

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE CIENCIAS DE LA INGENIERIA Y

APLICADAS



**ESPECIALIDAD DE INGENIERIA EN INFORMÁTICA Y SISTEMAS
COMPUTACIONALES**

TEMA:

**“ DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA
EMPRESA**

ORCOIN S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN INFORMÁTICA Y SISTEMAS COMPUTACIONALES
OTORGADO POR LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

DIRECTOR: Dr. Marcelo Bautista

POSTULANTE: MASGUEL GREGORIO ROMÁN POVEDA

Latacunga - Ecuador

2008

AUTORIA

Yo, Masguel Gregorio Román Poveda, declaro que el contenido de la presente Tesis de Grado, es fruto de mi esfuerzo, responsabilidad y disciplina, logrando que los objetivos propuestos se culminen con éxito.

Atentamente,

Mrg.

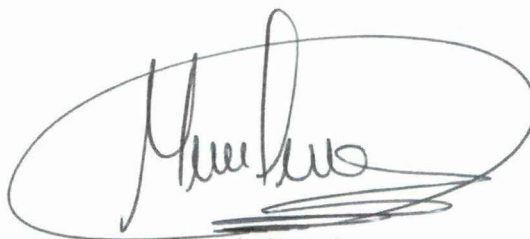
Román Poveda Masguel Gregorio
C.I. 091909360-9

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En mi carácter de Director de Tesis presentada por el señor Masguel Gregorio Román Poveda, egresado de la Carrera de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas, previa la obtención del Título de Ingeniero en Informática y Sistemas Computacionales, cuyo tema es "**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA EMPRESA ORCOIN S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**".

Considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador.

En la ciudad de Latacunga, a los diez días del mes de junio del 2008.

A handwritten signature in black ink, enclosed within a large, hand-drawn oval. The signature is cursive and appears to read 'Marcelo Bautista'.

Dr. Marcelo Bautista.

DIRECTOR DE TESIS.



CERTIFICACIÓN.

En mi carácter de Secretaria del Departamento Administrativo de ORCOIN S.A., doy fiel testimonio que el señor Masguel Gregorio Román Poveda, egresado de la Carrera de Ciencias de la Ingeniería y Aplicada, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Informática y Sistemas Computacionales, realizó el " DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA EMPRESA ORCOIN S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL", el mismo que fue recibido y a la vez se constató su correcto funcionamiento.

El mencionado egresado puede hacer uso del presente de acuerdo en las instancias que considere pertinentes.

En la ciudad de Guayaquil, a los cuatro días del mes de Junio del dos mil ocho.

Atentamente,

ORCOIN S.A.
RUC: 0991511628001

Srta. Magali Domínguez
DPTO. ADMINISTRATIVO
C.I 0919138594

Quito, 23 de junio de 2008

CERTIFICACIÓN

CAMBRIDGE SCHOOL OF LANGUAGES certifica que a pedido del señor Masguel Gregorio Román Poveda, se ha realizado la traducción de Español a Inglés correspondiente al documento de nombre “Resumen del tema de tesis: DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA LA EMPRESA ORCOIN” . Esta traducción está certificada por nuestra institución, y se la ha entregado al solicitante el 23 de junio del presente.



Diana Trujillo Martínez BS.
ACADEMIC DIRECTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica de Cotopaxi, por la valiosa oportunidad que me brindó al dejarme preparar como persona, como profesional dentro de sus aulas.

Agradezco también al Dr. Marcelo Bautista por la generosidad de su guía y sus conocimientos compartidos.

DEDICATORIA

Este trabajo dedico al esfuerzo y comprensión de mi madre, a su abnegada dedicación y su gran amor.

A las memorias de mis tías, que dejaron en mi un ejemplo de lucha y cuyo inmenso cariño me incentivo siempre.

... A Dios... que durante toda mi vida sentí sus bendiciones.

INDICE GENERAL

Portada.....	i
Autoría.....	ii
Aval del Director.....	iii
Certificación.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice General.....	vii
Índice de Figuras.....	xi
Índice de Gráficos.....	xii
Índice de Tablas.....	xiv
Resumen.....	xviii
Summary.....	xx
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

CONCEPTOS Y FUNDAMENTOS

BÁSICOS.....	3
1.1 Generalidades de la Empresa ORCOIN S.A.....	3
1.1.1. Misión.....	3
1.1.2. Visión.....	3
1.1.3. Organigrama Estructural.....	4
1.2. Internet.....	4
1.2.1. Definición e Importancia.....	4
1.2.2. Medios de conexión a Internet.....	5
1.2.2.1. RTC.....	5
1.2.2.2. RDS.....	6
1.2.2.3. ADSL.....	6
1.2.2.4. Cable MODEM.....	8
1.2.2.5. Vía Satélite.....	8
1.2.2.6. Wíreless.....	9
1.2.2.6.1. Punto de acceso (AP).....	9
1.2.2.6.2. Dispositivos clientes.....	10
1.2.2.7. LMDS.....	10
1.2.3. Protocolo TCP/IP.....	11
1.2.4. Direcciones IP y Nombres de Dominio.....	12
1.2.5. World Wide Web.....	12
1.2.5.1. Definición de la WWW.....	12
1.2.5.2. Diseño Web.....	13
1.2.5.2.1. Tipografía.....	13
1.2.5.2.2. Textura de fondo.....	13

1.2.5.2.3. Imágenes.....	13
1.2.5.2.4. Diseño monótono.....	13
1.2.5.2.5. Coherencia visual.....	14
1.2.5.3. Navegadores que se utilizan.....	14
1.2.5.4. Mapas de navegación.....	15
1.2.5.4.1. Lineal.....	15
1.2.5.4.1.1. Lineal Básica.....	15
1.2.5.4.1.2. Lineal con alternativas.....	16
1.2.5.4.1.3. Lineal con Opciones.....	16
1.2.5.4.1.4. Lineal con Caminos Laterales.....	17
1.2.5.4.2. Rejilla.....	17
1.2.5.4.3. Jerarquía.....	18
1.2.5.4.3.1. Árboles Estrechos.....	18
1.2.5.4.3.2. Árboles Anchos.....	19
1.2.5.4.4. Malla Completa.....	19
1.2.5.5. Marketing Web.....	20
1.2.5.5.1. Promoción On-line.....	20
1.2.5.5.2. Promoción Off-line.....	20
1.2.5.6. Dominio.....	21
1.2.5.6.1. Dominios Organizacionales.....	21
1.2.5.6.2. Dominios Geográficos.....	22
1.2.5.7. Sitios Web.....	23
1.2.5.8 Portales Web.....	23
1.2.5.8.1. Definición.....	23
1.2.5.8.2. Características.....	23
1.2.5.8.3. Topología.....	24
1.2.5.8.3.1. Portales Genéricos.....	24
1.2.5.8.3.2. Portales Especializados.....	24
1.3. Sistema Operativo.....	24
1.3.1. Definición.....	24
1.3.2. Funciones.....	25
1.3.2.1. Interfaz del Usuario.....	25
1.3.2.2. Administración de Recursos.....	25
1.3.2.3. Administración de Archivos.....	25
1.3.2.4. Administración de Tareas.....	25
1.3.2.5. Servicio de Soporte y Utilería.....	26
1.4.- Lenguajes de programación Web.....	26
1.4.1.- PHP.....	26
1.4.1.1. Definición.....	26
1.4.1.2. Cómo funciona.....	27
1.4.1.3. Características.....	28
1.4.2. HTML.....	28
1.4.2.1. Definición.....	28
1.4.2.2. Características.....	29

1.4.3. JAVASCRIPT.....	29
1.4.3.1. Definición.....	29
1.4.3.2. Características.....	29
1.5. Base de datos.....	30
1.5.1. Mysql.....	30
1.5.1.1. Definición.....	30
1.5.1.2. Características.....	31
1.6. Servidor.....	31
1.6.1. Apache.....	31
1.6.1.1. Definición.....	31
1.6.1.2. Características.....	31
1.7. Transmisión de Archivos.....	32
1.7.1. FTP.....	32

CAPITULO II

ANÁLISIS DE RESULTADOS	34
2.1. Aplicación de encuestas a los Directores Departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. de la ciudad de Guayaquil.....	34
2.2. Aplicación de encuestas a los clientes de la EMPRESA ORCOIN S.A.....	54
2.3. Análisis Estadístico según Chi Cuadrado.....	76
2.4. Análisis General.....	77
2.5. Verificación de la Hipótesis.....	78
2.6. Conclusiones.....	79
2.7. Recomendaciones.....	80

CAPITULO III

3.PROPUESTA.....	81
3.1. Diseño de aplicabilidad de un portal Web para la empresa ORCOIN	
3.1.1. Presentación.....	81
3.1.2. Justificación.....	81
3.2. Objetivos.....	82
3.2.1 Objetivo General.....	82
3.2.2 Objetivos Específicos.....	82
3.3. Metodología para el desarrollo del sistema.....	83

3.3.1 Ciclo de vida.....	83
3.4. Análisis preliminar y especificación de requisitos.....	83
3.4.1. Determinación de los Requerimientos de Información.....	83
3.4.1.1. Investigación.....	83
3.4.1.2. Técnicas de levantamiento de información.....	84
3.4.1.2.1 Entrevistas.....	84
3.4.1.2.2. Encuestas.....	84
3.4.2. Situación Actual.....	84
3.4.3. Planteamiento de alternativas.....	85
3.4.4. Análisis Preliminar.....	85
3.4.5.- Análisis de factibilidad.....	85
3.4.5.1. Factibilidad Técnica.....	85
3.4.5.2. Factibilidad Económica.....	86
3.4.5.3. Factibilidad Operacional.....	87
3.4.6. -Diagrama de Contexto.....	87
3.4.7.- Diagrama de Flujo de Datos.....	88
3.5. Diseño.....	89
3.5.1. Diseño o modelo lógico.....	89
3.5.2. Diseño o modelo físico.....	90
3.5.3. Modelo Entidad-Relación.....	91
3.5.4. Diccionario de datos.....	92
3.5.5 Diseño de interfaz.....	104
3.6. Codificación.....	104
3.7. Implementación.....	104
3.8. Pruebas.....	104
3.9. Establecer Seguridades en el Sistema.....	105
3.10. Bibliografía.....	115
3.10.1. Bibliografía Básica.....	115
3.10.2. Bibliografía Virtual.....	116
3.11. Glosario de términos.....	117
3.12. Anexos.....	121
3.12.1. Anexo A.....	121
3.12.2. Anexo B.....	124
3.12.3. Anexo C.....	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1	Organigrama Estructural.....	4
Figura No. 2	Tarjeta RDSI.....	6
Figura No. 3	Esquema de conexión ADSL.....	7
Figura No. 4	Módem ADSL.....	7
Figura No. 5	Esquema vía satélite.....	9
Figura No. 6	Esquema por wíreles.....	10
Figura No. 7	Navegación Lineal Básica.....	15
Figura No. 8	Navegación Lineal con Alternativas.....	16
Figura No. 9	Navegación Lineal con Opciones.....	16
Figura No. 10	Navegación Lineal con Cambios Laterales.....	17
Figura No. 11	Navegación de Rejilla.....	18
Figura No. 12	Navegación de Árboles Estrechos.....	18
Figura No. 13	Navegación de Árboles Anchos.....	19
Figura No. 14	Navegación de Malla Completa.....	19
Figura No. 15	Funcionamiento de PHP.....	27
Figura No. 16	Diagrama de servicio FTP.....	33
Figura No. 17	Diagrama del Contexto.....	93
Figura No. 18	Diagrama de Flujo de Datos.....	94
Figura No. 19	Diseño Lógico de la Base de Datos.....	95
Figura No. 20	Diseño Físico de la Base de Datos.....	96
Figura No. 21	Modelo Entidad-Relación.....	97

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1	Control de ventas que se lleva a cabo en la Empresa ORCOIN S.A.....	35
Gráfico No. 2	Necesidad de Frecuencia de acceso a la información que se lleva a cabo en la Empresa ORCOIN S.A.....	37
Gráfico No. 3	Calidad de Información a la que accede el personal de la Empresa ORCOIN. S.A.....	39
Gráfico No. 4	Medios de información para comercializar los servicios y productos de la Empresa ORCOIN S.A. según su Personal.....	41
Gráfico No. 5	Grado de Atención al Cliente según los empleados de la Empresa ORCOIN S.A.....	43
Gráfico No. 6	Cambios internos sugeridos por el personal de la Empresa ORCOIN S.A.....	45
Gráfico No. 7	Opinión sobre nuevos cambios tecnológicos según el Personal de la Empresa ORCOIN. S.A.....	47
Gráfico No. 8	Conocimiento de los directores y empleados de la Empresa ORCOIN. S.A. sobre las ventajas y servicios del Internet.....	49
Gráfico No. 9	Criterio sobre la creación de un sitio Web según los Empleados para el Crecimiento Empresarial.....	51
Gráfico No. 10	Criterio sobre la creación de un Portal Web según los Empleados de la Empresa ORCOIN S.A. para ayudar a la comercialización.....	53
Gráfico No. 11	Conocimiento en sus Clientes de los Beneficios que entrega La Empresa ORCOIN S.A.....	54
Gráfico No. 12	Conocimiento en sus Clientes de los Productos que comercializa la Empresa ORCOIN S.A.....	56
Gráfico No. 13	Conocimiento en sus Clientes de los Servicios que presta la Empresa ORCOIN S.A.....	58

Gráfico No. 14	Grado de Atención al Público que reportan los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.....60
Gráfico No. 15	Facilidad de Acceso a Costos de los Clientes a productos de la Empresa ORCOIN. S.A.....62
Gráfico No. 16	Facilidad de Acceso a Servicios de los Clientes de la Empresa ORCOIN. S.A.....64
Gráfico No. 17	Accesibilidad de los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. para hacer llegar sus opiniones y sugerencias.....66
Gráfico No. 18	Accesibilidad de los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. para hacer llegar sus opiniones y sugerencias sobre sus Servicios.....68
Gráfico N.19	Opinión de los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. sobre Radio y televisión como únicos Medios de Información.....70
Gráfico No 20	Conocimiento de ventajas y servicios que ofrece el Internet en los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.....72
Gráfico No.21	Internet como medio de Información de productos y servicios de la Empresa ORCOIN S.A. según sus clientes.....74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1	Control de ventas que se lleva a cabo en la Empresa ORCOIN S.A.....	34
	Interpretación.....	35
Tabla No. 2	Necesidad. de Frecuencia de acceso a la información que se lleva a cabo en la Empresa ORCOIN S.A.....	36
	Interpretación.....	37
Tabla No.3	Calidad de Información a la que accede el personal de la Empresa ORCOIN. S.A.....	38
	Interpretación.....	39
Tabla No.4	Medios de información para comercializar los servicios y productos de la Empresa ORCOIN S.A. según su Personal.....	40
	Interpretación.....	41
Tabla No.5	Grado de Atención al Cliente según los empleados de la Empresa ORCOIN S.A.....	42
	Interpretación.....	43
Tabla No. 6	Cambios internos sugeridos por el personal de la Empresa ORCOIN S.A.....	44
	Interpretación.....	45
Tabla No. 7	Opinión sobre nuevos cambios tecnológicos según el personal de la Empresa ORCOIN. S.A.....	46
	Interpretación.....	47
Tabla No. 8	Conocimiento de los directores y empleados de la Empresa ORCOIN. S.A. sobre las ventajas y servicios del Internet.....	48
	Interpretación.....	49
Tabla No. 9	Criterio sobre la creación de un sitio Web según los empleados para el Crecimiento Empresarial.....	50
	Interpretación.....	51
Tabla No. 10	Criterio sobre la creación de un Portal Web según los Empleados de la Empresa ORCOIN S.A. para ayudar a la comercialización.....	52
	Interpretación.....	53

Tabla No. 11	Conocimiento en sus Clientes de los Beneficios que entrega La Empresa ORCOIN S.A.....54 Interpretación.....55
Tabla No. 12	Conocimiento en sus Clientes de los Productos que comercializa la Empresa ORCOIN S.A.....56 Interpretación.....57
Tabla No. 13	Conocimiento en sus Clientes de los Servicios que presta la Empresa ORCOIN S.A.....58 Interpretación.....59
Tabla No. 14	Grado de Atención al Público que reportan los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.....60 Interpretación.....61
Tabla No. 15	Facilidad de Acceso a Costos de los Clientes a productos de la Empresa ORCOIN. S.A.....62 Interpretación.....63
Tabla No. 16	Facilidad de Acceso a Servicios de los Clientes de la Empresa ORCOIN. S.A.....64 Interpretación.....65
Tabla No. 17	Accesibilidad de los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. para hacer llegar sus opiniones y sugerencias.....66 Interpretación.....67
Tabla No. 18	Accesibilidad de los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. para hacer llegar sus opiniones y sugerencias sobre sus Servicios.....68 Interpretación.....69
Tabla N.19	Opinión de los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. sobre Radio y televisión como únicos Medios de Información.....70 Interpretación.....71
Tabla No 20	Conocimiento de ventajas y servicios que ofrece el Internet en los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.....72 Interpretación.....73

Tabla No.21	Internet como medio de Información de productos y servicios de la Empresa ORCOIN S.A. según sus clientes.....74 Interpretación.....75
Tabla No.22	Opinión y sugerencias sobre productos.....76
Tabla No. 23	En cuanto al Software.....85
Tabla No. 24	En cuanto al Hardware.....86
Tabla No. 25	Diccionario de Datos. Entidades.....92
Tabla No. 26	Diccionario de Datos Relaciones.....92
Tabla No. 27	Entidad Cliente Campos.....93
Tabla No. 28	Entidad Compras Campos.....94
Tabla No. 29	Entidad Cursos Campos.....94
Tabla No. 30	Entidad Marcas Campos.....96
Tabla No. 31	Entidad Otros Productos.....96
Tabla No. 32	Entidad PC Campos.....97
Tabla No. 33	Entidad Piezas Suministros Campos.....100
Tabla No. 34	Entidad Promoción Campos.....101
Tabla No. 35	Entidad Tipos de Suministros Campos.....102
Tabla No. 36	Entidad Usuario. Campos.....103

RESUMEN

El Internet es una colección de redes independientes interconectadas que se comunican entre sí, su importancia radica como medio de difusión; reduce costos de publicidad, es también la más amplia y completa biblioteca, otorga facilidad de comunicación a nivel mundial, entre otros.

El Sitio Web es un sinónimo de puente, cuyo objetivo es ofrecer al usuario el acceso a una serie de recursos y servicios, los que están dirigidos a resolver necesidades específicas de un grupo de personas.

Un Sitio Web busca viabilidad económica y flexibilidad con datos y resultados.

Para la creación del Sitio Web se utilizó herramientas Open Source así: Apache, Mysql y PHP; para construir la interfaz Dreamweaver.

A través del Sitio Web el usuario podrá consultar todos los servicios, productos, etc., así como también podrá hacer llegar sus inquietudes y sugerencias.

ORCOIN S.A. como empresa de consultaría informática y electrónica centra su atención a clientes en sus múltiples servicios que ofrece en sus oficinas ubicadas en la ciudad de Guayaquil en la ciudadela Kennedy Norte calle principal del alado solar 5 Manzana 907.

El análisis que se efectuó, se basó en la aplicación de entrevistas realizadas a los directores departamentales y empleados sobre la manera de llegar al cliente.

También se realizó la aplicación de encuestas al cliente para saber su grado de conocimiento sobre la Empresa y sus actividades.

De acuerdo a los resultados obtenidos de los análisis realizados se determinó que la limitada difusión de sus actividades comerciales es motivo necesario para la implementación de un Sitio Web buscando también incrementar su publicidad a través del Internet y así darse a conocer tanto nacional como internacionalmente, beneficiándose de ésta manera de tecnología de punta que le permitirá proporcionar información rápida y oportuna.

La creación de un Sitio Web es un medio que no requiere mayor inversión económica.

SUMMARY

The Internet is a collection of independent interconnected networks that communicate with one another, its importance lies as a means of dissemination; reduces costs of advertising, is also the most comprehensive library gives ease of global communication, among others.

The Web site is a synonym for bridge, which aims to give the user access to a range of resources and services. They are aimed at solving specific needs of a group of people. A website seeks economic viability and flexibility with data and results.

For the creation of a Web site was used Open Sources as Apache, Mysql y PHP, to create Dreamweaver interface.

That way the user can see all the services, products, etc., and may also bring their concerns and suggestions.

ORCOIN S.A. as a computer Consulting company focuses its attention and electronics to customers in its many services offered at its offices located in the city of Guayaquil in the citadel Kennedy North Main Street winged Solar 5 Manzana 907. The analysis was conducted, was based on the implementation of interviews with departmental managers and employees on how to reach the public.

There was also the implementation of the customer surveys to find out the extent of their knowledge about the company and its activities.

According to the results of the analyses found that the limited dissemination of its commercial activities is a matter necessary for the implementation of a Web Portal also looking to increase its advertising through the Internet and thus make themselves known both domestically and internationally, benefiting that way of cutting-edge technology that will enable it to provide prompt and timely information.

Creating a Website is a means that does not require greater economic investment.

Capitula

1

INTRODUCCIÓN

El tema de Tesis "DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA EMPRESA ORCOIN S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL", fue captado en base a las necesidades del público en general y de la actividad empresarial de ORCOIN S.A.

La Organización de Consejería Internacional Sociedad Anónima con sus siglas ORCOIN S.A., fue fundada en sus inicios en Italia.

Es una sociedad que cuenta con el respaldo de las empresas italianas MICROSIGMA, GEM ELETTRONICA, ENGINEERING, MARCONI COMUNICAZIONI, ALENIA, con cuya alianza estratégica ofrece consultaría, venta y servicio, en el campo de la informática y electrónica

El presidente actual es el Sr. Franco Pastorelli; el 26 de junio del 2004 abre su tienda de exposiciones y ventas en el área de informática en la ciudad de Guayaquil.

Brinda asesoramiento informático/electrónico y de seguridad tanto industrial como personal

En cuanto a Ventas a nivel del Área Informática sus principales productos son :

- ✚ Accesorios, partes y piezas
- ✚ Actualizaciones (upgrade)
- ✚ Programas (software) educativos
- ✚ Juegos, música y video

En cuanto a los Servicios que comercializa se encuentran:

- ✦ Cursos permanentes computación
- ✦ Alquiler de computadoras/Internet
- ✦ Reparación y mantenimiento de computadoras y periféricos
- ✦ Redes, asesoramiento, seguridad

Cuenta con un departamento de gerencia, un departamento de compra-venta y un departamento técnico, con profesionales capacitados en las diferentes áreas para brindar al cliente atención cordial y alcanzar los mayores índices de calidad.

Debido a la amplia demanda en este campo empresarial, y yendo acorde a los avances tecnológicos, se ve necesario incrementar la publicidad de la Empresa ORCOIN S.A., buscando mayor difusión.

Fue importante y evidentemente necesario partir de un análisis cualitativo enfocado a determinar la aceptación que como empresa presenta, tanto internamente a nivel del personal que labora, como externamente, refiriéndome en éste caso a los clientes que regularmente frecuentan, siendo éstos últimos la razón actual y para quien ORCOIN S.A. brinda sus beneficios.

CAPITULO I

CONCEPTOS Y FUNDAMENTOS BASICOS

1.1 Generalidades de la Empresa ORCOIN S.A.

1.1.1 Misión

Contribuir al desarrollo tecnológico informático de la ciudad de Guayaquil, por medio del servicio técnico/educativo y comercial, con propuestas claras y confiables, por medio del soporte especializado en todas las áreas del ámbito electrónico e informático. ¹

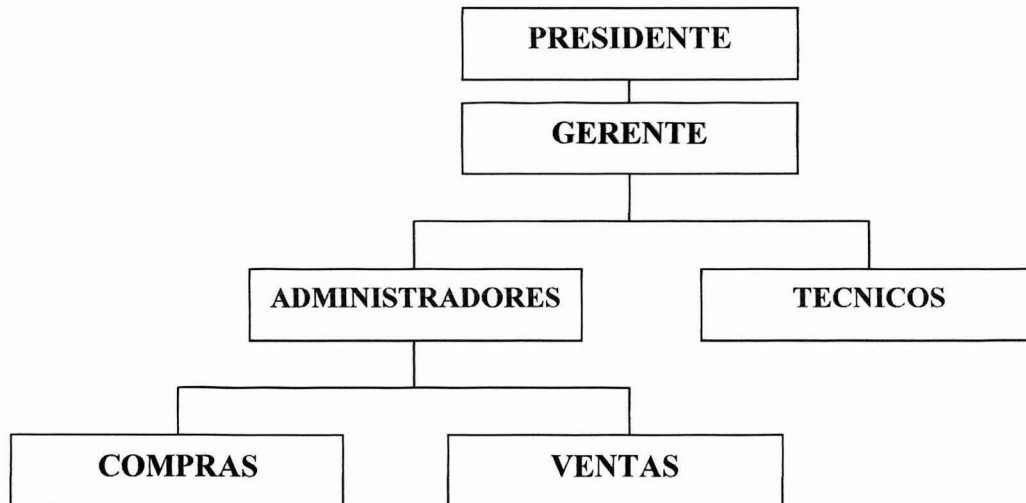
1.1.2 Visión

Ser una empresa de consultoría general e informática que lidere los procesos de transformación que requieren las organizaciones nacionales e internacionales para mejorar su calidad productividad y competitividad.²

¹ Fuente: Gerencia

² Fuente: Gerencia

1.1.3 Organigrama Estructural Fig. No. 1



1.2 Internet

1.2.1 Definición e Importancia

1.2.1.1 Definición

Es una colección de redes independientes interconectadas y que se comunican entre sí. En otras palabras, no es más que una red de grandes servidores en configuración de cliente-servidor, esto significa que cuando nosotros le mandamos una petición al servidor, que es respondida por este, la visualizamos e interpretamos en nuestra propia interfase.

1.2.1.2 Importancia

Su importancia radica en los siguientes aspectos:

- Medio de difusión que es utilizado cada vez por más personas.
- Es la más completa, variada y actualizada biblioteca que jamás haya existido para el estudiante y el investigador.

- Reduce costos de publicidad, marketing, imprenta y comunicaciones, entre otros.
- Rapidez con la que la información llega a su destino.
- Envío y recepción de mensajes mediante correo electrónico.
- Facilidad de intercambiar ideas e información con usuarios de todo el mundo.
- Descarga gratuita de información y aplicaciones en poco tiempo

1.2.2. Medios de conexión a Internet

1.2.2.1 RTC.

Red Telefónica Conmutada, también llamada Red Telefónica Básica, por ella circula habitualmente las vibraciones de la voz, las cuales son traducidas en impulsos eléctricos que se transmiten a través de dos hilos de cobre.

La señal del ordenador, que es digital, se convierte en analógica a través del módem y se transmite por la línea telefónica, es el medio de menor velocidad y calidad, para acceder a Internet a través de ella se necesita una línea de teléfono y un módem, ya sea interno o externo.

La conexión en la actualidad tiene una velocidad de 56 kbits por segundo y se realiza directamente desde un PC o a través de router o proxy.

1.2.2.2 RDSI

La Red Digital de Servicios Integrados envía la información codificada digitalmente, por ello necesita un adaptador de red, módem o tarjeta RDSI que adecua la velocidad entre el PC y la línea.

Para disponer de RDSI hay que hablar con un operador de telecomunicaciones para que instale esta conexión especial que es cara pero que permite una velocidad de conexión digital en ambos sentidos.

La RDSI integra multitud de servicios, tanto transmisión de voz, como de datos, en un único acceso de usuario que permite la comunicación digital entre los terminales conectados a ella (teléfono, fax, ordenador, etc.)³



Fig.No. 2 Tarjeta RDSI

1.2.2.3 ADSL

Línea de Abonado Digital Asimétrica, es una tecnología que basada en el par de cobre de la línea telefónica normal, la convierte en una línea de alta velocidad, permite transmitir simultáneamente voz y datos a través de la misma línea telefónica⁴.

³ Fuente:<http://www.slideshare.net/ramafacu/tipos-de-conexion-a-internet/>

⁴ Fuente:<http://www.slideshare.net/ramafacu/tipos-de-conexion-a-internet/>

En el servicio ADSL el envío y recepción de los datos se establece desde el ordenador del usuario a través de un módem ADSL. Estos datos pasan por un filtro (splitter), que permite la utilización simultánea del servicio telefónico básico (RTC) y del servicio ADSL

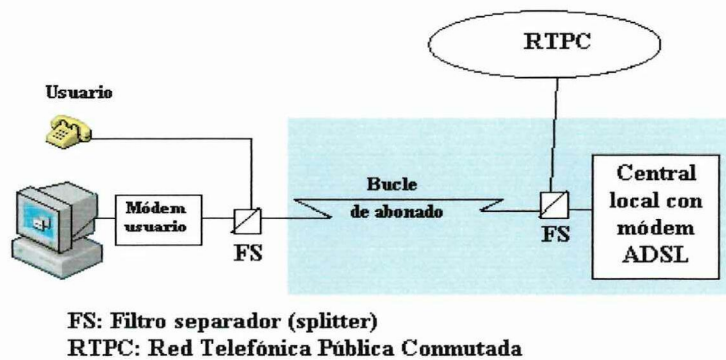
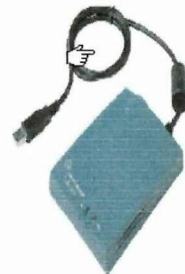


Fig.No. 3
Esquema de
conexión ADSL

Fig. No. 4 Módem ADSL



1.2.2.4 Cable MODEM

En lugar de establecer una conexión directa, o punto a punto, con el proveedor de acceso, se utilizan conexiones multipunto, en las cuales muchos usuarios comparten con el mismo cable.

No se pueden utilizar los cables de las líneas telefónicas tradicionales para realizar la conexión, siendo necesario que el cable coaxial alcance físicamente el lugar desde el que se conecta el usuario.

La conexión es compartida, por lo que a medida que aumenta el número de usuarios conectados al mismo nodo, se reduce la tasa de transferencia de cada uno de ellos.⁵

1.2.2.5 Vía Satélite

Alivia la congestión existente en las redes terrestres tradicionales, el sistema de conexión que generalmente se emplea es un sistema híbrido de satélite y teléfono.

Para conectarse a Internet por este medio, hay que tener instalada una antena parabólica digital, un acceso telefónico a Internet (utilizando un módem RTC, RDSI, ADSL o por cable), una tarjeta receptora para PC, un software específico y una suscripción a un proveedor de satélite.

⁵ Fuente: <http://www.slideshare.net/ramafacu/tipos-de-conexion-a-internet>

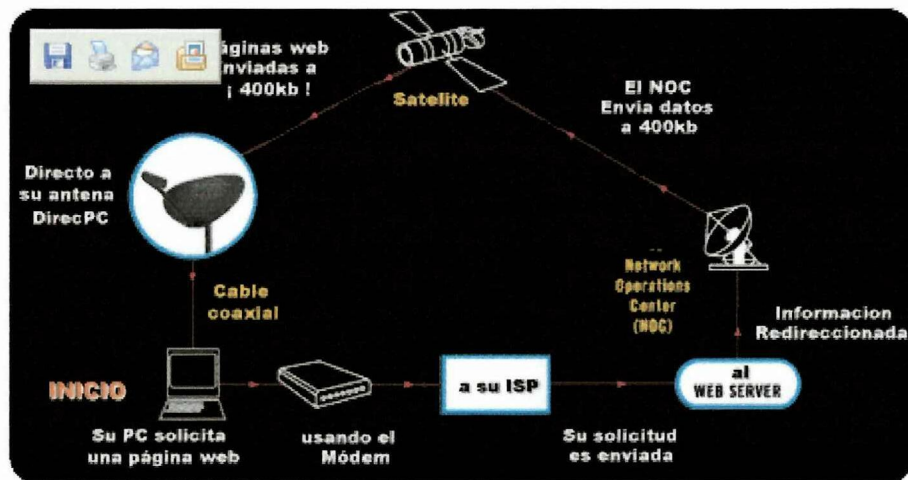


Fig. No.5 Esquema vía satélite

1.2.2.6 Wireless.

Tecnología que permite montar redes locales sin emplear ningún tipo de cableado, utilizando infrarrojos u ondas de radio a frecuencia desnormalizadas (de libre utilización).

El usuario puede configurar el canal con el que se comunica con el punto de acceso por lo que podría cambiarlo en caso de interferencias, la velocidad con el punto de acceso disminuye con la distancia.

Están compuestas por dos elementos:

1. **Punto de acceso (AP) o “transceiver”:** es la estación base que crea un área de cobertura donde los usuarios se pueden conectar. El AP cuenta con una o dos antenas y con una o varias puertas Ethernet.

2. **Dispositivos clientes:** son elementos que cuentan con tarjeta de red inalámbrica. Estos proporcionan un interfaz entre el sistema operativo de red del cliente y las ondas, a través de una antena.⁶

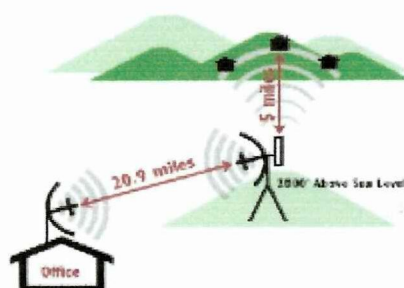


Fig. No.6 Esquema por Wireless

1.2.2.7 LMDS

El LMDS (Local Multipoint Distribution System) es un sistema de comunicación de punto a multipunto que utiliza ondas radioeléctricas a altas frecuencias, en torno a 28 ó 40 GHz. Las señales que se transmiten pueden consistir en voz, datos, Internet y vídeo.

Este sistema utiliza como medio de transmisión el aire para enlazar la red troncal de telecomunicaciones con el abonado. En este sentido, se configura un nuevo bucle de abonado, con gran ancho de banda, distinto al tradicional par de hilos de cobre que conecta cada terminal doméstico con la centralita más próxima.

Las bandas de frecuencias utilizadas ocupan un rango en torno a 2 Ghz, para las cuales la atenuación por agentes atmosféricos es mínima. Debido a las altas frecuencias y al amplio margen de operación, es posible conseguir un gran ancho

⁶ Fuente: <http://www.slideshare.net/ramafacu/tipos-de-conexion-a-internet>

de banda de comunicaciones, con velocidades de acceso que pueden alcanzar los 8 Mbps.

El sistema opera en el espacio local mediante las estaciones base y las antenas receptoras usuarias, de forma bidireccional. Se necesita que haya visibilidad directa desde la estación base hasta el abonado, por lo cual pueden utilizarse repetidores si el usuario está ubicado en zonas sin señal.

El LMDS ofrece las mismas posibilidades en cuanto a servicios, velocidad y calidad que el cable de fibra óptica, coaxial o el satélite. La ventaja principal respecto al cable consiste en que puede ofrecer servicio en zonas donde el cable nunca llegaría de forma rentable. Respecto al satélite, ofrece la ventaja de solucionar el problema de la gran potencia de emisión que se dispersa innecesariamente en cubrir amplias extensiones geográficas. Con LMDS la inversión se rentabiliza de manera muy rápida respecto a los medios anteriores.

Además, los costes de reparación y mantenimiento de la red son bajos, ya que al ser la comunicación por el aire, la red física como tal no existe. Por tanto, este sistema se presenta como un serio competidor para los sistemas de banda ancha.⁷

1.2.3. Protocolo TCP/IP

Un protocolo es un conjunto de reglas establecidas entre dos dispositivos para permitir la comunicación entre ambos.

El TCP / IP es conjunto de protocolos de red en los que se basa Internet, proporcionando una transmisión fiable de paquetes de datos sobre redes. El

⁷ **Fuente:** <http://www.slideshare.net/ramafacu/tipos-de-conexion-a-internet>

nombre TCP / IP Proviene de dos protocolos, el Transmission Control Protocol (TCP) y el Internet Protocol (IP).

TCP / IP fue desarrollado y demostrado por primera vez en 1972 por el departamento de defensa de los Estados Unidos.

1.2.4. Dirección IP

Número que identifica de manera lógica y jerárquica a una interfaz de un dispositivo (habitualmente una computadora) dentro de una red que utilice el protocolo IP (*Internet Protocol*), que corresponde al nivel de red o nivel 3 del modelo de referencia OSI. ⁸

1.2.5. World Wide Web

1.2.5.1. Definición

Sistema de documentos de hipertexto y/o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet, utiliza el protocolo HTTP (Hyper Text Transfer Protocol).

Con un navegador Web, un usuario visualiza sitios Web, forjados de páginas Web que pueden contener texto, imágenes u otros contenidos multimedia, y navega a través de ellas usando hiperenlaces.

⁸**Fuente:** <http://es.wikipedia.org/wiki/IP>

1.2.5.2 Diseño Web

1.2.5.2.1. Tipografía.- El tamaño de la tipografía debe ser adecuado para ser leído sin dificultad aun en computadoras configuradas con altas resoluciones de pantalla. Es importante jerarquizar los títulos, subtítulos, manteniendo la coherencia de los estilos en todo el sitio.

El color del texto no debe confundirse con el fondo de la página como así tampoco debe cansar a la vista.

1.2.5.2.2. Textura de fondo.- Se debe evitar el uso de imágenes de fondo en las páginas.

Si se usan hay no deben tener un dibujo excesivamente nítido que perjudique la lectura, tampoco es conveniente que sean motivos muy contrastados (contornos claros y oscuros), ya que se verán mal tanto los textos oscuros como los claros.

1.2.5.2.3. Imágenes.- Las imágenes deben ocupar el menor tamaño posible, pues su tamaño influye en la velocidad en que se carga la página.

Es importante reducir al mínimo la cantidad de colores de los gráficos.

Se debe tratar de repetir los iconos y las imágenes tantas veces sea posible, debido a que el browser lee los gráficos de la memoria caché cuando se ingresa a una página. Muy importante: El tamaño de las imágenes

1.2.5.2.4. Diseño monótono.- Se recomienda re-diseñar el sitio cada seis meses, de esta manera se proyecta una imagen de cambio y da la sensación de que el Sitio se encuentra en constante actualización.

1.2.5.2.5. Coherencia visual.- Se debe mantener coherencia visual, debido a que un sitio en el que cada página tenga un fondo diferente, varíe los iconos y cambie otros componentes de la composición visual, desconcierta al usuario, que no sabe si está en el mismo Sitio o si el último enlace lo llevó al otro extremo del mundo.

1.2.5.2.6. Diseño de Interfaz.- La interfaz de usuario de una Web es la primera impresión, independientemente del valor del contenido.

La interfaz debe arrastrar inmediatamente al usuario. Una Interfaz bien diseñada mejora la percepción del contenido o de los servicios de los usuarios que proporciona un sitio Web.

1.2.5.2.7. Facilidad de navegación.- Todo sitio debe contar con un menú de navegación o estructura bien elaborado para que el visitante no se pierda. Es recomendable incluir en todas las páginas links hacia la página principal y hacia las principales secciones del sitio.

De ser posible también un link hacia el email para enviar comentarios y un link para ir al inicio de página.

Una recomendación es incluir un mapa del sitio para sitios muy extensos.

1.2.5.3. Navegadores que se utilizan.

Toda página Web tiene que poder ser visualizada con todos o al menos con la mayoría de browsers .

Los navegadores más conocidos son

- Microsoft Internet Explorer
- Netscape
- Mozilla
- Opera

1.2.5.4. Mapas de navegación

1.2.5.4.1. Lineal.- Es la más familiar de todas las estructuras, porque la información impresa tradicional tiende a seguir este tipo de organización.

La presentación de la información de una forma lineal es con frecuencia, muy útil cuando se analiza un procedimiento paso a paso, pero hay ocasiones en las que se puede necesitar algún tipo de información suplementaria

1.2.5.4.1.1. Lineal Básica.- Una organización lineal pura facilita la progresión ordenada a través del cuerpo de la información, esta forma asegura que el usuario reciba la información en el orden adecuado.

La única opción es moverse hacia delante o hacia atrás.

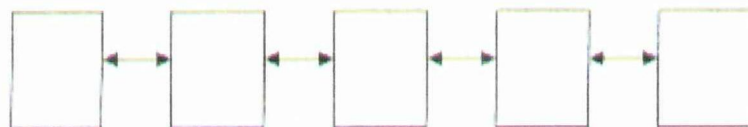


Fig. No.7 Navegación Lineal Básica

1.2.5.4.1.2. Lineal con Alternativas.- Simula la interactividad proporcionando dos o más opciones para salir de una página que finalmente, lleva al usuario a otra página dentro de la secuencia.

El poder elegir opciones, la estructura lineal con alternativas conserva el camino lineal a través de un documento.

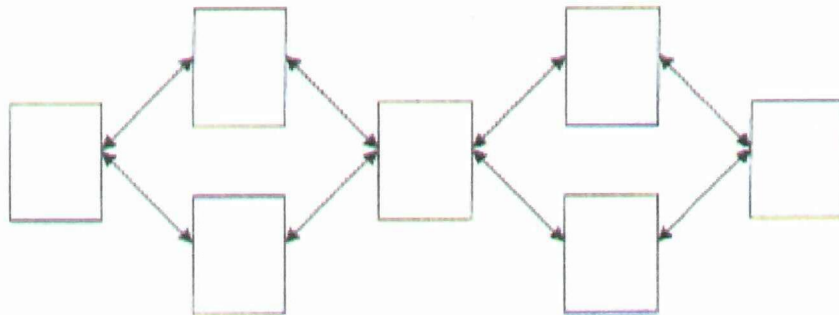


Fig. No.8 Navegación Lineal con alternativas

1.2.5.4.1.3. Lineal con opciones.- Es adecuada cuando se tiene que conservar el camino general, pero hay que dar cabida a ligeras variaciones, tales como saltarse determinadas páginas

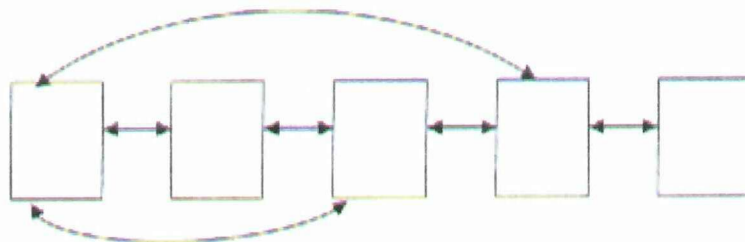


Fig. No.9 Navegación Lineal con Opciones

1.2.5.4.1.4. Lineal con caminos laterales.- Permite algunos desvíos controlados, la estructura obliga a regresar al camino principal, al tener un desvío lateral es una pequeña información adicional.

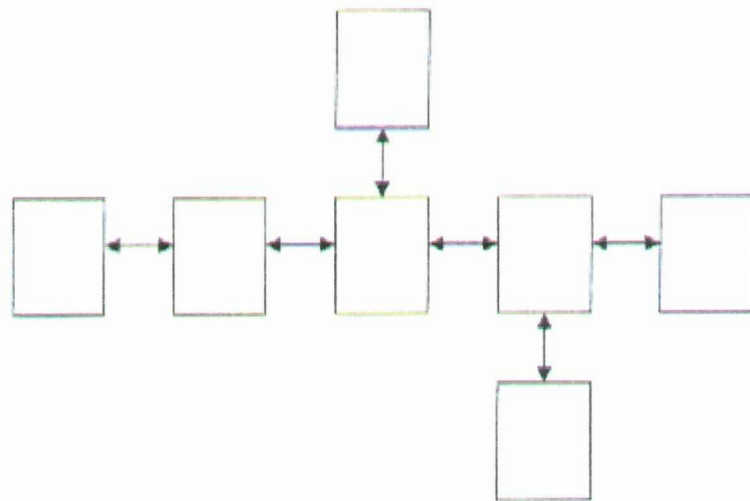


Fig. No.10 Navegación Lineal con cambios laterales

1.2.5.4.2. Rejilla.-

Es una estructura lineal doble, en la que sus elementos se relacionan tanto vertical como horizontalmente, puesto que una rejilla tiene una organización espacial.

Una estructura en rejilla es muy regular y su exploración puede resultar muy sencilla para el usuario, no hay muchos tipos de información que sean lo suficientemente regulares como para adaptarse bien a este tipo de organización.

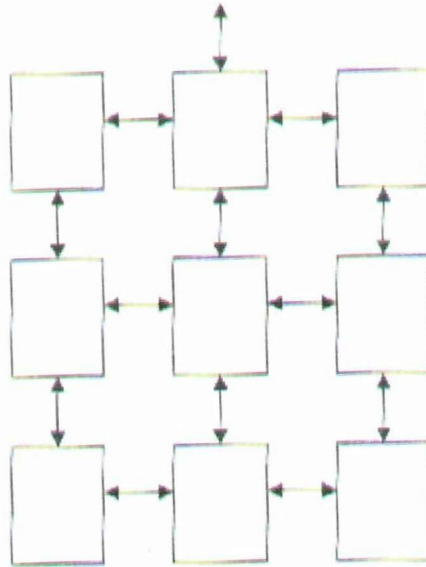


Fig. No.11 Navegación de Rejilla

1.2.5.4.3. Jerarquía.- Jerárquica o árbol, está estructura puede esconder o mostrar tanta información como se desee.

Esta estructura comienza con una página principal o raíz , se presentan varias opciones que permite ir visualizando páginas más específicas

1.2.5.4.3.1. Árboles Estrechos.- Ofrece solamente unas pocas opciones, pero pueden ser necesarios muchos clics para alcanzar el destino final.

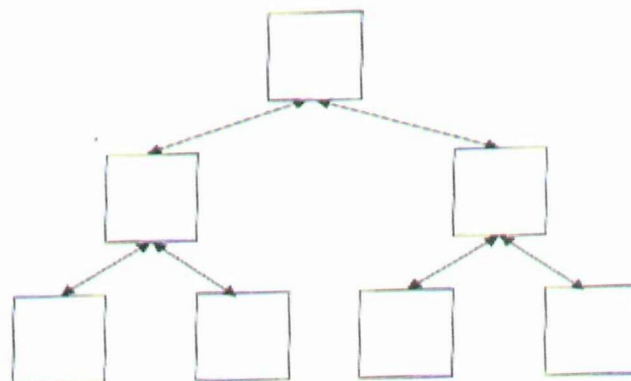


Fig. No.12 Navegación de Árboles Estrechos

1.2.5.4.3.1. Árboles Anchos.- Se basa en una amplia gama de opciones, su desventaja principal es que puede presentar demasiadas opciones.

El usuario puede alcanzar rápidamente el contenido, pero al haber muchos vínculos se pueden perder entre ellos su efectividad.

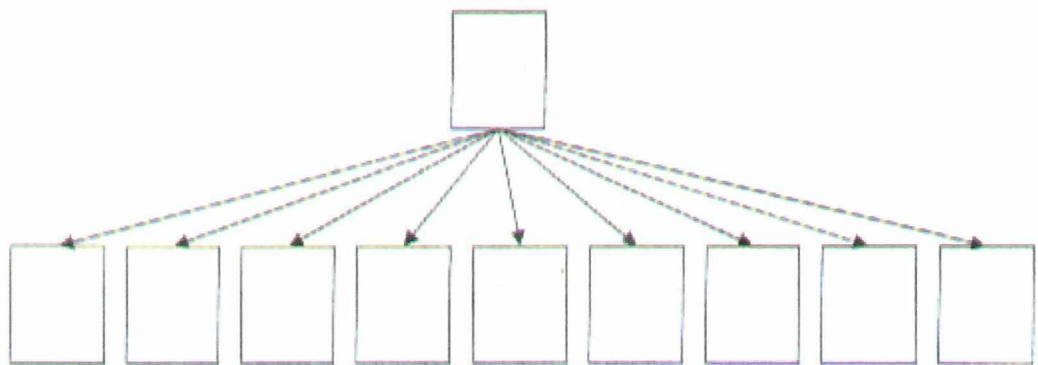


Fig. No.13 Navegación de Árboles Anchos

1.2.5.4.4 Malla Completa.- La estructura de un sitio en el que cada una de sus páginas está vinculada a todas las demás se denomina malla completa.

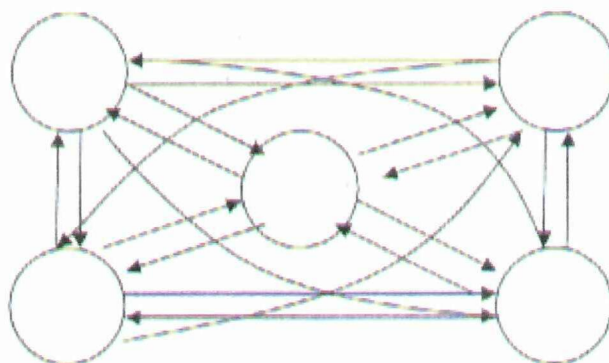


Fig. No.14 Navegación de Malla Completa

1.2.5.5 Marketing Web

1.2.5.5.1 Promoción On-line.- Son todas aquellas actividades que se realizan dentro de la red para promocionar un sitio.

Los métodos más utilizados son:

- Alta en buscadores
- Banners
- Listas de correo
- Grupos de Noticias
- Links
- Comunidades
- Interacción
- Estadísticas

1.2.5.5.2 Promoción Off-line.- Son todas aquellas actividades que se realizan fuera de la red para promocionar un sitio. La promoción off-line sigue siendo el método más utilizado por las grandes empresas para promocionar sus sitios en Internet.

Los métodos más utilizados son:

- Promoción indirecta
- Notas de prensa
- Promoción de intercambio
- Promoción tradicional
- Publicidad
- Promoción boca a boca

1.2.5.6 Dominio

Es el nombre que identifica un sitio Web, cada dominio tiene que ser único en Internet, es decir es un nombre que se asigna a una o más direcciones IP para facilitar su identificación.

Se suelen usar en direcciones URL para identificar determinadas páginas Web.

Existen dominios de organizaciones y dominios geográficos.

1.2.5.6.1 Dominios Organizacionales.- Agrupan usuarios según su área de interés, entre los más usados tenemos:

- .com Para organismos comerciales

- .edu Para instituciones educativas
- .gov Para instituciones de gobierno
- .int Para organizaciones internacionales
- .mil Para destacamentos militares
- .net Para redes de grandes corporaciones
- .org Para organizaciones, sin ánimo de lucro

1.2.5.6.2 Dominios Geográficos.- Los usuarios tienen en sus direcciones el área geográfica del país al que pertenece el sitio, por ejemplo:

- ar Argentina
- br Brasil
- co Colombia
- cl Chile
- ec Ecuador
- mx México
- us Estados Unidos

1.2.5.7 Sitios Web

Es un conjunto de páginas Web estáticas y dinámicas referentes a un tema particular, con un nombre de dominio específico; Los sitios Web pueden ser de diversos géneros, destacando los sitios de negocios, servicio, comercio electrónico en línea, imagen corporativa, entretenimiento y sitios informativos, e-learning.

1.2.5.8 Portales Web

1.2.5.8.1 Definición.- Es un término sinónimo de puente, para referirse a un sitio Web que sirve o pretende servir como un sitio principal de partida, y cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios, entre los que suelen encontrarse buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica, etc.

Principalmente están dirigidos a resolver necesidades específicas de un grupo de personas o de acceso a la información y servicios de a una institución pública o privada.

1.2.5.8.2. Características.- Las más comunes son:

- Ofrecen servicios gratuitos de utilidad para el usuario.
- Cuentan con un motor de búsqueda
- Buscan su viabilidad económica a partir de la inserción de publicidad
- Poseen flexibilidad con datos y resultados

- Ofrecen mayor número de opciones de navegación

1.2.5.8.3. Tipología.- Cuando se lleva a cabo una clasificación de los diferentes tipos de portales, su diversidad se limita, básicamente, a:

Portales genéricos: también son conocidos como portales horizontales o HEP (Horizontal Enterprise Portal), e incluso como megaportales. Intentan mostrar de manera estructurada todo lo que podría encontrarse en la Red. Aun así, algunos permiten cierto grado de personalización.

Portales especializados: denominados también portales verticales, vortales (de Vertical Portal) o VEP (Vertical Enterprise Portal). Suelen centrarse exhaustivamente en un aspecto dentro de un ámbito geográfico o temática (finanzas, actualidad, salud,...), o bien, adapta sus contenidos a la necesidad del cliente (tanto información como servicios).⁹

1.3 Sistema Operativo

1.3.1 Definición

Es un programa o conjunto de programas de computadora destinado a permitir una gestión eficaz de sus recursos. Comienza a trabajar cuando se enciende el computador, y gestiona el hardware de la máquina desde los niveles más básicos, permitiendo también la interacción con el usuario.

Son sistemas Operativos: MS-DOS, Windows, OS-2, Linux, Windows NT, Windows XP. etc

⁹ Fuente: <http://www.uoc.es/web/esp/art/uoc/0107029/portales.html>

1.3.2. Funciones

Un sistema operativo desempeña 5 funciones básicas en la operación de un sistema informático, estas son:

1.3.2.1. Interfase del usuario.- Es la parte del sistema operativo que permite comunicarse con él de tal manera que se puedan cargar programas, acceder archivos ya realizar otras tareas. Los 3 tipos principales de interfase son:

- Basadas en comandos
- Basadas en menús
- Basadas en interfaces gráficas de usuario

1.3.2.2. Administración de recursos.- Sirven para administrar los recursos de hardware y de redes de un sistema informativo, como el CPU, memoria, dispositivos de almacenamiento secundario y periféricos de entrada y de salida.

1.3.2.3. Administración de archivos.- Un sistema de información contiene programas de administración de archivos que controlan la creación, borrado y acceso de archivos de datos y de programas. También implica mantener el registro de la ubicación física de los archivos en los discos magnéticos y en otros dispositivos de almacenamiento secundarios.

1.3.2.4. Administración de tareas.- Los programas de administración de tareas de un sistema operativo administran la realización de las tareas informáticas de los usuarios finales. Los programas controlan que áreas tiene acceso al CPU y por cuánto tiempo.

Las funciones de administración de tareas pueden distribuir una parte específica del tiempo del CPU para una tarea en particular, e interrumpir al CPU en cualquier momento para sustituirla con una tarea de mayor prioridad.

1.3.2.5. Servicio de soporte y utilería.- Entre las compañías que ofrecen este servicio se encuentran:

- Microsoft
- UNIX
- Linux
- Mac OS X

Hay otros tipos importantes software de administración de sistemas, además de los sistemas operativos. Estos incluyen los sistemas de administración de base de datos y los programas de administración de redes.

1.4 Lenguajes de programación Web

1.4.1 PHP

1.4.1.1. Definición.- Es un lenguaje de script interpretado en el lado del servidor utilizado para la generación de páginas Web dinámicas, similar al ASP de Microsoft o el JSP de Sun, embebido en páginas HTML y ejecutado en el servidor.

La mayor parte de su sintaxis ha sido tomada de C, Java y Perl con algunas características específicas de sí mismo. La meta del lenguaje es permitir rápidamente a los desarrolladores la generación dinámica de páginas.

1.4.1.2 ¿Cómo Funciona?- 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 es enviado al navegador. El resultado es normalmente una página HTML pero también podría ser una página WML (Wap).

Al ser PHP un lenguaje que se ejecuta en el servidor no es necesario que su navegador lo soporte, es independiente del navegador, sin embargo, para que sus páginas PHP funcionen el servidor donde están alojadas debe soportar PHP.



Fig. No.15 Funcionamiento de PHP

1.4.1.3. Características.-

- Tiene soporte para una gran cantidad de bases de datos como: MySQL, PostgreSQL, Oracle, MS SQL Server, Sybase mSQL, Informix, entre otras.
- Integración con varias bibliotecas externas, permite generar documentos en PDF hasta analizar código XML.
- Ofrece una solución simple y universal para las paginaciones dinámicas del Web de fácil programación.
- Soportado por una gran comunidad de desarrolladores, como producto de código abierto, PHP goza de la ayuda de un gran grupo de programadores, permitiendo que los fallos de funcionamiento se encuentren y reparen rápidamente.
- El código se pone al día continuamente con mejoras y extensiones de lenguaje para ampliar las capacidades de PHP.
- Con PHP se puede hacer cualquier cosa que podemos realizar con un script CGI, como el procesamiento de información en formularios, foros de discusión, manipulación de cookies y páginas dinámicas.

1.4.2 HTML

1.4.2.1. Definición.- Es un lenguaje de marcas utilizado para crear páginas Web que contienen hipertexto e información para luego ser mostrados en los navegadores Web.

Consiste de varias entidades: elementos, atributos, tipos de data y referencia.

1.4.2.2. Características

- Permite estructurar la información, denotar texto como párrafos, títulos, etc.
- Puede describir la semántica y la apariencia de un documento.
- El usuario puede escribir el código HTML directamente o utilizar algún editor.
- Permite la introducción de referencias a otras páginas por medio de enlaces de hipertexto.¹⁰

1.4.3 JAVASCRIPT

1.4.3.1 Definición.- Es un lenguaje de programación que permite a los desarrolladores crear acciones en sus páginas Web, crear diferentes efectos e interactuar con nuestros usuarios.

1.4.3.2 Características

- No requiere de compilación ya que el lenguaje funciona del lado del cliente.
- Puede ser ejecutado sin la necesidad de instalar otro programa para ser visualizado.
- Lenguaje independiente de la plataforma.

¹⁰ **Fuente:** <http://oceas.es/forem/guiahtml.html>

- Su sintaxis es similar a la usada en Java y C, al ser un lenguaje del lado del cliente este es interpretado por el navegador, no se necesita tener instalado ningún Framework.
- Permite la programación orientada a objetos.
- Es soportado por la mayoría de los navegadores como Internet Explorer, Netscape, Opera, Mozilla Firefox, entre otros.

1.5 Base de datos

Es un conjunto de datos que pertenecen al mismo contexto almacenados sistemáticamente para su posterior uso.

1.5.1 MySQL

1.5.1.1 Definición.- Es un sistema de gestión de base de datos relacional, multihilo y multiusuario.

Funciona sobre múltiples plataformas, incluyendo AIX, BSD, FreeBSD, HP-UX, GNU/Linux, Mac OS X, NetBSD, Novell Netware, OpenBSD, OS/2 Warp, QNX, SGI IRIX, Solaris, SunOS, SCO OpenServer, SCO UnixWare, Tru64, Windows 95, Windows 98, Windows NT, Windows 2000, Windows XP, Windows Vista y otras versiones de Windows. También existe MySQL para OpenVMS. ¹¹

¹¹ **Fuente:** <http://www.pi-net.dyndns.org/anonymous/kits>

1.5.1.2 Características

- Es muy utilizado en aplicaciones Web.
- Es gratis para aplicaciones no comerciales.
- Es un gestor de base de datos.
- Es una base de datos relacional.
- Es Open Source.
- Existe una gran cantidad de software que la usa.

1.6 Servidor

1.6.1 Apache

1.6.1.1 Definición.- Es uno de los servidores Web mas populares y utilizados de Internet, es de distribución libre y está basado en el sistema operativo Linux.

1.6.1.2 Características.¹²

- Es gratuito.
- Funciona sobre muchas plataformas (Unix, Linux, Vms, Win32, OS2).

¹² **Fuente:** <http://es.tldp.org/Presentaciones/200102linuxcol/linux-serv-internet/linux-serv-internet/apache-10.html>

- Modulos cargados dinámicamente.
- SSL: transacciones seguras.
- Soporte para host virtuales.
- Alto desempeño

1.7 Transmisión de Archivos

1.7.1 FTP

FTP son las siglas de File Transfer Protocol, es decir, Protocolo de Transferencia de Archivos.

Es un sistema que permite enviar y recibir ficheros entre computadores a través de la red Internet.¹³

Generalmente, los usuarios utilizan el FTP para poder poner sus páginas Web en su servidor de una manera más clara, rápida y segura, ya que cada usuario normalmente tiene acceso a su directorio particular.

¹³ **Fuente:** http://es.wikipedia.org/wiki/File_Transfer_Protocol

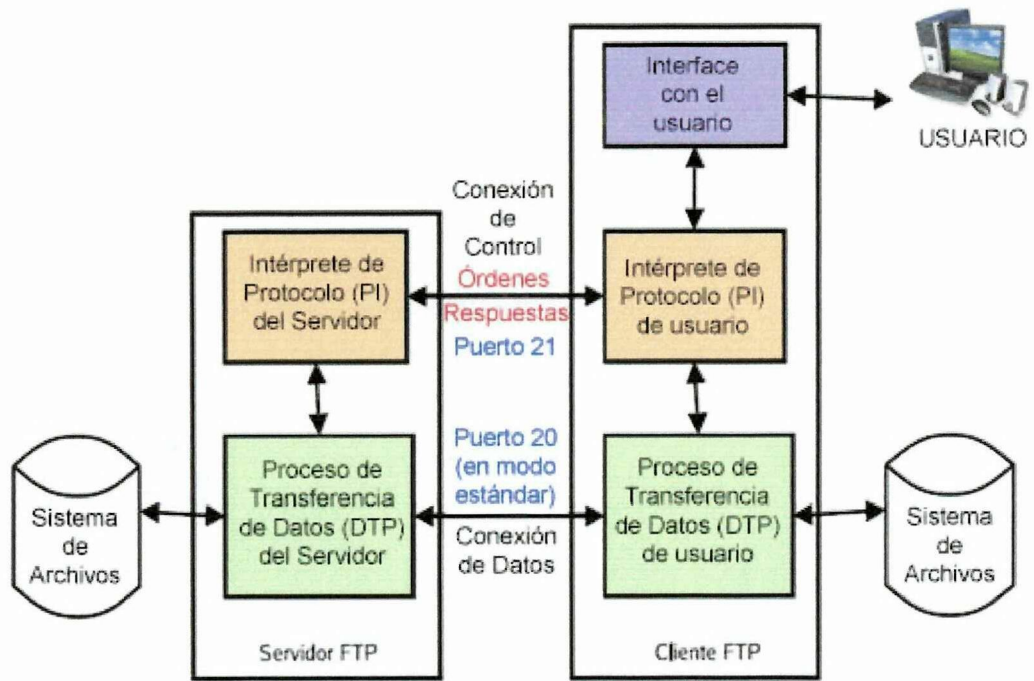


Fig. No. 16 Diagrama de un servicio ftp

Capítulo

11

CAPITULO II

ANÁLISIS DE RESULTADOS

2.2 ANALISIS DE RESULTADOS

2.2.1. Análisis e interpretación de resultados

ENCUESTA DIRIGIDA A DIRECTORES DEPARTAMENTALES Y EMPLEADOS DE LA EMPRESA ORCOIN S.A.

Análisis e interpretación de resultados de las encuestas realizadas a los directores departamentales y empleados de la empresa ORCOIN S.A. de la ciudad de Guayaquil.

**Tabla N° 1
Control de ventas
Que se lleva a cabo en la Empresa ORCOIN S.A.**

1. ¿CÓMO LLEVA EL CONTROL DE VENTAS?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Manualmente	6	30
Hoja Electrónica	14	70
Sistema	0	0
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No. 1

La tabla No.1 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas, 6 de ellas es decir el 30 % manifestó realizar el control de ventas de forma manual, mientras que 14 personas, es decir el 70%, manifiestan hacerlo a través de Hoja Electrónica.

Por lo que se determina que la mayoría de los encuestados llevan el control a través de Hoja Electrónica.

Gráfico N° 1
Control de ventas
Que se lleva a cabo en la Empresa ORCOIN S.A.

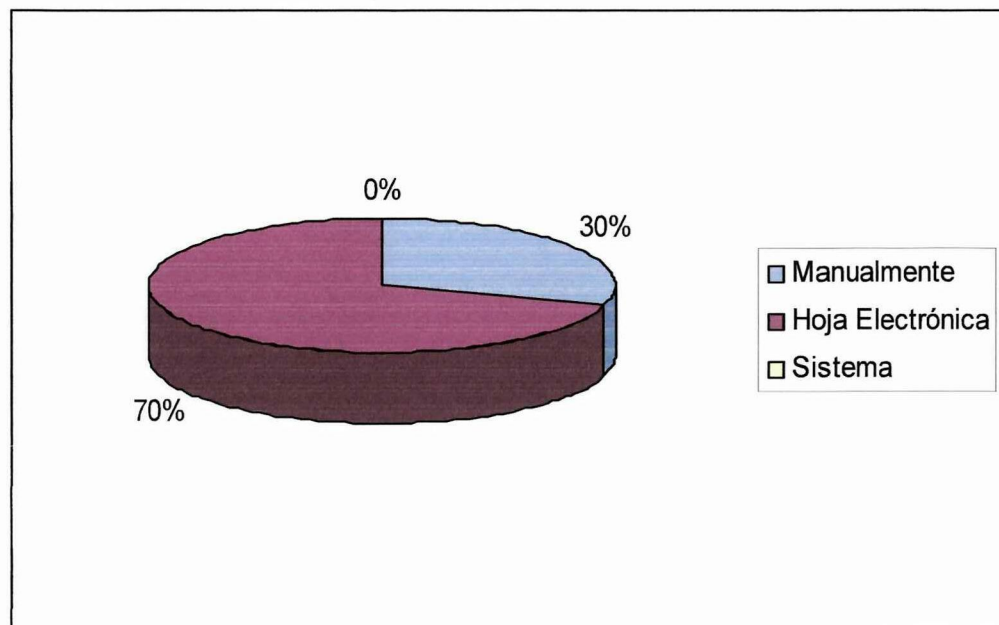


Tabla N° 2
Necesidad de Frecuencia de acceso
A la información
Que se lleva a cabo en la Empresa ORCOIN S.A.

2. ¿CON QUÉ FRECUENCIA NECESITA ACCEDER A LA INFORMACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	75
Frecuentemente	5	25
Nunca	0	0
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.2

La tabla N.2 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas, 15 de ellos es decir, el 75% manifestaron siempre acceder a la información de los servicios y productos que se comercializa, 5 personas, o sea el 25% agregó hacerlo de forma frecuente.

Se determina entonces que la mayoría de los encuestados acceden a la información de servicios y productos en forma siempre frecuente.

Gráfico N° 2
Necesidad de Frecuencia de acceso
A la información
Que se lleva a cabo en la Empresa ORCOIN S.A.

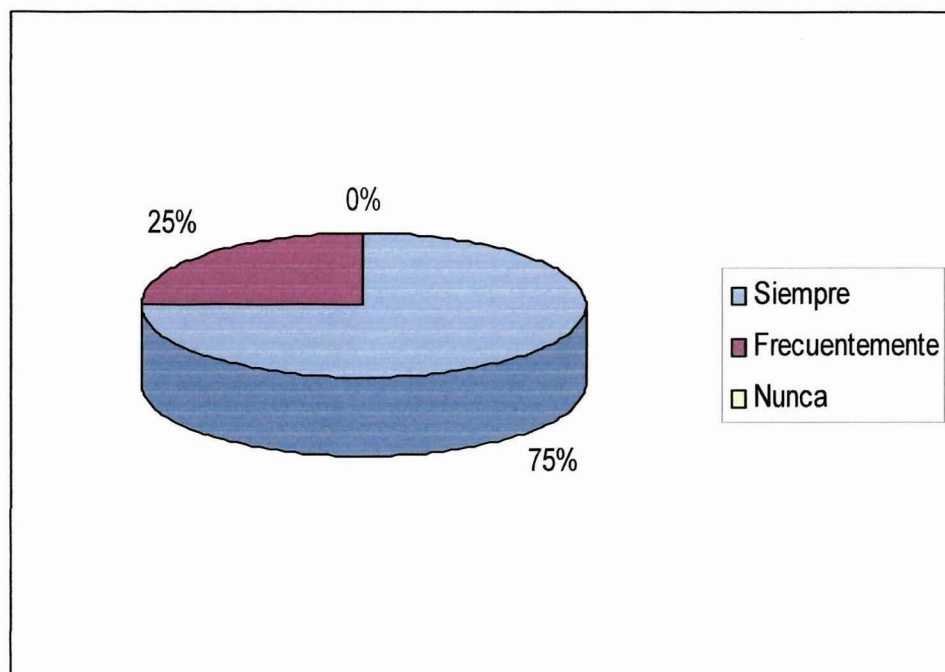


Tabla N° 3
Calidad de Información a la que
Accede el personal de la Empresa ORCOIN. S.A.

3. LA INFORMACIÓN A LA QUE USTED ACCEDE ES CON FRECUENCIA :

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Actualizada	5	25
Semiactualizada	9	45
Desactualizada	6	30
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.3

La tabla No. 3 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas observamos que 5 de ellas o sea el 25% del personal de la Empresa accede a información actualizada, 9, es decir el 45% refiere hacerlo a información semiactualizada y 6 personas, o sea un 30% lo hace a reportes desactualizados. Se determina que la mayoría de los encuestados accede a información semi-actualizada.

Gráfico N° 3
Calidad de Información a la que
Accede el personal de la Empresa ORCOIN. S.A.

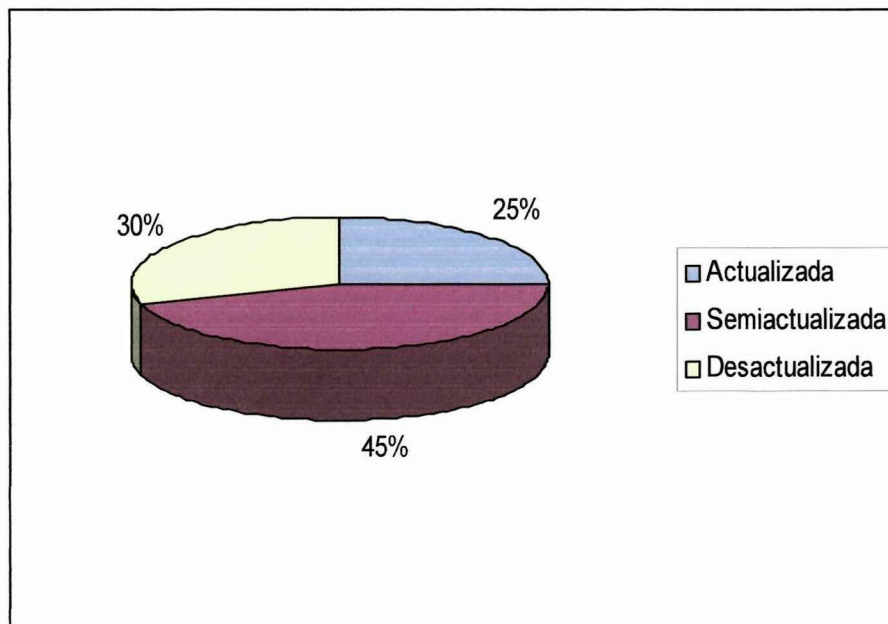


Tabla N° 4
Medios de información para comercializar
Los servicios y productos
De la Empresa ORCOIN S.A. según su Personal.

4. ¿A TRAVÉS DE QUE MEDIOS DE INFORMACIÓN CONSIDERA USTED QUE LOS CLIENTES CONOCEN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Medios Escritos	7	35
Radio	13	65
Televisión	0	0
Internet	0	0
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.4

La tabla No. 4 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas 7 de ellos, es decir el 35% indican que los clientes acceden a la información a través de Medios Escritos, 13 personas o sea el 65% considera a la Radio como fuente de Información.

Determinamos entonces que la mayoría del personal de la Empresa encuestado considera a la Radio como medio de información a la que acceden los clientes de ORCOIN S.A.

Gráfico N° 4
Medios de información para comercializar
Los servicios y productos
De la Empresa ORCOIN S.A. según su Personal.

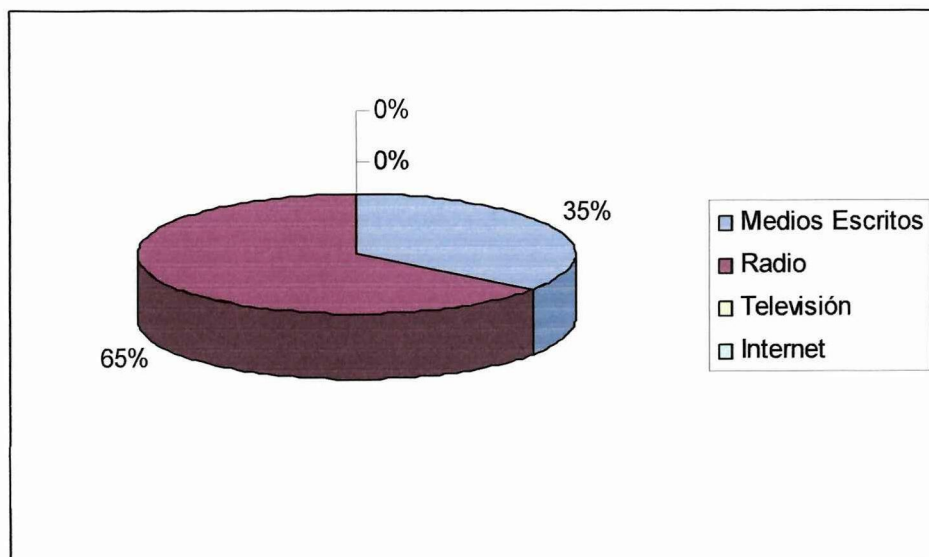


Tabla N° 5
Grado de Atención al Cliente
Según los empleados de la Empresa ORCOIN S.A.

5. ¿QUÉ GRADO DE ATENCIÓN, CONSIDERA TIENEN LOS CLIENTES CUANDO ACUDEN A REALIZAR UNA CONSULTA SOBRE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	15	75
Buena	3	15
Mala	2	10
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.5

La tabla No. 5 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas, de éstas 15, es decir el 75% considera que la atención que la Empresa da al clientes es excelente, 3 de los encuestados, es decir, el 15% manifestó como buena atención y 2 personas o sea el 10% la considera mala.

Por lo que se determina que la mayoría del personal encuestado considera dar una atención excelente al cliente.

Gráfico N° 5
Grado de Atención al Cliente
Según los empleados de la Empresa ORCOIN S.A.

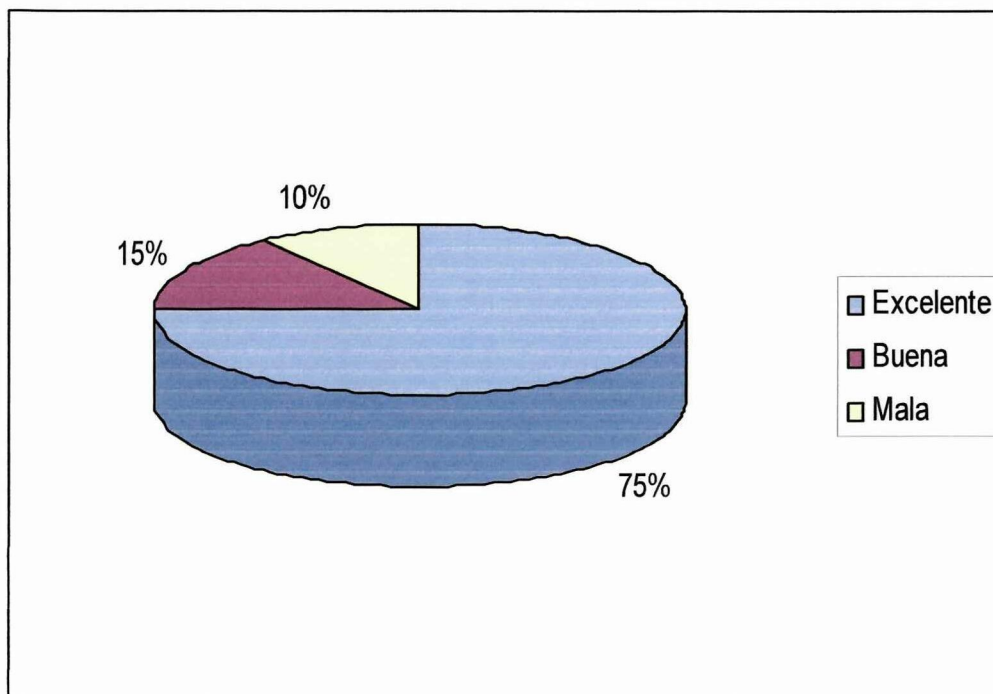


Tabla N° 6
Cambios internos sugeridos por
El personal de la Empresa ORCOIN S.A.

**6. ¿PARA QUE EL CLIENTE SE SIENTA SATISFECHO USTED
QUÉ PROPONDRÍA CAMBIAR DENTRO DE LA EMPRESA?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Entrega de información	7	35
Los procesos realizados	11	55
Al personal que lo atiende	2	10
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la
Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.6

La tabla No.6 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas 7, es decir el 35% consideran que para mejorar la satisfacción al cliente los cambios serían a nivel de Entrega de información, 11 personas o sea el 55% se refiere a Procesos realizados, 2 de los encuestados, es decir el 10% se inclina a cambio del personal que atiende.

Se determina entonces que la mayoría de los encuestados propone mejorar los procesos realizados para satisfacer al Cliente.

Gráfico N° 6
Cambios internos sugeridos por
El personal de la Empresa ORCOIN S.A.

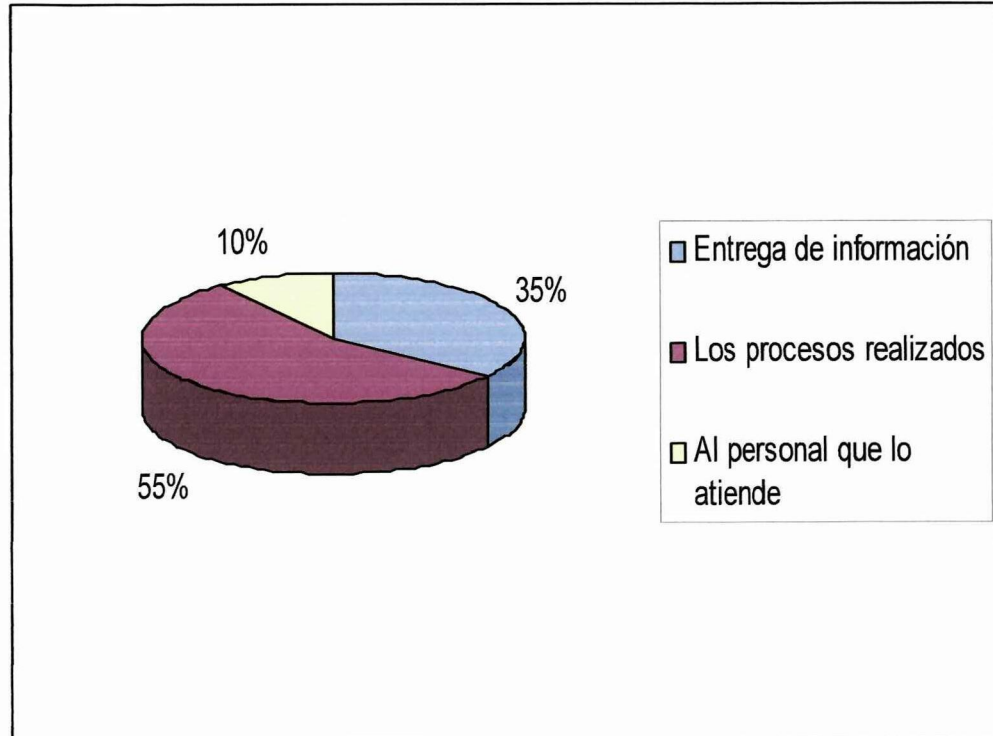


Tabla N° 7
Opinión sobre nuevos cambios
Tecnológicos según
El personal de la Empresa ORCOIN. S.A.

7. **¿CREE USTED QUE LA EMPRESA DEBE IR ACORDE CON LOS NUEVOS AVANCES TECNOLÓGICOS, PARA OFRECERLE MEJORES SERVICIOS?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	90
No	2	10
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.7

La tabla No. 7 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas 18 de ellas, es decir, el 90% sugiere ir acorde a los nuevos avances tecnológicos para ofrecer mejores servicios, mientras que 2 personas es decir el 10% indicaron lo contrario. Lo que se determina en éste caso es que la gran mayoría de los encuestados proponen ir acorde con los nuevos avances tecnológicos, para ofrecer mejores servicios.

Gráfico N° 7
Opinión sobre nuevos cambios tecnológicos
Según el personal
De la Empresa ORCOIN. S.A.

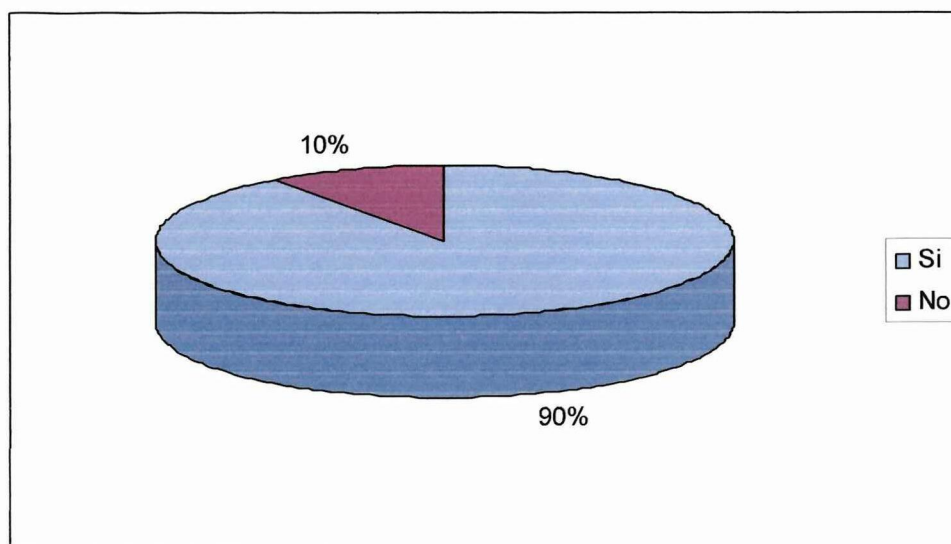


Tabla N° 8
Conocimiento de los directores y empleados
De la Empresa ORCOIN. S.A.
Sobre las ventajas y servicios del Internet

8. ¿CONOCE LAS VENTAJAS Y SERVICIOS QUE BRINDA EL INTERNET?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80
No	4	20
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.8

La tabla No. 8 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas, 16 de ellos, es decir el 80% señala que conocer las ventajas y servicios que brinda el Internet; mientras que 4 de ellos, es decir, un escaso 20% los desconoce. Llegamos a determinar que una gran mayoría del personal de la Empresa conoce las ventajas y servicios que brinda el Internet.

Gráfico N° 8
Conocimiento de los directores y empleados
De la Empresa ORCOIN. S.A.
Sobre las ventajas y servicios del Internet

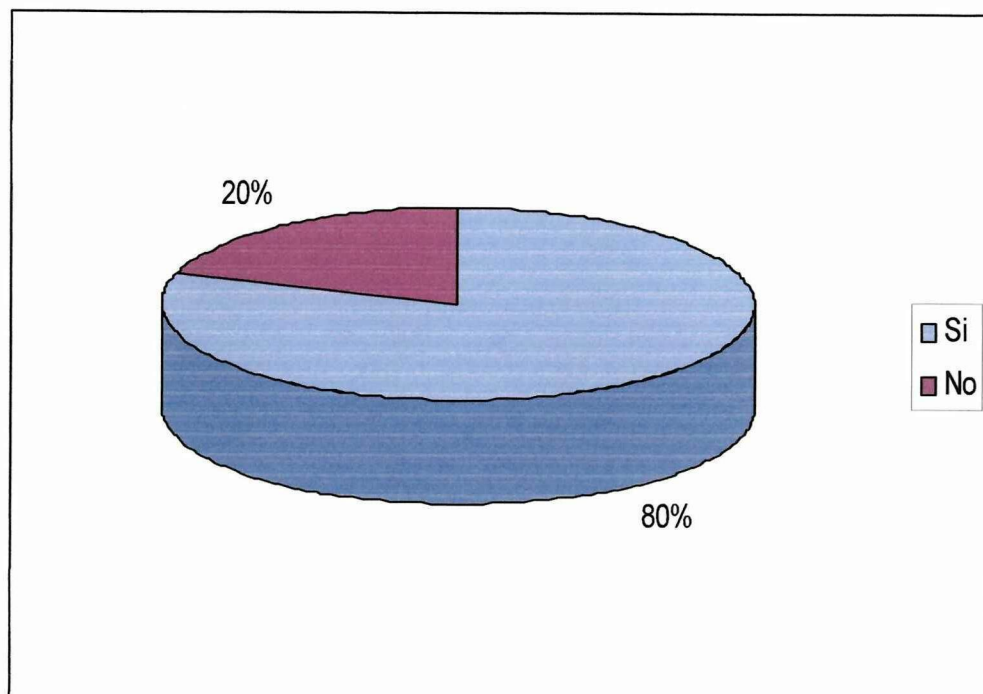


Tabla N° 9
Criterio sobre la creación de un Sitio Web
Según los empleados
Para el Crecimiento Empresarial

9. ¿SEGÚN SU CRITERIO, LA CREACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA EMPRESA AYUDARÍA A LA MISMA EN SU CRECIMIENTO EMPRESARIAL?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	7	35
Parcialmente	11	55
Nada	2	10
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.9

La tabla No. 9 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas, de éstas 7, decir, el 35 % manifestó que la creación de un Sitio Web para la Empresa ayudaría totalmente a la misma en su crecimiento empresarial, 11 personas es decir el 55% opina que ayudaría parcialmente al desarrollo y 2 personas o sea el 10% señaló como no necesario.

Por lo que se determina que la mayoría de encuestados considera la creación de un Sitio Web como medio para ayudar al crecimiento de la Empresa.

Gráfico N° 9
Criterio sobre la creación de un Sitio Web
Según los empleados
Para el crecimiento empresarial

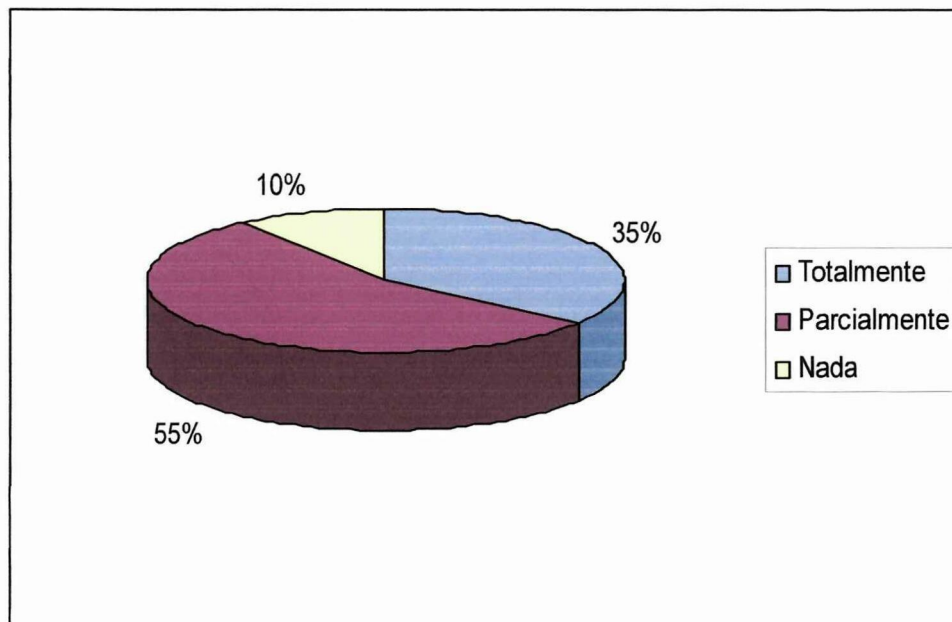


Tabla N° 10
Criterio sobre la creación de un Sitio Web
Según los empleados de la Empresa ORCOIN S.A.
Para ayudar a la Comercialización

10. ¿CONSIDERA USTED QUE UN SITIO WEB AYUDARÍA A LA EMPRESA A COMERCIALIZAR MÁS Y DE MEJOR MANERA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	75
No	5	25
Total	20	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Directores departamentales y empleados de la Empresa ORCOIN S.A. En Enero del 2.007.

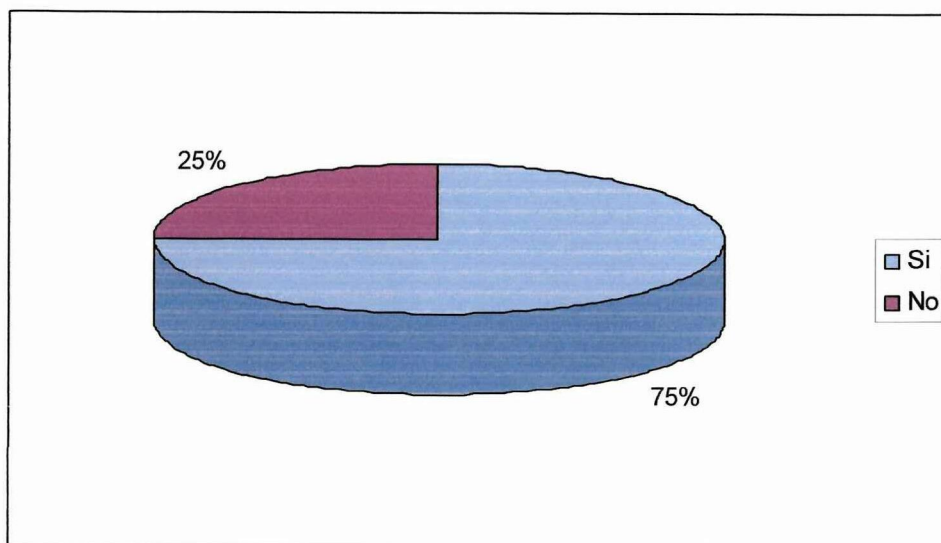
Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.10

La tabla No.10 contiene los datos de la encuesta aplicada a 20 personas 15 de ellas es decir, el 75% considera la creación de un Sitio Web como una ayuda para la comercialización de la Empresa, mientras que 5 de los encuestados es decir el 25% señaló lo contrario.

Determinamos que la mayoría de los encuestados señalan la creación de un Sitio Web como recurso para ayudar a la comercialización de los productos y servicios.

Gráfico N° 10
Criterio sobre la creación de un Sitio Web
Según los empleados de la Empresa ORCOIN S.A.
Para ayudar a la Comercialización



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA ORCOIN S.A.

Análisis e interpretación de resultados de las encuestas realizadas a los clientes de la empresa ORCOIN S.A. de la ciudad de Guayaquil

**Tabla No.11
Conocimiento en sus Clientes de los Beneficios
Que entrega la Empresa ORCOIN S.A.**

**1.- ¿CONOCE USTED DE TODOS LOS BENEFICIOS QUE OFRECE LA
EMPRESA ORCOIN S.A.?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	50	20
Parcialmente	50	20
Nada	150	60
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En

Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.11

La tabla No. 11 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 50 de ellas es decir el 20 % manifestó conocer totalmente los beneficios que brinda la Empresa Orcoin S.A., 50 de los encuestados, o sea el 20% indicó conocer parcialmente y 150 personas es decir un 60% no tiene conocimientos de la misma. Lo que se determina que la mayoría de encuestados no conoce los Beneficios que entrega ORCOIN S.A.

Gráfico 11
Conocimiento en sus Clientes de los Beneficios
Que entrega la Empresa ORCOIN S.A.

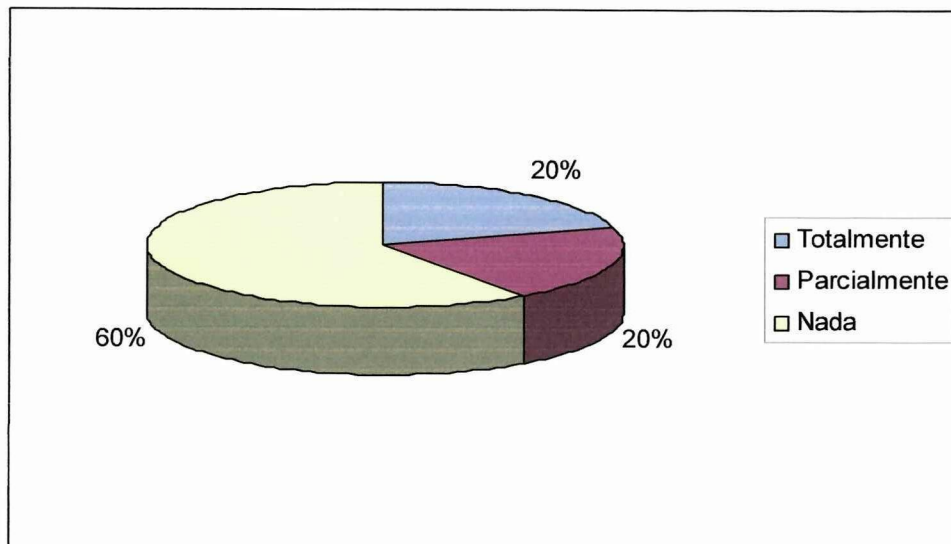


Tabla No.12
Conocimiento en sus Clientes
de los Productos
Que comercializa la Empresa ORCOIN S.A.

2.- **¿CONOCE TODOS LOS PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA NUESTRA EMPRESA?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	76	30,4
Parcialmente	99	39,6
Nada	75	30
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En
 Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.12

La tabla No. 12 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 76 de ellas, es decir el 30,4% indicó un conocimiento total de los productos que comercializa ORCOIN S.A.; 99 personas es decir el 39,6% los conoce en forma parcial, y 75 personas, o sea el 30 % recalcó no saber nada de los mismos.

Por lo que determinamos que la mayoría de los encuestados conoce parcialmente los productos que comercializa la Empresa.

Gráfico No.12
Conocimiento en sus Clientes
de los Productos
Que comercializa la Empresa ORCOIN S.A.

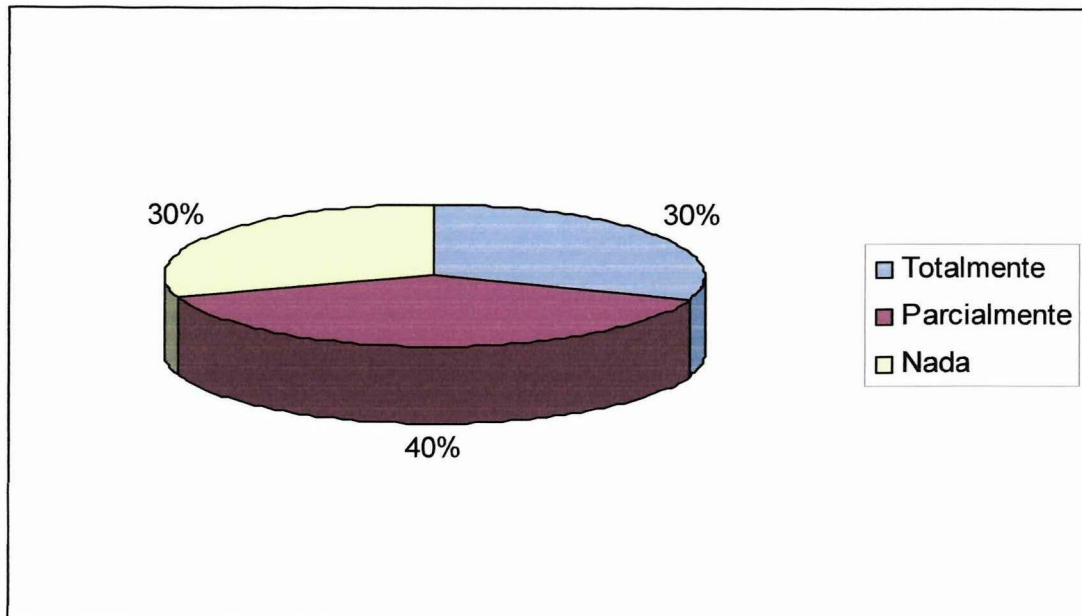


Tabla No.13
Conocimiento en sus Clientes de los Servicios
Que presta la Empresa ORCOIN S.A.

3.- ¿CONOCE LOS SERVICIOS QUE OFRECE NUESTRA EMPRESA?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	110	44
Parcialmente	74	29,6
Nada	66	26,4
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En
 Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.13

La tabla No. 13 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 110 de ellas, es decir el 44% conoce totalmente los servicios que la Empresa brinda, 74 personas o sea el 29,6 % conoce de forma parcial; 66 de los encuestados es decir el 26,4 indicó no conocer nada.

Por lo que se determina que la mayoría de los encuestados conoce de forma total los Servicios que presta la Empresa.

Gráfico No.13
Conocimiento en sus Clientes de los Servicios
Que presta la Empresa ORCOIN S.A.

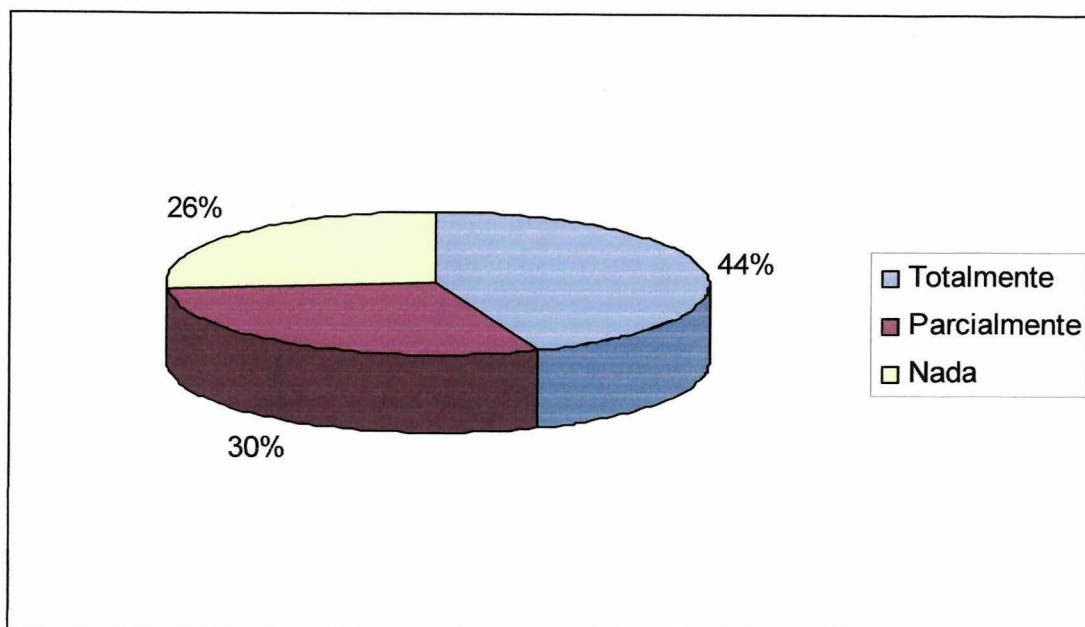


Tabla No.14
Grado de Atención al Público que reportan
Los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.

4.- ¿QUÉ GRADO DE ATENCIÓN CONSIDERA USTED QUE TIENE CUANDO ACUDE A REALIZAR UNA CONSULTA SOBRE PRODUCTOS DE NUESTRA EMPRESA?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	80	32
Buena	115	46
Mala	55	22
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En
 Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.14

La tabla No. 14 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 80 de ellas, es decir el 32% indica que la calidad de atención que considera tener el cliente por parte de la Empresa ORCOIN S.A. es excelente, 115 personas, o sea el 46% lo considera buena, y 55 personas o sea el 22% indica que la atención es mala.

Por lo que se determina que la mayoría de los encuestados considera que la atención al cliente por parte de la Empresa es buena.

Gráfico No.14
Grado de Atención al Público que reportan
Los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.

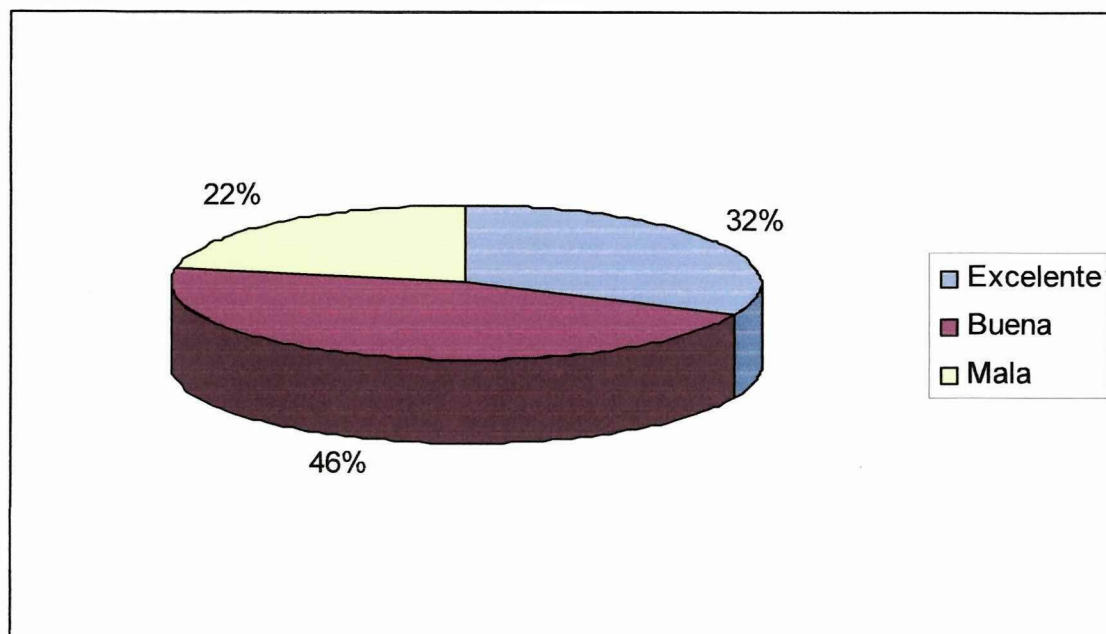


Tabla No. 15
Facilidad de Acceso a Costos
De los Clientes
A Productos de la Empresa ORCOIN. S.A.

5.- ¿TIENE USTED FACILIDAD PARA ACCEDER A COSTOS TANTO DE PRODUCTOS COMO DE SERVICIOS QUE DA LA EMPRESA?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	65	26
Parcialmente	72	28,8
Nada	113	45,2
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.15

La tabla No. 15 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 65 de ellas, es decir el 26% manifestó tener acceso fácilmente a los de los productos de la Empresa ORCOIN S.A., 72 personas es decir el 28,8% indicó poder acceder parcialmente y 113 personas o sea el 45,2% reportó no poder hacerlo.

Se determina por lo tanto que la mayoría de encuestados no accede con facilidad a costos de los productos de la Empresa ORCOIN S.A.

Gráfico No. 15
Facilidad de Acceso a Costos
De los Clientes
A Productos de la Empresa ORCOIN. S.A.

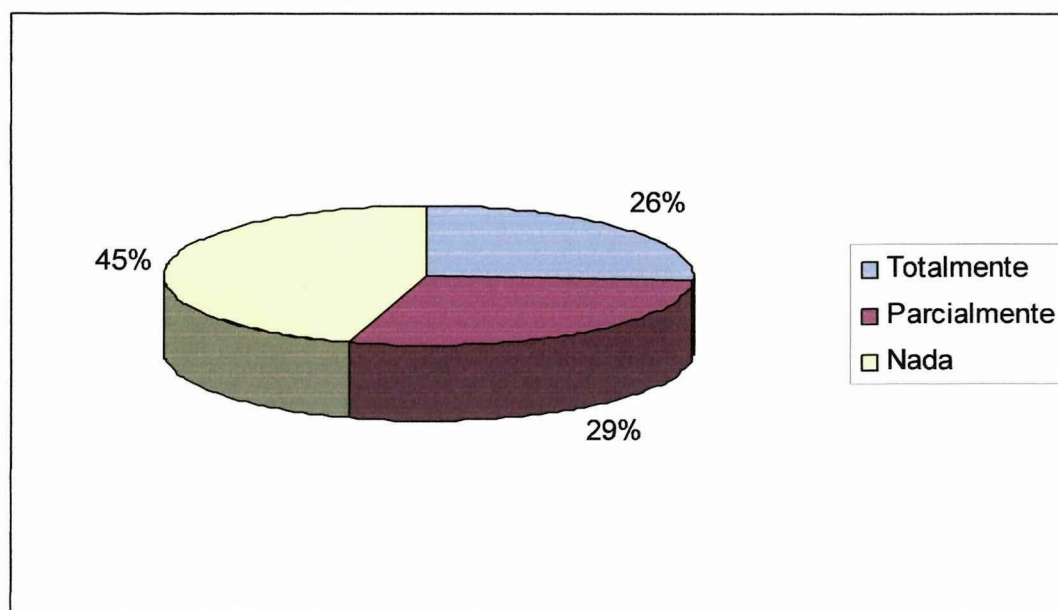


Tabla No. 16
Facilidad de Acceso a Servicios
De los Clientes
De la Empresa ORCOIN. S.A.

6.- ¿TIENE USTED FÁCIL ACCESO A LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	51	20,4
Parcialmente	54	21,6
Nada	145	58
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En
 Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masquel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.16

La tabla No. 16 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, de las cuales 51 de ellas, es decir el 20,4% indicó acceder en forma totalmente fácil a los servicios que ORCOIN S.A. brinda, 54 personas o sea el 21.6% lo hace en forma parcial y 145 personas es decir el 58% no lo hace.

Determinamos entonces que la mayoría de encuestados no logra acceder fácilmente a los servicios que ORCOIN S.A. brinda.

Gráfico No. 16
Facilidad de Acceso a Servicios
De los Clientes
De la Empresa ORCOIN. S.A.

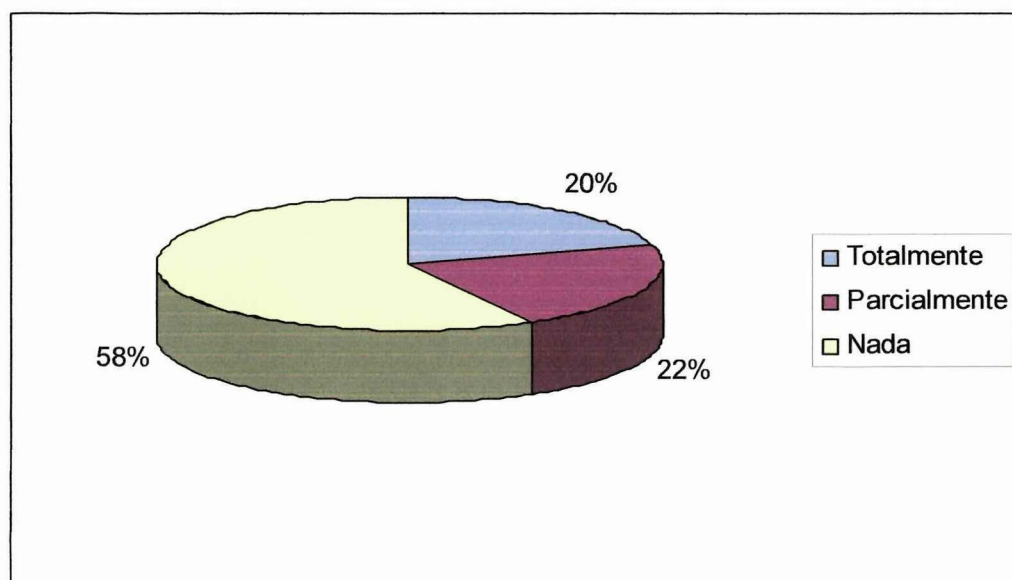


Tabla No. 17
Accesibilidad de los Clientes
De la Empresa ORCOIN S.A.
Para hacer llegar sus opiniones y sugerencias.

**7.- ¿PUEDE USTED DAR SIEMPRE SUS OPINIONES Y SUGERENCIAS
SOBRE LOS PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA NUESTRA
EMPRESA?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	86	34,4
NO	164	65,6
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En
Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.17

La tabla No. 17 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 86 de ellas, es decir el 34,4% afirmó poder hacer llegar sus sugerencias y opiniones sobre los productos que la Empresa ORCOIN S.A. comercializa, mientras que 164 de ellos es decir el 65,6% manifestó no poder hacerlo.

Por lo que se determina que la mayoría de encuestados no puede hacer llegar sus opiniones y sugerencias a la Empresa.

Gráfico No. 17
Accesibilidad de los Clientes
De la Empresa ORCOIN S.A.
Para hacer llegar sus opiniones y sugerencias.
Sobre sus Productos

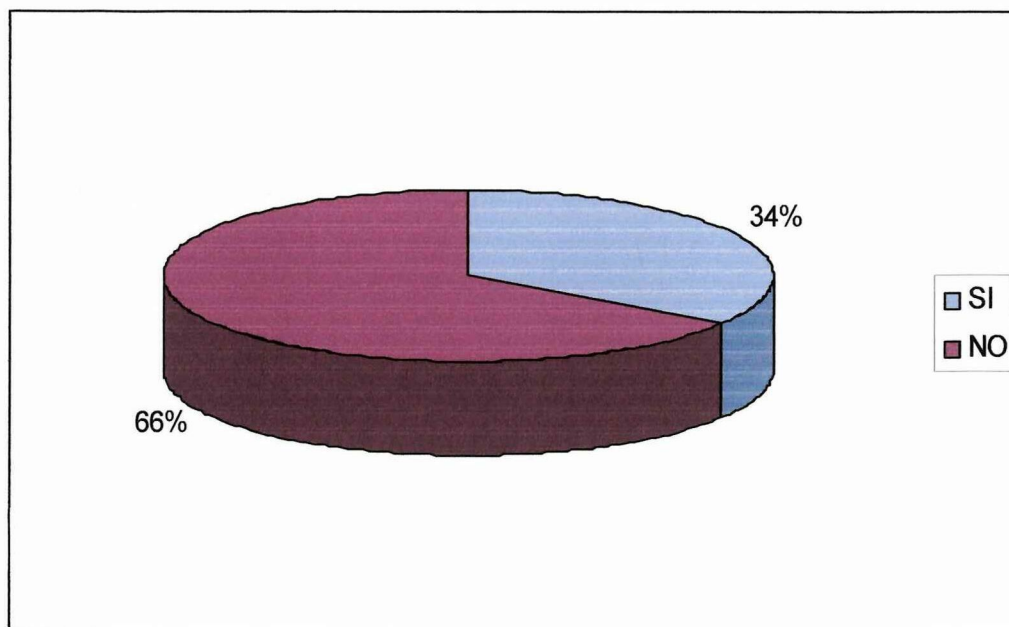


Tabla No. 18
Accesibilidad de los Clientes
De la Empresa ORCOIN S.A.
Para hacer llegar sus opiniones y sugerencias
Sobre sus Servicios.

**8.- ¿PUEDE USTED SIEMPRE OPINAR Y SUGERIR SOBRE LOS
SERVICIOS QUE COMERCIALIZA NUESTRA EMPRESA?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	16	6,4
NO	234	93,6
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En
Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.18

La tabla No. 18 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 16 de ellas, o sea 6,4%, indica poder hacer llegar sus opiniones y sugerencias sobre los servicios de la Empresa, mientras que 234 personas, o sea el 93,6% indica lo contrario.

Determinamos entonces que la gran mayoría de los encuestados no puede hacer llegar sus opiniones y sugerencias en cuanto a servicios de la Empresa.

Gráfico No. 18
Accesibilidad de los Clientes
De la Empresa ORCOIN S.A.
Para hacer llegar sus opiniones y sugerencias
Sobre sus Servicios.

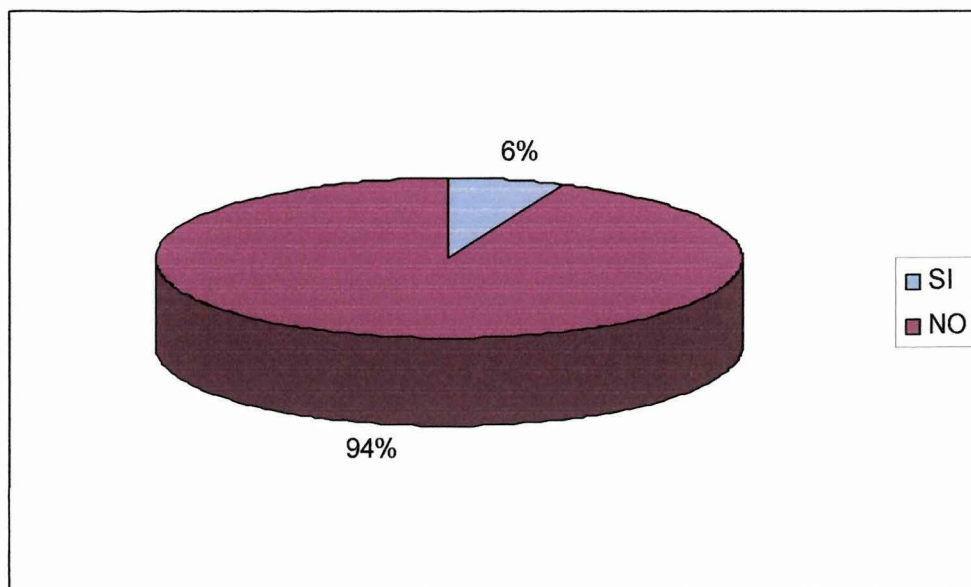


Tabla N.19
Opinión de los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.
Sobre radio y televisión como únicos
Medios de Información.

9.- ¿CONSIDERA LA RADIO Y TELEVISIÓN COMO ÚNICOS MEDIOS DE INFORMACIÓN?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	86	34,4
NO	164	65,6
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En
 Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.19

La tabla No.19 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 86 de ellas o sea el 34,4% indicó conocer como únicos medios de publicidad a la Radio y Televisión, mientras que 164 personas o sea el 65,6% indicó, lo contrario. Podemos determinar entonces que para la mayoría de los encuestados la Radio y Televisión no son los únicos Medios de Información.

Gráfico N.19
Opinión de los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.
Sobre radio y televisión como únicos
Medios de Información.

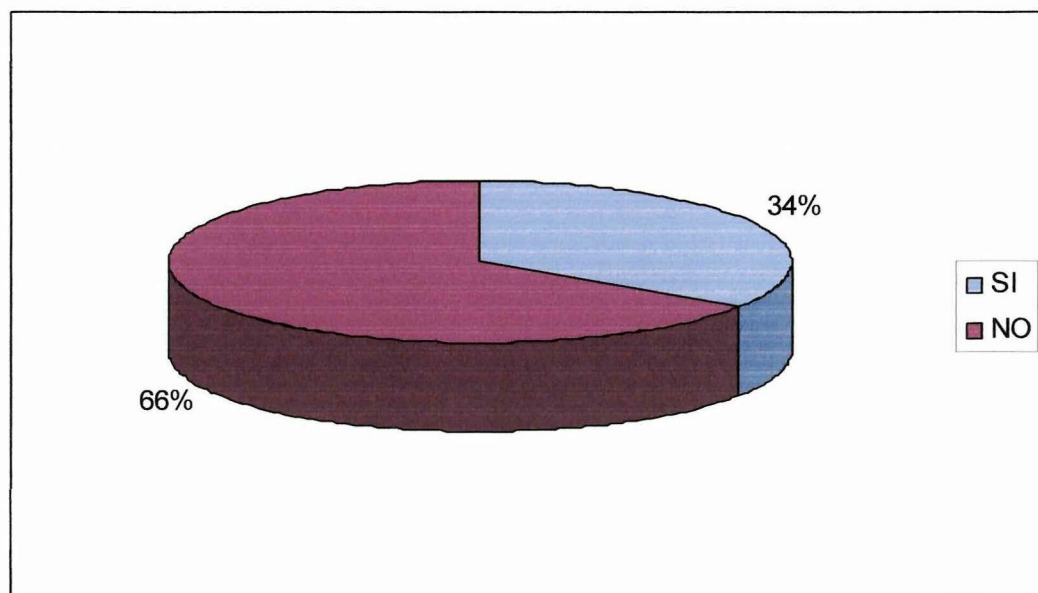


Tabla No 20
Conocimiento de ventajas y servicios
Que ofrece el Internet
En los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.

10.- ¿CONOCE LAS VENTAJAS Y SERVICIOS QUE OFRECE EL INTERNE?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	120	48
Parcialmente	100	40
Nada	30	12
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En
 Febrero del 2.007.

Elaborado por: Masguel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.20

La tabla No. 10 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 120 de ellas, es decir el 48% indica conocer las ventajas y servicios que se obtiene del Internet, 100 personas o sea el 40% indicó conocer parcialmente y 30 personas es decir el 12% manifestó no conocer nada acerca de éstos.

Por lo que se determina que la mayoría de los encuestados conoce bien las ventajas y servicios que el Internet ofrece.

Gráfico No 20
Conocimiento de ventajas y servicios
Que ofrece el Internet
En los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A.

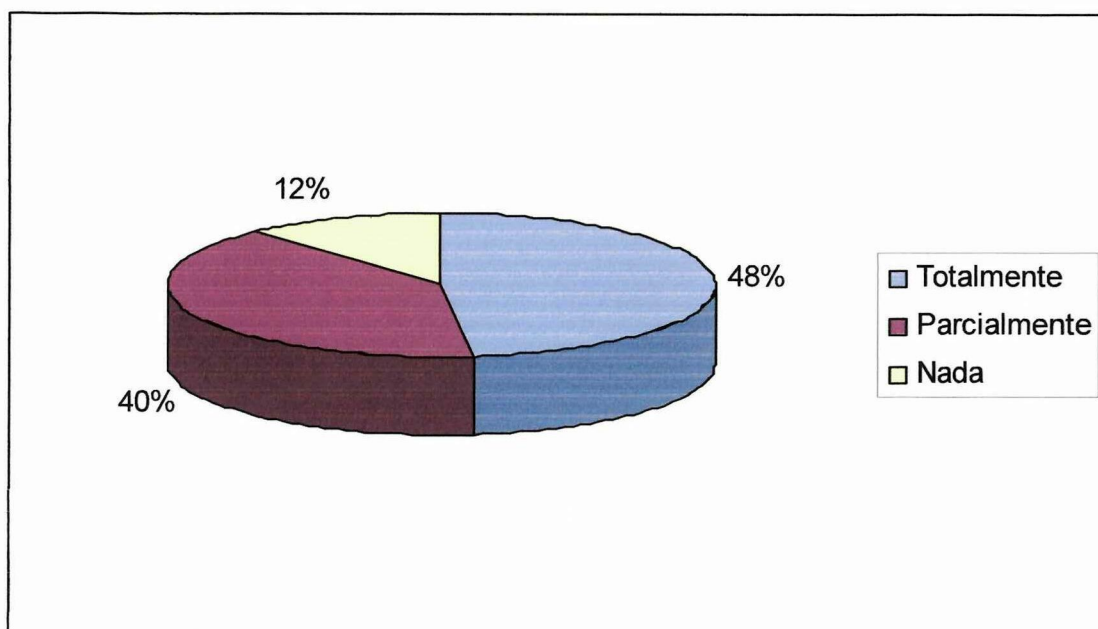


Tabla No.21
Internet como medio de Información
De productos y servicios de la Empresa ORCOIN S.A.
Según sus clientes.

11.- ¿LE AYUDARÍA QUE LA INFORMACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE NUESTRA EMPRESA ESTÉN PUBLICADOS EN INTERNET?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	165	66
Parcialmente	45	18
Nada	40	12
TOTAL	250	100

Fuente: Encuesta Aplicada a los Clientes de la Empresa ORCOIN S.A. En
 Febrero del 2.007.

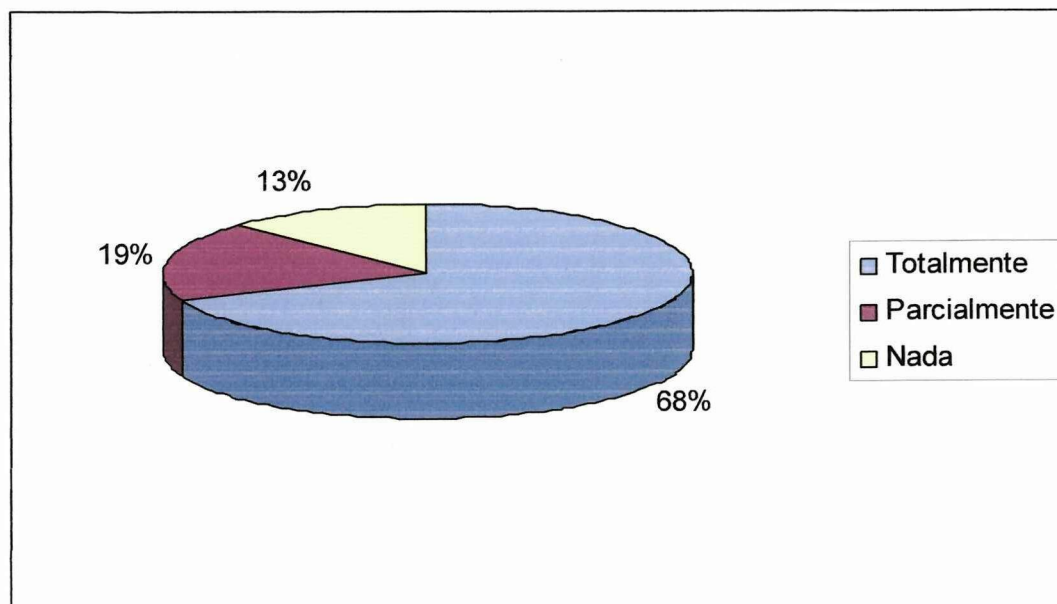
Elaborado por: Masquel Gregorio Román Poveda.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA No.21

La tabla No. 11 contiene los datos de la encuesta aplicada a 250 personas, 165 de ellas, o sea el 66% indica la opinión de los clientes de la Empresa ORCOIN S.A. sobre la total ayuda que representa el uso del Internet para mejorar la información de los productos y servicios que comercializa la misma; 45 encuestados o sea el 18% indica colaboración parcial y 40 personas, es decir el 12% no acredita al Internet como medio de información de publicidad.

Determinamos entonces que la mayoría de los encuestados reconoce la ayuda que representa el uso del Internet para mejorar la información de los productos y servicios que comercializa una Empresa.

Gráfico No.21
Internet como medio de Información
De productos y servicios de la Empresa ORCOIN S.A.
Según sus clientes.



**CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS SEGÚN OPINION O
SUGERENCIAS DE LOS MISMOS**

CHI CUADRADO

**Tabla No. 22
OPINION O SUGERENCIAS SOBRE LOS PRODUCTOS**

CONOCE LOS PRODUCTOS	SI opina		NO opina		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%
SI Conoce (p1)	85	48,57	90	51,43	175	100,00
NO Conoce (p2)	1	1,33	74	98,67	75	100,00
TOTAL	86	34,40	164	65,60	250	100,00

Cálculo para una tabla de 2x2.

$$p1 = 48,57$$

$$p2 = 1,33$$

Hipótesis: Las personas que SI conocen los productos, tienen mayor posibilidad de opinar o sugerir respecto de los productos

Hipótesis Nula: p1 igual a p2

Hipótesis Alternativa p1 mayor a p2.

INTERPRETACION:

Frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es de 25.80.

Se acepta la Hipótesis (p1 mayor a p2)

2.4. ANALISIS GENERAL

Luego de haber realizado encuestas a los directores departamentales, empleados y clientes de la empresa Orcoin S.A. de la ciudad de Guayaquil a través de los porcentajes obtenidos se determina que gran parte del personal de la Empresa frecuenta siempre a la información, siendo el 45% actualizada. Más de la mitad del personal analizado propone modificación en los procesos para mejorar la atención al cliente, un menor número sugiere realizar cambios en el tipo de entrega de la información. Se observa que casi el total de la Empresa refiere ir acorde a nuevos avances tecnológicos.

En cuanto al análisis efectuado a los clientes de ORCOIN S.A. se puede destacar que existe mayor conocimiento de los productos en relación a los servicios que demostró un menor porcentaje.

Igualmente se evidencia dificultad para acceder tanto a costos como al stock de de los beneficios de la Empresa.

El importante número de clientes que reporta conocer sobre las ventajas que ofrece el Internet y la ayuda que representa para obtener todo tipo de información comercial determina entonces la necesidad de tener un nuevo medio difusión de información para la Empresa que a la vez sea lo mas eficiente y actualizada principalmente sobre productos y servicios que brinda ORCOIN S.A.

En la verificación estadística efectuada a través del Chi Cuadrado se observa que las pruebas efectuadas fueron significativas.

2.5. Verificación de la Hipótesis

El Internet es un medio de comunicación muy accesible a gran parte por no decir a toda la población.

En base a esto y al difícil acceso a medios comunicativos como son Radio y Televisión, la creación de una Página Web es un medio de fácil difusión y que permite al cliente acceder a información sobre los servicios y productos que en éste caso comercializa la Empresa ORCOIN S.A. en la ciudad de Guayaquil “.

La hipótesis en este caso se basó en demostrar el bajo nivel de conocimientos por parte de sus clientes de todos los beneficios que en sí la Empresa brinda, basándonos para esto en un análisis fundamentado en encuestas tanto al personal de ORCOIN S.A. , como a su clientela.

2.6. Conclusiones

- ✚ Cumplidas las fases del ciclo de vida como son el análisis, diseño, construcción e implementación se concluye que el sitio Web de ORCOIN S.A. es una herramienta de importancia para el desempeño laboral de la empresa, debido a la información presentada, facilita la consulta de productos y servicios ofertados.
- ✚ El sitio Web ha sido desarrollado en base a los requerimientos de la empresa, por lo que cubre los procesos solicitados, permitiendo a los usuarios interactuar eficientemente con el sitio Web y así establecer un ámbito de trabajo mucho más competitivo.
- ✚ El sitio Web ofrece seguridad de la información que se maneja, y con los niveles de acceso que cuenta se evita que personas no autorizadas manipulen dicha información.
- ✚ El personal de la empresa Orcoin S.A. de la ciudad de Guayaquil está de acuerdo que la empresa vaya acorde con los nuevos avances tecnológicos para ofrecer mejores servicios al cliente, y que mejor servicio que proporcionarle mediante un sitio Web información de manera rápida y actualizada a la hora y en cualquier lugar que el cliente se encuentre.
- ✚ Las opiniones y sugerencias de los clientes son primordiales en el crecimiento de la empresa, ya que es la única manera de conocer a un cliente satisfecho o insatisfecho por los servicios brindados, además de conocer sus requerimientos

2.7. Recomendaciones

- ✦ Es importante, observar y mantener los parámetros y perfiles de usuario incluidos en el sitio Web, lo que hará que la productividad del sitio este acorde a las perspectivas que motivaron su realización.

- ✦ La Universidad Técnica de Cotopaxi, debe continuar con el desarrollo de proyectos de grado a través de los estudiantes egresados, para instituciones o empresas que lo requieran, lo que fortalecerá la imagen institucional y permitirá a los alumnos poner en práctica los conocimientos adquiridos en el transcurso universitario.

Capitula

111

3. PROPUESTA

3.1. Diseño de aplicabilidad de un Sitio Web para la empresa ORCOIN S.A.

3.1.1. Presentación

ORCOIN S.A. ha venido atendiendo a sus clientes en sus múltiples servicios a través de sus oficinas ubicadas en la ciudad de Guayaquil, sin expandirse por el mundo, por eso ha sido necesario la implementación de un sistema de última tecnología en la difusión de la información como es el portal Web.

Con el Sitio Web ORCOIN S.A., se beneficia de una tecnología de punta que le permitirá proporcionar información rápida y oportuna proyectando su imagen a escala mundial.

3.1.2. Justificación.-

El trabajo de investigación tiene como finalidad dar a conocer al mundo los productos y servicios que ofrece ORCOIN S.A., como estudiante de la especialidad de sistemas, considero que la propuesta será un gran aporte para mencionada empresa, debido a que un portal Web es de suma importancia para darse a conocer a través del Internet que es una red mundial.

El uso de la tecnología acompañado de una integración de la información hace que las empresas puedan aprovechar de una manera más eficiente y efectiva sus recursos y de esta manera incrementar su productividad apuntando hacia la excelencia y sobre todo alcanzar altos niveles de competitividad.

El Sitio Web será un sitio de referencia y un elemento clave de promoción y publicidad, además de permitir realizar consultas en línea

El diseño de un Sitio Web en ORCOIN S.A. no necesitará de gastos económicos mayores, se cuenta con la apertura de sus representantes ya que mediante la aplicación de mi propuesta los clientes podrán consultar sobre los productos y servicios desde cualquier lugar y en el momento que lo desee.

Con el diseño de un Sitio Web se optimizará los recursos técnicos para ir acorde con los avances tecnológicos y así aumentar la calidad de sus servicios.

3.2. Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Implementar un sitio Web, que permita realizar consultas sobre los servicios y productos que comercializa la empresa ORCOIN S.A. en la ciudad de Guayaquil en la ciudadela Kennedy Norte Calle Principal del Salado Solar 5 Manzana 907, utilizando nuevas herramientas computarizadas.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Construir una interfaz que permita recepcionar inquietudes, comentarios y sugerencias de los clientes y usuarios en general.
- Proporcionar información actualizada de los servicios y productos que comercializa la empresa.
- Proporcionar a la empresa ORCOIN S.A. una herramienta moderna e interactiva de difusión, comercialización y servicio al cliente.
- Proyectar la imagen de ORCOIN S.A. a escala mundial.
- Obtener mayores beneficios comerciales

3.3. Metodología para el desarrollo del sistema

3.3.1 Ciclo de vida

Todo proyecto de ingeniería tiene fines ligados a la obtención de un producto, proceso o servicio para ser generados a través de diversas actividades. Algunas de estas actividades pueden agruparse en fases porque globalmente contribuyen a obtener un producto intermedio, necesario para continuar hacia el producto final y facilitar la gestión del proyecto. Al conjunto de las fases empleadas se le denomina “ciclo de vida”.¹⁴

3.4. Análisis preliminar y especificación de requisitos

3.4.1. Determinación de los Requerimientos de Información

3.4.1.1. Investigación

Se realizó la investigación de las actividades que se efectúan actualmente en la empresa Orcoin S.A. identificando las áreas involucradas y los problemas que afectan directa o indirectamente al desenvolvimiento de las labores diarias

Se investigo que los clientes no conocen completamente los productos y servicios que comercializa la empresa.

¹⁴ <http://www.getec.etsit.upm.es/docencia/gproyectos/planificacion/cvida.htm>

3.4.1.2. Técnicas de levantamiento de información

Se utilizó las siguientes técnicas para la recolección de datos

3.4.1.2.1 Entrevistas

Su finalidad es reunir información proveniente de una o varias personas, se realizó entrevistas a los directores departamentales y clientes, logrando así conocer sus inquietudes y necesidades.

3.4.1.2.2. Encuestas

Es la recolección de información a través del análisis de fuentes documentales.

Para la recolección de datos de este proyecto se utilizó dos encuestas; una para los directores departamentales y empleados que laboran en la empresa ORCOIN S.A., con diez (10) preguntas y otra para los clientes con once (11) interrogaciones. Mediante estas se pudo obtener la información requerida, mediante las diferentes preguntas abiertas y cerradas.

Formularios de las encuestas (Ver Anexo A)

3.4.2. Situación Actual

La empresa ORCOIN S.A. no tiene un medio diario para realizar la difusión de todos los servicios y productos que comercializa para así obtener mayores beneficios comerciales, de ahí la necesidad de tener un sitio Web.

3.4.3. Planteamiento de alternativas

Actualmente es importante para las empresas la necesidad de tener presencia a nivel mundial, como fuente de promoción para difundir información necesaria y actualizada de los productos y servicios que brinda.

3.4.4. Análisis Preliminar

Después de los análisis realizados de las necesidades e inquietudes tanto del personal de ORCOIN S.A. y de sus clientes, lo que condujo a la creación del sitio Web fue modificar la manera de llevar la difusión de sus productos y servicios, es decir mejorar el modo actual en la organización y distribución de los datos y evitar pérdidas de tiempo difundiendo información mas eficiente de forma sistematizada.

3.4.5.- Análisis de factibilidad

Se realizó el estudio de las diversas posibilidades que el sitio Web deberá contemplar para su implementación, se consideran tres tipos de factibilidades que se detallan a continuación:

3.4.5.1. Factibilidad Técnica

Se dio a conocer los requerimientos de hardware y software necesarios.

Tabla No. 23

En cuanto al software

Servidor Web Apache
Sistema Operativo Linux para el servidor y para el cliente Linux o Windows
Base de datos Mysql 5.0 o superior para el servidor
Php version 5.0 o superior para el servidor

Navegador web en el servidor y cliente Dominio .net o .com FTP
--

Tabla No. 24
En cuanto al hardware

Servidor donde alojar el sitio con RAM 128 MB o superior, Disco duro 512 MB o superior Procesador Pentium IV o superior Tarjeta de red Para el cliente Computador Pentium III o superior

3.4.5.2. Factibilidad Económica

La empresa ORCOIN S.A. no tendrá que representar gastos económicos, el sitio Web es un aporte gratuito, al ser tema de proyecto de grado de un estudiante de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Al tener el sitio Web una interfaz gráfica amigable no se requiere personal con amplios conocimientos informáticos por lo cual no tendrán que invertir dinero para su capacitación.

3.4.5.3. Factibilidad Operacional

Existe la predisposición de los miembros de la empresa ORCOIN S.A. para colaborar con el análisis y diseño del sitio Web que posteriormente será implementado considerando que éste proyecto propuesto tiene beneficio y satisface los requerimientos solicitados por la empresa.

3.4.6. -Diagrama de contexto

Proporciona el ámbito del proyecto en estudio.

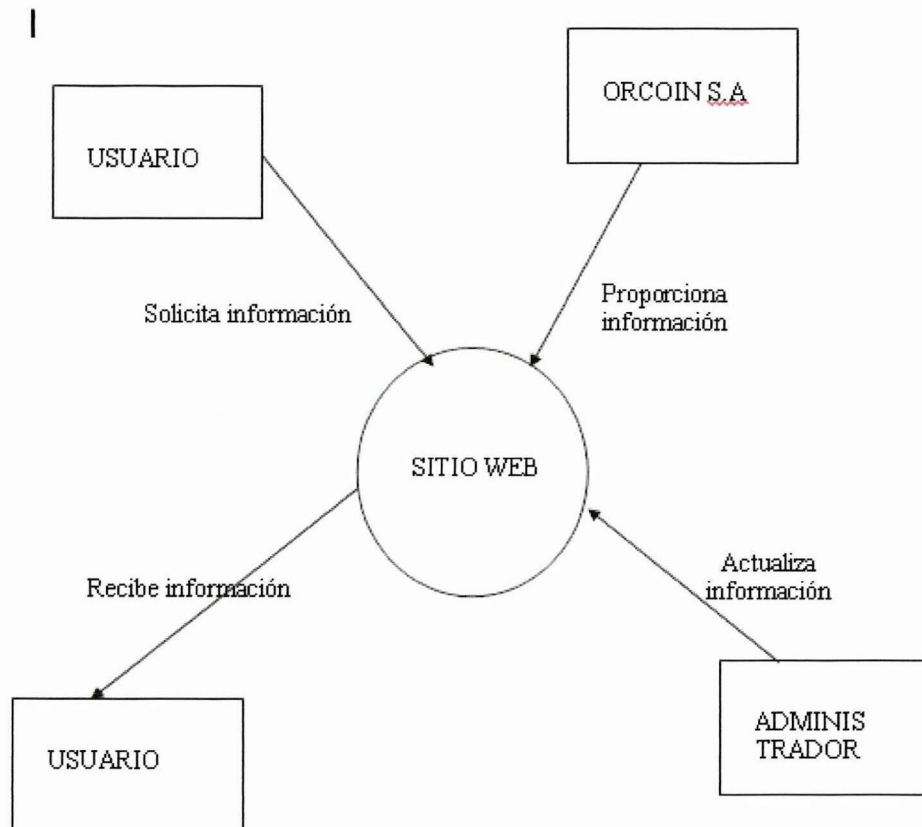


Fig.No. 1 7 Diagrama de Contexto

3.4.7. Diagrama de Flujo de Datos.-

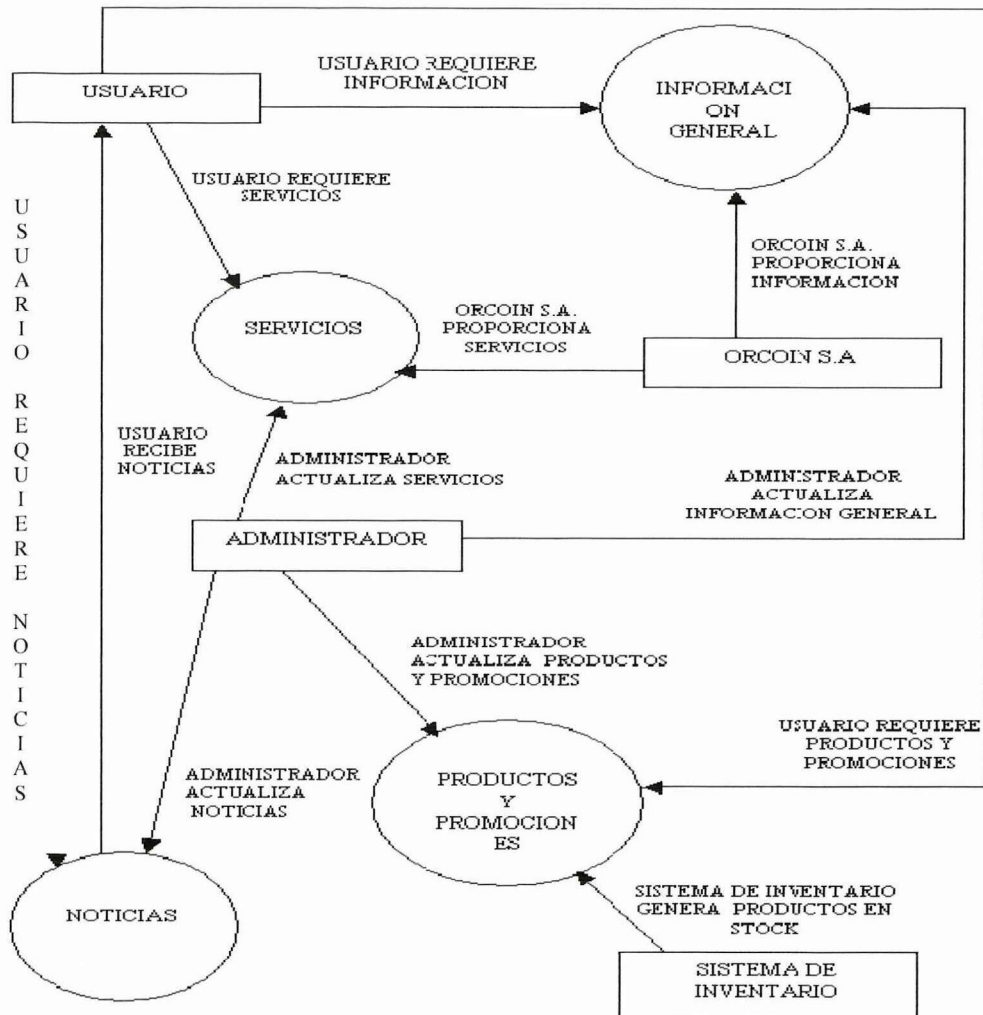


Fig.No. 18 Diagrama de Flujo de Datos.

3.5. Diseño

Se centra en la transformación de los requisitos en una descripción de alto nivel de diseño de cada uno de los componentes software, incluyendo especificación de datos, relaciones, restricciones y definición de interfaces.

3.5.1.- Diseño o modelo lógico

Fuente de información para el diseño físico.

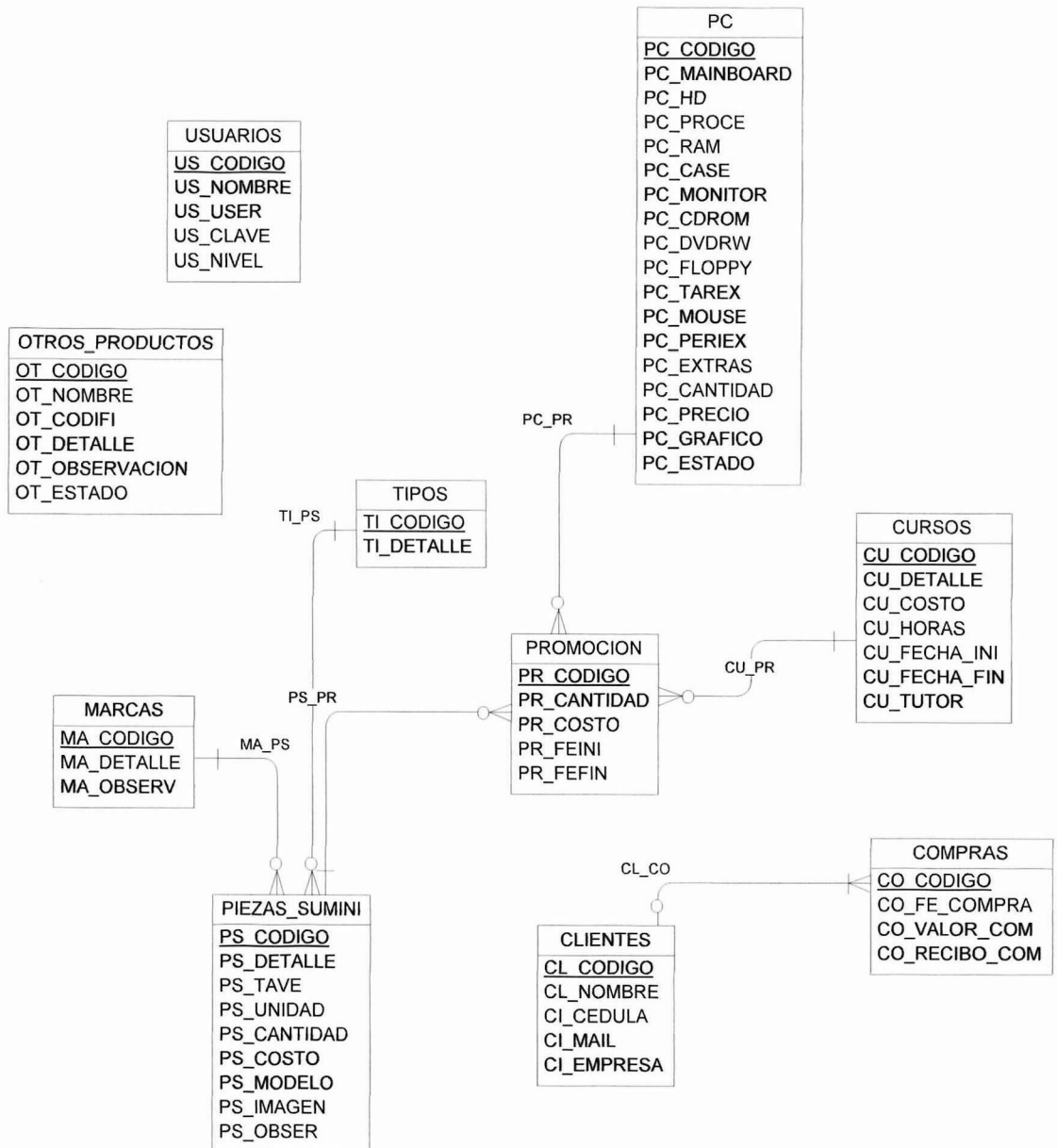


Fig.No. 19 Diseño lógico de la Base de Datos

3.5.2.-Diseño o modelo físico

Se describe como se va implementar físicamente el esquema lógico obtenido en la fase de análisis

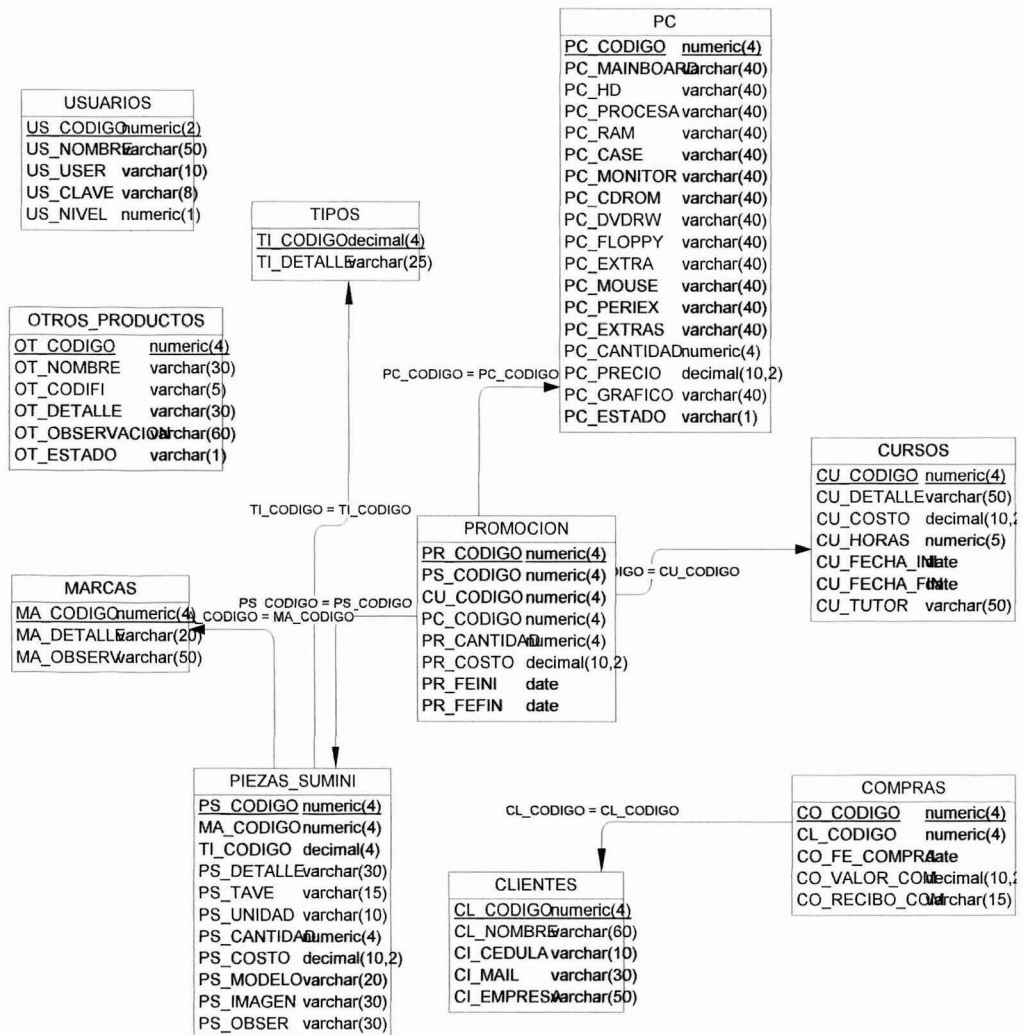


Fig.No. 20 Diseño Físico de la Base de Datos

3.5.3. Modelo Entidad-Relación.-

DIAGRAMAS ENTIDAD RELACION

Es un modelo de red que describe la distribución de los datos

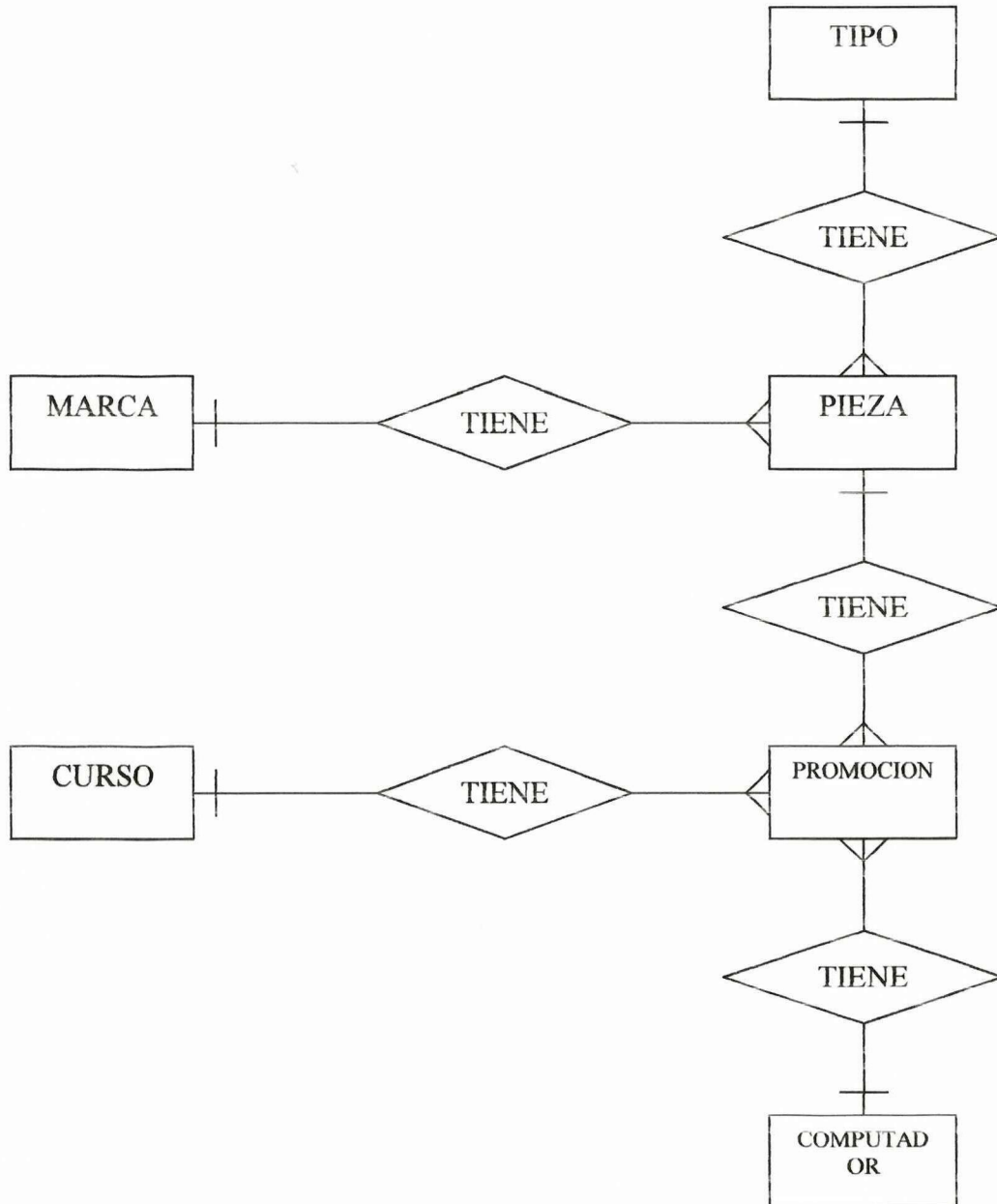


Fig. No.21. Modelo Entidad-Relación.

3.5.4 *Diccionario de datos*

Contiene las definiciones de los datos y entidades utilizados.

Tabla No. 25

ENTIDADES

Nombre
CLIENTES
COMPRAS
CURSOS
MARCAS
OTROS_PRODUCTOS
PC
PIEZAS_SUMINI
PROMOCION
TIPOS
USUARIOS

Tabla No. 26

Relaciones

Nombre	De	A
CL_CO	CLIENTES	COMPRAS
CU_PR	CURSOS	PROMOCION
MA_PS	MARCAS	PIEZAS_SUMINI
PC_PR	PC	PROMOCION
PS_PR	PIEZAS_SUMINI	PROMOCION
TI_PS	TIPOS	PIEZAS_SUMINI

ENTIDAD CLIENTES

Clientes Mayoritarios

Tabla No. 27

Campos

Nombre	Tipo de dato	P	M
CL_CODIGO	numeric(4)	Yes	Yes
CL_NOMBRE	varchar(60)	No	No
CI_CEDULA	varchar(10)	No	No
CI_MAIL	varchar(30)	No	No
CI_EMPRESA	varchar(50)	No	No

CL_CODIGO

Código de cliente

CL_NOMBRE

Apellidos y nombres del cliente

CI_CEDULA

Cédula del cliente

CI_MAIL

Mail del cliente

CI_EMPRESA

Empresa del cliente

ENTIDAD COMPRAS

Compras realizadas por clientes

Tabla No. 28

Campos

Nombre	Tipo de dato	P	M
CO_CODIGO	numeric(4)	Yes	Yes
CL_CODIGO	numeric(4)	No	No
CO_FE_COMPRA	date	No	No
CO_VALOR_COM	decimal(10,2)	No	No
CO_RECIBO_COM	varchar(15)	No	No

CO_CODIGO

Código de compra

CL_CODIGO

Código de cliente

CO_FE_COMPRA

Fecha de compra

CO_VALOR_COM

Valor de compra

CO_RECIBO_COM

Recibo de compra

ENTIDAD CURSOS

Cursos dictados

Tabla No. 29

Campos

Nombre	Tipo de dato	P	M
CU_CODIGO	numeric(4)	Yes	Yes
CU_DETALLE	varchar(50)	No	No
CU_COSTO	decimal(10,2)	No	No

Nombre	Tipo de dato	P	M
CU_HORAS	numeric(5)	No	No
CU_FECHA_INI	date	No	No
CU_FECHA_FIN	date	No	No
CU_TUTOR	varchar(50)	No	No

CU_CODIGO

Código de curso

CU_DETALLE

Nombre del curso

CU_COSTO

Costo del curso

CU_HORAS

Horas a dictarse en el curso

CU_FECHA_INI

Fecha de inicio del curso

CU_FECHA_FIN

Fecha de finalización del curso

CU_TUTOR

Tutor o responsable del curso

ENTIDAD MARCAS

Marcas de los accesorios

Tabla No. 30

Campos

Nombre	Tipo de dato	P	M
MA_CODIGO	numeric(4)	Yes	Yes
MA_DETALLE	varchar(20)	No	No
MA_OBSERV	varchar(50)	No	No

MA_CODIGO

Código de Marca

MA_DETALLE

Nombre de la marca

MA_OBSERV

Nota u observación sobre marca

ENTIDAD OTROS_PRODUCTOS

Otros productos y accesorios de venta

Tabla No. 31

Campos

Nombre	Tipo de dato	P	M
OT_CODIGO	numeric(4)	Yes	Yes
OT_NOMBRE	varchar(30)	No	No
OT_CODIFI	varchar(5)	No	No
OT_DETALLE	varchar(30)	No	No
OT_OBSERVACION	varchar(60)	No	No
OT_ESTADO	varchar(1)	No	No

OT_CODIGO

Código de los varios productos

OT_NOMBRE

Nombre del producto

OT_CODIFI

Codificación del producto

OT_DETALLE

Detalle del producto

OT_OBSERVACION

Nota u observación del producto

OT_ESTADO**Check**

OT_ESTADO in ('V','N')

Estado para el producto

ENTIDAD PC

Computador Armado

Tabla No. 32**Campos**

Nombre	Tipo de dato	P	M
PC_CODIGO	numeric(4)	Yes	Yes
PC_MAINBOARD	varchar(40)	No	No
PC_HD	varchar(40)	No	No
PC_PROCE	varchar(40)	No	No
PC_RAM	varchar(40)	No	No
PC_CASE	varchar(40)	No	No
PC_MONITOR	varchar(40)	No	No

Nombre	Tipo de dato	P	M
PC_CDROM	varchar(40)	No	No
PC_DVDRW	varchar(40)	No	No
PC_FLOPPY	varchar(40)	No	No
PC_TAREX	varchar(40)	No	No
PC_MOUSE	varchar(40)	No	No
PC_PERIEX	varchar(40)	No	No
PC_EXTRAS	varchar(40)	No	No
PC_CANTIDAD	numeric(4)	No	No
PC_PRECIO	decimal(10,2)	No	No
PC_GRAFICO	varchar(40)	No	No
PC_ESTADO	varchar(1)	No	No

PC_CODIGO

Código de computador armado

PC_MAINBOARD

Mainboard del computador

PC_HD

Disco duro del computador

PC_PROCESA

Procesador del computador

PC_RAM

Memoria del computador

PC_CASE

Case del computador

PC_MONITOR

Monitor del computador

PC_CDROM

Cdrom del computador

PC_DVDRW

DvdRW del computador

PC_FLOPPY

Floppy del computador

PC_EXTRA

Tarjetas del computador (sonido,red,fax,etc)

PC_MOUSE

Mouse del computador

PC_PERIEX

Periféricos extras del computador

PC_EXTRAS

Piezas o suministros extras del computador

PC_CANTIDAD

Cantidad de computador en venta

PC_PRECIO

Precio del computador

PC_GRAFICO

Gráfico del computador

PC_ESTADO**Check**

PC_ESTADO in ('V','N')

Estado de venta del computador

ENTIDAD PIEZAS_SUMINI

Piezas y suministros de venta

Tabla No. 33

Campos

Nombre	Tipo de dato	P	M
PS_CODIGO	numeric(4)	Yes	Yes
MA_CODIGO	numeric(4)	No	Yes
TI_CODIGO	decimal(4)	No	Yes
PS_DETALLE	varchar(30)	No	No
PS_TAVE	varchar(15)	No	No
PS_UNIDAD	varchar(10)	No	No
PS_CANTIDAD	numeric(4)	No	No
PS_COSTO	decimal(10,2)	No	No
PS_MODELO	varchar(20)	No	No
PS_IMAGEN	varchar(30)	No	No
PS_OBSER	varchar(30)	No	No

PS_CODIGO

Código de pieza o suministro

MA_CODIGO

Código de Marca

TI_CODIGO

Código de tipo de accesorio de venta

PS_DETALLE

Nombre o pieza de suministro

PS_TAVE

Tamaño o velocidad de pieza

PS_UNIDAD

Unidad de pieza

PS_CANTIDAD

Cantidad de pieza o suministro

PS_COSTO

Costo de pieza o suministro

PS_MODELO

Modelo de pieza o suministro

PS_IMAGEN

Imagen del la pieza o suministro

PS_OBSER

Nota u observación de la pieza o suministro

ENTIDAD PROMOCION

Tabla No. 34

Campos

Nombre	Tipo de dato	P	M
PR_CODIGO	numeric(4)	Yes	Yes
PS_CODIGO	numeric(4)	No	Yes
CU_CODIGO	numeric(4)	No	Yes
PC_CODIGO	numeric(4)	No	Yes
PR_CANTIDAD	numeric(4)	No	No
PR_COSTO	decimal(10,2)	No	No
PR_FEINI	date	No	No
PR_FEFIN	date	No	No

PR_CODIGO

Código de promoción

PS_CODIGO

Código de pieza o suministro

CU_CODIGO

Código de curso

PC_CODIGO

Código de computador armado

PR_CANTIDAD

Cantidad de productos en promoción

PR_COSTO

Costo del producto en promoción

PR_FEINI

Fecha de inicio de promoción

PR_FEFIN

Fecha de finalización de promoción

ENTIDAD TIPOS DE SUMINISTRO**Tabla No. 35****Campos**

Nombre	Tipo de dato	P	M
TI_CODIGO	decimal(4)	Yes	Yes
TI_DETALLE	varchar(25)	No	No

TI_CODIGO

Código de tipo de accesorio de venta

TI_DETALLE

Nombre del tipo de accesorio

ENTIDAD USUARIOS

Usuarios del sistema

Tabla No. 36

Campos

Nombre	Tipo de dato	P	M
US_CODIGO	numeric(2)	Yes	Yes
US_NOMBRE	varchar(50)	No	No
US_USER	varchar(10)	No	No
US_CLAVE	varchar(8)	No	No
US_NIVEL	numeric(1)	No	No

US_CODIGO

Código de usuario

US_NOMBRE

Apellidos y nombres de usuario

US_USER

Nombre de usuario

US_CLAVE

Clave de usuario

US_NIVEL

Nivel de usuario

3.5.5. Diseño de interfaz

A través de esta se presenta al usuario la información relevante de la empresa Orcoin S.A., permitiendo al usuario manipular tal información para su beneficio, aquí encontramos las diferentes páginas Web, con sus respectivos formularios o información.

En el diseño del sitio Web para ORCOIN S.A. se opto como edito de páginas Web y herramientas de apoyo Dreamweaver

3.6. Codificación

En esta fase se lleva a cabo la traducción del diseño a un lenguaje de programación, que pueda posteriormente ser interpretado por el computador, se traduce el diseño en código fuente.

El código fuente del presente proyecto se adjunta en medio digital (CD).

3.7. Implementación

En la presente etapa se asegura que el sistema de información sea operacional, permitiendo a los usuarios finales que tomen el control de la operación para su uso y evaluación....

3.8. Pruebas

Previa a la implantación se realiza pruebas con los usuarios finales y se plantea nuevas correcciones con el objetivo de que el sitio Web reúna todos los

requerimientos expuestos en la etapa de análisis y así garantizar su buen funcionamiento.

Es decir aquí se ejecutará el software construido con determinados datos de entrada, para observar los resultados que se producen y compararlos con los que teóricamente y según las especificaciones, el software construido debería producir para detectar posibles errores.

3.9. Establecer Seguridades en el Sistema

Una característica muy importante de la administración de sistemas en un entorno cliente- servidor, es proteger a los usuarios y al sistema de personas intrusas o malintencionadas.

En el sitio Web se ha establecido una clave de seguridad al momento de actualizar la base de datos, la misma es de uso exclusiva del Administrador, puesto que es la persona encargada de realizar las respectivas actualizaciones de la información de ORCOIN S.A.

El resto de claves implementadas en el sitio Web son proporcionadas por el proveedor de alojamiento, ya que así permiten proteger los datos.

3.10. BIBLIOGRAFIA

3.10.1. Bibliografía Básica:

- ADELL, J.; Educación en la Internet
- ADELL, J.; World Wide Web; Edición Sevilla.
- Científica; Tercera Edición; Editorial Ortiz; Quito - Ecuador.
- KAHN, Louis (1997); Construya su Propio Web; Editorial McGraw-Hill, Madrid.
- KENDALL Y KENDALL (1997); Análisis y Diseño de Sistemas; Editorial Prentice Hall, Madrid.
- LEIVA, Francisco; (1984); Nociones de Metodología de Investigación 60
- Lic. Juan López Maridueña; Software de aplicación para Internet;
- MICROSOFT, Enciclopedia Microsoft, Encarta 2006
- PRESSMAN, Roger (1993); Ingeniería del Software; Editorial McGraw-Hill, Madrid
- SHELDON, Tom (1997); Manual de Microsoft Internet Information Server; Editorial McGraw-Hill, Madrid.
- STOUT, Rich (1996); Manual de Referencia Word Wide Web; Editorial Adriana; Gómez-Arnau
- ULLOA, Francisco; (2000); Investigación 2000; Latacunga – Ecuador

3.10.2. Bibliografía Virtual:

- <http://www.aibarra.org/investig/temaO.htm>
- <http://www.aldealinux.com/manuales.shtml>
- <http://www.bib.uc3m.es/~mendez/cursos/portales.htm>
- <http://www.cutandpastescrpts.com>
- <http://www.geocities.com/ColleaguePark/2024/articulos/tecnologia/tecnologiaweb.html>
- http://www.infoecm.com/productos/prod_portal.htm
- <http://www.informaticamilenium.com.mx/Paginas/espanol/sitioweb.htm#dportal>
- http://www.internautas.org/curso_servidores/proxyi.php
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.pass.es/Servicios/proxy.htm>
- http://www.programacion.com/asp/articulo/basededatos_asp/
- http://www.raf.es/pdf/anales/2000/vo!2/2000_2_Chavez.pdf
- <http://www.suryweb.com.ar/manuales.htm>
- <http://www.tejedoresdelweb.com>
- <http://www.ttt.inf.upv.es/~miesgre/linux/distribuciones.htm>
- Informática Personal Informática; Cultural,S.A.
- Joel De la Cruz Villar; Diseño Web con Macromedia; Grupo Editorial

3.11. GLOSARIO DE TERMINOS

A

Acceso FTP.- Es la posibilidad de conectarse remotamente con el servidor utilizando el protocolo FTP. Su principal aplicación es poder transferir de un computador al servidor los archivos que forman parte del website.

Alojamiento página web.- Servicio que consiste en disponer de un espacio físico en un ordenador conectado permanente para colocar una página web, la cual podrá ser visitada por cualquier internauta.

B

Base de datos.- Conjunto de información organizada sistemáticamente incluyendo tablas, formularios y reportes consultas y procesos automáticos creados por un sistema manejador de base de datos.

Browser.- Programa que permite leer documentos en la Web y seguir enlaces, de documento en documento de hipertexto.

Los browsers más usados son (Netscape Navigator y Microsoft Internet Explorer).

C

Correo electrónico.- El correo electrónico (email, electronic mail) es el intercambio de mensajes almacenados en computadora por medio de las telecomunicaciones.

D

DNS Domain Name Sever (servidor de nombres de dominio).- Sistema de nombres de Dominio. Base de datos distribuida que gestiona la conversión de las direcciones electrónicas de Internet (como www.iworld.com.ar) en la dirección IP
Ejemplo: 121.120.10.1 y viceversa.

Dominio.- Los dominios van separados por un punto y jerárquicamente están organizados de derecha a izquierda. Generalmente, se dividen en tres niveles separados por puntos. Por ejemplo, en la dirección www.qdq.com, el dominio del primer nivel identifica la finalidad del sitio web (.com =empresa); el de segundo nivel -qdq-, señala la marca u organización a la que pertenece, mientras que el de tercer nivel -www-hace referencia a las siglas World Wide Web.

H

Hipertexto.- Datos que contienen enlaces (links) a otros datos.

Hipermedios.- Grupo de documentos en el que cada uno puede contener texto, gráficos, fragmentos de video y audio, así como referencias a otros documentos. Las páginas de la WWW son documentos de hipermedios.

I

IP .- Dirección numérica, asignada a un dispositivo de hardware (computadora, router, etc.) conectado a Internet, bajo el protocolo IR, la dirección se compone de cuatro números, y cada uno de ellos puede ser de 0 a 255, por ejemplo
192.168.0.1

Internet.- Algunas veces llamado simplemente "La Red", es un sistema mundial de redes de computadoras, por medio del cual un usuario en cualquier computadora puede acceder a información de otra computadora y poder tener inclusive comunicación directa con otros usuarios en otras computadoras, es un medio de comunicación público, cooperativo y autosuficiente en términos económicos, accesible a cientos de millones de personas en el mundo entero

L

LINK (enlace).- Conexiones que dirigen al usuario hacia otra zona de la web que visita, a otra página distinta, e incluso a otro servidor. Puede presentarse en forma de texto o imagen; pero al pasar el cursor por encima, este adquiere la forma de mano.

P

Página web .-Es la unidad básica del World Wide Web

S

Sitio web.- Es un conjunto de páginas web referentes a un tema en particular, con un nombre de dominio específico.

R

Red.- Una red es una serie de puntos o nodos interconectados por algún medio físico de comunicación. Las redes pueden interconectarse con otras redes y contener sub-redes.

U

URL (Localizador Uniforme de Recursos) Denominación que no solo representa una dirección de Internet sino que apunta aun recurso concreto dentro de esa dirección.

W

WEB SITE (servidor de web).- Conjunto de páginas web que comparten un mismo tema e intención y que generalmente se encuentra en un sólo servidor.

WWW (Word, Wide, Web).- Conocida como la gran telaraña mundial, es el universo de información en cualquier formato (texto, gráfico, sonido, imagen fija o en movimiento, etc.) accesible a través de Internet, una fuente inagotable del conocimiento humano,

Anexo

A

3.12. ANEXOS

3.12.1. ANEXO A.-

FORMULARIO DE ENCUESTA

ENCUESTA PARA LOS directores departamentales y empleados de la empresa ORCOIN S.A. de la ciudad de Guayaquil

Instrucciones:

La presente encuesta es importante para proporcionarle una mejor atención, por tal motivo se le pide contestar con veracidad.

1. Como lleva el control de ventas

- a) Manualmente
- b) Hoja Electrónica
- c) Sistema

2. Con que frecuencia necesita acceder a la información sobre los servicios y productos que comercializa la empresa.

- a) Siempre
- b) Frecuentemente
- c) Nunca

3. La información a la que usted accede es con frecuencia :

- a) Actualizada
- b) Semiactualizada
- c) Desactualizada

4. A través de que medios de información considera usted que los clientes conocen los productos y servicios que comercializa la empresa.

- a) Medios Escritos
- b) Radio
- c) Televisión
- d) Internet

5. Qué grado de atención, considera que tienen los clientes cuando acuden a realizar una consulta sobre los productos comercializados ?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Mala

6. Para que el cliente se sienta satisfecho usted qué propondría cambiar dentro de la empresa

- a) Entrega de información
- b) Los procesos realizados
- c) Al personal que lo atiende

7. Cree usted que la empresa debe ir acorde con los nuevos avances tecnológicos, para ofrecerle mejores servicios ?

- a) Si
- b) No

8. Conoce las ventajas y servicios que brinda el Internet ?

- a) Si
- b) No

9. Según su criterio, la creación de un sitio Web para la empresa ayudaría a la misma en su crecimiento empresarial

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) Nada

10. Considera usted que un sitio Web ayudaría a la empresa a comercializar más y de mejor manera los productos y servicios?

- a) Si
- b) No

Observaciones:

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo

B

3.12.2. ANEXO B.-

ENCUESTA PARA LOS CLIENTES DE LA EMPRESA ORCOIN S.A. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Instrucciones:

La presente encuesta es importante para proporcionarle una mejor atención, por tal motivo se le pide contestar con veracidad.

1. ¿Conoce usted los beneficios que brinda nuestra empresa?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) Nada

2. ¿Conoce todos los productos que comercializa nuestra empresa?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) Nada

3. ¿Conoce los servicios que ofrece nuestra empresa ?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) Nada

4. ¿Qué grado de atención, considera que tiene usted, cuando acude a realizar una consulta sobre nuestros productos?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Mala

5. ¿Accede usted fácilmente a los costos de los productos y servicios de la Empresa?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) Nada

6. ¿Tiene usted fácil acceso a los servicios de la Empresa ?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) Nada

7. ¿Puede usted hacer llegar siempre sus opiniones y sugerencias sobre los productos que comercializa la Empresa?

- a) Si
- b) No

8. ¿Puede usted siempre opinar o sugerir sobre los servicios que comercializa nuestra empresa.

- a) Si
- b) No

9. ¿Considera usted únicamente a la Radio y Televisión como únicos medios de información?

- a) Si
- b) No

10. ¿Conoce las ventajas y servicios que ofrece el Internet?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) Nada

11. ¿Le ayudaría que la información de los productos y servicios de nuestra empresa estén publicados en el Internet?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) Nada

Observaciones:

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo

e

3.12.3. ANEXO C.-

MANUAL DE USUARIO

Al navegar por www.orcoin.s.a se accede a la pagina principal, en la que se muestra información relevante de la empresa.

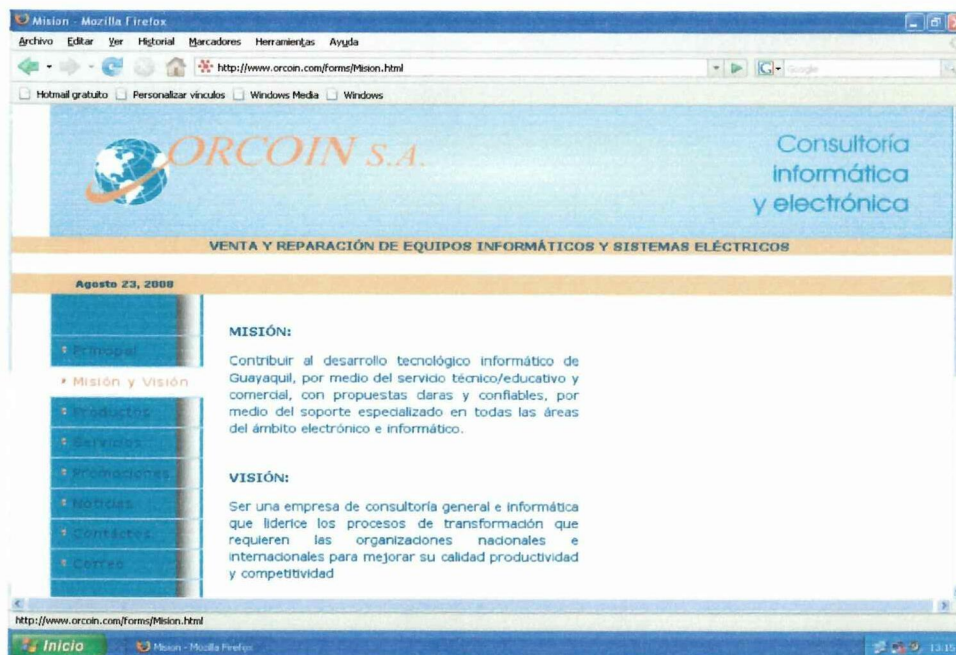


Todas las paginas del sitio tiene información del menú de navegación, con hacer un clic sobre algunos de ellos tenemos, acceso a las diferentes opciones.

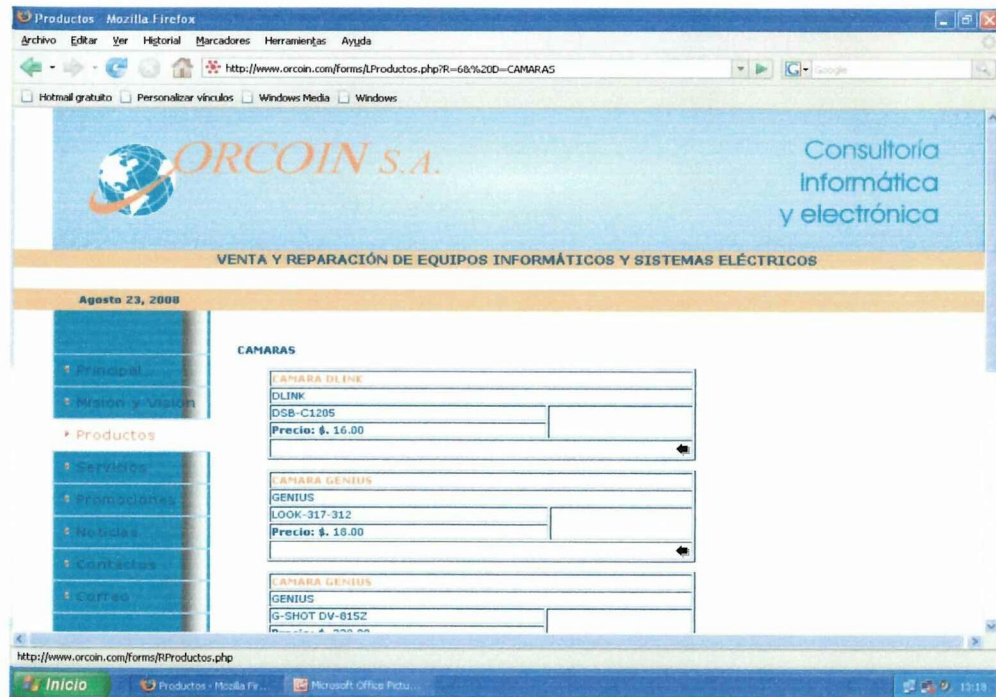
- Las opciones
- Principal
- Misión Visión
- Producto
- Servicios
- Promociones
- Noticias
- Contactos
- Correo

Al dar clic por cada una de las opciones que presenta la página principal se van desplegando las siguientes pantallas con los diferentes contenidos y los servicios que ofrece ORCOIN S.A.

- ✚ Al dar clic sobre el icono de misión y visión se despliega la siguiente pantalla, donde muestra visión y visión de ORCOIN S.A.



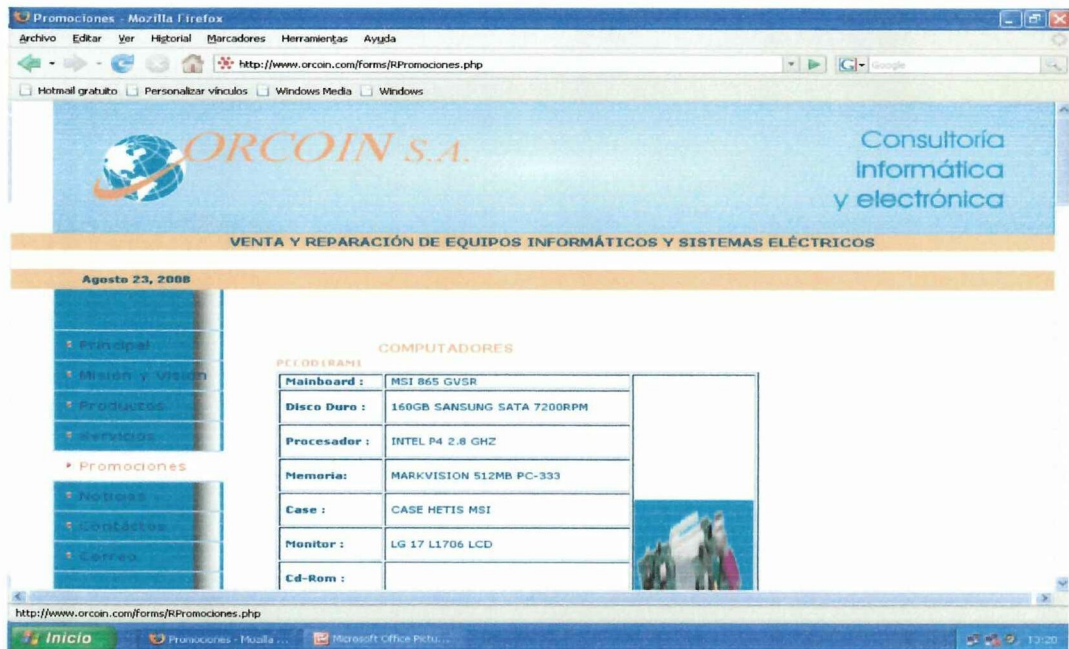
- ✚ Al dar clic sobre el icono productos, nos detalla una lista de todos los productos que ofrece ORCOIN S.A. en forma detallada.



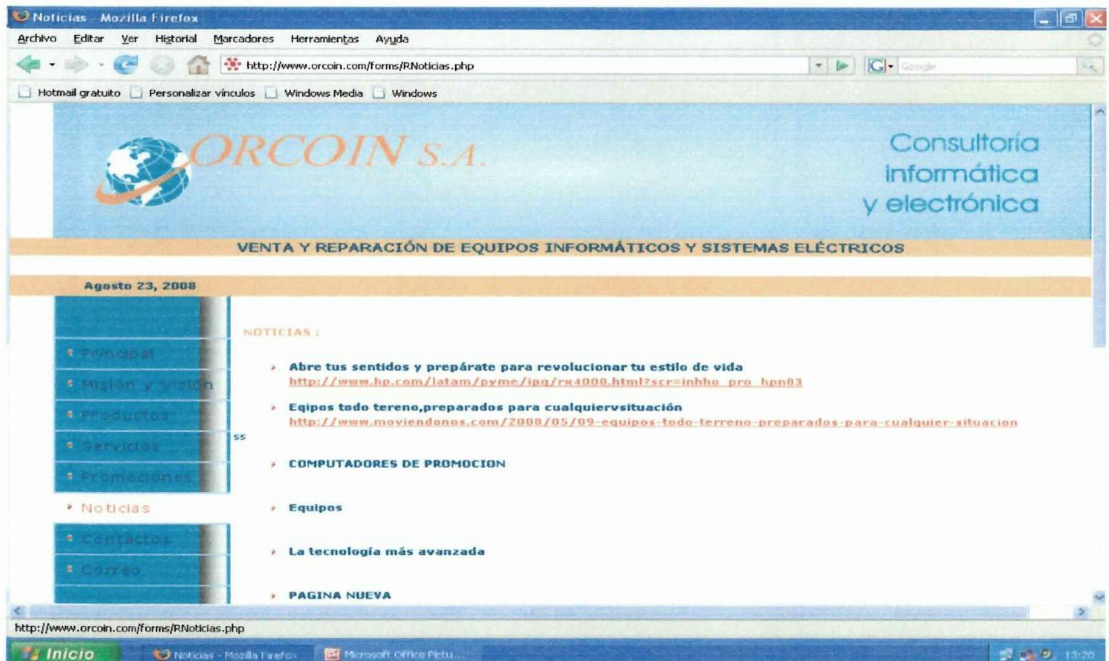
- ✚ Dando clic en el icono de servicios nos despliega los diferentes servicios que ofrece ORCOIN S.A. como son: Mantenimiento preventivo y correctivo, además los cursos de computación básica, ingles, etc.



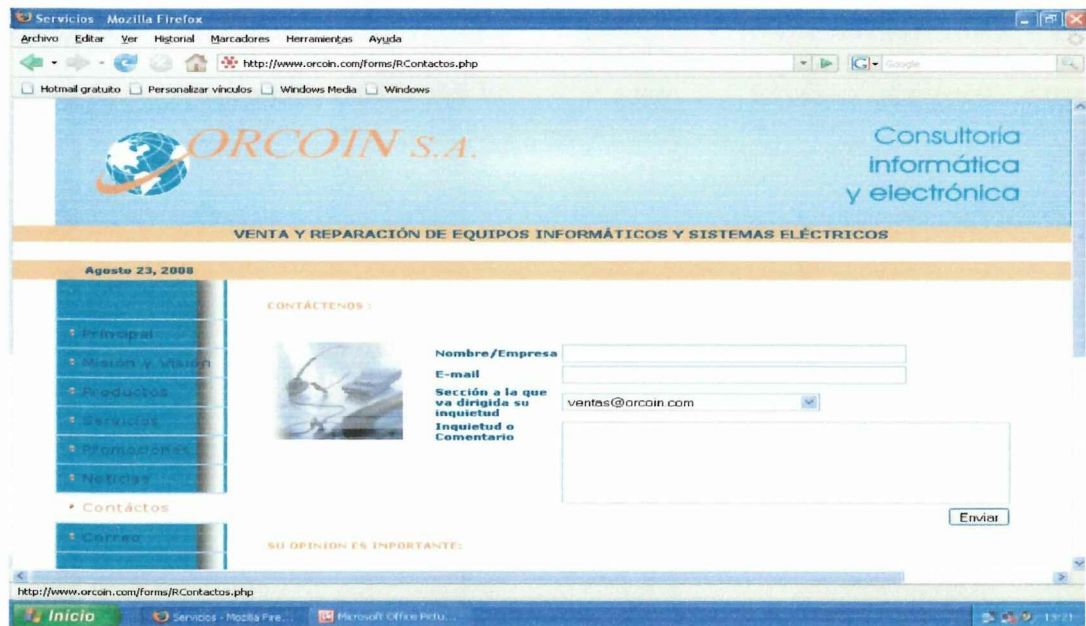
- ✚ En el icono promociones nos presenta las diversas promociones que pone a sus disposición ORCOIN S.A. para sus clientes y publico en general



- ✚ En el clic de noticias ORCOIN S.A. da a conocer al usuario en general la nuevas novedades tanto en lo tecnológico como en lo empresarial

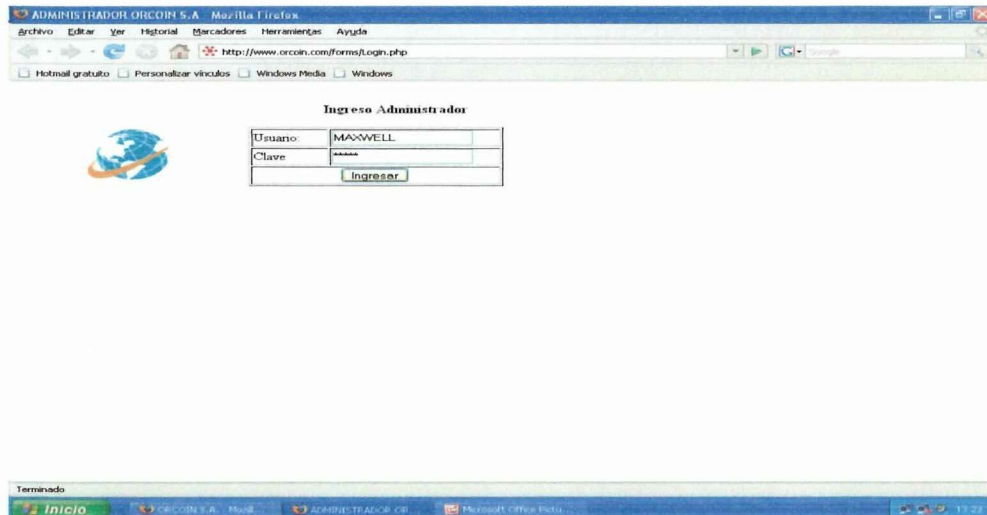
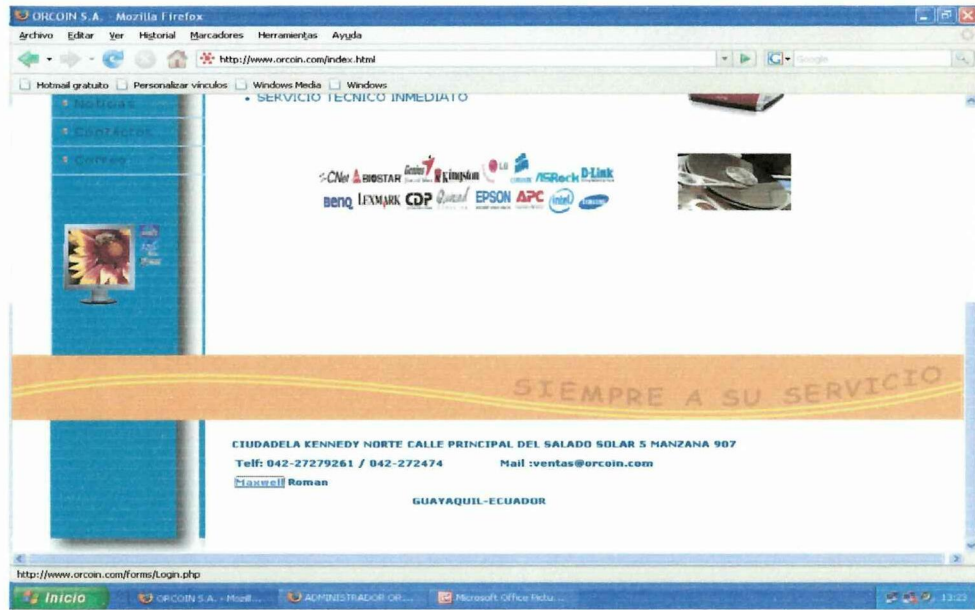


- ✦ En el icono de contactos el usuario puede hacer conocer sus inquietudes y novedades, donde tiene la opción de hacer llegar su comentario tanto al departamento de ventas, administradores y servicio técnico

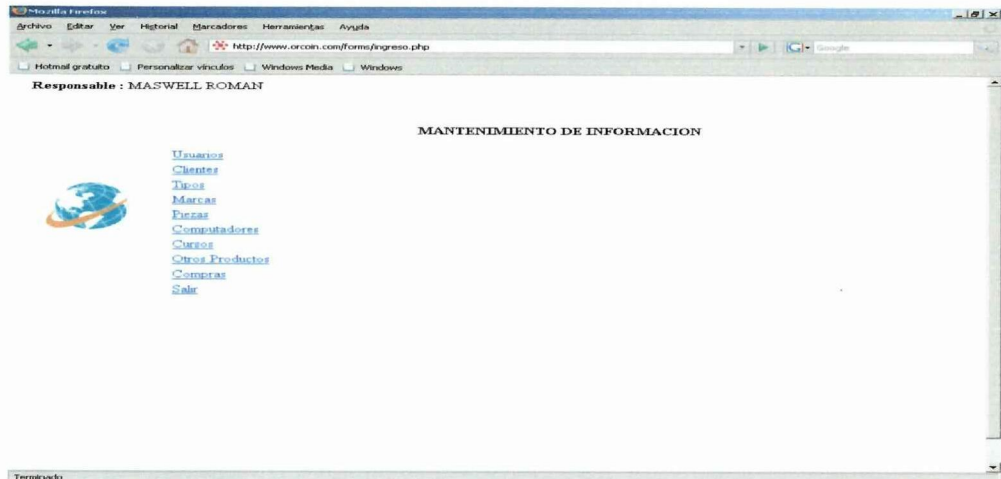


MANUAL DEL ADMINISTRADOR

El ingreso al manual del administrador se realiza dando clic en MAXWELL se despliega una pantalla donde pide el nombre del usuario y login como se muestra en la siguiente interfaz



- ✚ Una vez ingresado el usuario y el login el Administrador tiene acceso a las paginas de actualización de información, las mismas que poseen una interfaz similar a la siguiente:



Para ir al primer registro

Para ir al anterior registro.

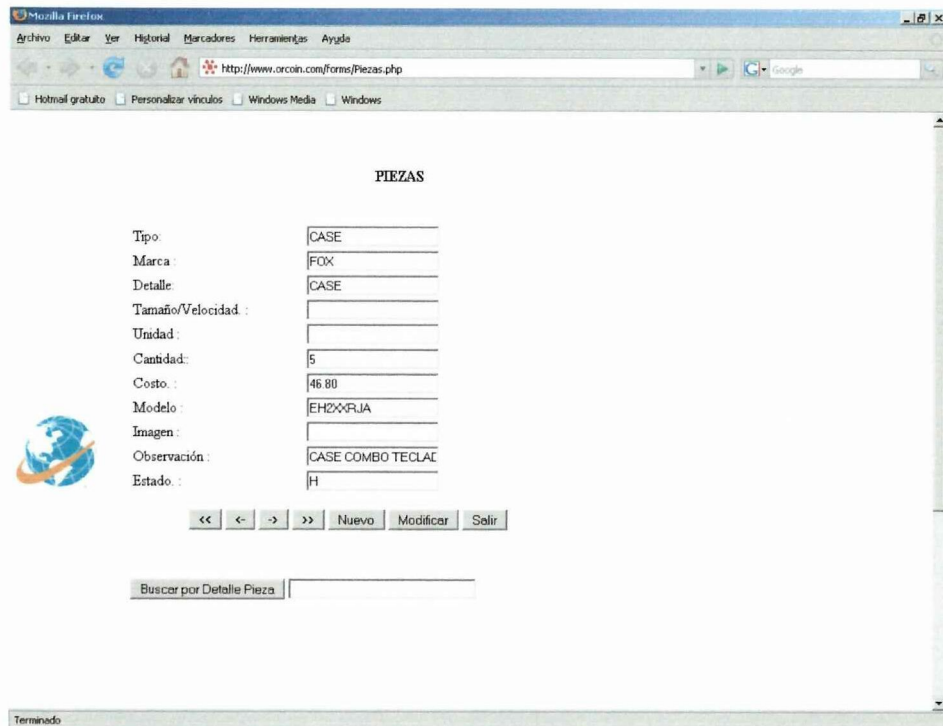
Pa ir al sigueiite registro

Pa ir al ultimo registro

Para crear un nuevo registro

Pa modificar la información del registro seleccionado.

Asi:



- ✦ Si deseamos modificar un dato en el registro seleccionado, presionamos sobre el botón MODIFICAR, Presentándose la pantalla siguiente:

PIEZAS

Tipo: CASE
Marca: FOX
Detalle: CASE
Tamaño/Velocidad:
Unidad:
Cantidad: 5
Costo: 46.80
Modelo: EHC20-RJA
Imagen:
Observación: CASE COMBO TECLAD
Estado: H

Guardar Cancelar

- ✦ Cambiamos el dato y presionamos la opción GUARDAR, para actualizar la información.
- ✦ Dentro del menú de usuario se presenta una interfaz similar a la siguiente, aquí el administrador podrá ingresar, modificar y guardar información referente a los diferentes usuarios

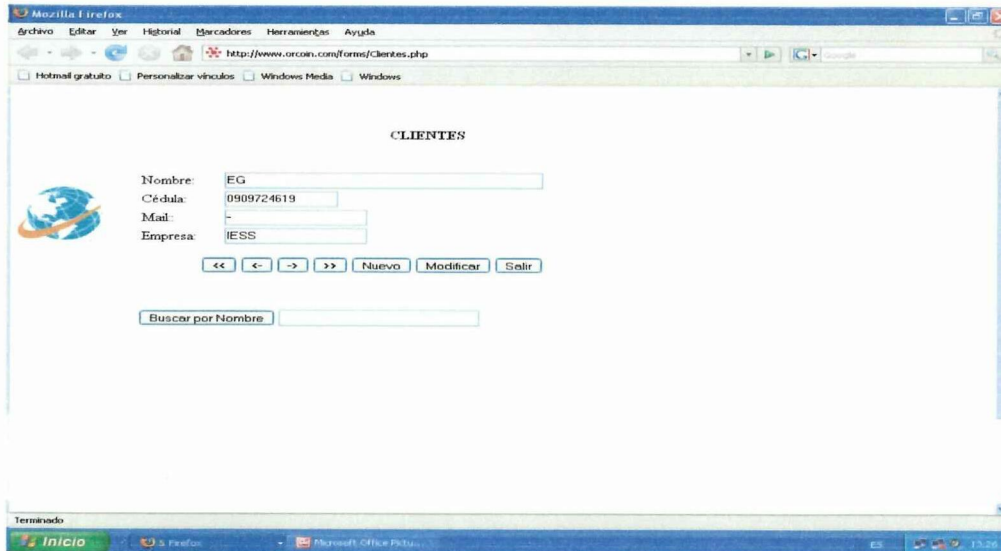
USUARIOS

Nombre: MAXWELL ROMAN
User: MAXWELL
Clave: *****
Nivel: 1

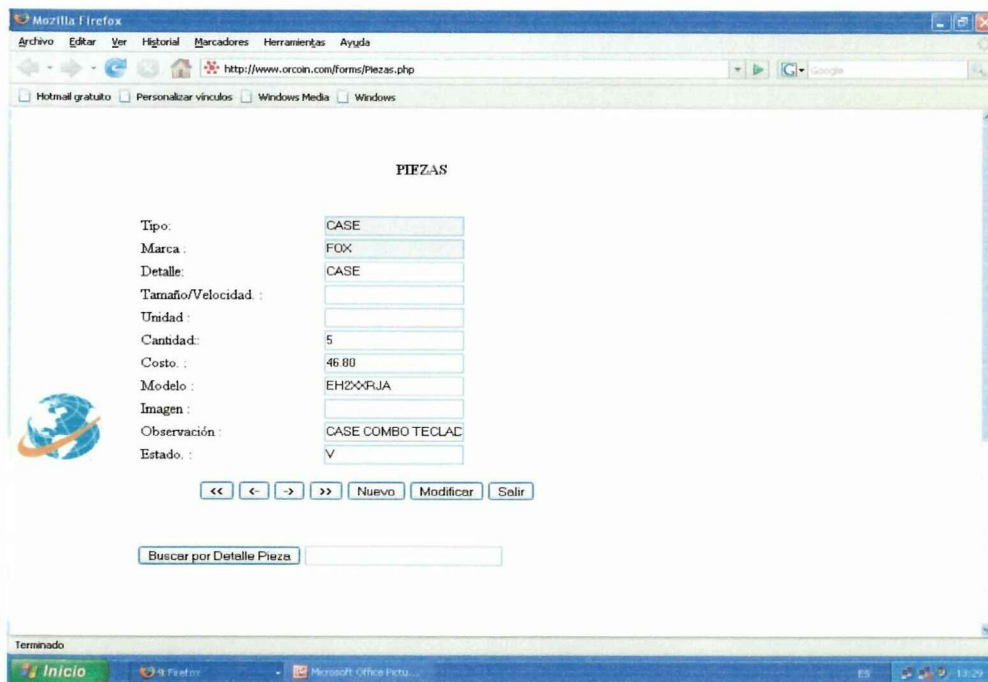
<< < > >> Nuevo Modificar Salir

Buscar por Nombre

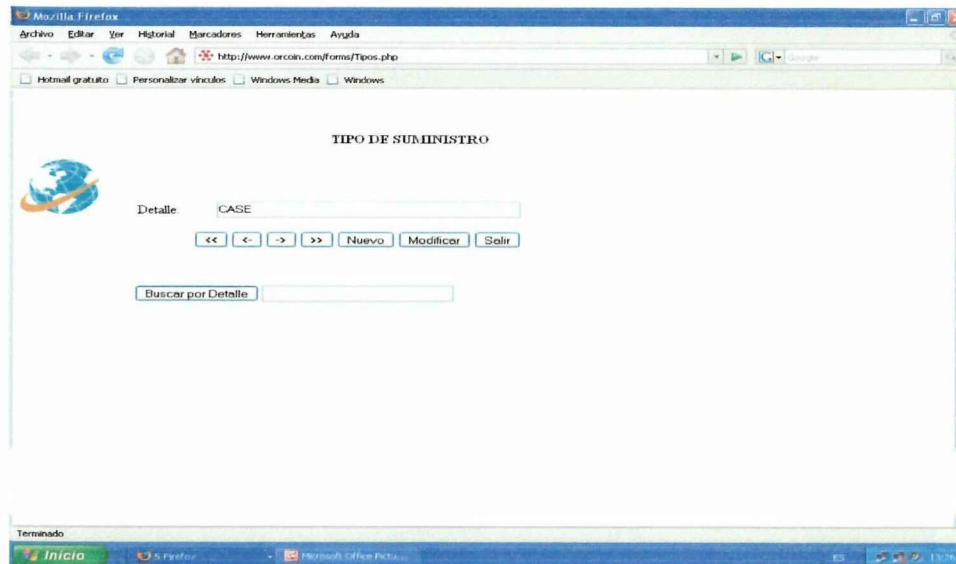
- ✚ En el menú clientes se podrá ingresar modificar datos referentes a los clientes de la empresa



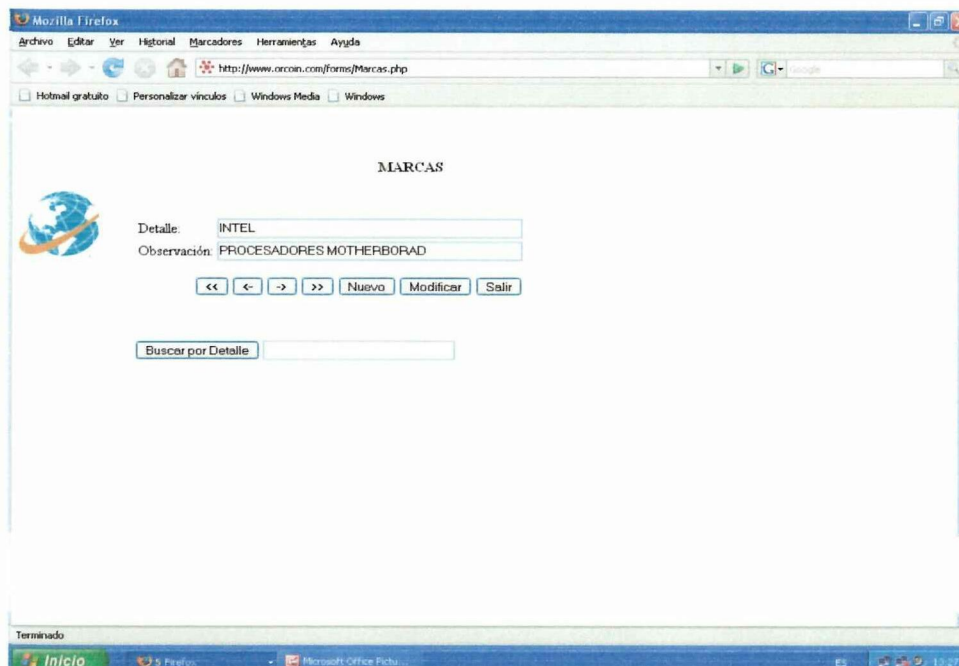
- ✚ En el menú de piezas el administrador podrá ingresar modificar y guardar los diferentes suministros que oferta la empresa



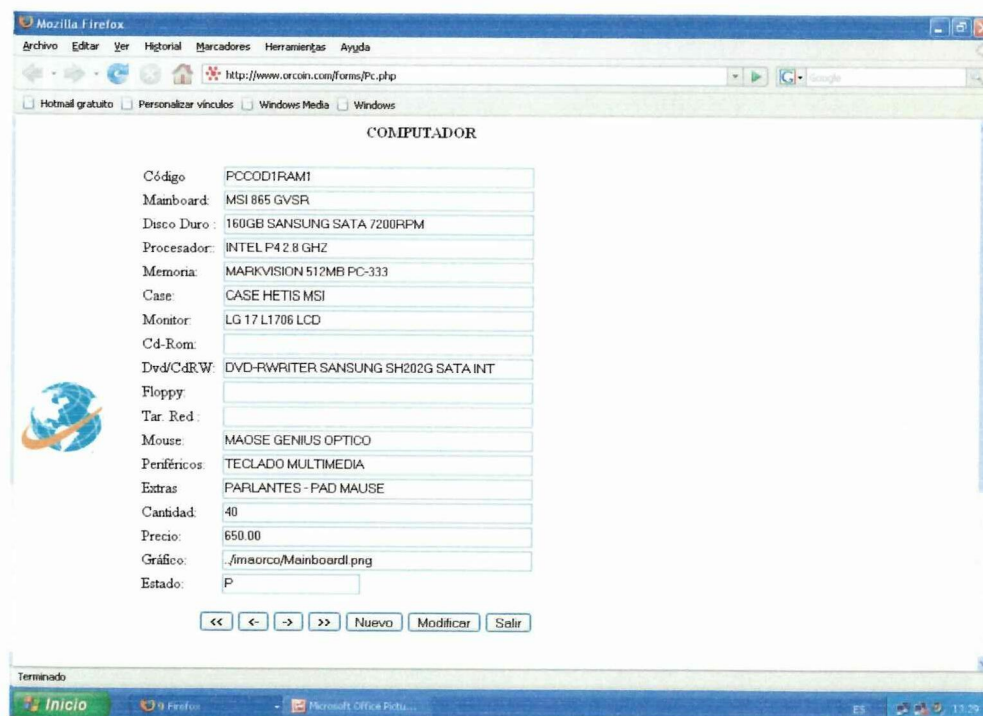
- ✚ En el menú de tipos el administrador podrá ingresar modificar y guardar los diferentes tipos de suministros que oferta la empresa



- ✚ En el menú de marcas el administrador podrá ingresar modificar y guardar las diferentes marcas de los diferentes tipos de fabricantes de partes y piezas de computadoras así como accesorios



- ✚ En el menú de computadores el administrador podrá ingresar modificar y guardar la información referente a computadores que ofrece ORCOIN S.A.

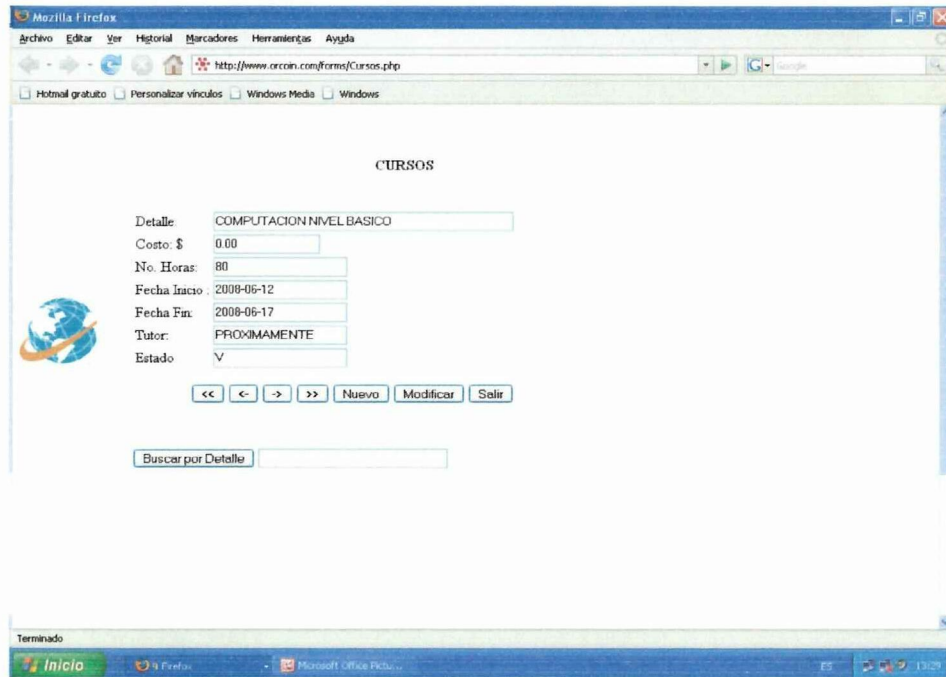


The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying a form titled "COMPUTADOR". The form contains the following fields and values:

Código	PCCOD1RAM1
Mainboard	MSI 865 GVSR
Disco Duro	160GB SANSUNG SATA 7200RPM
Procesador	INTEL P4 2.8 GHZ
Memoria	MAPIVISION 512MB PC-333
Case	CASE HETIS MSI
Monitor	LG 17 L1706 LCD
Cd-Rom	
Dvd/CdR/W	DVD-RWRITER SANSUNG SH202G SATA INT
Floppy	
Tar. Red.	
Mouse	MAOSE GENIUS OPTICO
Periféricos	TECLADO MULTIMEDIA
Extras	PARLANTES - PAD MAUSE
Cantidad	40
Precio	650.00
Gráfico	./imaorco/Mainboard1.png
Estado	P

At the bottom of the form, there are navigation buttons: <<, <, >, >>, Nuevo, Modificar, and Salir.

- ✚ En el menú de cursos el administrador podrá ingresar modificar y guardar la información de los diferentes cursos con ofrece la empresa a todos los usuarios en general.



- ✚ En el menú otros productos el administrador podrá ingresar modificar y guardar la información de los productos adicionales que vende la empresa.

