



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Creación de una web para una empresa pequeña y su posterior
analítica**

Trabajo Fin de Grado presentado por Martín Marcos Maestre, siendo el tutor del mismo Rafael del Pozo Barajas.

Vº. Bº. del Tutor/a/es/as:

Alumno/a:

D. Rafael del Pozo Barajas

D. Martín Marcos Maestre

Sevilla, 6 junio de 2019



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2018-2019]

TÍTULO: CREACIÓN DE UNA WEB PARA UNA EMPRESA PEQUEÑA Y SU POSTERIOR ANALÍTICA

AUTOR: MARTÍN MARCOS MAESTRE

TUTOR: D. RAFAEL DEL POZO BARAJAS

DEPARTAMENTO: Economía Financiera y Dirección de Operaciones

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

RESUMEN:

En este trabajo vamos a estudiar la implantación de una página web por parte de una empresa de un tamaño pequeño, con todas las ventajas y desventajas que ello conlleva, en concreto en este caso veremos la empresa "Academia Kitu".

Además de analizar lo que supone para una empresa tener este tipo de presencia online, independientemente de cuál sea tu tamaño, también explicaremos el modo de realización de ésta a través de Drupal.

TÉRMINOS CLAVE:

Página web para PYMES; presencia online; Drupal; Google Analytics; Analítica web.

ÍNDICE

1. CONSIDERACIONES INICIALES	7
1.1 JUSTIFICACIÓN	7
1.2 PRESENTACIÓN EMPRESA	11
1.3 OBJETIVOS	12
2 MARCO TEÓRICO	13
2.1 HERRAMIENTAS PARA LA REALIZACIÓN DE UNA WEB Y SU POSTERIOR ANÁLISIS.....	13
2.1.1 Presentación de Drupal	13
2.1.2 Presentación de Google Analytics.....	16
3 ESTUDIO E IMPLANTACIÓN DE LA WEB.....	19
3.1 REALIZACIÓN A TRAVÉS DE DRUPAL.....	19
3.2 ANÁLISIS MEDIANTE GOOGLE ANALYTICS.....	28
4. RESULTADOS.....	33
4.1 RESULTADO DEL ANÁLISIS A TRAVÉS DE GOOGLE ANALYTICS.....	33
4.2 INFORMES DE DRUPAL.....	38
4.3 ENCUESTA EN LA WEB.....	39
5. CONCLUSIONES.....	43
6. BIBLIOGRAFÍA.....	45

1 CONSIDERACIONES INICIALES

1.1 JUSTIFICACIÓN

En este caso el estudio ha consistido en **realizar una página web** para una academia de enseñanza universitaria, la “Academia Kitu”, y valorar su impacto.

En el siguiente apartado vamos a explicar más a fondo la Academia.

Estamos en un mundo globalizado en el que la tecnología es cada vez más importante, tomando una fuerza descomunal cada día más la presencia de las TICS en el mundo laboral.

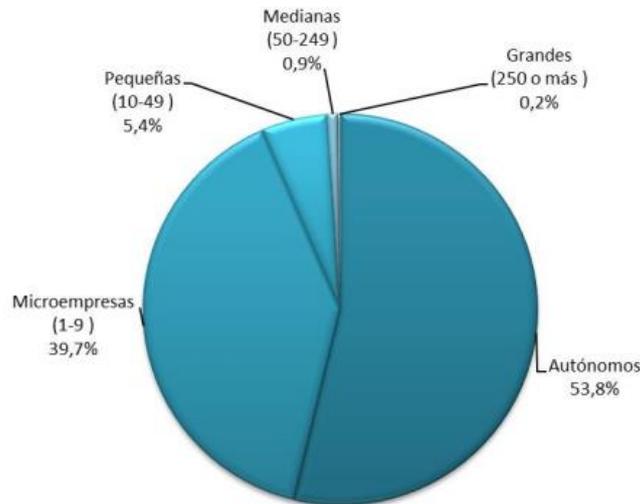
En esta época, la gran mayoría de estudiantes de ciclo superior han nacido en la era digital, integrando las TICS en su vida diaria desde que son pequeños. “Las denominadas TICS (Tecnologías de la Información y Comunicación) son, desde hace casi dos décadas, una de las principales y más destacadas señas de identidad de los jóvenes” (Area, Borrás y Nicolás, 2013).

“Los internautas españoles pasan una media de 3:47 horas al día conectados a internet desde un ordenador y 1:55 horas desde un dispositivo móvil” (Digital in 2016: We Are Social). Por este motivo, resulta casi indispensable tener una página web por parte de una empresa, sin importar si es pequeña, ya que tener una presencia digital puede generarle una ventaja competitiva y abarcar a un público mucho más amplio, alcanzándolos de una manera masiva y sencilla.

Esta ventaja competitiva se alcanza gracias a que nos diferenciamos de nuestros competidores. El tener un sitio en Internet que acerque el negocio a los clientes a un solo clic y en el que estén al tanto de nuestras noticias puede hacer que las personas estén más interesadas en nuestra empresa que sobre el resto de tus competidores. Puedes estar en cualquier parte, a cualquier hora y llegar a cualquier público sin moverte de donde estés. Y eso es increíble.

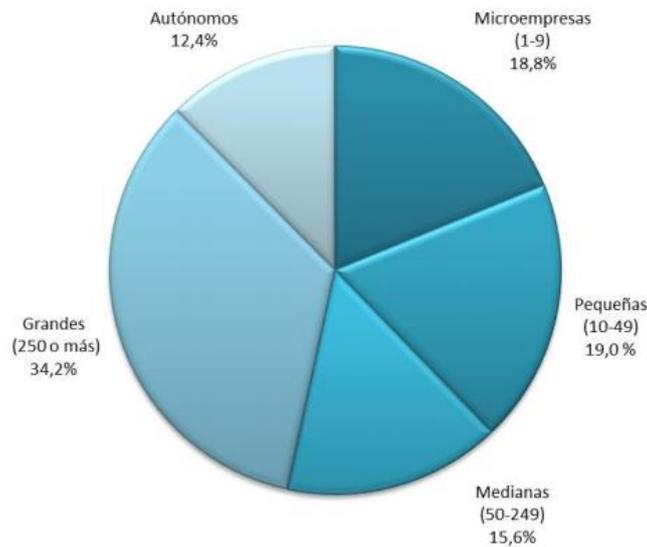
El nuevo entorno digital ofrece una plataforma con una fuerza descomunal para que las organizaciones con bajos presupuestos y tamaños delimitados lleguen a más personas, al hablar de estas organizaciones nos estamos refiriendo a las PYMES.

Distribución del número de empresas por tamaño



Fuente: Ministerio del Trabajo, Migraciones y Seguridad Social. <http://www.ipyme.org/es-ES/ApWeb/EstadisticasPYME/Documents/CifrasPYME-abril2019.pdf>

Distribución del empleo por tamaño de empresa



Fuente: Ministerio del Trabajo, Migraciones y Seguridad Social. <http://www.ipyme.org/es-ES/ApWeb/EstadisticasPYME/Documents/CifrasPYME-abril2019.pdf>

Como podemos observar, las PYMES representan un 46% del tejido empresarial en nuestro país, y teniendo en cuenta a los autónomos, es un 98%, además, generan más de la mitad del empleo en España. Dada la importancia que tienen para nuestra

sociedad, no pueden desaprovechar la oportunidad que internet ofrece, y así, seguir aumentando y llegando a un nivel mayor de personas.

Según un reciente estudio llevado a cabo en Alemania por la empresa de investigación de mercados GfK y la agencia de marketing Greven Medien, “las empresas que no tienen página web están perdiendo una tercera parte de sus clientes” (Informe de GfK y Greven Media, enfocado en el impacto que tiene la existencia de una web para una empresa, 2013). Esto se debe principalmente a que la mayoría de los consumidores le dan mucha importancia a informarse online de los productos y/o servicios que ofrece la empresa. Hoy en día seguramente no haya muchas personas que antes de pagar por un bien o para la realización de un servicio, ya sea en este caso unas clases de alguna asignatura de la universidad o un idioma, no vayan unos minutos a internet a buscar información sobre las ofertas, precios, etc. Por lo que, si en esta búsqueda nos encuentran, tendremos mucho terreno ganado.

Según Google Consumer, en una encuesta realizada a 79.000 personas de 63 países (más de 2 millones de entrevistas), “para sacar el máximo partido de Internet y lograr buenos resultados en una economía cada vez más orientada al mundo digital, los usuarios (ya sean empresarios o empleados) deben tener **competencias digitales**. A este respecto, el 41 % de la población online mundial considera que sus competencias digitales son “bajas”. El 54% de los usuarios de Internet están interesados en recibir formación para mejorar sus competencias digitales. Entre ellos, el 46 % realizaría una formación básica, en comparación con el 36 % que preferiría una formación avanzada” (Google Consumer Barometer: el año de los móviles (2017)).

“Las 5 áreas de la **competencia digital** son:

- Información: identificar, localizar, recuperar, almacenar, organizar y analizar la información digital, evaluando su finalidad y relevancia.
- Comunicación: comunicar en entornos digitales, compartir recursos a través de herramientas en línea, conectar y colaborar con otros a través de herramientas digitales, interactuar y participar en comunidades y redes.
- Creación de contenido: crear y editar contenidos nuevos, integrar y reelaborar conocimientos y contenidos previos, realizar producciones artísticas, contenidos multimedia y programación informática, saber aplicar los derechos de propiedad intelectual y las licencias de uso.
- Seguridad: protección personal, de datos, de la identidad digital, uso de seguridad, uso seguro y sostenible.

- Resolución de problemas: identificar necesidades y recursos digitales, tomar decisiones a la hora de elegir la herramienta digital apropiada, acorde a la finalidad o necesidad, resolver problemas conceptuales a través de medios digitales, resolver problemas técnicos, uso creativo de la tecnología, actualizar la competencia propia y la de otros.” (Marco Común de Competencia Digital Decente del Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF)).

Con nuestra página web se pretende abarcar las 5 competencias digitales mencionadas.

Respecto a la información, resulta muy provechoso tener toda la información recogida ahí, no ya solo para la empresa en cuanto a la organización, si no para que los clientes potenciales encuentren toda la información acerca de la academia, como las asignaturas que enseñan, dónde están las aulas, opiniones de otros alumnos que han pasado por ahí, y quienes son los profesores. Esto puede hacer que muchos alumnos decanten la balanza hacia apuntarse a la Academia Kitu, y si no es el caso, por lo menos han tenido acceso los datos que necesitaban sobre la empresa.

En cuanto a la comunicación, esta competencia digital es la más importante para una empresa del tamaño como la que estamos tratando aquí, debido a que gracias a nuestra página web, cualquier alumno que esté buscando una academia mediante portales de búsqueda en internet para asignaturas de universidad pueda encontrarla sin ningún problema, ya que la mayoría de las personas hacen búsquedas a través del motor más famoso, Google, con lo que aparecer en motores de búsqueda con una web presentable permitiría ganar mucho terreno en comparación con otras academias universitarias que no tengan una página web.

La creación de contenido nos va a permitir subir toda la información que creamos necesaria y dotar a nuestros visitantes de un contenido que es esencial para que puedan valorar si les conviene apuntarse o no a la academia.

La seguridad es un tema muy importante que hay que tener en cuenta a la hora de hacer una página web por lo que en todo momento hemos trabajado en la protección personal y de datos con sumo cuidado.

Y para finalizar, la resolución de problemas es otra competencia que habrá de tener la empresa en relación a su página, estando siempre atentos y rápidos para resolver cualquier problema que pueda surgir, ya que los visitantes online tienen poca paciencia con las páginas que suelen dar problemas.

1.2 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Para este trabajo de fin de grado en el que se ha realizado una página web a una empresa, se ha que buscar alguna que no tuviera ya una presencia online, por lo que en esta búsqueda nos centramos en pequeñas empresas ya que la probabilidad de que esto ocurriera era mucho mayor.

Tras valorar con algunas esta posibilidad y tras analizar muchas, finalmente nos decantamos por hacer la página para la empresa “**Academia Kitu**”.

Academia Kitu es una academia de enseñanza universitaria. Preparan a los estudiantes de la universidad para las asignaturas que tienen en su grado, la mayoría relacionados con carreras de economía y empresas, y también es una academia de inglés.

Está centrada en los alumnos universitarios ya que estas asignaturas son específicas de las carreras universitarias, y el inglés es un apartado tremendamente importante que necesitan los alumnos para poder obtener su título universitario.

Debido a que está situada en Sevilla, las asignaturas que imparten aquí son de grados de la Universidad de Sevilla y de la Universidad Pablo de Olavide.

A esta empresa la conocemos personalmente y, a decir verdad, la experiencia de trabajar con ellos siempre ha sido muy satisfactoria. Ésta fue una de las razones por la que nos acordamos de ella a la hora de preguntarles si tenían una página web, aunque nosotros ya recordábamos que no, eso sí, le dan mucho uso al Facebook. Además de la satisfacción que tuvimos con sus servicios, lo que nos hizo decantarnos definitivamente por esta empresa para realizarles la página web fue la gran multitud de contenido que se puede añadir en una página web de este ámbito, tales como una descripción de los profesores, listado de asignaturas que ofrecen, comentarios de antiguos alumnos, galería de imágenes de las aulas y oficinas, calendario con las fechas de las clases y demás.

En esta academia hay mucha actividad en redes sociales, en concreto Facebook, si bien es cierto que tener tu propio sitio Web te permite aumentar el prestigio de la empresa e incluso incrementar el nivel de confianza hacia tu servicio. Puede ser el impulso definitivo a que un cliente que tenga dudas se decante por nuestro servicio.

Los datos de contacto de Academia Kitu son:

Dirección: Avenida San Francisco Javier, Edificio Sevilla 1, nº24, planta 6, módulos 14-15, 41018 Sevilla

Provincia: Sevilla

Teléfono: 635 61 61 75

1.3 OBJETIVOS

Como objetivo primero, nos hemos marcado la realización de la página web con unas condiciones óptimas y una presentación agradable. Esto lo hemos podido hacer gracias a la asignatura “Diseño de negocios electrónicos” que se cursa en el cuarto curso del grado Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Sevilla. Este curso es impartido por el profesor Don Rafael del Pozo Barajas y Don José Carlos Ruiz.

Otro objetivo primordial será el analizar los datos que vamos a tener de la página web a medida que vayan accediendo más usuario, autenticados o anónimos, al sitio web.

También queremos valorar si esta presencia digital por parte de la empresa va a traer algún beneficio en forma de nuevos usuarios, aunque esto no se va a poder ver de forma efectiva debido al poco tiempo de implantación de la web. Aunque no se vaya a poder ver con cifras exactas, no nos cabe duda de que a la larga va a suponer una ventaja muy importante para la empresa.

Como último objetivo, esperamos que la empresa a la cual se le ha realizado esta página web quede satisfecha con el resultado de la misma y se quede con ella para el futuro.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 HERRAMIENTAS PARA LA REALIZACIÓN DE UNA WEB Y SU POSTERIOR ANÁLISIS

2.1.1. Presentación de DRUPAL

Drupal lo podemos definir como un sistema de gestión de contenido o CMS (programa informático que permite crear un entorno de trabajo para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás usuarios) que ha nacido y se utiliza gracias a una comunidad de usuarios que constantemente ayuda a que se mantenga actualizado. “Es un programa de código abierto ya que distribuye bajo los términos de la Licencia Pública General, lo que significa que cualquiera puede descargarlo, usarlo, trabajarlo y compartirlo con otros. Está construido sobre principios como la colaboración, el globalismo y la innovación” (<https://drupal.org>).

Drupal posee una tecnología que cuentan con facilidad en el desarrollo y no requieren explícitamente que la persona tenga conocimientos de programación. Esta característica permite desarrollar webs interesantes y bastante completas, pero a partir de cierto punto solo es posible avanzar con la programación.

Su principal ventaja reside en su estructura modular que permite ser ampliada y modificada a gusto del administrador para distintas funciones por medio de módulos de fácil instalación.

Está hecho principalmente en PHP y puede ser capaz de publicar artículos, imágenes, u otros archivos y servicios añadidos como foros, encuestas, blogs y aplicaciones.

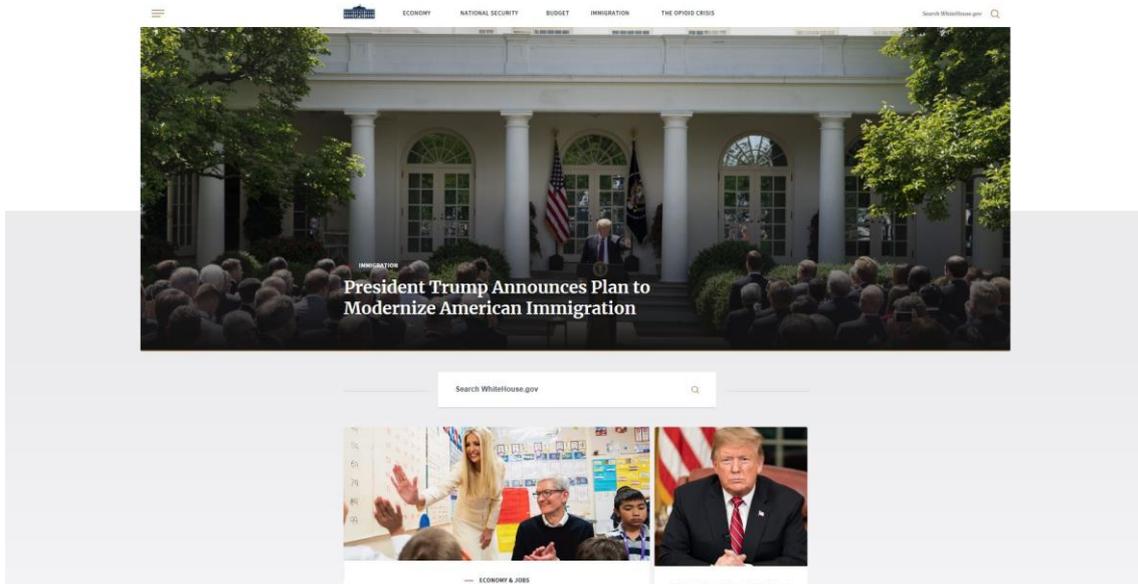
Los conceptos más importantes que tenemos que conocer de Drupal son los siguientes:

- **Módulos:** es un software que extiende las funcionalidades y/o características de Drupal. Éste viene con módulos preinstalados según la versión, a los cuales se les puede añadir los que se necesite según la funcionalidad que tenga el sitio, pero para mejorar nuestra página y ampliar las funcionalidades tendremos que ir instalando módulos y así conseguiremos una web mucho más completa.
- **Usuario, Permiso y Rol:** Cada visitante del sitio es considerado un Usuario para Drupal, ya tenga cuenta o sea anónimo. Se pueden definir los tipos de usuario desde el núcleo de Drupal en la parte de Perfil y los campos asociados a cada usuario. A estos usuarios se les asignarán los Permisos por medio de

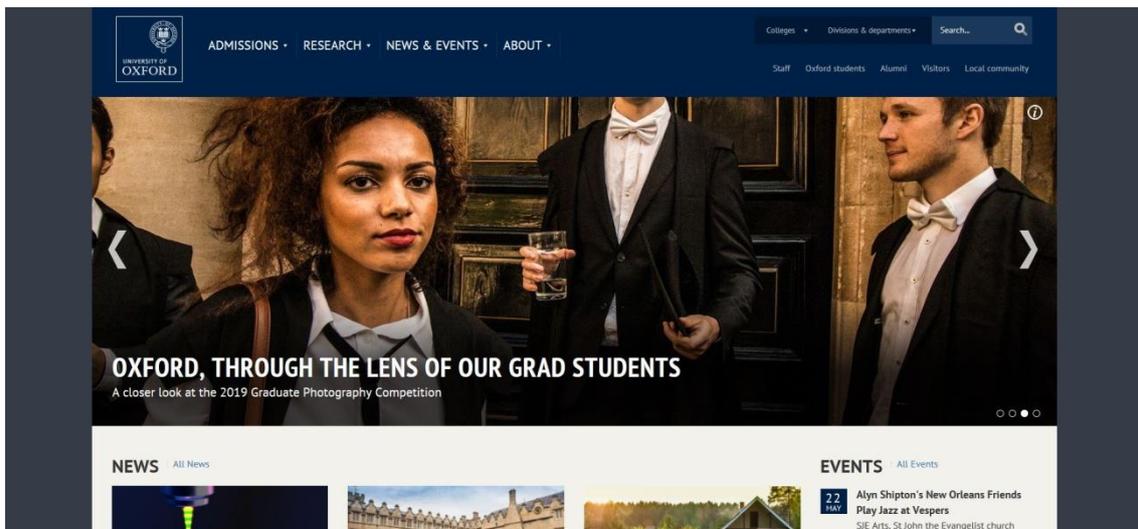
Roles, pudiendo crear diferentes tipos de roles, además de los preestablecidos por defecto, a los cuales les agregaremos o quitaremos permisos según la necesidad.

- **Nodos:** el Nodo es un término genérico para cada elemento de contenido del sitio. Cada nodo será un contenido de un tipo determinado que tendrá un ID, un título, una fecha de creación, un autor, un cuerpo y otras propiedades.
- **Comentario:** el Comentario es otro tipo de contenido dentro de Drupal, ya que cada comentario es una pequeña pieza de contenido que un usuario envía a un nodo específico.
- **Taxonomía:** es el sistema mediante el cual Drupal clasifica el contenido y es uno de los módulos del núcleo de Drupal. Se pueden definir los vocabularios propios como grupos de términos de taxonomía. Cada tipo de vocabulario puede ser agregado como uno o más tipos de contenido y por ello, los nodos en el sitio pueden ser clasificados según agrupaciones en categorías, etiquetas o como cualquier cosa que se elija.
- **Base de datos:** La información de Drupal depende de la base de datos, cada información se encuentra en una tabla dentro de la base de datos. Drupal soporta diferentes tipos de bases de datos, como:
 - MySQL 4.1 o superior, PostgreSQL 7.1.
 - MySQL 5.0.15 o superior con PDO; PostgreSQL 8.3 o superior con PDO; SQLite 3.3.7 o superior; Microsoft SQL Server, Oracle y MongoDB están soportadas con módulos adicionales.
- **Región, Bloque y Menú:** Drupal se encuentra dividido en Regiones que pueden incluir la cabecera, el pie, las barras laterales, la sección principal de contenido. Los Bloques agrupan la información que se visualiza en las diferentes regiones, pudiendo tomar la forma de menús (como el menú de navegación) o visualizaciones de módulos o información que fue creada por un usuario. Existen tres menús estándar en Drupal: Enlaces primarios, Enlaces secundarios y Menú de navegación. También se pueden crear menús personalizados mediante la creación de bloques.

A continuación, mostramos tres páginas webs destacadas que están hechas con Drupal:



White House <https://www.whitehouse.gov/>



University of Oxford <http://www.ox.ac.uk/>

We've updated our Privacy and Cookies Policy

Sign in

Home News Sport Weather Shop Reel Travel Capital More

Search

ADVERTISMENT

Islas para ir en grupo

Más info

Welcome to BBC.com

Wednesday, 22 May

PM under fire over new Brexit plan

Some Tory MPs are renewing calls to oust the PM as Labour calls her new offer "too weak".

UK POLITICS

US firms fear retaliation against Huawei curbs

BUSINESS

The truth about Caesar salad

TRAVEL

There can't be many films as beautiful as this one

CULTURE

China's latest weapon in the trade war: Karaoke

CHINA

News

Six dead after violent Indonesia riots - governor

Police fired tear gas after mass

The US abortion battle explained

Alabama banned all abortions but

Seen but frequently unheard - the women of Game of Thrones

ADVERTISMENT

Un destino al mejor precio para cada mes

BBC <https://www.bbc.com/>

2.1.2. Presentación de Google Analytics

Podemos definir la analítica web como el conjunto de procesos que permiten gestionar el conocimiento que se obtiene a través de las herramientas de medición de sitios web, obtener conclusiones sobre este conocimiento y actuar en base a estas conclusiones. En definitiva, es de gran ayuda para el análisis de datos cuantitativos y cualitativos de tu propia página web para optimizar la experiencia de los visitantes.

Concretamente Google Analytics (<https://analytics.google.com/analytics/web/>) es una herramienta de analítica web de la empresa Google. Ofrece información del tráfico que llega a las páginas web según el comportamiento que se lleva a cabo en el sitio web.

Es muy útil ya que en internet es de suma importancia saber disponer de algo para medir los resultados. Si no pudiéramos cuantificarlos, nunca tendríamos una idea clara de si están funcionando bien las cosas o del modo en que queremos. Por lo tanto, antes de hacer una web hay que tener claro los objetivos marcados, y a continuación de esto, valoraremos gracias a Google Analytics si estamos consiguiendo lo deseado.

Cómo hándicap de Google Analytics para Drupal podemos destacar que no nos permite almacenar datos más antiguos de 15 semanas.

En este caso hemos elegido para analizar el sitio web Google Analytic porque además de ser gratuito, tiene una interfaz muy clara y no se hace difícil de utilizar, aportando informes de manera sencilla.

3 ESTUDIO E IMPLANTACIÓN DE LA WEB

3.1 REALIZACIÓN A TRAVÉS DE DRUPAL

La página se ha realizado con los conocimientos aprendidos mediante la asignatura optativa **Diseño de Negocios Electrónicos** del Grado en Administración y Dirección de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla y con la ayuda de la página web de Don Rafael del Pozo <https://pozo.us.es/drupal/>.

Lo primero que hay que hacer para comenzar todo el proceso de la realización de la página web es tener un servidor de páginas web que utilice PHP, un servidor de base de datos y el propio Drupal. Además de todos los datos necesarios para la web e instalación, los cuales proporcionó la Universidad de Sevilla al comenzar este TFG.

Para subir los ficheros al servidor hemos usado **FileZilla**, que es un cliente FTP. Los mencionados clientes FTP nos permiten conectarnos desde un ordenador en cualquier lugar del mundo a un servidor web. Una vez instalado FileZilla hay que recordar que todos los ficheros que se suban tienen que ser en `public_html`.

Seguidamente nos descargamos Drupal desde su página web oficial (Drupal.org) y copiamos el directorio en `public_html`.

Tras realizar este paso ya podremos ir a nuestra web poniendo el Dominio, y aquí tendremos que volver a introducir datos relativos a la página y a la base de datos para terminar de configurar el sitio.

Para enriquecer la página y conseguir más funcionalidades en nuestra web sin la necesidad de conocer lenguaje de programación o código HTML, en Drupal están los **módulos**. Los módulos disponibles de Drupal se encuentran en https://www.drupal.org/project/project_module. Cuando descargamos el módulo deseado y lo guardamos en nuestro directorio, tendremos que pasarlo a través de FileZilla a `public_html`, más concretamente a **`/sites/all/modules/`**.

Para cambiar la apariencia de toda la página de una manera muy rápida y sencilla, Drupal nos proporciona los **temas**. Podemos encontrar los temas en https://www.drupal.org/project/project_theme. Una vez descargado el tema que más nos guste, lo ponemos en el directorio correcto, éste es **`/sites/all/themes`**, y en *Administración/apariencia* dentro de nuestra página lo marcamos como *activo* y *establecer como predeterminado*.

En este caso el tema utilizado para la creación de la web Academia Kitu ha sido *Business*. Tiene muchas ventajas con respecto a otros temas ya que se puede elegir una amplia gama de colores para la apariencia física de la web, además tienes la opción de activar o desactivar la visualización de ciertos elementos de la página para así cambiar la visualización, y, por último, entre otras muchas características, destacar que cuenta con un slideshow que va a proporcionar al sitio una imagen mejor.

Una vez que ya tenemos creada nuestra web y hemos elegido el tema que consideremos más apropiado, podemos empezar a añadir contenido. Al principio solo hay dos tipos de contenido que podemos añadir, que son *Página básica*, para contenido estático y *Artículo*, para contenidos cuya fecha y hora de publicación sea importante.

Al crear una página nueva tendremos que elegir entre varias opciones que se encuentran en la parte inferior izquierda, siendo éstas las más importantes:

- **Opciones del menú:** permite indicar si la página tendrá su propio enlace en el menú. En el campo *Elemento padre* podremos elegir en qué menú se incluirá el enlace, y con el *Peso* le asignamos una posición dentro de los enlaces.
- **Opciones de ruta URL:** con esta opción podemos asignar una dirección más sencilla a la misma. Por ejemplo, pondremos “acerca” en el campo *Alias de URL*.
- **Opciones de comentario:** permite establecer si los usuarios van a poder o no escribir comentarios en nuestra página.
- **Opciones de publicación:** con esta opción se indica si la página está publicada, en cuyo caso será visible para todos los visitantes, o no, en cuyo caso sólo será visible para los usuarios con permisos para ver páginas no publicadas. Otra opción es *Promocionado a la página principal*, que mostrará en la página inicial un enlace a esta página junto con un pequeño resumen de la misma. La última opción *Fijo al comienzo de las listas* hará que esta página siempre esté al comienzo de la lista de las páginas de la portada, independientemente de su fecha de creación.

Lo primero que se ha creado es una **página básica** llamada “Sobre nosotros” en la que explicamos de manera resumida cual es la actividad de Academia Kitu y unos datos de contacto. Al poner el texto, podemos cambiar el formato, en este caso hemos usado “Filtered HTML” y pondremos delante de “Academia Kitu” el código ``, y justo detrás ``, para conseguir que el nombre aparezca en cursiva.

Saber estos códigos para cambiar los formatos de los textos no es fácil por lo que se procedió a instalar el Módulo CKEditor, el cual nos va a añadir una barra de herramientas similar a la que hemos usado todos en Word, con la que ya le daremos el formato que queramos (negrita, cursiva, centrar, etc.) al texto.

En segundo lugar, en *Administración/Configuración/Sistema/Información del sitio*, cambiamos los datos como el nombre de la página y el lema, en este caso es la frase

“Academia universitaria” y a su vez le hemos añadido un enlace que al clicar en él nos dirija a la página de Facebook de la empresa.

En el logo, en lugar de la gota de Drupal, hemos usado el símbolo de la Academia Kitu, cambiándolo en *Administración/Apariencia*.

Después de esto nos centramos en los **usuarios**. El proceso de alta de usuarios se realiza en *Administración/Configuración/Usuarios/Configuración de la cuenta*. En nuestro caso vamos a permitir que los visitantes creen su propia cuenta, pero marcando la opción *Pedir una verificación por correo electrónico sólo cuando un visitante crea una cuenta*. De esta forma se comprobará que el correo electrónico que han introducido es real, además de pasar la responsabilidad de identificación del usuario al creador de la cuenta de correo electrónico. En el mensaje de bienvenida proporcionamos un enlace de una única sesión para que el usuario establezca una contraseña, ya que durante el proceso de alta de usuarios no nos pide clave, por lo tanto, en el caso que la dirección de correo del nuevo usuario no sea real, éste no podrá entrar en la web.

Al comenzar la página creamos una *Página básica* que trataba “sobre nosotros”. Ahora hemos hecho el otro tipo de contenido que se podía añadir, como es “**Artículos**”. Hemos ido añadiendo a lo largo del proceso de creación de la página web diferentes artículos con datos sobre nuevos cursos, fechas y promociones. A los artículos, les ponemos un *título*, un *cuerpo del mensaje* y en *examinar* añadimos una imagen de la noticia publicada. Podríamos ponerle un enlace de menú a estos artículos, como hicimos con la página “Sobre nosotros”, pero si repitiéramos el mismo proceso con cada noticia, pronto tendríamos la web llena de enlaces independientes. La solución sería promover la página a la portada.

Los **comentarios** los hemos permitido en las publicaciones de artículos tales como los mencionados anteriormente con cursos, ofertas, fechas, etc. para que puedan preguntarnos todas sus dudas a través de ahí. Para que esto sea posible en las “*Opciones de comentarios*” hay que marcar la opción *abierta*. Aunque cuando el comentario lo deje un usuario anónimo, es decir, no identificado, el comentario necesitará la aprobación del administrador del sitio, al contrario que un usuario autenticado.

Para un poco más de seguridad y evitar que los que un robot cree cuentas en nuestra web o publiquen comentarios entre otras cosas, instalamos el módulo **Captcha e Image Captcha**. Ahora mismo solo lo estamos usando al registrarse un usuario o iniciar sesión y al dejar un comentario, y consiste en una imagen, en la que el usuario tendrá que leer una serie de caracteres y repetirlos. El administrador de la página no necesitará de esto.

También hemos incluido **unos formularios de contacto** para que cualquier persona que quiera preguntarnos dudas o hacernos llegar algún mensaje, se ponga en contacto con nosotros de una manera más formal que en los propios comentarios de las páginas del sitio web.

Los formularios de contacto los gestiona Drupal por medio del módulo **Contact**. Éste está incluido en el núcleo, por lo que únicamente habrá que activarlo. Una vez hecho esto, en *Administración/Estructura/Formulario de contacto* ponemos que el mensaje se reciba en el correo del administrador del sitio, y una respuesta automática “Su mensaje será procesado con la mayor brevedad posible”.

Queremos que aparezca en el menú de navegación por lo que asignamos el enlace correspondiente al formulario. Esto se hace en *Administración/Estructura/Menús* y, en el menú de navegación, pulsaremos sobre *listar enlaces*, y, por último, le damos el permiso para que todos los usuarios puedan usar este formulario de contacto.

Por otra parte, se ha creado un apartado de **Ofertas de empleo**, ya que al ser una empresa de enseñanza no nos vendría mal que personas docentes quieran trabajar con nosotros en alguna asignatura que ya estamos impartiendo o incluso en alguna que no estamos dando, con la posibilidad de incorporarla a nuestra academia gracias a nuevos profesores. Incorporaremos las ofertas para una asignatura concreta que estemos buscando personal, pero también podrán dejarnos por sus curriculum los que tengan interés, aunque no estén aplicando para las ofertas concretas, si las hay.

Primero creamos un nuevo tipo de contenido, que tendrá una serie de campos como título, descripción y asignatura. En *Administración/Estructura/Tipos de contenido/Añadir tipo de contenido* crearemos el tipo de “Ofertas de empleo”. La Descripción será “puesto de trabajo que se desea ofrecer”. Dentro de opciones del formulario de envío, la *Etiqueta* del campo de título será “denominación del puesto de trabajo”. Tampoco permitiremos que esta página tenga comentarios. Guardaremos y añadiremos *campos*, en este caso añadimos asignatura, en formato *Lista de texto* que se editará mediante una *Lista de selección* y en *Opciones del campo* metemos los valores que formarán parte de esa lista de selección de asignaturas, como por ejemplo Matemáticas, Finanzas, etc., ya que dentro de Matemáticas puede haber profesores de Matemáticas I (de primer año) o Matemáticas Financieras, y así con muchas otras ramas.

Estas ofertas de empleo la podrán crear el personal de la empresa, por lo que crearemos un nuevo rol en *Usuarios/Permisos/Roles* al cual llamaremos “Empleado”, y le damos a este rol todos los permisos que tengan que ver con oferta de empleo.

A modo de ejemplo, hemos creado varias ofertas de empleo.

Ya que los posibles candidatos pueden ver las ofertas de empleo disponibles, el siguiente paso es que puedan presentar sus candidaturas. Lo lógico es que las solicitudes hagan referencia a una oferta de trabajo ya creada, por lo que necesitaremos un nuevo tipo de campo que haga referencia a nodos ya creados. Para esto, tendremos que instalar los módulos Entity API, Entity reference y Ctools.

Ahora, como hemos hecho antes con ofertas de empleo, crearemos un nuevo tipo de contenido que será **Solicitudes de empleo**. Como descripción “presente una solicitud para alguno de los empleos ofertados por Academia Kitu”, no lo ponemos promocionado a la página principal y no se permitirán comentarios.

Añadiremos una serie de *campos*:

- **Empleo**: el tipo de campo es *Referencia a entidades*, y su tipo de control *Lista de selección*. En *agrupaciones de destino* indicaremos *Ofertas de empleo*. Con esto conseguimos que cuando elijamos el empleo podamos seleccionar entre las distintas ofertas que haya en ese momento.
- **Carta de presentación**: *tipo de campo Archivo*. Como *extensiones de archivos* permitiremos “txt, pdf, doc, docx, rtf”.
- **Curriculum**: *tipo de campo archivo*, con las mismas extensiones de archivos que en la carta de presentación. En ambos campos el peso máximo de subida será de 1MB.

Para la seguridad de que nadie pueda ver los curriculum y las cartas de presentación, instalamos y activamos el módulo Private files download permission. Una vez hecho, nos vamos a ir a *Administración/Configuración/MULTIMEDIA/Private files download permission*, y aquí pulsaremos sobre *Añadir directorio*. En la nueva ventana, en **Ruta** pondremos “/Curriculos”, y marcaremos la opción *Grant file owners*. En la sección *ENABLED ROLES* seleccionaremos *los roles administrador y empleado*. Ahora dentro de *Administrar campos en destino de la subida al servidor* señalamos *servidor privado*. Así, este directorio privado no será accesible, aunque el usuario conozca la dirección del archivo o su URL.

Ahora es el momento para utilizar los datos que ya tenemos y los vamos a mostrar todos juntos. Para esto usaremos las **Vistas**, y para poder usarlas tenemos que descargar y activar esta vez el módulo *Views*.

En *Administración/Estructura/Vistas/Agregar nueva vista* es donde la podremos crear. El nombre de la misma será “Ofertas de empleo”. En *Mostrar Contenido* hay que poner tipo *Oferta de Empleo*, ordenado por *el más reciente primero*. Queremos que la información aparezca en una nueva página de la web, por lo que clicamos en *Crear una*

página y le pondremos como Título “Ofertas de empleo”. El Formato de presentación será en *Tabla*, que tendrá 10 elementos. También crearemos un enlace de menú en el *menú Principal*, y pulsaremos el botón de *Continuar y editar*.

Ahora agregaremos la fecha de publicación, en la sección de *CAMPOS*, marcando la opción *Contenido: Fecha de mensaje*. Al *Aplicar (todas las presentaciones)*, podremos indicar las opciones de presentación de este dato: su etiqueta será “Publicado hace...”, de forma que nos muestre el tiempo transcurrido desde su publicación.

Finalmente, para acabar con esta vista, le damos a *Reordenar* y ponemos la fecha de publicación antes que el título de la oferta.

El siguiente paso que hemos hecho es filtrar las ofertas de trabajo por asignaturas. En *Administración/Estructura/Vistas*, editamos la vista *Ofertas de empleo*. Donde pone *Filtros contextuales* le damos a *agregar* y seleccionamos el campo *Contenido: Asignatura (field_asignatura)*. En la nueva ventana, en la sección *Cuando el valor del filtro NO está en la URL*, seleccionaremos *Mostrar un resumen*, y, en donde pone *Cuando el valor del filtro SÍ está en la URL o se proporciona un valor predeterminado* indicaremos que, cuando se haya seleccionado un departamento concreto, se *Sobrescriba el título a “Empleos de la Asignatura de %1”*. Este “%1” se sustituirá por el nombre de la asignatura.

Tras esto, como hemos hecho con las ofertas de empleo, haremos ahora con las solicitudes de empleo, creando una vista con este nombre y con su descripción “Listado de solicitudes de empleo por asignaturas”. En *Contenido* ponemos tipo *Solicitud de empleo* ordenados por *el más antiguo primero* y una presentación mediante *tabla de 10 elementos*. Añadiremos el campo *Contenido: Empleo* y *Contenido: Fecha de mensaje*, éste último con etiqueta *Fecha*, *formato personalizado* con la forma *d/m/Y*.

En la sección *Avanzado* le agregamos *Contenido: Autor* y como *etiqueta* hemos puesto “Candidato”. Ahora, pulsamos de nuevo en la sección *Campos* en *Agregar* y seleccionamos la opción *Usuario: Nombre* con la etiqueta de “Candidato” también. Una vez hecho esto todos los usuarios podrían ver esta página, con lo cual, en *Opciones de Página*, pulsaremos sobre el enlace *Permiso*. Aquí indicaremos que las restricciones serán por *Rol*, y luego que los roles admitidos son *personal* y *Administrador*.

Ya tenemos la vista donde poder ver las ofertas de empleo y otra para las solicitudes de empleo, pero ahora lo que queremos es poder ver esas solicitudes en sus ofertas. Así, en la vista de *Solicitudes de empleo* vamos a darle a *editar*. Hemos agregado una nueva presentación, de tipo *Página* y le hemos puesto el nombre “Ficha solicitudes”. A continuación, agregamos como antes una serie de *filtros contextuales*: agregaremos el

campo Contenido: Empleo (field_empleo), en la sección *Cuando el valor del filtro NO está en la URL*, seleccionaremos *Mostrar contenido de «No se encontraron resultados»*, en la sección *Cuando el valor del filtro SÍ está en la URL o se proporciona un valor predeterminado* indicaremos que, cuando se haya seleccionado un departamento concreto, se Sobrescriba el título a “Solicitudes para el empleo de %1”, y en *Especificar criterios de validación*, ponemos como *Convalidador Contenido*, como *Tipos de Contenido* marcaremos *Oferta de empleo*. En esta nueva página, al guardar los cambios, hemos tenido que asegurarnos siempre que esté *Para este page(sobrescribir)*, porque si no se cambiaría en la página anterior de la vista *solicitudes de empleo*.

Esta vez, en *Opciones de página*, ponemos en *Ruta* sobre *No hay ninguna ruta definida*, para cambiarlo a “node/%/empleos” y en el *Menú* señalamos *Sin Menú*, opción *Solapa de Menú* con título “Solicitudes”.

Después de esto, si entramos como anónimo veremos el apartado ofertas de empleo donde se nos mostrará los trabajos ofertados, pero si entramos como empleado o administrador, dentro de ofertas de empleo nos aparecerá arriba una pestaña llamada *Solicitudes*, y aquí nos aparecerán todas las solicitudes para cada oferta.

Después de mostrar cada solicitud en su oferta, queremos que a cada candidato le aparezcan las solicitudes que haya podido hacer. Para esto, volvimos a editar la vista solicitudes de empleo, y agregamos un Bloque. El título es “Mis solicitudes”, y el Formato *Lista HTML*. Ahora de nuevo hay que asegurarse al guardar que esté puesto *Para este block (sobrescribir)*. En *opciones de bloque* ponemos como *Nombre del bloque* “Solicitudes de candidato”. Los campos *Fecha* y *Usuario* los quitamos. En *criterios de filtrado* agregamos el campo *Usuario: Actual* y en *Avanzado, Comportamiento si no hay resultados*, seleccionamos *Global: Área de texto*, poniendo “No ha presentado ninguna solicitud de empleo”.

Finalmente, para cuando un usuario que haya presentado su candidatura a alguna oferta le aparezca un apartado llamado *Solicitudes de candidato*, en *Administración/Estructura/Bloques* hemos situado el bloque Solicitudes de candidato en la Primera barra lateral.

Después de todo esto, creamos en el menú principal un enlace llamado *cursos*, en el cual al situarnos sobre él nos apareciera abajo una lista con todos los cursos que se dan en la Academia Kitu. Estos cursos no están divididos por rama (Matemáticas, Contabilidad, etc.) si no que aparecen todos y cada uno de ellos (Matemáticas I, Matemáticas II, Estados contables, Contabilidad para Directivos, etc.). Las páginas de

cada asignatura son *Páginas básicas* en la que está recogida toda la información de cada asignatura.

También contamos con un apartado de *Profesores* en el menú principal. Para este apartado primero creamos un nuevo tipo de contenido, llamado *Profesor/a*, aquí añadimos el Campo “Nombre”, “Asignatura/s”, “Descripción” e “Imagen”. Con estos datos creo que ya nos da para conocer por encima la experiencia del profesor/a.

Al realizar esto, creamos una vista para que aparezcan recogidos en una ordenados según la asignatura que imparten, y esta vista la colocamos en el Menú Principal.

Por último, creamos una página llamada *Opiniones* la cual también está en el Menú Principal y dejamos abierta la opción de *Comentarios*, para que cada persona pueda dejarnos los comentarios que tiene de la academia Kitu si alguna vez ha estado en algún curso con nosotros. También sabemos que a las personas les gusta tener una imagen previa de lo que se van a encontrar cuando van a un sitio nuevo, por lo que esta página de comentarios les puede ser de gran utilidad para hacerse una idea de lo que es Academia Kitu.

Es un gran ejercicio de transparencia, pero hay que tener en cuenta que todos los comentarios van a pasar por el filtro de un empleado o el administrador, para evitar comentarios ofensivos o incluso opiniones de personas que nunca hayan estado con nosotros.

A continuación se adjuntan unas imágenes de la página web de la **Academia Kitu**:



Portada principal de la página web 1.

Sobre Nosotros

Academia Kitu es una empresa dedicada a la **enseñanza universitaria**. Estamos en Avenida San Francisco Javier 24, planta 6, módulos 14-15, Edificio Sevilla 1. 635 61 61 75

[Leer más](#)

Promoción Especial Matemáticas 1

Enviado por u661045062.us18... el Jue, 05/16/2019 - 18:42



Academia Kitu
SUPER PROMOCIÓN
MATEMÁTICAS 1
100€

— CANTIDAD AD.
— INCLUIDO IMPORTE DEL PAGO DEL SEGUIMIENTO DE LA ASIGNATURA

¡PIDE MÁS INFORMACIÓN O
¡RESERVA TU PLAZA!

635616175

- Comenzamos ya!
- Incluimos manual para el seguimiento de la asignatura.

Inicio De Sesión

Nombre de usuario *

Contraseña *

- [Crear nueva cuenta](#)
- [Solicitar una nueva contraseña](#)

Portada principal de la página web 2.

Superintensivo De Inglés

Enviado por u661045062.us18... el Lun, 04/01/2019 - 19:20



Academia Kitu
Novedad
ENGLISH
295€
*consultar condiciones

SUPERINTENSIVO MES DE JUNIO
¡APTIS, CAMBRIDGE, TRINITY...!

- 60 HORAS DE CLASE, CLASES DE 4 HORAS, CON DESCANSO.
- PROFESORES NATIVOS.

PARA MÁS INFORMACIÓN O PARA RESERVAR TU PLAZA

   **635616175**

EDIFICIO SEVILLA 1 AVD SAN FRANCISCO JAVIER Nº24, PLANTA 6, MÓDULOS 14-15

Curso superintensivo de **Inglés** para el mes de Junio!

Os formamos para Aptis, Cambridge, Trinity...

- 60 horas de clases.
- Clases de 4 horas, con descanso.
- Profesores nativos.

Curso de una asignatura.



Inicio » Opiniones

Opiniones

Tu opinión es muy importante para nosotros. Queremos saber que te ha parecido nuestra Academia si has dado clases en ella, así, también ayudamos a futuros estudiantes que quieran aprender sobre alguna/s asignaturas con nosotros.

Es de gran ayuda y te lo agradeceríamos mucho.

Hasta la próxima!

Inicio De Sesión

Nombre de usuario *

Contraseña *

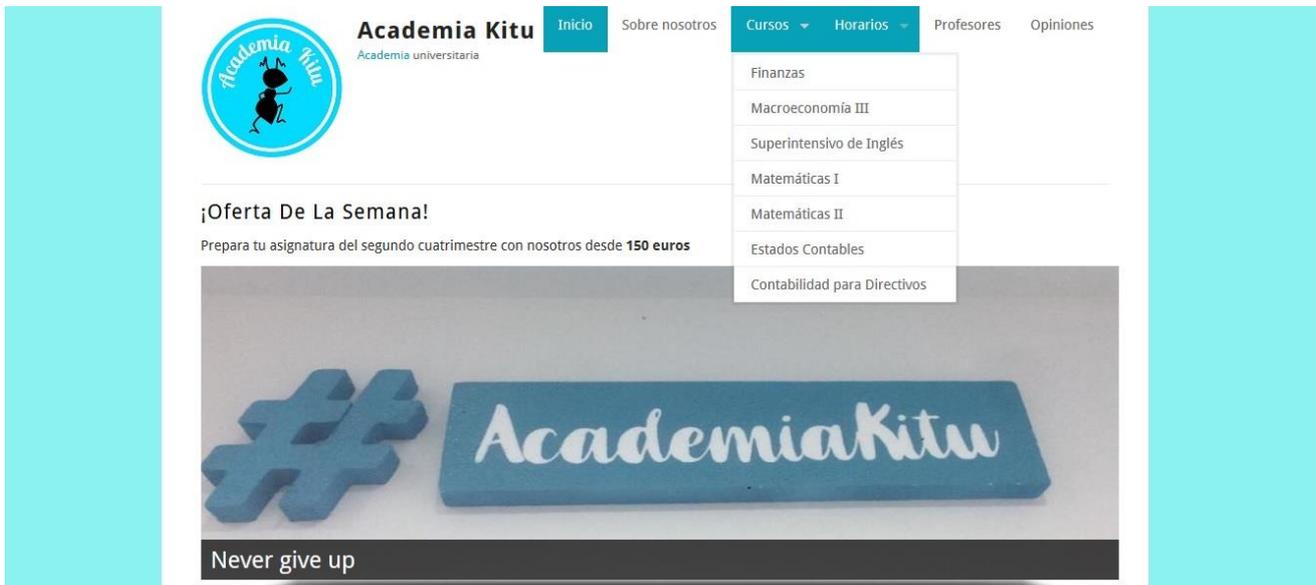
- [Crear nueva cuenta](#)
- [Solicitar una nueva contraseña](#)

Añadir Nuevo Comentario

Su nombre

Navegación

Apartado Opiniones.

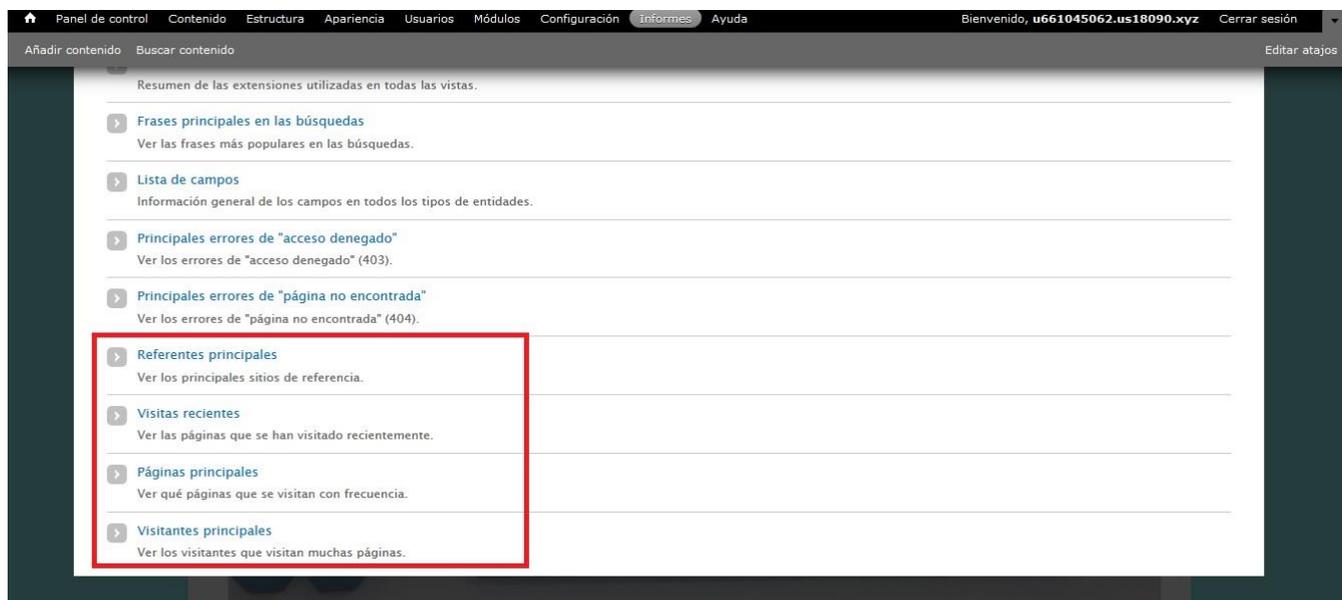


Página de inicio con la lista de los cursos.

3.2 ANÁLISIS MEDIANTE GOOGLE ANALYTICS

Existen muchos modos de análisis web, pero el más popular y el usado por Google es analizarla a través del código Java Script. Consiste en poner un código a las páginas webs para recopilar todos los datos de las visitas.

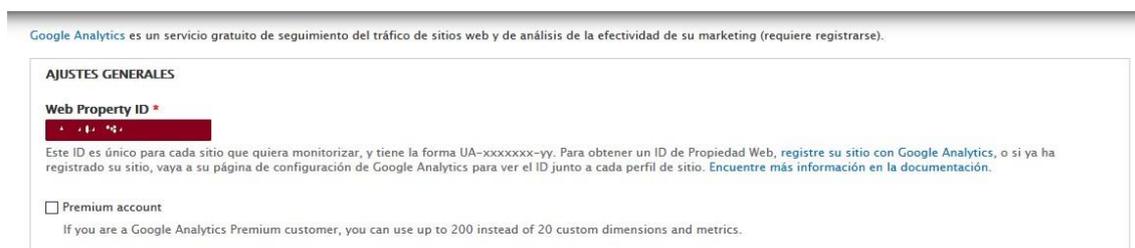
En el caso de Google Analytics para Drupal, después de instalar el módulo (https://www.drupal.org/project/project_module) veremos cómo aparecen dentro de *Administración > Informes* cuatro nuevos apartados:



- **Referentes principales:** nos muestra las páginas externas desde las cuales se ha accedido.
- **Visitas recientes:** vemos las páginas de nuestro sitio web que se han visitado recientemente.
- **Páginas principales:** son las páginas que se visitan más frecuentemente ordenadas en un ranking, con el número de visualizaciones exacto.
- **Visitantes principales:** al igual que en el anterior, también nos aparece ahora un ranking con los visitantes que más han entrado en nuestra página web. Si es un usuario nos aparecerá el nombre que tiene, y si se trata de un anónimo veremos su dirección IP.

Para que toda esta información empiece a registrarse y guardarse en *Administración > Sistema > Estadísticas* habrá que activar la casilla de “Activar registro de acceso”.

Después de haber instalado y activado el módulo, en *Administración > Configuración > Sistema > Google Analytics* hay que poner el número identificador que nos ha proporcionado Google Analytics. Este número lo vamos a obtener a través de www.google.com/analytics y tendrá un formato de UA-XXXX-X.



A continuación, nos aparecerán distintos apartados que podremos configurar a nuestro gusto. Entre todos destacaremos:

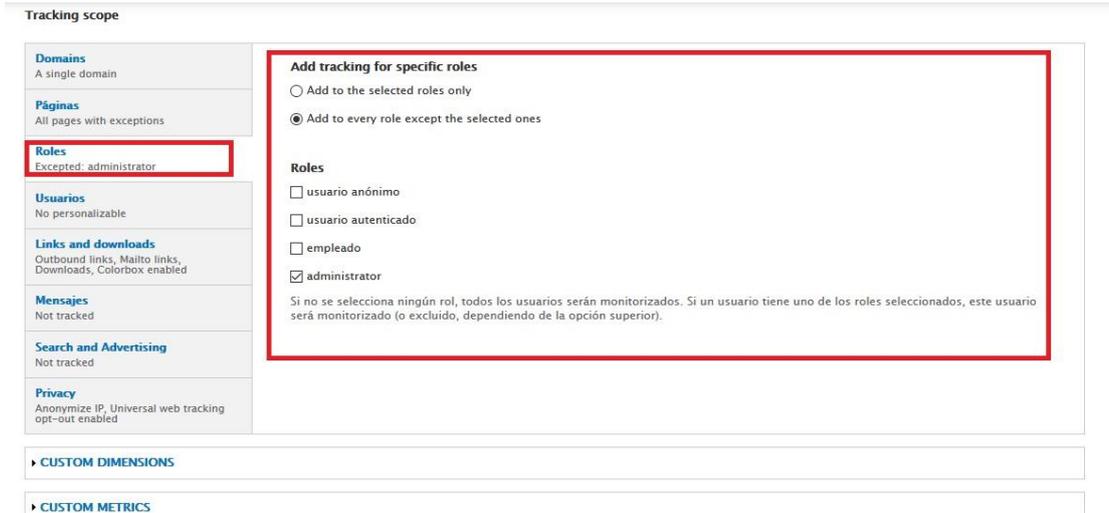
- **Dominio:** esta opción nos permite hacer un seguimiento de otros dominios con una misma cuenta de Google Analytics.

The screenshot shows the 'Tracking scope' configuration interface. On the left, a sidebar lists various tracking options: Domains, Páginas, Roles, Usuarios, Links and downloads, Mensajes, Search and Advertising, and Privacy. The 'Domains' option is highlighted with a red box. The main content area is titled 'What are you tracking?' and features three radio button options: 'A single domain (default)' (selected), 'One domain with multiple subdomains', and 'Multiple top-level domains'. Below these options is a text area for 'List of top-level domains'. A note at the bottom explains that if 'Multiple top-level domains' is selected, all related top-level domains should be entered, one per line.

- **Páginas:** agregar el seguimiento a páginas particulares o poner con las que queremos hacer una excepción, en nuestro caso no haremos el seguimiento de *Administración*, y lo indicaremos haciendo clic en “Cualquier página salvo las de la lista” y ponemos “admin” y “admin*”.

The screenshot shows the 'Tracking scope' configuration interface. The 'Páginas' option in the sidebar is highlighted with a red box. The main content area is titled 'Add tracking to specific pages' and features two radio button options: 'Every page except the listed pages' (selected) and 'The listed pages only'. Below these options is a text area containing the following paths: admin, admin/*, batch, node/add*, node/*, and user/*.

- **Roles:** añadir seguimiento para roles específicos. Si el rol es el de administrador, no le haremos la monitorización.



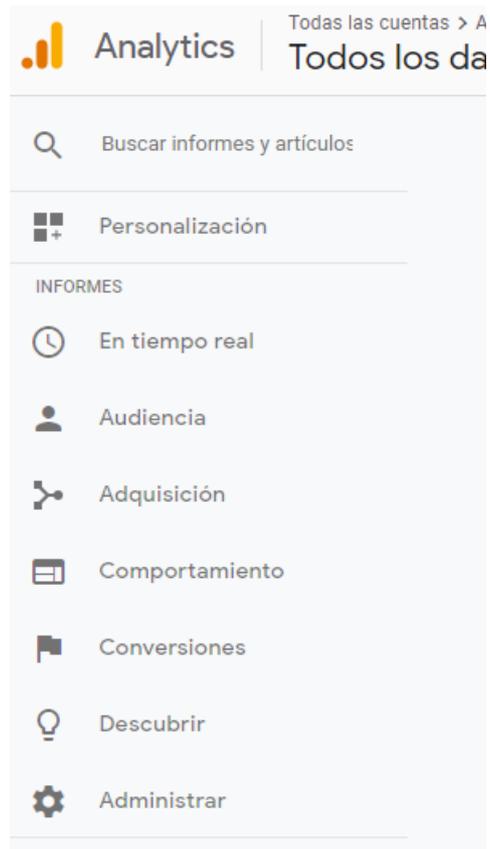
- **Usuarios:** permite a los usuarios personalizar la monitorización de su página de cuenta de usuario. No activaremos esta opción.

Una vez puesto el número UA-XXXX-X, tendremos que comprobar que está activado el código de seguimiento dentro de las páginas de nuestro sitio web.

Para asegurarnos que el código está bien insertado, usaremos la herramienta de Google Tag Assistant (<https://chrome.google.com/webstore/detail/tag-assistant-by-google/kejbjndbnbigmefkqdddjlbokphdefk>), la descargamos y la añadimos a Chrome. Una vez hecho esto, entramos en nuestra página web y le damos al icono de Tag Assistant, ahí vemos si está activado, si no es el caso, como nos ocurrió en un principio, habrá que clicar en *Enable* y después refrescar la página, y ya nos dirá si está bien insertado el código, por lo que, si está todo correcto, comenzaremos a recibir los datos.

Además de los informes que vamos a obtener en la página gracias a Drupal, la aplicación de Google Analytics nos va a proporcionar otros muchos más datos de interés a través de su página web, previa entrada con nuestro correo, al cual tenemos asociado el IP de nuestro sitio online.

La aplicación de Google nos va a dar, tal y como se aprecia en la imagen siguiente, una gran variedad de informes:



Este panel nos permite acceder a todos los informes según la categoría y en “Personalización” podemos incluir Paneles, Accesos directos e incluso Informes personalizados.

4 RESULTADOS

4.1 RESULTADO DEL ANÁLISIS A TRAVÉS DE GOOGLE ANALYTICS

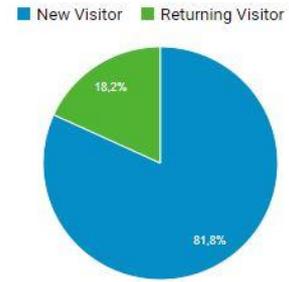
En este apartado vamos a ver algunos de los informes sobre la página web que podemos obtener en el sitio oficial de Google Analytics entrando con nuestro perfil de administrador.

Antes de mostrar esos informes, vamos a explicar lo que significan algunos términos que aparecen:

- **Usuarios:** Usuarios que han iniciado al menos una sesión durante el periodo especificado.
- **Usuarios nuevos:** Es el número de usuarios nuevos durante el periodo seleccionado.
- **Sesiones:** Es el número total de sesiones que se han realizado en el período. Una sesión es el período durante el cual un usuario interactúa con su sitio web, aplicación, etc. Todos los datos de uso están asociados a una sesión.
- **Porcentaje de rebote:** Porcentaje de sesiones de una sola página en las que no se ha interactuado con la página.
- **Páginas/sesión:** La métrica Páginas/sesión (promedio de páginas vistas) es el promedio de páginas que se ven en cada sesión; las visitas repetidas a una misma página también se contabilizan.
- **Duración media de la sesión:** El tiempo de duración de las sesiones.

A continuación, mostramos algunos informes:

- ✓ Información general: aquí podemos ver el número de usuarios que ha tenido la página web por ahora y otros datos como la cantidad de sesiones, etc. Tenemos 45 usuarios, dato muy bueno por el hecho de que la página tiene muy poco tiempo.



- ✓ Usuarios por países: como era de esperar, gran parte de nuestros usuarios son de España (95,56%), pero también encontramos que han accedido a nuestra página dos usuarios extranjeros.

		45 % del total: 100,00 % (45)	45 % del total: 100,00 % (45)
1.	Spain	43	95,56 %
2.	France	1	2,22 %
3.	Italy	1	2,22 %

- ✓ Usuarios por ciudad: como podemos observar la mayoría de los usuarios son de Sevilla, lo que también es lógico sabiendo que nuestra academia solo tiene sus aulas en la capital hispalense. Además, en este informe podemos ver los apartados mencionados anteriormente.

Creación de una web para una empresa pequeña y su posterior analítica

Ciudad ?	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
	Usuarios ? ↓	Usuarios nuevos ?	Sesiones ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas/sesión ?	Duración media de la sesión ?	Tasa de conversión del objetivo ?	Objetivos cumplidos ?	Valor del objetivo ?
	45 % del total: 100,00 % (45)	45 % del total: 100,00 % (45)	68 % del total: 100,00 % (68)	58,82 % Media de la vista: 58,82 % (0,00 %)	1,85 Media de la vista: 1,85 (0,00 %)	00:03:50 Media de la vista: 00:03:50 (0,00 %)	0,00 % Media de la vista: 0,00 % (0,00 %)	0 % del total: 0,00 % (0)	0,00 US\$ % del total: 0,00 % (0,00 US\$)
1. Seville	32 (65,31 %)	31 (68,89 %)	49 (72,06 %)	53,06 %	1,98	00:04:49	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. Madrid	3 (6,12 %)	3 (6,67 %)	3 (4,41 %)	66,67 %	1,33	00:00:31	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. Barcelona	2 (4,08 %)	1 (2,22 %)	2 (2,94 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. (not set)	1 (2,04 %)	1 (2,22 %)	1 (1,47 %)	0,00 %	2,00	00:00:14	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
5. Las Rozas	1 (2,04 %)	1 (2,22 %)	1 (1,47 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
6. Malaga	1 (2,04 %)	1 (2,22 %)	1 (1,47 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
7. Pozuelo de Alarcon	1 (2,04 %)	1 (2,22 %)	1 (1,47 %)	0,00 %	4,00	00:00:14	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
8. Zaragoza	1 (2,04 %)	1 (2,22 %)	2 (2,94 %)	50,00 %	1,50	00:00:15	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
9. Paris	1 (2,04 %)	1 (2,22 %)	2 (2,94 %)	50,00 %	3,00	00:11:08	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
10. Turin	1 (2,04 %)	1 (2,22 %)	1 (1,47 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

- ✓ Páginas más visitadas: dentro de nuestro sitio web, la página más visitada ha sido la de las encuestas, en la cual se ha realizado una en la que hablaremos más adelante, en el apartado 4.3.

Página	Número de visitas a páginas	Número de visitas a páginas	Contribución al total:
	126 % del total: 100,00 % (126)	126 % del total: 100,00 % (126)	Número de visitas a páginas
1. /D/content/encuesta-tfg	64	50,79 %	
2. /D/	36	28,57 %	
3. /D/acerca	5	3,97 %	
4. /D/node/2	4	3,17 %	
5. /D/articulosuperintensivo-de-in-gl-s	3	2,38 %	
6. /D/content/opiniones	2	1,59 %	
7. /D/content/profesores	2	1,59 %	
8. /D/encuestas	2	1,59 %	
9. /D/node	2	1,59 %	
10. /D/articulopromoci-n-especial-matem-ticas-1	1	0,79 %	

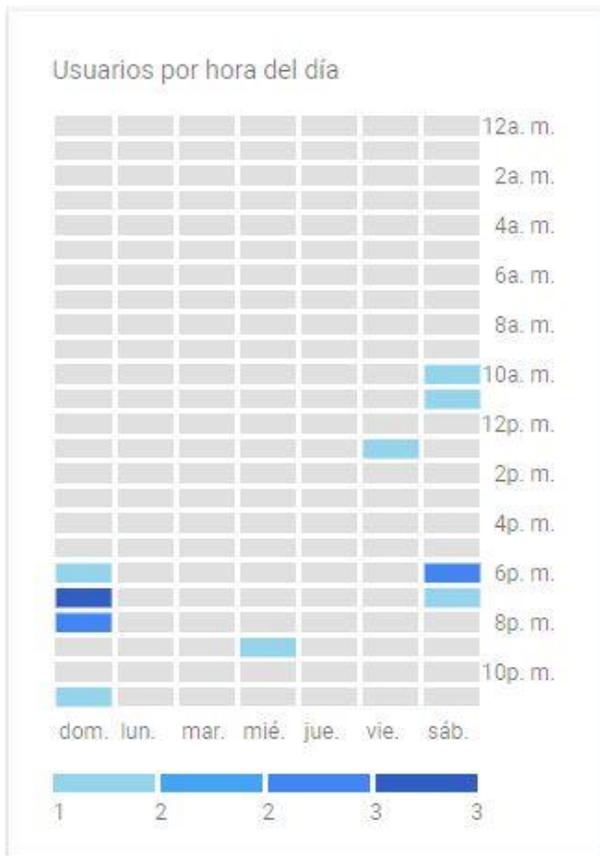
- ✓ Navegadores: hay informes muy variados, como éste en el que se nos muestra los navegadores usados por los usuarios, y otros con la información de sistemas operativos (Android, iOS, etc.) incluso informes con las marcas de móviles que más han accedido.

Navegador	Usuarios	% Usuarios
1. Chrome	22	48,89 %
2. Safari	14	31,11 %
3. Samsung Internet	8	17,78 %
4. Firefox	1	2,22 %

- ✓ Tipo de usuario: aquí vemos una comparación según si el usuario ha accedido más de una vez a nuestra web o solo una. El porcentaje de nuevo visitante es muy superior al de visitante de regreso, lo que no es muy positivo debido a que nuestra intención es que los usuarios accedan a nuestra página con asiduidad para consultar nuevas asignaturas, horarios, resolver dudas, etc.

Tipo de usuario	Usuarios	Usuarios (comparado con el promedio del sitio)
	45 % del total: 100,00 % (45)	45 % del total: 100,00 % (45)
1. New Visitor	45	63,64 %
2. Returning Visitor	10	-63,64 %

- ✓ Usuarios por hora del día: los días que más han accedido al sitio web han sido los sábados y domingos.



- ✓ Sesiones por dispositivo: la mayoría de nuestro público objetivo son estudiantes, y éstos a su vez están constantemente conectados a internet a través de su teléfono móvil, por lo que no era de extrañar que la mayoría de los que han accedido a la página haya sido por móvil.

Sesiones por dispositivo



Móviles
73,5 %

Ordenadores
26,5 %

4.2 INFORMES DE DRUPAL

Como ya hemos explicado anteriormente, al instalar el módulo de Google Analytics, Drupal nos ofrece la posibilidad de obtener unos informes de estadísticas. Aquí os dejamos los siguientes:

➤ Visitas recientes

Esta página muestra las visitas más recientes a este sitio.

SELLO TEMPORAL	PÁGINA	USUARIO	OPERACIONES
01/06/2019 - 11:01	node	u661045062.us18...	detalles
01/06/2019 - 11:00	node	Anónimo (no verificado)	detalles
01/06/2019 - 10:46	node	Anónimo (no verificado)	detalles
01/06/2019 - 10:46	Opiniones content/opiniones	Anónimo (no verificado)	detalles
01/06/2019 - 10:46	Profesores content/profesores	Anónimo (no verificado)	detalles
01/06/2019 - 10:46	node	Anónimo (no verificado)	detalles
01/06/2019 - 10:45	Superintensivo de Inglés articulosuperintensivo-de-ingl-s	Anónimo (no verificado)	detalles
01/06/2019 - 10:45	Finanzas content/finanzas	Anónimo (no verificado)	detalles
01/06/2019 - 10:45	Sobre nosotros acerca	Anónimo (no verificado)	detalles
01/06/2019 - 10:16	node	Anónimo (no verificado)	detalles
31/05/2019 - 13:50	Sobre nosotros	Anónimo (no verificado)	detalles

➤ Páginas principales

VISTAS	PAGINA	TIEMPO DE GENERACION PROMEDIO POR PAGINA	TIEMPO TOTAL DE GENERACION DE PAGINAS
9	Visitas recientes admin/reports/hits	65 ms	1 seg
9	Configuración admin/config	359 ms	3 segs
9	Google Analytics admin/config/system/googleanalytics	142 ms	1 seg
5	Cerrar sesión user/logout	93 ms	0 seg
5	Sobre nosotros acerca	284 ms	1 seg
3	Superintensivo de Inglés articulosuperintensivo-de-ingl-s	93 ms	0 seg
3	Nuevo grupo Macroeconomía III node/2	56 ms	0 seg
3	Fecha y hora admin/config/regional/date-time	53 ms	0 seg
3	Descarga de archivo system/files/Profesor_2_0.jpg	55 ms	0 seg
2	Profesores	42 ms	0 seg

➤ Visitantes principales

VISITAS	VISITANTE
87	u661045062.us18...
35	90.69.180.85
6	81.57.255.209
6	84.78.25.31
4	139.47.69.216
4	84.78.25.27
3	31.4.196.20
2	77.226.87.116
2	84.78.25.2
2	88.12.116.144
2	88.9.177.128
1	31.4.195.134

4.3 ENCUESTA EN LA WEB

Hemos creado una **encuesta** en la página web para saber sobre la opinión de los visitantes en algunos de los temas aquí tratados.

Lo primero que hemos hecho es descargarnos el módulo Webform, pasarlo a sites/all/modules con FileZilla y activarlo dentro de nuestra página.

Una vez activado, en *Añadir contenido* ya nos aparece la opción de Webform, pero antes, les daremos los permisos para votar a todos los usuarios. De título ponemos “Encuesta para TFG” y en *formulario web* es donde añadiremos las preguntas. En *etiqueta* es donde tenemos que poner la pregunta que se quiere hacer, y en tipo, ponemos el número de respuesta.

En nuestra encuesta, las preguntas con sus tipos han sido:

- Edad | Número
- ¿Cree usted que es importante para una empresa de tamaño pequeño tener su propia página web? | Opciones de selección | Sí; No; Ns/Nc

- ¿Antes de comprar un bien o servicio hace una búsqueda online de empresas que lo ofrecen? | Opciones de selección | Siempre; Casi siempre; A veces; Nunca.
- ¿Busca opinión en Internet sobre las empresas con las que vas a tratar? | Opciones de selección | Siempre; Casi siempre; A veces; Nunca.
- ¿Alguna vez ha estado en una academia de enseñanza? | Opciones de selección | Sí; No

Después de haber terminado de realizar la encuesta, queremos que se vea en el menú de navegación, por lo que hemos hecho una **vista** con el nombre “Encuestas” en la cual hemos puesto que aparezcan los contenidos de Webform.

Así quedaría en nuestra página:

Navegación

- ▶ Añadir contenido
- Encuestas
- Ofertas de empleo
- Solicitudes de empleo
- Contacto

Comienzo Completo

Edad

¿Cree usted que es importante para una empresa de tamaño pequeño tener su propia página web? *

Sí
 No
 Ns/Nc

¿Antes de comprar un bien o servicio hace una búsqueda online de empresas que lo ofrecen? *

Siempre
 Casi siempre
 A veces
 Nunca

¿Busca opinión en Internet sobre las empresas con las que vas a tratar? *

Siempre
 Casi siempre
 A veces
 Nunca

¿Alguna vez ha estado en una academia de enseñanza? *

Sí
 No

Enviar

Y los resultados que hemos tenidos son los siguientes:

¿Cree usted que es importante para una empresa de tamaño pequeño tener su propia página web?

Sí	42
----	----

¿Antes de comprar un bien o servicio hace una búsqueda online de empresas que lo ofrecen?

Siempre	14
Casi siempre	23
A veces	5

¿Busca opinión en Internet sobre las empresas con las que vas a tratar?

Siempre	16
Casi siempre	18
A veces	8

¿Alguna vez ha estado en una academia de enseñanza?

Sí	38
No	4

Hemos tenido un alto grado de respuesta (70%), teniendo en cuenta que el enlace con la encuesta se hizo llegar a 60 personas y lo más destacable es que el 100% de las personas encuestadas creen que es importante tener una página web para una empresa pequeña.

Respecto a la búsqueda online de empresas que ofrecen el producto o servicio que vas a comprar, el valor más votado es “Casi siempre”, no habiendo ninguna persona que haya respondido “Nunca” y muy pocas “A veces”

También, con 18 votos, “casi siempre” ha sido la respuesta más usada a la pregunta de la opinión sobre las empresas con las que vas a tratar, menos que en la anterior, pero de nuevo ninguno ha respondido “Nunca”.

Y en la última pregunta, tenemos un sorprendente porcentaje del 90% de los que han cumplimentado la encuesta han estado una vez en academia para complementar sus estudios, lo que es un dato muy satisfactorio.

En relación a la encuesta, tenemos que decir que los **resultados** reflejan el alto uso que tiene internet en nuestra vida diaria, haciendo búsquedas para buscar información de casi todo y considerando la presencia online de las empresas como muy importante.

5 CONCLUSIONES

Después de todo el trabajo hecho, dando como resultado una página web a una empresa de tamaño pequeño con la que logramos diferenciarles de sus competidores, y tras analizar los resultados conseguidos, estamos muy satisfechos con lo obtenido.

A pesar de que todavía no ha habido tiempo suficiente para valorar los resultados de la web de una manera más completa, los datos que manejamos por ahora son gratamente satisfactorios y el sitio web de la empresa ha tenido un grado alto de satisfacción sobre nuestro público objetivo. Consideramos que una empresa, independientemente del tamaño, tiene que invertir en conseguir una mayor presencia online, ya sea mediante tener una página web, lo que a priori es más profesional, o de otro modo. Tal y como está evolucionando el mundo y la importancia que tiene el Internet en nuestras vidas, esto es imprescindible.

También hay que decir que el uso del sistema Drupal para la creación de contenidos y en este caso más concreto de una página web para una empresa de enseñanza ha sido un proceso muy enriquecedor y en el que hemos aprendido mucho. Empezamos realizando la asignatura optativa Diseño de Negocios Electrónicos y hemos terminado llevando a cabo toda una web para una empresa, así como su análisis.

Por último, como conclusión, decir que gracias a todo esto, el mundo de la informática aplicada al entorno empresarial no ha hecho más que llamarnos la atención, y como consecuencia, el curso que viene uno de los integrantes tiene especial interés en realizar el Máster de Consultor SAP en Logística en el Centro de Formación Permanente de la Universidad de Sevilla que lleva a cabo el mismo departamento al cual pertenece la asignatura nombrada anteriormente y este trabajo de fin de grado.

6 BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, G. & López, M. (2013) Análisis del uso del Facebook en el ámbito universitario desde la perspectiva del aprendizaje colaborativo a través de la computadora. *Revista electrónica de Tecnología Educativa*.
- Chardonneau, R. (2014). *Google Analytics: analice el tráfico de su sitio web para mejorar los resultados*. Ediciones ENI.
- Cifras Pymes (2019)* Estadísticas del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social. Recuperado de: <http://www.ipyme.org/es-ES/ApWeb/EstadisticasPYME/Documents/CifrasPYME-abril2019.pdf>
- Dávila, T. & Galvis, A. & Vivas, R. (2014). *Web Site as a Strategy in the Education for Sustainability*. Colegio Técnico Municipal Francisco de Paula Santander, Duitama, Colombia.
- Estadísticas y Google Analytics con Drupal 7. (2015). Tutorial Drupal. Recuperado de: <https://tutorial-drupal.com/estadisticas-y-google-analytics-con-drupal-7>
- Estudio de Google Consumer Barometer: el año de los móviles*. (2017). Recuperado de: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/canales-de-publicidad/movil/estudio-de-google-consumer-barometer-2017-el-%C3%B1o-de-los-m%C3%B3viles/>
- Fernández, L. (2016). *Importancia y frecuencia del uso de Internet por parte de jóvenes estudiantes: percepción de una muestra del alumnado de la Universidad de La Laguna*. Facultad de Educación, Universidad de La Laguna, España.
- González, WE. & Silva, J. (2016). *Descripción comparativa entre los Gestores de Contenido JOOMLA y DRUPAL para la implementación de un sitio web de la Carrera de Ciencias Sociales*. Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/1820>
- INTEF (2013) *Marco Común de Competencia Digital Docente*. Recuperado de: <http://educalab.es/documents/10180/12809/MarcoComunCompeDigiDoceV2.pdf>
- Lebrón, CM. (2011) *Analítica web con Google Analytics*. Bubok.
- Morales, M. (2013). *Analítica web para empresas: Arte, ingenio y anticipación*. Editorial UOC.
- Página oficial de Drupal. Recuperado de: <https://drupal.org>
- Página oficial de Google Analytics. Recuperado de: <https://support.google.com/analytics>
- Pozo, R. (2019). Curso de Drupal 7. Recuperado de: <https://pozo.us.es/drupal>

Rodríguez-Burrel, J. (2009) *Google Analytics: bueno, bonito y gratis*. El profesional de la información, v. 18, n. 1, pp. 67-71.

Una página sin página web es un "pecado mortal" (2015). Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/una-marca-sin-pagina-web-es-un-pecado-mortal-que-espanta-a-1-de-cada-3-clientes>

Zambrano, MC. (2013). *Aplicación web móvil como solución para el incremento de ventas utilizando la plataforma Drupal*. Facultad de Ciencias Matemáticas y Financieras, Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2554>
