

UNIVERSIDAD “TÉCNICA DEL NORTE”



FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

ESCUELA DE DISEÑO Y PUBLICIDAD

Proyecto previo para la obtención del título de:

LICENCIADO EN DISEÑO Y PUBLICIDAD

TEMA:

“ESTUDIO DEL MARKETING ONLINE COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y DESARROLLO DEL SITIO WEB INSTITUCIONAL CON CATALOGO DE PRODUCTOS ONLINE DE LA FÁBRICA DE BOTAS DE CUERO “BOTAS SANDOVAL”, CON ACTUALIZACIÓN EN LINEA”

AUTORES :

Sánchez González Ana Elizabeth

Guevara Ayala Edwin Ricardo

DIRECTOR : Dr. Raimundo López

Ibarra – Ecuador

2010 – 2011

CERTIFICADO

CERTIFICO:

QUE: el presente proyecto, previo a la obtención del título de Licenciatura en Diseño y Publicidad con el tema: “ESTUDIO DEL MARKETING ONLINE COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y DESARROLLO DEL SITIO WEB INSTITUCIONAL CON CATALOGO DE PRODUCTOS ONLINE DE LA FÁBRICA DE BOTAS DE CUERO “BOTAS SANDOVAL”, CON ACTUALIZACIÓN EN LINEA”, ha sido desarrollado y concluido en su totalidad por los señores: Egresados. Ana Elizabeth Sánchez Gonzales con cédula de ciudadanía : 1714781752 y Edwin Ricardo Guevara Ayala con cédula de ciudadanía : 1002720918 bajo mi supervisión. El sitio web se encuentra en funcionamiento, por lo cual firmo en constancia.

Atentamente,

Dr. Raimundo López.
DIRECTOR DE TESIS.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora.

Anita Sánchez

DEDICATORIA

A Dios y a mi familia por su apoyo incansable en todo momento.

Edwin Guevara.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE Oswaldo Sánchez, mi MADRE María González y HERMANOS ; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

A mi compañero y gran amigo Edwin Guevara, con quien compartimos momentos inolvidables en nuestro camino hacia la formación profesional y con quien realizamos este trabajo y a mi director de tesis quién nos ayudó en todo momento, Msc. Reimundo López.

Anita Sánchez

A Dios, porque siempre estuvo junto a mí, llenando de fuerza y esperanza mi vida.

De manera especial a mi esposa Magy, a mis hijos Ariel y Jamphier, porque junto a ellos compartimos momentos de alegría y sobre todo porque siempre fueron mi fuente de inspiración y apoyo incondicional.

A mis padres por sus enseñanzas y los profundos valores que sembraron en mí, gracias por estar junto a nosotros en los buenos y malos tiempos.

Edwin Guevara.

ÍNDICE

Resumen

Abstract

Introducción

CAPITULO I

1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Planteamiento del problema.	2
1.3 Formulación del problema.....	2
1.4 Delimitación.....	2
1.4.1 Unidades de observación.....	2
1.4.2 Delimitación espacial.....	2
1.4.3 Delimitación temporal.....	3
1.5 Objetivos.....	3
1.5.1 Objetivo general.....	3
1.5.2 Objetivos específicos.....	3
1.6 Justificación.....	4

CAPITULO II

2. Marco Teórico.....	5
2.1 Fundamentación Epistemológica.....	5
2.1.1 Internet.....	5
2.1.1.1 Historia del Internet.....	6
2.1.2 Historia de la Web.....	8
2.1.2.1 Definición de web.....	8
2.1.2.2 Página Web.....	8
2.1.2.3 Sitio Web.....	9
2.1.3 Requerimientos básicos para tener una página web.....	9
2.1.3.1 Definición de dominio.....	10
2.1.3.2 Definición de servidor.....	10
2.1.3.3 Hardware para la web.....	11

2.1.3.4 Software para la web.....	12
2.1.4 Etapas de desarrollo de un sitio web.....	14
2.1.5 Marketing.....	16
2.1.5.1 ¿Qué es el Marketing?.....	16
2.1.5.2 Proceso de Marketing.....	16
2.1.6 Marketing Online.....	17
2.1.6.1 Internet y el Marketing.....	17
2.1.6.2 Ventajas y Desventajas.....	18
2.2 Fundamentación Económica.....	19
2.3 Fundamentación Tecnológica.....	21
2.3.1 Lenguaje de Programación.....	22
2.3.2 Lenguaje de programación web.....	23
2.3.3 PHP.....	24
2.3.3.1 ¿Qué es PHP?.....	24
2.3.4 HTML.....	26
2.3.4.1 ¿Qué es HTML?.....	26
2.3.5 Base de datos.....	29
2.3.5.1 ¿Qué es una base de datos?.....	29
2.3.5.2 Sistemas Gestor de base de datos.....	30
2.3.6 MYSQL.....	31
2.3.7 JOOMLA.....	32
2.3.7.1 ¿Qué es JOOMLA!?.....	32
2.3.7.2 Orígenes de JOOMLA.....	32
2.3.7.3 JOOMLA! ¿Un sistema seguro?.....	33
2.3.7.4 Ventajas de JOOMLA.....	34
2.3.8 Editores.....	37
2.3.8.1 Adobe Creative CS4.....	37
2.3.8.2 Photoshop.....	38
2.3.8.3 Dreamweaver.....	38
2.3.9 Wamp.....	39
2.3.10 Virtuemart.....	40

2.4 Fundamentación Legal.....	40
2.5 Posicionamiento teórico personal.....	41
2.6 Glosario de términos.....	43
2.7 Preguntas de investigación.....	46

CAPITULO III

3. Metodología.....	48
3.1. Tipo de Investigación.....	48
3.1.1 Investigación de campo.....	48
3.1.2 Investigación propositiva.....	48
3.1.3 Investigación bibliográfica.....	49
3.2 Métodos.....	49
3.2.1 Método Empírico.....	49
3.2.2 Método Analítico-Sintético.....	49
3.2.3 Método Hipotético-Deductivo.....	49
3.2.4 Método Matemático.....	50
3.3 Técnicas.....	50
3.3.1 Encuestas.....	50
3.3.2 Entrevistas.....	50
3.3.3 Criterio de expertos.....	50
3.4 Población.....	51
3.5 Muestra.....	51
3.5.1 Encuesta.....	52
3.5.2 Análisis e interpretación de resultados.....	54
3.5.3 Discusión de resultados.....	68

CAPITULO IV

4. Conclusiones y Recomendaciones.....	73
4.1 Conclusiones.....	73
4.2 Recomendaciones.....	74

CAPITULO V

5. La propuesta.....	76
5.1 Título.....	76
5.2 Justificación.....	76
5.3 Objetivo.....	77
5.4 Desarrollo de la propuesta.....	77
5.4.1 Descripción del sitio web corporativo propuesto.....	78
5.4.2 Diagrama de flujo de datos del sitio web corporativo de la empresa “Botas Sandoval”.....	79
5.4.3 Requisitos.....	80
5.4.3.1 Requisitos de hardware.....	80
5.4.3.2 Requisitos de software.....	80
5.4.3.3 Diseño grafico.....	81
5.5 Fotografías.....	81
5.5.1 Producción fotográfica.....	81
5.5.2 Comunicación visual.....	82
5.5.3 Componentes de una producción fotográfica.....	82
5.5.4 Etapas de la producción.....	83
5.5.4.1 Primera etapa: Pre-Producción.....	84
5.5.4.2 Segunda etapa: Producción.....	85
5.5.4.3 Tercera etapa: Post-Producción.....	87
5.6 La cámara fotográfica.....	87
5.6.1 Propiedades de las fotografías.....	88
5.6.2 Cámara utilizada Nikon D5000.....	88
5.6.3 Partes de la cámara fotográfica.....	89
5.6.4 Características de la cámara.....	90
5.7 La luz.....	90
5.8 Diseño.....	91
5.8.1 Plantillas.....	97
5.8.2 Diseño de la página de inicio.....	98
5.8.2.1 Descripciones de la página de inicio.....	99

5.8.2.1.1 Logo-Header.....	99
5.8.2.1.2 Tipografía.....	100
5.8.2.1.3 Buscador.....	100
5.8.2.1.4 Menú principal.....	100
5.8.2.1.5 Acceso a las categorías de los productos.....	101
5.8.2.1.6 Información sobre la empresa.....	102
5.8.2.1.7 Iconos para acceder a los productos.....	103
5.8.2.1.8 Novedades y consejos.....	103
5.8.2.1.9 Encuestas.....	104
5.8.2.1.10 Visitas en líneas.....	104
5.8.2.1.11 Accesos sobre consejos útiles de belleza.....	105
5.8.2.1.12 Puntos de venta.....	105
5.8.2.1.13 Otros banners.....	106

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1.- Hardware para la web.....	11
Cuadro N° 2.- Software para la web.....	13

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.- Pregunta 1 de la encuesta.....	47
Tabla N° 2.- Pregunta 2 de la encuesta.	49
Tabla N° 3.- Pregunta 3 de la encuesta	50
Tabla N° 4.- Pregunta 4 de la encuesta	53
Tabla N° 5.- Pregunta 5 de la encuesta	54
Tabla N° 6.- Pregunta 6 de la encuesta	55
Tabla N° 7.- Pregunta 7 de la encuesta	56
Tabla N° 8.- Pregunta 8 de la encuesta	57
Tabla N° 9.- Pregunta 9 de la encuesta	59

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1.- Redes de computadoras.....	5
Imagen N° 2.- Ideas del la Historia del internet.....	6
Imagen N° 3.- Requerimientos básicos para tener una página web.....	9
Imagen N° 4. - Proceso de Marketing.....	15
Imagen N° 5.- Ejecución de una página web PHP.....	22
Imagen N° 6.- Base de datos.....	26
Imagen N° 7.- Cuadro estadístico población Cotacachi.....	44
Imagen N°8.- Diagrama del sitio web de la empresa “Botas Sandoval”.....	79
Imagen N°9.- Maquillaje / Peinado.....	84
Imágenes N°10.- Etapa Pre-producción	85
Imagen N°11.- Estudio fotográfico	86
Imagen N°12.- Caja de luz.....	86
Imágenes N°13.- Etapa Producción.....	87

Imágenes N°14.- Etapa Post-producción.....	88
Imagen N°15.- Propiedades de la fotografía.....	89
Imagen N°16.- Cámara Nikkon D5000.....	90
Imagen N°17.- Partes de la cámara.....	90
Imagen N°18.- Miradas.....	92
Imagen N°19.- Pantalla principal del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.....	93
Imagen N°20.- Pantalla Misión y Visión de la empresa “Botas Sandoval”.....	94
Imagen N°21.- Pantalla del mapa de ubicación de la empresa “Botas Sandoval”.....	94
Imagen N°22.- Pantalla información del cantón Cotacachi.....	95
Imagen N°23.- Links categoría de productos de la empresa “Botas Sandoval”.....	95
Imagen N°24.- Catalogo de productos de la empresa “Botas Sandoval”.....	96
Imagen N°25.- Links a consejos útiles de belleza.....	96
Imagen N°26.- Formulario de contacto del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.....	97
Imágenes N°27.- Banners.....	97
Imagen N°28.- Retícula del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.....	98
Imagen N°29.- Pantalla inicio del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.....	99
Imagen N°30.- Header del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.....	100
Imagen N°31.- Logotipo de la empresa “Botas Sandoval”.....	100
Imagen N° 32.- Buscador interno del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.....	101
Imagen N°33.- Menú principal del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.....	102

Imagen N°34.- Links a tipos de productos.....	103
Imagen N°35.- Pantalla de ubicación de puntos de venta de la empresa “Botas Sandoval”	104
Imagen N°36.- Pantalla acceso a categorías de productos	104
Imagen N°37.- Novedades y consejos de belleza.....	105
Imagen N°38.- Encuesta online	105
Imagen N°39.- Contador de visitas.....	106
Imagen N°40.- Pantalla enlace a los consejos de belleza.....	106
Imagen N°41.- Pantalla puntos de venta de la empresa “Botas Sandoval”.....	107
Imágenes N°42.- Banners del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.....	108

RESUMEN

El presente proyecto se centra en el Diseño y Desarrollo del Sitio Web Corporativo y Catálogo de Productos Online de la empresa de botas de cuero “Botas Sandoval”, a través del cual se promocionará tanto la empresa como los productos, convirtiéndose así en su principal herramienta de publicidad y marketing online. Durante la implementación de este proyecto se realizaron varias fases de trabajo, empezando por el análisis, diseño, desarrollo, publicación, capacitación del sitio web por una parte. En la parte de fotografía de productos se realizaron varias etapas: Pre producción, producción y post producción de fotografías de productos (solo productos y productos luciendo las modelos). En la fase de análisis empezamos por investigar el tipo de la publicidad utilizada por la empresa, conocer las necesidades actuales en cuanto a medios publicitarios, los requerimientos de la empresa en cuanto a un medio de publicidad y marketing online (sitio web corporativo). La organización de la empresa, el sistema de codificación e identificación de los productos. En la etapa de Diseño se realizó una propuesta de la estructura del sitio y su plantilla de acuerdo a las necesidades identificadas. Luego se procedió a la clasificación de las fotografías, edición, recorte y optimización de imágenes para la web. A continuación se realizó la instalación del servidor local MAMP, Joomla y Virtuemart para continuar con el desarrollo del sitio. Se recopiló, analizó y depuró la información empresaria que se mostraría en el sitio, así como el logotipo y los colores corporativos. También se procedió a la creación del catálogo de productos (Definición de categoría de productos con sus ítems) . Con casi la totalidad de la información empresaria y de productos ingresada al sitio se procedió a concluir la parte gráfica del sitio es decir, diseñar banners, animaciones, botones, acciones de menús, etc. Finalmente se procedió a la migración del sitio web, desde el servidor local hacia un servidor externo para su funcionamiento en línea.

Como acción futura está previsto la capacitación paso a paso y con ejemplos reales a la persona que se encargará en adelante del mantenimiento del sitio web.

SUMMARY

This project focuses on the Design and Corporate Website Development and Online Product Catalog Company bootleather "boots Sandoval," through which to promote the company and products, thus becoming the main tool for advertising and online marketing. During the implementation of this project there were several phases of work, starting with the analysis, design, development, publication, website training for a part. In the photography of products made several stages: Pre-production, production and post production product photos (only porting goods products and models). In the analysis phase we started to investigate the type of advertising used by the company, meet the current needs in terms of advertising, the requirements of the enterprise as a means of advertising and online marketing (corporate web site). The organization of the company, the coding system and identification of products. In the design stage the rewrite proposal from the site structure and its staff according to identified needs. Then he proceeded to the classification of photographs, editing, cropping and optimizing images for the web. This was followed by the installation of MAMP local server, Joomla and Virtuemart to continue the development of the site. We collected, analyzed and debugged the business information to be shown on the site, including the logo and corporate colors. Also proceeded to create the product catalog (Definition of category of products with the items). With almost all the business information and product entered the site proceeded to conclude the site is graphic, design banners, animations, buttons, menu actions, etc. Finally we proceeded to the migration of the website, from the local server to an external server to function online. As planned future actions step by step training and real examples to the person who is now responsible for maintaining the website.

INTRODUCCION

La presente tesis es una investigación que tiene por objetivo determinar el nivel de publicidad de la empresa “Botas Sandoval” y desarrollar un sitio web corporativo de la empresa, un catálogo de productos online y promoverla como herramienta principal de marketing y publicidad en línea.

Este trabajo presenta los siguientes capítulos:

En el capítulo I se presenta el planteamiento de la investigación, antecedentes, el problema, los objetivos, la justificación y limitaciones de la misma.

En el capítulo II se aborda el Marco Teórico, el cual se fundamenta epistemológicamente, económicamente, tecnológicamente y legalmente.

En el capítulo III se trata de la metodología que se aplicó en el presente trabajo, los tipos de investigación, métodos, técnicas, población y muestra. Además se ofrece la discusión e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas.

En el capítulo IV se presentan las conclusiones y recomendaciones que se han visto importantes resaltar como consecuencia del estudio realizado.

En el capítulo V se refiere a la propuesta y desarrollo de la propuesta.

CAPITULO I

1.1 ANTECEDENTES.

En los últimos tiempos el Marketing y la Publicidad Online se han convertido en una herramienta fundamental a la hora de comercializar productos o servicios ya sea de manera local o global, una de las principales razones es que sus costes son menores que en otros medios y el volumen de personas a las que llega suele ser mayor, además, el mensaje puede orientarse a un mercado mejor segmentado, permitiendo llegar de una manera más eficaz al público objetivo.

La aplicación de esta herramienta promocional en el área comercial es sin duda de gran valor, ya que permitirá visualizar al mundo de manera ágil y efectiva los productos o servicios que la empresa ofrece para satisfacer las necesidades de un mercado bien definidas, logrando de esta manera posicionar la marca en la mente de los consumidores y crear una imagen favorable hacia la empresa.

En este aspecto, “Botas Sandoval” tiene una gran trayectoria en el ámbito productivo, ofreciendo a la ciudadanía de Cotacachi e Imbabura una excelente oferta de artículos de calzado elaborados en cuero, dirigidos a un mercado especialmente femenino, exclusivo, amantes de las botas de cuero.

Sin embargo la forma de promocionar sus productos ha estado limitada a la publicidad tradicional en medios locales, desaprovechando así las nuevas herramientas publicitarias basadas en la web que le permitirían llegar a un número mayor de potenciales clientes de manera inmediata, ágil y segura.

La creación de un sitio web corporativo de la empresa permitirá aprovechar innumerables ventajas al estar visible en la red mediante este medio de gran crecimiento como es el internet.

Actualmente la presencia de cualquier empresa en la red Internet tiene un alto impacto positivo, lo cual hace cada vez más urgente y necesario adentrarse en el uso de estas nuevas herramientas

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La empresa de botas de cuero “Botas Sandoval” no cuenta con un sitio web corporativo que le permita promocionarse a nivel global mediante un catalogo de productos en línea, como herramienta principal de soporte para el desarrollo de futuras campañas de marketing y publicidad online.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo desarrollar el sitio web corporativo de la empresa “Botas Sandoval” y su catálogo de productos online y promoverla como herramienta principal de marketing y publicidad online?

1.4 DELIMITACIÓN.

1.4.1 UNIDADES DE OBSERVACIÓN.

Se desarrollará el sitio web corporativo y catálogo de productos en línea de la Fábrica de botas de cuero “Botas Sandoval”.

1.4.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL.

El ámbito espacial de la investigación es en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura.

1.4.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL.

La investigación se desarrollará durante el segundo semestre del año 2011.

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar el nivel de publicidad de la empresa “Botas Sandoval” y desarrollar un sitio web corporativo de la empresa, un catálogo de productos online y promoverla como herramienta principal de marketing y publicidad en línea.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Investigar las herramientas y aplicaciones más efectivas para el diseño y desarrollo de sitios web corporativos y catálogo de productos online, y elaborar el sitio web corporativo y catálogo de productos online de la fabrica “Botas Sandoval”
- Aplicar los conocimientos y herramientas de Diseño y Publicidad para el desarrollo del sitio web corporativo de “Botas Sandoval”.
- Proponer estrategias de promoción y difusión del sitio web y catálogo de productos online de la empresa “Botas Sandoval” para lograr su reconocimiento y posicionamiento.
- Promocionar de manera ágil y efectiva los productos y más actividades que se desarrollan en la empresa “Botas Sandoval” a través del sitio web corporativo.
- Validar el sitio web con el criterio de expertos y de los potenciales clientes.

1.6 JUSTIFICACIÓN.

Los avances tecnológicos y el surgimiento de nuevas formas y técnicas de promoción y publicidad de los productos que ofrecen las empresas permiten aprovechar de mejor manera sus ventajas competitivas.

La fábrica de botas de cuero “Botas Sandoval” actualmente no cuenta con un medio de promoción masivo como lo es un sitio web corporativo, que le permita poner a disposición de sus clientes y mercado objetivo, de forma clara y ágil toda la información necesaria de los productos que esta empresa ofrece.

Un sitio web corporativo identifica y define a la empresa. Es una muy buena herramienta de marketing y estrategia comercial para pequeñas y grandes empresas.

Las personas en general se están acostumbrando cada vez más a hacer consultas a través de Internet. Todo ello por la comodidad que supone poder ver lo que le ofrecen ciertas empresas sin necesidad de desplazarse hasta el lugar.

Esta propuesta permitirá a la empresa “Botas Sandoval” tener presencia en internet y promocionar sus productos a nivel global; acercándose a cada uno de sus actuales y potenciales clientes, rompiendo barreras de tiempo y distancia ya que con el sitio web corporativo y catálogo de productos estarán presentes en cualquier lugar del mundo las 24 horas y los 365 días.

El sitio web corporativo y catálogo de productos online se convertirá en su propio medio de promoción y fortalecimiento de la marca así como el principal canal de comunicación ágil y efectiva de la empresa.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO.

2.1 FUNDAMENTACION EPISTEMOLOGICA.

El Marketing en internet tuvo su origen a inicios de los años 90 en forma de páginas web sencillas, que sólo contenían texto y que ofrecían información de productos. Luego evolucionó en avisos publicitarios completos con gráficos. El paso más reciente en esta evolución fue la creación de negocios completos que operan desde internet para promover y vender sus productos y servicios.

2.1.1 INTERNET.

www.monografias.com (Internet) Internet puede ser definida como Una red de redes de computadoras que se encuentran interconectadas a lo largo del mundo.

Es un sistema mundial de redes de computadoras, por medio del cual un usuario en cualquier computadora puede, en caso de contar con los permisos apropiados, acceder información de otra computadora y poder tener inclusive comunicación directa con otros usuarios en otras computadoras.

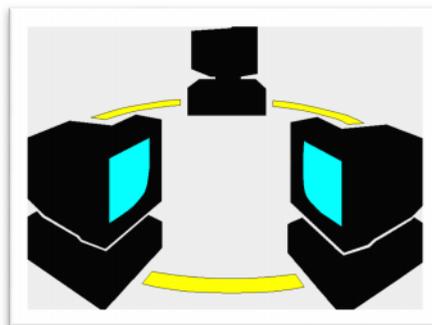


Imagen N° 1.- Redes de computadoras

Fuente.- Tomado como referencia de la página web www.monografias.com (Internet)

Fue concebido por la agencia de nombre ARPA (AdvancedResearchProjects Agency o Agencia de Investigación de Proyectos Avanzados de Defensa) del gobierno de los Estados Unidos en el año de 1969 y se le conocía inicialmente como ARPANET (AdvancedResearchProjects Agency NETwork o Agencia de Investigación de Proyectos Avanzados de Defensa de Redes). El propósito original fue crear una red que permitiera a los investigadores en un Campus poder comunicarse a través de los sistemas de cómputo con investigadores en otras Universidades.

2.1.1.1 HISTORIA DEL INTERNET.

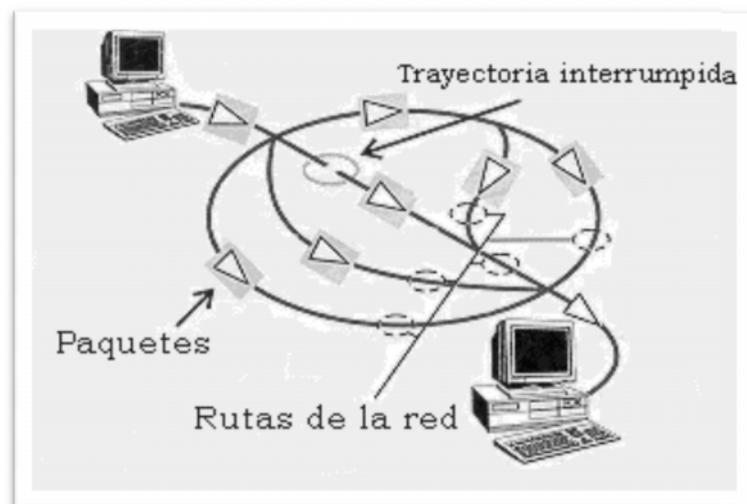


Imagen N° 2.- Ideas del la Historia del internet

Fuente.- Tomado como referencia de la pagina web www.albanet.com (Historia del Internet)

www.albanet.com (Historia del Internet) Bueno, tenemos que remontarnos a los años 60's, cuando en los Estados Unidos se estaba buscando una forma de mantener las comunicaciones vitales del país en el posible caso de una Guerra Nuclear. Este hecho marcó profundamente su evolución, ya que aún ahora los rasgos fundamentales del proyecto se hallan presentes en lo que hoy conocemos como internet.

En primer lugar, el proyecto contemplaba la eliminación de cualquier autoridad central, ya que sería el primer blanco en caso de un ataque; en este sentido, se pensó en una red descentralizada y diseñada para operar en situaciones difíciles. Cada máquina conectada debería tener el mismo status y la misma capacidad para mandar y recibir información.

El envío de los datos debería descansar en un mecanismo que pudiera manejar la destrucción parcial de la Red. Se decidió entonces que los mensajes deberían de dividirse en pequeñas porciones de información o paquetes, los cuales contendrían la dirección de destino pero sin especificar una ruta específica para su arribo; por el contrario, cada paquete buscaría la manera de llegar al destinatario por las rutas disponibles y el destinatario re ensamblaría los paquetes individuales para reconstruir el mensaje original. La ruta que siguieran los paquetes no era importante; lo importante era que llegaran a su destino.

Curiosamente fue en Inglaterra donde se experimentó primero con estos conceptos; y así en **1968**, el Laboratorio Nacional de Física de la Gran Bretaña estableció la primera red experimental. Al año siguiente, el Pentágono de los Estados Unidos decidió financiar su propio proyecto, y en 1969 se establece la primera red en la Universidad de California (UCLA) y poco después aparecen tres redes adicionales. Nacía así ARPANET, antecedente del actual internet.

Gracias a ARPANET, científicos e investigadores pudieron compartir recursos informáticos en forma remota; este era una gran ayuda ya que hay que recordar que en los años 70's el tiempo de procesamiento por computadora era un recurso realmente escaso. ARPANET en sí misma también creció y ya para 1972 agrupaba a 37 redes.

El Protocolo utilizado en ese entonces por las máquinas conectadas a ARPANET se llamaba NCP (Network Control Protocol ó Protocolo de Control de Red), pero con el tiempo dio paso a un protocolo más sofisticado: TCP/IP, que de hecho está formado no por uno, sino por varios protocolos, siendo los más importantes el protocolo TCP

(Transmission Control Protocol ó Protocolo de Control de Transmisión) y el Protocolo IP (Internet Protocol ó Protocolo de Internet). TCP convierte los mensajes en paquetes en la maquina emisora, y los re ensambla en la máquina destino para obtener el mensaje original, mientras que IP es el encargado de encontrar la ruta al destino.

La naturaleza descentralizada de ARPANET y la disponibilidad sin costo de programas basados en TCP/IP permitió que ya en 1977, otro tipo de redes no necesariamente vinculadas al proyecto original, empezaran a conectarse. En 1983, el segmento militar de ARPANET decide separarse y formar su propia red que se conoció como MILNET (Defense Data Network o datos de la defensa en redes).

ARPANET, y sus redes asociadas empezaron a ser conocidas como internet.

2.1.2 HISTORIA DE LA WEB.

www.masadelante.com (Historia de la Web – y Definición) La web fue creada en 1989 en un instituto de investigación de Suiza, la web se basa en buscadores y el protocolo HTTP (HypertextTransportProtocol o Protocolo de Transporte de Hipertexto). La mayoría de los documentos de la web se crean utilizando lenguaje HTML (HypertextMarkupLanguage o Lenguaje de Marcado de Hipertexto).

2.1.2.1 DEFINICIÓN DE WEB.

Web o la web, la red o WWW (World Wide Web), es básicamente un medio de comunicación de texto, gráficos y otros objetos multimedia a través de internet.

2.1.2.2 PÁGINA WEB.

➤ **www.informaticamilenium.com (Definiciones básicas)** Una página de internet o página Web es un documento electrónico que contiene

información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada internet.

- Una página Web es la unidad básica del World Wide Web.

2.1.2.3 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.
- Los Sitios Web requieren de una dirección particular para que los usuarios puedan acceder a la información contenida en ellos. Estas direcciones, o URLs (UniformResourceLocator o localizador uniforme de recursos).
- Los nombres de estos sitios Web obedecen a un sistema mundial de nomenclatura y están regidos por el ICANN (Internet CorporationforAssignedNames and Numbers o Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números).

2.1.3 REQUERIMIENTOS BÁSICOS PARA TENER UNA PÁGINA WEB.

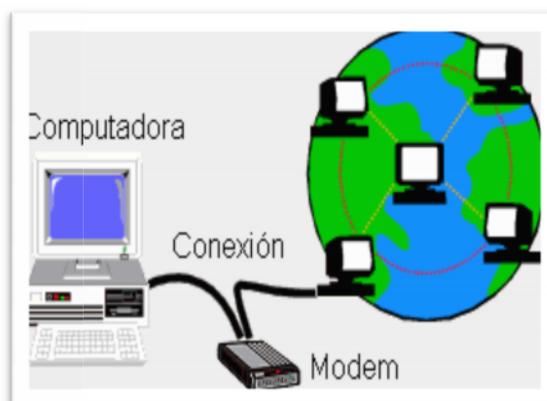


Imagen N° 3.-Requerimientos básicos para tener una página web

Fuente.- Tomado como referencia de la pagina web www.masadelante.com (Requerimientos Básicos para una página Web).

- **www.masadelante.com (Requerimientos Básicos para una página Web) Registrar un dominio:** Hay multitud de empresas dedicadas al registro de dominios.
- **Contratar hosting:** Que también se llama alojamiento u hospedaje. Consiste en poner tu sitio web en un servidor.
- **Diseño del sitio web**
- **Programación:** consiste en traducir el diseño a un código que pueda ser leído y entendido por los navegadores.

2.1.3.1 DEFINICIÓN DE DOMINIO.

- Un dominio o nombre de dominio es el nombre que identifica un sitio web. Cada dominio tiene que ser único en internet.
- Un dominio se compone normalmente de tres partes:
 - las tres uves dobles (www),
 - el nombre de la organización
 - y el tipo de organización (.COM, .NET, .MIL, y .ORG).

Internet se basa en direcciones IP, y no en nombres de dominio, cada servidor web requiere de un DNS (DomainName Server oServidor de Nombres de Dominio) para traducir los nombres de los dominios a direcciones IP. Cada dominio tiene un servidor de nombre de dominio primario y otro secundario.

2.1.3.2 DEFINICIÓN DE SERVIDOR.

- En informática, un servidor es un tipo de software que realiza ciertas tareas en nombre de los usuarios. El término servidor ahora también se utiliza para referirse al ordenador físico en el cual funciona ese software, una máquina cuyo propósito es proveer datos de modo que otras máquinas puedan utilizar esos datos.

En la Web, un servidor Web es un ordenador que usa el protocolo HTTP para enviar páginas Web al ordenador de un usuario cuando el usuario las solicita.

2.1.3.3 HARDWARE PARA LA WEB.

<p>ROUTER</p>	<p>Estos dispositivos operan en el nivel de red y permiten la interoperabilidad entre redes diferentes eligiendo siempre el mejor camino para enviar un paquete.</p> <p>El router necesario se debe adaptar a la información que nos llega por la línea de acceso a información que la máquina pueda entender. La elección del router vendrá especificada por el protocolo que se use. Además se debe configurarlo.</p> <p>Los routers son tolerantes a fallos de enlaces (rutas alternativas), también soportan el desorden y duplicidad de paquetes, si bien los routers deberían minimizar la pérdida adicional de paquetes aunque el nivel no garantiza la entrega fiable de paquetes. Los routers introducen un tiempo de procesamiento adicional.</p>
<p>SERVIDORES (HARDWARE)</p>	<p>Servidores son las máquinas donde se depositada la información que deseamos publicar en internet. Esta información puede estar distribuida en varios ordenadores o en un ordenador más grande. Tanto si se trata de una u otra opción, debemos tener en cuenta varios aspectos físicos.</p>
<p>MEMORIA RAM (Random Access Memory o memoria de acceso aleatorio)</p>	<p>La mayoría de páginas que hay en internet son HTML, por lo que una vez se haya publicado una de ellas, esta pasará a la RAM de nuestro servidor, por lo que sí un usuario viene inmediatamente después, se encontrará con la página de una manera mucho más rápida que no el usuario anterior.</p> <p>Por lo tanto, una buena cantidad de RAM siempre hará que nuestro servidor no tenga que hacer tantos accesos a disco duro, por lo que la velocidad de servicio aumentará. El mínimo que se considera para una PC es 8Mb (Megabyte).</p> <p>Hay que tener en cuenta que si trabajamos con páginas que se generan de forma aleatoria, que se generan con una consulta a una base de datos o simplemente a gusto del usuario, diremos que la RAM no juega un factor tan importante ya que es muy difícil que una misma sea cargada de una forma continuada.</p>

DISCO DURO	<p>Debido a toda la información que reside en disco duro, debemos tener una velocidad de acceso a éste lo más elevada posible. Con un par de imágenes, un fondo que no sea liso y un texto más o menos grande nos vamos a un tamaño de una página de unos 25-35Kb (kilobyte).</p> <p>Si tenemos en cuenta que las imágenes normalmente se encuentran en directorios distintos a los documentos HTML, y que por lo general los discos duros se encuentran llenos, se recomiendan el uso de discos duros SCSI o SCSI II (Small ComputersSystem Interface o Sistema de Interfaz para Pequeñas Computadoras) ya que tienen una velocidad de respuesta mayor a la de los discos duro normales (IDE).</p> <p>Debido a que en todas las plataformas los navegadores Web requieren mucho espacio de disco libre el mínimo requerido está entre 50 y 100Mb libres.</p>
PROCESADOR	<p>Con las páginas HTML, no se gana mucho con la velocidad del procesador, aunque también es un factor importante. Pero si la página Web que nosotros generamos se hace a partir de una consulta a una base de datos o, a parte de la página Web, se generan archivos de consulta para guardar o imprimir, esto se realizará básicamente con el procesador, y cuanto más potencia se tenga(velocidad de proceso) estas se generarán de una manera más rápida. Para las PC, se desea al menos un 486. Mientras más rápido el 486 mejor, siendo el mínimo aceptable alrededor de 66 MHZ (Megahercio). Mejor aún sería un Pentium 100 MHZ o un Pentium 133 MHZ.</p>

Cuadro N° 1.-Hardware para la web

Fuente.- Tomado como referencia de la pagina web www.monografias.com (Hardware para la Web)

2.1.3.4 SOFTWARE PARA LA WEB.

SERVIDORES (SOFTWARE).

www.w3.org(FTP)Un servidor Web es un programa receptor de solicitudes de documentos hipertextos residentes en su computadora y el encargado de enviarlas a la máquina que los solicita; el cliente Web, es el encargado de enviar las solicitudes hechas por el usuario a la

computadora que opera como servidor y visualizar las recibidas en pantalla.

Cuando hablamos de servidores a nivel software nos referimos a los programas que necesitamos para que los usuarios se beneficien de los servicios que se ofrecen. Algunos de estos servicios son:

DNS	<p>Conocido como servidor de dominio. Este servidor lo que hace es traducir la dirección que enviamos con formato texto, en una dirección IP.</p> <p>Si reconoce esa dirección, dentro del dominio, la sirve; si no, reenvía la dirección a un servidor inmediato superior que si tampoco la reconoce, actuará de la misma manera.</p>
WWW	<p>Este servicio utiliza el protocolo HTTP que está basado en la filosofía cliente-servidor y se utiliza para intercambiar documentos entre distintos ordenadores.</p> <p>Este servidor debe soportar el HTML, que es el lenguaje usado en la realización de páginas Web, para que pueda ser tratado en todas las plataformas.</p>
FTP (File Transfer Protocol)	<p>FTP (File Transfer Protocol) es un protocolo de transferencia de ficheros entre sistemas conectados a una red TCP basado en la arquitectura cliente-servidor, de manera que desde un equipo cliente nos podemos conectar a un servidor para descargar ficheros desde él o para enviarle nuestros propios archivos independientemente del sistema operativo utilizado en cada equipo.</p> <p>El Servicio FTP es ofrecido por la capa de Aplicación del modelo de capas de red TCP/IP al usuario, utilizando normalmente el puerto de red 20 y el 21. Un problema básico de FTP es que está pensado para ofrecer la máxima velocidad en la conexión, pero no la máxima seguridad, ya que todo el intercambio de información, desde el login y password del usuario en el servidor hasta la transferencia de cualquier fichero, se realiza en texto plano sin ningún tipo de encriptación, con lo que un</p>

	posible atacante lo tiene muy fácil para capturar este tráfico, acceder al servidor, o apropiarse de los ficheros transferidos.
Pop3 (Post Office Control)	Representa la central de correos del usuario. Una vez que se ha recibido la información de para quién es y de quién es el mensaje por parte del SMTP, actúa el Pop3. Esto son los servicios principales e imprescindibles, pero no los únicos. Otros servicios que se pueden añadir son servidores de audio, vídeo, etc.
SMTP SERVER Simple Mail Transfer Protocol	Envío y distribución de correo electrónico, o protocolo simple de transferencia de correo electrónico. Protocolo de red basado en texto utilizado para el intercambio de mensajes de correo electrónico entre computadoras o distintos dispositivos (PDA's, teléfonos móviles, etc.). Está definido en el RFC 2821 y es un estándar oficial de internet.

Cuadro N° 2.-Software para la web

Fuente.- Tomado como referencia de la pagina web www.wikipedia.org
(Software para la Web _ POP3)

2.1.4 ETAPAS DE DESARROLLO DE UN SITIO WEB.

El desarrollo de un de sitio Web puede dividirse en tres etapas principales:

- Pre diseño,
- Diseño,
- Instalación y prueba.

Etapa de la conceptualización
Planificar la Web

- ⇒ Objetivos
- ⇒ Público
- ⇒ Contenido
- ⇒ Estructura
- ⇒ Visualización



Prediseño

AJUSTE
Se corrigen los elementos de pre diseño que no cumplen con los requerimientos previstos.

Etapa de armado de páginas y configuración del sitio
Hacer la Web

- ⇒ Diseño de gráficos
- ⇒ Diseño de páginas
- ⇒ Establecer links Internos y externos
- ⇒ Incorporar multimedia
- ⇒ Incorporar archivos.



Diseño

AJUSTE
Se corrigen los elementos de diseño que no funcionan correctamente o no se visualizan de acuerdo a lo esperado.

Etapa de puesta en marcha
Correcciones y ajustes finales

- Hacer que todo funcione
- ⇒ Prueba de todos los links
 - ⇒ Prueba de funcionamiento de todos los elementos de multimedia.
 - ⇒ Prueba de funcionamiento de formularios, e-mail, buscadores, etc.



Instalación y Pruebas

2.1.5 MARKETING.

2.1.5.1 ¿QUÉ ES EL MARKETING?.

www.monografias.com (Marketing) Es algo nuevo y viejo a la vez. Sus orígenes se remontan al comercio entre los pueblos antiguos. Pero fue recién en la década de los 70's en que se dio una formalización real y sistemática que le proporcionó carácter de ciencia experimental.

La definición de Marketing más extendida nos dice que es el Estudio o Investigación de la forma de satisfacer mejor las necesidades de un grupo social a través del intercambio con beneficio para la supervivencia de la empresa.

2.1.5.2 PROCESO DE MARKETING.



Imagen N° 4. - Proceso de Marketing

Fuente.- Tomado como referencia de la pagina web www.w3.org
(Marketing - Wikipedia, la enciclopedia libre)

2.1.6 MARKETING ONLINE.

2.1.6.1 INTERNET Y EL MARKETING.

www.internet-marketing.es (que-es-internet-marketing) El Marketing en internet se originó a inicios de los 1990s como páginas web sencillas, de solo texto que ofrecían información de productos. Luego, siguiendo el desarrollo del internet, evoluciono en avisos publicitarios completos con gráficos.

Actualmente internet constituye un medio de comunicación cada día más importante y utilizado por millones de personas en todo el mundo. Como sabemos, internet es un medio interactivo, que a diferencia de los medios tradicionales como radio o televisión, permite conocer las preferencias y tendencias de consumo del posible cliente y desplegar información personalizada de acuerdo a ellas. Internet ha cambiado mucho el mundo del marketing y de los negocios en general. Por eso, debemos de tener en cuenta el empleo de ese medio a la hora de elaborar nuestra estrategia de marketing. Actualmente, el e-Marketing (Marketing en internet) es una alternativa cada vez más utilizada por las empresas para difundir y promocionar sus productos y servicios. La verdadera importancia del marketing en internet es que, definitivamente, se muestra con todo su poder y se hace casi infinito.

La publicidad en internet ofrece muchas ventajas:

- Permite medir de forma muy precisa y de forma continua el resultado de las campañas de publicidad
- Permite entrar directamente en contacto con los potenciales clientes o usuarios
- Permite continuas adaptaciones y modificaciones de las campañas según las exigencias del momento
- Es mucho más económico que los medios de comunicación tradicionales

- Analizar el tipo de clientela que adquiere nuestro producto. Actualmente, existen muchas agencias especializadas en la publicidad en internet. Esas empresas se dedican a buscar anunciantes, asesorarlos, crear anuncios y banners para internet, desarrollan planes de marketing en internet, analizan las audiencias.

2.1.6.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS.

Una de las principales ventajas dependientes del empleo y uso del Web Marketing es la disponibilidad de información de forma rápida. Los clientes/usuarios pueden adquirir fácilmente, a través de la navegación en internet, información sobre los productos que desean comprar, y además comprobarlo, a cualquier hora del día.

Las compañías que se anuncian en internet pueden ahorrar dinero, porque ese tipo de campañas de publicidad no necesitan grandes financiaciones.

Sobretodo, la publicidad en internet puede ayudar la expansión de la empresa de un mercado local hacia mercados nacionales e internacionales en el mismo tiempo, ofreciendo posibilidades de expansión casi infinitas. Y eso, de cierta manera, disminuye la desnivel entre grandes y pequeños competidores, incrementando la competencia y aportando así ventajas también a los consumidores. El internet marketing es mucho más fácilmente controlable y revisable por el anunciante: en el mismo instante podemos saber qué tal está yendo nuestra campaña, que tipo de gente se interesa en nuestros productos, cuántas personas lo hacen.

Comparado con los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión sobre todos), el marketing on-line está desarrollándose y creciendo muy rápido. Además por primera vez está siendo conocido por los pequeños emprendedores y consumidores. Hoy día un simple webmaster o un blogger puede conocer el funcionamiento del web

marketing y querer intentar ganar dinero a través de su página internet. Ese tipo de marketing se hace conocer fácilmente, por la naturaleza de internet y por el bajo coste necesario para emprender una campaña. Sin embargo, las grandes empresas parecen no haberse dado cuenta del todo de las enormes potencialidades de la red: en los países occidentales el marketing online ocupa solamente el 5% de los gastos publicitarios totales, mientras que televisión, radio y prensa siguen ocupando mucho más.

Sin embargo hay que tener en cuenta también de ciertas desventajas. Por ejemplo, conexiones lentas a la red pueden causar dificultades. Si las compañías construyen paginas muy complicadas o demasiado largas, los usuarios podrían tardar demasiado en visualizarlas o descargarlas. El comercio electrónico no permite al comprador de tocar con mano el producto antes de la compra. Algunos vendedores, por eso, están empezando a garantizar la posibilidad de devolver los productos. En Alemania, donde desde 2000 existe una ley que regula el e-commerce (comercio electrónico) y garantiza a los compradores la devolución total del dinero, el comercio electrónico es muy popular.

Otro factor es la forma de pago: muchos usuarios todavía no confían en los métodos electrónicos de pago y renuncian a comprar por internet por eso. Otro problema relacionado es el caso de las estafas efectuadas a través de medios de pago como Western Unión o Pay Pal.

2.2 FUNDAMENTACIÓN ECONÓMICA.

Actualmente hay más de 1300 millones de personas conectadas a internet en todo el mundo, 190 millones de servidores web y más de 12000 millones de páginas, entonces empezamos a darnos cuenta de que ya no estamos hablando de lo que se puede o no hacer por internet y de su razón de ser, sino que estamos ante una realidad social y económica

de la que necesariamente tenemos que formar parte, menciona en su artículo **LAMB, HAIR, MCDANIEL**.

De acuerdo con los últimos datos procedentes también del Estudio B2C publicado por ONTSI sólo en España contamos con más de 23 millones de internautas habituales de los cuales casi 9 millones compran en internet de forma frecuente. Igualmente, va en aumento el gasto medio anual por comprador.

Compradores y vendedores con frecuencia buscan los precios de los productos en la web antes de ir al mercado.

Por otro lado está el factor del idioma. Debemos tener muy presente que el español es el tercer idioma en internet y es usado habitualmente por 113 millones de internautas habituales lo que representa aproximadamente un 9% del total de la población mundial de internet.

Y este mercado potencial es tan atractivo para una compañía grande como para una pequeña PYME (pequeñas y medianas empresas), un artesano, un colectivo o quien quiera que desee dar a conocer y vender sus productos o servicios a través de la red.

En cuanto a lo que la venta de productos se refiere, la primera categoría que aparece es la electrónica. Este sector, a pesar de trabajar con márgenes muy ajustados, suele ofrecer mejores precios a los clientes gracias a su menor estructura de costes respecto al canal físico, ofreciendo a su vez las mismas garantías y nivel de servicio.

La segunda categoría respecto a volumen de negocio la ocupa la ropa y los complementos. Este tipo de productos, a pesar de la dificultad aparente de no poderlos ver físicamente ni podérselos probar, han tenido un importante auge en los últimos años al ofrecer precios muy competitivos y/o series limitadas y exclusivas de determinado tipo de prendas y productos.

En tercer lugar, se sitúan los libros que fueron de los primeros productos al alcance del usuario final vía comercio electrónico. El referente en la venta de libros a nivel mundial es sin duda Amazon.com, tienda online

que sigue siendo un ejemplo a seguir por su capacidad de personalización, facilidad de compra y eficiencia. En España los más destacados en este aspecto son tiendas como Casa del Libro, Fnac, El Corte Inglés, La Boutique del Libro y Ocio o Círculo de Lectores.

El uso de herramientas de software libre orientadas al desarrollo de sitios web y catálogos de productos online, ofrecen un gran ahorro para las empresas ya que no se tienen que pagar grandes sumas de dinero por concepto de licencias de software.

El software libre se trata de una solución de libre distribución, cualquier persona puede usarla, regalarla, venderla o prestarla. No se encarece el producto con pagos de licencia o similar, menciona en su artículo **LEMA Carlos, GOMEZ Jesús.**

2.3 FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA.

El software utilizado, en el desarrollo del sitio web institucional y catálogo de productos online de la fábrica Botas Sandoval con actualización en línea, es un software actualizado y orientado al desarrollo de sitios web dinámicas.

PHP es un lenguaje de programación poderoso, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas, También se utilizó HTML o Lenguaje de Marcado de Hipertexto, que es un lenguaje estándar para la elaboración de páginas web.

Dentro las herramientas para la manipulación de Base de Datos MySQL es un potente motor de base de datos relacional.

Para la gestión de contenidos de las páginas web se utilizó Joomla un software actual que entre sus principales virtudes está la de permitir editar el contenido de un sitio web de manera sencilla, menciona en su artículo **PINA Lewandowsky, ZEISCHEGG Francis.**

Adobe Photoshop es una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un lienzo, se utilizó esta herramienta para la edición, y retoque fotográfico. Otra herramienta de la suite del

Adobe que se utilizo es Dreamweaver que es una aplicación enfocada a la construcción y edición de sitios y aplicaciones Web basadas en estándares.

El software WAMP permite servir páginas HTML a internet, además de poder gestionar datos en ellas, al mismo tiempo un WAMP, proporciona lenguajes de programación para desarrollar aplicaciones web. VirtueMart es una solución de comercio electrónico muy poderosa.

2.3.1 LENGUAJE DE PROGRAMACIÓN.

www.w3.org (Lenguajes de programación) Un lenguaje de programación es un lenguaje diseñado para describir el conjunto de acciones consecutivas que un equipo debe ejecutar. Por lo tanto, un lenguaje de programación es un modo práctico para que los seres humanos puedan dar instrucciones a un equipo.

Por otro lado, el término lenguaje natural define un medio de comunicación compartido por un grupo de personas (por ejemplo: inglés o francés).

Los lenguajes que los equipos usan para comunicarse entre ellos no tienen nada que ver con los lenguajes de programación; se los conoce como protocolos de comunicación. Se trata de dos conceptos totalmente diferentes. Un lenguaje de programación es muy estricto:

A cada instrucción le corresponde una acción de procesador.

El lenguaje utilizado por el procesador se denomina lenguaje máquina. Se trata de datos tal como llegan al procesador, que consisten en una serie de 0 y 1 (datos binarios).

El lenguaje máquina, por lo tanto, no es comprensible para los seres humanos, razón por la cual se han desarrollado lenguajes intermediarios comprensibles para el hombre. El código escrito en este tipo de lenguaje se transforma en código máquina para que el procesador pueda procesarlo.

El ensamblador fue el primer lenguaje de programación utilizado. Es muy similar al lenguaje máquina, pero los desarrolladores pueden comprenderlo. No obstante, este lenguaje se parece tanto al lenguaje máquina que depende estrictamente del tipo de procesador utilizado (cada tipo de procesador puede tener su propio lenguaje máquina). Así, un programa desarrollado para un equipo no puede ser *portado* a otro tipo de equipo. El término portabilidad describe la capacidad de usar un programa de software en diferentes tipos de equipos. Para poder utilizar un programa de software escrito en un código ensamblador en otro tipo de equipo, ¡a veces será necesario volver a escribir todo el programa.

Por lo tanto, un lenguaje de programación tiene varias ventajas:

- Es mucho más fácil de comprender que un lenguaje máquina.
- Permite mayor portabilidad, es decir que puede adaptarse fácilmente para ejecutarse en diferentes tipos de equipos.

2.3.2 LENGUAJE DE PROGRAMACIÓN WEB.

www.larevistainformatica.com (Lenguaje de Programación Web) El más conocido de los lenguajes de programación web es el HTML. Se puede traducir como lenguaje de marcas hipertextuales, es el lenguaje usado para crear páginas web en internet. Este lenguaje de programación web, el HTML, codifica un documento y junto con el texto incluye unas etiquetas o marcas que le aportan información adicional sobre la forma y presentación de ese texto.

El HTML se ha convertido en uno de los lenguajes de programación web más importantes gracias a que la mayoría de los navegadores de internet lo toleran bastante bien, es uno de los lenguajes más usados para la creación de documentos y es un lenguaje muy fácil de aprender.

Este lenguaje de programación web fue inventado por Tim Berners-Lee en 1986. El HTML combina el concepto de Hipertexto, que permite conectar dos elementos entre sí, y el SGML (Lenguaje Estándar de

Marcación General) que permite colocar etiquetas o marcas en un texto para indicar como queremos que ese documento se visualice.

No es un lenguaje de programación como el Visual Basic, o el C++ que tienen compilador. Por esta razón si cometemos algún error de sintaxis, el programa no lo notará y se verá tal y como el HTML lo entienda. Para trabajar con este lenguaje de programación web, como es un procesador de texto, lo único que necesitaremos es un simple bloc de notas o cualquier otro editor de texto para comenzar a escribir el código de la página web que queramos crear.

De todas formas existen otros lenguajes de programación web que también se usan como partes o a veces acompañando o mejorando el contenido de las páginas web, entre ellos tenemos: CSS (Hojas de estilo en cascada o Cascading Style Sheets), hojas de estilo que mejoran la presentación del documento. JavaScript, lenguaje de programación web que permite darle efectos dinámicos a las páginas webs. PHP, es el más conocido y usado de los lenguajes de programación web de servidor. ASP y JSP (JavaServerPages), son dos lenguajes de programación web que actualmente está siendo muy usado. Y MYSQL, lenguaje de programación para manejar bases de datos.

2.3.3 PHP.

2.3.3.1 ¿QUÉ ES PHP?.

PDF José Luis Rodríguez (Curso de PHP y MySQL / 2011)PHP (acrónimo de PHP: Hypertext Preprocessor) es un lenguaje de código abierto interpretado, de alto nivel, embebido en páginas HTML y ejecutado en el servidor.

El lenguaje PHP es un lenguaje de programación de estilo clásico, con esto quiero decir que es un lenguaje de programación con variables, sentencias condicionales, bucles, funciones. No es un lenguaje de marcas como podría ser HTML, XML (Extensible MarkupLanguage o Lenguaje de

Marcas Extensible) o WML (WirelessMarkupLanguage). Está más cercano a JavaScript o a C, para aquellos que conocen estos lenguajes. Pero a diferencia de Java o JavaScript que se ejecutan en el navegador, PHP se ejecuta en el servidor, por eso nos permite acceder a los recursos que tenga el servidor como por ejemplo podría ser una base de datos. El programa PHP es ejecutado en el servidor y el resultado enviado al navegador. El resultado es normalmente una página HTML pero igualmente podría ser una página WML (para dispositivos móviles).



Imagen N° 5.- Ejecución de una página web PHP

Fuente.- Tomado como referencia de la pagina web PDF José Luis Rodríguez (Curso de PHP y MySQL / 2011)

Con las primeras 2 versiones de PHP, PHP 3 y PHP 4, se había conseguido una plataforma potente y estable para la programación de páginas del lado del servidor. Estas versiones han servido de mucha ayuda para la comunidad de desarrolladores, haciendo posible que PHP sea el lenguaje más utilizado en la web para la realización de páginas avanzadas.

Sin embargo, todavía existían puntos negros en el desarrollo PHP que se han tratado de solucionar con la versión 5, aspectos que se echaron en falta en la versión 4, casi desde el día de su lanzamiento. Nos referimos

principalmente a la programación orientada a objetos (POO) que, a pesar de que estaba soportada a partir de PHP3, sólo implementaba una parte muy pequeña de las características de este tipo de programación.

El principal objetivo de PHP5 ha sido mejorar los mecanismos de POO para solucionar las carencias de las anteriores versiones. Un paso necesario para conseguir que PHP sea un lenguaje apto para todo tipo de aplicaciones y entornos, incluso los más exigentes.

2.3.4 HTML.

2.3.4.1 ¿QUÉ ES HTML?.

www.misrespuestas.com (Qué es HTML?) El HTML es el lenguaje utilizado para las páginas web o de internet. En español su traducción vendría a ser Lenguaje de Etiquetado de Documentos hipertextual. El etiquetado se refiere a que los archivos HTML, además de texto, contienen una serie de atribuciones o información adicional acerca del texto. Hypertexto, término acuñado en 1965 por Ted Nelson, es información no lineal, lo que en palabras sencillas significa texto con enlaces o links a otros textos. El lenguaje HTML estructura la información, que luego es visualizada utilizando un navegador, como en internet explorer que viene con el sistema operativo Windows.

La historia del HTML comienza formalmente el 1993, cuando se publicó su primera versión; este fue un borrador a cargo de la IETF (Internet Engineering Task Force). En realidad quien inventó el HTML fue Tim Berners-Lee, uno de los padres de la internet, pero primera versión formal tuvo lugar en 1993, refinada con la ayuda de la IETF.

Con el tiempo fueron surgiendo nuevas versiones revisadas y mejoradas del HTML, y el borrador del primer HTML estándar, el cual era la versión 3.0, fue propuesto cuando se creó el W3C(el consorcio mundial de la web o en inglés World Wide Web Consortium, que es dirigida por Tim Berners-Lee y tiene su central en el MIT). Aquello ocurrió en marzo del año de

1995. Por medio de este, se lograron introducir variadas y nuevas capacidades. Entre las que podemos mencionar, la de crear tablas, hacer que el texto fluyese alrededor de las figuras, como asimismo mostrar elementos matemáticos complejos.

Aunque se diseñó para ser compatible con HTML 2.0, era demasiado complejo para ser implementado con la tecnología de la época. Para cuando el borrador del estándar expiró en septiembre de 1995, se abandonó debido a la carencia de apoyos de los fabricantes de navegadores web.

Posteriormente, se diseñó una nueva versión, la cual era la 3.1, pero esta casi no vio su ingreso al mercado mundial y el 3.2, que abandonó las características del 3.0, adoptó diversos elementos que inicialmente fueron desarrollados por los navegadores de la web, como Netscape y Mosaic.

En la actualidad, no van a salir nuevas versiones del HTML. Claro que la herencia del mismo, no quedará sin quien la recoja, ya que esta se mantiene en el XHTML (eXtensibleHypertextMarkupLanguage o Lenguaje Extensible de Marcado de Hipertexto), el cual tiene su base en las reglas más estrictas del lenguaje XML (Extensible MarkupLanguage o Lenguaje de Marcas Extensible). El XHTML es considerado por muchos como el sucesor, pero en realidad es una línea diferente.

En la actualidad, el formato del HTML, es uno de los más populares, en cuanto a la construcción de páginas web. Esto se debe en gran medida al soporte por parte de los navegadores existentes, como son Netscape, Firefox, Microsoft Explorer, entre otros. Por otra parte, este lenguaje es usado principalmente para generar páginas estáticas, lo que es más sencillo para quienes están comenzando a publicar información en la internet. Para algunas aplicaciones más avanzadas se pueden utilizar lenguajes como el PHP, que permite la creación de páginas en forma dinámica; por ejemplo, se puede obtener información desde una base de datos, para luego en el mismo instante generar una página que será la que verá el usuario.

Pero no es necesario complicarnos tanto, cuando en realidad crear documentos HTML, es una tarea extremadamente sencilla. Ya que cualquier editor de textos básico, sirve para esta tarea. Es así, como el Block de Notas de Windows, o cualquier editor de texto, en donde se pueda escribir sin un formato definido, sirve para poder escribir o crear el formato HTML

Asimismo, el conocido software Dreamweaver (el cual es ampliamente utilizado en el mundo del diseño y el desarrollo de páginas web), sirve para editar códigos de HTML. De igual manera, para crear páginas de internet, puede ser utilizado el software de Microsoft FrontPage, sistema de edición de texto, que utiliza como base, los mismos principios de los editores de texto inicialmente mencionados.

La gran ventaja de todo este software, es que no es necesario aprender HTML; el usuario crea la página web tal como crearía un documento en Microsoft Word, por ejemplo. Luego el mismo programa se las arregla para traducir esto al código HTML. Los resultados son óptimos para quien desee publicar de manera ocasional en el internet, o para crear páginas personales. Los que se dedican a publicar de manera profesional, prefieren en muchos casos editar por si mismos el HTML, para obtener un código más limpio, lo cual para la gran mayoría es innecesario.

Volviendo al código o lenguaje HTML en sí, este emplea etiquetas para estructurar el texto. Asimismo, las etiquetas se emplean para incluir fotografías y los demás elementos que van a aparecer en una página web. Las etiquetas como tal, se pueden visualizar o percibir, ya que estas se encuentran rodeadas por los signos <>. Esto es transparente para el usuario que navega en internet, y para darnos cuenta de esto, podemos desde el internet explorar pasar el mouse sobre Ver y luego hacer clic sobre código fuente. Nos sorprenderemos al observar la cantidad de etiquetas empleadas en un documento cualquiera con el formato HTML.

2.3.5 BASE DE DATOS.

2.3.5.1 ¿QUÉ ES UNA BASE DE DATOS?.

www.es.kioskea.net (Introducción - Bases de datos) Una base de datos (cuya abreviatura es *BD*) es una entidad en la cual se pueden almacenar datos de manera estructurada, con la menor redundancia posible. Diferentes programas y diferentes usuarios deben poder utilizar estos datos. Por lo tanto, el concepto de base de datos generalmente está relacionado con el de red ya que se debe poder compartir esta información. De allí el término **base**. Sistema de información es el término general utilizado para la estructura global que incluye todos los mecanismos para compartir datos que se han instalado.

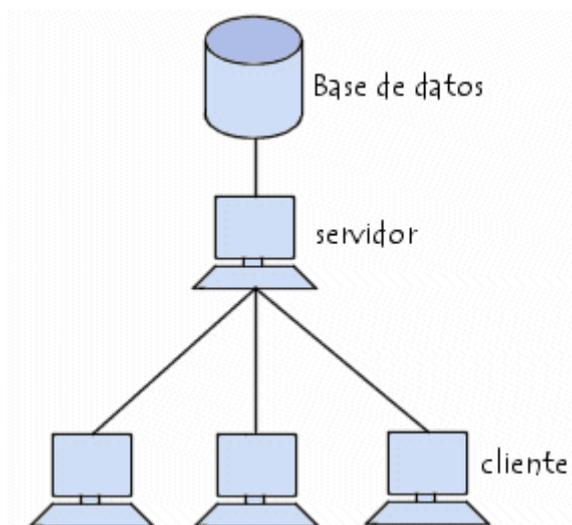


Imagen N° 6.- Base de datos

Fuente.- Tomado como referencia de la pagina web <http://es.kioskea.net> (Introducción - Bases de datos)

2.3.5.2 SISTEMAS GESTOR DE BASE DE DATOS.

www.informatica.com (que-es-un-sistema-de-gestin-de-base-de_files) Es el software que permite la utilización y/o la actualización de los datos almacenados en una (o varias) base(s) de datos por uno o varios usuarios desde diferentes puntos de vista y a la vez, se denomina sistema de gestión de bases de datos (SGBD).

El objetivo fundamental de un SGBD consiste en suministrar al usuario las herramientas que le permitan manipular, en términos abstractos, los datos, o sea, de forma que no le sea necesario conocer el modo de almacenamiento de los datos en la computadora, ni el método de acceso empleado.

Los programas de aplicación operan sobre los datos almacenados en la base utilizando las facilidades que brindan los SGBD, los que, en la mayoría de los casos, poseen lenguajes especiales de manipulación de la información que facilitan el trabajo de los usuarios.

Los SGDB brindan facilidad a la hora de elaborar tablas y establecer relaciones entre las informaciones contenidas en ellas. Pueden mantener la integridad de una base de datos permitiéndole a más de un usuario actualizar un registro al mismo tiempo y también puede impedir registros duplicados en una BD.

Características de los SGBD

- Permite crear y gestionar base de datos de forma fácil, cómoda y rápida.
- Ofrece una gran flexibilidad para el trabajo con base de datos relacionales.
- Ofrece un ambiente agradable dado por su interfaz gráfica.

2.3.6 MYSQL.

www.webestilo.com(MYSQL) MYSQL es un gestor de base de datos sencillo de usar y increíblemente rápido. También es uno de los motores de base de datos más usados en internet, la principal razón de esto es que es gratis para aplicaciones no comerciales.

Las características principales de MYSQL son:

Es un gestor de base de datos. Una base de datos es un conjunto de datos y un gestor de base de datos es una aplicación capaz de manejar este conjunto de datos de manera eficiente y cómoda.

Es una base de datos relacional. Una base de datos relacional es un conjunto de datos que están almacenados en tablas entre las cuales se establecen unas relaciones para manejar los datos de una forma eficiente y segura. Para usar y gestionar una base de datos relacional se usa el lenguaje estándar de programación SQL.

Es Open Source. El código fuente de MYSQL se puede descargar y está accesible a cualquiera, por otra parte, usa la licencia GPL (Licencia Pública General) para aplicaciones no comerciales.

Es una base de datos muy rápida, segura y fácil de usar. Gracias a la colaboración de muchos usuarios, la base de datos se ha ido mejorando optimizándose en velocidad. Por eso es una de las bases de datos más usadas en internet.

Existe una gran cantidad de software que la usa.

El objetivo de este tutorial es mostrar el uso del programa cliente MYSQL para crear y usar una sencilla base de datos. MYSQL (algunas veces referido como monitor MYSQL) es un programa interactivo que permite conectarnos a un servidor MYSQL, ejecutar algunas consultas, y ver los resultados. MYSQL puede ser usado también en modo batch: es decir, se pueden colocar toda una serie de consultas en un archivo, y posteriormente decirle a MYSQL que ejecute dichas consultas.

2.3.7 JOOMLA.

2.3.7.1 ¿QUÉ ES JOOMLA!?

[www.maestrosdelweb.com/editorial \(que-es-joomla\)](http://www.maestrosdelweb.com/editorial (que-es-joomla)) Si estás en la búsqueda de un sistema dinámico de contenidos para tu sitio, encontrarás una excelente opción con Joomla!, un CMS (sistema de gestión de contenidos o Content Management System) robusto, personalizable y escalable. El presente artículo te permitirá tener una panorámica sobre el tema.

De los miles de CMS existentes en la actualidad, sólo unos pocos realmente están llevando la web a una nueva era de agilidad en la inclusión de contenido, estímulo de la comunicación colectiva y reconocimiento al usuario como generador de información útil, en lugar de simple tragador pasivo de artículos y noticias.

Desde su aparición al público, Joomla! ha avanzado a pasos agigantados, siendo uno de los líderes en la lista de los mejores CMS, aún por encima de aplicaciones comerciales.

2.3.7.2 ORÍGENES DE JOOMLA.

A mediados de 2005, los administradores del equipo de desarrollo de Mambo (CMS antecesor de Joomla!) decidieron limitar las condiciones de la licencia de uso de su software.

Ante tal hecho, los principales desarrolladores de la organización estuvieron en desacuerdo y fue así que más de 30 miembros principales del equipo renunciaron de inmediato y fundaron Joomla!® una palabra de origen africano que significa todos juntos, un CMS que funcionaba con el núcleo de Mambo, pero con cambios importantes en el código y lo mejor de todo es software libre.

No sólo los desarrolladores de Mambo migraron al nuevo proyecto; miles de colaboradores, diseñadores y comunidades enteras lo respaldaron desde un principio, sobre todo al difundirse la noticia de la acción ejecutada por Mambo y sus propietarios.

De esta manera el proyecto Joomla! tomó aún más energía, llegando a ser la aplicación web que hoy conocemos, no sólo con excelentes características de gestión integral, sino con un futuro bastante promisorio en el ámbito de la Web 2.0.

En el presente, el fenómeno Joomla! representa más que la existencia de una aplicación web de avanzada. Es la demostración palpable de la superioridad que puede alcanzar el software libre cuando está presente el esfuerzo común, activo y organizado de una numerosa comunidad global.

2.3.7.3 JOOMLA! ¿UN SISTEMA SEGURO?.

En términos objetivos, nada que esté publicado en la web puede considerarse completamente seguro. Si han violado sistemas tan complejos como el de la Fuerza Aérea norteamericana, poco queda para el resto del contenido de internet.

Ahora bien, si nos plegamos a lo que la generalidad entiende como seguridad en internet, Joomla! es uno de los escasos CMS que cuenta con la suficiente participación activa como para generar soluciones precisas en el menor tiempo posible ante los bugs/vulnerabilidades que se vayan descubriendo.

Esto de la seguridad no es un mal exclusivo de Joomla!; otros CMS han caído bajo el yugo de los ataques y muchas veces la solución llega demasiado tarde.

2.3.7.4 VENTAJAS DE JOOMLA.

www.edujoomla.es (**que-es-joomla**) Al ser Joomla un CMS (Sistema Administrador de Contenidos), el administrador de un sitio web hecho en Joomla sólo deberá ocuparse de la información que desea publicar, ya que el sistema gestionará todos los demás detalles técnicos y administrativos.

Las principales características de este CMS son:

Software libre: es libre de usarlo, no necesita pagar costos de licenciamiento.

Cumplimiento de estándares web: la más reciente versión de Joomla se acerca al ideal de cumplimiento de los estándares del W3C. Gracias a su sistema de plantillas es posible separar la presentación del contenido y marcar semánticamente los documentos.

Organización del sitio web: Joomla está preparado para organizar eficientemente los contenidos de su sitio en secciones y categorías, lo que facilita la navegabilidad para los usuarios y permite crear una estructura sólida, ordenada y sencilla para los administradores. Desde el panel administrador de Joomla se puede crear, editar y borrar las secciones y categorías del sitio de forma sencilla.

Publicación de Contenidos: Con Joomla CMS se podrá crear páginas ilimitadas y editarlas desde un sencillo editor que permite formatear los textos con los estilos e imágenes deseados. Los contenidos son totalmente editables y modificables.

Escalabilidad e implementación de nuevas funcionalidades: Joomla ofrece la posibilidad de instalar, desinstalar y administrar componentes y módulos, que agregarán servicios de valor a los visitantes del sitio web, por ejemplo: galerías de imágenes, foros, newsletters, clasificados, catálogo de productos, etc.

Administración de usuarios: Joomla le permite almacenar datos de usuarios registrados y también la posibilidad de enviar E-mails masivos a

todos los usuarios. La administración de usuarios es jerárquica, y los distintos grupos de usuarios poseen diferentes niveles de facultades/permisos dentro de la gestión y administración del sitio.

Diseño y aspecto estético del sitio: Es posible cambiar todo el aspecto del sitio web tan solo con un par de clicks, gracias al sistema de templates que utiliza Joomla.

Navegación y menú: Totalmente editables desde el panel administrador de Joomla

Administrador de Imágenes: Joomla posee una utilidad para subir imágenes al servidor y usarlas en todo el sitio.

Disposición de módulos modificable: En un sitio creado con Joomla, la posición de módulos puede acomodarse como se prefiera.

Encuestas: Joomla posee un sistema de votaciones y encuestas dinámicas con resultados en barras porcentuales.

Feed de Noticias: Joomla trae incorporado un sistema de sindicación de noticias por RSS/XMS de generación automática

Publicidad: es posible hacer publicidad en el sitio usando el Administrador de Banners

Estadísticas de visitas: con información de navegador, OS, y detalles de los documentos (páginas) más vistos.

Automatización en la publicación: Las páginas y documentos de Joomla pueden programarse con fecha de publicación y fecha de caducidad. Es decir un documento puede programarse para que se publique automáticamente al llegar una determinada fecha, y luego des publicarse también de forma automática en otra fecha.

Archivo e historial: Las páginas viejas o publicaciones que hayan perdido vigencia pueden enviarse a un archivo de almacenamiento, sin necesidad de tener que borrarlas. Esto permite también dar la posibilidad a los navegantes de consultar artículos viejos o documentos anteriores en un historial.

Formatos de lectura: Cada documento es generado automáticamente por Joomla en formato PDF (Portable DocumentFormat o Formato de Documento Portátil), en versión imprimible, y en XML.

Envío por E-mail: Los usuarios del sitio Joomla podrán enviar automáticamente a un amigo por email cada documento publicado.

Valoración de contenidos: Los visitantes del sitio podrán votar la calidad de lo publicado.

Comentarios: (opcional) Los usuarios podrán comentar sus opiniones o expresar sus inquietudes en la misma página de contenidos.

Virtuemart: el complemento de Joomla para crear una tienda online

Una de las principales ventajas de los CMS es que podemos ir añadiendo módulos que flexibilizan nuestra plataforma pudiendo crear tanto una página corporativa como una tienda virtual o un catálogo simplemente añadiendo un módulo. Es el caso de **Virtuemart el complemento de Joomla para crear una tienda online**. Y esto con la ventaja que nos aporta un CMS como Joomla para poder ir actualizando nuestra tienda con facilidad, así nuestra tienda virtual irá cambiando de productos al igual que lo hacemos con nuestra empresa habitualmente.

Es una de las grandes ventajas de Joomla la facilidad para poder añadir contenidos en nuestras páginas sin necesidad de tener muchos conocimientos de edición web.

En resumen, podemos decir que Virtuemart flexibiliza un gestor de contenidos como Joomla permitiéndonos crear un catálogo o una tienda online. Lo mejor de todo es la **facilidad de actualización** tanto de los contenidos de nuestra web como de la tienda online. Yo creo que son muchas más las ventajas que los inconvenientes, pero al fin y al cabo lo importante es subir nuestras ventas a través de este nuevo canal de ventas.

2.3.8 EDITORES.

2.3.8.1 ADOBE CREATIVE CS4.

www.aulaclitic.com (Curso de Photoshop CS gratis) Adobe CS4 es una suite de distintas aplicaciones en forma de talleres y estudios dotados de herramientas y funciones altamente profesionales creada y producida por Adobe Systems y que están dirigidas a la Publicación Impresa, Publicación Web, Post Producción de Video, y Dispositivos Móviles.

Adobe Creative Suite nace del exitoso intento de la casa Adobe de unir todos sus programas profesionales, que antes solo se conseguían individualmente, dando como resultado una adquisición de productos más económica para el usuario y que contiene un conjunto de utilidades profesionales para diferentes propósitos de publicación.

Esta ingeniosa unión de sus productos en conjuntos ha dado muy buenos resultados para Adobe en los últimos años, no obstante, la compañía sigue vendiendo sus productos también individualmente.

La aplicación de Adobe Creative Suite se ve, más notoriamente, en agencias publicitarias y editoriales de muy alto y reconocido prestigio.

Adobe Creative Suite está formado de los siguientes programas:

- Adobe Photoshop CS4
- Adobe Illustrator CS4
- Adobe InDesign CS4
- Adobe Acrobat 8 Professional
- Adobe Bridge CS4
- Adobe Version Cue CS4
- Adobe Device Central CS4
- Adobe Stock Photos
- Adobe Acrobat Connect

2.3.8.2 PHOTOSHOP.

Photoshop, creado por Adobe Systems, es una de las herramientas software para el tratamiento de imagen más potente hoy en día.

Debemos tener bien claro desde el principio que Photoshop no está pensado para dibujar, para eso es recomendable que utilices Illustrator de Adobe o Freehand de Macromedia. Photoshop está principalmente orientado a tratar y manipular imágenes, o bien creadas por otros programas, o digitalizadas por un escáner o máquina fotográfica. Entonces, una vez introducida la imagen en el programa podrías retocarla, transformarla y editarla con un sinnúmero de posibilidades.

De hecho, esta es una de las características más interesantes de Photoshop, pues Adobe ha sabido hacer un programa intuitivo y muy completo que hace que se destaque de la competencia y sea el software más utilizado por diseñadores e ilustradores.

2.3.8.3 DREAMWEAVER.

www.desarrolloweb.com (Dreamweaver) Dreamweaver es la herramienta de diseño de páginas web más avanzada, tal como se ha afirmado en muchos medios. Aunque sea un experto programador de HTML el usuario que lo maneje, siempre se encontrarán en este programa razones para utilizarlo, sobre todo en lo que a productividad se refiere.

Cumple perfectamente el objetivo de diseñar páginas con aspecto profesional, y soporta gran cantidad de tecnologías, además muy fáciles de usar:

- Hojas de estilo y capas
- Javascript para crear efectos e interactividades
- Inserción de archivos multimedia...

Además es un programa que se puede actualizar con componentes, que fabrica tanto Macromedia como otras compañías, para realizar otras acciones más avanzadas.

En resumen, el programa es realmente satisfactorio, incluso el código generado es de buena calidad. La única pega consiste en que al ser tan avanzado, puede resultar un poco difícil su manejo para personas menos experimentadas en el diseño de webs.

Dreamweaver ha evolucionado mucho en su versión 4, que incluye soporte para la creación de páginas dinámicas de servidor en ASP, con acceso a bases de datos (versión Ultradev) y una mayor integración con otras herramientas de Macromedia como Fireworks.

2.3.9 WAMP.

www.es.wikipedia.org **(WAMP)** WAMP es el acrónimo usado para describir un sistema de infraestructura de internet que usa las siguientes herramientas:

- **Windows**, como sistema operativo;
- **Apache**, como servidor web;
- **MYSQL**, como gestor de bases de datos;
- **PHP** (generalmente), **Perl**, o **Python**, como lenguajes de programación.

El uso de un WAMP permite servir páginas HTML a internet, además de poder gestionar datos en ellas, al mismo tiempo un WAMP, proporciona lenguajes de programación para desarrollar aplicaciones web.

LAMP es el sistema análogo que corre bajo ambiente Linux

WAMP es el sistema análogo que corre bajo ambiente Windows

MAMP es el sistema análogo que corre bajo ambiente Macintosh

MAMP es una aplicación que nos **permite montar nuestro propio servidor local**. De forma rápida y sencilla instalando automáticamente Apache, MYSQL y PHP.

Toda una ventaja para desarrollar nuestras propias aplicaciones web y testearlas, probar nuestros sitios web y ver qué tal se ve antes de aplicarlo a nuestro sitio.

Actualmente hay dos versiones, la normal y la Pro. Con la versión normal **sólo podemos crear un servidor.** Por el contrario con la versión Pro tendremos la posibilidad de crear **ilimitados servidores virtuales, DynDNS, Emails** esta versión es de pago.

2.3.10 VIRTUEMART.

www.virtuemart.webempresa.eu (¿Qué es virtuemart? - VirtueMart)

VirtueMart es una aplicación de Cesta de Compra basada en PHP para la venta de productos a través de internet. Se trata de un Componente (= *plugin*) para el Sistema de Gestión de Contenidos llamado Joomla! (y Mambo) y no puede ser utilizado sin Joomla!. Su instalación es muy fácil usando el componente de instalación automática de Componentes y Módulos. Está pensado para ser utilizado por pequeños/medianos negocios para operar en línea. Así, cada usuario que quiere construir una Tienda en línea puede utilizar este componente para la vender productos a sus clientes.

2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Con la finalidad de proteger la información de la empresa que estará pública es necesario recurrir a lo que establece la **Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador** en el Art. 8, literales h) e i).

“Art. 8. La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están

supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad.

h) Ilustraciones, gráficos, mapas y diseños relativos a la geografía, la topografía, y en general a la ciencia; i) Obras fotográficas y las expresadas por procedimientos análogos a la fotografía;”

Esto permite alertar a los usuarios del sitio web corporativo sobre la autoría de los contenidos y fotografías utilizadas en este trabajo, para evitar el uso indebido de este material

2.5 POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL.

Poner en la balanza todos los criterios respecto a las ventajas y desventajas que las herramientas web ofrecen, sería iniciar una nueva discusión infinita sobre el tema. Mas importante es, estar consientes de las infinitas oportunidades que la red internet brinda a todos sin excepción.

En la actualidad, más que una necesidad es quizá una obligación para las empresas el estar presentes en el ciberespacio; el solo hecho de que miles y miles de personas cada día usan la internet para buscar productos, información, entretenimiento, etc., se convierte en una gran oportunidad para llegar a sus potenciales clientes así como fidelizar a quienes ya lo conocen.

Una vez analizado el marco teórico donde exponen diferentes autores especialistas en los tema de nuestra investigación se puede deducir que Internet es una red de computadoras alrededor de todo el mundo, que comparten información unas con otras por medio de páginas o sitios.

Con Internet se puede obtener información de temas como salud, deportes, tiendas, moda, belleza, empleos, historia, cine, libros, restaurantes y mucho más.

Una página de Internet contiene información de un tema en particular. Estas páginas contienen texto, gráficas, fotos e incluso videos y música.

La mayor parte de las empresas importantes tienen sitios en Internet, en donde se muestra información de la empresa, se describen los productos y servicios que ofrecen, y se realiza una mejor comunicación entre la empresa y sus clientes.

La sola presencia de una empresa en el internet le permite ser visualizada a otro nivel, competir a la altura de las grandes compañías sin tener que envidiar casi nada. Ante todo esto podemos agregar el hecho de que si no estamos en la red, virtualmente no existimos y sencillamente nadie sabrá de nuestra existencia, por el contrario si decidimos darnos a conocer a través de este medio entonces si tendremos la oportunidad de trascender fronteras y competir en igualdad de condiciones.

También se puede deducir que la publicidad online es una forma de publicidad en formato digital especialmente promovida en los portales y sitios web de Internet.

La publicidad online sigue ganando terreno a la publicidad tradicional y sobre todo, ofreciendo importantes diferencias y ventajas que la convierten en la opción publicitaria más idónea para dirigirse a las grandes masas de audiencia.

Esto también se constituye en una herramienta muy valiosa que permitirá fortalecer la imagen corporativa de la empresa y establecer nexos amigables de comunicación con los clientes.

2.6 GLOSARIO DE TÉRMINOS.

Adobe Systems: Adobe Systems Incorporated es una empresa de software con sede en San José (California, USA) fundada en diciembre de 1982 por John Warnock y Charles Geschke. Destaca en el mundo del software por sus programas de edición de páginas web, vídeo e imagen digital hoy presentes en una integración conocida como Adobe Creative Suite.

Adobe Creative Suit: Adobe CS es una suite de distintas aplicaciones en forma de talleres y estudios dotados de herramientas y funciones altamente profesionales creada y producida por Adobe Systems y que están dirigidas a la Publicación Impresa, Publicación Web, Post Producción de Video, y Dispositivos Móviles.

Apache: Apache Software Foundation (ASF) es una organización no lucrativa (en concreto, una fundación) creada para dar soporte a los proyectos de software bajo la denominación *Apache*, incluyendo el popular servidor HTTP Apache. La ASF se formó a partir del llamado *Grupo Apache* y fue registrada en Delaware (Estados Unidos), en junio de 1999.

Banners: Publicidad dinámica de un sitio web.

Batch: En DOS, OS/2 y Microsoft Windows un archivo batch es un archivo de procesamiento por lotes. Se trata de archivos de texto sin formato, guardados con la extensión BAT que contienen un conjunto de comandos MS-DOS.

Binario: Código binario esta formado de ceros y unos (0,1)

Blogger: Es un servicio creado por PyraLabs para crear y publicar una bitácora en línea. El usuario no tiene que escribir ningún código o instalar programas de servidor o de scripting.

Block de Notas: (Memo en inglés) Aplicación nativa del sistema operativo Palm. Permite tener notas varias en texto

Campus: Un campus es el conjunto de terrenos y edificios que pertenecen a una universidad. El término proviene del inglés *campus*, y éste a su vez del latín *campus*, llanura. Se empezó a utilizar en español a mediados del siglo XX y es invariable en plural.

Diagramar: Colocar la información en un orden preestablecido.

Encriptación: La encriptación es el cifrado o el resguardo que se da a los datos, para que nadie más que el poseedor de la clave (quien lo crea o quien lo recibe) pueda modificarlos.

Entidad: En su sentido más general, una entidad o ente es todo aquello cuya existencia es reconocida por algún sistema de ontología. Una entidad puede por lo tanto ser concreta, abstracta, particular o universal.

E-mail: Correo electrónico

Firefox: Mozilla Firefox es un navegador web libre y de código abierto, descendiente de Mozilla Application Suite y actualmente desarrollado por la Corporación Mozilla, la Fundación Mozilla y un gran número de voluntarios externos.

Hardware: Parte física de un computador (Periféricos de entrada, salida y almacenamiento).

Hipertexto: Enlace

Home Page: Página de inicio

Hosting: El alojamiento web es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía Web.

HTML: Lenguaje de marcación de hipertexto

Internet: Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

Internet Explorer: Navegador

Interoperabilidad: La interoperabilidad es la condición mediante la cual sistemas heterogéneos pueden intercambiar procesos o datos.

IP: Protocolo de internet

JavaScrip:Lenguaje Scrip basado en Java

Joomla!: Es un sistema de gestión de contenidos de código abierto.

Links: Links es un navegador web de código abierto en modo texto y gráfico a partir de su versión 2 en modo terminal.

Login: En el ámbito de seguridad informática, login o logon (en español ingresar o entrar) es el proceso mediante el cual se controla el acceso individual a un sistema informático mediante la identificación del usuario utilizando credenciales provistas por el usuario.

Macintosh:Sistema operativo para computadoras de marca Apple.

Macromedia Flash: Software que nos permite crear animaciones para el diseño de páginas web.

Maquetación: Ordenar contenido (imágenes, texto, etc.) dentro de un espacio.

Mosaic:Mosaic fue el segundo navegador gráfico disponible para visualizar páginas web (el considerado como primer navegador gráfico es ViolaWWW, cuya primera versión completa data de 1992), y el primer navegador gráfico para **Microsoft Windows**.

Multimedia: Sonido, audio y Video

MYSQL: Como gestor de bases de datos

Navegabilidad: Facilidad que tiene los sitios web para acceder a los contenido.

Navegador web: Software que permite visualizar páginas web

Netscape: Navegador

Newsletters:Cartas de noticias electrónicas.

Online: En línea.

Password: Una contraseña o clave es una forma de autenticación que utiliza información secreta para controlar el acceso hacia algún recurso. La contraseña normalmente debe mantenerse en secreto ante aquellos a quien no se le permite el acceso.

PHP: Pre-procesador de hipertexto

Plugin: Software necesario para ejecutar ciertas aplicaciones.

Red: Una red de computadoras, también llamada red de ordenadores o red informática, es un conjunto de equipos (computadoras y/o dispositivos) conectados por medio de cables, señales, ondas o cualquier otro método de transporte de datos, que comparten información (archivos), recursos (CD-ROM).

Software: Parte lógica de un computador (programas, software).

Templates: Plantillas de diseño web.

Testearlas: Probar el funcionamiento de un sistema.

Virtuemart: Es una solución de comercio electrónico

WAMP: Windows, Apache, MYSQL y PHP

Web: Red informática, especialmente para referirse a internet.

Webmaster: Es cualquier persona que administra un sitio de Internet. Desde una página personal hasta el más amplio de los portales tienen una persona responsable de crearlo y estar actualizando el sitio. Tú puedes ser fácilmente un webmaster.

2.7 PREGUNTAS DE INVESTIGATION.

- ¿Qué piensan los directivos de la empresa sobre la propuesta de creación del sitio web institucional y el catálogo online?
- ¿Cómo mejorar el reconocimiento de la marca a nivel internacional?
- ¿Cómo puede el sitio web institucional potencializar las posibilidades de posicionamiento en el mercado?
- ¿Qué ventajas tendría la empresa al utilizar software libre para el desarrollo de su sitio web institucional y catálogo de productos online?
- ¿Son confiables las herramientas de código libre para utilizarlas a nivel empresarial?
- ¿Cómo podría el catalogo online ayudar a la promoción y publicidad dirigida hacia el target objetivo?

- ¿Qué otras herramientas de marketing y publicidad online se pueden utilizar para potenciar la capacidad comunicativa del sitio web institucional y catálogo de productos?

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA.

El presente trabajo de grado, se desarrollo bajo la modalidad de proyecto, es una investigación científica que se realizaron con los fundamentos y metodología de la investigación de acción ya que, lo que se pretende es solucionar una problemática o mejorar el estado de una realidad.

Por lo tanto al ser una investigación de carácter científico utilizaremos una serie de métodos, técnicas e instrumentos que nos proporciona la metodología de la investigación científica.

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

3.1.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

El tema de tesis está enmarcado dentro de la Publicidad y el Marketing Online, por lo que se desarrollara dentro de la fábrica de botas de cuero “Botas Sandoval” para diagnosticar la situación actual del manejo de la publicidad dentro de dicha empresa.

3.1.2 INVESTIGACIÓN PROPOSITIVA.

Como solución al problema de “cómo mejorar la forma de promocionar los productos de la Fábrica de botas de cuero “Botas Sandoval” en la ciudad de Cotacachi” se propondrá desarrollar un sitio web que permita dar a conocer sus productos en el internet.

3.1.3 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.

Los datos se recolectaron de diferentes fuentes como:

- Internet
- Libros
- Artículos
- Informes

Por medio de estos documentos, se sustentó el proceso de desarrollo del sitio web que promociona a la fábrica de botas de cuero “Botas Sandoval” y los sustentos teóricos del marketing online.

3.2 MÉTODOS.

3.2.1 MÉTODO EMPÍRICO.

La recolección de información se aplicará para recabar toda la información necesaria para el desarrollo de este proyecto; esta información se recopilará de diferentes fuentes bibliográficas que nos ayuden a adquirir conocimientos para desarrollar el sitio web de la fábrica de botas de cuero “Botas Sandoval” y los sustentos teóricos del marketing online.

3.2.2 MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO.

Luego se procedió a ordenar y clasificar la información recolectada para realizar un estudio intensivo de la misma con el fin de evaluar todos y cada uno de los datos.

3.2.3 MÉTODO HIPOTÉTICO-DEDUCTIVO.

Permitió valorar el impacto que tuvo la empresa al hacer uso de esta técnica de publicidad y marketing utilizando el internet como medio de promoción.

3.2.4 MÉTODO MATEMÁTICO.

Se utilizo el método estadístico para cuantificar los valores obtenidos en la investigación y una comprobación de la situación actual de la empresa.

3.3 TÉCNICAS.

3.3.1 ENCUESTAS.

Se aplico esta técnica para determinar el nivel de reconocimiento de la marca, la predisposición de los potenciales clientes para hacer uso del sitio web corporativo de la empresa.

Esto permitió establecer soluciones innovadoras de publicidad de los productos de la empresa botas de cuero “Botas Sandoval”.

3.3.2 ENTREVISTAS.

Esta técnica se utilizará para obtener información de la fuente primaria, es decir de las personas involucradas con la empresa y establecer la situación actual de la fábrica de botas de cuero “Botas Sandoval”.

3.3.3 CRITERIO DE EXPERTOS.

Es importante contar con el criterio de profesionales en el área de publicidad y marketing online, por tal motivo se utilizará esta técnica para obtener conocimientos más sólidos y aplicarlo en nuestro proyecto.

3.4 POBLACIÓN.

La población investigada es de 849 personas las cuales tienen un nivel de educación superior (post bachillerato 75 personas, superior 764 personas y postgrado 10 personas) que son los potenciales clientes de la fábrica de botas de cuero “Botas Sandoval” de la ciudad de Cotacachi.

CANTÓN COTACACHI: POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO Y ÁREAS, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN. Censo 2001									
NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	32.118	6.746	25.372	16.215	3.207	13.008	15.903	3.539	12.364
NINGUNO	5.482	390	5.092	2.226	128	2.098	3.256	262	2.994
CENTRO ALFAB.	114	21	93	65	9	56	49	12	37
PRIMARIO	19.606	3.178	16.428	10.500	1.609	8.891	9.106	1.569	7.537
SECUNDARIO	4.002	1.885	2.117	1.862	828	1.034	2.140	1.057	1.083
POST BACHILLERATO	144	75	69	57	32	25	87	43	44
SUPERIOR	1.096	764	332	532	373	159	564	391	173
POSTGRADO	19	10	9	11	6	5	8	4	4
NO DECLARADO	1.655	423	1.232	962	222	740	693	201	492

El promedio de años aprobados por la población de 10 años y más (escolaridad media) para el Cantón Cotacachi es de 4,7 años, para la población del área urbana es de 7,4 años y para el área rural 4,0 años. Para hombres 4,8 y para mujeres 4,7 años

Imagen N° 7.- Cuadro estadístico población Cotacachi

Fuente.- Tomado como referencia de la página web del Municipio del Cotacachi.

3.5 MUESTRA.

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 \times 849}{(849 - 1) (0,05)^2 / (2)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{212,25}{(848) (0,0025) / 4 + 0,25}$$

$$n = \frac{212,25}{0,78}$$

$$n = 272$$

Fracción Muestral (de cada establecimiento)

$$m = \frac{n}{N} E$$

3.5.1 ENCUESTA.

1. **¿Utiliza usted con frecuencia el internet?**

a. SI ()

b. NO ()

2. **¿Para qué tipo de actividades utiliza el internet?**

a. Compras por internet ()

b. Consultas educativas ()

c. Buscar productos ()

d. Comunicación ()

3. **¿Cree usted que los sitios web corporativos ayudan a las empresas a promocionar de mejor manera sus productos?**

a. Mucho ()

b. Poco()

c. Nada ()

¿Por qué?.....

4. **¿Cree usted que las empresas que ofrecen productos de cuero en Cotacachi, deberían promocionar sus productos y servicios a través de internet y permitir a sus clientes estar al tanto de las novedades e innovaciones?**

a. SI ()

b. NO ()

¿Porqué?.....

5. ***Botas Sandoval* es una empresa que ofrece calzado de cuero exclusivo para damas. Ud. Ha escuchado hablar de esta empresa?:**

- a. SI ()
- b. NO ()

¿A través de qué medio?

- a. Radio ()
- b. Prensa escrita ()
- c. TV ()
- d. Publicidad impresa()
- e. Otros.....

6. Considera Ud. que un catalogo de productos en línea, sería útil para estar al tanto de las novedades y promociones de Botas Sandoval, desde la comodidad de su casa u oficina a través de un sitio web.

- a. SI ()
- b. NO ()

7. ¿Le gustaría a usted recibir en su buzón de correo electrónico las novedades y promociones de los productos de Botas Sandoval?

- a. SI()

Email:.....

- b. NO ()

8. Las redes sociales en Internet se han convertido en una herramienta importante a la hora de diseñar estrategias de marketing para empresas, artistas, marcas, profesionales y sobretodo en un lugar de encuentro virtual entre seres humanos.

¿Qué red social es su preferida?

- a. Facebook ()

- b. Hi5 ()
- c. Twiter ()
- d. YouTube ()
- e. Otros:.....

3.5.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojó fue la que indicó las conclusiones a las cuales llega la investigación.

Para la realización de este capítulo se aplicaron encuestas a las personas que tienen un nivel de educación superior (post bachillerato 75 personas, superior 764 personas y postgrado 10 personas) que son los potenciales clientes de la fábrica de botas de cuero “Botas Sandoval” de la ciudad de Cotacachi.

La fracción muestral es de 272 encuestas, se realizaron encuestas personales y también vía mail obteniendo los siguientes resultados.

1. ¿Utiliza usted con frecuencia el Internet?

- a. SI ()
- b. NO ()

Tabla N° 1.-Pregunta 1 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	230	84,56
NO	42	15,44
TOTAL	272	100,00

Grafico N° 1.-Pregunta 1 de la encuesta



Fuente: Población muestra de Cotacachi.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

Como referencia a la primera pregunta se deduce que 230 personas que corresponden al 84.56% de los encuestados manifiestan que utilizan el Internet con frecuencia, el 15.44% de los encuestados manifestaron que no utilizan internet.

Por consiguiente podemos deducir que el Internet es utilizado por un gran porcentaje de los encuestados, ya que es una herramienta actual que se utiliza en diferentes actividades.

El Internet puede servir para cualquier tarea que consista en intercambiar información. Se pueden hacer cosas como leer el periódico del día, comprar casi cualquier producto, jugar cualquier juego con personas de todo el mundo, charlar con ellos (chatear), trabajar desde el propio domicilio, y muchas cosas más.

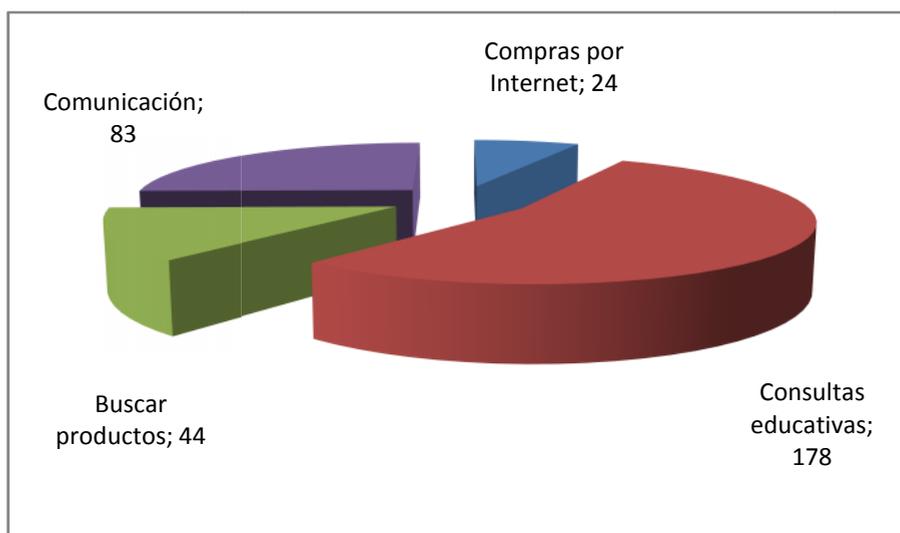
2) ¿Para qué tipo de actividades utiliza el Internet?

- a. Compras por internet ()
- b. Consultas educativas ()
- c. Buscar productos ()
- d. Comunicación ()

Tabla Nº 2.-Pregunta 2 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Compras por Internet	24	8,82
Consultas educativas	178	65,44
Buscar productos	44	16,18
Comunicación	83	30,51
TOTAL	272	100,00

Grafico Nº 2.-Pregunta 2 de la encuesta



Fuente: Población muestra de Cotacachi.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

En esta pregunta se deduce que 178 personas que corresponden al 65.44% de los encuestados manifiestan que utilizan el Internet para

consultas educativas, el 30.51% de los encuestados manifestaron que utilizan el Internet para la comunicación, el 16.18% de los encuestados manifestaron que utilizan el Internet para buscar productos y el 8.82% de los encuestados manifestaron que utilizan el Internet para compras por internet.

Por consiguiente gran parte de los encuestados utilizan con mayor frecuencia el internet para las consultas educativas por ejemplo un profesor para prepara las clases, utilizando los "buscadores WEB" y los portales educativos, consulta información actualizada sobre los temas que va a tratar en clase, y selecciona algunos datos (textuales, imágenes, sonoros) para presentar a sus alumnos. También para documentar trabajos los alumnos, a partir de las indicaciones del profesor, buscan información en las páginas WEB para realizar determinados trabajos y estudios. Navegación libre por Internet los estudiantes navegan libremente por Internet, individualmente o en grupo, para obtener información sobre los temas que les interesan, o para llevar a cabo tareas encargadas por el profesor: elaborar un listado con sus páginas WEB preferidas explicando el contenido de cada una de ellas, buscar datos sobre un tema concreto.

El uso de Internet se ha generalizado y convertido en un importante medio de comunicación. Relativamente barato en nuestro país, es de fácil acceso para las organizaciones sociales y poco a poco se va extendiendo. Su alcance y usos son ilimitados, lo que lo convierten en una herramienta para la comunicación popular que debemos aprovechar.

El comercio electrónico es una moderna forma de comercializar bienes y servicios mediante la utilización de la informática y las telecomunicaciones, en especial mediante el aprovechamiento de las ventajas que ofrece Internet. Evidentemente las características de esta red y de sus tecnologías asociadas ha causado la masificación del comercio electrónico, especialmente el asociado al consumidor final. El

comercio electrónico es un recurso útil para reforzar o complementar los canales tradicionales de venta que tiene una empresa y que permite entre otras cosas posicionar al "negocio" en un lugar importante dentro del mercado, proyectarlo a nivel local, nacional e internacional, optimizar operaciones, realizar ventas en línea y brindar un mejor servicio a los clientes.

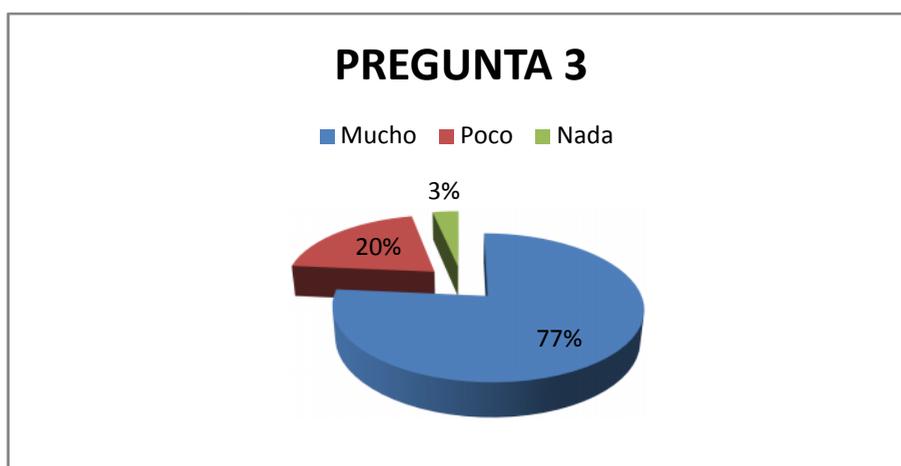
3) ¿Cree usted que los sitios web corporativos ayudan a las empresas a promocionar de mejor manera sus productos?

- a. Mucho ()
- b. Poco ()
- c. Nada ()

Tabla Nº 3.-Pregunta 3 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	208	76,47
Poco	55	20,22
Nada	9	3,31
TOTAL	272	100,00

Grafico Nº 3.-Pregunta 3 de la encuesta



Fuente: Población muestra de Cotacachi.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

Como referencia a esta pregunta se deduce que 208 personas que corresponden al 76.47% de los encuestados manifiestan que Sitios web corporativos ayudan a las empresas a promocionar de mejor manera sus productos, el 20.22% de los encuestados manifestaron que Sitios web corporativos poco ayudan a las empresas a promocionar de mejor manera sus productos y el 3.31% creen que en nada ayudaría un sitio web corporativo a las empresas.

Por lo tanto podemos deducir que los Sitios web corporativos si ayudan a las empresas a promocionar de mejor manera sus productos.

Internet ha revolucionado el mundo, la forma de vender, comprar, de hacer negocios, de buscar información, de gestionar trámites, de comunicarnos. Internet no es una palabra del futuro, es una palabra del presente, un avance tecnológico que nos permite llegar más rápido y más lejos en nuestras comunicaciones, en nuestras relaciones comerciales, en nuestras búsquedas para crecer y mejorar en todas las esferas de la vida social, política y cultural.

Hay innumerables beneficios de tener un sitio Web corporativo, pero el más importante es que en la actualidad una página Web en Internet es un requisito que demandan los clientes. Sin una efectiva presencia en Internet, tu negocio será más débil y tendrá menos posibilidades de crecimiento.

Ventajas de tener un sitio Web corporativo:

- Un sitio Web ofrece el historial de la compañía: Puede incluir la fecha en que fue fundada, algunas imágenes, logros y casos de éxito. Esto permitirá posicionar el negocio en la mente de los visitantes como una compañía sólida y bien establecida en la que pueden depositar su confianza.

- Un sitio Web es en sí mismo una publicidad para la empresa, que estará disponible 24 horas los 365 días del año. Esto hace posible mantener a los clientes actualizados con la información más reciente sobre el negocio como por ejemplo nuevos productos y servicios.
- Un sitio Web es capaz de cruzar fronteras: Es un catálogo o carta de presentación que está disponible para las personas de todo el mundo que quieran mirar los productos o conocer el negocio. Se puede atender a pedido fuera de la ciudad o incluso fuera del país. Solo necesita establecer una logística adecuada para poder estar preparado para la entrega de los productos a los clientes.
- Un sitio Web puede atraer nuevos proveedores, ya que será visitado no solo por los clientes.

4) ¿Cree usted que las empresas que ofrecen productos de cuero en Cotacachi, deberían promocionar sus productos y servicios a través de internet y permitir a sus clientes estar al tanto de las novedades e innovaciones?

a. SI ()

b. NO ()

Tabla Nº 4.-Pregunta 4 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	260	95,59
NO	12	4,41
TOTAL	272	100,00

Grafico N° 4.-Pregunta 4 de la encuesta



Fuente: Población muestra de Cotacachi.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

En esta pregunta se deduce que 260 personas que corresponden al 95.59% de los encuestados manifiestan que los productos de cuero de Cotacachi deberían promocionar sus productos y servicios a través de internet y permitir a sus clientes estar al tanto de las novedades e innovaciones, el 4.41% de los encuestados manifestaron que los productos de cuero de Cotacachi no debería promocionar sus productos y servicios a través de internet y tampoco permitir a sus clientes estar al tanto de las novedades e innovaciones.

Podemos deducir que gran parte de los encuestados concuerdan que los productos de cuero de Cotacachi deberían promocionar sus productos y servicios a través de internet y permitir a sus clientes estar al tanto de las novedades e innovaciones. También un sitio Web ofrece el historial de la compañía esto permitirá posicionar a la empresa en la mente de los posibles clientes como una compañía sólida y bien establecida en la que pueden depositar su confianza además un sitio Web es capaz de cruzar fronteras.

5) **Botas Sandoval es una empresa que ofrece calzado de cuero. Ud. ha escuchado hablar sobre esta empresa?**

- a. SI ()
- b. NO ()

Tabla Nº 5.-Pregunta 5 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	153	56,25
NO	119	43,75
TOTAL	272	100,00

Grafico Nº 5.-Pregunta 5 de la encuesta



Fuente: Población muestra de Cotacachi.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

Como referencia a esta pregunta se deduce que 153 personas que corresponden al 56.25% de los encuestados manifiestan que si ha escuchado hablar sobre esta empresa Botas Sandoval, el 43.75% de los encuestados manifestaron que no ha escuchado hablar sobre esta empresa Botas Sandoval.

Por consiguiente podemos decir que la empresa de botas de cuero Botas Sandoval, es reconocida en el medio. Por la calidad y garantías que tienen sus productos.

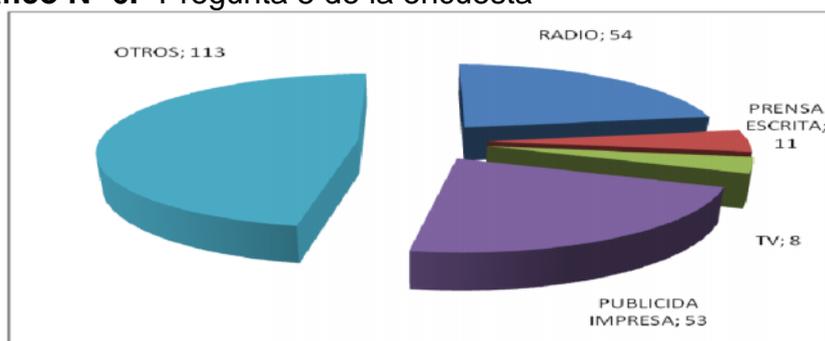
¿A través de qué medio?

- f. Radio ()
- g. Prensa escrita ()
- h. TV ()
- i. Publicidad impresa()
- j. Otros()

Tabla Nº 6.-Pregunta 5 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	54	19,85
PRENSA ESCRITA	11	4,04
TV	8	2,94
PUBLICIDA IMPRESA	53	19,49
OTROS	113	41,54
TOTAL	272	100,00

Grafico Nº 6.- Pregunta 5 de la encuesta



Fuente: Población muestra de Cotacachi.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

El medio por el cual Botas Sandoval se da a conocer con mayor frecuencia es radio con 54 encuestados, publicidad impresa 53 encuestados, prensa escrita 11 encuestados, TV 8 encuestados y otros como amigos, conocidos y familiares 113 encuestados.

Por consiguiente podemos decir que la empresa de botas de cuero Botas Sandoval, se da a conocer con mayor frecuencia por amigos, conocidos y familiares que han probado el producto y han quedado satisfechos.

6) Cree Ud. que un catalogo en línea sería útil para conocer las novedades y promociones de Botas Sandoval, desde la comodidad de su casa u oficina a través de un sitio web?

a. SI ()

b. NO ()

Tabla N° 7.-Pregunta 6 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	257	94,49
NO	15	5,51
TOTAL	272	100,00

Grafico N° 7.-Pregunta 6 de la encuesta



Fuente: Población muestra de Cotacachi.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

En esta pregunta se deduce que 257 personas que corresponden al 94% de los encuestados manifiestan que es necesario crear un sitio web corporativo para la empresa Botas Sandoval, 6% de los encuestados manifestaron que no es necesario crear un sitio web corporativo para la empresa Botas Sandoval.

Por lo tanto que gran parte de los encuestados concuerdan en la necesidad de crear un sitio web corporativo para la empresa Botas Sandoval para conocer las novedades y promociones, desde la comodidad de su casa u oficina.

7) ¿Le gustaría a usted recibir en su buzón de correo electrónico las novedades y promociones de los productos de Botas Sandoval?

a. SI()

Email:.....

b. NO ()

Tabla Nº 8.-Pregunta 7 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	177	65,07
NO	95	34,93
TOTAL	272	100,00

Grafico Nº 8.-Pregunta 7 de la encuesta



Fuente: Población muestra de Cotacachi.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

Como referencia a esta pregunta se deduce que 177 personas que corresponden al 65% de los encuestados manifiestan que les gustaría recibir información en el buzón de correo electrónico de las novedades y promociones de los productos de Botas Sandoval, el 35% de los encuestados manifestaron que no les gustaría recibir información en el

buzón de correo electrónico de las novedades y promociones de los productos de Botas Sandoval.

Por lo tanto podemos decir que un gran porcentaje de los encuestados les gustaría recibir información en el buzón de correo electrónico de las novedades y promociones de los productos de Botas Sandoval.

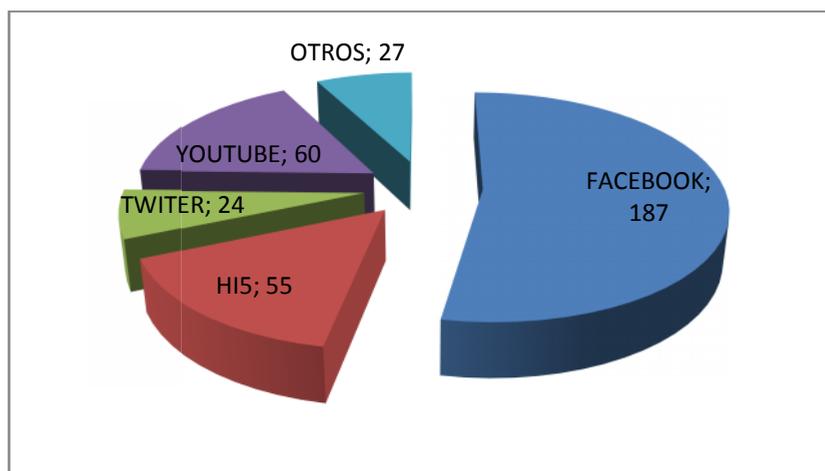
8) Las redes sociales en Internet se han convertido en una herramienta importante a la hora de diseñar estrategias de marketing para empresas, artistas, marcas, profesionales y sobretodo en un lugar de encuentro virtual entre seres humanos. ¿Qué red social es su preferida?

- a. Facebook ()
- b. Hi5 ()
- c. Twiter ()
- d. YouTube ()
- e. Otros ()

Tabla Nº 9.-Pregunta 8 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	187	68,75
HI5	55	20,22
TWITER	24	8,82
YOUTUBE	60	22,06
OTROS	27	9,93
TOTAL	272	100,00

Grafico N° 9.- Pregunta 8 de la encuesta



Fuente: Población muestra de Cotacachi.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

Como referencia a esta pregunta se deduce que 187 personas utilizan la red social de Facebook, 60 personas YouTube, 55 personas Hi5, 24 personas Twiter y otros como Hotmail, Yahoo 27 personas.

Por lo tanto podemos decir que un gran porcentaje de los encuestados prefieren la red social Facebook. Las redes sociales permiten comunicar a millones de personas en todo el mundo.

Las Redes Sociales se han convertido en muy populares, con un crecimiento en los últimos años asombroso.

Diseñadas para que las personas se conecten y se comuniquen entre sí.

Las Redes Sociales están en construcción permanente adaptándose a las necesidades de los usuarios.

3.5.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

El Internet sirve para cualquier tarea que consista en intercambiar información. Se pueden hacer cosas como leer el periódico del día,

comprar casi cualquier producto, jugar cualquier juego con personas de todo el mundo, charlar con ellos (chatear), trabajar desde el propio domicilio, y muchas cosas más. El Internet es utilizado por un gran porcentaje de los encuestados, ya que es una herramienta actual que se utiliza en diferentes actividades.

Gran parte de los encuestados utilizan con mayor frecuencia el internet para las consultas educativas por ejemplo un profesor para prepara las clases, utilizando los "buscadores WEB" y los portales educativos, consulta información actualizada sobre los temas que va a tratar en clase, y selecciona algunos datos (textuales, imágenes, sonoros) para presentar a sus alumnos. También para documentar trabajos los alumnos, a partir de las indicaciones del profesor, buscan información en las páginas WEB para realizar determinados trabajos y estudios. Navegación libre por Internet los estudiantes navegan libremente por Internet, individualmente o en grupo, para obtener información sobre los temas que les interesan, o para llevar a cabo tareas encargadas por el profesor: elaborar un listado con sus páginas WEB preferidas explicando el contenido de cada una de ellas, buscar datos sobre un tema concreto.

El uso de Internet se ha generalizado y convertido en un importante medio de comunicación. Relativamente barato en nuestro país, es de fácil acceso para las organizaciones sociales y poco a poco se va extendiendo. Su alcance y usos son ilimitados, lo que lo convierten en una herramienta para la comunicación popular que debemos aprovechar.

El comercio electrónico es una moderna forma de comercializar bienes y servicios mediante la utilización de la informática y las telecomunicaciones, en especial mediante el aprovechamiento de las ventajas que ofrece Internet. Evidentemente las características de esta red y de sus tecnologías asociadas ha causado la masificación del comercio electrónico, especialmente el asociado al consumidor final. El comercio electrónico es un recurso útil para reforzar o complementar los canales tradicionales de venta que tiene una empresa y que permite entre

otras cosas posicionar al "negocio" en un lugar importante dentro del mercado, proyectarlo a nivel local, nacional e internacional, optimizar operaciones, realizar ventas en línea y brindar un mejor servicio a los clientes.

Internet ha revolucionado el mundo, la forma de vender, comprar, de hacer negocios, de buscar información, de gestionar trámites, de comunicarnos. Internet no es una palabra del futuro, es una palabra del presente, un avance tecnológico que nos permite llegar más rápido y más lejos en nuestras comunicaciones, en nuestras relaciones comerciales, en nuestras búsquedas para crecer y mejorar en todas las esferas de la vida social, política y cultural.

Hay innumerables beneficios de tener un sitio Web corporativo, pero el más importante es que en la actualidad una página Web en Internet es un requisito que demandan los clientes. Sin una efectiva presencia en Internet, tu negocio será más débil y tendrá menos posibilidades de crecimiento.

Ventajas de tener un sitio Web corporativo:

- Un sitio Web ofrece el historial de la compañía: Puede incluir la fecha en que fue fundada, algunas imágenes, logros y casos de éxito. Esto permitirá posicionar el negocio en la mente de los visitantes como una compañía sólida y bien establecida en la que pueden depositar su confianza.
- Un sitio Web es en sí mismo una publicidad para la empresa, que estará disponible 24 horas los 365 días del año. Esto hace posible mantener a los clientes actualizados con la información más reciente sobre el negocio como por ejemplo nuevos productos y servicios.
- Un sitio Web es capaz de cruzar fronteras: Es un catálogo o carta de presentación que está disponible para las personas de todo el mundo que quieran mirar los productos o conocer el negocio. Se puede atender a pedido fuera de la ciudad o incluso fuera del país. Solo

necesita establecer una logística adecuada para poder estar preparado para la entrega de los productos a los clientes.

- Un sitio Web puede atraer nuevos proveedores, ya que será visitado no solo por los clientes.

El uso de las herramientas de comunicación basadas en internet como son los sitios web, catálogos online, redes sociales, etc. han creados nuevos hábitos de comportamiento en las personas, de ahí que cada vez hay más apertura a recibir información publicitaria y predisposición para buscarla en internet.

Por esta razón es contundente la afirmación de los encuestados en relación a que las empresas que ofrecen artículos de cuero en Cotacachi deben promocionar sus productos en internet. El solo hecho de tener presencia en la web ya crea un status de mayor nivel frente a sus competidores que aun no lo están.

En el caso de Botas Sandoval su nivel de reconocimiento es de un 50% a nivel local y prácticamente desconocida a nivel nacional y global. El reconocimiento local logrado está basado básicamente en las campañas publicitarias en medios como radio y prensa de cobertura local así como también por el material POP en los puntos de venta y el boca a boca de sus clientes.

Sin embargo el mayor reconocimiento de marca se ha logrado gracias a la calidad y exclusividad de sus productos; ventajas competitivas de gran fortaleza que abren oportunidades para potencializar la marca mucho más.

En este aspecto una de las herramientas más indicadas para promocionar los productos se constituye el catalogo de productos online el cual permite a los potenciales clientes conocer todos los detalles posibles de los productos sin tener que moverse de sus sitios y desde ese mismo momento tomar una decisión de compra; por esta razón es que las encuestas aplicadas dan como resultado que el 95% de las personas

valoran la importancia y utilidad de un catalogo de productos online tanto para la empresa como para su mercado objetivo.

Otro punto a tomarse en cuenta es la predisposición del público para recibir información publicitaria de la empresa Botas Sandoval en sus buzones electrónicos, como muestra de ello más del 50% de los encuestados entregó su email para que se les haga llegar información publicitaria de la empresa.

Por otra parte el crecimiento exponencial de las redes sociales abre un amplio abanico de posibilidades publicitarias, las personas están en las redes sociales a la espera de información de interesante y de valor, esa es la oportunidad para poner en práctica estrategias creativas de publicidad y marketing orientadas a fortalecer el reconocimiento de marca y promocionar sus productos.

Herramientas como Facebook, Youtube, Hi5, acogen a millones de usuarios a quienes se puede llegar con el mensaje.

La realidad actual tanto de cobertura como de acceso a internet y redes sociales presentan un mensaje claro de que hoy es el tiempo en que las empresas deben mostrarse al mundo, ser mas amigables, generar confianza en sus clientes, acercarse a ellos y mostrar sus potencialidades para de esa forma lograr conquistar la mente de su target.

Hoy ya no podemos hablar de lo que podrían hacer en internet las empresas sino más bien de lo que ya están haciendo las empresas y de cómo cada vez más el mundo del comercio electrónico abre las puertas a todo tipo de productos.

Con todos estos puntos y características totalmente favorables para la creación del sitio web y catalogo online de la empresa Botas Sandoval, en la cual no solo las herramientas tecnológicas sino también la valoración que el publico encuestado ha dado a nuestra propuesta de manera positiva, solo nos queda llevarlo a la práctica y alcanzar los objetivos planteados.

CAPITULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1 CONCLUSIONES.

Dentro de la muestra estudiada, se observó que al menos el 84.56% de la población utilizan el Internet, ya que es una herramienta actual que se utiliza en diferentes actividades. El Internet puede servir para cualquier actividad que consista en intercambiar información y hacer negocios.

Gran parte de los encuestados utilizan con mayor frecuencia el internet para las consultas educativas por ejemplo un profesor para prepara las clases, utilizando los "buscadores WEB" y los portales educativos, consulta información actualizada sobre los temas que va a tratar en clase, y selecciona algunos datos (textuales, imágenes, sonoros) para presentar a sus alumnos. También para documentar trabajos los alumnos, a partir de las indicaciones del profesor, buscan información en las páginas WEB para realizar determinados trabajos y estudios. Navegación libre por Internet, los estudiantes navegan libremente por Internet, individualmente o en grupo, para obtener información sobre los temas que les interesan, o para llevar a cabo tareas encargadas por el profesor: elaborar un listado con sus páginas WEB preferidas explicando el contenido de cada una de ellas, buscar datos sobre un tema concreto.

Al realizar las encuestas se preguntó si los Sitios web corporativos ayudan a las empresas a promocionar de mejor manera sus productos.

Se puede concluir que el Internet ha revolucionado el mundo, la forma de vender, comprar, de hacer negocios, de buscar información, de gestionar trámites, de comunicarnos. Internet es el futuro y el presente, un avance tecnológico que nos permite llegar más rápido y más lejos en nuestras comunicaciones, en nuestras relaciones comerciales, en nuestras

búsquedas para crecer y mejorar en todas las esferas de la vida social, política y cultural.

Otro punto que se puede deducir con todos los datos obtenidos de la encuestas es que gran parte de los encuestados concuerdan que las empresas que ofrecen productos de cuero en Cotacachi deberían promocionar sus productos y servicios a través de internet y permitir a sus clientes estar al tanto de las novedades e innovaciones. Este es el caso de Botas Sandoval, esta empresa es reconocida solo en el medio local por la calidad y garantías que tienen sus productos.

Se puede concluir también que a un gran porcentaje de los encuestados les gustaría recibir información en el buzón de correo electrónico de las novedades y promociones de los productos de Botas Sandoval.

4.2 RECOMENDACIONES.

De acuerdo a las conclusiones que nos ha permitido llegar esta investigación, se puede recomendar algunas acciones importantes a seguir.

Realizar el mantenimiento periódico del sitio web y el catálogo de productos online, para mantener la información fresca y actualizada con el objetivo de lograr que los visitantes al sitio mantengan el interés por la información allí ofrecida.

Elaborar una base de datos de correos electrónicos de clientes y potenciales clientes, ya que esta será el soporte principal de las campañas de marketing online a desarrollarse en el futuro.

Desarrollar una cultura de comunicación en línea entre la empresa y sus clientes para fortalecer la imagen corporativa y generar un ambiente de confianza y seguridad para los clientes.

Realizar una campaña de posicionamiento del sitio web, ya sea a través de Google Adwords, Facebook y mediante el apoyo en medios de

publicidad tradicionales como son las tarjetas de presentación, hojas volantes, papelería corporativa, etc.

La organización y disciplina de la identidad corporativa de la empresa permitirá el reconocimiento y posicionamiento de la empresa.

Desarrollar un Plan de Imagen corporativa para homogenizar tanto el uso de la tipografía, colores corporativos y la identidad corporativa en general.

Desarrollar estrategias de comunicación corporativa y un Plan de Negocios para el catálogo online.

Para el futuro se recomienda desarrollar un Plan de Marketing y Publicidad en online, con el fin de establecer metas a mediano y largo plazo que permitan potencializar esta importante herramienta publicitaria como es el sitio web institucional.

CAPITULO V

5. LA PROPUESTA.

5.1 TÍTULO.

“ESTUDIO DEL MARKETING ONLINE COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y DESARROLLO DEL SITIO WEB INSTITUCIONAL CON CATALOGO DE PRODUCTOS ONLINE DE LA FÁBRICA DE BOTAS DE CUERO “BOTAS SANDOVAL”, CON ACTUALIZACIÓN EN LINEA”

5.2 JUSTIFICACIÓN.

El desarrollo del sitio web corporativo y el catálogo de productos online es básicamente una necesidad urgente de la empresa “Botas Sandoval” para entrar al mundo de la comunicación global y a la vez poner a disposición de sus clientes toda la información actualizada y oportuna de sus productos y novedades.

Este sitio web corporativo estará orientado a dar a conocer la imagen de la empresa, la información de todos sus productos y a mejorar notablemente la comunicación entre la empresa y sus clientes.

Para la implementación de esta propuesta se utilizará básicamente software libre “open source” y algunas herramientas de software de diseño con licencia. El software libre fomenta la libre competencia al basarse en servicios y no en licencias; se puede encontrar soporte técnico en muchos sitios de internet.

Algunos de los software libres que utilizaremos son: Firefox, MAMP (conjunto de programas software comúnmente usados para desarrollar

sitios web dinámicos sobre sistemas operativos Apple Macintosh, MAC OS X), Joomla, Virtuemart, Filezilla, etc.

El software con licencia que utilizaremos son algunas herramientas de Adobe como son Photoshop, Dreamweaver, Fireworks, Bridge, Camera RAW.

Las principales características con que contará el sitio web y catálogo de productos online son:

- Información de la empresa, puntos de venta, contactos.
- Categorías de productos con imágenes, descripciones y características debidamente codificados.
- Facilidad para agregar, actualizar o eliminar productos y contenidos.
- Información textual y videos sobre temas de belleza.
- Sistema de publicidad mediante banners.
- Contador de visitas al sitio.
- Encuestas.
- Formulario de contacto, etc.

5.3 OBJETIVO.

Implementar una herramienta de marketing y publicidad online desarrollando un sitio web corporativo de la empresa “Botas Sandoval” y su catálogo de productos online.

5.4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

“Botas Sandoval” tiene una gran trayectoria en el ámbito productivo, ofreciendo a la ciudadanía de Cotacachi e Imbabura una excelente oferta de artículos de calzado elaborados en cuero, dirigidos a un mercado especialmente femenino, exclusivo, amantes de las botas de cuero. Actualmente esta empresa no cuenta con un portal web dinámico que

brinde manejo y despliegue de información de sus productos hacia sus potenciales clientes y la comunidad en general, además de realizar publicidad en línea.

5.4.1 DESCRIPCIÓN DEL SITIO WEB CORPORATIVO PROPUESTO.

El sitio web corporativo de la empresa “Botas Sandoval” nos permite la administración, gestión y organización de la información publicada y la comunicación corporativa a través de Internet.

La creación de un sitio web corporativo de la empresa permitirá aprovechar innumerables ventajas al estar visible en la red mediante este medio de gran crecimiento como es el internet.

Actualmente la presencia de cualquier empresa en la red Internet tiene un alto impacto positivo, lo cual hace cada vez más urgente y necesario adentrarse en el uso de estas nuevas herramientas. El sitio web corporativo es una herramienta que permite mejorar la productividad de la organización y fortalece los canales de comunicación entre los clientes y la empresa “Botas Sandoval”.

El sitio web corporativo de la empresa “Botas Sandoval” es una herramienta que se destaca por su flexibilidad, esto es, se adapta a todas las modificaciones que se requiriere en el sitio web de acuerdo a las necesidades de los clientes y la empresa.

El sitio web corporativo identifica, define y proyecta a la empresa. Es una muy buena herramienta de marketing y estrategia comercial para la empresa.

Esta propuesta permitirá a la empresa “Botas Sandoval” tener presencia en internet y promocionar sus productos a nivel global; acercándose a cada uno de sus actuales y potenciales clientes, rompiendo barreras de tiempo y distancia ya que con el sitio web corporativo y catálogo de

productos estarán presentes en cualquier lugar del mundo las 24 horas y los 365 días.

El sitio web corporativo y catálogo de productos online se convierte en su propio medio de promoción y fortalecimiento de la marca así como el principal canal de comunicación ágil y efectiva de la empresa.

5.4.2 DIAGRAMA DE FLUJO DE DATOS DEL SITIO WEB CORPORATIVO DE LA EMPRESA “BOTAS SANDOVAL”.

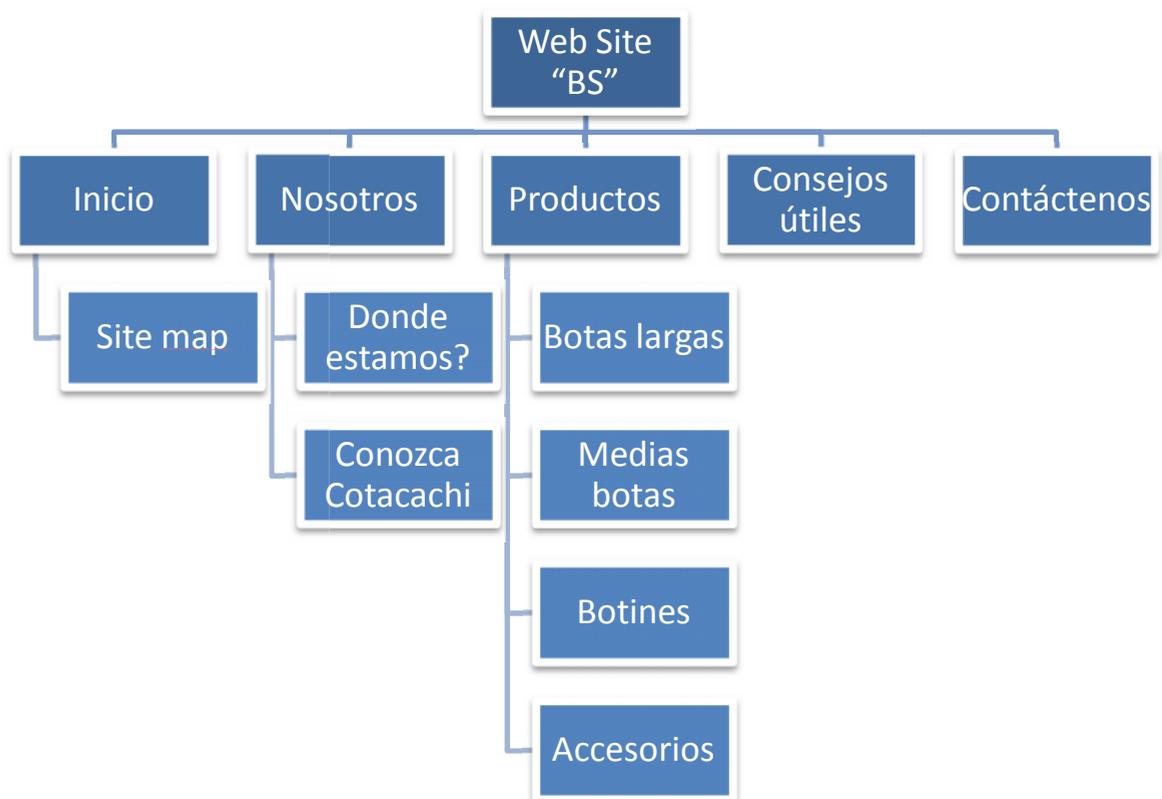


Imagen N°8.- Diagrama del sitio web de la empresa “Botas Sandoval”.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

5.4.3 REQUISITOS.

5.4.3.1 REQUISITOS DE HARDWARE.

- Computador Pentium IV o superior.
- Disco duro de 80 GB
- Memoria RAM de 1024 MB
- Procesador de 2.6 Ghz
- Conexión a internet
- Máquina servidor

5.4.3.2 REQUISITOS DE SOFTWARE.

Sistema operativo Windows XP S3, Vista, 2003 server o Linux para la máquina servidor.

Antes de descargar el software gestor de contenidos web, debe asegurarse que su servidor web cumpla los requisitos mínimos para utilizar Joomla, que son los siguientes:

- PHP
- MYSQL
- Apache

El software VirtueMart es una aplicación de Cesta de Compra basada en PHP para la venta de productos a través de internet.

Joomla puede utilizarse con los principales navegadores web, incluyendo a Firefox, Internet Explorer y Google Chrome.

5.4.3.3 DISEÑO GRAFICO.

- Adobe Creative CS4
 - Adobe Photoshop CS4
 - Adobe Illustrator CS4
 - Adobe Bridge
 - Camera RAW
- Dreamweaver

5.5 FOTOGRAFÍAS.

Para abordar una Producción podemos dividirla en dos grandes áreas: la parte artística y la parte de planificación. Ambas partes requieren de la creatividad de quien las aborde.

Pues para poder planificar se debe poner en acción una buena estrategia, lo cual requiere de la creatividad y flexibilidad, además de los conocimientos.

Cuando nos referimos a la planificación, por ejemplo, podemos pensar en optimizar la participación de los modelos no solo en el tiempo de intervención de los mismos, si no que en tener presente las capacidades de cada uno.

5.5.1 PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA.

Podemos relacionar la palabra “producir” con las siguientes acciones: hacer, originar, generar, fabricar, crear, construir, realizar, transformar, desarrollar.

Producir es la acción de generar algo. Este algo se convierte en nuestro objetivo. Este objetivo es lo que, en nuestro territorio, llamamos producción. Una campaña gráfica o una nota editorial son producciones fotográficas.

Producir una imagen es construir un mensaje, el cual será interpretado por un receptor.

5.5.2 COMUNICACIÓN VISUAL.

Teniendo presente que a través del lenguaje nos comunicamos, proponemos entonces abordar el concepto de lenguaje visual partiendo de la idea de que éste entra en acción no solo para comunicar un mensaje a través de una imagen producida, sino que también la comunicación entre los que participan en el desarrollo de la construcción de una imagen implica ponerlo en acción.

Comprender ambos aspectos del lenguaje visual es de suma importancia para un buen desarrollo integral.

5.5.3 COMPONENTES DE UNA PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA.

En una producción se integran diferentes componentes. Poder distinguirlos es de suma importancia, como así también lo es comprender el valor de la diversidad a la hora de “como” construir una imagen. Para lo cual debemos tomar conocimiento de la utilización y combinación de los diferentes componentes y elementos visuales.

Tener presente la pauta o concepto para la producción y realizar un análisis del target del público al cual va dirigida, nos sitúa en un apropiado punto de partida para comenzar a idear “como” vamos a construir la imagen.

COMPONENTES:

- Locación
- Escenografía

La locación y escenografía para realizar las fotografías de los productos con las modelos se las realizo en un estudio fotográfico. Las fotografías individuales de los productos se las realizo en la empresa “Botas Sandoval”, utilizando una caja de luz para fotografía de productos.

- Utilería
- Vestuario /Accesorios

El vestuario y accesorios utilizados en las fotografías de los productos con las modelos fueron propios de las modelos y otros obtenidos por gestión propia de los participantes en este proyecto. Las botas fueron suministradas por el gerente de la empresa para realizar esta sesión fotográfica.

La producción fotográfica de productos solos utilizó accesorios propios de la empresa.

- Maquillaje / Peinado

El maquillaje y peinados estuvieron a cargo de una profesional de la belleza. Se eligió maquillaje y peinados agresivos, para poder tener fotos con mayor expresividad y cumplir con el objetivo trazado.

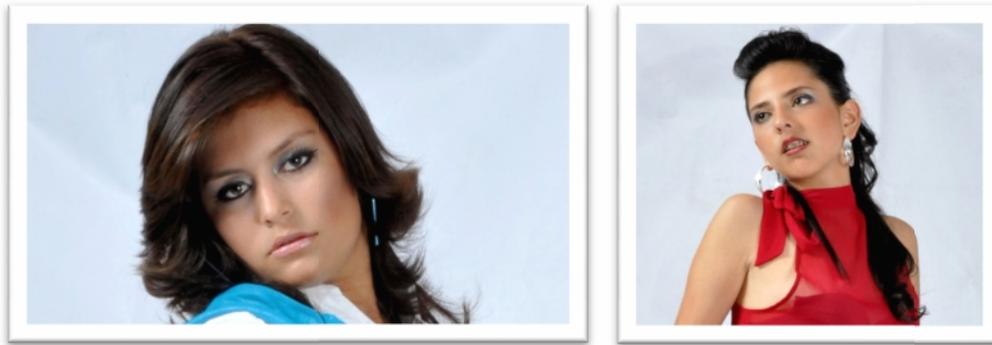


Imagen N°9.- Maquillaje / Peinado.

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

5.5.4 ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN.

- Pre-producción,
- Producción
- Postproducción.

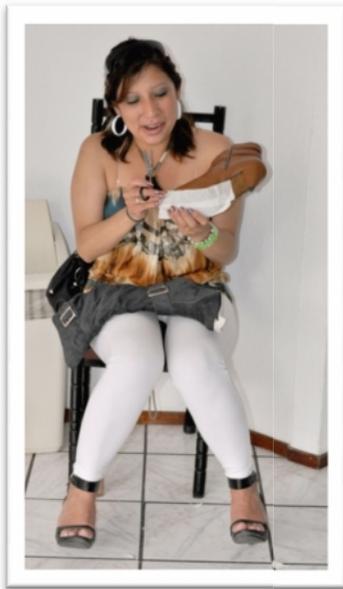
5.5.4.1 PRIMERA ETAPA: PRE-PRODUCCIÓN.

La pre-producción es la etapa previa a la sesión fotográfica y está considerada como la más importante de la producción ya que en esta se lleva a cabo la logística y planificación para abordar el desarrollo de la sesión fotográfica. Dependiendo de la complejidad del mismo se determinará cuál es el tiempo necesario no solo para el desarrollo total de la sesión fotográfica, sino que también para el desarrollo de la etapa de pre-producción y las posteriores etapas.

En esta etapa, como su nombre lo indica, se desarrollan todas las tareas previas, de anterioridad y/o prioridad.

- Creación del plan de producción, planificación y Logística
- Contratación de modelos
- Búsqueda de locaciones
- Realización de la Escenografía

- Alquiler o compra de Utilería / Accesorios
- Prueba de vestuario
- Reuniones de pre-producción



Imágenes N°10.- EtapaPre-producción

Elaboración: Anita Sánchez y Edwin Guevara.

5.5.4.2 SEGUNDA ETAPA: PRODUCCIÓN.

La Producción es el momento de la realización de la sesión fotográfica, el resultado de todo lo planeado en la pre-producción. Es el momento de acción: “Aquí y Ahora”.

- Revisar el vestuario y los accesorios.
- Seguimiento y chequeo de cada área (iluminación,escenografía, utilería, ambientación,maquillaje y peinado de modelos).
- Solucionar imprevistos.
- Organizar el desarme en locación.

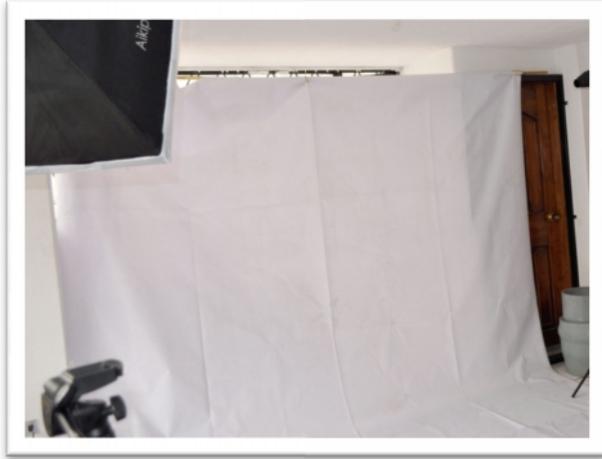


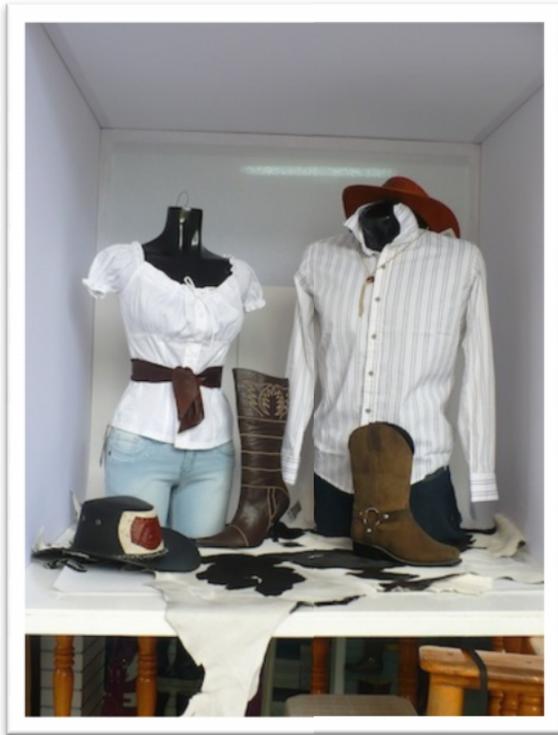
Imagen N°11.- Estudio fotográfico

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara



Imagen N°12.- Caja de luz

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara



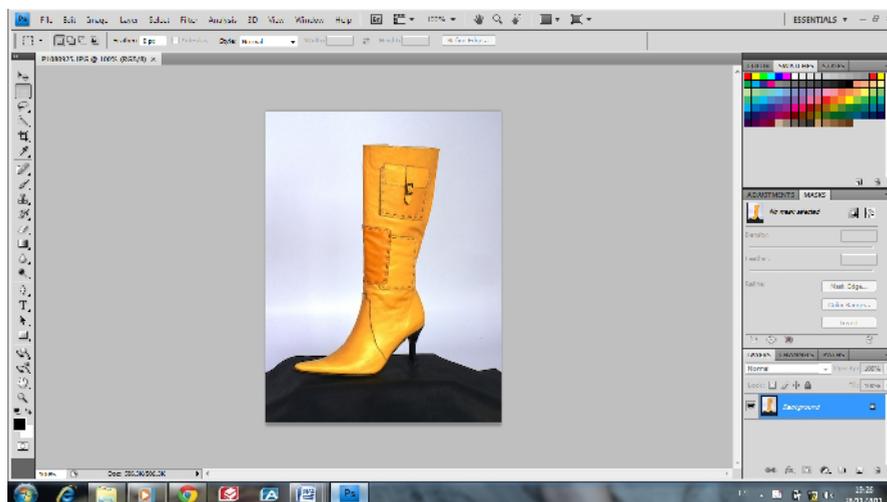
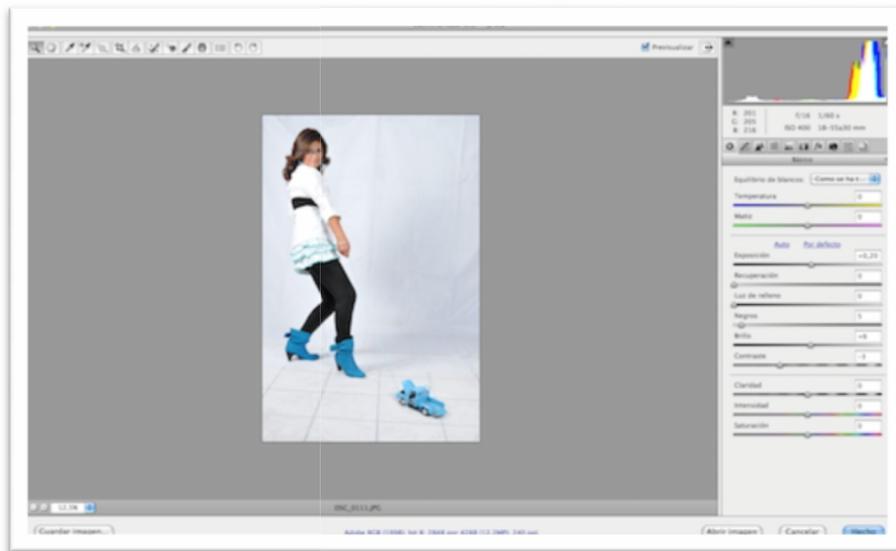
Imágenes N°13.- EtapaProducción

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

5.5.4.3 TERCERA ETAPA: POST-PRODUCCIÓN.

Es un momento importante ya que aquí se hace el balance y se ve el resultado total del trabajo.

- Edición Fotográfica
- Rendición de gastos
- Pagos



ImágenesN°14.- EtapaPost-producción

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

5.6 LA CÁMARA FOTOGRÁFICA.

Una cámara fotográfica es un dispositivo encargado de recoger un haz de luz proveniente de un objeto y proyectarlo sobre una película impregnada de una sustancia fotosensible, de forma que sobre cada punto de la película incida la luz proveniente de un cono visual tan estrecho como sea posible. Es decir, la cámara debe formar una imagen real sobre la película de todos los objetos de su campo de visión.

5.6.1 PROPIEDADES DE LAS FOTOGRAFÍAS.

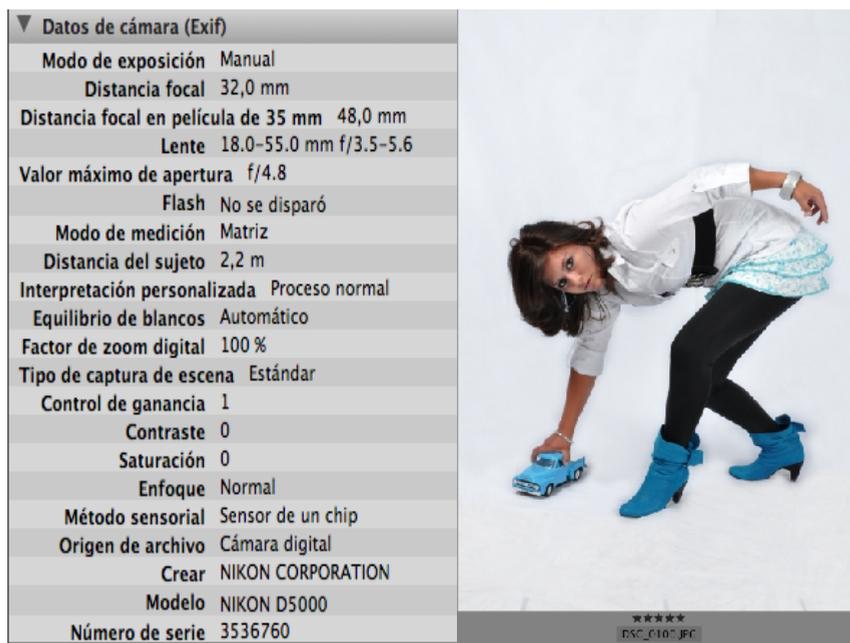


Imagen N°15.- Propiedades de la fotografía

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

5.6.2 CÁMARA UTILIZADA NIKKON D5000

La cámara que se utilizó en desarrollo de la sesión fotográfica, fue la Nikon D5000 con un lente 18-55mm que se ajustó a las necesidades de nuestro proyecto.



Imagen N°16.- Cámara Nikon D5000

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

5.6.3 PARTES DE LA CÁMARA FOTOGRÁFICA.



Imagen N°17.- Partes de la cámara.

Fuente: Manual de fotografía digital

1. Objetivo frontal
2. Porta-lentes
3. Diafragma

4. Obturador
5. Película
6. Disparador
7. Pantalla superior de control
8. Anillo de enfoque
9. Visor
10. Recorrido de la luz de la escena

5.6.3 CARACTERÍSTICAS DE LA CÁMARA.

- Pantalla LCD
- Posee modo de cambiar su ajuste en la pantalla LCD
- Posee un punto de conexión para un trípode
- Permite ver lo que vas a retratar en la pantalla en tiempo real
- Utiliza disco de memoria tipo SD, compact flash, MemoryStick
- Posee zoom óptico.
- Posee un zapato para un dispositivo de iluminación – flash
- Habilidad de control para hacer fotos blanco y negro
- Modo operacional de apertura prioritaria
- Modo operacional de velocidad prioritaria
- Habilidad de capturar fotos en formato JPEG, TIFF o RAW
- Habilidad para disparar con cronómetro
- Posee la habilidad para ajustar ISO

5.7 LA LUZ.

La importancia de la luz es tal, que sin ésta sería imposible tomar una fotografía, del mismo modo que sin óleo no se puede pintar un lienzo, o sin la tinta de un bolígrafo no se puede escribir una carta.

Y no sólo la ausencia de luz evita que se tome una fotografía, sino que una cantidad de luz insuficiente o con escasa intensidad hace necesario

el uso de elementos artificiales como flashes o esquemas de iluminación más elaborados. Todo ello porque el primer elemento clave, y probablemente el más importante, para poder obtener una fotografía de calidad es, sin duda, la luz.

La luz que se utilizó en sesión fotográfica con los modelos con productos fue una luz artificial, la cual nos permitió tener fotografías con alta calidad.

En las fotografías de los productos se utiliza luz natural.

En las fotografías se trabajó con diferentes ángulos del rostro de los modelos, productos y posturas del cuerpo.

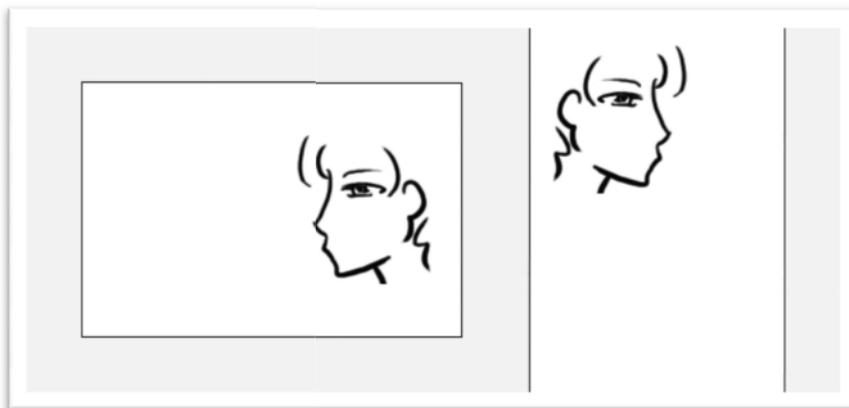


Imagen N°18.- Miradas

Fuente: Manual de fotografía digital.

5.8 DISEÑO DEL DESARROLLO DEL SITIO WEB.

El desarrollo del sitio web consiste de diferentes etapas las cuales son:

5.8.1 FASE DE PLANIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS

La planificación tiene como objetivo la definición de cada uno de los requisitos o proceso que se va a llevar a cabo con la creación del sitio web.

5.8.2 FASE DE ANÁLISIS Y DISEÑO

Durante esta fase se identificó, diseñó y especificó la forma de cada uno de los componentes del sitio web.

Esta fase se realizó casi en forma paralela a la fase de construcción.

5.8.3 FASE DE CONSTRUCCIÓN

Durante esta fase se elaboraron prototipos de los diferentes componentes del sitio web y se construyo el sitio web y catalogo de productos en línea basándonos en la información de las fases anteriores.

5.8.4 PRUEBAS Y RESULTADOS

Para garantizar el correcto funcionamiento del sitio web se realizaron pruebas de validación tanto en la interfaz como en el funcionamiento de los links.

5.8.5 ESTRUCTURA DEL SITIO WEB.

Los menús que identificaremos para el sitio web corporativo de la empresa “Botas Sandoval” son los siguientes:

Inicio, está conformado por la página de inicio o la pagina principal donde estará información de los productos, ultimas actualizaciones de sitio web, banners, encuestas, contador de visitas en línea, link a información de la empresa y link a tips de belleza.

Botas Sandoval

Solo para ti...

[INICIO](#) [NOSOTROS](#) [PRODUCTOS](#) [CONSEJOS ÚTILES](#) [CONTACTENOS](#)

Solo déjate llevar...



vive tus emociones...

Categorías


[Botas largas](#)


[Medias botas](#)


[Botines](#)


[Accesorios](#)

Novedades y consejos

Tipos y problemas de piel

Estas son algunas de las características y problemas de cada color de piel más comunes. Piel negra En general la piel...

[Leer más...](#)

Maquillaje de labios

Aprende los secretos del maquillaje de labios, paso a paso. Kf5X7FQa2Dg

[Leer más...](#)

Maquillaje de ojos paso a paso

Aprende los secretos del maquillaje de ojos, paso a paso. hDio4Vx237w

[Leer más...](#)

Cuida tus pies

Los pies son sin duda una de las partes más importantes de nuestro cuerpo; no sólo cargan el peso diario de todo nuestro...

[Leer más...](#)

Anuncios



Accesorios

Puntos de venta


[Sucursal #1](#)


[Sucursal #2](#)


[Sucursal #3](#)


[Fábrica](#)

Consejos de belleza



Cuida tus pies



Trucos de maquillaje



Visitas

000072	
Hoy	11
Ayer	4
Esta semana	24
Semana Anterior	48
Este mes	72
Mes anterior	0
Todas	72

Hoy es: Nov 25, 2011

CATEGORIAS DE PRODUCTOS

Accesorios 

Botines 

Media-bota 

Bota-larga 

Copyright © 2011 - 2011 Botas Sandoval. All rights reserved. Diseño: Guayana-Sanchez.

Imagen N°19.- Pantalla principal del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Nosotros, permite al usuario conocer sobre la empresa “Botas Sandoval”, por ejemplo la dirección de sus puntos de venta, antecedentes, forma de trabajo, misión y visión, imágenes de la empresa.

Nuestra Misión
 "Ofrecer una amplia línea de botas fabricadas en cuero tanto para damas, caballeros y niños, proporcionando productos confortables, precios razonables y de óptima calidad; con una clara orientación y servicio al mercado, generar rentabilidad económica para sus accionistas."

Nuestra Visión
 Convertimos en la cadena comercial más importante del país en la producción y comercialización de botas elaboradas en cuero; de una manera eficiente y rentable; cultivando la fidelidad de nuestros clientes y actuando responsablemente con la sociedad.

Objetivos Institucionales

- Mejorar continuamente la calidad y reducir los costos de producción hasta sus niveles óptimos; logrando una capacidad de producción competitiva, aprovechando eficientemente los recursos productivos y con un adecuado manejo del recurso humano.
- Establecer procesos adecuados de comercialización con un enfoque hacia la satisfacción de las necesidades del cliente, a fin de lograr una expansión sólida y rentable.
- Administrar eficaz y eficientemente los recursos de la empresa a fin de obtener un flujo de operaciones adecuado tanto en producción como en comercialización, sustentados en nuestros principios y valores, talento humano, experiencia, innovación y tecnología, para satisfacer a nuestros clientes y accionistas.

Nuestra Misión
 Nuestra Misión "Ofrecer una amplia línea de botas fabricadas en cuero tanto para damas, caballeros y niños, proporcionando productos confortables, precios razonables y de óptima calidad; con una clara orientación y servicio al mercado, generar rentabilidad económica para sus accionistas."...

LEER MÁS ➤

ImagenN°20.- Pantalla Misión y Visión de la empresa “Botas Sandoval”

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Donde estamos?

Donde estamos?

Nuestra fábrica se encuentra ubicada en el cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, Barrio San Francisco.

DIRECCIÓN.- Fábrica Almacén – Calle: Imbabura 10-10 y Rocafuerte

- Sucursal 1 – Bolívar y 10 de Agosto
- Sucursal 2 – 10 de Agosto 10-65 y Pedro Moncayo
- Sucursal 3 – Rocafuerte y 10 de Agosto

TELÉFONO.- (593) 062 915 763

Mapa guía: Quito- Cotacachi

Nuestros locales:

- Fábrica Almacén – Calle: Imbabura 10-10 y Rocafuerte
- Sucursal 1 - Bolívar y 10 de Agosto
- Sucursal 2 - 10 de Agosto 10-65 y Pedro Moncayo
- Sucursal 3 - Alentequil.

TELE. (593) 062 915 763

ImagenN°21.- Pantalla del mapa de ubicación de la empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Conozca Cotacachi

Conozca Cotacachi

Santa Ana de Cotacachi

La ciudad y el cantón llevan el nombre del majestuoso volcán Cotacachi. En la época colonial Fray Pedro de la Peña, proyecta la creación de un nuevo cantón, este acometido se materializa en 1.824 año en el que territorio de Cotacachi es elevado a la categoría de cantón por Simón Bolívar, y finalmente el 6 de julio de 1.861 se logra la cantonización, iniciando así, su vida política administrativa con el nombre de Santa Ana de Cotacachi.



Es el cantón más extenso de la provincia de Imbabura, sintéticamente este paraje nos resume el valor del pueblo indígena que lo habita, producto del asentamiento de tribus nómadas que arribaron centenares o millares de años antes de la conquista española.

Villa apacible de tierras fértiles, prados y campiñas, asentada en las faldas del Cotacachi, ciudad encantadora que Fray Pedro de la Peña la había escogido para fundarla.

Considerada la Capital Musical del Ecuador por la afición que expresa su pueblo por la música; denominada etimológicamente como CASTILLO DE LUZ, por la fusión de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales.

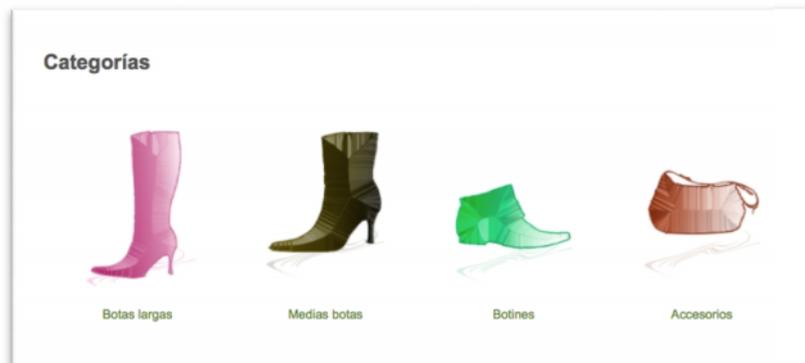
El Cantón Cotacachi está ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, es el cantón más extenso de los seis que conforman la Provincia con una superficie de 1809 km2 aproximadamente. Limita al norte con el Cantón Urcuquí; al sur con el Cantón Otavalo y la Provincia de Pichincha; al este con el Cantón Antonio Ante y al oeste con la Provincia de Esmeraldas. En el territorio subtropical de Cotacachi, al suroeste del Cantón, en la convergencia de las Provincias de Esmeraldas e Imbabura, existe una zona no delimitada denominado Recinto "Las Golondrinas".

Su diversidad geográfica y cultural le ha convertido a Cotacachi en uno de las principales atracciones turísticas del Ecuador continental. Además es mundialmente conocido por la producción y comercialización de los artículos de cuero.

ImagenN°22.- Pantalla información del cantón Cotacachi.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

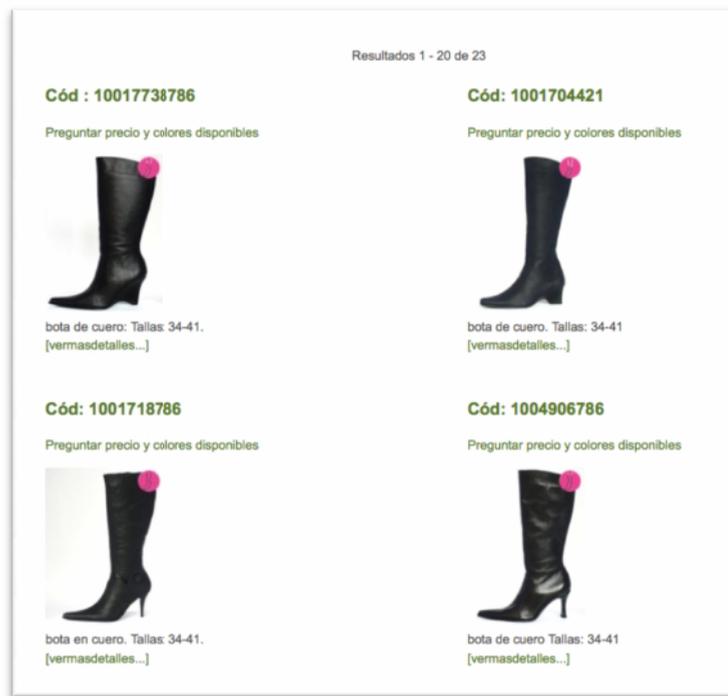
Productos, permite visualizar el catalogo de los productos en línea mostrando las categorías disponibles.



ImagenN°23.- Links categoría de productos de la empresa “Botas Sandoval”

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Al Hacer clic en una de las categorías se mostrará los productos correspondientes a dicha categoría.



ImagenN°24.- Catalogo de productos de la empresa “Botas Sandoval”

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Consejos útiles, el usuario podrá obtener consejos utilices sobre belleza.



ImagenN°25.- Links a consejos útiles de belleza.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Contáctenos, permite tener una comunicación entre los potenciales clientes y la empresa mediante un correo electrónico.

Principal
Botas Sandoval
 Departamento de Ventas

Dirección: Fábrica Almacén:
 Imbabura 10-10 y Rocafuerte

Sucursal 1 :
 Bolívar y 10 de Agosto

Sucursal 2 :
 10 de Agosto 10-65 y Pedro Moncayo

Sucursal 3 :
 Rocafuerte y 10 de Agosto

Cotacachi
 Imbabura
 Ecuador

Teléfono: (593) 062 915 763
 Fax: (593) 062 915 763

Contact form (*) Fields required

Escriba su nombre y apellidos:
 Nombre

Dirección de e-mail (*):
 email@email.com

Tema del mensaje:
 Mensaje

Escriba su mensaje (*):
 Mensaje aquí...]

Enviar una copia de este mensaje a su propio E-mail

Enviar ➤ Reset ➤

ImagenN°26.- Formulario de contacto del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

También nuestro sitio web tendrá banner que permitirán publicitar los diferentes productos que tiene la empresa “Botas Sandoval”.

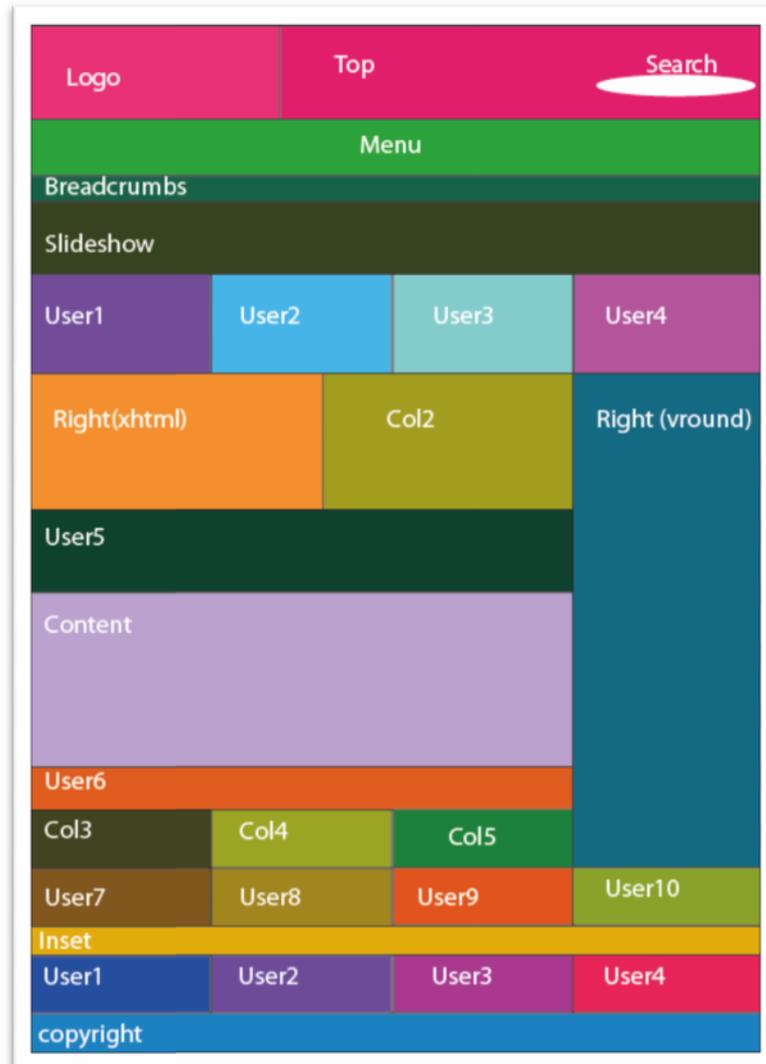


Imágenes N°27.- Banners

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

5.8.6 PLANTILLAS.

La plantilla o template que usamos es “JV Atten” por su diseño y espacios muy flexibles que se acoplan perfectamente a nuestra propuesta inicial que es la siguiente.



ImagenN°28.- Retícula del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

5.8.7 DISEÑO DE LA PÁGINA DE INICIO.

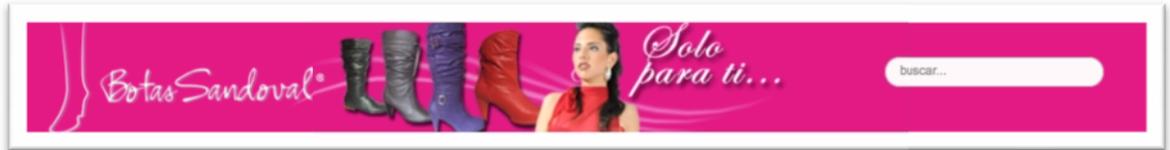


ImagenN°29.- Pantalla inicio del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

5.8.7.1 DESCRIPCIONES DE LA PÁGINA DE INICIO.

5.8.7.1.1 LOGO-HEADER.



ImagenN°30.- Header del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

El logotipo está definido por la silueta de una bota, representa la actividad a la que se dedica la empresa. El logo que se utilizó es el que la empresa lo utiliza como parte de su imagen corporativa, el cual está compuesto por los colores institucionales (magenta y blanco).

5.8.7.1.2 CROMÁTICA DEL LOGO DE LA EMPRESA

MAGENTA:

Para las impresiones de banner y otras publicidades:

C	0%
M	94%
Y	0%
K	0%

Para el sitio web y catalogo de productos en línea:

R	252
G	42
B	149

BLANCO:

Para las impresiones de banner y otras publicidades:

C	0%
M	0%
Y	0%
K	0%

Para el sitio web y catalogo de productos en línea:

R	255
G	255
B	255



ImagenN°31.- Logotipo de la empresa “Botas Sandoval”

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

El color magenta sugiere abundancia, sofisticación, inteligencia, espiritualidad, religiosidad, dignidad, tranquilidad, misterio, aristocracia y pasión.

También hace relación a la feminidad, ya que los productos de la empresa “Botas Sandoval” están dirigidos a un mercado especialmente femenino, exclusivo, amantes de las botas de cuero.

En la mayoría de los casos el blanco se considera como un fondo neutro de contraste para los otros colores, incluso cuando se utiliza en menor proporción, son los colores que transmiten la mayoría del significado en un diseño.

Se usa el color blanco para significar la pureza, limpieza o la suavidad. El blanco es el fondo universal de la comunicación gráfica.

En la pantalla, el color blanco se produce enfocando en los puntos de pantalla los tres cañones de color a la máxima intensidad. Es un color fundamental en diseño, ya que, además de usarse como color

contraste para los elementos gráficos y textuales, también define normalmente los espacios vacíos de la composición o página web.

5.8.7.1.3 TIPOGRAFIA.

Actualmente la tipografía corporativa no está definida, ya que la que se usa como parte del logotipo proviene de un gráfico que a su vez partió de una tipografía desconocida y que poco a poco fue modificada hasta quedar en la forma actual. Para los contenidos de la pagina web se usó la tipografía de la familia : font-family: Arial, Tahoma, Helvetica, sans-serif.

A

Texto de prueba Arial

ImagenN°32.- Ejemplo de tipografía utilizada en el sitio web.

5.8.7.1.4 BUSCADOR.



ImagenN°33.- Buscador interno del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Este buscador permite encontrar información dentro de sitio web de la empresa “Botas Sandoval”.

5.8.7.1.5 MENÚ PRINCIPAL.



ImagenN°34.- Menú principal del sitio web de la Empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

En el menú principal se utilizó colores como el verde y el café que son utilizados como colores complementarios dentro de los locales de la empresa. El verde significa equilibrio, armonía y estabilidad. El color café representa la salubridad, constancia, la sencillez, la amabilidad. Fomenta la confianza y la seguridad. En ocasiones sustituye al negro cuando se quiere ofrecer una sensación más cálida.

VERDE:

Para las impresiones de banner y otras publicidades:

C	73%
M	36%
Y	93%
K	1%

Para el sitio web y catálogo de productos en línea:

R	96
G	136
B	60

CAFE:

Para las impresiones de banner y otras publicidades:

C	57%
M	72%
Y	78%
K	21%

Para el sitio web y catalogo de productos en línea:

R	112
G	80
B	59

Además, se utiliza un rectángulo para contener al menú principal. El rectángulo se le asocia con ideas de firmeza, permanencia, honestidad, rectitud, esmero y equilibrio.

El menú principal presenta las siguientes opciones en el sitio web de la empresa “Botas Sandoval”:

- Inicio
- Nosotros
- Productos
- Consejos útiles
- Contáctenos

En la página de inicio permitirá conocer algunos servicios que brinda la institución a través de íconos de imágenes. Mostrará información acerca de la las categorías de productos. Además tendremos encuestas y un contador de visitas en línea, información acerca de la empresa.

5.8.7.1.6 ACCESO A LAS CATEGORÍA DE LOS PRODUCTOS.

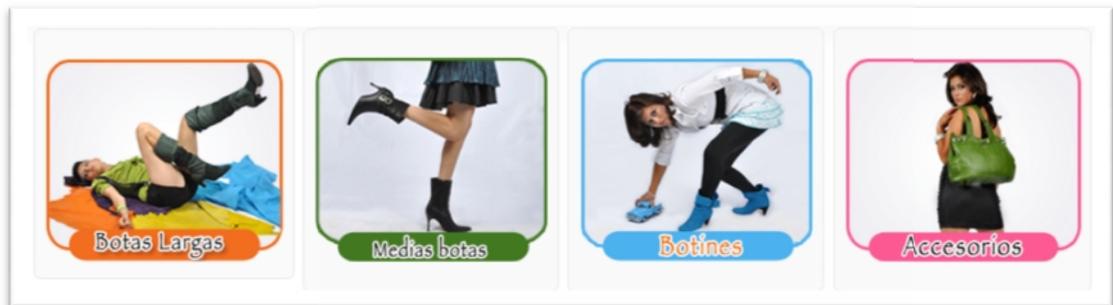


Imagen N°35.- Links a tipos de productos

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Nos permitirá poder acceder a cada una de las categorías de los productos que ofrece la empresa “Botas Sandoval”. Las categorías son las siguientes:

- Botas largas
- Medias botas
- Botines
- Accesorios

5.8.7.1.7 INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA.

En esta sección se presenta un mapa donde se encuentran los punto de venta y el local principal, además de información general de la empresa de “Botas Sandoval”.

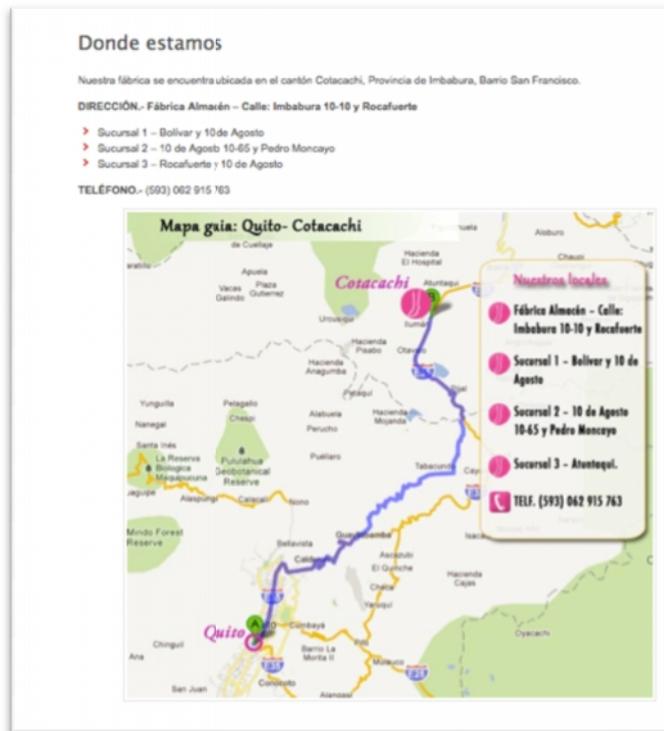


Imagen N°36.- Pantallade ubicación de puntos de venta de la empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

5.8.7.1.8 ICONOS PARA ACCEDER A LOS PRODUCTOS.

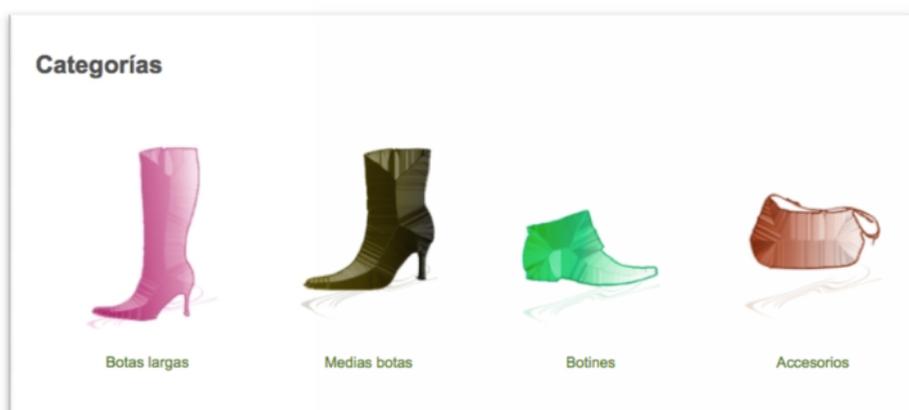


Imagen N°37.- Pantalla acceso a categorías de productos

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Estos íconos permiten acceder a cada una de las categorías de productos que se ofrecen a través de la página web.

5.8.7.1.9 NOVEDADES Y CONSEJOS.



Imagen N°38.- Novedades y consejos de belleza

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

En esta sección se podrá visualizar novedades y consejos relacionados con la moda, maquillaje, cuidado de los pies y la piel, así como información complementaria y de interés para la mujer.

5.8.7.1.10 ENCUESTAS.



Imagen N°39.- Encuesta online

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Aquí podremos realizar preguntas de diferentes temas de interés para la empresa, a los usuarios que visiten el sitio web de la empresa “Botas Sandoval”

5.8.7.1.11 VISITAS EN LÍNEAS.



Imagen N°40.- Contador de visitas

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

En esta sección podremos ver cuántas visitas tiene el sitio web de la empresa, clasificados por día, semana, mes y total.

5.8.7.1.12 ACCESOS SOBRE CONSEJOS ÚTILES DE BELLEZA.



Imagen N°41.- Pantalla enlace a los consejos de belleza

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Esta sección es el valor agregado que le damos al sitio web de la empresa “Botas Sandoval”. Aquí se publicara consejos de belleza en

línea, cuidado de los pies, la piel y trucos de maquillaje. Esta información tendrá relación siempre con los productos que ofrece la empresa.

5.8.7.1.13 PUNTOS DE VENTA.

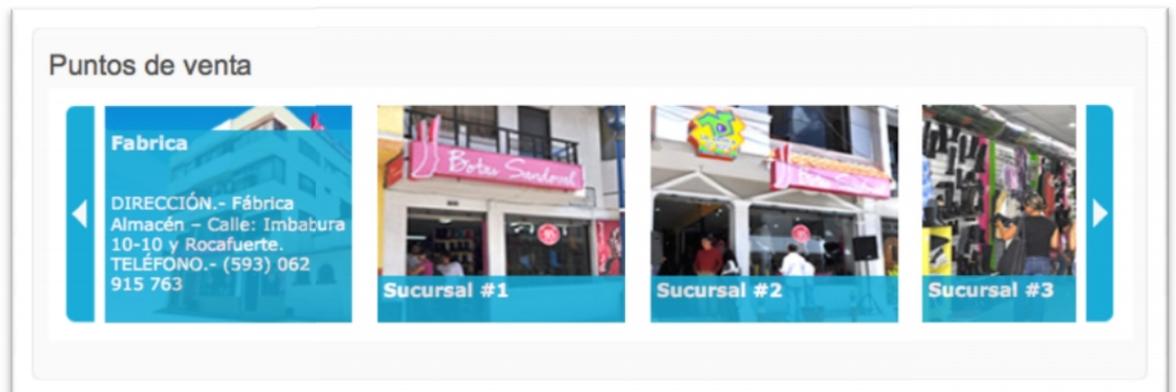


Imagen N°42.- Pantalla puntos de venta de la empresa “Botas Sandoval”.

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara

Contendrá imágenes de los diferentes puntos de venta, además de las direcciones.

5.8.7.1.14 OTROS BANNERS.





ImágenesN°43.- Banners del sitio web de la Empresa "Botas Sandoval".

Elaborado: Anita Sánchez y Edwin Guevara



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACION A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACION DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CEDULA DE IDENTIDAD:	1002720918		
APELLIDOS Y NOMBRES:	GUEVARA AYALA EDWIN RICARDO		
DIRECCION:	PARROQUIA SEIS DE JULIO DE CUELLAJE		
EMAIL:	richitog@gmail.com		
TELEFONO FIJO:	062 648 627	TELEFONO MOVIL	093466701

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	"ESTUDIO DEL MARKETING ONLINE COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y DESARROLLO DEL SITIO WEB INSTITUCIONAL CON CATALOGO DE PRODUCTOS ONLINE DE LA FÁBRICA DE BOTAS DE CUERO "BOTAS SANDOVAL", CON ACTUALIZACIÓN EN LINEA"
AUTOR(ES):	Sánchez González Ana Elizabeth Guevara Ayala Edwin Ricardo
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO:	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE	LICENCIADO EN DISEÑO Y PUBLICIDAD

OPTA:	
ASESOR/DIRECTOR:	Dr. Raimundo López

2. AUTORIZACION DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Guevara Ayala Edwin Ricardo, con cédula de identidad Nro. 1002720918, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

El Autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 14 días del mes de marzo de 2012.

EL AUTOR:

ACEPTACION

(Firma)(Firma)

Nombre: Guevara Ayala Edwin Ricardo. Nombre:
 C.C: Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario



CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

Yo, Guevara Ayala Edwin Ricardo, con cédula de identidad Nro. 1002720918, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5,6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DEL MARKETING ONLINE COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y DESARROLLO DEL SITIO WEB INSTITUCIONAL CON CATALOGO DE PRODUCTOS ONLINE DE LA FÁBRICA DE BOTAS DE CUERO “BOTAS SANDOVAL”, CON ACTUALIZACIÓN EN LINEA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de LICENCIADO EN DISEÑO Y PUBLICIDAD en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital de la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)
Nombre: Guevara Ayala Edwin Ricardo.
C.C:

Ibarra, a los 14 días del mes de marzo de 2012.



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACION A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACION DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CEDULA DE IDENTIDAD:	1714781752		
APELLIDOS Y NOMBRES:	SÁNCHEZ GONZALEZ ANA ELIZABETH		
DIRECCION:	CAYAMBE CALLE JUNIN E339 Y CUBA		
EMAIL:	aniaesg@yahoo.es		
TELEFONO FIJO:	022185516	TELEFONO MOVIL	080920447

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	“ESTUDIO DEL MARKETING ONLINE COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y DESARROLLO DEL SITIO WEB INSTITUCIONAL CON CATALOGO DE PRODUCTOS ONLINE DE LA FÁBRICA DE BOTAS DE CUERO “BOTAS SANDOVAL”, CON ACTUALIZACIÓN EN LINEA”
AUTOR(ES):	Sánchez González Ana Elizabeth Guevara Ayala Edwin Ricardo
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO:	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE	LICENCIADO EN DISEÑO Y PUBLICIDAD

OPTA:	
ASESOR/DIRECTOR:	Dr. Raimundo López

2. AUTORIZACION DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Sánchez González Ana Elizabeth, con cédula de identidad Nro. 1714781752, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

El Autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 14 días del mes de marzo de 2012.

EL AUTOR:

ACEPTACION

(Firma)

(Firma)

Nombre: Sánchez González Ana Elizabeth. Nombre:
 C.C:1714781752 Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario



CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

Yo, Sánchez González Ana Elizabeth, con cédula de identidad Nro. 1714781752, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5,6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DEL MARKETING ONLINE COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y DESARROLLO DEL SITIO WEB INSTITUCIONAL CON CATALOGO DE PRODUCTOS ONLINE DE LA FÁBRICA DE BOTAS DE CUERO “BOTAS SANDOVAL”, CON ACTUALIZACIÓN EN LINEA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de LICENCIADO EN DISEÑO Y PUBLICIDAD en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital de la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)
Nombre: Sánchez González Ana Elizabeth.
C.C: 1714781752

Ibarra, a los 14 días del mes de marzo de 2012.