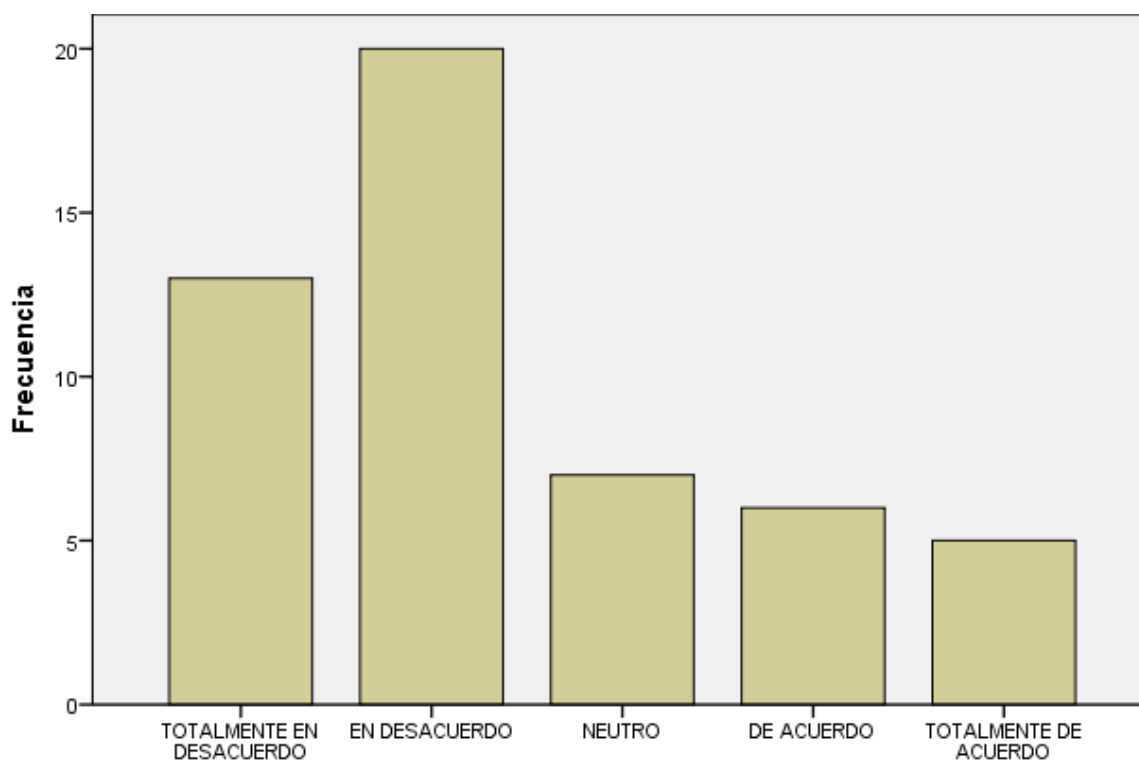
¿Le parece ideal que un sitio web brinde la información necesaria sobre el negocio?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	13	25,5	25,5	25,5
En desacuerdo	20	39,2	39,2	64,7
Neutro	7	13,7	13,7	78,4
De acuerdo	6	11,8	11,8	90,2
Totalmente de acuerdo	5	9,8	9,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 14

¿Le parece ideal que un sitio web brinde la información necesaria sobre el negocio?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 39.2% considera estar en desacuerdo que un sitio web

brinde la información necesaria sobre el negocio. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 25.5% que están en total desacuerdo. En ese entender, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Accesibilidad ya que solo un porcentaje menor representado por un 9.8% afirman estar en total acuerdo.

Tabla 9

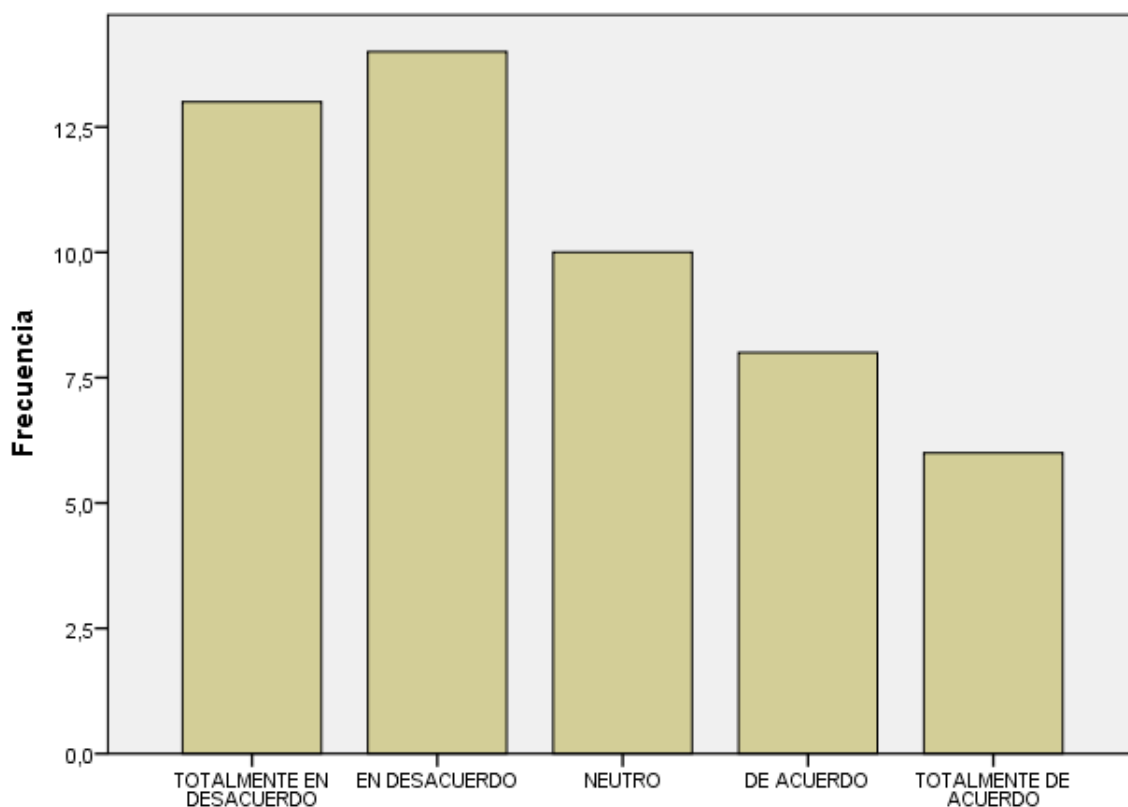
¿Considera que el sitio web es de fácil entendimiento?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	13	25,5	25,5	25,5
En desacuerdo	14	27,5	27,5	52,9
Neutro	10	19,6	19,6	72,5
De acuerdo	8	15,7	15,7	88,2
Totalmente de acuerdo	6	11,8	11,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 15

¿Considera que el sitio web es de fácil entendimiento?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 27.5% consideran estar en desacuerdo acerca de que el sitio web es de fácil entendimiento. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 19.6% que mantienen una respuesta neutra sobre el fácil entendimiento del sitio web. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Accesibilidad ya que solo un porcentaje menor representado por un 11.8% afirma estar en total acuerdo.

Tabla 10

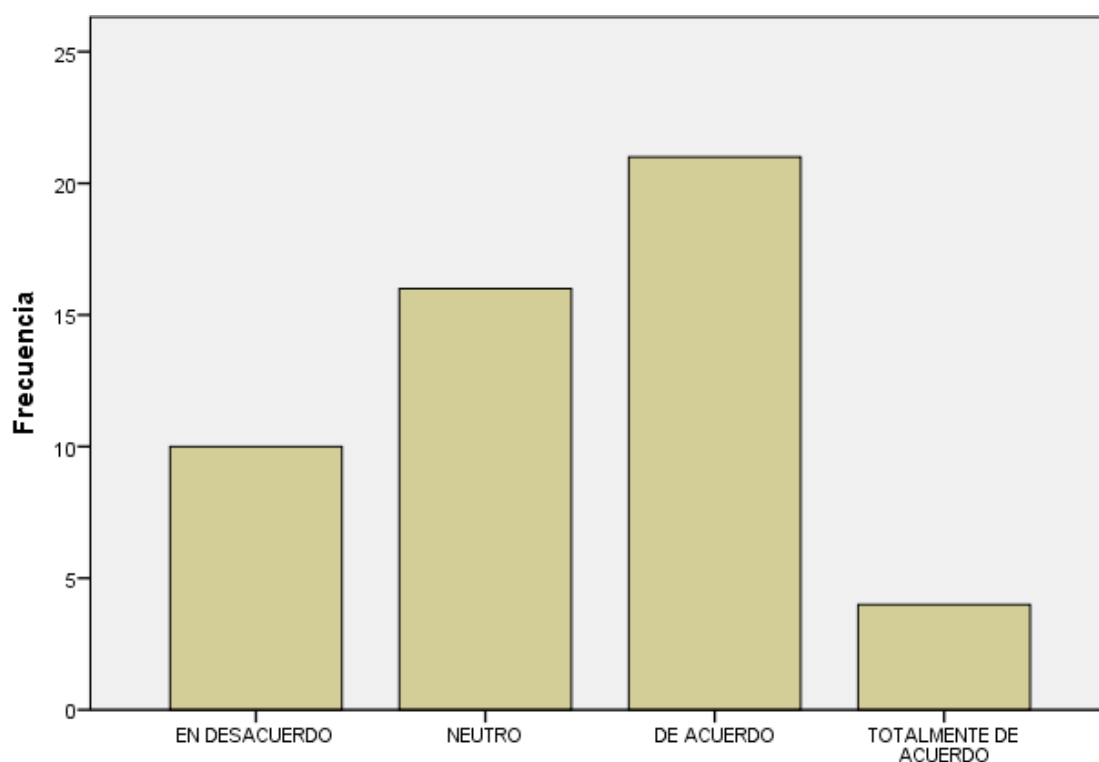
¿Considera que el sitio web está perfeccionado en cuanto a la velocidad de carga?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	10	19,6	19,6	19,6
Neutro	16	31,4	31,4	51,0
De acuerdo	21	41,2	41,2	92,2
Totalmente de acuerdo	4	7,8	7,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 16

¿Considera que el sitio web está perfeccionado en cuanto a la velocidad de carga?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 41.2% están de acuerdo en considerar que el sitio web está perfeccionado en cuanto a la velocidad de carga. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 31.4% que mantienen una respuesta neutra. Por tanto, se puede decir que

este ítem guarda una relación con la dimensión Accesibilidad ya que solo un porcentaje menor representado por un 7.8% afirma estar en total acuerdo.

Tabla 11

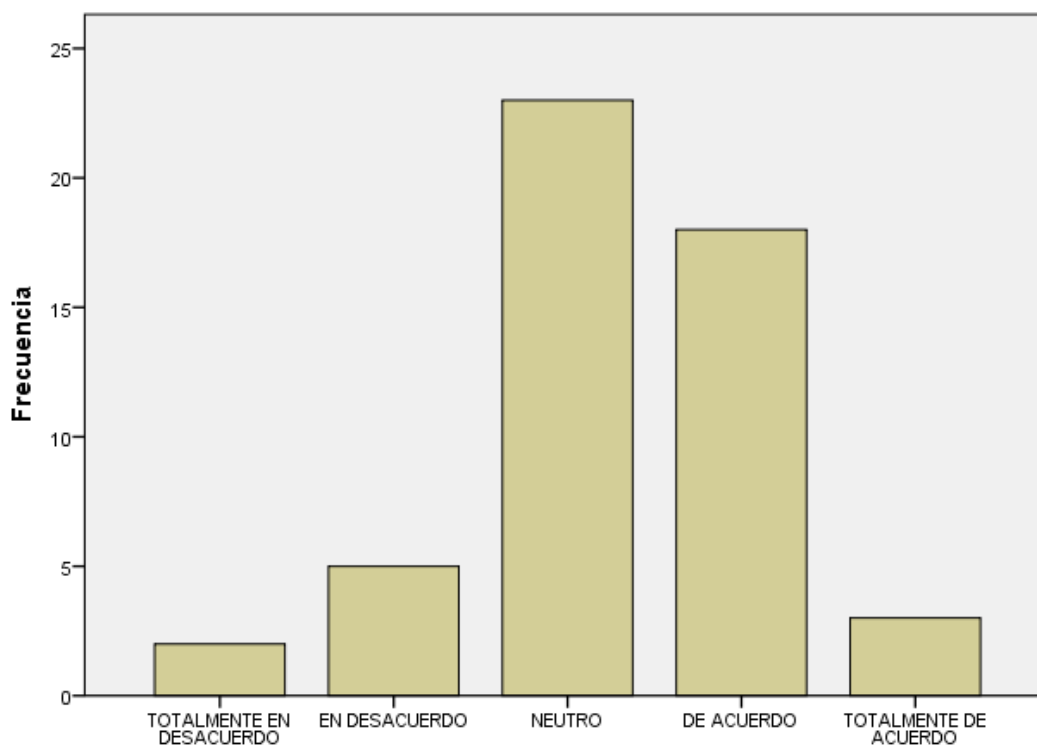
¿Cree usted que tendrá inconveniente a la hora de buscar información en el sitio web?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,9	3,9	3,9
En desacuerdo	5	9,8	9,8	13,7
Neutro	23	45,1	45,1	58,8
De acuerdo	18	35,3	35,3	94,1
Totalmente de acuerdo	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 17

¿Cree usted que tendrá inconveniente a la hora de buscar información en el sitio web?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 45.1% mantienen una respuesta neutra sobre si tendrían un inconveniente a la hora de buscar información en el sitio web. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 35.3% estar de acuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Accesibilidad ya que solo un porcentaje menor representado por un 3.9% afirma estar en total desacuerdo.

Tabla 12

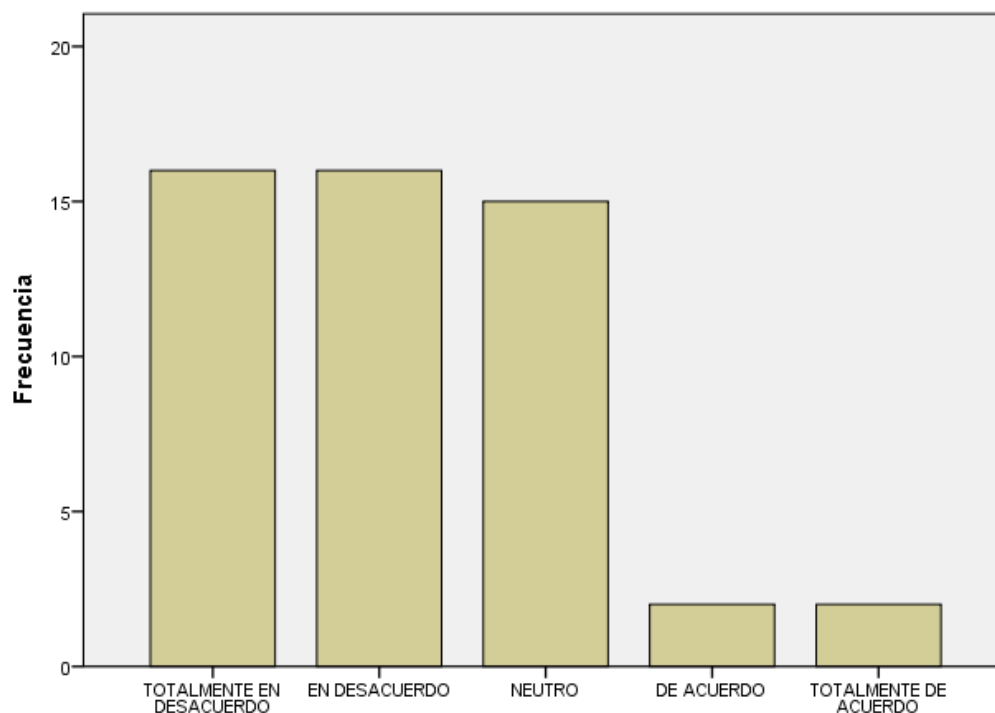
¿Cree que cualquier persona puede tener acceso al sitio web?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	16	31,4	31,4	31,4
En desacuerdo	16	31,4	31,4	62,7
Neutro	15	29,4	29,4	92,2
De acuerdo	2	3,9	3,9	96,1
Totalmente de acuerdo	2	3,9	3,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 18

¿Cree que cualquier persona puede tener acceso al sitio web?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 31% consideran estar en total desacuerdo y en desacuerdo acerca del acceso del sitio web por cualquier usuario. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 29.4% que mantienen una respuesta neutra. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Accesibilidad ya que solo un porcentaje menor representado por un 3.9% afirman estar de acuerdo y total acuerdo.

Tabla 13

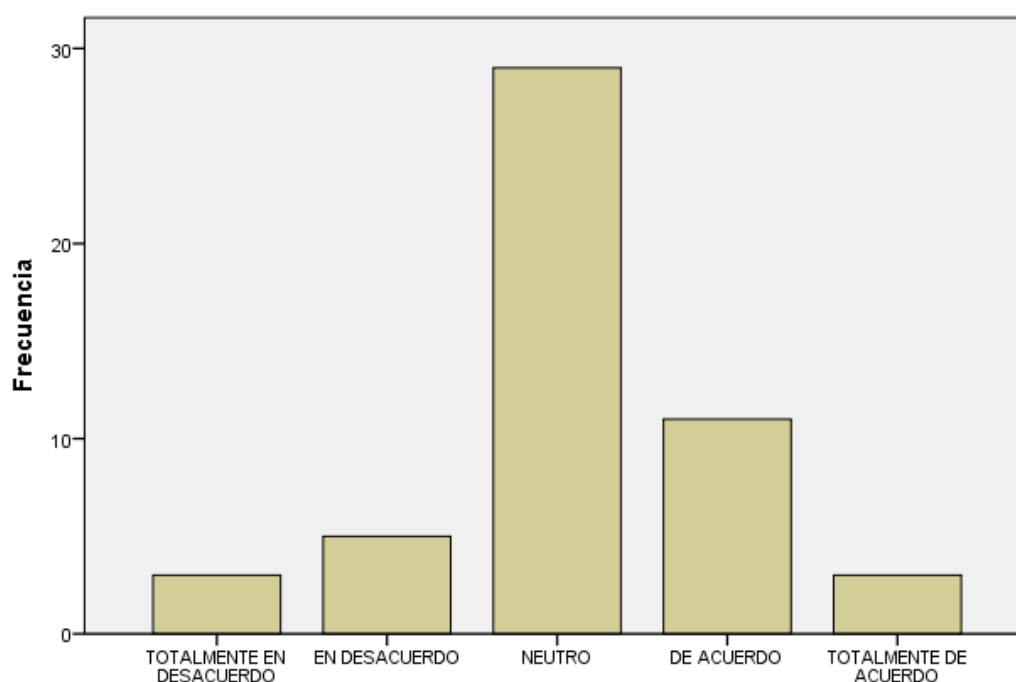
¿Considera que, el sitio web le brinda una experiencia satisfactoria?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	5,9	5,9	5,9
En desacuerdo	5	9,8	9,8	15,7
Neutro	29	56,9	56,9	72,5
De acuerdo	11	21,6	21,6	94,1
Totalmente de acuerdo	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 19

¿Considera que, el sitio web le brinda una experiencia satisfactoria?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 56.9% consideran en mantener una respuesta neutra sobre la experiencia satisfactoria que le brinda el sitio web. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 21.6% consideran estar de acuerdo. Por tanto, se puede decir

que este ítem guarda una relación con la dimensión Usabilidad ya que solo un porcentaje menor representado por un 5.9% afirman estar en total desacuerdo.

Tabla 14

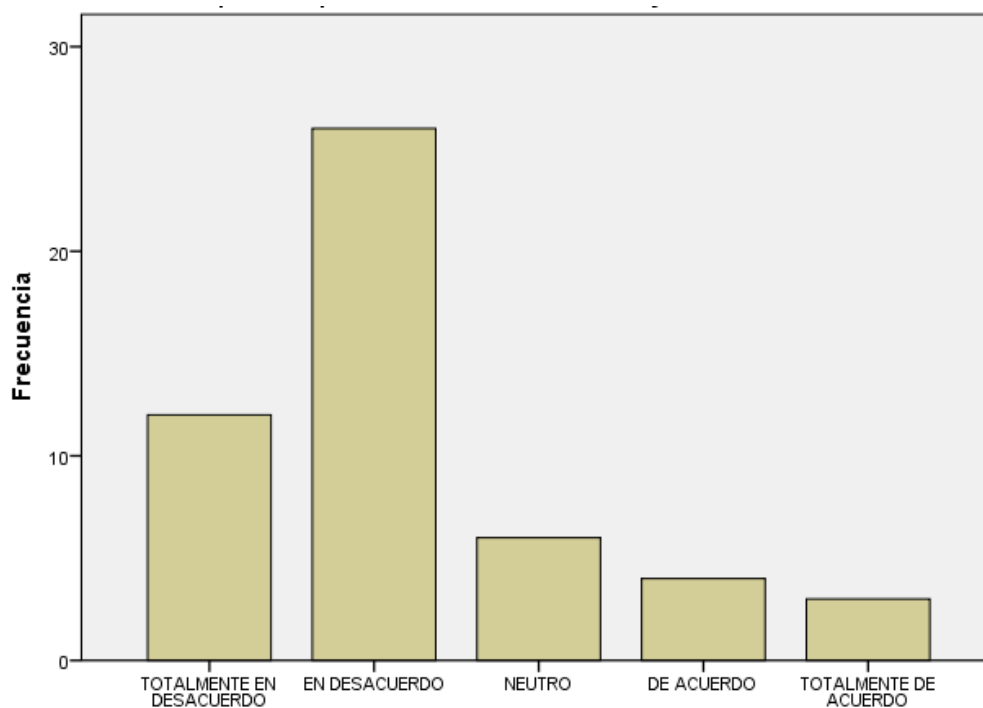
¿Considera que, el sitio web es interactivo?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	12	23,5	23,5	23,5
En desacuerdo	26	51,0	51,0	74,5
Neutro	6	11,8	11,8	86,3
De acuerdo	4	7,8	7,8	94,1
Totalmente de acuerdo	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 20

¿Considera que, el sitio web es interactivo?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 51.0% consideran estar en desacuerdo que el sitio web es interactivo. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 23.5% que están en total desacuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Usabilidad ya que solo un porcentaje menor representado por un 5.9% afirman estar totalmente de acuerdo.

Tabla 15

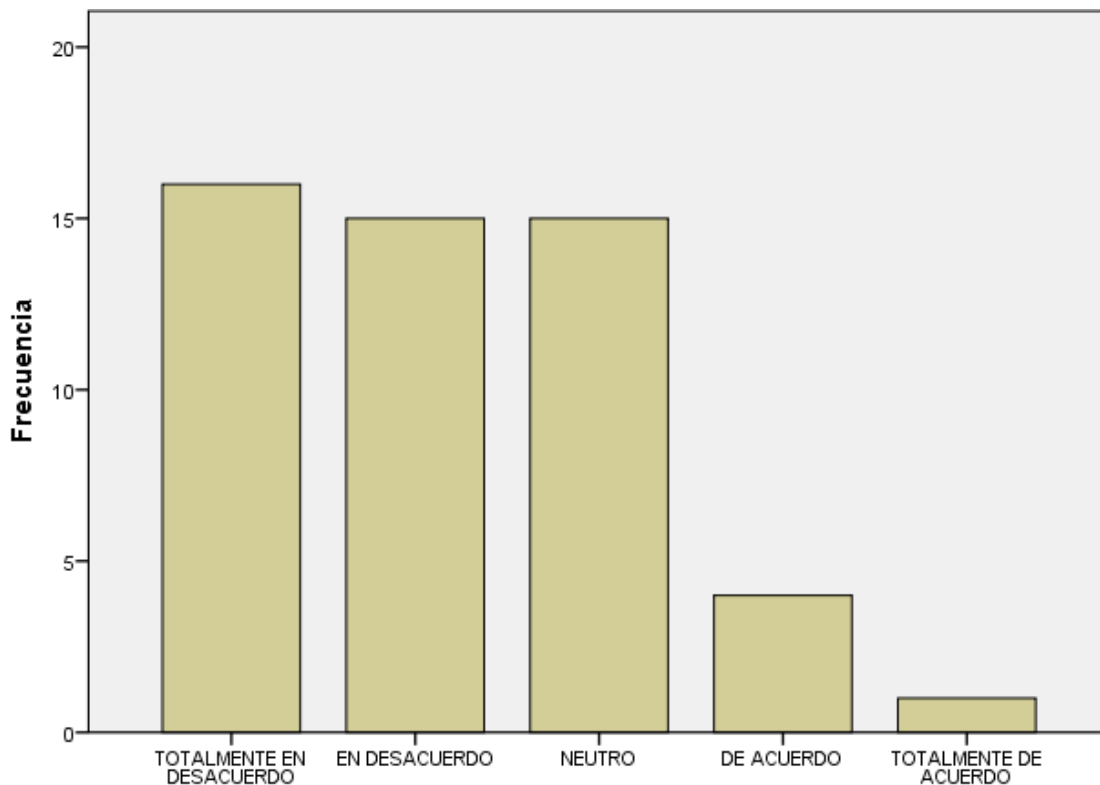
¿Considera que, la información brindada por el sitio web es recomendable?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	16	31,4	31,4	31,4
En desacuerdo	15	29,4	29,4	60,8
Neutro	15	29,4	29,4	90,2
De acuerdo	4	7,8	7,8	98,0
Totalmente de acuerdo	1	2,0	2,0	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 21

¿Considera que, la información brindada por el sitio web es recomendable?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 31.4% consideran estar totalmente en desacuerdo sobre si es que es recomendable y útil la información brindada. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 29.4% que mantienen una respuesta neutra y de acuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Usabilidad ya que solo un porcentaje menor representado por un 2.0% afirman estar totalmente de acuerdo.

Tabla 16

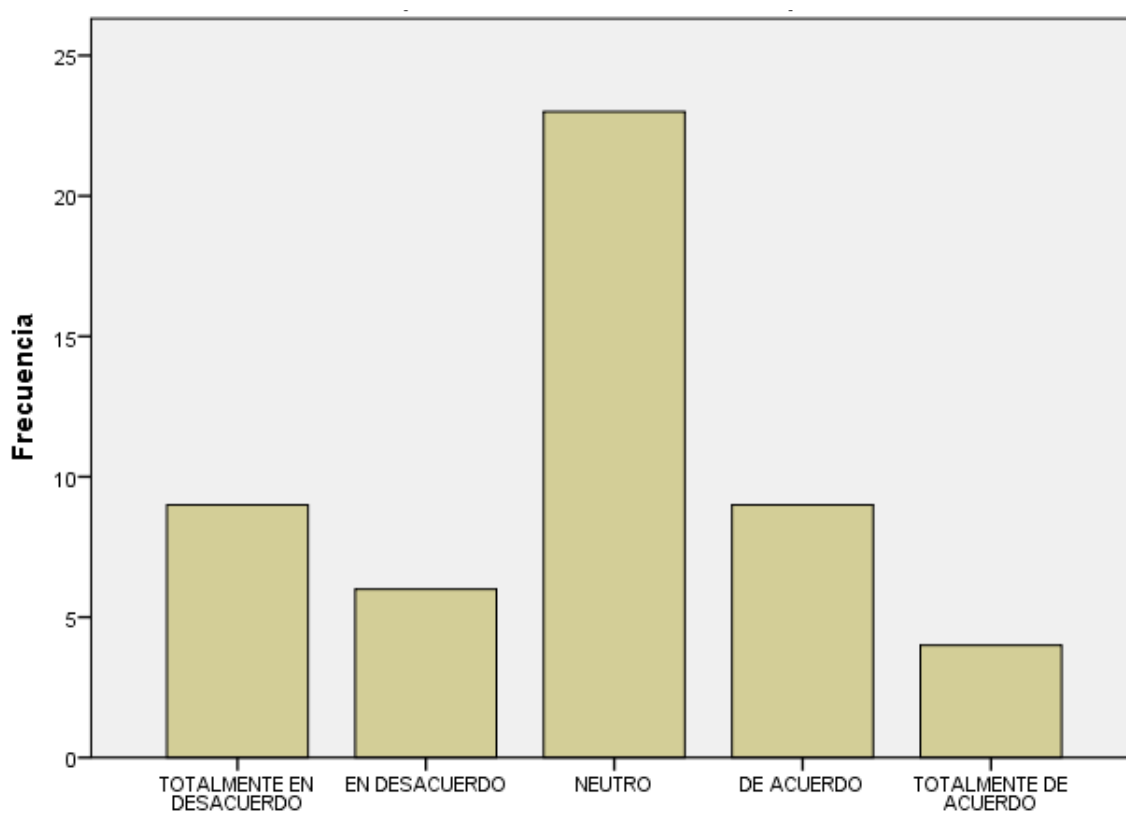
¿Considera que el sitio web es de fácil operatividad?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	17,6	17,6	17,6
En desacuerdo	6	11,8	11,8	29,4
Neutro	23	45,1	45,1	74,5
De acuerdo	9	17,6	17,6	92,2
Totalmente de acuerdo	4	7,8	7,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 22

¿ Considera que el sitio web es de fácil operatividad?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 45.1% consideran una respuesta neutra sobre si el sitio web es de fácil operatividad. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 17.4% que están totalmente en desacuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Usabilidad ya que solo un porcentaje menor representado por un 7.8% afirman estar totalmente de acuerdo.

Tabla 17

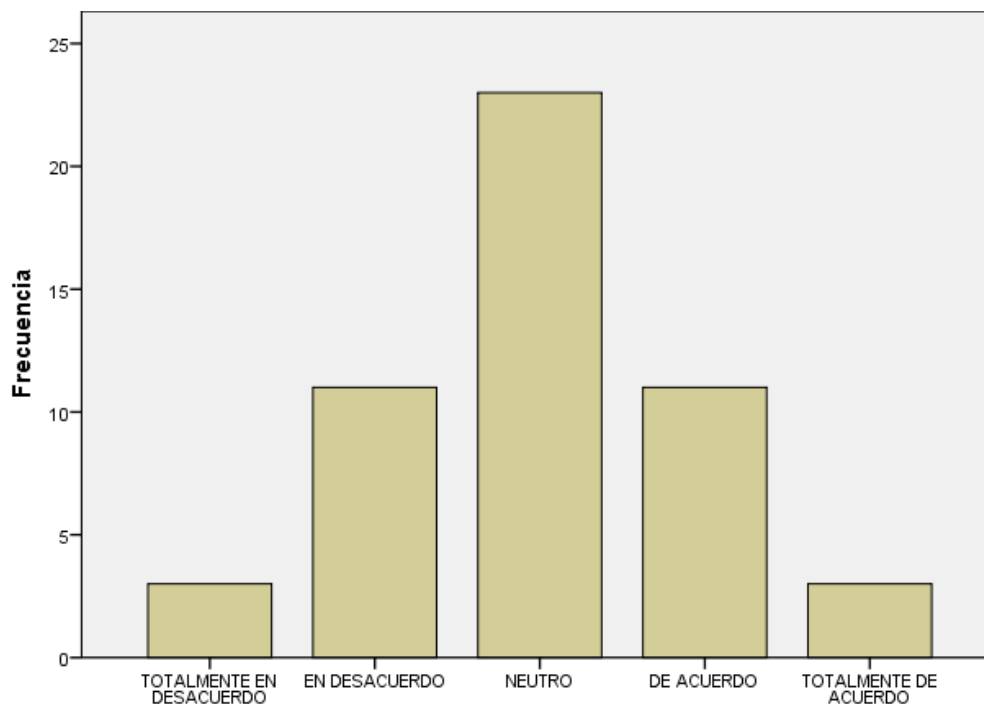
¿Considera que registrar un pedido toma mucho tiempo?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	5,9	5,9	5,9
En desacuerdo	11	21,6	21,6	27,5
Neutro	23	45,1	45,1	72,5
De acuerdo	11	21,6	21,6	94,1
Totalmente de acuerdo	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 23

¿Considera que registrar un pedido toma mucho tiempo?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 45.1% consideran una respuesta neutra sobre el tiempo de registro de un pedido. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 21.6% que están en desacuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Planificación de pedidos ya que solo un porcentaje menor representado por un 5.9% afirman estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 18

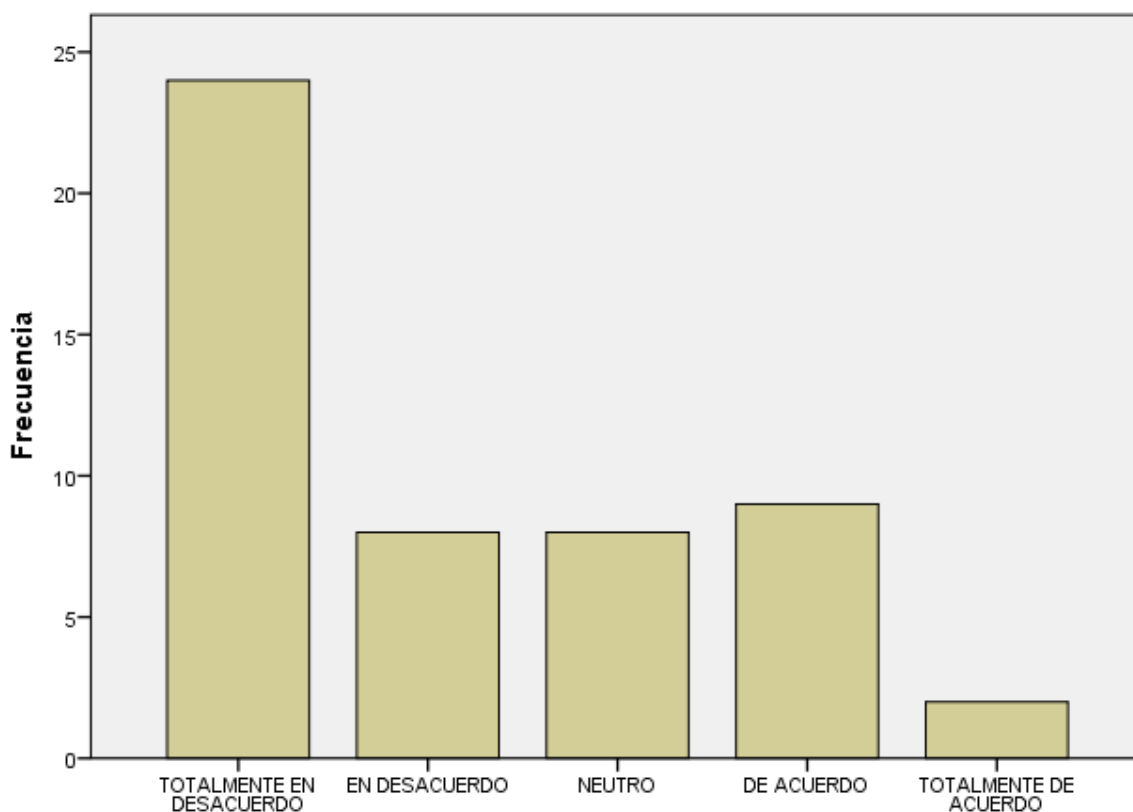
¿Considera que el tiempo de espera del pedido sea el más óptimo?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	24	47,1	47,1	47,1
En desacuerdo	8	15,7	15,7	62,7
Neutro	8	15,7	15,7	78,4
De acuerdo	9	17,6	17,6	96,1
Totalmente de acuerdo	2	3,9	3,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 24

¿Considera que el tiempo de espera del pedido sea el más óptimo?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 47.1% consideran estar totalmente en desacuerdo con

respecto al tiempo de que la espera del pedido sea el más óptimo. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 17.4% que están de acuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Planificación de pedidos ya que solo un porcentaje menor representado por un 3.9% afirma estar totalmente de acuerdo.

Tabla 19

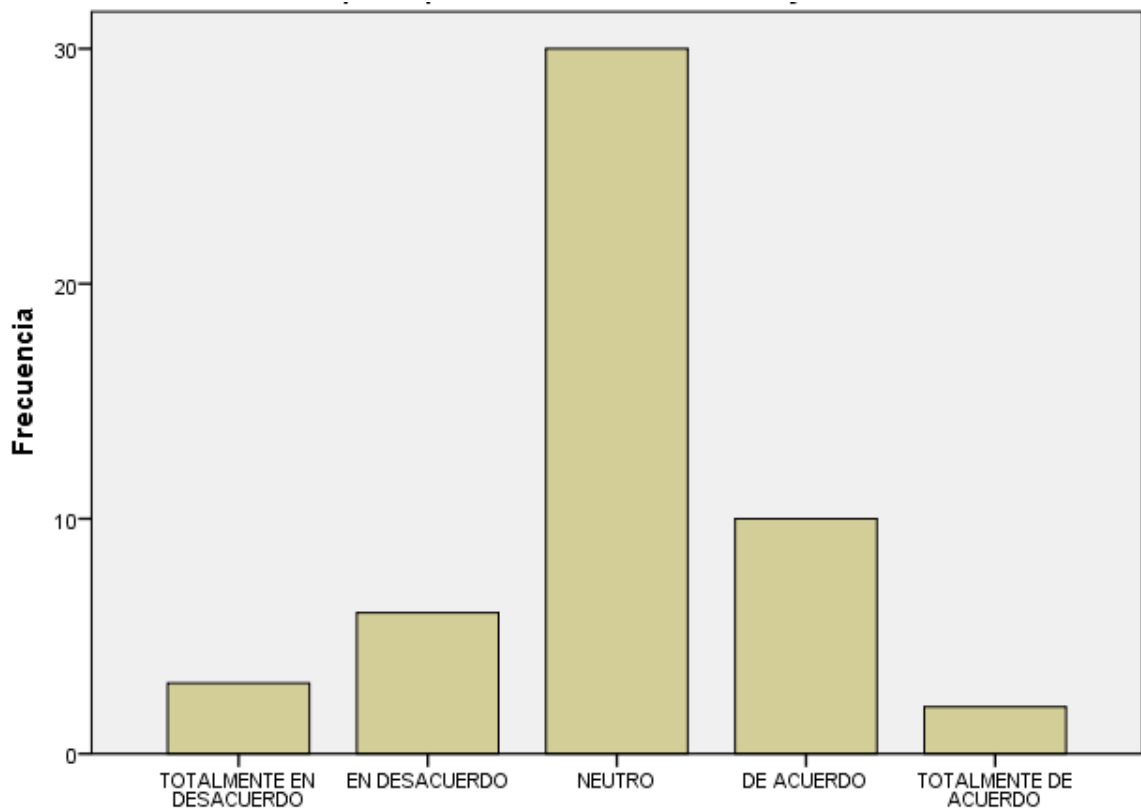
¿Usted cree que el pedido online es efectivo?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	5,9	5,9	5,9
En desacuerdo	6	11,8	11,8	17,6
Neutro	30	58,8	58,8	76,5
De acuerdo	10	19,6	19,6	96,1
Totalmente de acuerdo	2	3,9	3,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 25

¿Usted cree que el pedido online es efectivo?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 58.8% consideran mantener una respuesta neutra con respecto al que el pedido online es efectivo. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 19.6% que están de acuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Planificación de pedidos ya que solo un porcentaje menor representado por un 3.9% afirma estar totalmente de acuerdo.

Tabla 20

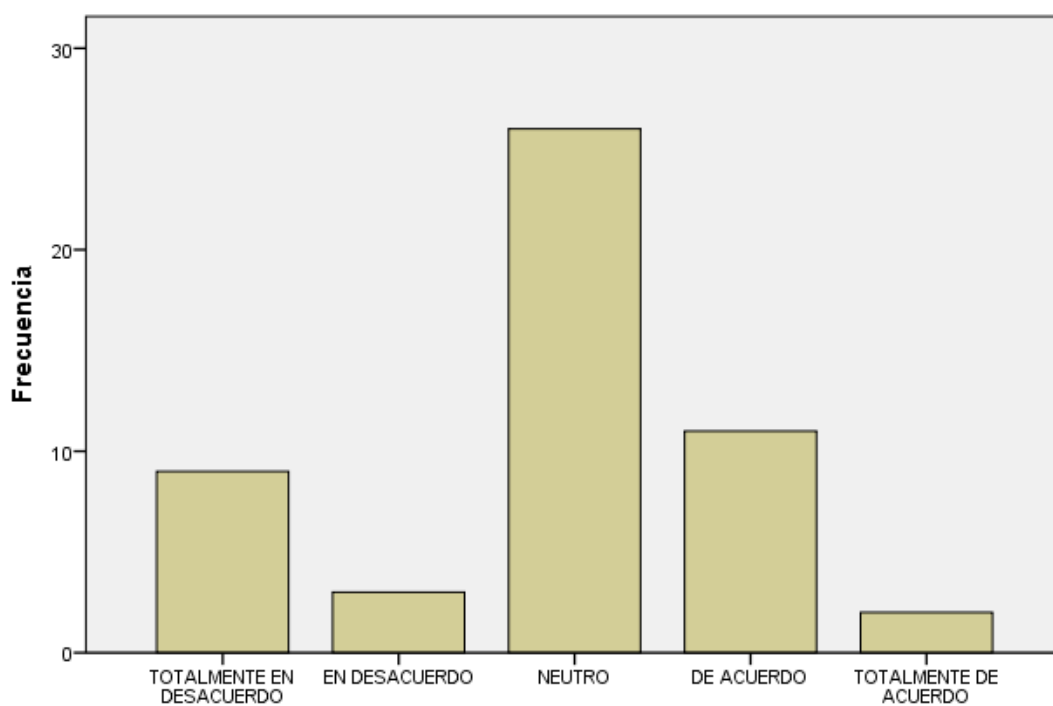
¿Considera que el tiempo de respuesta del restaurante El Cangrejo Rojo, es importante a la hora de realizar un pedido?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	17,6	17,6	17,6
En desacuerdo	3	5,9	5,9	23,5
Neutro	26	51,0	51,0	74,5
De acuerdo	11	21,6	21,6	96,1
Totalmente de acuerdo	2	3,9	3,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 26

¿Considera que el tiempo de respuesta del restaurante El Cangrejo Rojo, es importante a la hora de realizar un pedido?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 51.0% considera de manera neutra la importancia, sobre el tiempo de respuesta a la hora de realizar un pedido. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 21.6% que están de acuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Planificación de pedidos ya que solo un porcentaje menor representado por un 4.9% afirman estar totalmente de acuerdo.

Tabla 21

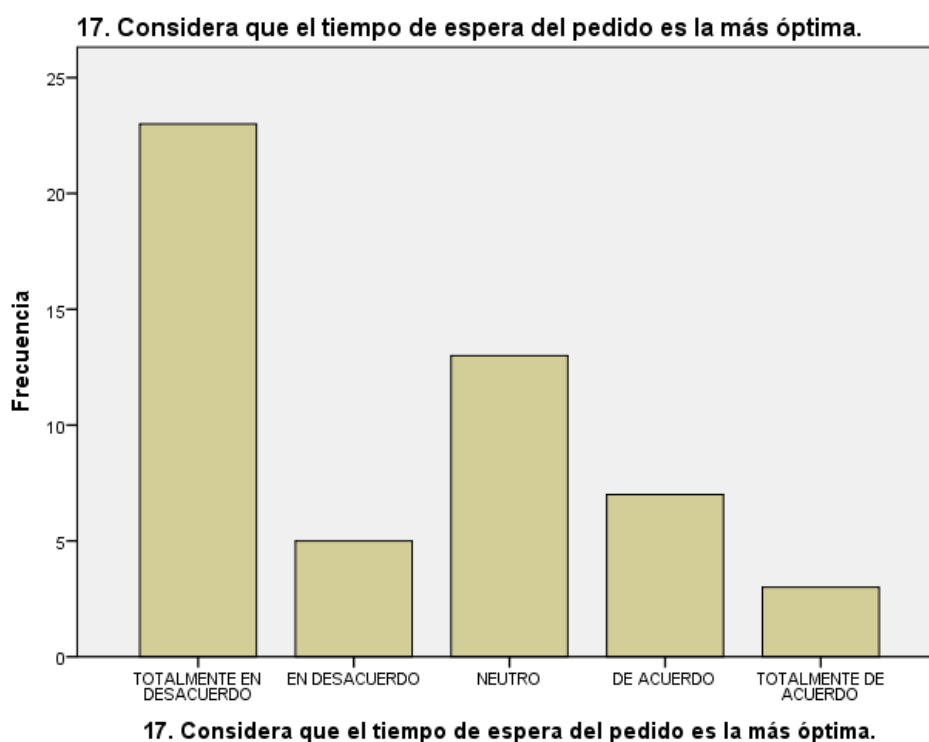
¿Considera que el tiempo de espera del pedido del restaurante “El Cangrejo Rojo” es muy adecuada?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	23	45,1	45,1	45,1
En desacuerdo	5	9,8	9,8	54,9
Neutro	13	25,5	25,5	80,4
De acuerdo	7	13,7	13,7	94,1
Totalmente de acuerdo	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 27

¿Considera que el tiempo de espera del pedido es la más óptima?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 45.1% consideran estar totalmente en desacuerdo respecto a que el tiempo de espera del pedido es la más óptima. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 25.5% que mantienen una respuesta neutra. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Planificación de pedidos ya que solo un porcentaje menor representado por un 5.9% afirman estar totalmente de acuerdo.

Tabla 22

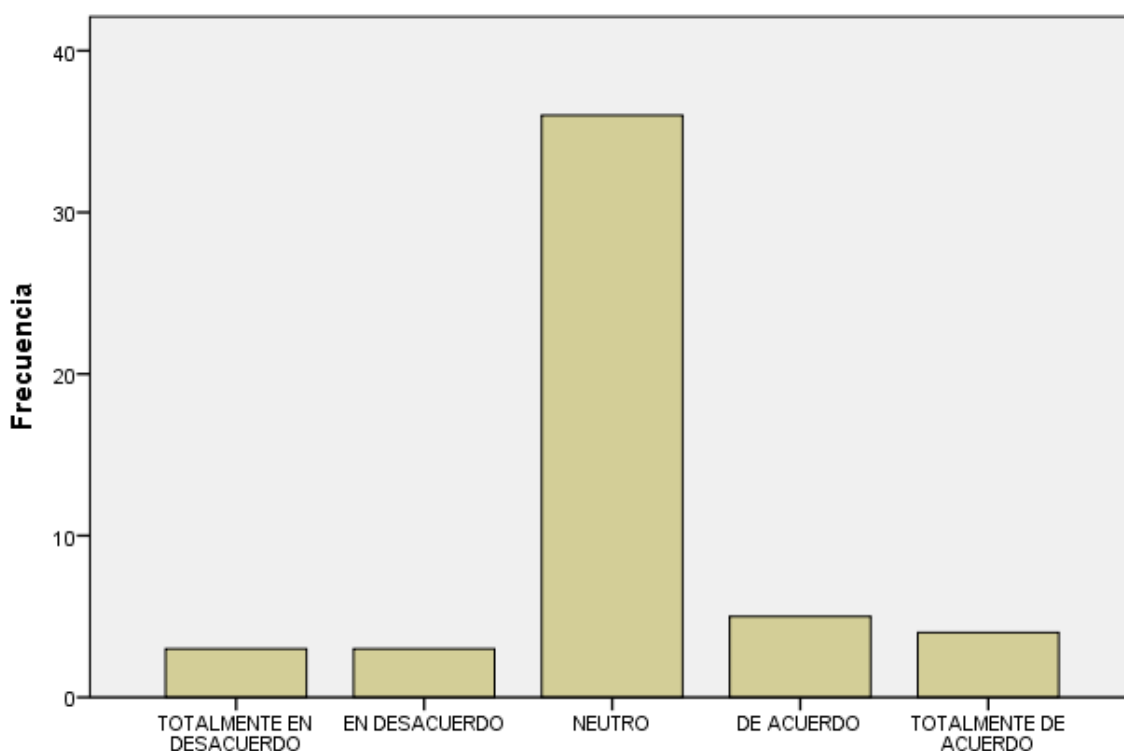
¿Usted cree que debería haber más medios de comunicación para solicitar el pedido?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	5,9	5,9	5,9
En desacuerdo	3	5,9	5,9	11,8
Neutro	36	70,6	70,6	82,4
De acuerdo	5	9,8	9,8	92,2
Totalmente de acuerdo	4	7,8	7,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 28

¿Usted cree que debería haber más medios de comunicación para solicitar el pedido?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 70.6% consideran en mantener una respuesta neutra con

respecto a que si debería haber más medios de comunicación para solicitar el pedido. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 9.8% que están de acuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Procesamiento de pedidos ya que solo un porcentaje menor representado por un 5.9% afirman estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 23

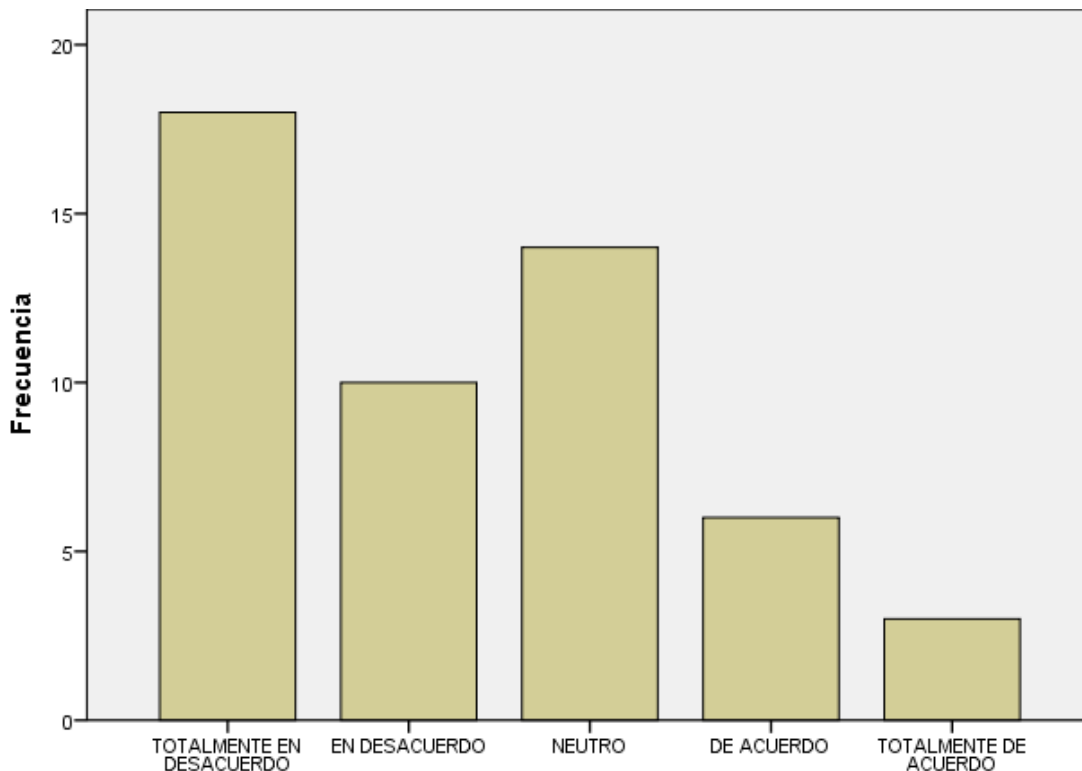
¿Considera que el tiempo de entrega de pedido es muy buena?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	18	35,3	35,3	35,3
En desacuerdo	10	19,6	19,6	54,9
Neutro	14	27,5	27,5	82,4
De acuerdo	6	11,8	11,8	94,1
Totalmente de acuerdo	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 29

¿Considera que el tiempo de entrega de pedido es muy buena?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 35.3% consideran estar totalmente en desacuerdo con respecto a que el tiempo de entrega de pedido es muy buena. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 27.5% que mantienen una respuesta neutra. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Entrega de pedido ya que solo un porcentaje menor representado por un 5.9% afirman estar totalmente de acuerdo.

Tabla 24

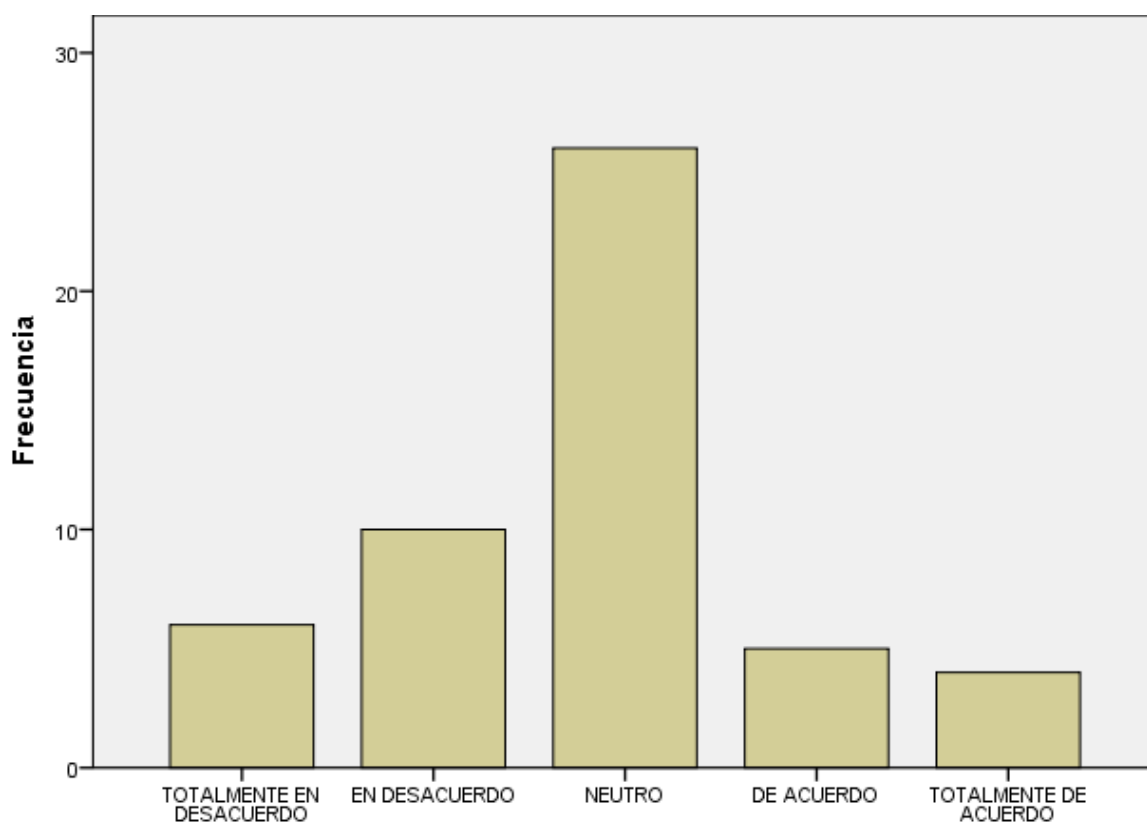
¿Considera que, las entregas de pedido en el restaurante “El Cangrejo Rojo” cumplen las características correctas?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	11,8	11,8	11,8
En desacuerdo	10	19,6	19,6	31,4
Neutro	26	51,0	51,0	82,4
De acuerdo	5	9,8	9,8	92,2
Totalmente de acuerdo	4	7,8	7,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 30

¿Considera que, las entregas de pedido en el restaurante “El Cangrejo Rojo” cumplen las características correctas?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 51.0% consideran que, las entregas de pedido cumplen las características correctas. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 19.6% que están en desacuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Entrega de pedidos ya que solo un porcentaje menor representado por un 7.8% afirman estar totalmente de acuerdo.

Tabla 25

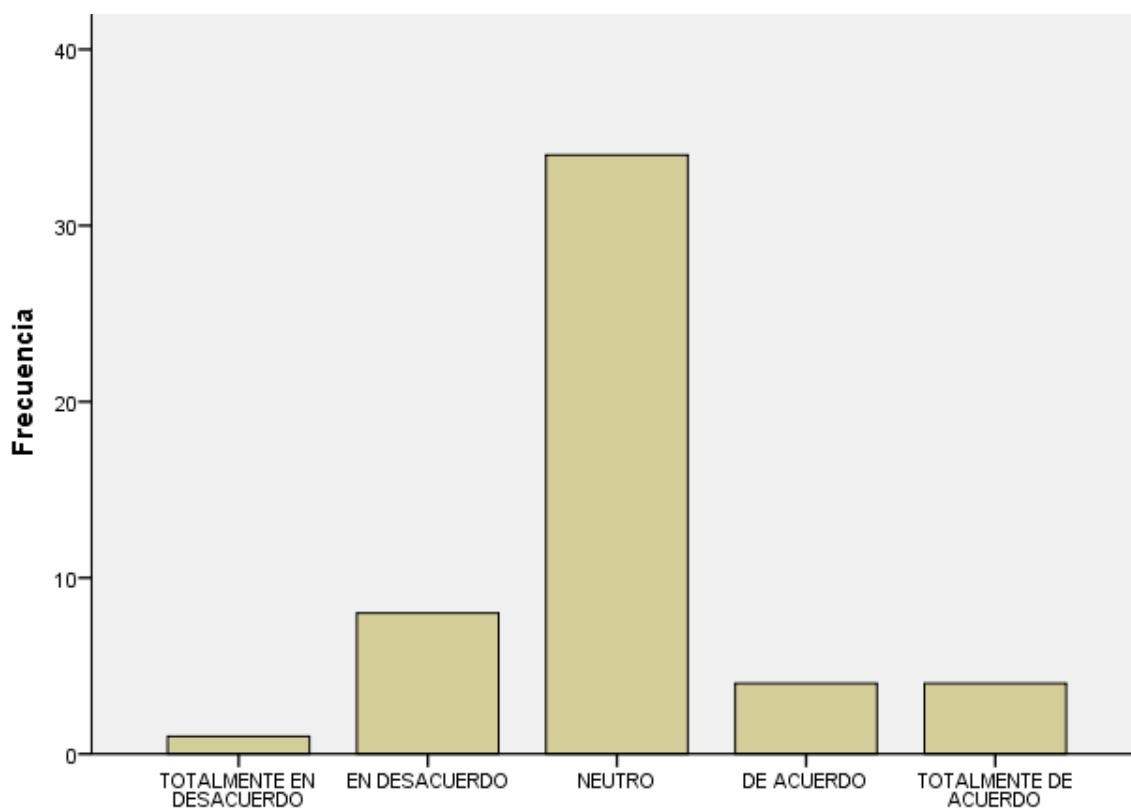
¿Usted cree que la entrega del pedido tiene inconvenientes?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
En desacuerdo	8	15,7	15,7	17,6
Neutro	34	66,7	66,7	84,3
De acuerdo	4	7,8	7,8	92,2
Totalmente de acuerdo	4	7,8	7,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 31

¿Usted cree que la entrega del pedido tiene inconvenientes?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 66.7% consideran de forma neutra que, tienen inconvenientes respecto a la entrega del pedido. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 15.7% que están en desacuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Entrega de pedidos ya que solo un porcentaje menor representado por un 2.0% afirman estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 26

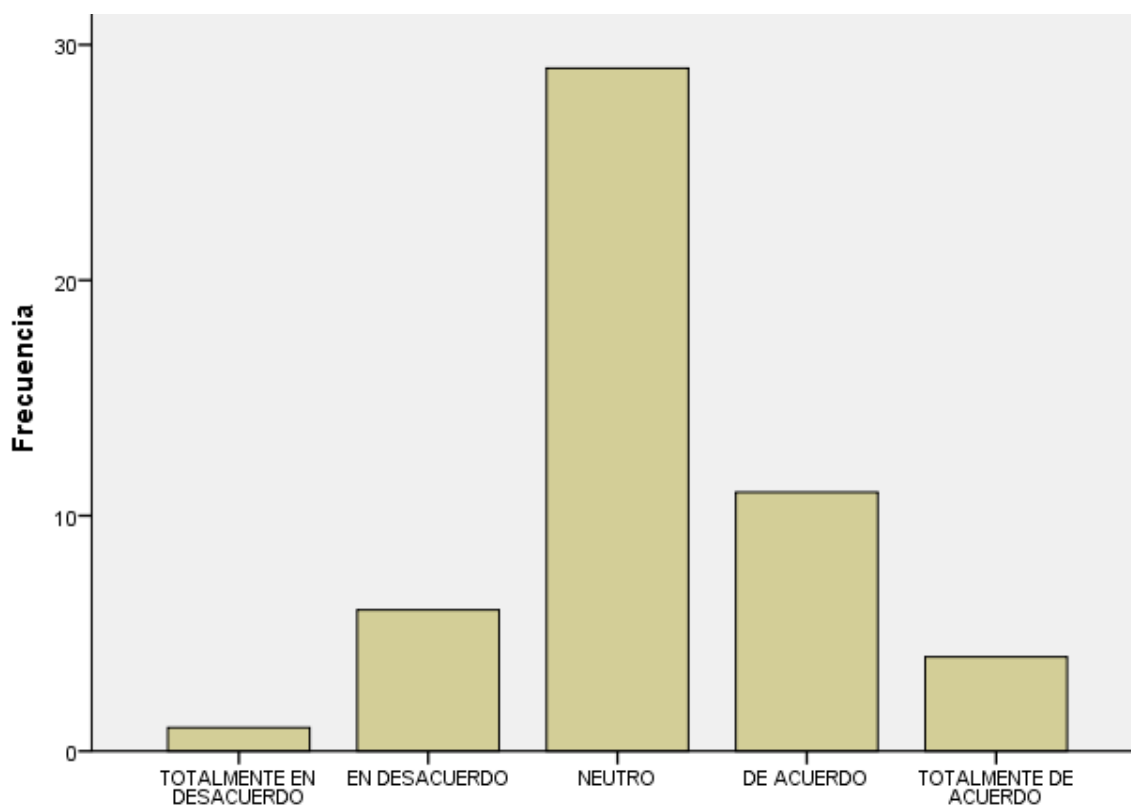
¿Su pedido fue entregado en el tiempo establecido?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
En desacuerdo	6	11,8	11,8	13,7
Neutro	29	56,9	56,9	70,6
De acuerdo	11	21,6	21,6	92,2
Totalmente de acuerdo	4	7,8	7,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 32

¿Su pedido fue entregado en el tiempo establecido?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 56.9% considera, en mantener una respuesta en neutro

con respecto a que su pedido fue entregado en el tiempo establecido. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 21.6% que están de acuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Entrega de pedidos ya que solo un porcentaje menor representado por un 2.0% afirman estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 27

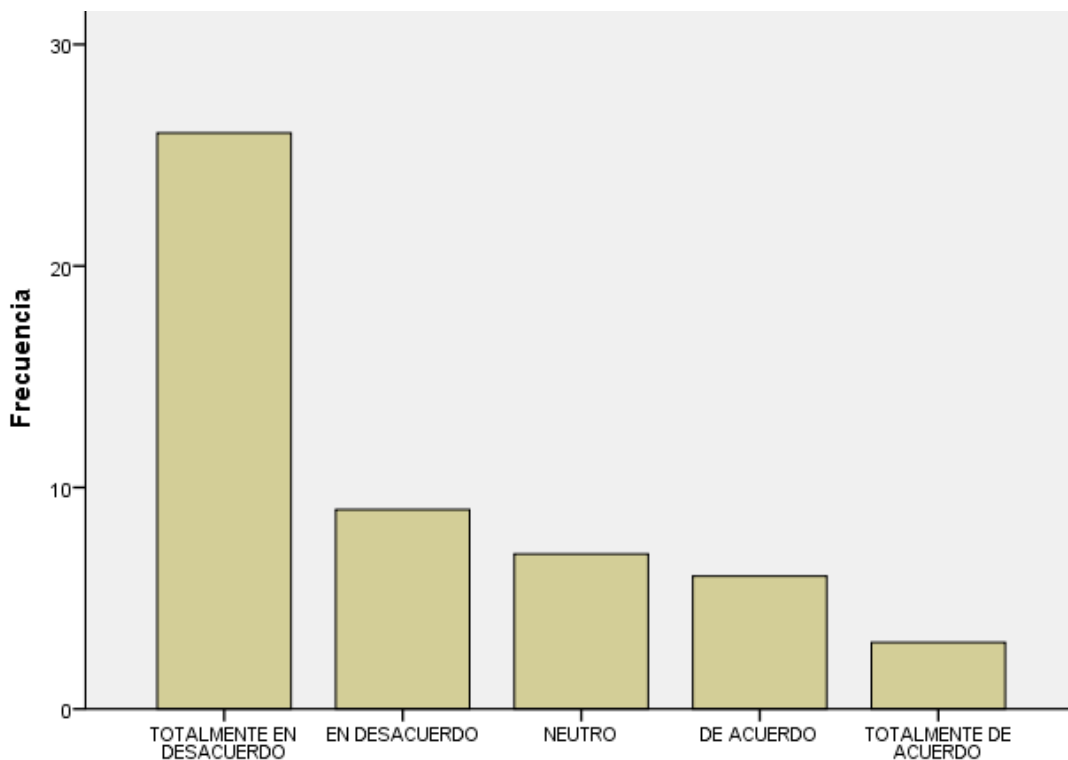
¿Considera que la entrega es óptima del pedido influye de manera positiva?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	26	51,0	51,0	51,0
En desacuerdo	9	17,6	17,6	68,6
Neutro	7	13,7	13,7	82,4
De acuerdo	6	11,8	11,8	94,1
Totalmente de acuerdo	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 33

¿Considera que la entrega es óptima del pedido influye de manera positiva?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 51.0% consideran estar totalmente en desacuerdo con respecto a que la entrega óptima del pedido influye de manera positiva. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 17.6% que están en desacuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Entrega de pedido ya que solo un porcentaje menor representado por un 5.9% afirman estar totalmente de acuerdo.

Tabla 28

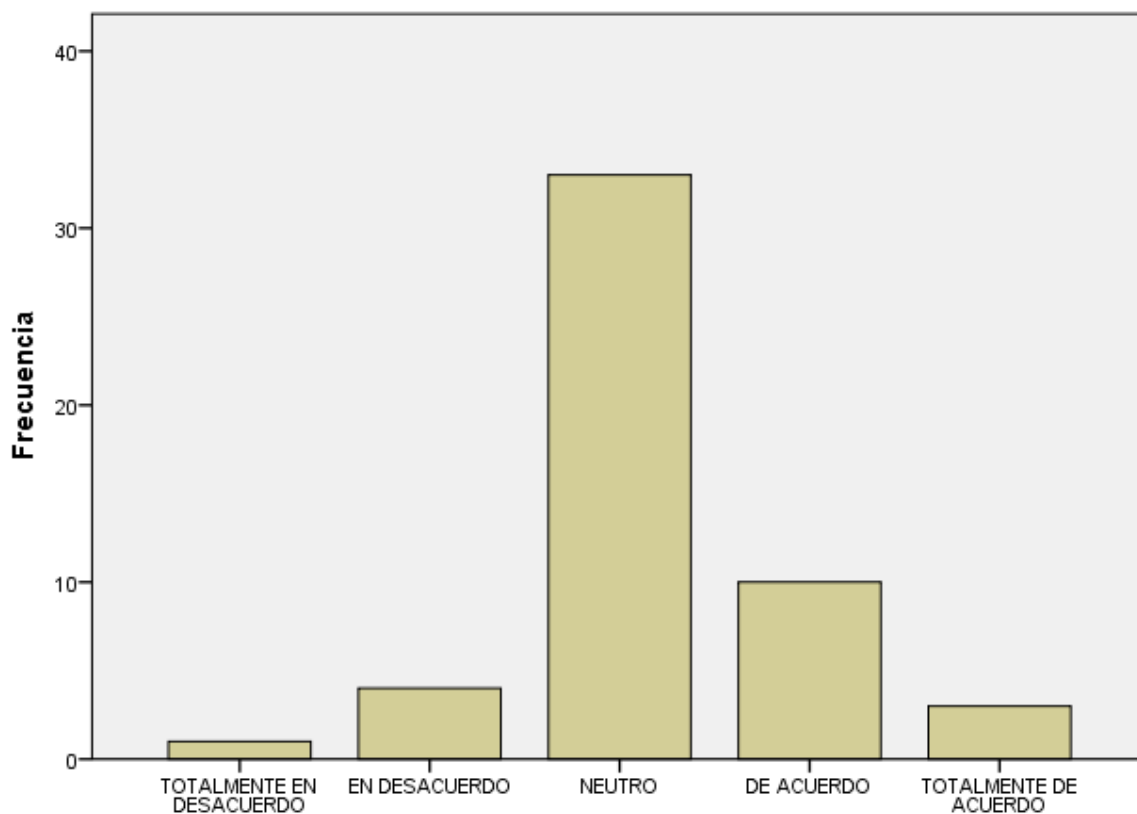
¿Considera que, los pedidos tienen aceptación por los clientes del restaurante “El Cangrejo Rojo”?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
En desacuerdo	4	7,8	7,8	9,8
Neutro	33	64,7	64,7	74,5
De acuerdo	10	19,6	19,6	94,1
Totalmente de acuerdo	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 34

¿Considera que, los pedidos tienen aceptación por los clientes del restaurante “El Cangrejo Rojo”?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 64.7% consideran una respuesta neutra, que tienen aceptación del pedido. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 19.6% que están de acuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Aceptación del cliente ya que solo un porcentaje menor representado por un 2.0% afirman estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 29

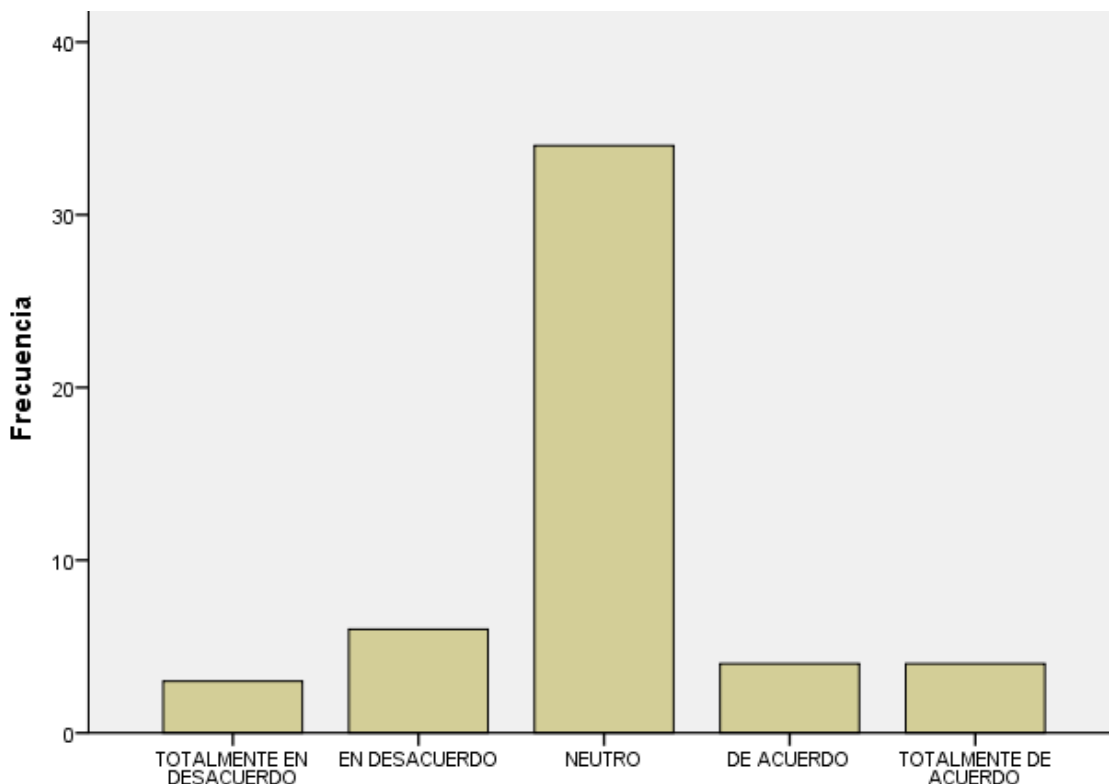
¿Considera que, es frecuente la aceptación del pedido por parte del del cliente?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	5,9	5,9	5,9
En desacuerdo	6	11,8	11,8	17,6
Neutro	34	66,7	66,7	84,3
De acuerdo	4	7,8	7,8	92,2
Totalmente de acuerdo	4	7,8	7,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 35

¿Considera que, es frecuente la aceptación del pedido por parte del del cliente?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 66.7% consideran en mantener una respuesta neutra con respecto a usar el sitio web frecuentemente para solicitar su pedido. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 11.8% que están en desacuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Aceptación del cliente ya que solo un porcentaje menor representado por un 5.9% afirman estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 30

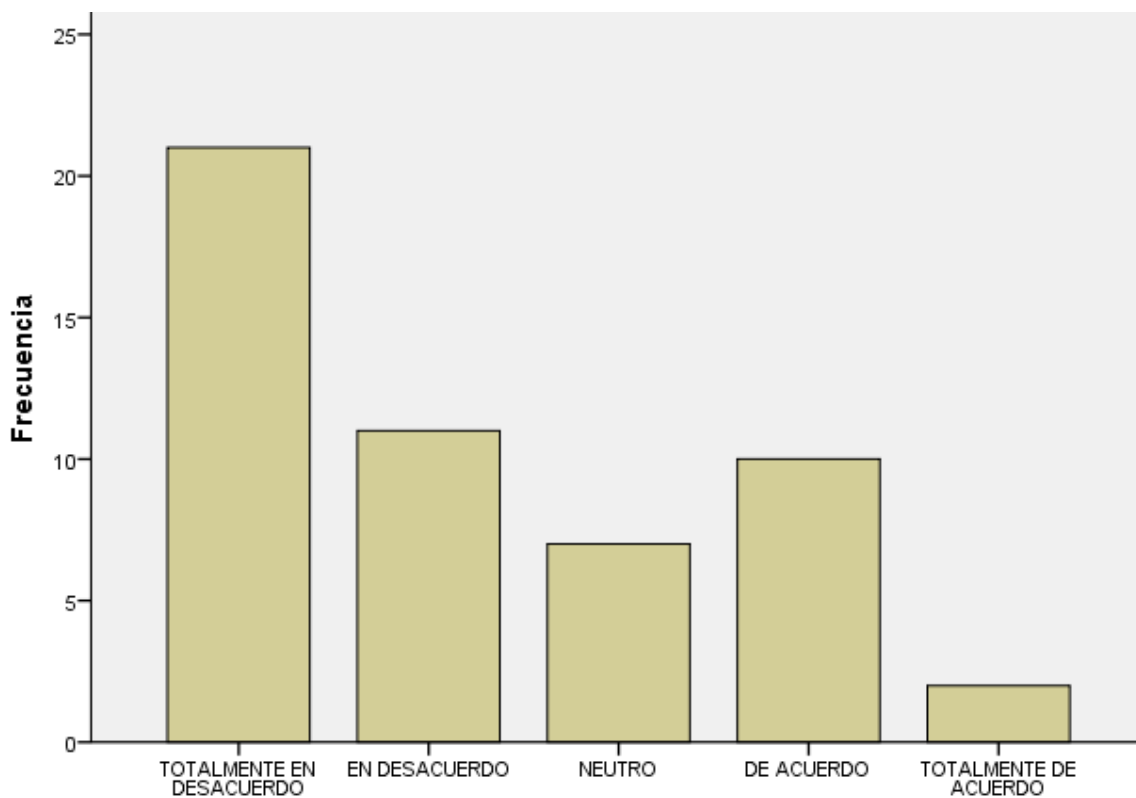
¿Considera que, respecto a la aceptación del pedido el restaurante “El Cangrejo Rojo” tiene nuevos clientes?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	21	41,2	41,2	41,2
En desacuerdo	11	21,6	21,6	62,7
Neutro	7	13,7	13,7	76,5
De acuerdo	10	19,6	19,6	96,1
Totalmente de acuerdo	2	3,9	3,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 36

¿Considera que, respecto a la aceptación del pedido el restaurante “El Cangrejo Rojo” tiene nuevos clientes?



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 41.2% consideran estar totalmente en desacuerdo con respecto a que el sitio web capta nuevos clientes. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 21.6% que están en desacuerdo. Bajo ese resultado, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Aceptación del cliente ya que solo un porcentaje menor representado por un 3.9% afirman estar totalmente de acuerdo.

Tabla 31

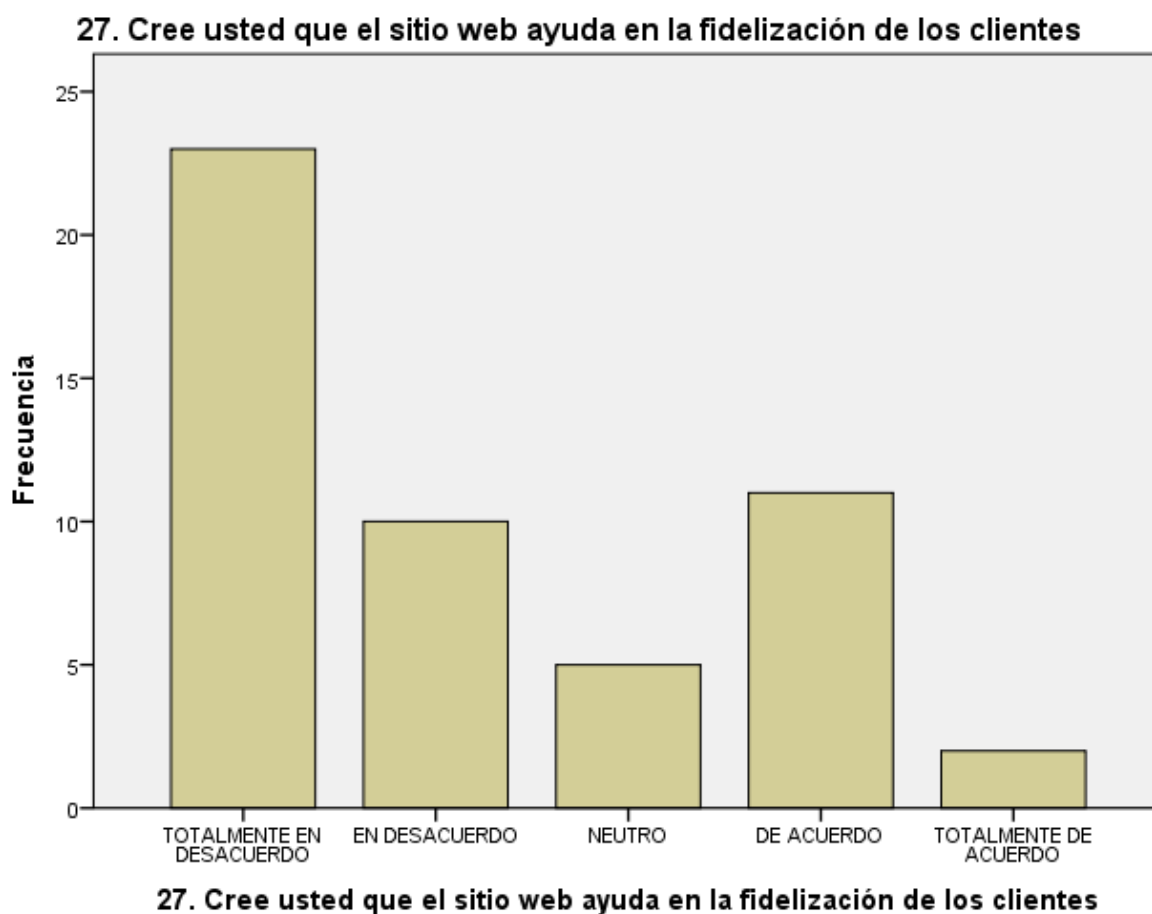
Cree usted que el sitio web ayuda en la fidelización de los clientes

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	23	45,1	45,1	45,1
En desacuerdo	10	19,6	19,6	64,7
Neutro	5	9,8	9,8	74,5
De acuerdo	11	21,6	21,6	96,1
Totalmente de acuerdo	2	3,9	3,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 37

Cree usted que el sitio web ayuda en la fidelización de los clientes



Nota. Elaboración propia

La encuesta realizada a 51 personas; de las cuales el 100% son válidas, arrojó que una mayoría representada por un 45.1% consideran estar totalmente en desacuerdo con respecto a que el sitio web ayuda en la fidelización de los clientes. Sin embargo, existe un porcentaje considerable del 21.6% que están de acuerdo. Por tanto, se puede decir que este ítem guarda una relación con la dimensión Aceptación del cliente ya que solo un porcentaje menor representado por un 3.9% afirman estar totalmente de acuerdo.

4.2 Contratación de hipótesis

En la contratación de hipótesis se llega a un resultado, el cual proviene del análisis de datos obtenidos; en este caso mediante la encuesta realizada. Según el enfoque de Pearson (2009), “las pruebas de hipótesis se plantan como un proceso de decisión entre dos hipótesis. En él se consideran una hipótesis alternativa (H1) que es la negación o complemento de la hipótesis nula (Ho)” (p. 186).

4.2.1. *Contrastación de hipótesis general*

Formulamos las siguientes hipótesis generales:

H₀: La implementación de un sitio web influye significativamente en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

H_a: La implementación de un sitio web no influye significativamente en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

Regla de decisión:

- Si $x > 0.05$ -> Se acepta la H₀
- Si $x \leq 0.05$ -> Se rechaza la H₀

Tabla 32

Influencia de implementación de sitio web en la gestión de pedidos

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	638,998 ^a	468	,000
Razón de verosimilitudes	229,047	468	1,000
Asociación lineal por lineal	16,957	1	,000
N de casos válidos	51		

a. 513 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02..

Nota. Elaboración propia

De acuerdo al resultado obtenido, se puede aseverar que, el Chi-cuadrado de Pearson es igual a 638,998, asimismo la significación asintótica es 0,000 (menor a 0,05) por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, donde la implementación de un sitio web influye significativamente en la gestión de pedidos en el restaurante “El Cangrejo Rojo”, La Convención, 2022.

4.2.2. *Contrastación de hipótesis específicos*

Formulamos las siguientes hipótesis específicas:

Hipótesis Específica 1

H₀: La implementación de un sitio web no influye significativamente en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

H_a: La implementación de un sitio web influye significativamente en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

Regla de decisión:

- Si $x > 0.05$ -> Se acepta la H₀
- Si $x \leq 0.05$ -> Se rechaza la H₀

Tabla 33

Influencia de implementación de sitio web en la planificación de pedidos

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	349,587 ^a	216	,000
Razón de verosimilitudes	163,070	216	,997
Asociación lineal por lineal	13,446	1	,000
N de casos válidos	51		

a. 247 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

Nota. Elaboración propia

En la presente tabla se demostró que, el Chi-cuadrado de Pearson fue 349,587, mientras la significación asintótica fue 0,000 (menor al 0.05), por tanto, se acepta la hipótesis alterna, donde la implementación de un sitio web influye significativamente en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

Hipótesis Específica 2

H₀: La implementación de un sitio web no influye significativamente en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

H_a: La implementación de un sitio web influye significativamente en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

Regla de decisión:

- Si $x > 0.05$ -> Se acepta la H0
- Si $x \leq 0.05$ -> Se rechaza la H0

Tabla 34

Influencia de implementación de sitio web en la entrega de pedidos

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	375,478 ^a	234	,000
Razón de verosimilitudes	171,199	234	,999
Asociación lineal por lineal	17,157	1	,000
N de casos válidos	51		

a. 266 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

Nota. Elaboración propia

En la tabla se pudo apreciar qué, el Chi-cuadrado de Pearson fue 375,478, mientras la significación asintótica fue 0,000 (menor a 0.05), por tanto, se acepta la hipótesis alterna, donde la implementación de un sitio web influye en la entrega de pedidos del restaurante “El Cangrejo Rojo”, La Convención – 2022.

Hipótesis Específica 3

H₀: La implementación de un sitio web no influye significativamente en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

H_a: La implementación de un sitio web influye significativamente en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

Regla de decisión:

- Si $x > 0.05$ -> Se acepta la H0
- Si $x \leq 0.05$ -> Se rechaza la H0

Tabla 35*Influencia de implementación de sitio web en la aceptación de pedidos*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	239,919 ^a	198	,022
Razón de verosimilitudes	129,588	198	1,000
Asociación lineal por lineal	9,336	1	,002
N de casos válidos	51		

a. 228 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02..

Nota. Elaboración propia

En la tabla se pudo apreciar que, el Chi-cuadrado de Pearson fue 239,919, por otro lado, la significación asintótica calculado fue 0,022 (menor a 0.05), el cual, se deduce que, se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, la implementación de un sitio web influye significativamente en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

4.1 Discusión

En el presente trabajo tuvo como objetivo, determinar la influencia de la implementación de un sitio web en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. En referencia se obtuvo como resultado que, el nivel de significación asintótica calculado es menor al 0.05, donde se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, la implementación de un sitio web influye significativamente en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. En relación a la tesis de Canturín (2022) en su tesis “Sistema web para la gestión de pedidos en la empresa Tech Solutions S.A.C., Santiago de Surco, Lima” obtuvo como resultado, que aumentó en 88,92% la calidad de pedidos con la ejecución del sistema web. Asimismo, tras utilizar la prueba T- Student, se obtuvo que T es de -4,259 siendo menor a -1,729; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa, quiere decir que el Sistema web incrementa la tasa de calidad de pedidos generados en la empresa Tech Solutions SAC. Por otro lado, López y Ruíz (2021) en su tesis, obtuvieron como resultado, en cuanto al tiempo de emisión de reporte de pedidos se logró reducir en un 62.26%. En este

caso se interpreta que, el uso de un sistema web basado en la metodología XP, mejora la gestión de pedidos para el restaurante Náutico de Trujillo.

Respecto al objetivo específico 1, se planteó determinar la influencia de implementación de un sitio web en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. En referencia a lo mencionado, se obtuvo como resultado que, el nivel de significación asintótica calculado es menor al 0.05, donde se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, la implementación de un sitio web SI influye en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. Para efectos de este apartado no se encontró un resultado similar, por ende, se consideró a López y Ruíz (2021) quienes en su estudio, obtuvieron como resultado, en cuanto al tiempo de emisión de reporte de pedidos se logró reducir en un 62.26%. En este caso se interpreta que, el uso de un sistema web basado en la metodología XP, mejora la gestión de pedidos para el restaurante Náutico de Trujillo. Es decir, por encima del tiempo de entrega de pedidos se debió a una buena planificación, dentro del cual se contempla el desarrollo del sitio web.

Seguidamente, en cuanto al objetivo específico 2, determinar la influencia de la implementación de un sitio web en la entrega de pedidos en el restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. En ese entender el resultado que se obtuvo fue, que el nivel de significación asintótica calculado es menor al 0.05, significa que se acepta la hipótesis alterna por lo tanto la implementación de un sitio web SI influye en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. En comparación con la tesis de Carreño y Mesia (2019) en su estudio “Sistema Web para el proceso de control de pedidos para la Empresa Inversiones y Representaciones Trinidad S.A.C.” obtuvo como resultado que la implementación del sistema web incrementó en 82% el porcentaje de los pedidos entregados a tiempo. En ese entender, se concluye que un sistema web influye en el proceso de control de pedidos de la empresa Inversiones y Representaciones Trinidad S.A.C.

Finalmente, debido al objetivo específico 3, determinar la influencia de la implementación de un sitio web en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. Obtuvo como resultado que, el nivel de significación asintótica calculado es mayor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna por lo tanto la implementación de sitio web SI influye en la aceptación de pedidos del restaurante El

Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. En comparación con el resultado de López y Ruíz (2021) en su tesis obtuvieron como resultado, en cuanto a la satisfacción del cliente mejoró en un 63.3%. El uso de un sistema web basado en la metodología XP aumenta el nivel de satisfacción del cliente.

CONCLUSIONES

1. Respecto a la hipótesis general planteada, que la implementación de un sitio web influye en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. Se contrasta con el resultado obtenido través del procesamiento estadístico utilizando el coeficiente de CHI-CUADRADA, donde se evidencia que, el nivel de significación asintótica calculado es menor al 0.05, significa que, de acuerdo a la regla de decisión de esta condición estadística, se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, se dice que la implementación de un sitio web SI influye de manera positiva en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.
2. Respecto a la hipótesis específica 1, la implementación de un sitio web influye en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención 2022. Se contrasta con el resultado obtenido través del procesamiento estadístico utilizando el coeficiente de CHI-CUADRADA, donde se evidencia que, el nivel de significación asintótica calculado es menor al 0.05, significa que, de acuerdo a la regla de decisión de esta condición estadística, se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, la implementación de un sitio web SI influye de forma positiva en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.
3. Respecto a la hipótesis específica 2, la implementación de un sitio web influye en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. Se contrasta con el resultado obtenido través del procesamiento estadístico utilizando el coeficiente de CHI-CUADRADA, donde se evidencia que el nivel de significación asintótica calculado es menor al 0.05, significa que se acepta la hipótesis alterna por lo tanto la implementación de un sitio web SI influye positivamente en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.
4. Respecto a la hipótesis específica 3, la implementación de un sitio web influye en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. Se contrasta con el resultado obtenido través del procesamiento estadístico utilizando el coeficiente de CHI-CUADRADA, donde se evidencia que, el nivel de significación asintótica calculado es mayor a 0.05, se acepta la hipótesis alterna por lo tanto la implementación de un sitio web SI influye de manera positiva en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.

RECOMENDACIONES

1. Respecto a la primera conclusión de la hipótesis general, donde evidencia que la implementación de un sitio web SI influye en la gestión de pedidos en el restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. Se recomienda a la comunidad científica que se pueda consolidar los resultados, con ayuda de otros instrumentos como las fichas de observación y de esta manera se puede educar a los investigadores a la búsqueda de otros mecanismos mucho más técnicos que aporte a su aprendizaje constante. De la misma forma, se recomienda al propietario del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, priorizar con un monitoreo continuo el sitio web y verificar los tiempos de entrega de pedidos.
2. Respecto a la segunda conclusión de la hipótesis específica 1, donde evidencia que, la implementación de un sitio web SI influye en la planificación de pedidos en el restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. El cual, se recomienda a la comunidad científica en considerar para el sitio web un plan de contingencia con la finalidad de que su funcionamiento no tenga problema alguno y posea alternativas de solución. Asimismo, el propietario de la tienda debe canalizar un cuaderno de recomendaciones de los clientes sobre la nueva forma de hacer pedidos por el sitio web.
3. Respecto a la tercera conclusión de la hipótesis específica 2, se evidencia que la implementación de un sitio web SI influye en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. Se recomienda a la comunidad científica en el proceso de entrega de pedidos, ya que formará parte de la experiencia del cliente cuando acuda al restaurante y determinará la primera impresión en caso éste fuera nuevo cliente y motive más aún a aquellos que acuden constante.
4. Respecto a la cuarta conclusión de hipótesis específica 3, se evidencia que la implementación de un sitio web SI influye en la aceptación de los clientes hacia el restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. Se recomienda que, para este efecto de captación de cliente, el desarrollo del sitio web sea lo más práctico y de fácil acceso, es decir el interfaz debe garantizar que sea intuitivo y de modo que, cualquier persona que acuda a realizar un pedido le permita tener éxito en su pedido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, F., Ortiz, A., Alemany, M. del M., & Lario, F. (2005). «Order promising» y Gestión de Pedidos: Una visión de procesos. *IX Congreso de Ingeniería de Organización Gijón*, 11.
- Almache, F., & Quiguango, J. (2018). *Sistema web para la gestión del restaurante de la empresa Conclisan Cia LTDA. en la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas en el periodo 2017-2018*. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo. Obtenido de https://issuu.com/pucesd/docs/disertaci_n_de_grado
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (5ta ed.). Caracas: Editorial Episteme. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Aubry, C. (2018). *Cree su primer sitio web del diseño a la realización* (Barcelona:)
- Barnola, P. (2008). *Introducción a la creación de páginas web*. 10.
- Barrios, S., & Moreno, M. (2020). *Desarrollo de una plataforma para la gestión de pedidos en los restaurantes de Sahagún Córdoba*. Sahagún, Córdoba: Universidad de Córdoba. Obtenido de <https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstream/handle/ucordoba/3718/barriossalgadocesardavid-morenoreinomayuryyurany.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Burgos, C. (2015). *Desarrollo de un sistema web para la gestión de pedidos en un restaurante. Aplicación a un caso de estudio*.
- Canturin, R. (2022). Sistema web para la gestión de pedidos en la empresa Tech Solutions S.A.C., Santiago de Surco, Lima. En *Universidad César Vallejo*. Universidad César Vallejo.

- Carreño, J., & Mesia, J. (2019). Sistema Web para el proceso de control de pedidos para la Empresa Inversiones y Representaciones Trinidad S.A.C. En *Universidad César Vallejo*. Universidad César Vallejo.
- Cruz, Al. (2018). *Desarrollo de una aplicación web para el control de pedidos de una cevichería*.
- Cubas, C., & Vázquez, S. (2019). Sistema web para el proceso de pedidos en el Restaurant Inversiones del Parque S.A.C. En *Repositorio Institucional—UCV*.
- Espasa, J. (2021). *Desarrollo de una aplicación web móvil para la gestión de comandas en restaurantes*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/174255/Espasa%20-%20Desarrollo%20de%20una%20aplicacion%20web%20movil%20para%20la%20gestion%20de%20comandas%20en%20restaurantes.pdf?sequence=1>
- Fernández, J., Días, P., Huertas, A., Rovira, C., Pedraza, R., Sicilia, M., . . . Míguez, M. (2013). Marcas de destino y evaluación de sitios web: una metodología de investigación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 622-638. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81928785027.pdf>
- Gestión. (2020). Restaurantes: problemas, retos y soluciones en medio de la pandemia. *Gestión*, 5. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/gestiondeservicios/2020/04/restaurantes-problemas-retos-y-soluciones-en-medio-de-la-pandemia.html/?ref=gesr>
- González, N., Huepe, Á., & Martínez, A. (2020). Desarrollo e implementación e estrategias de marketing para los restaurantes de comidas rápidas de la ciudad de Cali en tiempo de pandemia. *Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium*, 35. Obtenido de <https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2048/DESA>

RROLLO_IMPLEMENTACI%c3%93N_ESTRATEGIAS_MARKETING_RE
 STAURANTES_COMIDAS_R%c3%81PIDAS_CIUADAD_CALI_TIEMPOS_P
 ANDEMIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guevara, L. (2018). *Implementación de un sistema de atención de pedidos de la empresa “Industria Panificadora del Sur” en Villa el Salvador*. Lima:

Universidad Tecnológica del Perú. Obtenido de

<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/1154>

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Mc Graw Hill Education.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metdología de la Investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGRAW-HILL

INTERAMERICANA EDITORES. Obtenido de

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación*.

Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las tres rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. En *Mc Graw Hill* (Vol. 1, Número México).

INEGI. (2010). *celade.cepal.org*. Obtenido de www.inegi.org.mx:

https://celade.cepal.org/censosinfo/manuales/MX_DisenomuestraCensal_2010.pdf

Jaimes , C., & Valderrama , S. (2019). *El desarrollo de la tesis*. Lima: San Marcos.

Krajewski, J., Ritzman, B., & Malhotra, M. (2008). Administración de Operaciones.

Procesos y cadenas e valor. En *Formacion Universitaria* (Octava edi, Vol. 11,

Número 3). <https://doi.org/10.4067/S0718-50062018000300001>

- López, A., & Ruíz, V. (2021). *Sistema Web basado en la metodología XP para la gestión de pedidos en el restaurante Náutico de Trujillo*. Trujillo: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/71642/L%c3%b3pez_TAL-Ru%c3%adz_RVA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lorenzo, C., Alarcón, M. d., & Gómez, M. (2010). Adopción de redes sociales virtuales: ampliación del modelo de aceptación tecnológica integrando confianza y riesgo positivo. *Elsevier*, 194-205. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1138575811000363?token=AB9F7DA356537F76BEF3123B4D6FA6D3C1367F1A1896CD285BB5FC977FA0F812D44DC96FB6EC7D2B12778C10274CCDBF&originRegion=us-east-1&originCreation=20220501231358>
- Manrique, M., Teves, J., Taco, A., & Flores, J. (2019). Gestión de cadena de suministro: Una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1136-1146.
- Marreiro, M., Medeiros, M. V., & Versa de Sousa, M. (2014). Revisión de la bibliografía sobre los estudios del comportamiento del consumidor online en el área de turismo. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 21. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eyp/v23n3/v23n3a06.pdf>
- Martel, C. (2020). *Implementación de un sistema web para el control de las ventas del comedor restaurante El Creval en la ciudad de Huánuco—2020* [Universidad de Huánuco]. https://repositorio.upa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12897/217/TESIS%20_D

ELGADO_BUSTAMANTE_CRISTHEL_EDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Martínez, A. (2002). Manual práctico de HTML. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://bioinf.ibun.unal.edu.co/servicios/electiva/manhtml/HTML.pdf
- Molina, J., Zea, M., Contento, M., & García, F. (2018). Comparación de Metodologías en Aplicaciones Web. *3C Tecnología_Glosas de innovación aplicadas a la pyme*, 7(1), 1-19. <https://doi.org/10.17993/3ctecno.2018.v7n1e25.1-19>
- Ochoa, P. (2014). *Aplicación interactiva para gestión de órdenes y pedidos en restaurantes*.
- Palomino, V. (2020). *Aplicación Web para la gestión de atención al Cliente en el Restaurante Quinta Waly de la ciudad del Cusco*. Lima: Universidad Inca Garcilazo de la Vega. Obtenido de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/5471/TESIS_PALOMINO%20BUENO%20VADICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Perdigón, R., Viltres, H., & Madrigal, I. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cuba Informativ*, 17. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000300014
- Pezantes, D. (2017). *Proyecto de investigación previo a la obtención del título de ingeniero en sistemas e informática*. Ambato, Ecuador: Universidad Regional Autónoma de los Andes "UNIANDES". Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7382/1/PIUASIS011-2017.pdf>

- Puyuelo, J., Montañés, J., Garmendia, J., & Sanagustín, M. (2017). *Introducción a la historia de bares y restaurantes: Principales hitos bajo una perspectiva gastronómica*. (Zaragoza:).
- Redrován, F., Loja, N., Correa, K., & Piña, J. (2018). Comparación de métricas de calidad para el desarrollo de aplicaciones web. *3C Tecnología. Glosas de Innovación aplicadas a la pyme*.
- Rodríguez, C., Cortés, G., Vicente, R., & León, C. (2018). *Personalización del Moodle mediante la Integración de las tecnologías educativas de la web más empleadas en la educación superior*. Habana.
- Santillán, A., & Gusñay, J. (2020). *DESARROLLO DE APLICACIÓN WEB DE GESTIÓN Y VENTA PARA RESTAURANTES*.
- Silva, D., & Mercerat, B. (2002). Construyendo aplicaciones web con una metodología de diseño orientada a objetos. *Universidad Autónoma de Bucaramanga - UNAB*, 115(1900).
- Solórzano, B. (2004). Planeación y Desarrollo de Web Site. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, 6(21), 75-88.
- The Inclusive Internet Index. (martes 6 de Marzo de 2018). *economiaynegocios*.
Obtenido de economiaynegocios:
<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=448731>
- Valarezo, M., Honores, J., Gómez, A., & Vincés, L. (2018). Comparación de tendencias tecnológicas en aplicaciones web. *3Ctecnología*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/09/Art_2.pdf
- Valle, C., & Guerra, J. (2020). *Análisis y diseño de una aplicación web para la mejora de la gestión de reservas y toma de órdenes en el restaurante La Trattoria de*

Chincha Alta, 2019. Chinca, Ica: Universidad autónoma de Ica. Obtenido de <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica/1062/1/Cristian%20Jeferson%20Valle%20Ronceros.pdf>

Vergara, A. (2019). *Sistema informático de gestión de pedidos y facturación para la empresa Oshiro Logística S.A.C., Huacho*. Huacho: Universidad San Pedro.

Obtenido de

http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/8223/Tesis_59648.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villarreal, B. (2016). *Desarrollo de un sistema web para la gestión de procesos de un restaurante*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid. Obtenido de

https://oa.upm.es/43297/9/TESIS_MASTER_BORIS_JAVIER_VILLARREAL_MOSQUERA.pdf

Universidad Tecnológica del Perú. (2020). *Metodología de la investigación científica* (Vicerrecto, Vol. 21, Número 1).

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable Independiente: Sito web	El sitio web es aquel que los usuarios pueden utilizar accediendo a un servidor web mediante un navegador, un software que se codifica en un lenguaje soportado por los navegadores web (Li, 2016).	Sistema que sirve para gestionar los pedidos; como facturas, controlar los materiales, gestionar los pedidos entregados y por entregar; controlar la elaboración de cada pedido, obtener reportes del estado de cada pedido en cuanto su elaboración hasta la entrega.	Seguridad del sitio	-Confidencialidad de la información -Integridad de la información -Disponibilidad de información -Autenticidad -Integridad	Escala de likert (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Neutro (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
			Accesibilidad	-Tiempo de velocidad de carga -Tiempo promedio de búsqueda	
			Usabilidad	-Comodidad de uso del sitio web. (Facilidad de navegabilidad). -Cantidad de clientes de acuerdo con el diseño de interfaz. -Operabilidad	
Variable Dependiente:	Es una forma digital de gestionar el ciclo de vida de un pedido. Realiza el seguimiento de toda la información y los procesos, incluyendo la entrada de	Conjunto de pasos que se realiza con el fin de obtener y mantener a los clientes satisfechos con los pedidos que solicitan brindándoles calidad en los productos y	Planificación de pedidos	- Tiempo para registrar pedidos de compra	Escala de likert
				- Tiempo para programación de pedidos.	

Gestión de pedidos	pedidos, la gestión del inventario, la tramitación de pedidos y el servicio pos-venta. Las organizaciones pueden tener insights casi en tiempo real de los inventarios y los clientes pueden comprobar cuándo llegará un pedido. (International Business Machines, s. f).	entregándolos completos. El proceso inicia con la solicitud del pedido, luego seguimos con la elaboración del pedido hasta la entrega del mismo y el cobro del pedido.		-Tiempo para entrega de órdenes de compra	(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo
			Entrega de pedidos	- Calidad de pedidos generados -Pedidos realizados satisfactoriamente - Pedidos entregados a tiempo. -Cantidad de reportes de ventas	(3) Neutro (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
			Aceptación del cliente	-Disposición de los clientes para utilizar -Frecuencia de uso -Cantidad de clientes nuevos registrados -Cantidad de clientes potenciales	

Anexo 2: Matriz de consistencia

TÍTULO: “IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB Y LA GESTIÓN DE PEDIDOS DEL RESTAURANTE EL CANGREJO ROJO, LA CONVENCIÓN, 2022”				
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables/ Dimensiones	Diseño
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente	Tipo de investigación:
¿De qué manera la implementación de un sitio web influye en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022?	Determinar la influencia de implementación de un sitio web en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.	La implementación de un sitio web influye positivamente en la gestión de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.	1.- Sitio web Dimensiones - Seguridad del sitio - Accesibilidad - Usabilidad	Aplicada Enfoque de investigación: Cuantitativo
Problemas específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas		Diseño de investigación:
PE1: ¿De qué manera la implementación de un sitio web influye en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022? PE2: ¿De qué manera la implementación de un sitio web influye en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022?	OE1: Determinar la influencia de implementación de un sitio web en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. OE2: Determinar la influencia de implementación de un sitio web en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.	HE1: La implementación de un sitio web influye positivamente en la planificación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. HE2: La implementación de un sitio web influye positivamente en la entrega de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022. HE3: La implementación de un sitio web influye positivamente	Variable Dependiente 2.- Gestión de pedidos Dimensiones -Planificación de pedidos - Entrega de pedidos - Aceptación del pedido	No experimental Alcance de investigación: Correlacional causal Técnica: * Encuesta Instrumento: *Cuestionario

<p>PE3: ¿Cómo la implementación de un sitio web influye en la aceptación del pedido del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022?</p>	<p>OE3: Determinar la influencia de implementación de un sitio web en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención, 2022.</p>	<p>en la aceptación de pedidos del restaurante El Cangrejo Rojo, La Convención – 2022.</p>			<p>Población: Los clientes y gerente del restaurante EL Cangrejo Rojo, siendo un total de 51 personas.</p> <p>Muestra: La muestra estuvo constituida por 51 clientes, incluido el gerente del restaurante EL Cangrejo Rojo.</p>
---	--	--	--	--	---

Anexo 3: Instrumento de recopilación de datos

Cuestionario Desarrollo de un sitio web para la gestión de pedidos en el restaurante el Cangrejo Rojo, La Convención 2022

Buenos días/tardes/noches

Somos Darcy Vergara Chalco y Abdul Khadir Cuellar Amar estamos desarrollando nuestro trabajo de tesis en la Universidad Líder Peruana de Quillabamba.

El objetivo principal de esta encuesta, se centra en conocer si existe relación entre la implementación de un sitio web y la gestión de pedidos. Toda información que me pueda brindar será manejada con la confidencialidad debida.

Instrucciones: Marco con una (X) de acuerdo a su elección

I. Aspectos generales

Pregunta 1: Género

- a) Varón
- b) Mujer

Pregunta 2: ¿Cuántos años tiene usted?

-----Años

Pregunta 3: ¿Cuántas personas conforman su familia?

Pregunta 4: ¿Cuál es su estado civil?

- a) Casado (a)
- b) Soltero (a)
- c) Divorciado (a)
- d) Conviviente
- e) Viuda (a)

Pregunta 5: ¿Tiene hijos?

- a) Si
- b) No

Cuántos_____

Pregunta 6: ¿Cuál es su nivel de estudio culminado?

- a) Educación primaria
- b) Educación secundaria
- c) Educación superior universitaria
- d) Educación superior Técnica
- e) Ninguna de las anteriores

II. VARIABLE 1: SITIO WEB

A. Para el siguiente cuestionario marque con una **(X)** considerando la siguiente escala de valoración:

Totalmente en Acuerdo(TD)	En desacuerdo (ED)	Neutro N	De acuerdo (DA)	Totalmente de acuerdo(TA)
1	2	3	4	5

N.º	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		TD	ED	N	DA	TA
VARIABLE 1: SITIO WEB		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Seguridad del sitio						
01	¿Considera que es seguro brindar información confidencial en un sitio web?					
02	¿Considera que sus datos son almacenados de forma segura en el sitio web?					

03	¿Considera que sus datos en el sitio web son utilizados de manera correcta?					
Dimensión 2: Accesibilidad						
04	¿Le parece ideal que un sitio web brinde la información necesaria sobre el negocio?					
05	¿Considera que el sitio web es de fácil entendimiento?					
06	¿Considera que el sitio web está perfeccionado en cuanto a la velocidad de carga?					
07	¿Cree usted que tendrá inconveniente a la hora de buscar información en el sitio web?					
08	¿Cree que cualquier persona puede tener acceso al sitio web?					
Dimensión 3: Usabilidad						
09	¿Considera que, el sitio web le brinda una experiencia satisfactoria?					
10	¿Considera que, el sitio web es interactivo?					
11	¿Considera que, la información brindada por el sitio web es recomendable?					
12	¿Considera que el sitio web es de fácil operatividad?					

III. VARIABLE 2: GESTIÓN DE PEDIDOS

B. Para el siguiente cuestionario marque con una (X) considerando la siguiente escala de valoración:

N.º	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		TD	ED	N	DA	TA
	VARIABLE 2: GESTIÓN DE PEDIDOS	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Planificación de pedidos						
13	¿Considera que registrar un pedido toma mucho tiempo?					
14	¿Considera que el tiempo de espera del pedido sea el más óptimo?					
15	¿Usted cree que el pedido online es efectivo?					
16	¿Considera que el tiempo de respuesta del restaurante “El Cangrejo Rojo” es importante a la hora de realizar un pedido?					
17	¿Considera que el tiempo de espera del pedido es la más óptima?					
18	¿Usted cree que, hace falta medios de comunicación para solicitar el pedido?					
Dimensión 2: Entrega de pedidos						
19	¿Considera que el tiempo de entrega de pedido es muy buena?					
20	¿Considera que, las entregas de pedido en el restaurante “El Cangrejo Rojo” cumplen las características correctas?					

21	¿Usted cree que la entrega del pedido tiene inconvenientes?					
22	¿Su pedido fue entregado en el tiempo establecido?					
23	¿Considera que la entrega es óptima del pedido influye de manera positiva?					
Dimensión 3: Aceptación del pedido						
24	¿Considera que, los pedidos tienen aceptación por los clientes del restaurante “El Cangrejo Rojo”?					
25	¿Considera que, es frecuente la aceptación del pedido por parte del cliente?					
26	¿Considera que, respecto a la aceptación del pedido el restaurante “El Cangrejo Rojo” tiene nuevos clientes?					
27	¿Cree usted que, los clientes potenciales no tienen quejas sobre la aceptación del pedido?					

Anexo 4. Ficha de validación de instrumentos por juicio de expertos

Anexo 4: Ficha de validación de instrumentos por juicio de expertos

Datos del Experto: RICHARD NICOLAY TAPIA VICTORIO

Título de la Investigación: "IMPLEMENTACION DE UN SITIO WEB

PARA LA GESTION DE PEDIDOS EN EL RESTAURANTE EL LANGREJO"
BOJO, LA CONVENCION, 2022"

Objetivo: Validar instrumento

Objeto de análisis: FICHA DE OBSERVACION

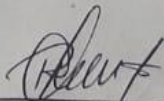
Investigador(a): Dr. DARCY VERGARA CHALCO Dr. ABDUL KHADIR CUELLAR
AMAR

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
01	Operacionalización de las variables	Metodología			X		
02	Pertinencia de reactivos	Coherencia					X
03	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia				X	
04	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia				X	
05	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad					X
06	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad			X		
07	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad					X
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad			X		
09	Muestra una organización lógica	Organización					X
10	Calidad de instrucciones	Calidad					X
TOTAL					9	8	25
			a	b	c	d	e

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: $C = (a+b+c+d+e) / 50 = \text{Rpta} * 100 = 84\%$

NOTA: El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por 2 expertos es $\geq 70\%$

Santa Ana, 09 de MARZO de 2023



Sello y firma del experto

Hgt. Richard Nicolay Tapia Victorio
40721613



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
TAPIA VICTORIO, RICHARD NICOLAY DNI 40722673	INGENIERO DE SISTEMAS Fecha de diploma: 17/12/2012 Modalidad de estudio: -	UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO <i>PERU</i>
TAPIA VICTORIO, RICHARD NICOLAY DNI 40722673	BACHILLER EN INGENIERIA DE SISTEMAS Fecha de diploma: 20/01/2012 Modalidad de estudio: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO <i>PERU</i>
TAPIA VICTORIO, RICHARD NICOLAY DNI 40722673	MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN CON MENCION EN GESTIÓN PÚBLICA Fecha de diploma: 23/02/21 Modalidad de estudio: PRESENCIAL Fecha matrícula: 22/08/2016 Fecha egreso: 12/01/2018	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE <i>PERU</i>

Anexo 4: Ficha de validación de instrumentos por juicio de expertos

Datos del Experto: JORGE MARIO ANDRADO AGUILAR.....

Título de la Investigación: IMPLEMENTACION DE UN SITIO WEB.....

PARA LA GESTION DE PEDIDOS EN EL RESTAURANTE EL CANGREJO ROJO, LA CONVECCION 2022.

Objetivo: Validar instrumento

Objeto de análisis: Ficha de observación.....

Investigador(a): Br. Darcy Vergara Chalco - Br. Abdul Khadir Cuellar Amar.....

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
01	Operacionalización de las variables	Metodología				X	
02	Pertinencia de reactivos	Coherencia					X
03	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia					X
04	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia					X
05	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				X	
06	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad					X
07	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad					X
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad					X
09	Muestra una organización lógica	Organización					X
10	Calidad de instrucciones	Calidad				X	
TOTAL							
			a	b	c	d	e

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: $C = (a+b+c+d+e) / 50 = Rpta * 100 = .94..%$

NOTA: El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por 2 expertos es $\geq 70%$

Santa Ana,05.....de Mayo.... de 2023..


 Sello y firma del experto
 DNI: 42237018

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
ANDRADE AGUILAR, JORGE MARIO DNI 42237018	INGENIERO DE SISTEMAS E INFORMATICA Fecha de diploma: 28/05/2009 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS S.A. <i>PERU</i>
ANDRADE AGUILAR, JORGE MARIO DNI 42237018	BACHILLER EN INGENIERIA DE SISTEMAS Fecha de diploma: 18/07/2006 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO <i>PERU</i>

Anexo 5. Captura de imagen de recopilación de datos

	preg_1	preg_2	preg_3	preg_4	preg_5	preg_6	preg_7	preg_8	preg_9	preg_10	preg_11	preg_12	preg_13	preg_14	preg_15	preg_16	preg_17	preg_18	preg_19	preg_20	preg_21	preg_22	preg_23	preg_24	preg_25	preg_26	preg_27	SumaVar1S itioWeb	SumaVar2 GestionPe didos	SumaDim1 Planificació nPedidos	SumaDim2 EntregaPed do	SumaDim3 Aceptacion Clientes	
1	4	2	2	2	3	4	2	3	2	1	1	3	3	2	3	3	1	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	29	39	15	14	10	
2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	3	4	3	1	2	3	2	3	1	3	3	3	1	3	3	2	2	29	35	14	11	10	
3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	2	1	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	33	37	16	12	9	
4	2	1	2	2	4	2	4	3	3	1	1	2	4	1	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	27	49	18	18	13	
5	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	1	3	3	1	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	2	1	27	34	14	11	9	
6	2	4	3	1	1	3	3	1	1	2	2	4	4	1	3	3	4	3	1	2	2	4	1	3	2	2	3	27	38	18	10	10	
7	2	3	3	4	3	3	1	3	2	2	3	3	3	4	2	2	1	3	4	3	3	3	1	4	2	1	1	32	37	15	14	8	
8	3	4	2	2	3	4	4	3	3	2	1	3	2	4	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	34	42	20	12	10	
9	2	3	2	2	2	4	2	1	3	2	1	2	2	2	4	4	2	4	2	4	2	3	2	3	2	2	3	26	40	18	13	9	
10	2	3	4	1	1	2	3	2	3	2	1	2	3	1	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	1	26	37	16	13	8	
11	4	3	4	2	1	2	3	1	1	1	2	3	2	3	3	3	1	1	2	1	1	2	1	3	2	1	1	27	27	13	7	7	
12	2	2	3	1	1	2	2	3	3	2	2	3	4	3	2	1	1	3	1	2	3	3	4	3	3	2	4	26	39	14	13	12	
13	1	3	3	2	1	2	3	2	3	2	1	3	4	1	2	3	4	2	2	3	4	2	1	4	3	2	1	26	38	16	12	10	
14	2	1	3	3	1	2	3	1	3	3	1	3	3	1	1	3	3	1	1	4	3	2	1	4	4	4	4	26	39	12	11	16	
15	4	3	3	1	3	2	3	1	3	1	1	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	1	3	3	1	1	28	35	15	12	8	
16	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	1	3	1	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	35	31	12	11	8	
17	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	1	3	1	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	35	31	12	11	8	
18	3	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	1	4	1	3	1	1	3	1	1	3	3	1	3	3	1	1	34	30	13	9	8	
19	3	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	1	4	1	3	1	1	3	1	1	3	3	1	3	3	1	1	34	30	13	9	8	
20	3	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	1	4	1	3	1	1	3	1	1	3	3	1	3	1	1	1	34	28	13	9	6	
21	3	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	1	4	1	3	1	1	3	1	1	3	3	1	3	1	1	1	34	28	13	9	6	
22	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	1	3	1	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	35	31	12	11	8	
23	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	1	3	1	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	35	31	12	11	8	
24	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	35	33	14	11	8	
25	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	1	3	3	1	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	27	33	14	11	8	
26	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	1	3	3	1	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	27	33	14	11	8	
27	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	29	35	14	13	8	
28	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	29	35	14	13	8	
29	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	29	35	14	13	8
30	5	4	3	1	5	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	5	3	3	1	1	3	3	1	1	35	35	14	13	8	
31	5	4	3	1	5	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	5	3	3	2	1	3	3	1	1	35	36	14	14	8	
32	5	4	5	5	2	3	3	3	2	1	3	5	2	1	4	2	2	3	3	3	3	2	1	4	4	4	4	38	44	16	12	16	
33	2	4	3	1	1	3	3	1	1	2	2	4	4	1	3	3	4	3	1	2	2	4	1	3	2	2	3	27	38	18	10	10	
34	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21	20	10	16	16	

Tabulación de resultados de encuesta: este gráfico describe la tabulación de resultados de las personas que participaron en la encuesta de la investigación.

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	preg_1	Númérico	8	0	1. Considera que es seguro brindar información confidencial en un sitio web.	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	preg_2	Númérico	8	0	2. Considera que el sitio vela por la integridad de la información	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	preg_3	Númérico	8	0	3. Considera que sus datos están en buen resguardo y usado de manera correcta	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	preg_4	Númérico	8	0	4. Le parece ideal que un sitio web brinde la información necesaria sobre el negocio.	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	preg_5	Númérico	8	0	5. Considera que el sitio web es de fácil entendimiento.	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	preg_6	Númérico	8	0	6. Considera que el sitio web está optimizado en cuanto a la velocidad de carga	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	preg_7	Númérico	8	0	7. Cree usted que tendrá inconveniente a la hora de buscar información	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	preg_8	Númérico	8	0	8. Cree que cualquier persona puede llegar a utilizar el sitio web	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	preg_9	Númérico	8	0	9. Le parece satisfactorio y con buena experiencia de usuario el navegar en el sitio web	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	preg_10	Númérico	8	0	10. Le parece que el sitio web es intuitivo y fácil de utilizar.	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	preg_11	Númérico	8	0	11. Considera usted que es recomendable y útil la información brindada	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	preg_12	Númérico	8	0	12. Considera que el sitio web es de fácil operatividad	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	preg_13	Númérico	8	0	13. Considera que registrar un pedido toma mucho tiempo	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	preg_14	Númérico	8	0	14. Considera que el tiempo de espera del pedido sea el más óptimo	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	preg_15	Númérico	8	0	15. Usted cree que el pedido online es efectivo y recomendable	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	preg_16	Númérico	8	0	16. Considera que el tiempo de respuesta es un factor importante a la hora de realizar un pedido	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	preg_17	Númérico	8	0	17. Considera que el tiempo de espera del pedido es la más óptima.	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	preg_18	Númérico	8	0	18. Usted cree que debería haber más medios de comunicación para solicitar el pedido	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	preg_19	Númérico	8	0	19. Considera que el tiempo de entrega de pedido es muy buena.	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	preg_20	Númérico	8	0	20. Considera que la calidad de la entrega del pedido es alta	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	preg_21	Númérico	8	0	21. Usted cree que la entrega del pedido no tendrá inconvenientes	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	preg_22	Númérico	8	0	22. Su pedido fue entregado en el tiempo establecido	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	preg_23	Númérico	8	0	23. Considera que la entrega optima del pedido influye de manera positiva	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	preg_24	Númérico	8	0	24. Considera es recomendable y eficaz para realizar pedidos.	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	preg_25	Númérico	8	0	25. Consideraría usar el sitio web frecuentemente para solicitar su pedido	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	preg_26	Númérico	8	0	26. Considera que el sitio web capta nuevos clientes	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
27	preg_27	Númérico	8	0	27. Cree usted que el sitio web ayuda en la fidelización de los clientes	{1, TOTALM...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
28	SumaVar1SitioWeb	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	17	Derecha	Escala	Entrada
29	SumaVar2GestionPedidos	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
30	SumaDim1PlanificaciónPedidos	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
31	SumaDim2EntregaPedido	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
32	SumaDim3AceptacionClientes	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de variables: Esta imagen muestra la organización de variables para el procesamiento de datos estadísticos.

Anexo 6. Evidencias: Panel fotográfico de las encuestas realizadas





Arquitectura de sitio web del restaurante de ceviche “El Cangrejo Rojo”

The image shows the WordPress administration dashboard for a website named "El Cangrejo Rojo". The interface is in Spanish and includes a sidebar with navigation options like "Inicio", "Entradas", "Medios", "Páginas", "Comentarios", "Proyectos", "Apariencia", "Plugins", "Usuarios", "Herramientas", "Ajustes", "Joinchat", "Yoast SEO", "Dn", and "Crear menú". The main content area features a "Escritorio" (Dashboard) header with a "Configuración SEO inicial" notice. Below this is a large banner that says "¡Te damos la bienvenida a WordPress!" and "Aprende más sobre la versión 6.3.2.". Three main action cards are visible: "Crea contenido rico con bloques y patrones", "Empezar a personalizar", and "Descubre una nueva forma de construir tu sitio.". The dashboard is divided into several widgets: "Estado de salud del sitio" (Site Health), "Borrador rápido" (Quick Draft), "De un vistazo" (At a Glance), "Actividad" (Activity), "Eventos y noticias de WordPress" (WordPress Events and News), "Información general de entradas de Yoast SEO" (Yoast SEO General Information), "Últimos artículos del blog de Yoast.com" (Latest Yoast.com Blog Articles), and "Yoast SEO / Wincher: Principales frases clave" (Yoast SEO / Wincher: Key Phrases). The "Estado de salud del sitio" widget indicates a critical issue with site performance and security. The "Borrador rápido" widget has a title and content field. The "De un vistazo" widget shows 1 entry, 6 pages, and 1 comment. The "Actividad" widget shows recent publications and comments. The "Eventos y noticias de WordPress" widget lists upcoming events and news items. The "Información general de entradas de Yoast SEO" widget shows a bar chart for SEO scores. The "Últimos artículos del blog de Yoast.com" widget lists recent blog posts. The "Yoast SEO / Wincher: Principales frases clave" widget shows a table of key phrases and their positions.

1. Panel de administración WordPress: la imagen muestra el panel de administración de WordPress el cual facilita la completa administración de los recursos del sistema web.

2. Panel de administración de servidor: la imagen muestra el panel de administración del servidor web el cual nos permite configurar los requerimientos necesarios del servidor.

The screenshot displays the Softaculous web server administration interface. On the left is a dark sidebar with a search bar and a list of tool categories such as Blogs, Portals/CMS, Forums, Image Galleries, Wikis, Social Networking, Ad Management, Calendars, Gaming, Mails, Polls and Analytics, Project Management, E-Commerce, ERP, Guest Books, Customer Support, Frameworks, Educational, DB Tools, Music, Video, RSS, File Management, and Others. The main content area features a top navigation bar with the Softaculous logo and a search bar. Below this is a green notification banner that reads "Did you know? You can choose to auto upgrade your installation when a new version of an app is released". The central focus is the WordPress installation page, which shows the WordPress logo, version information (6.3.2, 6.2.3, 6.1.4, 6.0.6, 5.9.8, 5.8.8, 5.7.10, 5.6.12, 5.5.13, 5.4.14, 5.3.16, 5.2.19, 5.1.17, 5.0.20, 4.9.24), and a tabbed interface with "Install" selected. A large blue "Install Now" button is prominent. To the right of the WordPress overview, there is descriptive text about WordPress as an open-source project, along with "Space Required" and "Software Support" sections. Below the WordPress overview is a "Current Installations" table with columns for Link, Admin, Installation Time, Version, and Options. The table lists one installation at "https://eicangrejorojo.qayutipay.com" installed on March 14, 2023, at 10:10 pm, version 6.3.2. At the bottom of the page, there is a "Related Scripts" section with five icons representing other applications: Pubvana, Serendipity, Dotclear, b2evolution, and Textpattern. The footer indicates the time is November 3, 2023, 11:31 pm, and is powered by Softaculous 6.0.1 © 2023 Electron Technologies FZC.

3. Panel: la imagen muestra el panel de control a nivel de servidor para configurar base datos, dominios, etc.

The image shows the cPanel server control panel interface. On the left is a dark blue sidebar with the cPanel logo and navigation options like 'Tools' and 'WordPress Manager by Softaculous'. The main area is titled 'Tools' and contains a grid of icons for various server management tasks, organized into categories: Email, Files, Databases, Domains, Metrics, Security, Software, Advanced, Preferences, and Softaculous Apps Installer. A 'Scripts' section at the bottom features icons for popular applications like WordPress, Joomla, and Magento. On the right side, a 'General Information' sidebar displays server details such as the current user, primary domain, IP addresses, and disk usage statistics. A yellow banner at the top of the main area provides a notice about the Horde webmail application being deprecated.

Tools

The Horde webmail application has been removed in cPanel & WHM version 108. All Horde email, contacts, and calendars will be automatically migrated to Roundcube. For more information, read our cPanel Deprecation Plan documentation.

General Information

Current User: root@ipip
Primary Domain: ipip@ipip.com
Shared IP Address: 192.165.20.52
Home Directory: /home/5ipip/5ipip
Last Login IP Address: 190.236.203.201
Theme: jupiter
Server Information: >

Statistics

Alloc Domains: 0 / 0
Admin Domains: 0 / 0
Disk Usage: 1.59 GB / 976.56 GB (0.16%)
MySQL® Disk Usage: 236.48 MB / 575.19 GB (0.028%)
File Usage: 36,159 / -
Bandwidth: 26.79 MB / -
Subdomains: 2 / -
Email Accounts: 2 / -
Mailing Lists: 0 / 25 (0%)
Autorepsonders: 0 / -
Forwarders: 0 / -
Email Filters: 0 / -
FTP Accounts: 0 / -
MySQL® Databases: 4 / -

Scripts:

WordPress Joomla! Magento Cart phpBB SMT WHMCS Open-Real Estate MySQL jgit/Builder Lare

Categories:

Blogs Portals/CMS Forums Image Galleries Wikis Social Networking Management Ad Management Calendars Gaming Mails Polls & Analy

Footer: cPanel 11.0.14 Home Trademarks Privacy Policy Documentation Give Feedback

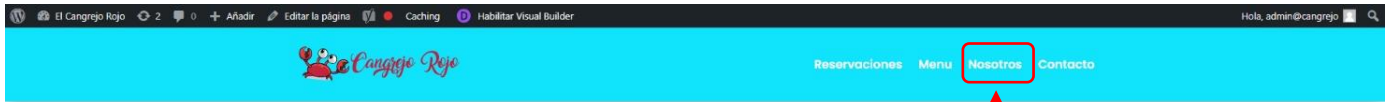
4. Panel de administración de Hostgator: la imagen muestra el panel de administración a partir, de donde se administra la cuenta del servicio de hosting

The image shows the HostGator dashboard interface. At the top left is the HostGator logo. A dark navigation bar contains icons for chat, user profile, and a dropdown menu. A sidebar on the left lists menu items: Dashboard, Hosting, Marketplace, Email & Office, Domains, Billing, and Support. The main content area features a search bar for the knowledge base, a 'Welcome, Ibar!' message with an 'Add Hosting' button, and a 'Hosting Package' section for 'qaytutipay.com'. This section includes a 'Manage Package' button and a 'Control Panel' with links for Email Accounts, Databases, File Manager, Install WordPress, and Addon Domains, plus a 'Launch cPanel' button. Below this is a 'Quick Links' section with links for Manage Domains, Transfer Domains, Add a Hosting Package, Billing History, Make a Payment, Manage Credit Cards, Request Migration, and Contact Support. The footer contains copyright information and a 'Do not sell my personal information' link. A bottom right banner includes a 'Refer a friend' button and a 'CHAT' button.

5. Panel de administración de servidor: la imagen muestra la sección de administrador de proyectos WordPress.

The screenshot displays the Softaculous WordPress Management interface. On the left is a dark sidebar with a search bar and a list of categories: Blogs, Portals/CMS, Forums, Image Galleries, Wikis, Social Networking, Ad Management, Calendars, Gaming, Mails, Polls and Analytics, Project Management, E-Commerce, ERP, Guest Books, Customer Support, Frameworks, Educational, DB Tools, Music, Video, RSS, File Management, and Others. The main content area is titled 'WordPress Management' and features a top navigation bar with buttons for 'Install', 'Scan', 'Remote Import', 'Manage Sets', and 'Security Measures'. A green notification banner at the top says 'Did you know? You can login to the admin account of your WordPress installation using the Login button'. Below this, a card for 'El Cangrejo Rojo' is shown with its website URL, a 'Login' button, and an 'Up to date' status. The card is divided into 'Site Info' and 'Configuration' sections. The 'Site Info' section includes a preview of the website, the website URL, and the site name. The 'Configuration' section lists various settings such as Version (6.3.2), Auto Upgrade WordPress Core, Auto Upgrade WordPress Plugins, Auto Upgrade WordPress Themes, Search Engine Visibility, WordPress Cron, and Debug Mode. At the bottom of the card are buttons for 'View Database', 'Security Measures', 'Clone', 'Staging', 'Backup', 'Restore', 'Remove', and 'Uninstall'. The footer of the interface indicates the time and date: 'All times are GMT -05:00. The time now is November 3, 2023, 11:11 pm.' and the version: 'Powered By Softaculous 6.0.1 © 2023 Electron Technologies FZC'.

6. Vista previa de pestañas que contiene el sitio web: referido a la pestaña “nosotros”, describe al restaurante de ceviche “El Cangrejo Rojo”, respecto a las personas quienes conforman, el servicio que brinda, la variedad de platos a la carta y los ingredientes principales del plato marino.



Acerca de nosotros

«El Cangrejo Rojo» es una cevichería situada en el centro histórico de la ciudad, reconocida por su excelente calidad de mariscos y su auténtica preparación de ceviche. Con una decoración rústica y acogedora, el ambiente de esta cevichería invita a los comensales a disfrutar de una experiencia gastronómica única.

El menú de «El Cangrejo Rojo» ofrece una variedad de opciones de ceviche, desde el clásico ceviche de pescado hasta el ceviche mixto con camarones, calamares y pulpo. Además, también ofrecen otros platillos de mariscos, como el arroz con mariscos y el chupo de camarones.

Los ingredientes utilizados en cada platillo son frescos y de alta calidad, lo que se refleja en el sabor y la textura de cada bocado. El servicio es excepcional, con un personal atento y amable que se asegura de que cada cliente tenga una experiencia agradable y satisfactoria.

En resumen, «El Cangrejo Rojo» es un lugar perfecto para los amantes de los mariscos y el ceviche auténtico, que buscan disfrutar de una experiencia culinaria inolvidable en un ambiente acogedor y agradable.

Ingredientes frescos y de la mejor calidad

Los ingredientes utilizados en cada platillo son frescos y de alta calidad, lo que se refleja en el sabor y la textura de cada bocado. El servicio es excepcional, con un personal atento y amable que se asegura de que cada cliente tenga una experiencia agradable y satisfactoria.

RESERVAR



Address

José María Arguedas (Barrial baja)
Quillbambaba – Perú

Llámanos al:

(051) 941 262 000



Store Hours

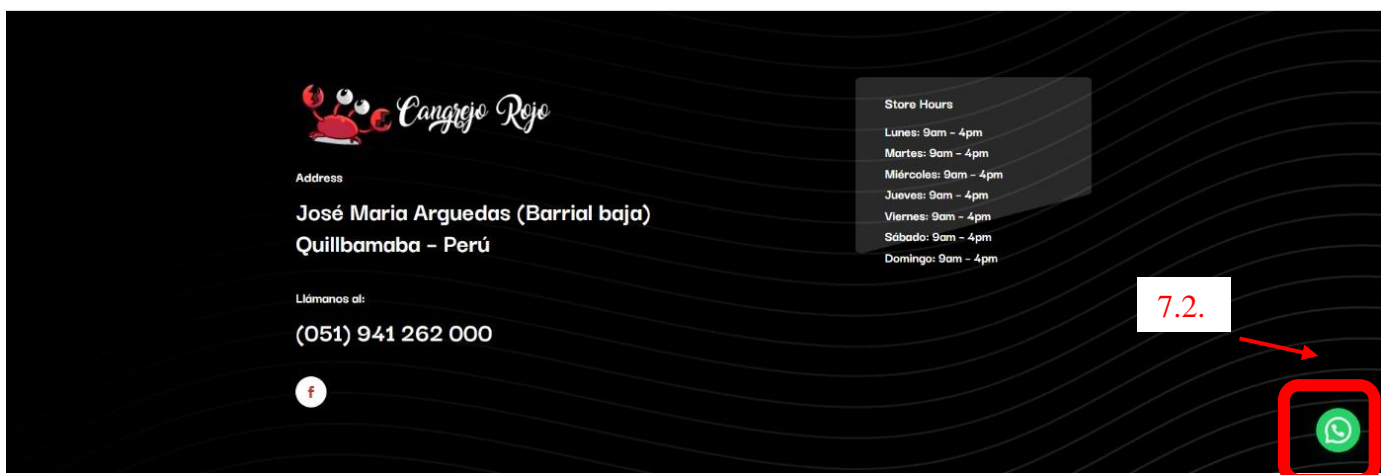
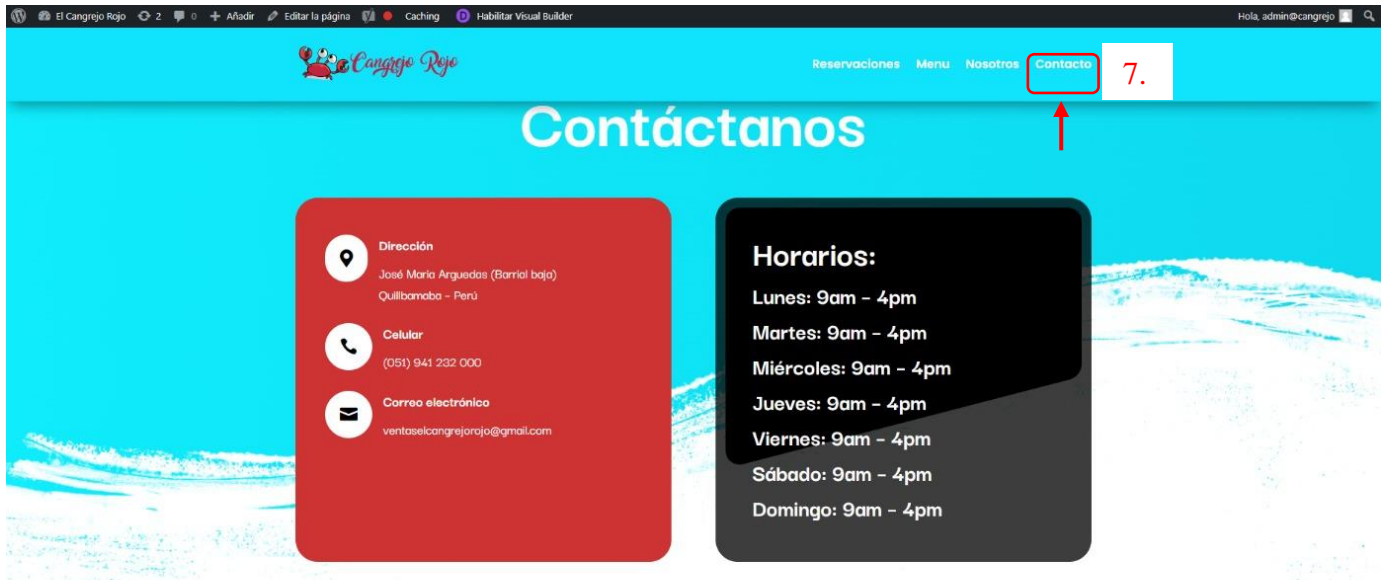
Lunes: 9am - 4pm
Martes: 9am - 4pm
Miércoles: 9am - 4pm
Jueves: 9am - 4pm
Viernes: 9am - 4pm
Sábado: 9am - 4pm
Domingo: 9am - 4pm



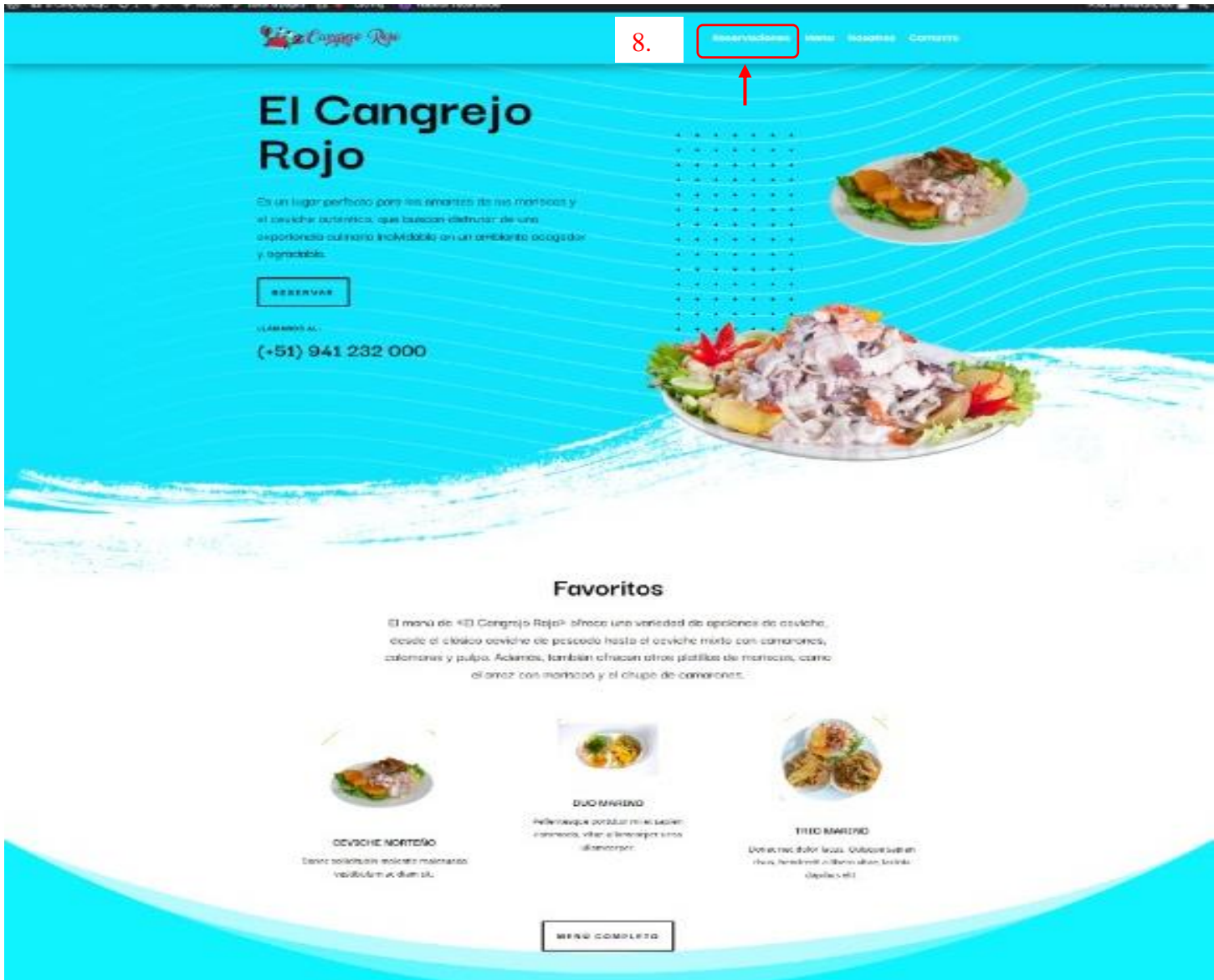
7. Vista previa de pestañas que contiene el sitio web: referido a la pestaña “contacto”, proporciona datos como, dirección, celular y correo electrónico del restaurante de ceviche “El Cangrejo Rojo”; incluso los días y horarios de atención.

7.1. Registro de datos personales del cliente: permite recibir los datos del posible cliente, por el cual, el administrador de la página tiene posibilidades de compartir contenido de descuentos, sorteos, promociones, publicidad en general sobre el restaurante de ceviche “El Cangrejo Rojo”.

7.2. Contacto de WhatsApp: Esta opción dirige específicamente al administrador de la página que realiza los servicios de brindar información de pedidos.



8. Vista previa de pestañas que contiene el sitio web: referido a la pestaña “reservaciones”, en la primera hoja muestra la variedad de platos marinos que ofrece el restaurante de ceviche “El Cangrejo Rojo”.



8.1. “Reservas en línea”: refiere a la segunda sección de la misma pestaña, permite realizar reservas de en línea (delivery).

8.2. “Reservar una mesa”: permite hacer una reserva de mesa, donde el cliente puede ordenar la cantidad que sea necesario.



Ingredientes frescos y de la mejor calidad

Los ingredientes utilizados en cada detalle son frescos y de alta calidad, lo que nos otorga un sabor y la textura de cada producto. El resultado es excepcional, con un personal atento y amable que se asegura de que cada cliente tenga una experiencia agradable y satisfactoria.

VER MÁS

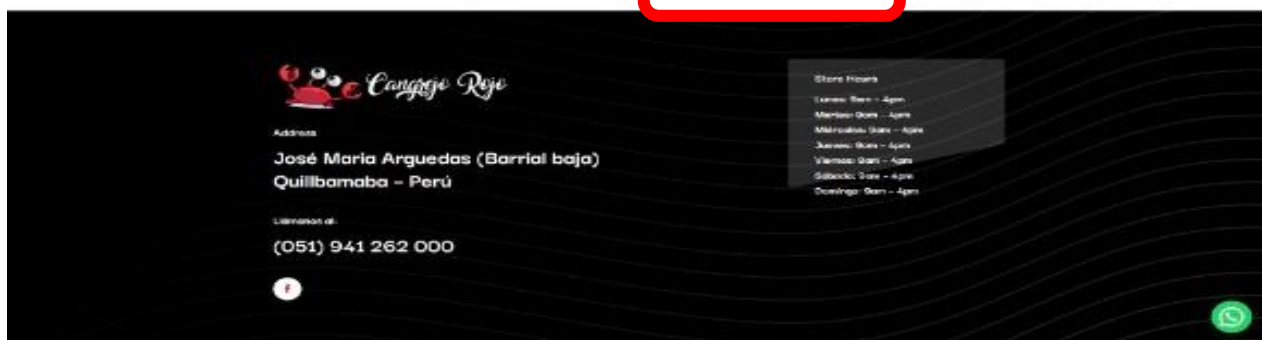


Ordene para llevar o haga una reserva

(+51) 9412 32 000

ORDENAR EN LINEA

RESERVAR UNA MESA



9. “Reservar una mesa”: una vez que el cliente opta reservar la mesa, el sistema le permite registrar sus datos, para que de inmediato el administrador del sitio web se ponga en contacto con el cliente.



Hacer una reservación

¡Haz tu reserva en «El Cangrejo Rojo» y vive una experiencia gastronómica única! Disfruta del auténtico sabor del ceviche y mariscos de alta calidad en un ambiente acogedor y amigable

NOMBRE

CORREO ELECTRÓNICO

MENSAJE

ENVIAR

9.



10. Panel de control de WordPress: en la imagen se muestra la pestaña de plugins desde donde se administran todos los complementos del sistema web.

The image shows the WordPress dashboard interface. On the left sidebar, the 'Plugins' menu item is highlighted with a red box and a red arrow pointing to the number '10'. The main content area displays the 'Plugins' management page. At the top, there is a header with 'Plugins' and a button 'Añadir nuevo'. Below this, there are filters for 'Todos (4)', 'Activos (3)', 'Inactivo (1)', 'Imprescindible (1)', 'Actualización automática activada (1)', and 'Actualizaciones automáticas desactivadas (3)'. There is also a search bar 'Buscar plugins instalados...' and a '4 elementos' indicator. The main table lists the following plugins:

<input type="checkbox"/>	Plugin	Descripción	Actualizaciones automáticas
<input type="checkbox"/>	Joinchat Ajustes Desactivar Premium	Conecta un chat de WordPress con WhatsApp. La mejor solución para marketing y soporte. Deja de perder clientes y aumenta tus ventas. Versión 5.0.13 Por Creame Ver detalles Soporte	Activar las actualizaciones automáticas
<input type="checkbox"/>	Menu - Ordering - Reservations Activar Borrar	This plugin is all you need to turn your restaurant website into an online business. Using a simple and friendly interface you get a restaurant menu, online food ordering and restaurant booking system. All free, no fees, no hidden costs, no commissions - for unlimited food orders and restaurant reservations. Versión 2.3.8 Por GloriaFood Ver detalles	Activar las actualizaciones automáticas
<input type="checkbox"/>	Safe SVG Desactivar	Permite las subidas de SVG y sanéelas para detener las vulnerabilidades XML/SVG en tu web WordPress Versión 2.2.1 Por 10up Ver detalles	Activar las actualizaciones automáticas
<input type="checkbox"/>	Yoast SEO Obtén la versión Premium Completa tu first-time configuration FAQ Ajustes Desactivar	La primera verdadera solución SEO todo en uno para WordPress, incluyendo análisis de contenido de páginas, mapas del sitio en XML y mucho más. Versión 21.5 Por Equipo Yoast Ver detalles	Desactivar las actualizaciones automáticas
<input type="checkbox"/>	Plugin	Descripción	Actualizaciones automáticas

At the bottom of the table, there is another 'Acciones en lote' dropdown and an 'Aplicar' button, followed by '4 elementos'. The footer of the dashboard includes 'Gracias por crear con WordPress' and 'Versión 6.3.2'.

11. Panel de control de WordPress: en la imagen se muestra la pestaña de páginas desde donde se administran todas las páginas del sistema web.

The image shows the WordPress admin dashboard for a site named 'El Cangrejo Rojo'. The 'Páginas' (Pages) section is active, displaying a list of 6 pages. A red arrow points to the 'Contenido esencial' (Essential content) filter, with the number '11.' next to it. The dashboard includes a sidebar with navigation options like 'Escritorio', 'Entradas', 'Medios', 'Páginas', 'Comentarios', 'Proyectos', 'Apariencia', 'Plugins', 'Usuarios', 'Herramientas', 'Ajustes', 'Joinchat', 'Yoast SEO', 'Divi', and 'Cerrar menú'. The main content area shows a table of pages with columns for 'Titulo', 'Autor', and 'Fecha'. The pages listed are 'Inicio', 'Landing', 'Menu', 'Nosotros', and 'Reservaciones', all published by 'admin@cangrejo'.

<input type="checkbox"/>	Titulo	Autor	Fecha				
<input type="checkbox"/>	Contenido esencial	admin@cangrejo	Publicada 17/03/2023 a las 02:16	●	●	0	0
<input type="checkbox"/>	Inicio — Página de inicio, Divi	admin@cangrejo	Publicada 17/03/2023 a las 02:08	●	●	6	0
<input type="checkbox"/>	Landing	admin@cangrejo	Publicada 17/03/2023 a las 02:17	●	●	0	0
<input type="checkbox"/>	Menu — Divi	admin@cangrejo	Publicada 17/03/2023 a las 02:16	●	●	0	2
<input type="checkbox"/>	Nosotros — Divi	admin@cangrejo	Publicada 18/03/2023 a las 18:56	●	●	0	2
<input type="checkbox"/>	Reservaciones — Divi	admin@cangrejo	Publicada 17/03/2023 a las 02:16	●	●	0	2