

# PROYECTO DE INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN EDUCATIVA

Fomento del espíritu emprendedor a través del análisis de las tendencias actuales del mercado informático basado en el uso de software libre y soluciones de automatización de servidores

Centro realizador: IES Santiago Hernández. ZARAGOZA

Coordinadora: Carmen Julve Tiestos

Autores: Juan Daniel Burró Alaez, Carmen Julve Tiestos

“Proyecto seleccionado en la convocatoria de Ayudas a la innovación e Investigación educativas en centros docentes de niveles no universitarios para el curso 2010/11, del Departamento de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón”

## INDICE

A.	PROYECTO .....	3
A.1	DATOS DE IDENTIFICACIÓN .....	3
A.1.1	Título del proyecto.....	3
A.1.2	Datos del centro .....	3
A.1.3	Coordinador y participantes.....	3
A.1.4	Etapa educativa y actividad .....	3
A.1.5	Tema del proyecto y ámbito del mismo .....	4
A.2	DISEÑO DEL PROYECTO Y ACTIVIDAD.....	4
A.2.1	Planteamiento y justificación. Contextualización.....	4
A.2.2	Aspectos innovadores del proyecto .....	6
A.2.3	Objetivos y contenidos que se pretenden .....	8
A.2.4	Plan de trabajo y metodología .....	15
A.2.5	Duración y fases previstas. ....	15
A.2.6	Plan de evaluación. ....	17
A.2.7	Referencias bibliográficas .....	18
B.	DESARROLLO.....	19
B.1	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS .....	19
C.	MEMORIA.....	21
C.1	CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PARTICULARES DEL CONTEXTO EN EL QUE SE HA DESARROLLADO EL PROYECTO. ....	21
C.2.1	Propuestos inicialmente: .....	22
C.2.2	Alcanzados al finalizar el mismo.....	23
C.3	CAMBIOS REALIZADOS EN EL PROYECTO A LO LARGO DE SU PUESTA EN MARCHA EN CUANTO A: .....	24
C.3.1	Objetivos.....	24
C.3.2	Metodología.....	24
C.3.3	Organización.....	24
C.3.4	Calendario.....	24
C.5	CONCLUSIONES: .....	26
C.5.1	Logros del proyecto. ....	26
C.5.2	Incidencia en el Centro docente.....	26
C.6	LISTADO DE PROFESORES PARTICIPANTES CON INDICACIÓN DEL NOMBRE CON LOS DOS APELLIDOS Y NIF.....	27
C.7	LISTADO DE MATERIALES ELABORADOS.....	27

## **A. PROYECTO**

### **A.1 DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

#### **A.1.1 Título del proyecto**

Fomento del espíritu emprendedor a través del análisis de las tendencias actuales del mercado informático basado en el uso de software libre y soluciones de automatización de servidores

#### **A.1.2 Datos del centro**

IES Santiago Hernández

Avda de Navarra, 141, 50017 ZARAGOZA

Tfno: 976 32.42.00. Fax: 976 337985

Correo-e: [iesshezaragoza@educa.aragon.es](mailto:iesshezaragoza@educa.aragon.es)

#### **A.1.3 Coordinador y participantes**

Coordinadora:

Nombre: Carmen Julve Tiestos

Cuerpo de Profesores. Especialidad, Informática. Departamento de Informática

Participantes:

Nombre: Juan Daniel Burró Aláez

Cuerpo de Profesores Técnicos. Especialidad, Sistemas y aplicaciones informáticas. Departamento de Informática.

#### **A.1.4 Etapa educativa y actividad**

El proyecto se dirige al alumnado del primer curso del ciclo de grado superior de Desarrollo de aplicaciones informáticas, de la familia profesional Informática y Comunicaciones. Se va a desarrollar en 2 de los 3 los módulos que se imparten en primero: Análisis y Diseño de aplicaciones informáticas de gestión y Sistemas Operativos multiusuario y en red.

En función de los resultados del proyecto, según el plan de evaluación, se contemplará la prolongación del mismo durante el 2º curso, con el mismo alumnado. La continuación del proyecto podría dar lugar a la puesta en marcha real de los proyectos de manera tutelada y la involucración del resto de los módulos del ciclo.

### **A.1.5 Tema del proyecto y ámbito del mismo**

En el panorama informático actual, el uso de software libre así como de herramientas informáticas que automatizan tareas, ya sea de administración o de desarrollo, permite pensar en la posibilidad de emprender un negocio de desarrollo de software de manera autónoma y sin necesidad de una gran experiencia.

Es necesario tener un conocimiento general de las mejores herramientas del mercado y las más adecuadas para cada tipo de problema al que debamos enfrentarnos como desarrolladores de aplicaciones. Nuestro principal objetivo es que adquieran de una forma motivadora e ilusionante, una visión global del mercado actual para el desarrollo de aplicaciones informáticas.

Los alumnos van a realizar un proyecto de creación de una aplicación informática pero con un enfoque práctico donde, además de las técnicas propias del currículo se aporten nuevas herramientas y basándose en un análisis actual del mercado informático, así como en diversas técnicas publicitarias y de marketing.

El alumno deberá justificar la elección de su aplicación previo estudio de las tendencias de mercado actuales o bien por sus propias necesidades reales.

## **A.2 DISEÑO DEL PROYECTO Y ACTIVIDAD**

### **A.2.1 Planteamiento y justificación. Contextualización.**

En la situación socioeconómica actual, se ha producido un aumento considerable de alumnos matriculados en formación profesional y en especial en nuestra familia profesional, con grupos de 30 alumnos, algunos de ellos en situación de desempleo o realizando trabajos no relacionados con el mundo de la informática.

Hemos detectado en nuestro alumnado un interés creciente por el autoempleo, la creación de sus propias empresas o bien el desarrollo de actividades profesionales complementarias relacionadas con la informática, de modo que les introduzcan o les abran nuevas posibilidades de inserción en el mercado laboral.

A raíz de esta coyuntura, se pretende dar a conocer al alumno, dentro de los módulos correspondientes al primer curso del ciclo, técnicas, plataformas, estrategias e ideas que les permitan desarrollar sus propios productos comerciales o de ocio, de un modo menos teórico. Se procurará que las aplicaciones que desarrollen tengan una utilidad práctica y sean lo más competitivas posibles en el mercado de informático actual.

A la hora de desarrollar sus proyectos, consideraremos 3 pilares básicos:

### **Conocimiento del negocio:**

El alumno elegirá su tipo de proyecto en base a su conocimiento previo o interés, así como por su impacto positivo en el mercado informático, con lo que conseguiremos su motivación e involucración en el mismo. Se debe resaltar que cualquier tipo de proyecto puede ser viable. Un portal de ocio por ejemplo, a partir de simple publicidad.

### **Marketing y publicidad**

Nos basaremos exclusivamente en la Web para adecuarnos a los objetivos y contenidos del currículo de primer curso. Utilizaremos soluciones existentes en el mercado actual de software libre (gestores de contenidos tipo Joomla, Drupal o WordPress).

Se analizarán técnicas de diseño de páginas y posicionamiento web (técnicas SEO).

En caso de ampliar el proyecto a 2º curso esta área del proyecto tendría amplio margen de mejora. A modo de ejemplo:

- Análisis de otras áreas de marketing y publicidad, en base al currículo del módulo Formación y orientación laboral.
- Desarrollo de soluciones Web propias, en base al currículo del módulo Diseño y realización de servicios de presentación en entornos gráficos.
- Desarrollo/profundización en la aplicación, según el módulo: Desarrollo de aplicaciones en entornos de 4ª generación y con herramientas CASE

### **Conocimiento técnico**

Se realizará el análisis, diseño y desarrollo de la aplicación Web, según el módulo de Análisis y diseño detallado de aplicaciones informáticas de gestión.

La administración del servidor Web y los servicios de red correspondiente, según el módulo Sistemas operativos multiusuario y en red.

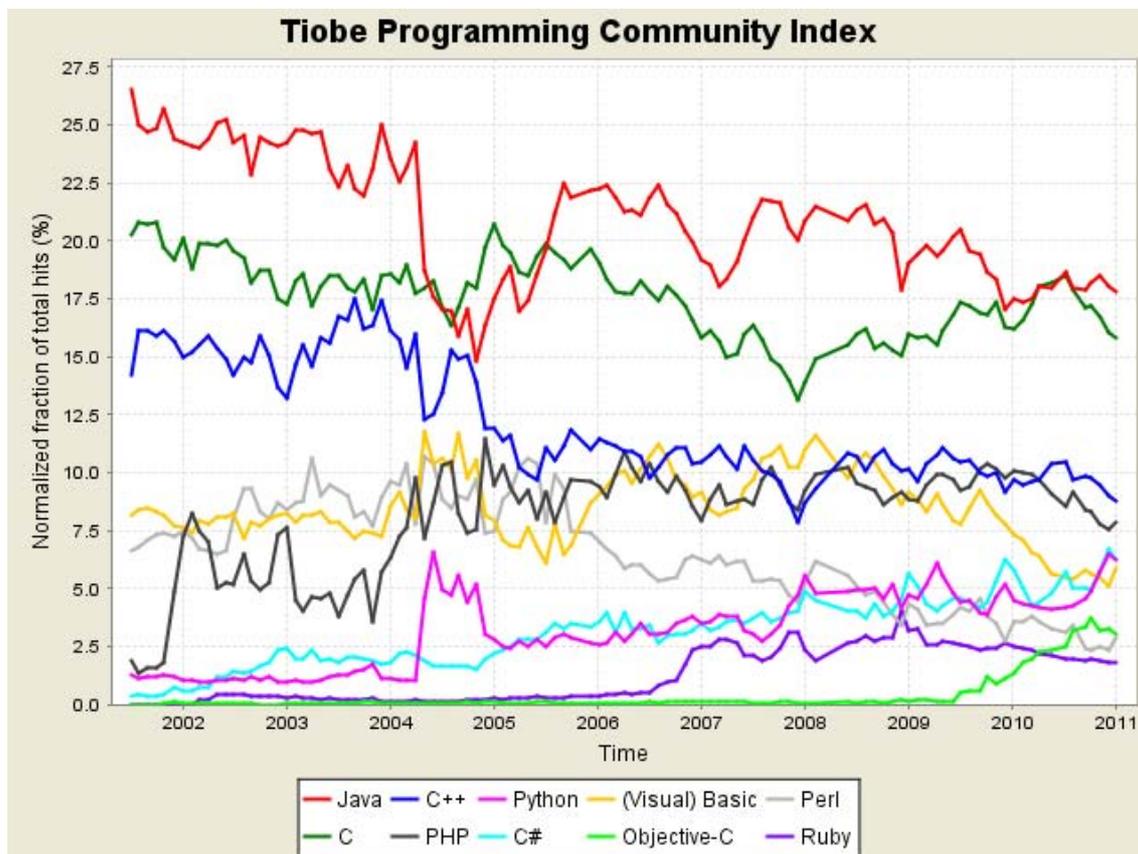
Se realizará el análisis para el desarrollo de cierta aplicación informática para un negocio conocido.

## A.2.2 Aspectos innovadores del proyecto

### Acercamiento máximo al entorno laboral

A través del análisis de las tendencias de mercado actuales:

- Consulta de páginas web especializadas en búsqueda de empleo como [www.indeed.com](http://www.indeed.com)
- Impartición de charlas por antiguos compañeros del instituto para que conozcan experiencias cercanas en el mundo laboral.
- Pautas para elaborar un estudio de mercado y simulación del mismo.
- Estudio y análisis de las demandas actuales en lenguajes de programación (índice Tiobe).



### Desarrollo eminentemente práctico y eficiente del currículo

Habitualmente la parte práctica de cada módulo se desarrolla en base a actividades muy específicas y de corta duración. Su objetivo es simplemente afianzar los conceptos teóricos recién aprendidos en cada unidad. Se aprende a manejar distintas herramientas

pero no se aprecia el alcance real de cada una de ellas. Falta cierta cuota de realidad en el uso de las mismas:

¿Qué problema quiero resolver? ¿Qué herramientas existen en el mercado para resolver dicho problema? ¿Cuáles son los beneficios e inconvenientes de cada una de ellas?

Si bien estas ideas se suelen dar de modo teórico, consideramos mucho más conveniente que se enfrenten a los distintos problemas de una forma mucho más práctica, mediante situaciones más reales. De esta manera se da mayor sentido a los aspectos teóricos de los módulos del ciclo. Se utilizan las diferentes herramientas y actividades como un medio y no como un fin en si mismas. El alumno buscará aprender contenidos teóricos para la resolución de los problemas técnicos de su proyecto presente. Conseguiremos también así no ver los módulos del curso como áreas inconexas.

### **Trabajo en la nube**

Una parte importante del proyecto se realizará directamente en remoto. El ordenador de trabajo está en un hosting situado a varios cientos o miles de kilómetros. Al estar “en la nube”, podremos trabajar comodamente tanto desde el instituto como desde casa. Este tipo de entorno multipuesto facilitará significativamente el trabajo cooperativo entre diferentes alumnos, así como el seguimiento y evaluación del proyecto por el profesorado.

### **Autogestión del tiempo**

En el mundo laboral, se hace necesaria la organización y gestión de recursos de forma autónoma. En el mundo académico la organización y gestión de recursos en horario escolar suele venir impuesta. Utilizaremos un plan de trabajo y metodología (detallado posteriormente) para acercar la forma de trabajo del proyecto al marco laboral.

### A.2.3 Objetivos y contenidos que se pretenden

#### Objetivos:

- Fomentar en los alumnos el espíritu emprendedor impulsando nuevas estrategias a la hora de involucrar a los alumnos en los módulos.
- Saber analizar las tendencias actuales en el mundo de la informática, dando a conocer estudios de mercado, puestos de trabajo más solicitados, tratando de impulsar en los alumnos una visión de futuro de modo que les permita anticiparse a las necesidades del mercado.
- Habilitarse al trabajo en servidores remotos. Distinguir un ordenador de usuario de un ordenador servidor. Aprender las ventajas intrínsecas del uso de terminales de comandos en vez de entornos gráficos.
- Familiarizarse con las ventajas del desarrollo de aplicaciones y gestión de datos desde la nube.
- Entender los contenidos desarrollados en los módulos como un medio y no como un fin en sí mismos.
- Habituarse al uso de entornos de producción: Comprender la necesidad de los ciclos de desarrollo de software.
- Saber configurar distintos servicios de red (DNS, WEB, FTP...).
- Establecer políticas de seguridad adecuadas (copias de seguridad, monitorización de logs, parámetros del sistema...)

#### Contenidos (módulo Sistemas Operativos Multiusuario y en red):

SEGURIDAD EN UN SISTEMA INFORMÁTICO	
1.	Análisis y gestión de Riesgos <ul style="list-style-type: none"><li>• Dimensiones de la seguridad<ul style="list-style-type: none"><li>• Autenticidad</li><li>• Confidencialidad</li><li>• Integridad</li><li>• Disponibilidad</li></ul></li></ul>

- Marco Legal: LOPD
- Análisis de riesgos:
  - Identificación de activos de la empresa
  - Identificación de amenazas
  - Salvaguardas
  - Determinación del impacto
  - Determinación del riesgo
- Gestión de riesgos:
  - Selección de salvaguardas
  - Interpretación de los valores de impacto y riesgo residuales

2. Amenazas y medidas de seguridad

- Protección física y lógica
- Criptografía y firma digital
- Registros y auditoría
- Copias de seguridad. Tipos.
- Actualizaciones Sistema Operativo
- Antivirus
- Servidor de seguridad o Firewall
- Denegación de servicio: cuotas de usuario
- VPN
- Sistemas Raid
- Clusters:
  - Balanceo de carga
  - Alta disponibilidad

1. Historia de Unix/Linux. Distribuciones.
2. Instalación de un SO Unix/Linux:
  - Planificación: Requerimientos de hardware
  - MBR. Gestores de arranque.
  - Tabla de particiones y sistema de ficheros
3. Entorno gráfico en Linux:
  - Sistema X Windows
  - Entornos de Escritorio
  - Gestores de ventanas
4. Conceptos básicos de Sistema:
  - Estructura de archivos y directorios
  - Puntos de montaje
  - Permisos
  - Sintaxis de comandos
  - Comandos de conexión y desconexión
5. Shell o interprete de comandos:
  - Comandos habituales para el manejo de archivos y directorios
  - Características del Shell Bash
6. Scripts en Unix/Linux:
  - Editores de texto: vi, emacs y gedit
  - Instrucciones y estructuras de programación
7. Aplicaciones:
  - Licencia GNU GPL
  - Concepto de repositorio
  - Paquetes. Tipos.
  - Compatibilidad con Windows: Wine
  - Herramientas de desarrollo.

1.	Arranque y parada del servidor
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestor de arranque GRUB</li><li>• Comandos y aplicaciones</li><li>• Niveles de ejecución (/etc/inittab)</li><li>• Servicios</li></ul>
2.	Instalación de software
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistemas gestores de paquetes</li><li>• Concepto de repositorio. Tipos.</li><li>• Dependencias</li></ul>
3.	Usuarios, grupos y permisos
	Usuarios, grupos y privilegios desde el interfaz gráfico
	Comandos (adduser, sudo, chown..)
	Ficheros de configuración
4.	Copias de seguridad
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comandos (dd, cpio, tar, rsync..)</li><li>• Aplicaciones</li><li>• Política de copias</li></ul>
5.	Configuración de red
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comandos (ping, ifconfig, netstat, nmap...)</li><li>• Configuración IP y DNS</li><li>• Ficheros de configuración</li></ul>
6.	Cortafuegos
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reglas de filtrado</li></ul>

- Tipo de políticas
  - Herramientas gráficas
7. Herramientas y comandos para la gestión de procesos:
- Básicas: ps, kill, killall...
  - Monitorización: top, ps, vmstat..

SISTEMAS OPERATIVOS UNIX/LINUX EN RED	
1.	Servidor DNS
2.	Servidor DHCP
3.	Acceso remoto
1.	Telnet vs SSH
2.	Tunneling
4.	Servidor Web
•	Host Virtuales
•	Ficheros de configuración
5.	Compartir ficheros en red
6.	Enrutamiento
7.	Interfaces visuales para la administración de servicios del servidor (Plesk Panel)
8.	Servidor LDAP
9.	Servidor FTP

**Contenidos (módulo Análisis y diseño de aplicaciones informáticas de gestión):**

<b>Sistemas de Información en la Empresa</b>
Subsistemas Generales en una empresa. Subsistema de recursos humanos Subsistema de gestión comercial Subsistema de gestión contable y financiera Subsistema de control de almacén Procesos del ciclo de vida del software Metodologías de desarrollo de software. Concepto. Herramientas de desarrollo Herramientas CASE. Herramientas para recopilar información. ERS.

<b>Análisis y Diseño orientado a datos</b>
Concepto y funciones de los sistemas de bases de datos. Arquitectura ANSI/3 SPARC Interacción con el entorno operativo. Modelo Entidad Relación de Chen Extendido. Modelos lógicos de datos. Modelo Relacional. Normalización: propiedades y formas normales Transformación del esquema E/R al esquema relacional

<b>Análisis y Diseño orientado a procesos</b>
Diagramas de flujo de datos. Diccionario de datos. Especificación de procesos. Diagrama de estructura Estrategias de diseño

<b>Diseño de interfaces de usuario</b>
Diseño de la interfaz de usuario

Producción de prototipos preliminares y diálogos  
Productos software de ayuda al diseño de interfaces  
Técnicas de publicidad y marketing

### **Gestión de proyectos**

Determinación de los distintos roles en la ejecución de un proyecto.  
Gestión de proyectos software  
Planificación ( Diagramas Gantt, y Pert).  
Estimación de costes y plazos  
Seguimiento y supervisión del proyecto software  
Gestión de riesgos del software, y revisiones.  
Mantenimiento del software

### **Proyecto**

Elaboración del proyecto de análisis y diseño de aplicaciones  
Concepto de estudio de mercado. Revisión y simulación de estudio de mercado informático.  
Mercado de trabajo actual. Tendencias.  
Técnicas publicitarias

## **A.2.4 Plan de trabajo y metodología**

Se establecerá un calendario con hitos en el proyecto. Cada hito estará asociado a diversas tareas que los alumnos deberán detallar bajo la supervisión del profesor.

El profesor dará un calendario de actividades teóricas necesario para la consecución de los hitos del proyecto. Los alumnos deberán tener en cuenta este calendario para el detalle de sus tareas.

En periodos de una o dos semanas el profesor supervisará la consecución de las tareas. En caso de que las tareas no se efectuen a tiempo deberá estar justificado en base a una o varias incidencias.

Para realizar este calendario se utilizará Microsoft Project. Este tipo de aplicaciones para la administración de proyectos están referidas en el currículo del módulo Análisis y Diseño de aplicaciones informáticas de gestión.

## **A.2.5 Duración y fases previstas.**

Ateniéndonos a la convocatoria, la duración del proyecto será el curso 2010-11.

A continuación detallamos las fases del proyecto, la fecha límite de concreción de las mismas, así como las distintas tareas que deben saber ejecutar:

### **1. Preparación técnica preliminar**

#### **31 de Enero de 2011**

Los alumnos manejan sistemas operativos Linux a nivel de usuario:

- Navegación por la terminal y ejecución de comandos
- Ejecución de pequeños programas de shell

Los alumnos tienen claros conceptos de conectividad de redes:

- Configuración de interfaces de red en Linux (IP, mascarar de red, subnetting)
- Enrutado básico
- DHCP
- DNS
- NAT

### **2. Configuración entorno remoto de trabajo.**

### **3. Primera de las charlas impartidas por un exalumno del Centro**

#### **28 de Febrero de 2011**

- Configuración cuenta acceso servidor mediante SSH en modo gráfico y terminal. Uso de passphrase.
- Configuración de DNS recursivo en servidor, con la zona maestra escogida.
- Configuración cuentas de correo electrónico.

- Configuración cuentas FTP.
- Configuración básica servidor web.
- Conocimiento y control de las diferentes herramientas proporcionadas desde el panel de control web “Plesk Panel”.
- Ciclo conferencias: Se comenzará con dos charlas impartidas por exalumnos del propio Centro, la primera de ellas será impartida por el alumno ganador del premio de formación profesional de informática y que ha desarrollado varias aplicaciones informáticas como freelance.  
La segunda será impartida también por otro exalumno del centro que ha formado una empresa de desarrollo de páginas web. Estas charlas serán grabadas en video y subidas a la web del Centro.

#### 4. **Configuración entorno local de trabajo**

##### **28 de Febrero de 2011**

- Configuración cliente SSH. Generación de passphrase e importación a servidor.  
Acceso mediante SSH gráfico
- Configuración cliente DNS (Windows y Linux)
- Configuración cuentas de correo electrónico.
- Configuración cuentas FTP mediante cliente multiplataforma (Filezilla)

#### 5. **Desarrollo parte comercial del proyecto**

##### **31 de Marzo de 2011**

- Configuración de una máquina local de pruebas (entorno de pre-producción)
- Instalación base de datos (local y remoto)
- Elección del software más adecuado para el proyecto e instalación del mismo (local y remoto). Pruebas básicas de funcionamiento.
- Búsqueda e instalación de componentes adicionales según requerimientos de análisis (en local).
- Configuración del software y los componentes (en local)
- Tareas de diseño necesarias (en local)
- Paso a producción de todos los elementos configurados (de local a remoto).  
Se llevará a cabo una tercera charla o videconferencia para lo que se contactará con los creadores de páginas de éxito en Internet como [lomasvistoenfacebook.com](http://lomasvistoenfacebook.com) o [forocoches.com](http://forocoches.com).

Previo a la elección de la aplicación a desarrollar dar a conocer al alumno formas de realizar estudios de mercado y del mercado de trabajo tanto a nivel nacional como internacional, nuevas tendencias, de modo que el alumno prepare el análisis y diseño de aplicaciones ( a desarrollar posteriormente en segundo curso del ciclo tanto en el módulo de Bases de datos como de Diseño en entornos gráficos de 2º curso del ciclo) seleccionando proyectos de desarrollo en campos menos explotados o más innovadores para los que la oferta de aplicaciones sea escasa o nula

## **6. Ejecución técnica del plan de seguridad**

**30 de Abril de 2011**

- Establecer automatismos para las copias de seguridad (uso de crontab y rsync o solución similar).
- Establecer pruebas de disponibilidad de plataforma
- Análisis de logs
- Pruebas de carga del sistema
- Creación de scripts de administración para control rutinario de la máquina.
- Configuración de cortafuegos y pruebas de acceso.

Técnicas de publicidad y marketing

Por último se completará el ciclo de conferencias con la Visión de la charla de Emilio Duró “Optimismo e ilusión” sobre empresarios, planes de marketing

## **7. Fin del proyecto**

**1 de Junio de 2011**

- Entrega de la memoria del proyecto.
- Entrega del plan de seguridad
- Presentación del proyecto

### **A.2.6 Plan de evaluación.**

Plan de evaluación:

Se realizará la evaluación del proyecto de forma transversal al mismo, a través de la observación diaria, la toma de notas y finalmente, al término del proyecto previa exposición por parte de los alumnos de las aplicaciones realizadas.

Así mismo se pasarán encuestas a los alumnos donde indiquen el grado de satisfacción obtenido.

Se evaluará en función del grado de consecución de los objetivos y contenidos propuestos.

Se tendrán en cuenta además los siguientes aspectos:

- La implicación de los profesores que intervienen en el proyecto.
- La implicación y aceptación por parte del alumnado de las actividades propuestas, para ello se realizarán entrevistas de seguimiento procurando detectar el grado de motivación de los alumnos, cambios de actitud ante los módulos impartidos, ...
- Finalmente, se evaluará la utilidad real de los resultados obtenidos en el proyecto de investigación, a través del análisis de las aplicaciones informáticas diseñadas por los alumnos.

### **A.2.7 Referencias bibliográficas**

- Libro SEO Posicionamiento en Buscadores (edición 3.1) Autor: Miguel López Gómez , TallerSEO , Bubok Publishing S.L.
- ANALITICA WEB: medir para triunfar, MALDONADO, SERGIO, (aut.) ESIC Editorial ISBN: 8473567145
- Servicios de Internet. Autor Arturo Martín Romero Ed. Mira
- Libros de texto de los módulos implicados en el proyecto.

## B. DESARROLLO

### B.1 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

El alumno al finalizar el curso debe realizar un proyecto sobre una aplicación informática a desarrollar en el curso próximo en los módulos de segundo.

El objetivo principal es que la aplicación a desarrollar escogida tenga una utilidad comercial y no sea una aplicación teórica que no pueda aplicarse a la vida real, bien porque ya existen muchas en el mercado o bien porque su interés comercial sea muy limitado.

Las actividades realizadas a lo largo del proyecto han ido encaminadas a conseguir este objetivo.

**Actividades llevadas a cabo en el módulo de Análisis y diseño de aplicaciones informáticas de gestión.**

**\* Ciclo de charlas:**

- **Ponencia: Experiencia académica y profesional** impartida por el alumno ganador del premio de formación profesional de informática, actualmente contratado por el ITA y que ha desarrollado varias aplicaciones informáticas como freelance.
- **Charla:** se impartió una pequeña charla a cargo de la empresa 3LEMON para promover la participación en el concurso Nokia Brains Laboratory sobre programación en dispositivos móviles.
- **Ponencia:** Comercio electrónico. Marketing y publicidad en Internet impartida por Alberto Alcocer Director e-business de la empresa Ya.net
- **Visión del video de la charla “Optimismo e ilusión ” de E. Duró**
- **Visita por parte de la profesora al autobús informativo sobre el programa conecta tu negocio, <http://www.conectatunegocio.es/> este programa es una iniciativa de CEPYME, Red.es, B. Santander entre otros que ofrece de forma gratuita a las empresas la creación y alojamiento de su página web así como informar sobre diversas técnicas para mejorar el posicionamiento de la misma.**

Estas charlas se impartieron para alumnos tanto de primero como de segundo del ciclo de grado superior de Desarrollo de aplicaciones informáticas (el proyecto solo involucra a los alumnos de primero).

En la última ponencia también asistieron profesorado y alumnos del departamento de Administración y Finanzas y del departamento de Comercio del propio instituto.

**\* Actividades desarrolladas en el aula**

1. Recapitulación de los contenidos llevados a cabo en las distintas ponencias en presentaciones power point o documentos word
2. Presentación sobre formas de mejorar el posicionamiento en Internet  
Google.maps  
Google adwords  
Google Analytics  
Presencia en redes sociales Facebook, tuenti, Twitter, Linked-In, Youtube.  
Blogs asociados a la página web
3. Análisis de los negocios en auge actualmente previa visita de páginas web y estudios especializados, y a partir de esta información ver qué posibilidades hay para desarrollar una aplicación informática relacionada con ese negocio.  
<http://www.beneficiomutuo.net/index.php/2011/03/negocios-en-auge/>  
<http://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/09/002-negocios-para-montar-ahora.pdf>
4. Planteamiento de los distintos factores a tener en cuenta por parte de los alumnos a la hora de escoger la aplicación a desarrollar, estos factores son:
5. Aplicaciones similares existentes en el mercado estudiando sus ventajas e inconvenientes, que apartados quedan menos desarrollados, posibles mejoras que puede tener nuestra aplicación sobre las ya existentes.
6. Tipo de negocio para el que podrá ofertarse la aplicación realizada, tratando de escoger negocios en auge tipo atención a la tercera edad, formación, turismo, energías renovables.
7. Conocimiento directo o cercano del negocio escogido para desarrollar la aplicación. Es fundamental también que el alumno tenga un conocimiento más o menos amplio del negocio para el que va a crear la aplicación, por ello se centraron en negocios en los que trabajaba un familiar, amigo o conocido.
8. Tras el análisis de estos factores, los proyectos más relevantes escogidos por los alumnos para realizar la aplicación informática fueron:
  - a. Gestión de un campamento de verano de niños (un amigo del alumno trabaja o tiene una empresa sobre este negocio )

- b. Software para una clínica veterinaria (un familiar del alumno tiene una clínica veterinaria, hay software comercial en el mercado pero es muy costoso)
  - c. Gestión de una empresa mayorista de pescado, el negocio es del hermano de un alumno, pretenden desarrollarla e implantarla al curso próximo
  - d. Gestión de una empresa de Paintball, la alumna tiene un amigo que tiene este negocio y la idea es desarrollar una aplicación que gestione la actividad de esta empresa, partidas, materiales (alquiler y compra), facturación,...
  - e. Gestión de una tienda online de instrumentos musicales, el alumno es aficionado a la música y pertenece a un grupo de rock
  - f. Gestión de una tienda de deportes, la madre del alumno tiene una tienda de deportes para la que ya existe software pero queda incompleto
  - g. Gestión de una empresa que se dedica a organizar viajes en el extranjero para alumnos de intercambio
  - h. Gestión de una empresa dedicada a la venta de entradas de los distintos eventos programados por las organizadoras, el alumno en concreto va a crear este negocio
  - i. Gestión de un taller de ebanistería, el padre del alumno tiene este taller
9. Planteamiento de distintas actuaciones a la hora de comercializar la aplicación
- a. Venderla más barata que el software comercial existente
  - b. Colgar la aplicación de forma gratuita y comercializar las actualizaciones o modificaciones que soliciten los posibles clientes.
  - c. Colgar una versión de prueba y pasado este periodo comercializarla.

## **C. MEMORIA**

### **C.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES Y PARTICULARES DEL CONTEXTO EN EL QUE SE HA DESARROLLADO EL PROYECTO.**

En cuanto al centro educativo, se trata de un IES urbano en la que, más o menos la mitad del alumnado es de Formación profesional y la otra mitad de ESO y Bachillerato.

En la situación socioeconómica actual, se ha producido un aumento considerable de alumnos matriculados en formación profesional y en especial en nuestra familia profesional, con grupos de 30 alumnos, algunos de ellos en situación de desempleo o realizando trabajos no relacionados con el mundo de la informática.

En el grupo en concreto en el que estamos trabajando contamos con alumnado con intereses diversos:

- Alumnos jóvenes que han terminado sus estudios de ESO o ESO y un ciclo de grado medio o bien bachillerato y que han accedido al ciclo de grado superior mediante prueba de acceso. De entre estos alumnos podemos diferenciar dos grupos,
  - Un grupo que ha decidido hacer el ciclo porque no encuentra trabajo, suelen ser alumnos con poco interés y poco motivados.
  - Otro grupo de alumnos que se han apuntado al ciclo de una forma más vocacional, son académicamente mejores que los anteriores y su intención es continuar con estudios superiores o bien incorporarse al mundo laboral
- Alumnos de mediana edad (28-45 años) que o bien han quedado en paro o no encuentran trabajo o trabajan a tiempo parcial, que muestran un interés creciente por el autoempleo, la creación de sus propias empresas o bien el desarrollo de actividades profesionales complementarias relacionadas con la informática, de modo que les introduzcan o les abran nuevas posibilidades de inserción en el mercado laboral.

A raíz de esta coyuntura, se ha pretendido dar a conocer al alumno, dentro de los módulos correspondientes al primer curso del ciclo, técnicas, plataformas, estrategias e ideas que les permitieran desarrollar sus propios productos comerciales o de ocio, de un modo menos teórico, procurando que las aplicaciones que desarrollen tengan una utilidad práctica y sean lo más competitivas posibles en el mercado de informático actual.

## **C.2 CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PROYECTO:**

### **C.2.1 Propuestas inicialmente:**

1. Fomentar en los alumnos el espíritu emprendedor impulsando nuevas estrategias a la hora de involucrar a los alumnos en los módulos.
2. Saber analizar las tendencias actuales en el mundo de la informática, dando a conocer estudios de mercado, puestos de trabajo más solicitados, tratando de impulsar en los alumnos una visión de futuro de modo que les permita anticiparse a las necesidades del mercado.
3. Habilitarse al trabajo en servidores remotos. Distinguir un ordenador de usuario de un ordenador servidor. Apreciar las ventajas intrínsecas del uso de terminales de comandos en vez de entornos gráficos.

4. Familiarizarse con las ventajas del desarrollo de aplicaciones y gestión de datos desde la nube.
5. Entender los contenidos desarrollados en los módulos como un medio y no como un fin en sí mismos.
6. Habitarse al uso de entornos de producción: Comprender la necesidad de los ciclos de desarrollo de software.
7. Saber configurar distintos servicios de red (DNS, WEB, FTP...).
8. Establecer políticas de seguridad adecuadas (copias de seguridad, monitorización de logs, parámetros del sistema...)

## **C.2.2 Alcanzados al finalizar el mismo.**

### **Objetivo 1**

Cubierto en parte dadas las características del grupo, así, como comentábamos en el apartado C1, el grupo tiene intereses y motivaciones muy diversas y se ha producido cierta polaridad. Alumnos de mayor edad, en paro y con cargas familiares se han visto muy motivados e interesados con el proyecto, mientras que alumnos más jóvenes, con un nivel académico bajo y sin cargas familiares, se han visto poco motivados con el proyecto, ya que su apatía ha aumentado (quizá no haya aumentado, sino que se haya visto más palpable por la forma de trabajar en el proyecto).

### **Objetivo 2**

De nuevo ha dependido del tipo de alumnado. También es cierto que habría sido necesario mucho más tiempo para poder realizar o por lo menos esbozar un estudio de mercado sobre el negocio relacionado con la informática en nuestra comunidad. Con el resto de objetivos ocurre lo mismo, dependiendo del grado de motivación del alumnado, se han conseguido en mayor o menor medida.

### **Objetivo 3**

Prácticamente ningún alumno se ha sentido a gusto inicialmente con el uso de terminales de comandos, salvo los que contaban con experiencia previa. Se contrasta que mientras para algunos alumnos, el trabajo con consola no ha dejado de ser una tarea tediosa, otros en cambio, con el transcurso del proyecto se han sentido motivados al uso de la misma e incluso a investigar sus posibilidades más allá de lo planteado en clase.

### **Objetivo 4**

Se ha trabajado continuamente para la comunicación entre alumnos y profesor-alumnos mediante herramientas como Dropbox, Moodle, etc. Todos los alumnos se han

sentido cómodos en estos aspectos y lo han apreciado. Casi todos tenían experiencia previa y los que no, les han visto enseguida las ventajas.

#### **Objetivo 5**

Se ha conseguido el objetivo. Lamentablemente desarrollar los contenidos como medios y no como fin, deja al descubierto todas las carencias que tienen los alumnos en cada uno de los contenidos, y puede llevar al desánimo, especialmente a los alumnos que no gustan de preguntar al profesor sus dudas. Hemos comprobado que no es lo mismo hacer pequeños ejercicios relacionados con un contenido a hacer un proyecto en el que mezclas diferentes contenidos y donde se requiere cierta investigación. La labor de tutoría ha sido fundamental.

#### **Objetivo 6**

No se ha llegado a apreciar debido al período tan corto del proyecto. Es un objetivo que puede cumplirse ampliando el proyecto al segundo curso.

#### **Objetivo 7**

Se han realizado dos exámenes sobre los servicios de red, donde ha aprobado todo el alumnado que realizó la totalidad del proyecto. Ha resultado un examen sencillo para dichos alumnos, cuando por experiencia previa, resultaba la parte más difícil.

#### **Objetivo 8**

Se han realizado copias de seguridad y se ha dado así un sentido práctico a los conceptos teóricos. Lamentablemente la monitorización de logs y parametrización del sistema no tenía mucho sentido para los alumnos, al no estar trabajando en un entorno en explotación real.

### **C.3 CAMBIOS REALIZADOS EN EL PROYECTO A LO LARGO DE SU PUESTA EN MARCHA EN CUANTO A:**

#### **C.3.1 Objetivos.**

No se han modificado los objetivos iniciales

#### **C.3.2 Metodología.**

La metodología utilizada ha sido la prevista inicialmente

#### **C.3.3 Organización.**

La organización ha sido la prevista inicialmente

#### **C.3.4 Calendario.**

Se ha respetado el calendario previsto inicialmente en el proyecto salvo las fechas de alguna de las ponencias que han debido retrasarse varios días pero esto no ha afectado al desarrollo del proyecto.

El proyecto ha finalizado con la entrega y exposición de los proyectos previstos el 10 de junio, algo más tarde de la fecha prevista inicialmente.

#### **C.4. SINTESIS DEL PROCESO DE EVALUACIÓN UTILIZADO A LO LARGO DEL PROYECTO.**

Se ha realizado la evaluación del proyecto de forma transversal al mismo, a través de la observación diaria, la toma de notas y finalmente, al término del proyecto previa exposición por parte de los alumnos de las aplicaciones realizadas.

Así se han realizado valoraciones de las distintas ponencias y charlas a las que han asistido los alumnos siendo valoradas satisfactoriamente, sobre todo la ponencia “Comercio electrónico. Marketing y publicidad en Internet”

Así mismo se ha considerado muy positiva las charlas sobre experiencia profesional de exalumnos del Centro, por la cercanía a los propios alumnos.

Se han pasado encuestas a los alumnos donde indiquen el grado de satisfacción general obtenido, siendo valorado de distinta forma por unos y otros alumnos aunque en general, salvo excepciones el grado de satisfacción ha sido alto.

El profesorado implicado en el proyecto (dos profesores) han estado coordinados en todo momento ya que se trata de un único grupo al que imparten clase ambos profesores. Complementando en todo momento la parte más técnica del proyecto con la parte más publicitaria y de marketing.

La valoración de la implicación del alumnado se ha realizado mediante la observación diaria, la exposición y revisión de sus proyectos,

De los 18 proyectos entregados, 11 se han valorado positivamente y 4 de ellos muy positivamente por su corrección y posible proyección en el mundo real. 7 de los proyectos se han valorado negativamente tanto por los contenidos desarrollados como por la escasa incidencia comercial que puedan tener. Estos 7 proyectos deberán ser revisados por los correspondientes autores y entregarlos de nuevo en septiembre.

## **C.5 CONCLUSIONES:**

### **C.5.1 Logros del proyecto.**

Los objetivos planteados se han desarrollado en mayor o menor medida según el alumno que lo ha llevado a cabo.

Así, caben destacar los siguientes proyectos dadas sus mayores posibilidades de implantación real

- Software para una clínica veterinaria (un familiar del alumno tiene una clínica veterinaria, hay software comercial en el mercado pero es muy costoso)
- Gestión de una empresa mayorista de pescado, el negocio es del hermano de un alumno, pretenden desarrollarla e implantarla al curso próximo
- Gestión de una empresa de Paintball, la alumna tiene un amigo que tiene este negocio y la idea es desarrollar una aplicación que gestione la actividad de esta empresa, partidas, materiales (alquiler y compra), facturación,...
- Gestión de una tienda on line de instrumentos musicales, el alumno es aficionado a la música y pertenece a un grupo de rock
- Gestión de una tienda de deportes, la madre del alumno tiene una tienda de deportes para la que ya existe software pero queda incompleto
- Gestión de una empresa que se dedica a organizar viajes en el extranjero para alumnos de intercambio.
- Gestión de una empresa dedicada a la venta de entradas de los distintos eventos programados por las organizadoras, el alumno en concreto va a crear este negocio
- Gestión de un taller de ebanistería, el padre del alumno tiene este taller
- Gestión de un campamento de verano de niños (un amigo de la alumna tiene una empresa dedicada a este sector)

### **C.5.2 Incidencia en el Centro docente.**

Además de la incidencia en el propio ciclo, se han establecido relaciones con otros departamentos como el de FOL y Administración de empresas que desarrollarán al curso próximo un proyecto de Intercambio con alumnos de varios países europeos cuyo tema gira en torno al comercio electrónico

Así parte del profesorado y alumnos de estos departamentos han asistido a las ponencias o conocido la experiencia profesional de ex alumnos del ciclo de

Desarrollo de aplicaciones informáticas y que mostrarán al curso próximo los alumnos involucrados en su Proyecto sobre comercio electrónico.

## C.6 LISTADO DE PROFESORES PARTICIPANTES CON INDICACIÓN DEL NOMBRE CON LOS DOS APELLIDOS Y NIF.

Los siguientes profesores han participado activamente en el Proyecto de Innovación y por tanto se propone su certificación:

Julve Tiestos, Carmen (COORDINADOR)		Secundaria, Informática
Burró Alaez, Juan Daniel		Profesores Técnicos de FP, SIF

Han participado en menor medida a través de su participación en las ponencias o aportando materiales relativos al proyectos profesores del departamento de FOL, Comercio y de Administración y finanzas.

## C.7 LISTADO DE MATERIALES ELABORADOS.

1. Presentación power point relativas a las ponencias y charlas sobre marketing en internet, comercio electrónico y posicionamiento. Documento 1
2. Documento Word con sobre como crear webs, blogs y folletos publicitarios en Ineternet. Documento 2
3. Ponencia Alberto Alcocer sobre comercio electrónico y marketing en Internet. Documento 3
4. Proyectos de análisis y diseño sobre las aplicaciones informáticas escogidas por cada alumno del grupo. Este material no se aporta dado que son proyectos ideados por cada uno de los alumnos y de posible proyección comercial.



# Marketing y publicidad en Internet

# Datos iniciales

- Los consumidores utilizan internet para buscar información sobre productos y servicios.
- En España, el 70% de la población, 27 millones de personas está ya en Internet.
- 10,4 millones de personas en España, compararon por Internet en 2010.
- Un alto porcentaje de consumidores consulta y realiza sus comparativas de productos en Internet previamente a la compra en establecimientos físicos

# ¿Porqué publicitarse en Internet?

- Tu negocio estará abierto las 24 horas del día, los 7 días de la semana, 365 días al año.
- Supone abrir un nuevo escaparate y un nuevo canal de ventas con acceso a un mercado más grande y global.
- Mejora la comunicación con el cliente permitiendo la inmediatez en el lanzamiento de nuevos productos.

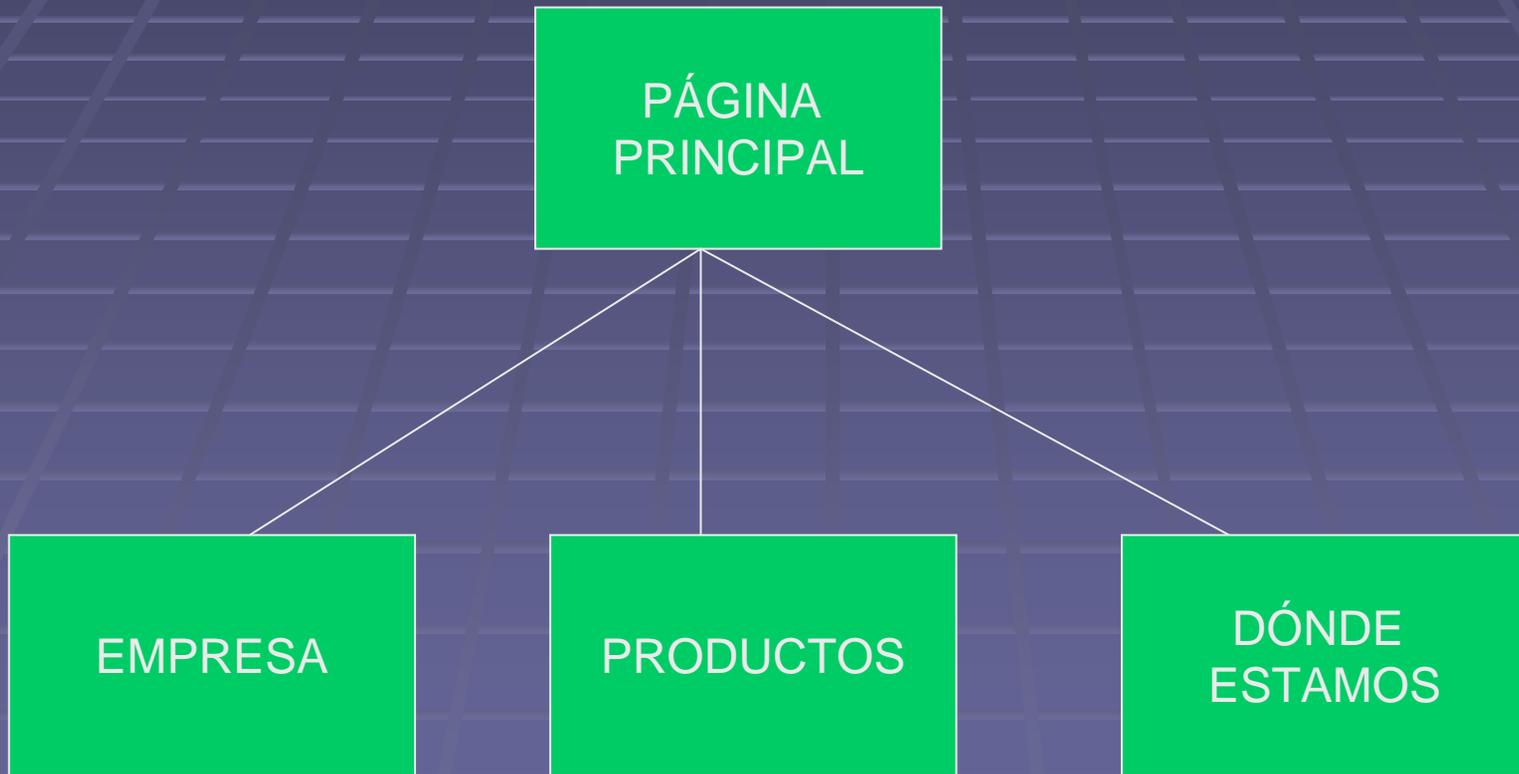
# ¿Porqué publicitarse en Internet?

- Aumento de la productividad ya que se optimizan los tiempos de atención al cliente además de aumentar el número de pedidos.
- Aumenta la imagen de modernidad de tu empresa, proporcionando una mayor competitividad.
- Facilidad para medir los resultados, mediante el análisis de las visitas recibidas y el comportamiento del usuario, permitiendo conocer mejor al cliente y descubrir qué productos o servicios funcionan mejor o peor.

# CLAVES PARA EL ÉXITO DE UN SITIO WEB

- Un sitio web es como un empleado más, al que hay que dedicar la atención necesaria.
- Definir el objetivo de un sitio web: para reforzar la imagen de la empresa, vender un producto,...
- Fijar la estructura de la web, mensaje que queremos transmitir, contenidos que queremos mostrar, fotografías, videos, ...
- El contenido prioritario deberá ir en la página principal, el resto en las demás páginas.

# Esquema básico



# CLAVES PARA EL ÉXITO DE UN SITIO WEB

- Diseño funcional: la usabilidad prima sobre la estética de la página.
- Diseño atractivo: es importante utilizar distintos recursos como imágenes, colores, tipografías,... un diseño atractivo no significa un diseño sobrecargado.
- Contenido de calidad y regularmente actualizado

# CLAVES PARA EL ÉXITO DE UN SITIO WEB

- Hay que estar visible para ser fácilmente localizado y referenciado. Para ello hay que conocer las diversas técnicas y herramientas que nos ayudarán a ganar visibilidad.

# ¿Cómo conseguir que nuestra página aparezca en Google?

- Añadir nuestra página al índice de Google para ello utiliza el siguiente enlace

[www.google.es/addurl](http://www.google.es/addurl)

En este enlace introduce la dirección de tu página, por ejemplo

<http://www.mipagina.com>.

También puedes introducir comentarios para describir el contenido de tu página web

## Incluye tu URL en Google

### Comparte con nosotros tu espacio en la red.

Cada vez que rastreamos la Web, añadimos y actualizamos sitios nuevos a nuestro índice. Te invitamos a que envíes tu URL aquí, aunque no añadimos todas las que nos envían y tampoco podemos adelantarte ni asegurarte cuándo aparecerá o si efectivamente lo hará.

Introduce tu URL completa, incluido el prefijo `http://`. Por ejemplo: `http://www.google.es/`. También puedes añadir comentarios o palabras clave para describir el contenido de tu página. Se usan solo para proporcionarnos información y no afectan al modo en que Google indexa o utiliza tu sitio.

**Recuerda lo siguiente:** solo necesitamos la página de nivel superior del host, no es necesario que envíes todas las páginas individuales. Googlebot, nuestro rastreador, encontrará el resto. Google actualiza sus índices de forma periódica, por lo que no es necesario enviar los enlaces actualizados u obsoletos. Los enlaces inactivos desaparecerán de nuestro índice en el próximo rastreo, cuando lo actualicemos íntegramente.

URL:

Comentarios:

Opcional:

Para ayudarnos a diferenciar entre los sitios que han enviado los usuarios y los que se han introducido de forma automática a través de algún software, escribe en el campo correspondiente las letras torcidas que aparecen en el siguiente cuadro.



# En qué posición aparecerá tu página en los resultados de Google?

- La relevancia de los resultados de Google viene determinada por más de 200 factores. El pagerank de cada página es el más importante.
- El PageRank es la importancia que Google da a una página en función de los enlaces a ésta desde otras páginas.
- No todos los enlaces son iguales, para obtener una buena posición en Google, nos interesa que haya páginas web de calidad o reconocidas que incluyan un enlace a nuestra página.

# En qué posición aparecerá tu página en los resultados de Google?

- Google también da mucha importancia al contenido de la página. Su tecnología analiza todo su contenido, fuentes, ordenación y actualización,
- Recuerda que Google no “lee” las animaciones flash, es decir que un texto importante realizado con flash Google no lo detectará a la hora de analizar el contenido de la página.

# Consejos para obtener un óptimo posicionamiento

- El sitio web debe contener información útil y variada, con páginas donde se describa el contenido del sitio con claridad.
- Establece una jerarquía clara de categorías y enlaces de texto, el usuario debe ser capaz de navegar por todas las páginas desde, al menos, un enlace de texto estático.

# Consejos para obtener un óptimo posicionamiento

- Piensa en las palabras que los usuarios podrían utilizar en sus búsquedas para localizar un sitio como el tuyo e inclúyelas en el texto de tu página web.
- Intenta utilizar texto en lugar de imágenes para presentar nombres, contenidos y enlaces importantes.
- Consigue enlaces desde otras páginas web, es importante que páginas web de calidad hagan referencia a la tuya

# Consejos para obtener un óptimo posicionamiento

- Notifica a los contactos de tu empresa (amigos, clientes, proveedores cualquier información o actualización que consideres relevante)
- Promueve la participación en tu página web de tus contactos. Es interesante que tu página web disponga de un foro, blog o espacio donde los contactos puedan dejar sus aportaciones, tratando de responder a éstas tanto si son positivas como negativas, sin entrar nunca en discusiones.

# Consejos para obtener un óptimo posicionamiento

- Comprueba que no hay enlaces que no funcionan o que sean incorrectos.

# Tu negocio en Google maps

- Dar de alta tu negocio en Google maps es gratuito y no requiere disponer de una página web propia.
- Una vez dado de alta tu negocio, los clientes podrán encontrarlo cuando busquen direcciones e información en Google Maps.

# Tu negocio en Google maps

- En Google Maps, podrás añadir los datos de tu negocio, publicar ofertas y novedades en tiempo real y consultar los resultados en un menú de rendimiento.

# Tu negocio en google maps

- Acceso a Google Places a través de la dirección [www.google.es/places](http://www.google.es/places) (debemos tener creada una cuenta en google).
- Podemos añadir la ficha de nuestra empresa o si ya la tenemos dada de alta, añadir un archivo de datos.
- Una vez completados los datos de la ficha, deberás elegir el método de validación, por llamada, SMS o mediante correo postal

## ▼ Información básica

Ten en cuenta que para cambiar la dirección o el nombre de la empresa tendremos que efectuar una verificación adicional mediante correo o teléfono.

\* Campos obligatorios

País: \*

Empresa/organización: \*

Dirección postal: \*

Código postal: \*

Ciudad/población: \*

Provincia: \*

Teléfono principal: \*

Ejemplo: 810 12 34 56 [Añadir más números de teléfono](#)

Dirección de correo electrónico:

Ejemplo: minombre@ejemplo.es

Sitio web:

Ejemplo: http://www.ejemplo.es

No tengo un sitio web.

Descripción:

200 caracteres como máximo, faltan 200 caracteres

Categoría: \*

¿Qué categorías describen mejor tu empresa (hasta 5)?

Ejemplo: dentista, fotógrafo de bodas, restaurante tailandés

[Añadir otra categoría](#)

## ▼ Horario de apertura

Asegúrate de que tus clientes saben cuándo tienes abierto.

Prefiero no especificar mi horario comercial.

Mi horario comercial es:

Lun:	<input type="text" value="9:00"/>	▼	-	<input type="text" value="17:00"/>	▼	<input type="checkbox"/> Cerrado	↓ <a href="#">Aplicar a todos</a>
Mar:	<input type="text" value="9:00"/>	▼	-	<input type="text" value="17:00"/>	▼	<input type="checkbox"/> Cerrado	
Mié:	<input type="text" value="9:00"/>	▼	-	<input type="text" value="17:00"/>	▼	<input type="checkbox"/> Cerrado	
Jue:	<input type="text" value="9:00"/>	▼	-	<input type="text" value="17:00"/>	▼	<input type="checkbox"/> Cerrado	
Vie:	<input type="text" value="9:00"/>	▼	-	<input type="text" value="17:00"/>	▼	<input type="checkbox"/> Cerrado	
Sáb:						<input checked="" type="checkbox"/> Cerrado	
Dom:						<input checked="" type="checkbox"/> Cerrado	

¿El horario de tu empresa está dividido en dos franjas (por ejemplo, de 9 a 2 y de 5 a 9)?

Deseo especificar dos horarios para un mismo día.

## ▼ Opciones de pago

Indica cómo podrán pagar los clientes en tu negocio.

- |  |   |                                       |
|--|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Efectivo        | <input type="checkbox"/> American Express | <input type="checkbox"/> Financiación |
| <input type="checkbox"/> Cheque          | <input type="checkbox"/> Diner's Club     | <input type="checkbox"/> Eurocard     |
| <input type="checkbox"/> Cheque de viaje | <input type="checkbox"/> MasterCard       | <input type="checkbox"/> Maestro      |
| <input type="checkbox"/> Factura         | <input type="checkbox"/> Visa             | <input type="checkbox"/> PayPal       |

## ▼ Fotos

Crea una ficha de empresa con estilo: incluye fotos de tus productos o tu escaparate. Puedes subir hasta 10 fotos. Asegúrate de que cumples con nuestros [criterios de envío de fotos](#).

Añadir una foto desde tu ordenador

Examinar...

Añadir fotografía

Haz clic en "Examinar..." para elegir un archivo de tu equipo.

Añadir una foto de la Web

Has subido **0** de las **10** imágenes que se permiten en esta ficha de empresa.

## ▼ Vídeos

Añade valor a la información de tu empresa con vídeos que puedes subir en [YouTube](#) e introduce la URL a continuación. Puedes incluir hasta cinco vídeos.

Añadir vídeo

Ejemplo: <http://youtube.com/watch?v=dFtfvx1JdXI>

Has subido **0** de los **5** vídeos que se permiten en esta ficha de empresa.

## ▼ Detalles adicionales

Introduce cualquier otro detalle que desees que conozcan los clientes acerca de tu negocio, por ejemplo:

**Aparcamiento disponible** : Sí.

# Consejos para optimizar google maps

- Completar la ficha de inscripción de la empresa en Google Places al 100%
- Incluir palabras clave que se refieran a productos y servicios ofertados por tu negocio en la descripción de la empresa
- Estar inscrito en el listín local de teléfonos.
- Estar inscrito en directorios locales (utilizar servicios como Yelp, Bing, Yahoo!, Best of the web, Hotfrog, Foursquare)

# PROMOCIONAR LA WEB

- Las acciones encaminadas a mejorar la posición de una página web en los resultados de búsqueda gratuitos, se engloban dentro de la categoría SEO (Search Engine Optimization)
- La puesta en marcha de las campañas de publicidad dentro de los programas de enlaces patrocinados por cada buscador es conocida como Search Engine Marketing (SEM)
- Una estrategia ideal de marketing en buscadores será la que combine acciones tanto de SEO como de SEM

# SEO

- Altas en directorios: además de las técnicas comentadas anteriormente, será beneficioso incluir la URL de la empresa en los principales directorios para mejorar el posicionamiento (Open Directory Project, Hot Frog o Localempresa.com son algunos de los más utilizados)

# SEM

- Los programas de publicidad de enlaces patrocinados utilizan el sistema de pago por clic, mediante el cual el anunciante solo pagará cada vez que un cliente haga clic en el texto de su anuncio.
- El anunciante podrá controlar en todo momento su gasto y tendrá acceso a los resultados que su campaña esté obteniendo.

# Google Adwords

- Este programa permite anunciarse en Google y en sus redes publicitarias asociadas.
- Así, si deseamos publicitarnos, podemos crear una campaña en Google Adwords para mostrar nuestros anuncios cuando los clientes realicen búsquedas relacionadas con mis servicios.

# Ejemplo

- Por ejemplo si tengo un despacho de abogados y quiero publicitar mi página. Entre las palabras clave que elegiría para que mis anuncios se publicasen, podrían encontrarse términos como “contratación de abogados” “servicio de abogados” ..

hotel barato



Buscar

Aproximadamente 2.840.000 resultados (0,20 segundos)

Google.com in English [Búsqueda avanzada](#)

► [Hoteles: Booking.Com - 125.000+ Hoteles en Europa online.](#) 

Anuncios

Reserva y ahorra hasta 75%!

[Hoteles en Sevilla](#) - [Hoteles en Madrid](#) - [Hoteles en París](#) - [Hoteles en Granada](#)

[www.booking.com/Hoteles](http://www.booking.com/Hoteles)

[Hoteles Baratos - Escoge entre Más de 50.000 Hoteles | eDreams.es](#) 

Ahorrando Hasta un 70% con eDreams!

[www.edreams.es/Oferas-Hoteles](http://www.edreams.es/Oferas-Hoteles)

[Hoteles baratos trivago - Encuentra las mejores ofertas.](#) 

Compara 500.000 **hoteles** y 100 webs.

Servicio rápido y gratuito - Anunciado en TV - Busca, compara y reserva más barato

[www.trivago.es/hoteles](http://www.trivago.es/hoteles)

[Hoteles. Reserva de Hoteles Online - Atrapalo.com](#) 

Ofertas de **hoteles** al mejor precio. Te ofrecemos los **hoteles** más **baratos** en el destino que elijas, situados en un mapa y con filtros para poder acotar tu ...

[Hoteles de playa](#) - [Hoteles en España](#) - [Hoteles en Madrid](#) - [Hoteles en Europa](#)

[www.atrapalo.com/hoteles/](http://www.atrapalo.com/hoteles/) - [En caché](#) - [Similares](#)

[HOTELES baratos en oferta, reservas en hoteles 902 303 555](#) 

Ofertas de **Hoteles**, reservas de **hotel** en todo el mundo, búsqueda de **hoteles**... Tenemos la mayor y más completa guía de **hoteles** en Internet con información ...

[destinia.com/hotels/es](http://destinia.com/hotels/es) - [En caché](#) - [Similares](#)

[ofertas hoteles baratos, fin de semana barato, fin de semana ...](#) 

Comparador de ofertas de **hoteles baratos** en 30 webs diferentes. **Hoteles baratos**, ofertas de hotels, hoteles última hora, hoteles en la playa.

[www.exprimehoteles.com/](http://www.exprimehoteles.com/) - [En caché](#) - [Similares](#)

[RESERVA HOTELES - Hoteles Baratos - Ofertas de Hoteles - Ultimo ...](#) 

Anuncios

[Hotel Barato Zaragoza](#) 

384 **hoteles** a precios increíbles

Ocasión: **Hotel 4\*** por sólo 23€.

[www.muchoviaje.com/hoteles\\_Zaragoza](http://www.muchoviaje.com/hoteles_Zaragoza)

[Hotel 3 Estrellas por 39€](#) 

Desayuno, Parking y IVA. Inc. y por 9€ más media Pensión, en Zaragoza

[www.hoteleslaguila.com](http://www.hoteleslaguila.com)

[Hoteles: 50% de descuento](#) 

**Hoteles** urbanos al 50% dto.

Oferta exclusiva ¡Sólo esta semana!

[www.lastminute.com/Hoteles](http://www.lastminute.com/Hoteles)

[Vacaciones en Asturias](#) 

Precios imbatibles, reserva ahora.

Habitación doble desde 40 €

[www.hoteleslosacebos.com](http://www.hoteleslosacebos.com)

[Hoteles Baratos](#) 

¿Buscas el **hotel** con Spa perfecto?

Encuéntralo con 70% Dto. ahora.

[www.letsbonus.com/Spa](http://www.letsbonus.com/Spa)

[Hotel Barato](#) 

Reserva Online con Hasta un 40% de Descuento. Confirmación Inmediata!

[www.atrapalo.com/Hoteles](http://www.atrapalo.com/Hoteles)

[Hoteles en Zaragoza, 17€](#) 

# Google Adwords

- El anunciante decide en todo momento cual será su inversión en Google Adwords
- Accederemos a este servicio a través de la URL <http://adwords.google.es>

# Otras herramientas

- Crea un blog asociado a tu página web, de modo que los potenciales clientes dejen sus aportaciones a tus artículos.
- Como experto en tu negocio, es interesante que actualices tu blog con artículos novedosos, dará al cliente sensación de seriedad y de cercanía con el empresario.
- Puedes utilizar herramientas como blogger o wordpress para crear de forma sencilla y rápida un blog

# Youtube

- Puede ser de mucha utilidad para promocionar tu negocio como para enriquecer los contenidos de tu web.
- Puedes crear tu propio canal de videos en Youtube para poder promocionar tu negocio mediante tus propios videos
- [http://www.youtube.com/watch?v=u\\_mD4QQnLMM](http://www.youtube.com/watch?v=u_mD4QQnLMM)
- En este enlace podrás ver un video sobre como crear tu propio canal de videos

# Utiliza las redes sociales

- Facebook: crea un perfil de tu empresa en facebook utilizando la opción página de fans.
- Tuenti, twitter
- Linked in: red de empresarios

## 1. TU EMPRESA EN INTERNET

En la red podrás encontrar gran cantidad de sitios que te permiten crear tu página web profesional de forma sencilla y “gratuita” veamos algunos ejemplos

### PLAN DE EMPRESAS EN RED

<http://www.planempresasenred.es/> es un programa del ministerio de industria, turismo y comercio. Permite crear una página web de forma sencilla y gratuita. Proporciona alojamiento, servicio de correo electrónico y asistencia técnica



### CONECTA TU NEGOCIO

<http://www.conectatunegocio.es/>, es un programa similar al anterior a iniciativa de diversas empresas y organismos (Google, Strato, Plan Avanza). Permite crear tu página web de forma gratuita y dominio, al menos el primer año. Dispone de servicio de correo electrónico, asistencia técnica,...

## Tu empresa en Internet



### PAGINA WEB GRATIS

<http://Paginawebgratis.es>

Mediante un sencillo asistente se puede crear tu página web de forma gratuita y proporciona alojamiento en internet, tiene el inconveniente de que el dominio es de la forma **mipagina.es.tl** y además añade **publicidad a tu página**.



## ACTIVEWEB

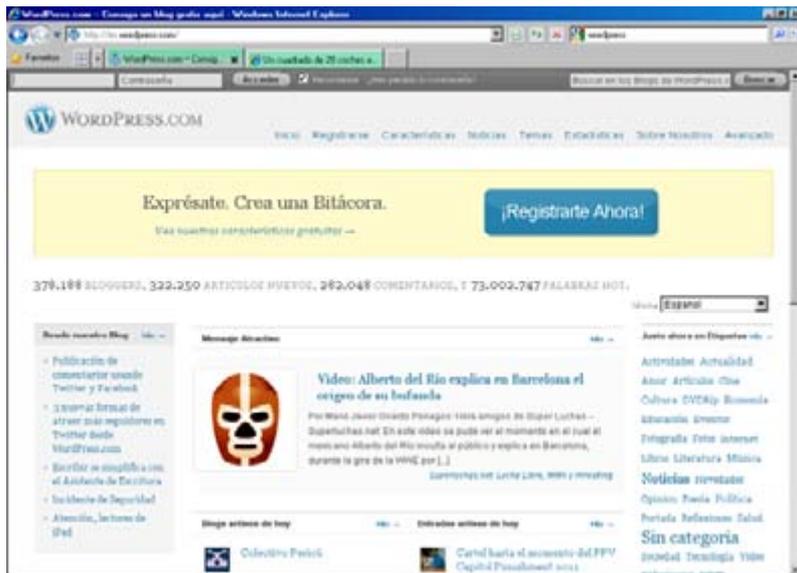
Sitio similar al anterior, permite publicar páginas profesionales con gran sencillez, tiene el inconveniente de que añade publicidad y el dominio es .tl

## 2. BLOG ASOCIADO A LA PÁGINA WEB

Es una práctica recomendable tanto de cara a la mejora del posicionamiento en Internet como de cara a la imagen de seriedad de tu empresa, asociar un blog a tu página. En este blog es conveniente publicar artículos de forma regular de forma que los potenciales clientes puedan comprobar tu grado de conocimiento sobre el negocio y fomentar así su participación a través de comentarios.

En la red hay multitud de sitios que permiten crear tu blog mediante sencillos asistentes, quizás los más relevantes son:

## WORDPRESS



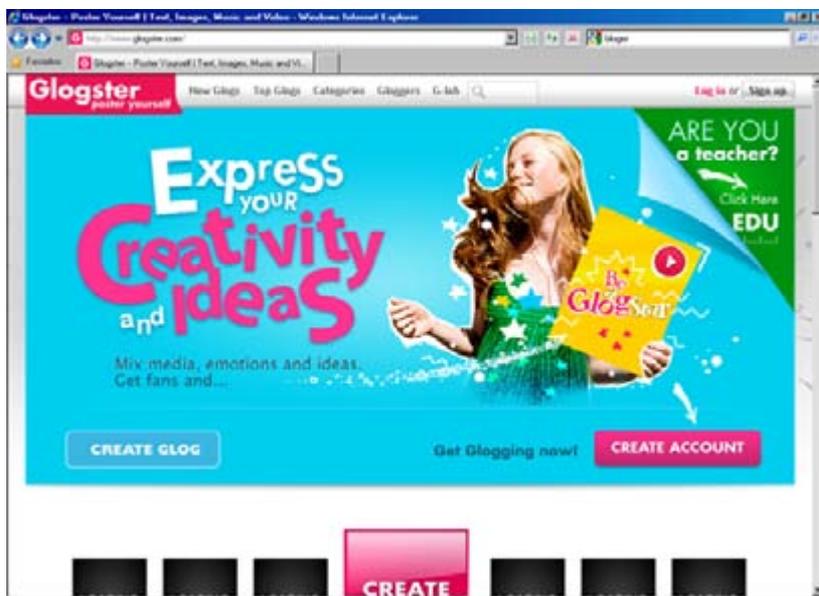
## BLOGGER



### 3. CREACIÓN DE POSTERS Y FOLLETOS PUBLICITARIOS CON GLOGSTER

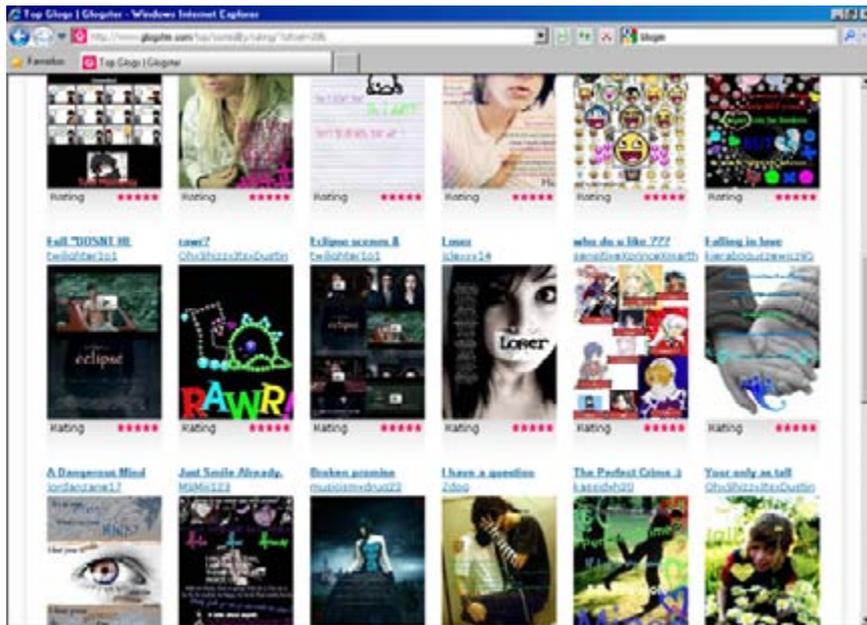
En Internet podrás encontrar sitios como Glogster que permiten crear mediante sencillos asistentes folletos publicitarios a la vez que proporcionan alojamiento gratuito para éstos.

<http://www.glogster.com/>



Algunos ejemplos de folletos

## Tu empresa en Internet



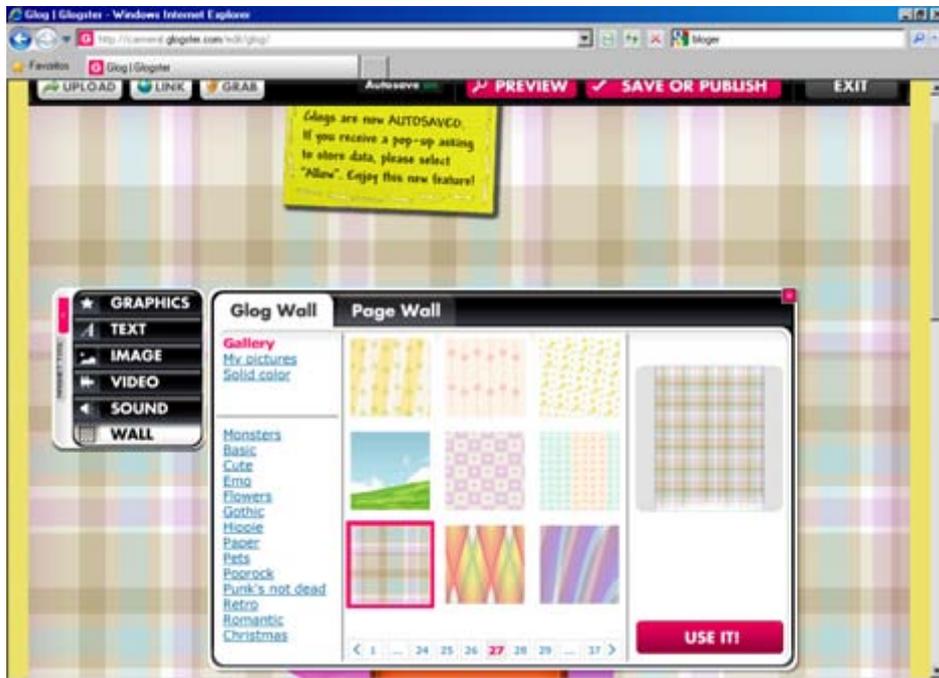
Para utilizar GLOGSTER, primero debes registrarte

A screenshot of the Glogster registration page. The page is titled 'Register | Glogster - Windows Internet Explorer'. The main heading is 'Glogster poster yourself'. There are two main sections: 'Register' and 'Already registered?'.  
**Register section:**  
- Nickname: carmenjt  
- Password: [masked]  
- Confirm password: [masked]  
- E-mail: carmenjt@gmail.com  
-  Remember me on this computer.  
- First name: carmen  
- Last name: [masked]  
- Birthday: January 1, 1907  
- Gender:  Female  Male  
- Country: Spain  
- Type the code shown: [image of a CAPTCHA code '40EYFE']  
-  I agree to the [Terms of Use](#)  
**Already registered? section:**  
- Nickname: [input field]  
- Password: [input field]  
-  Remember me on this computer.  
- **LOG IN** button  
- [Forgot your password?](#)  
**What is Glogster? section:**  
- Mix graphics, photos, videos, music and text into slick Glogs. Glog yourself every day!  
- Amaze your friends - send others links to your Glogs.  
- Pimp your profile! - share your creations on Myspace, Facebook, Hi5, Friendster, Bebo or wherever you want...  
- Find new friends by their style  
- Have fun browsing Glogs, comment on other people's Glogs and get inspiration

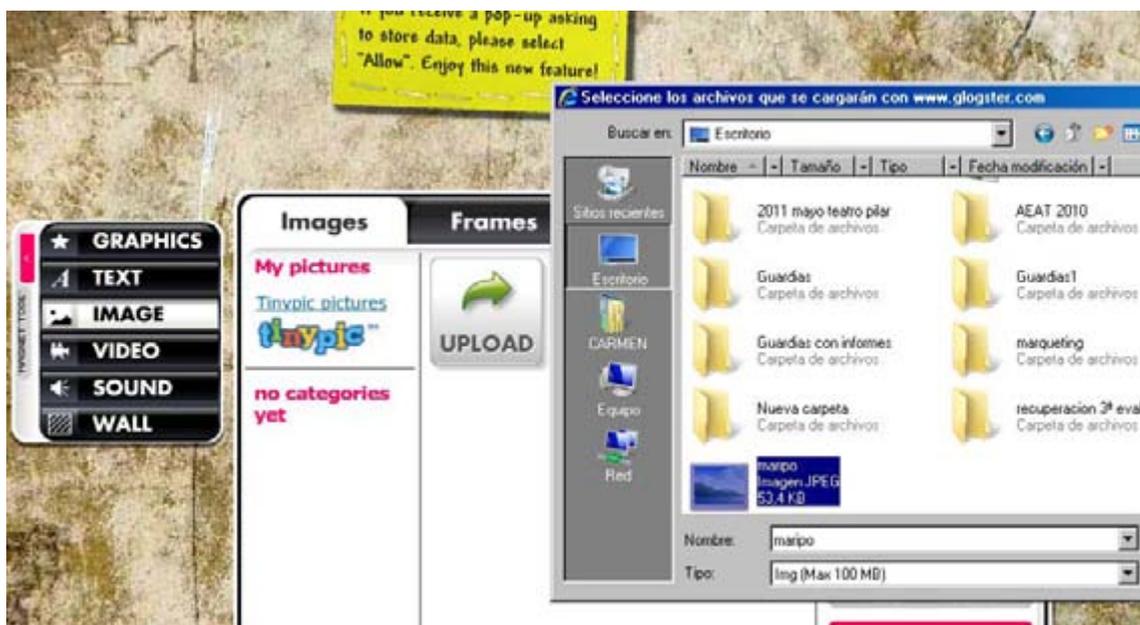
Una vez registrado, para crear tu poster o folleto, pulsa en **Mydashboard**. Aparecerá esta página con un menú como el de la izquierda.

## Tu empresa en Internet

Pulsa en **Wall** para seleccionar el fondo del poster y escoge el que más te guste, una vez seleccionado, pulsa en **USE IT!** . Del mismo modo, selecciona **Graphics** para insertar gráficos predefinidos, **Text** para insertar texto....

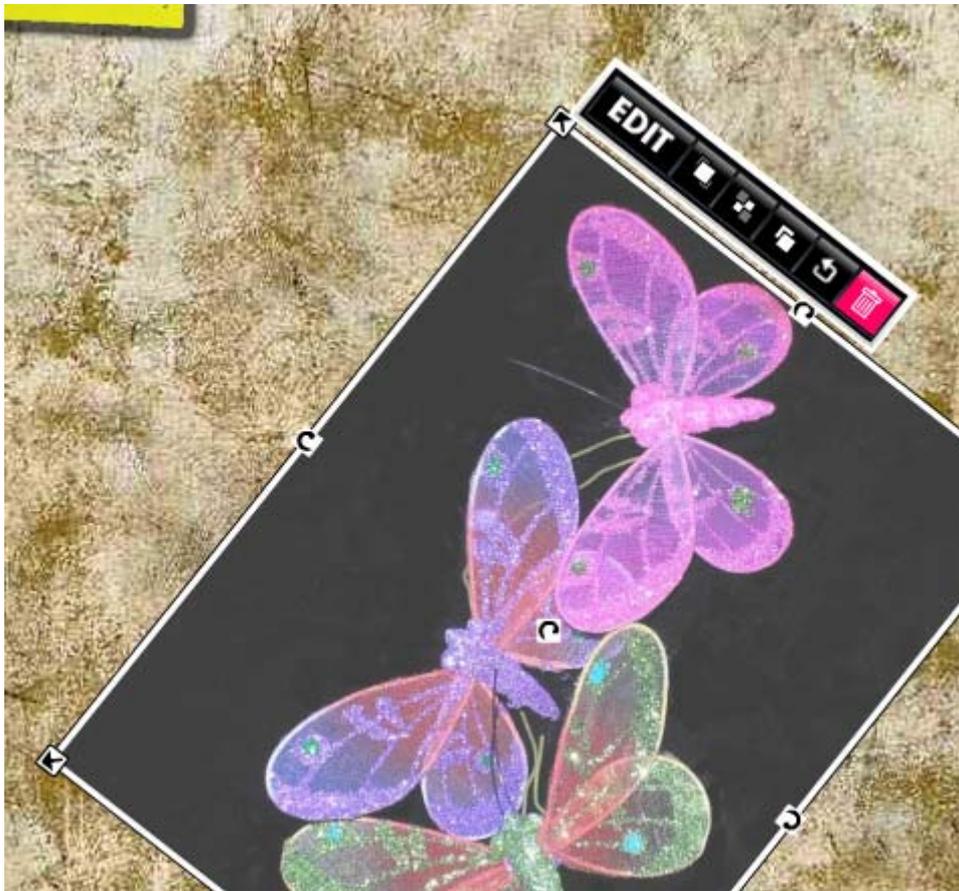


Para insertar un video, imagen o sonido, pulsa en el correspondiente menú, por ejemplo **IMAGE** y pulsa **UPLOAD** y selecciona la imagen que desees



## Tu empresa en Internet

Una vez insertada la imagen puedes cambiar su tamaño, rotarla, ... para ello utiliza la barra de herramientas que aparece al lado de la imagen.



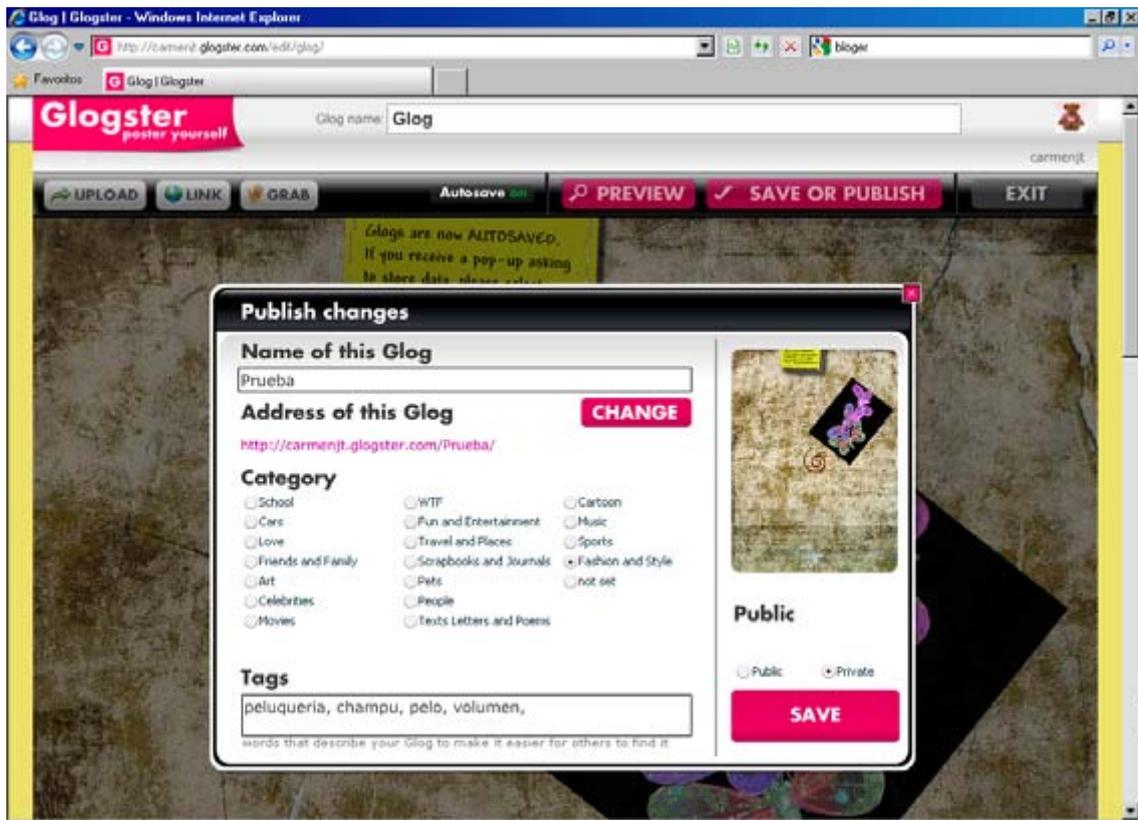
Una vez hayas terminado de editar tu poster, pulsa el botón **SAVE OR PUBLISH**



Aparecerá la siguiente ventana , pon un nombre a tu glog, este nombre se utilizará en la dirección web de tu glog . Escoge una categoría y si deseas que sea publico o privado. Finalmente escribe palabras que ayuden a encontrarlo mas fácilmente, por ejemplo si

## Tu empresa en Internet

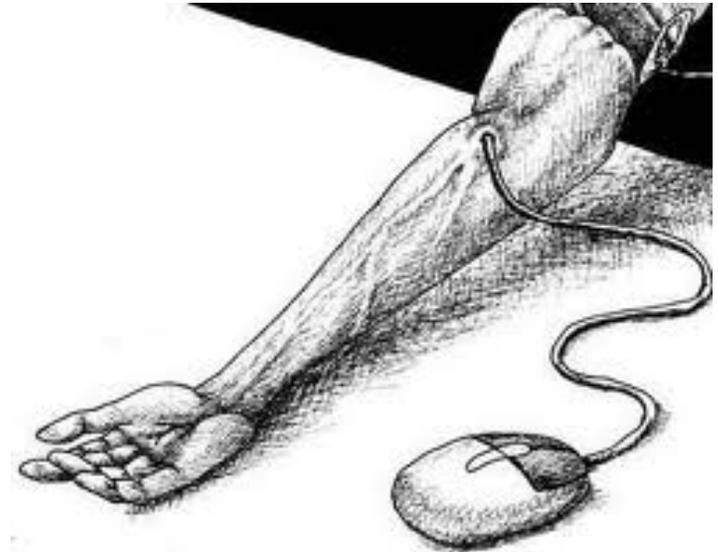
estas promocinando un producto de peluquería, puedes escribir, peluquería, champú, pelo, volumen,...



---

# Internet en la sociedad y en las empresas

---



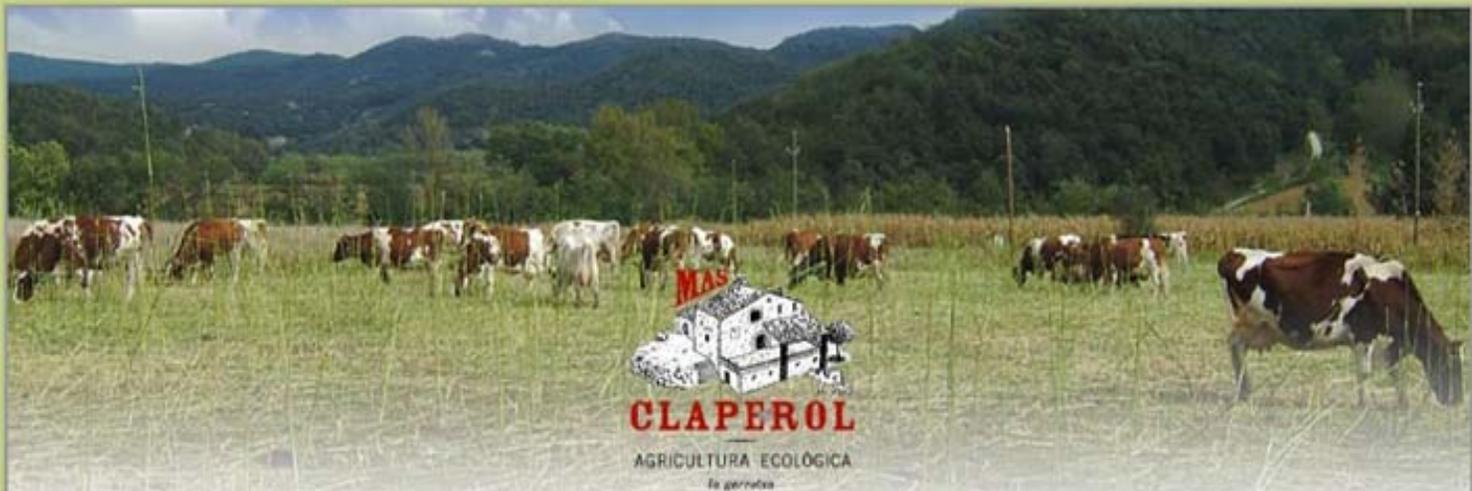
## - BERE CASILLAS -

The image shows a screenshot of a YouTube channel page for 'Bere Casillas Elegancia2.0'. The channel name and a 'Suscribirse' (Subscribe) button are visible at the top. The main video player shows a man in a white shirt and blue tie. Below the video player are controls for play, volume, and progress (0:26 / 2:19). The video resolution is set to 360p. Below the video player are options for 'Información', 'Favoritos', 'Compartir', 'Listas de reproducción', and 'Marcar'. To the right of the video player is a sidebar with 'Videos subidos (24)' and 'Favoritos (17)'. The sidebar lists several videos, including 'Preparando El Video Con Los Estilos Mas', 'Hugo Medio Windsor Perfecto o Maso', 'Bere Casillas Visitando Al Cantante Jose "El', 'Chuncho's - English made shoes', 'HUGO DE CORMENA WINDSOR BLUCHEATE', and 'Ficod El: Sembrando Herramientas, productores'. At the bottom of the page, there is a 'BereCasillas' channel name and 'Actividad reciente'.

[www.youtube.com/berecasillas](http://www.youtube.com/berecasillas)



## - MASCLAPEROL.... ¿APADRINAS UNA VACA? –



*La agricultura ecológica respeta el Medio Ambiente, conserva la fertilidad del suelo y no utiliza abonos ni pesticidas químicos.*

*Nuestras vacas son sanas porque se alimentan en nuestros prados y son tratadas con medicamentos naturales (homeopatía).*

*Comiendo nuestros productos aumenta tu salud, porque se elaboran sólo con la leche de nuestras vacas, sin añadir leche en polvo, ni colorantes ni aromas.*

CATALÀ

ENTRAR

[www.masclaperol.com](http://www.masclaperol.com)

**...internet ha cambiado nuestra rutina diaria...**

Acceso vía PC y móvil a internet

TabletPC o portátiles  
en vez con libros

Fotos y vídeos  
en el móvil

E-mail Vs. cartas



Enciclopedias  
Vs. Wiki

mapas de viaje Vs.  
Rutas en internet

Reservamos las  
vacaciones por internet

Agenda de trabajo online

## ...y la forma de trabajar en las empresas...



# Globalización

Atención al  
cliente

**Visibilidad**

Posicionamiento

**Branding**

Contenidos

Otros aspectos

**Tecnología**

*...la globalización favorece el comercio electrónico...*

*El volumen de negocio generado por el B2C en 2009 = **7.760 millones de euros***

*Perfil de los compradores **entre 25 y 49 años, con estudios universitarios, nivel socioeconómico alto y trabajadores en activo***

*El 90,4% de los compradores hizo la compra desde el hogar. **El sector turístico y las actividades de ocio** siguen concentrando la gran mayoría de las compras on-line.*



*...la globalización favorece el comercio electrónico...*

**Comercio electrónico** es cualquier forma de transacción de productos y/o servicios a través de Internet....

**...La Tienda Online** es la traslación de la operativa comercial de una empresa desde el entorno de trabajo habitual al entorno de internet...



*¿por qué la gente compra en tu tienda online?*

*¿qué ventaja ofreces?*

*¿precio, variedad, especialización o comodidad?*

*¿por el **valor añadido**?*

*...la globalización favorece el comercio electrónico...*

El **valor añadido** implica poder ofrecer al cliente aquello que está buscando antes de que lo pida.... Implica conocer al usuario, el entorno, el mercado y la las capacidades de la propia empresa.

La **experiencia de cliente** persigue crear un recuerdo positivo en el cliente.



*...estar en internet significa ser visible para los usuarios...*

...dada la gran competencia que existe a día de hoy, ya no es suficiente con tener una página web perfectamente hecha. **Hay que ser visible en internet y destacarse de los competidores...**

...el **posicionamiento web** (SEO o SEM) permite ser visible y accesible para dos agentes básicos en internet: Google y los usuarios...

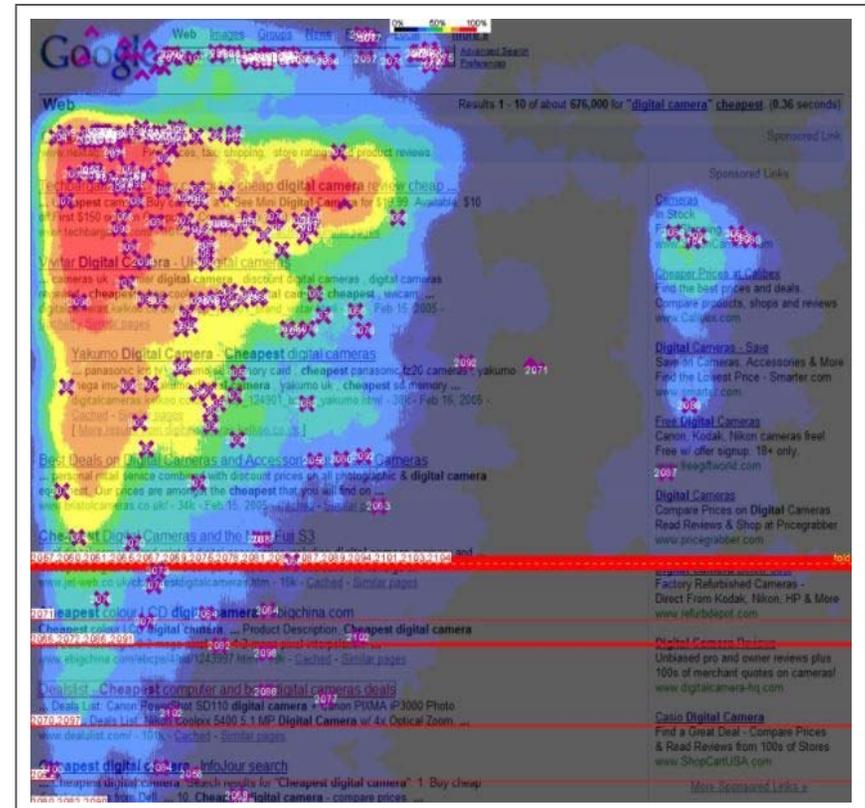
El 69% de los anunciantes on-line consideran el **posicionamiento en buscadores** como la táctica de marketing más efectiva.



*...estar en internet significa ser visible para los usuarios...*

El **posicionamiento web (SEO y SEM)** es un conjunto de procesos, métodos, estrategias o tácticas dirigidas a lograr que los buscadores nos muestren en las primeras posiciones cuando un usuario haga una búsqueda sobre nuestra empresa / marca / producto / servicio....

## HAY QUE SER EL PRIMERO



*...estar en internet significa ser visible para los usuarios...*

### ¿Cómo optimizar el posicionamiento en la empresa?

- Investigación constante de **palabras clave**
- La selección adecuada de **directorios de enlaces**
- La modificación y optimización en la **estructura** de la página web
- La actualización periódica de los contenidos: **¿Blog?**

Hay que establecer **objetivos medibles y cuantificables...** y después...

**Analizar – perfeccionar – reiniciar**



*...estar en internet significa ser visible para los usuarios...*

## Técnicas para mejorar el posicionamiento web

Se deberá incidir en los aspectos internos de la página web:

- título de la página
- etiquetas Alt
- Metatags (description, keywords)
- optimización del texto con palabras clave
- inclusión de palabras clave en texto
- alta en directorios

**Elementos que pueden empeorar el posicionamiento**

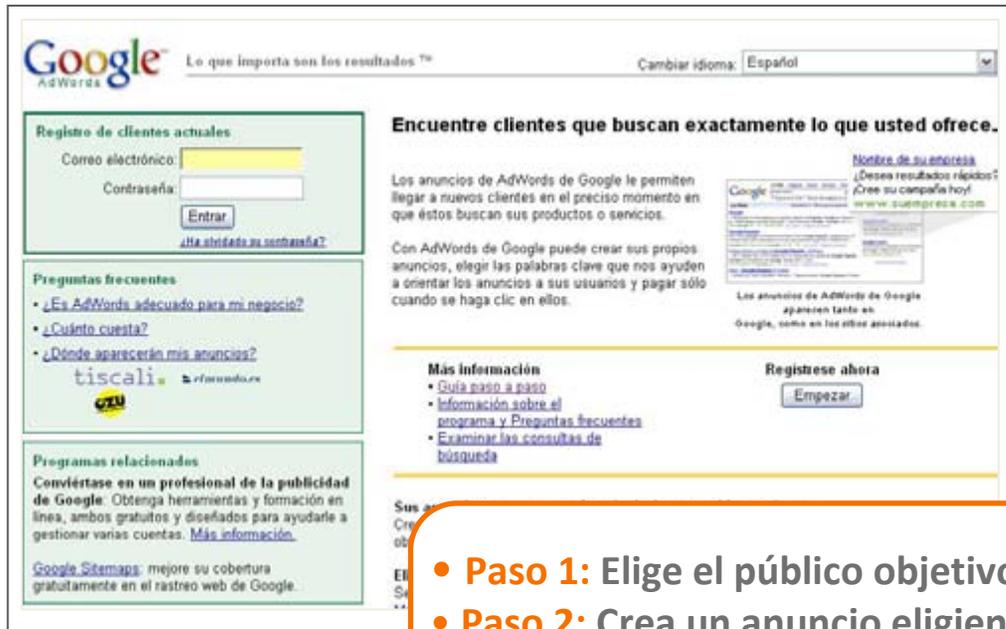
- Frames
- FLASH

**Medir, medir, medir..... y actuar**



...estar en internet significa ser visible para los usuarios...

## Adwords; campañas de pago por clic



Google AdWords. Lo que importa son los resultados™. Cambiar idioma: Español

Encuentre clientes que buscan exactamente lo que usted ofrece.

Los anuncios de AdWords de Google le permiten llegar a nuevos clientes en el preciso momento en que éstos buscan sus productos o servicios.

Con AdWords de Google puede crear sus propios anuncios, elegir las palabras clave que nos ayuden a orientar los anuncios a sus usuarios y pagar sólo cuando se haga clic en ellos.

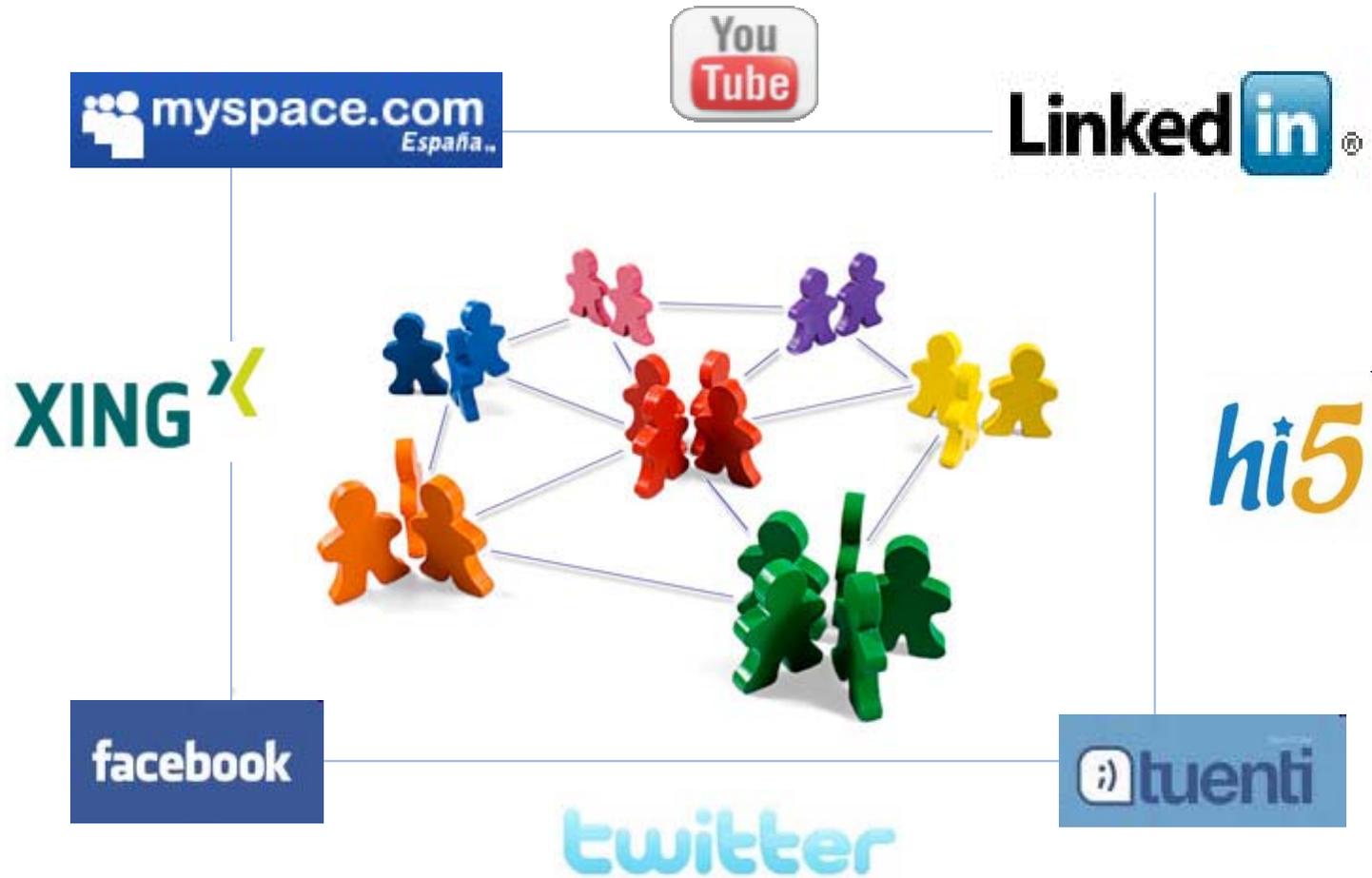
Regístrese ahora

Empezar

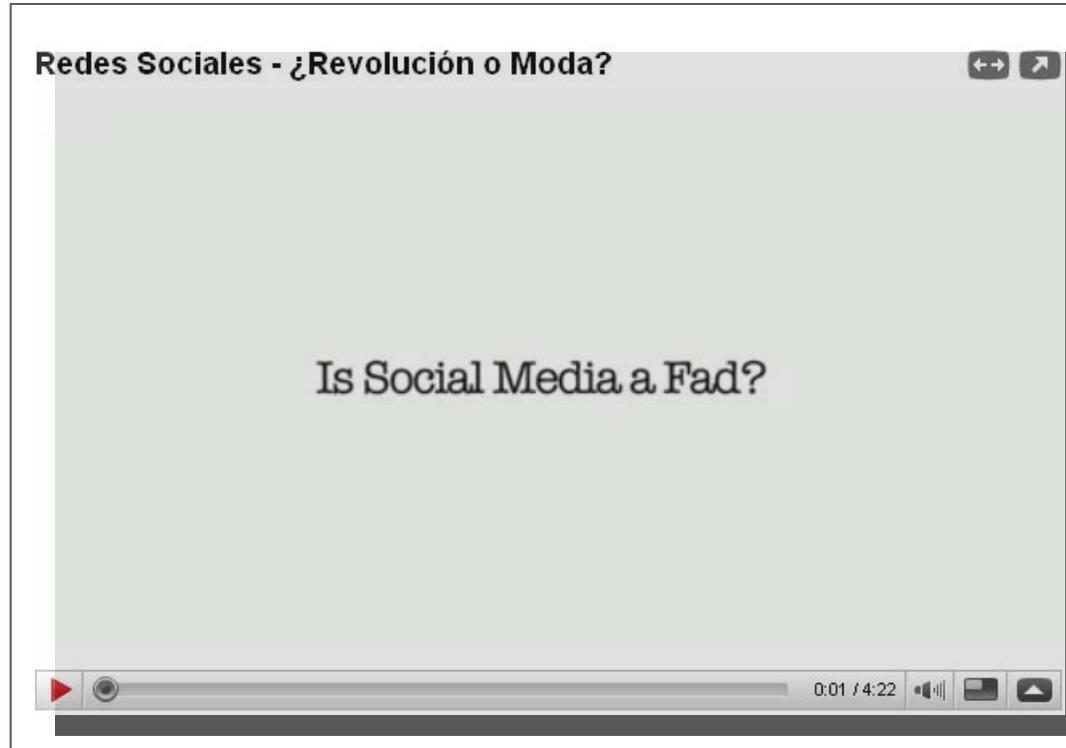
Gestión organizativa: CRM   
¿Quiere ver la ficha de su cliente antes de contestar a una llamada?  
[www.geinfor.com](http://www.geinfor.com)

- Paso 1: Elige el público objetivo
- Paso 2: Crea un anuncio eligiendo palabras clave adecuadas
- Paso 3: Define el coste diario de la campaña
- Paso 4: Revisa, analiza y modifica continuamente

*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*



*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*



***Escuchar primero, vender después***

*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*

La redes sociales son un instrumento

de los **usuarios.....**

de las **empresas.....**

de las **naciones.....**

- El 80% de los usuarios utiliza alguna red social
- El 60% de ellos, las utiliza a diario
- El 52% de ellos sigue con asiduidad a alguna marca

- Las empresas están en las redes sociales porque ahí están los usuarios
- Quieren conocer a sus clientes para vender también a los potenciales
- Interactúan con los usuarios, convocan eventos...

- “Las protestas en Egipto multiplican los usuarios de Facebook en el país”
- “Mubarak corta internet en todo Egipto”

*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*

## ¿Por qué las empresas deben trabajar en las redes sociales?

- Las usuarios ya están segmentados... ¿Conoces a tu público objetivo?...
- Ayuda a mejorar el **posicionamiento**
- Genera **Imagen de marca y reputación online**
- Usuarios proactivos y **prescriptores** de marca
- Los números no mienten: **Facebook** 600 millones, **LinkedIn** 70 millones, **Twitter** 140 millones...
- Redes sociales **horizontales y verticales**



*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*

**...escucha...**

**...participa...**

**...comparte...**

**...responde...**

**...mide...**

**...y perfecciona...**



*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*

**Facebook** tiene más de **600 millones de usuarios**; uno cada siete habitantes del planeta utilizan la red social...

...equivale al **tercer país del Mundo en términos demográficos**, por detrás de China e India...

**Cada sesenta segundos** en Facebook:

- los usuarios envían 230.000 mensajes,
- actualizan 95.000 veces su estatus,
- escriben 80.000 mensajes en sus muros,
- etiquetan 65.000 fotos,
- comparten 50.000 links,
- y hacen clic en el botón de "Me gusta" medio millón de veces

**facebook**

**su popularidad  
está basada  
en la  
recomendación**

Las **marcas** con mayor cantidad de fans en Facebook son

- Coca-Cola (21,6 millones),
- Starbucks (19 millones),
- Oreo (16,2 millones),
- Disney (15,6 millones) y
- Red Bull (14,7 millones).

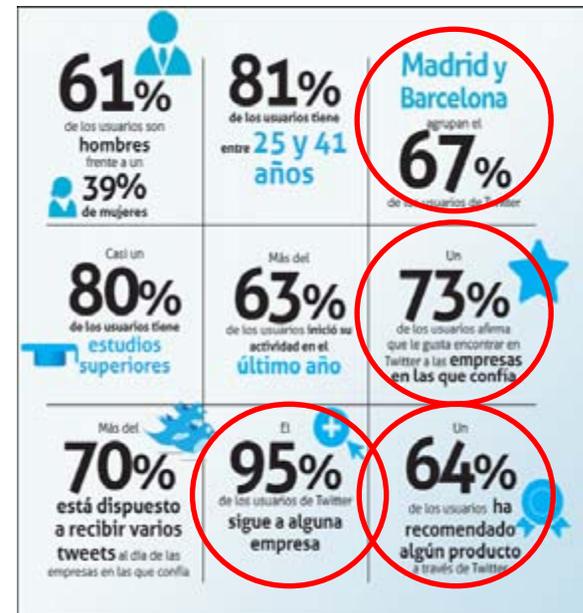
... las redes sociales permiten generar imagen de marca...

**Twitter** es un servicio gratuito de **microblogging** que hace las veces de red social y que permite a sus usuarios enviar micro-entradas basadas en texto, denominadas "tweets", de una longitud máxima de 140 caracteres en referencia a **¿Qué estas haciendo?**

## Twitter en cifras



## Twitter en España



*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*

Más de **100 millones de usuarios** distribuidos en 50 países

Casi la mitad de los usuarios de esta red social está en **EEUU**, seguido de **India, Reino Unido y Brasil**.

Los sectores más representados son:

- Tecnología (17%)
- Finanzas (14%)
- Fabricación (10%),

El uso más cotidiano que se le da son:

- ventas(12%)
- educación (10%)
- administración (10%)

The LinkedIn logo, consisting of the word "LinkedIn" in a bold, sans-serif font, with the "in" part enclosed in a blue square with rounded corners. A registered trademark symbol (®) is located to the right of the logo.

**Red social profesional de contactos cualificados -Networking-**

El 68% de los usuarios tiene más de 35 años

El 74% de los usuarios tiene una licenciatura, y el 26% una diplomatura

*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*



Youtube se sitúa como el **segundo buscador** más utilizado por los usuarios en el mundo. Aloja más de 100 millones de videos.

Es la segunda página más visitada del mundo

La mayor parte del contenido está generado por los propios usuarios

- 2.000 millones de videos visionados al día.
- 35 horas de vídeo se suben cada minuto a la plataforma.
- YouTube está presente en 32 países y en 43 idiomas.
- Escanea 100 años de vídeo cada día para reconocer vídeos con copyright
- 100 millones de búsquedas se realizan en YouTube cada día.
- Los usuarios pasan 15 minutos al día viendo vídeos.
- 4 millones de personas suelen compartir vídeos de YouTube regularmente en redes sociales.
- Cada vez que se twittea un vídeo de YouTube, produce 6 visitas a YouTube.com

*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*

## **Marketing Viral**

Por defecto, se entiende por marketing viral a toda estrategia consistente en la difusión de campañas basadas en vídeos e imágenes en redes sociales.

### **Ventajas que puede ofrecer el marketing viral:**

- Atraerá tráfico cualificado a la web de la empresa
- Consigue presencia en los buscadores.
- Permite construir reputación y autoridad online.
- Fomenta el diálogo con los clientes, contactos , seguidores...
- Ofrece la posibilidad de crear una comunidad de visitantes regulares y prescriptores de la marca, ya que difunden por propia voluntad lo que se ofrece.

*... las redes sociales permiten generar imagen de marca...*



**Ijam.** Más de 142.000 visitas en Youtube, más las que consiguieron en su web. Consiguieron una gran imagen de marca con una inversión mínima.

<http://www.youtube.com/watch?v=bf2ZU33Re0I>

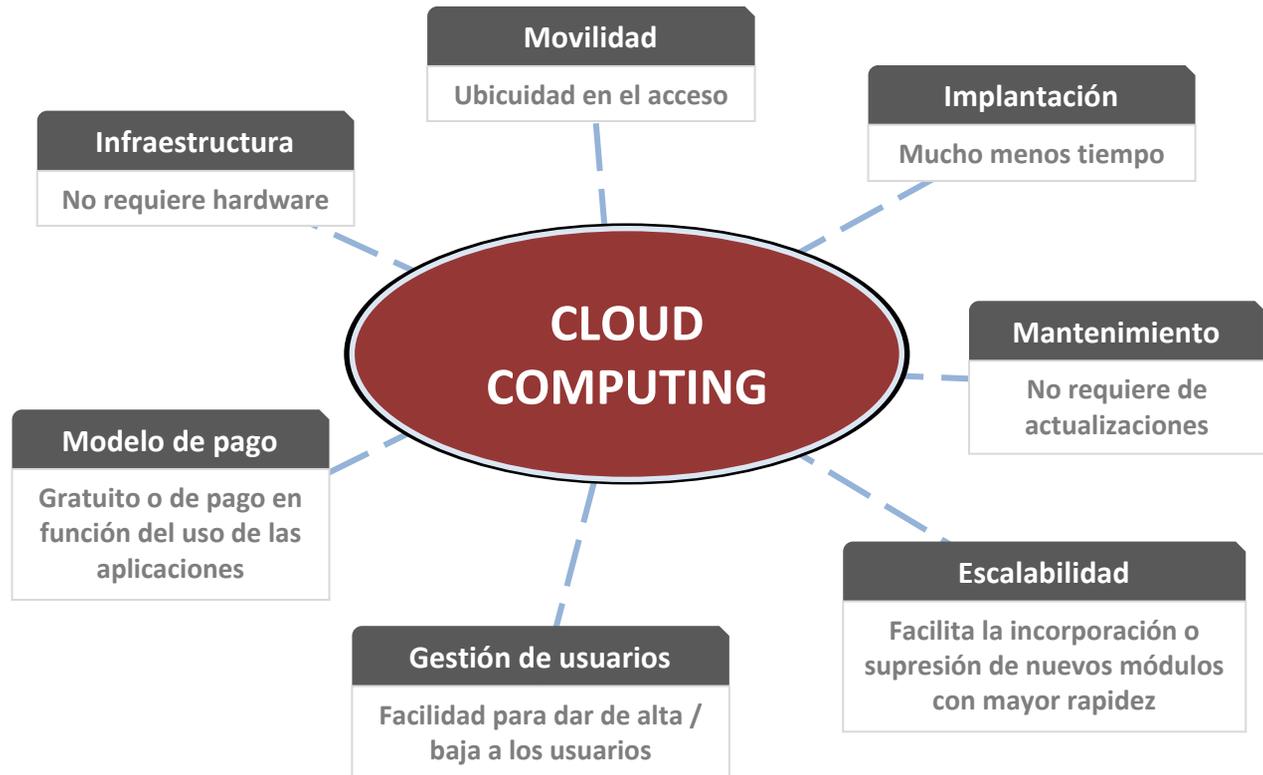
**Blendteck.** Por un coste de 50€, la empresa demostró la potencia de las cuchillas de sus batidoras. En tres días habían llegado a los 5 millones de visitas en internet, mientras que los beneficios en ventas superaron el 20%.



[http://www.youtube.com/watch?v=NT\\_dvRUzoXQ](http://www.youtube.com/watch?v=NT_dvRUzoXQ)

*...la tecnología juega un papel vital para las empresas...*

El **Cloud Computing** es una tecnología que ofrece servicios a través de la plataforma de internet. Los usuarios de este servicio tienen acceso de forma gratuita o de pago dependiendo del servicio que se necesite usar



*...la tecnología juega un papel vital para las empresas...*

**Google Maps**                      **Google Docs**                      **Dropbox**

**Foursquare**



**Zoho**

**Logmein**

**Highrise**

**Pixlr**

**Woorank**

**Local Business Center**

*...la tecnología juega un papel vital para las empresas...*

Los **códigos BIDI** o **QR Codes** son una evolución de los tradicionales códigos de barras, que permiten almacenar más información, son más versátiles y permiten llegar a un público más amplio de manera gratuita.

Son la mejor manera de **llegar al cliente final**, a través de un móvil y permitiendo múltiples utilidades

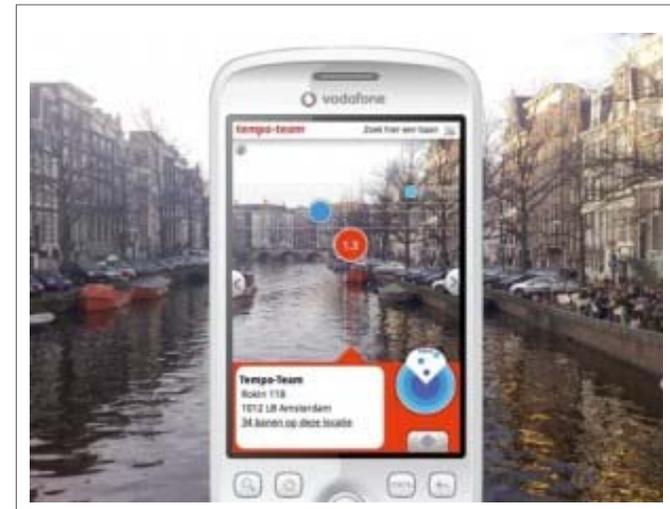


*...la tecnología juega un papel vital para las empresas...*

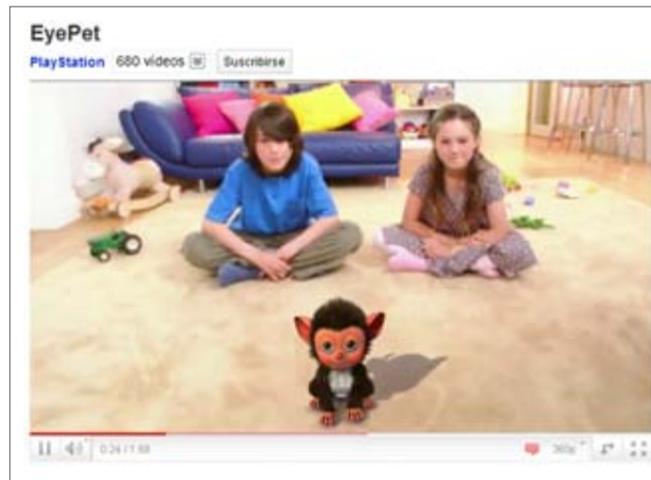
La **geolocalización** se basa en el sistema de información geográfica GIS para la gestión, análisis y visualización de conocimiento geográfico. Puede ser de dos tipos:

- **directa**, es decir, que se pone en marcha a través de coordenadas
- **referencial**, que se efectúa mediante un punto de interés determinado

Así, tecnologías como la **Realidad Aumentada** permiten gracias a la geolocalización, superponer una capa de realidad virtual sobre la propia realidad física



*...la tecnología juega un papel vital para las empresas...*



## GRACIAS POR SU ATENCIÓN

