

**Aplicaciones informáticas para el sector comercial del cantón Jipijapa.****Computer applications for the Jipijapa canton commercial sector.****Aplicaciones informáticas**

Edwin Antonio Mero Lino. MSc. <sup>(1)</sup>

Kleber Germiniano Marcillo Parrales. MSc. <sup>(2)</sup>

Julio Alberto Cedeño Ferrín. MSc. <sup>(3)</sup>

María Mercedes Ortiz Hernández. MSc. <sup>(4)</sup>

<sup>(1)</sup> Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador.

([edwin.mero@unesum.edu.ec](mailto:edwin.mero@unesum.edu.ec))

<sup>(2)</sup> Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador.

([Kleber.marcillo@unesum.edu.ec](mailto:Kleber.marcillo@unesum.edu.ec))

<sup>(3)</sup> Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador.

([julio.cedeno@unesum.edu.ec](mailto:julio.cedeno@unesum.edu.ec))

<sup>(4)</sup> Universidad Estatal del Sur de Manabí. Ecuador.

([maria.ortiz@unesum.edu.ec](mailto:maria.ortiz@unesum.edu.ec))

**Contacto:** [Kleber.marcillo@unesum.edu.ec](mailto:Kleber.marcillo@unesum.edu.ec)

**19/08/2018      Aceptado: 06/10/2018**

**Resumen**

Este artículo se enfoca en la escasa integración comercial con que cuentan las organizaciones para promocionar los diferentes productos y servicios que ofertan a la comunidad, y tiene por objetivo contribuir con aplicaciones informáticas a fortalecer la imagen publicitaria; el tipo de investigación es de carácter cualitativo, aplicando métodos teóricos tales como la inducción-deducción, análisis-síntesis; en el orden empírico, las encuestas, entrevistas y el cierre con la aplicación de métodos estadísticos-matemáticos. Los métodos descritos permitieron la realización del diagnóstico a las diferentes instituciones comerciales, así como verificar las necesidades de implementar las diferentes aplicaciones informáticas, con el fin de mejorar el crecimiento económico de las organizaciones, que fueron tomadas en cuenta porque mantienen convenio inter institucional. Con la ejecución del proyecto multidisciplinario de Vinculación con la Sociedad, en el que intervienen las carreras de Ingeniería en

Sistemas Computacionales e Ingeniería en Computación y Redes, se lograron implementar 36 aplicaciones, sitios web, y sistemas de información a las organizaciones sociales del Cantón Jipijapa, además se logró dar a conocer la variedad de productos que se ofertan al mercado local, regional e internacional. Mediante contadores de visitas se obtuvo información relevante que permitió conocer la interacción que existe entre usuarios y los comerciantes que ofertan sus productos. Se realizó la capacitación a los socios de las diferentes instituciones sociales, con la finalidad de administrar de forma adecuada las aplicaciones informáticas. El principal impacto reflejado en las estadísticas evidencia un crecimiento sistemático y en ascenso desde su inicio en enero de 2017 hasta el corte realizado a finales de 2017 en las imágenes publicitarias desde 100 a 4736 con alcance internacional, con énfasis en la página del Finca Cafetalera Acuña y Café El Mañanerito.

**Palabras clave:** Elección de tecnología; imagen; publicidad; política comercial.

#### **Abstract**

This article focuses on the limited commercial integration of organizations to promote the different products and services offered to the community, the objective is to contribute with computer applications to strengthen the advertising image; the type of research is of a qualitative nature, applying theoretical methods such as induction-deduction, analysis-synthesis; in the empirical order, the surveys, interviews and the closure with the application of statistical-mathematical methods. The described methods allowed the realization of the diagnosis to the different commercial institutions, as well as to verify the needs of implementing the different computer applications, in order to improve the economic growth of the organizations, which were taken into account because they maintain an inter institutional agreement. With the execution of the multidisciplinary project of Linking with the Company, in which the careers of Engineering in Computer Systems and Computer and Network Engineering are involved, it was possible to implement 36 computer applications (website, Web pages, applications, information systems) to In addition, the social organizations of the Jipijapa Canton were able to publicize the variety of products offered to the local, regional and international markets. Through the visit counter we obtained relevant information that allowed us to know the interaction that exists between users and the merchants that offer their products. The training was carried out for the members of the different social institutions, in order to properly manage the computer applications. The main impact reflected in the statistics shows a systematic and growing growth since its inception in

January 2017 until the cut made at the end of 2017 in advertising images from 100 to 4736 with international reach, with emphasis on the Acuña Coffee Plantation website and Café the Mañanerito.

**Key words:** Choice of technology, image, advertising, commercial policy.

### **Introducción.**

Esta investigación se basa en el proyecto de vinculación con la sociedad “Desarrollo e implementación de aplicaciones Informáticas para una comunicación eficiente sobre los servicios que brindan las organizaciones sociales de la provincia de Manabí” ejecutado durante el año 2017. Participaron 36 organizaciones comerciales, turísticas y artesanales y perseguía el objetivo de estimular la inserción del sector comercial a la publicidad; para ello, se implementaron aplicaciones informáticas, donde se tomó como objeto de estudio las Páginas Web lo cual implicó el surgimiento de barreras y grandes desafíos a las diferentes organizaciones comerciales, demostrándose que los comerciantes necesitan implementar nuevas estrategias activas en ventas, que permitan la integración publicitaria de sus productos hacia el mercado local, nacional e internacional. (Desarrollo e implementación de aplicaciones Informáticas para una comunicación eficiente sobre los servicios que brindan las organizaciones sociales de la provincia de Manabí, 2017)

Según (Muñoz, 2012) Las aplicaciones Web, son programas informáticos que se ejecutan en navegadores. Para integrar la publicidad comercial entre las organizaciones y los consumidores, se desarrollan aplicaciones web, que se ejecutaran en cualquier buscador, teniendo como ventaja que el usuario pueda acceder a ella a través de navegadores sin necesidad de instalarlas en sus dispositivos de cómputo.

Desde el punto vista de la informática, (Muñoz, 2012) manifiesta, que para intercambiar información en la web, existe un conjunto de tecnología o aplicaciones desarrolladas en distinto lenguaje de programación (HTML y Java) y capaces de ejecutarse sobre cualquier plataforma. La comunicación se consigue gracias a la utilización de estándares abiertos, entre ellas las herramientas Web 2.0 como los Wiki, Blogs, aplicaciones web y redes sociales.

### **La web y la publicidad en el sector comercial.**

El sector comercial que incluye los procesos de ventas, marketing y publicidad, cuenta a día de hoy, con grandes posibilidades de desarrollo. La revolución digital, altera las estructuras y las dinámicas de la sociedad. El paradigma de este nuevo tiempo implica

que las estrategias de marketing y publicidad son, ahora más que nunca, necesidades de cualquier empresa u organización que quiera darse a conocer para atraer potenciales clientes. (IFP, 2017)

En los últimos años, al mismo tiempo que se han sucedido constantes avances en las aplicaciones Web, ha ganado fuerza en diversas iniciativas empresariales e institucionales que pretenden intensificar su aplicación en el marco de las pymes. Sin embargo, aún es elevado el número de empresarias y empresarios (sobre todo en el caso de microempresas y autónomos/as) que desconocen el uso y manejo de esta herramienta informática. (Fundetec, 2010)

Partiendo de esta realidad, uno de los objetivos fundamentales del proyecto multidisciplinario (Aplicaciones informáticas para el sector comercial del cantón Jipijapa.) consiste en implementar herramientas tecnológicas tales como: sitios web, páginas Web, aplicaciones móviles, sistemas de información, para el desarrollo de las organizaciones sociales, y en acercar a las microempresas y trabajadores autónomos al uso y manejo de las aplicaciones informáticas en su campo de actividad y negocio. En este sentido, explicar a las pequeñas empresas en qué consisten las aplicaciones informáticas y las ventajas que conlleva su empleo, sobre todo en términos de rentabilidad e imagen publicitaria, se ha convertido en una acción prioritaria, ya que se ha constatado que la falta de conocimiento de los beneficios asociados a su aplicación es una de las barreras principales que obstaculizan su adopción por parte de este colectivo (Fundetec, 2010)

La publicidad es el acto de llamar la atención pública sobre un producto o servicio. La publicidad hace referencia a los anuncios pagados que incluyen un mensaje persuasivo de un patrocinador identificado. Se trata de presentaciones de tipo impersonal y promociones de una empresa o firma que habla de sus productos a sus clientes actuales o potenciales. (Gerencie.com)

Tomado (Mercado Salgado, 2007) Determinan que la publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor.

Los nuevos medios de comunicación, en especial las redes sociales virtuales se convirtieron en el día a día de la sociedad actual; y entre ellas se cuentan redes como Twitter y Facebook que han llegado a ser un referente en términos de comunicación. (Ospina Galeano, 2014)

Es trascendental considerar que la importancia de las pequeñas y medianas empresas no reside únicamente en su potencial redistributivo y su capacidad para generar empleo, sino también en su capacidad competitiva cuando es incorporada al proceso productivo en condiciones adecuadas. El desarrollo de este sector de la economía en el país se ha caracterizado por una gran diversidad de iniciativas realizadas por una pluralidad de actores; sin embargo, en la medida que la microempresa se expande en importancia en la economía, también crece la demanda de servicios de apoyo a este sector por parte del estado y de instituciones públicas y privadas, cooperación internacional y asociaciones gremiales involucradas con el desarrollo del sector.

La publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor. (Mercado Salgado, 2007)

Para, Ospina Galeano (2014), los nuevos medios de comunicación, en especial las redes sociales virtuales se convirtieron en el día a día de la sociedad actual; y entre ellas se cuentan redes como Twitter y Facebook que han llegado a ser un referente en términos de comunicación.

Es trascendental considerar que la importancia de las pequeñas y medianas empresa no reside únicamente en su potencial redistributivo y su capacidad para generar empleo, sino también en su capacidad competitiva cuando es incorporada al proceso productivo en condiciones adecuadas. El desarrollo de este sector de la economía en el país se ha caracterizado por una gran diversidad de iniciativas realizadas por una pluralidad de actores; sin embargo, en la medida que la microempresa se expande en importancia en la economía, también crece la demanda de servicios de apoyo a este sector por parte del estado y de instituciones públicas y privadas, cooperación internacional y asociaciones gremiales involucradas con el desarrollo del sector.

### **Estructura de una página Web.**

Los documentos Web o también llamados páginas web pueden estar localizados en diferentes sitios de Internet, estos sitios son llamados Web. De manera de un documento WWW puede contener enlaces a otros documentos que se encuentran en el mismo servidor Web o en otros servidores Web, logrando así formar una telaraña mundial de información.

El lenguaje estandarizado para la creación de las páginas Web es el lenguaje HTML (Hyper Text Markup Lenguaje). HTML es un lenguaje muy sencillo que permite

describir documento hipertexto. La descripción se basa en especificar en el texto la estructura lógica del contenido (títulos, párrafos de texto normal, enumeraciones, definiciones, citas, etc.) así como los diferentes efectos que se quieren dar (especificar los lugares de documentos donde se debe poner cursiva, negrita, o gráfico determinado).

### **Los elementos de una estructura Web son:**

Según Fernandez (2018), los elementos que conforman la página web son:

- Cabecera o header: normalmente se coloca en la parte superior de la página.
- Logo: es la marca o título que tiene la página
- Menú: es el elemento principal de navegación entre los apartados. Lo podemos encontrar también en el pie de página.
- Cuerpo de la página o body: donde introducimos los contenidos principales.
- Pie de página o footer: cierre, copyright.

Para el diseño e implementación de las Página Web, los grupos de estudiantes que participaron en el proyecto multidisciplinario trabajaron en base a esta estructura.

### **Funcionalidad de una página web.**

Las páginas Web implementadas a las organizaciones sociales utilizan una interfaz gráfica amigable para el usuario para una buena interacción.

Las páginas Web contiene el siguiente menú:

- Inicio: Presentación de la página, se encuentra la imagen publicitaria de la organización comercial.
- Misión/Visión: Presenta la visión y misión de la organización comercial.
- Antecedentes: Esta ventana presenta datos relacionados con el origen de la organización comercial.
- Galería: Variedades fotos de los productos ofertados.
- Contactos: Presenta un formulario para sugerencias y comentarios.
- Blog: Ventana de actualización de la actividades de la organización.
- Visita: Contador.

En la figura 1, se describe el modelo de página Web.

Mercado (2007), determina que la publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor.

Para Ospina Galeano (2014), los nuevos medios de comunicación, en especial las redes sociales virtuales se convirtieron en el día a día de la sociedad actual; y entre ellas se cuentan redes como Twitter y Facebook que han llegado a ser un referente en términos de comunicación.

Es trascendental considerar que la importancia de las pequeñas y medianas empresas no reside únicamente en su potencial redistributivo y su capacidad para generar empleo, sino también en su capacidad competitiva cuando es incorporada al proceso productivo en condiciones adecuadas. El desarrollo de este sector de la economía en el país se ha caracterizado por una gran diversidad de iniciativas realizadas por una pluralidad de actores; sin embargo, en la medida que la microempresa se expande en importancia en la economía, también crece la demanda de servicios de apoyo a este sector por parte del estado y de instituciones públicas y privadas, cooperación internacional y asociaciones gremiales involucradas con el desarrollo del sector.

### **Metodología**

El tipo de investigación es de carácter cualitativo de cohorte transversal realizado por 152 estudiantes, participaron 80 de la carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales y 72 de la carrera de Ingeniería en Computación y Redes, durante el periodo de enero a diciembre del 2017, aplicando métodos teóricos tales como la inducción-deducción, análisis-síntesis; en el orden empírico, las encuestas, entrevistas y el cierre con la aplicación de métodos estadísticos-matemáticos. El desarrollo del proyecto de vinculación siguió la secuencia que se describe:

- a) se realizó el diagnóstico situacional a las organizaciones sociales sobre las necesidades de las aplicaciones informáticas.
- b) implementación de las páginas Web a diferentes asociaciones comerciales
- c) capacitación sobre el uso y manejo de las páginas Web
- d) Verificación las visitas de las páginas Web;
- e) monitoreo de las actividades de vinculación por partes de los docentes responsable del proyecto.

### **Resultados**

Las organizaciones que fueron parte del diagnóstico de este proyecto fueron las siguientes:

<b>Números</b>	<b>Nombres de las organizaciones</b>
1	Asociación de Comerciantes Mayoristas y Minoristas de Frutas,

	Verduras y Legumbres "13 de Octubre"
2	La Federación Cantonal de Instituciones Clasistas de Jipijapa.
3	Asociación de Trabajadores Autónomos “Mario Falcony Yépez”
4	Terminal Terrestre “XIPIXAPA”
5	Asociación interprovincial de los ebanistas.
6	Tabernáculo de la Fe Jipijapa.
7	Empresa Municipal de infraestructura y servicio de rastro San Lorenzo de Jipijapa.
8	Centro Cultural Jipijapa.
9	Asociación de Electricista del Cantón Jipijapa.
10	Comunidad San Francisco.
11	Cooperativa de transporte Cacique Guale.
12	Cuerpo de Bombero Jipijapa.
13	Asociación de Artista de Jipijapa.
14	Fincar – UPOCAM - Jipijapa.
15	Cooperativa de transporte Jipijapa.
16	Empresa de Buceo “Fondo Azul”
17	Salaite – Machalilla.
18	Cámara de Comercio del Cantón Jipijapa.
19	Compañía de Taxis Ejecutivos Los Vencedores.
20	Aso de monigotes 9 de marzo de Jipijapa.
21	Cooperativa de Transporte Estéreo Guía.
22	Empresa pública de servicio UNESUM.
23	Asociación Interprofesionales de ebanista del Cantón Jipijapa (tienda en línea)
24	Asociación de emprendedores 8 de Septiembre Terminal Terrestre Xipixapa de Cantón Jipijapa.
25	Cooperativa de Producción Pesquera Artesanal “Cogaevismar”
26	Asociación Artesanal de la Belleza del Cantón Jipijapa.
27	La Federación Cantonal de Instituciones Clasistas de Jipijapa.
28	Asociación de Comerciante en el Expendio 18 de Agosto del Cantón Jipijapa.
29	Asociación de trabajadores Autónomos 15 de Octubre del Cantón Jipijapa.
30	Asociación de Trabajadores Autónomos “Mario Falcony Yépez”
31	Centro de Promoción Rural del Cantón Puerto López.
32	Micro-Empresa Cafetalera Acuña del Cantón Jipijapa.
33	Departamento de turismo GAD Municipal de Cantón Jipijapa.
34	Asociación de Producción Industrial de cafetero de Manabí (ASPROINCAMP)
35	Instituto de educación especial “Ana Luz Solís”
36	Gremio de Mecánicos automotrices y Anexos.

Fuente: Proyecto de vinculación de “Desarrollo e implementación de aplicaciones Informáticas para una comunicación eficiente sobre los servicios que brindan las organizaciones sociales de la provincia de Manabí”

**Encuestas realizadas a los socios de las diferentes organizaciones sociales del cantón Jipijapa.**



Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	81	81%
NO	19	19%
<b>TOTAL</b>	100	100%

Tabla 1. ¿Tiene usted conocimiento sobre las aplicaciones Informáticas?. Fuente: Encuesta realizadas a los representante de las organizaciones sociales del cantón Jipijapa. Elaborado por los estudiantes de las carreras de Ingeniería en Sistemas Computacionales e Computación y Redes.

De los socios encuestados el 81 % indicaron que tienen conocimientos sobre las aplicaciones informáticas y el 19% respondieron que carecen de éstos.

De lo que se concluye que es fundamental que se siga fortaleciendo sus conocimientos con el desarrollo de aplicaciones informáticas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	91	91%
NO	9	9%
<b>TOTAL</b>	100	100%

Tabla 2. ¿Cree usted que la organización a la cual pertenece, necesite una aplicación Informática para fortalecer su economía?

Fuente: Encuesta realizadas a los representante de las organizaciones sociales del cantón Jipijapa. Elaborado por los estudiantes de las carreras de Ingeniería en Sistemas Computacionales e Computación y Redes.

El 91% de los socios indicó que le gustaría que su organización cuente con una aplicación informática y el 9% respondieron lo contrario.

De lo que se concluye, que en la organización se desarrolle una aplicación informática para mejorar su nivel económico.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	93	93%
NO	7	7%
<b>TOTAL</b>	100	100%

Tabla 3. ¿Le gustaría a usted que su organización cuente con una página Web?

Fuente: Encuesta realizadas a los representante de las organizaciones sociales del cantón Jipijapa. Elaborado por los estudiantes de las carreras de Ingeniería en Sistemas Computacionales e Computación y Redes.

El 93% de los socios respondieron que les gustaría que su organización social cuente con una página Web y el 7% respondieron que no.

Con lo que se determina que la organización se le implemente una página Web para ofertar sus productos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	93	93%
NO	7	7%
<b>TOTAL</b>	100	100%

Tabla 4. ¿Cree usted que una página Web, le ayudará a su organización dar a conocer los productos y servicios que ofrecen?

Fuente: Encuesta realizadas a los representante de las organizaciones sociales del cantón Jipijapa. Elaborado por los estudiantes de las carreras de Ingeniería en Sistemas Computacionales e Computación y Redes.

El 93% de los socios encuestados respondió que creen que la página Web ayudará a la organización social a conocer los productos y servicios que ofrecen. Solamente 7% de los encuestados no consideran necesario un sitio web para contribuir a la publicidad de los productos de la organización.

Con lo que se determina que la página Web, fortalecerá su campo de acción para ofertar sus productos y servicios.

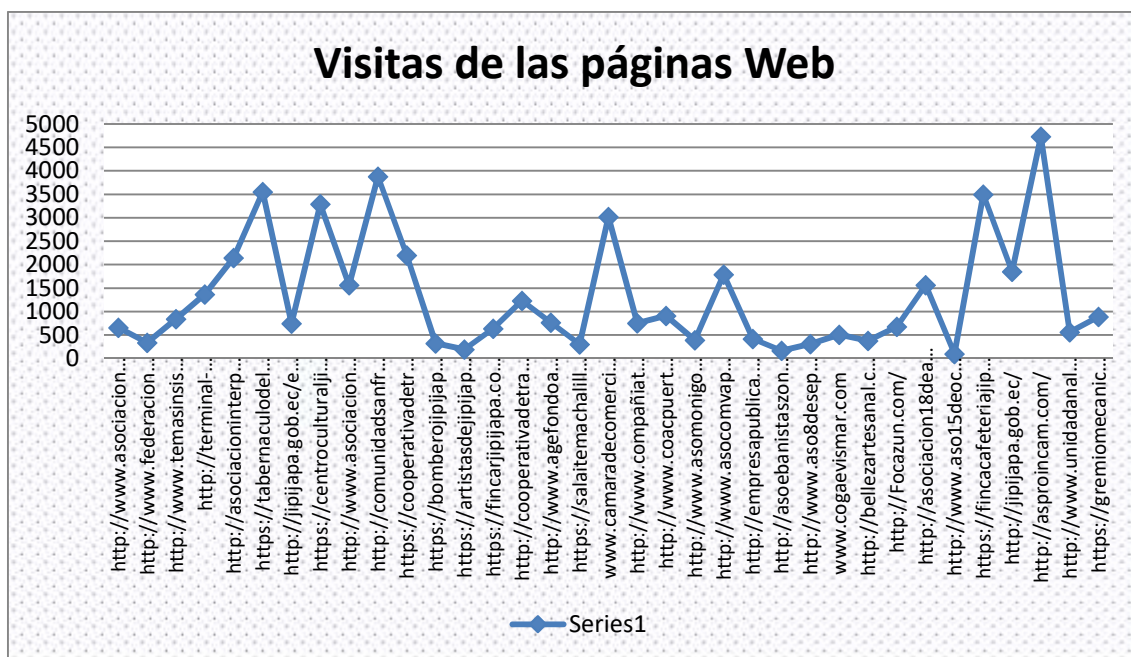
#### **Implementación de Páginas Web.**

Link de Páginas Web de las organizaciones sociales del cantón Jipijapa.

Link de Páginas Web de las organizaciones sociales del cantón Jipijapa.	Visitas
<a href="http://www.asociacion13deoctubre.com/">http://www.asociacion13deoctubre.com/</a>	661
<a href="http://www.federaciondeclasisasjipijapa.com/index.html">http://www.federaciondeclasisasjipijapa.com/index.html</a>	335
<a href="http://www.temasinsiscomp.com/">http://www.temasinsiscomp.com/</a>	845
<a href="http://terminal-terrestre-xipixapa.com/">http://terminal-terrestre-xipixapa.com/</a>	1.366
<a href="http://asociacioninterprovincialdelosebanistas.com/">http://asociacioninterprovincialdelosebanistas.com/</a>	2.145
<a href="https://tabernaculodelafejipijapa.com/">https://tabernaculodelafejipijapa.com/</a>	3.550

<a href="http://jipijapa.gob.ec/empresa_de_rastro/">http://jipijapa.gob.ec/empresa_de_rastro/</a>	750
<a href="https://centroculturaljipijapa.wordpress.com/">https://centroculturaljipijapa.wordpress.com/</a>	3.290
<a href="http://www.asociaciondeelectricistasjipijapa.com/">http://www.asociaciondeelectricistasjipijapa.com/</a>	1.567
<a href="http://comunidadesanfrancisco.com/">http://comunidadesanfrancisco.com/</a>	3.883
<a href="https://cooperativadetransportecaciquegual.com/">https://cooperativadetransportecaciquegual.com/</a>	2.200
<a href="https://bomberoipijapacom.wordpress.com/">https://bomberoipijapacom.wordpress.com/</a>	321
<a href="https://artistasdejipijapa.wordpress.com/">https://artistasdejipijapa.wordpress.com/</a>	194
<a href="https://fincarjipijapa.com/">https://fincarjipijapa.com/</a>	638
<a href="http://cooperativadetransporteipijapa.com/">http://cooperativadetransporteipijapa.com/</a>	1.234
<a href="http://www.agefondoazul.com/">http://www.agefondoazul.com/</a>	768
<a href="https://salaitemachalilla.com">https://salaitemachalilla.com</a>	300
<a href="http://www.camaradecomerciojipijapa.com">www.camaradecomerciojipijapa.com</a>	3.023
<a href="http://www.compañiataxiejecutivovencedores.com">http://www.compañiataxiejecutivovencedores.com</a>	756
<a href="http://www.coacpuertolopez.com">http://www.coacpuertolopez.com</a>	911
<a href="http://www.asomonigotes9demarzojipijapa.com/">http://www.asomonigotes9demarzojipijapa.com/</a>	390
<a href="http://www.asocomvapor.com">http://www.asocomvapor.com</a>	1.789
<a href="http://empresapublica.webcindario.com/index.html">http://empresapublica.webcindario.com/index.html</a>	420
<a href="http://asoebanistaszonasur.com">http://asoebanistaszonasur.com</a>	169
<a href="http://www.aso8deseptiembretermxipixapa.com/">http://www.aso8deseptiembretermxipixapa.com/</a>	307
<a href="http://www.cogaevismar.com">www.cogaevismar.com</a>	511
<a href="http://bellezartesanal.com/">http://bellezartesanal.com/</a>	380
<a href="http://Focazun.com/">http://Focazun.com/</a>	681
<a href="http://asociacion18deagosto.com/">http://asociacion18deagosto.com/</a>	1.566
<a href="http://www.aso15deoctubre.com/">http://www.aso15deoctubre.com/</a>	100
<a href="https://fincacafeteriaipijapa.com/">https://fincacafeteriaipijapa.com/</a>	3.498
<a href="http://jipijapa.gob.ec/">http://jipijapa.gob.ec/</a>	1.853
<a href="http://asproincam.com/">http://asproincam.com/</a>	4.736
<a href="http://www.unidadanaluzsolis.com/">http://www.unidadanaluzsolis.com/</a>	560
<a href="https://gremiomecanicos.webcindario.com/">https://gremiomecanicos.webcindario.com/</a>	890

*Fuente: Proyecto de vinculación de “Desarrollo e implementación de aplicaciones Informáticas para una comunicación eficiente sobre los servicios que brindan las organizaciones sociales de la provincia de Manabí” estimación*



*Fuentes: Páginas Web implementada.*

*Elaborado por los estudiantes de las carreras de Ingeniería en Sistemas Computacionales e Computación y Redes.*

### Capacitaciones

Se capacitaron a 208 socios de las organizaciones sociales del cantón Jipijapa, sobre el uso y administración de las páginas Web.

### Conclusiones

El diagnóstico a las organizaciones determinó la necesidad de realizar las aplicaciones informáticas para el fortalecimiento de la actividad comercial.

Con la implementación de las aplicaciones informáticas, página Web constituyeron una alternativa prometedora para lograr incrementar la imagen publicitaria de las organizaciones comerciales en ámbito regional, nacional e internacional del cantón Jipijapa.

Se capacitaron a los socios de las organizaciones sobre el uso y administración de la página.

### Bibliografía

Anonimo (2017). Desarrollo e implementación de aplicaciones Informáticas para una comunicación eficiente sobre los servicios que brindan las organizaciones sociales de la provincia de Manabí. Jipijapa.

- Fernandez, A. (2018). Diseño de la Estructura de una Pagina Web de 0 a 100.
- Fundetec, J. d. (2010). Libro Blanco. Valladolid. Madrid: Cervatina.
- Gerencie.com. (s.f.). Recuperado el 2 de Octubre de 2018, de (<https://www.gerencie.com/cual-es-la-diferencia-entre-marketing-y-publicidad.html>)
- IFP. (2017). [www.ifp.es](http://www.ifp.es). Recuperado el 2 de Octubre de 2018, de (<https://www.ifp.es/blog/internet-encumbra-el-sector-comercial-el-marketing-y-la-publicidad>)
- Mercado Salgado, P. &. (2007). La Responsabilidad Social en Empresa del Valle Mexico. En Estudios Gerenciales (págs. 119-135). Mexico.
- Muñoz, F. M. (2012). Aplicaciones Informática de Propósito General. Aravaca (Madrid): McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.
- Ospina Galeano, V. (2014). Los nuevos medio de comunicacion.

## **Anexo**



Figura 1. Modelo de página Web.