

DIRECTORIO VITUAL SOACHA

**CESAR DAVID SUESCA PINTO
LEONARDO HERNÁNDEZ CASTILLO
YENNY ANDREA FONSECA GONZÁLEZ**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

2014

DIRECTORIO VITUAL SOACHA

**CESAR DAVID SUESCA PINTO
LEONARDO HERNÁNDEZ CASTILLO
YENNY ANDREA FONSECA GONZÁLEZ**

Monografía

**ASESOR
IVAN GARCIA**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
REDES Y SEGURIDAD INFORMATICA
SOACHA
2014**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos al ingeniero Ivan Garcia por el acompañamiento que ha llevado con nosotros para poder implementar este proyecto.

Atentamente

Cesar Suesca

Yenny Fonseca

Leonardo Hernandez

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
RESUMEN	8
1.FASE DE INICIO	9
1.1DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA	9
1.2 TEMA	9
1.3IMPLEMETACION DEHERRAMIENTA VIRTUAL SOACHA	9
1.4PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.4.1FORMULACIONDELPROBLEMA	10
1.5ALCANCES Y DELIMITACIONES	11
1.5.1 ALCANCES	11
1.5.2 DELIMITACIONES	11
1.6OBJETIVOS	11
1.6.1GENERAL	11
1.6.2ESPECIFICOS	11
1.7JUSTIFICACION	12
2 MARCO DE REFERENCIA	12
2.1ANTECEDENTES	12
3 METODOLOGIA	15
3.1 METODOLOGIA DESARROLLO DEL PROTECTO	15
3.2FASES DEL PROYECTO	16
3.3 FACTIBILIDAD ECONOMICA	17
3.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	17
4. CASOS DE USO	18
4.1DIAGRAMADECASOSDEUSO	21
4.2DIAGRAMA DE ARQUITECTURA	22
4.3DIAGRAMA DE ACTIVIDADES	23
4.4DIAGRAMA ENTIDAD RELACION	24

ANEXO A CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	25
ANEXO B ENCUESTA	26
ANEXO C TABLA DE COSTOS	30
5 CONCLUSIONES	31
6 INFOGRAFIA	32

DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA

Este documento contiene la implementación de una herramienta llamada (DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA). Teniendo en cuenta una serie de actividades que ayudaran a su posterior desarrollo y ejecución.

Por medio de este DIRECTORIO VIRTUAL se pretende mejorar el comercio de Soacha y tenerlo reunido, para que de una forma fácil sea localizado: un almacén o un servicio. Con esto también pretendemos que las personas puedan ubicar fácilmente lo que deseen comprar. Pero para lograr todo esto es necesario realizar una parte investigativa la cual ayudara al correcto enfoque o implementación del proyecto.

RESUMEN

Through this work is to verify the feasibility of implementing a virtual directory, where trade in Soacha meets, so that customers and / or users have at hand and precisely where they can buy or purchase a service in the municipality of Soacha referring without leaving your home with taking internet connection, query tool which in turn also helps to improve the local business of the municipality.

Por medio de este trabajo se pretende verificar la viabilidad para implementación de un directorio virtual, donde se reúna el comercio de Soacha, de tal modo que los clientes y/o usuarios tengan a la mano y de manera precisa donde pueden comprar o adquirir un servicio en el municipio de Soacha consultando sin salir de su casa, con tan solo teniendo conexión a internet, herramienta de consulta que a la vez por local también ayuda a mejorar el comercio del municipio.

1 FASE DE INICIO

El proyecto contiene unas actividades, las cuales son necesarias para poder realizar su implementación entre ellas encontramos; recolección de datos, realizar el documento donde se encuentre bien estipulado el proyecto. Después se realizara el desarrollo de la página web (DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA) y se empezara alimentar con los datos recolectados de los locales comerciales.

Además se programa unas actividades de marketing para impulsar el (DIRECTORIO VIRTUAL) ya que este depende de tres tipos de clientes: los dueños de locales comerciales, los prestadores de servicios y los clientes que consultan el DIRECTORIO VIRTUAL.

1.1 DIRECTORIO VITUAL SOACHA

1.2 Tema

1.3 Implementacion de Herramienta (DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA).

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector de Soacha el comercio ha tenido un crecimiento bastante notorio, pero que tanto conocemos de este, muchas veces toca desplazarse a Bogotá a conseguir cosas que se piensa no se consiguen en el municipio quizás por desconocimiento. Esta investigación quiere dar a conocer el comercio en el municipio de Soacha.

Esto serviría como herramienta a los habitantes del municipio y también a los comerciantes para que su negocio se dé a conocer y mejore sus ventas.

Con los resultados de la investigación se pretende crear una herramienta virtual llamada (DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA). En la cual se pretende registrar desde grandes industrias hasta locales pequeños de comercio pertenecientes al municipio de

Soacha. A esta herramienta virtual cualquier persona con acceso a internet puede visualizarla y buscar en ella lo que necesite comprar o el negocio que desee ubicar.

La idea de este proyecto surge como una respuesta a la necesidad de realizar un directorio virtual para el comercio de Soacha.

Encontramos que la población de Soacha no se encuentra bien posicionada en el internet en la parte de publicidad de los negocios y por ende no solo el sector comercial se ve afectado, el consumidor también, dado a que esta es una gran herramienta de comunicación y no se explora sus beneficios. Por consiguiente contando con los sitios de frecuencia para hacer compras, el consumidor encuentra pocas opciones y los comerciantes al no usar este tipo de estrategia publicitaria se ve vinculado a cerrarse en un círculo sin posibilidad para su crecimiento económico.

1.4.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Necesita el municipio un DIRECTORIO VIRTUAL?

El comercio del municipio ha crecido bastante, pero sabemos que tipo de comercio hay en él. Muchas veces tenemos que dirigirnos a la ciudad de Bogotá a realizar la compra de un producto o solicitar un servicio. Tan solo porque no sabemos si en el municipio se encuentra este producto o servicio.

Con el directorio se pretende reunir todo el comercio, ayudados con una herramienta virtual en la cual este reunido todo el comercio y así realizar nuestras compras de una manera fácil y segura.

1.5 ALCANCES Y DELIMITACIONES

1.5.1 ALCANCES

EL DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA pretende abarcar el comercio de soacha en el cual se incluyan locales comerciales de todo tipo y servicios.

1.5.2 DELIMITACIONES

EL DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA solo abarca el municipio y será una herramienta para beneficio del comercio y de la población pero sin incurrir en medios ilegales los cuales puedan afectar el uso de esta herramienta.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 GENERAL

Ofrecer un servicio de publicidad a los comerciantes de Soacha mediante los servicios de internet a fin que el comercio tenga mayor visibilidad y de esta forma tanto comerciantes y usuarios sean beneficiarios. Para su implementación se hará uso de un servidor, el cual almacenara las páginas web adscritas o registradas por tanto será una base de datos de todo tipo de comercio en la zona.

1.6.2 ESPECÍFICOS

- Realizar una estadística de los locales comerciales en Soacha.
- Comunicar el proyecto que se pretende a los comerciantes y a la comunidad.
- Informar sus beneficios, para posteriormente obtener una base de datos consolidada.
- Montar el servidor web que alojara la base de datos.
- Crear la página en la web que mostrara el servicio y albergara toda la información de los productos y servicios que se encuentran en este municipio.

1.7 JUSTIFICACION

ESTE DIRECTORIO VIRTUAL puede convertirse en una herramienta de gran ayuda para los comerciantes y la población. Ahora se cuenta en la gran mayoría de casas con servicio de internet y servicios de internet público en las calles, por tal razón acceder a esta herramienta virtual sería sencillo, de esta forma mejorara nuestras compras y optimizara el tiempo. Además de los beneficios para los comerciantes que se pueden mejorar las ventas.

2 MARCO DE REFERENCIA

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 MARCO TEÓRICO

El directorio telefónico es el lugar destinado para hallar lo referente a información de contacto de personas, empresas. O en otras palabras una lista de inscritos de personas al servicio telefónico de una zona en específica, de modo similar conforme al concepto es el listado de usuarios pertenecientes a una organización que presta este servicio (Centrodeartigos.com © 2012-2014). Actualmente son publicados en forma física u online. Por tanto se manifiestan de distintas formas para lograr la comunicación o relación con alguna persona u obtener un bien o servicio.

Vista desde el área empresarial esta herramienta de consulta promueve información, bienes, servicios, anuncios, publicidad, de sus inscritos que ven ella una alternativa de oportunidad para hacer negocio, disponiendo su información al alcance de las personas que buscan satisfacer una necesidad de compra; así pues con su circulación, aceptación con ello se establece una relación comercial.

Por esta razón la idea de la implementación del directorio virtual Soacha, contando con la información registrada de las empresas en el sector, contribuye y da la

posibilidad a las empresas de participar en un mercado con más visibilidad por las características que ofrece internet logrando destacar su comercio.

Historia

La primera Guía Telefónica se publica en el 1878 en la Primera Feria Mundial en New Heaven, EEUU. Constaba de una lista de 50 teléfonos en una sola hoja de papel. La lista fue organizada en diferentes categorías para localizar un producto o un servicio como: Residencias, Mercado de Carnes, Establos. La lista era manejada por una operadora que recibía todas las llamadas del área. Dos años después, el número de clientes había crecido en tal forma que los comerciantes se vieron forzados a publicar directorios privados: organizado en orden alfabético y facilitando la localización de productos y servicios. (Caribe Servicios de Información Dominicana, S. A. Copyright 2013)

En cuanto al uso del medio virtual:

“En 1981, Francia es el primer país en tener un directorio electrónico en un sistema de Internet llamado Minitel. El directorio se llama "11" después de su número de acceso telefónico.” (Centrodeartigos.com © 2012-2014).

Esta guía de consulta se ha conservado a través del tiempo, por el mismo requerimiento del usuario de contar con información disponible que brinde solución sea personal o comercial, asimismo ha ampliado su cobertura en otras ‘vitriñas’ puesto que existen otros proveedores de directorios en Colombia como por ejemplo:

Directoriotelefonico.com.co

Directorios virtuales Publicar

Páginas Amarillas Publicar. (Llamar a Colombia.com. s.f.)

www.Las amarillas de danaranjo.con.co. (Danaranjo S.A. s.f.).

En contraste se encuentran también los siguientes directorios con información en otros temas:

Directorio turístico

Páginas Amarillas Telmex

Directorio de universidades colombianas. (Llamar a Colombia.com. s.f.).

Por lo anterior por eso se hace mención de un directorio de Soacha que abarque en esta área en su totalidad; resalte su comercio, de prioridad de la publicidad a sus habitantes. Para ilustrar una vista del proyecto a continuación el bosquejo del directorio virtual, ya con algunos negocios funcionando en el siguiente link <http://www.soachavirtual.com/>.

Prestando atención en brindar mejores condiciones de vida a los habitantes del sector no ha sido la primera vez que se piense en dar promoción, importancia a la empresa, industria, actividades económicas, de la zona; considerando que Fundes (Fundación para el Desarrollo Social y Productivo de la Región) creo el proyecto: Directorio Empresarial e Institucional de Soacha y Sibaté. (Periodismo publico.com 2010). Compartiendo la idea de dar a conocer el comercio de estas dos sectores de Cundinamarca. No obstante su contenido dispuesto en forma física.

Sin duda esta estrategia de mercado para las empresas y el comercio de la zona integrada en un sitio dispuesto para su consulta online con sus propiedades y ventajas de la tecnología en la red da oportunidad de llegar a más clientes potenciales y en consecuencia apoya la economía del sector.

3 METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto se utilizara una metodología basada en RUP (Rational Unifed Process) la cual proporcionara un enfoque organizativo en la asignación de tareas y responsabilidades dentro del ámbito de desarrollo de la aplicación, asegurando así una herramienta virtual de alta calidad.

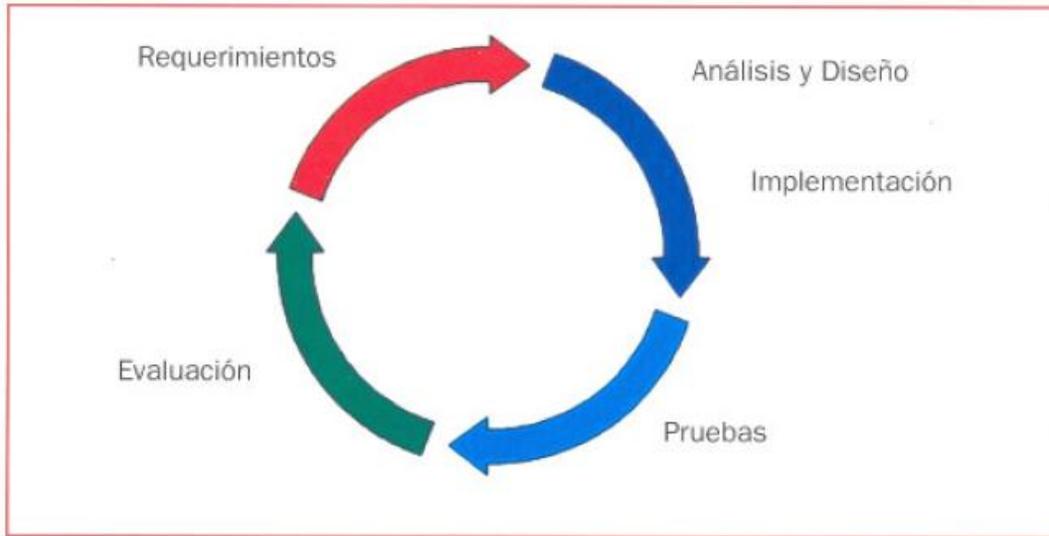
3.1 METODOLOGIA DESARROLLO DEL PROYECTO

Saber qué cantidad de comercio hay en el municipio de Soacha poder clasificarlo y centralizarlo en una herramienta virtual (DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA). En la cual los usuarios podrán verificar el servicio o el producto que necesiten y donde lo pueden conseguir.

Líneas de Investigación: Se establecieron las siguientes líneas:

- Innovaciones tecnológicas y cambio social
- Innovación educativa y transformación social Informática Educativa: Desarrollo de ambientes computarizados en el proceso enseñanza – aprendizaje para manejar herramientas virtuales.
- Bases de datos

3.2 FASES DEL PROYECTO



3.2.1.1 REQUERIMIENTOS

Para poder poner en marcha el proyecto es importante contar con las siguientes herramientas y capital económico descrito en el ANEXO C; debemos contar con un hosting y un dominio, en el cual ira alojado el directorio virtual.

Es necesario realizar una campaña de marketing para impulsar el directorio.

Es necesario realizar una prueba piloto para saber cómo mejorar el directorio virtual y saber si es o no una herramienta que ayudara el comercio y a la población.

Se debe contar con un porcentaje de negocios para poder alimentar el directorio virtual.

3.2.1.2 FASE DE IMPLEMENTACIÓN

Verificar cronograma de actividades ANEXO A

Verificar tabla de costos ANEXO C

Contando ya con los recursos necesario para la puesta en marcha del proyecto, se empezara por el la implementación del directorio virtual, luego de esto se empezaran a

realizar campañas de marketing para que la población conozca la herramienta y se familiarice con ella.

3.2.1.3 FASE DE PRUEBAS

Después de tener un porcentaje de clientes alojados en nuestro directorio virtual se realizara seguimiento a cada uno de ellos para verificar si el objetivo del directorio se está cumpliendo a cabalidad y saber el grado de satisfacción tanto de los negocios y de la población.

Se verificara si el directorio cumple con las herramientas necesarias o se ven necesario realizar modificaciones para darle mejor funcionalidad.

3.2.1.4 FASE DE EVALUACIÓN

Ya teniendo resultados de la fase de pruebas se realiza una evaluación de funcionalidad en la cual se observaran aspectos economicos, sociales para saber si verdaderamente se le da un uso adecuado al directorio o si por el contrario es necesario reevaluar la parte estructural como tal del directorio virtual.

En esta tendrá cabida la modificación de algunos ítems los cuales se pueden cambiar o se pueden mejorar

3.3 FACTIBILIDAD ECONÓMICA

En el ANEXO C. Se mencionan los recursos invertidos en base y uso para el proyecto.

3.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Las tareas emprendidas y los tiempos establecidos se pueden verificar en el ANEXO A.

4 CASOS DE USO:

DEFINICION DE CASOS DE USO PARA EL DIRECTORIO VIRTUAL DE SOACHA

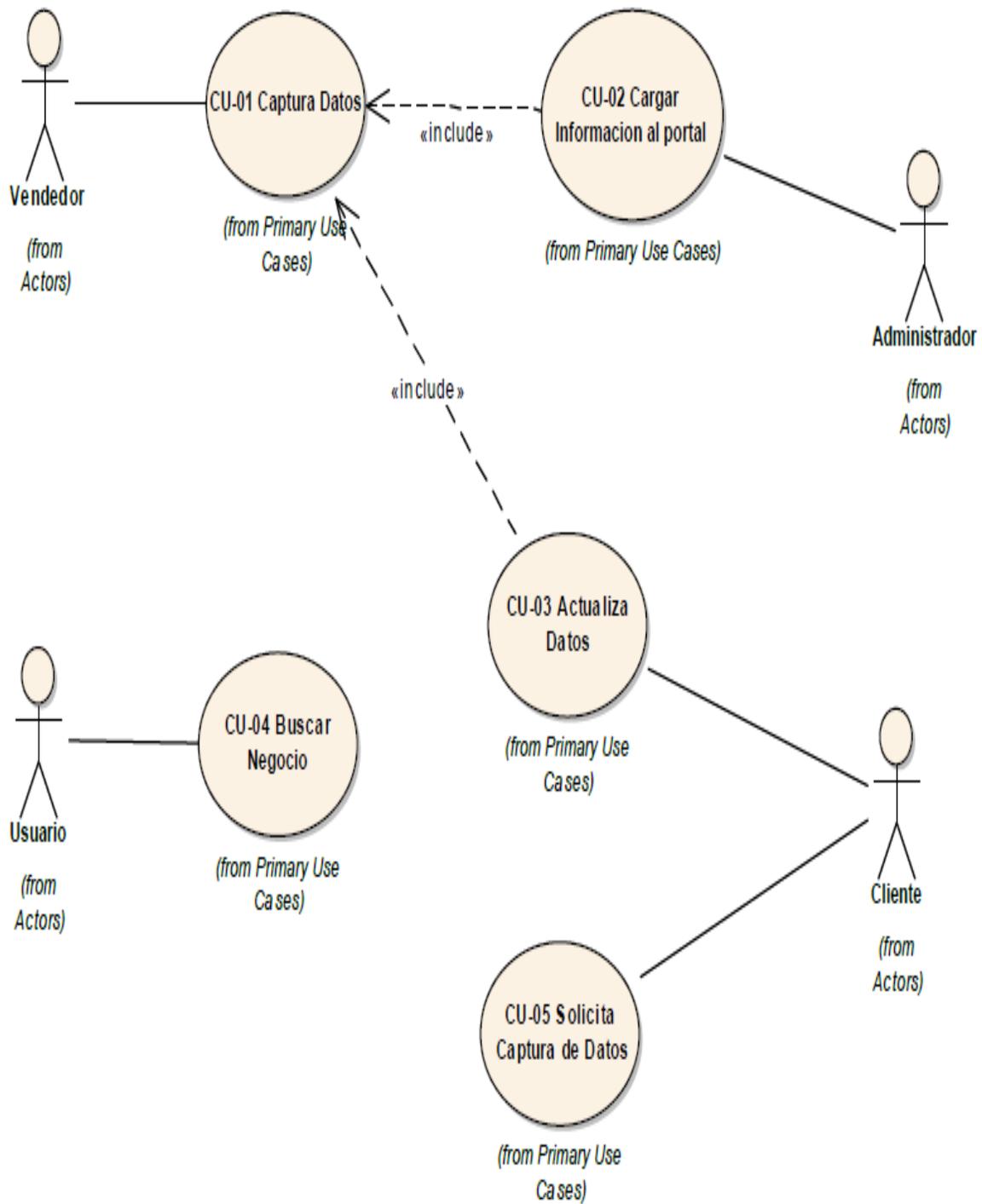
Identificador:	CU-01
Nombre de caso de uso:	Captura Datos
Actores:	Vendedor
Propósito:	Recolectar datos cliente
Entradas: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formulario con preguntas. ✓ Información del cliente. 	Salidas: Formulario diligenciado, para carga de datos.
Descripción:	El vendedor diligencia los datos del negocio del cliente, donde se describe los productos o servicios del cliente.
Pre-condiciones:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Interés del cliente para suministrar datos.
Escenario Principal de Éxito:	1. El vendedor diligencia en el formulario la información del cliente.
Escenario de Extensiones Alternativas:	Si no se cuenta con toda la información necesario para ingresar al portal no se puede concluir el registro
Post-condiciones:	Formulario diligenciado

Identificador:	CU-02
Nombre de caso de uso:	Cargar Información al portal
Actores:	Administrador
Propósito:	Cargar información del cliente al directorio virtual
Entradas: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formulario con información del cliente. ✓ Aceptación por el vendedor 	Salidas: Información cargada en el portal.
Descripción:	El administrado carga a la base de datos del directorio virtual la información referente al negocio del cliente.
Pre-condiciones:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Formulario diligenciado y aprobado para el cargue. ○ El cliente acepte que se cargue la información al sitio web.
Escenario Principal de Éxito:	1. La información es cargada con éxito al portal.
Escenario de Extensiones Alternativas:	Si no existe aprobación por parte del cliente o vendedor no es posible cargar la información al portal.
Post-condiciones:	La información una vez cargada el sitio permite buscar el negocio cargado.

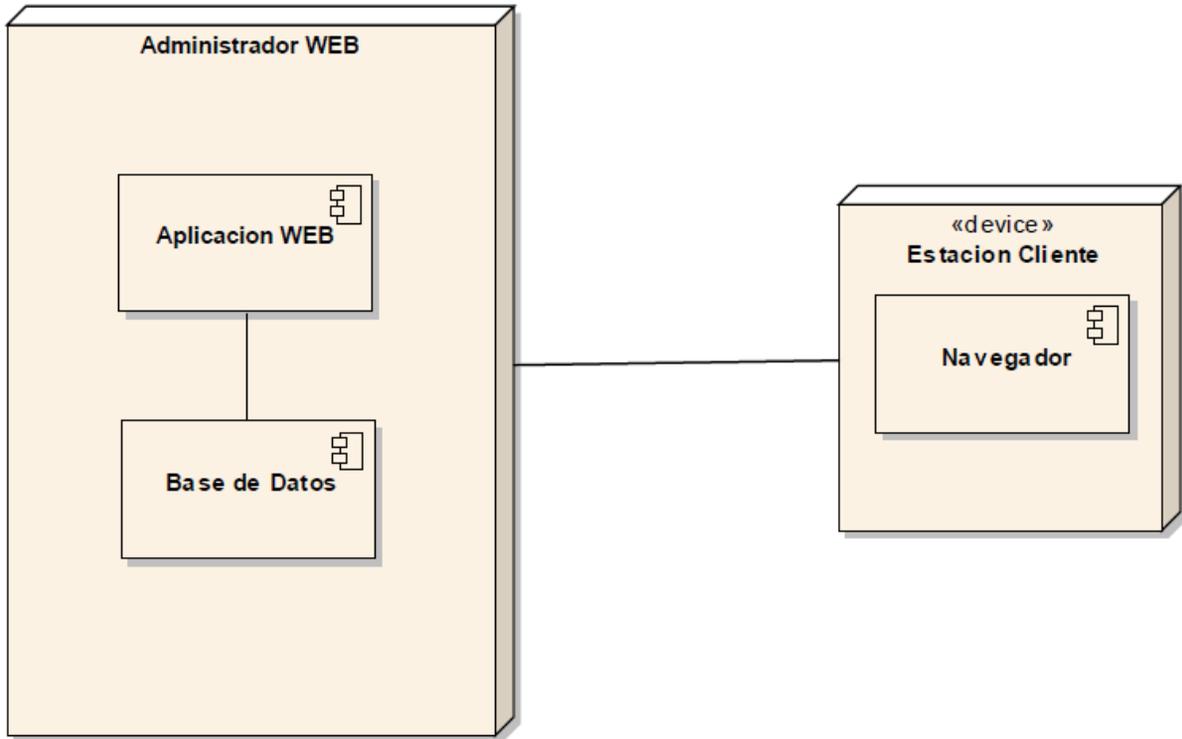
Identificador:	CU-03	
Nombre de caso de uso:	Actualiza Datos	
Actores:	Cliente	
Propósito:	Diligenciar formulario para actualización de datos.	
Entradas: ✓ Formulario para actualización de datos.	Salidas: Captura de información para cargar al portal.	
Descripción:	Cuando el cliente desee actualizar los datos por algún motivo, es necesario que realice el proceso de captura de datos para que nuevamente sean cargados al portal.	
Pre-condiciones:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Cliente inscrito en el portal 	
Escenario Principal de Éxito:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se diligencia el formulario con la información actualizada. 	
Escenario de Extensiones Alternativas:	<ul style="list-style-type: none"> ○ No se cuente con la información completa 	
Post-condiciones:	Una vez diligenciado el formulario será cargado por el administrador al portal.	

Identificador:	CU-04	
Nombre de caso de uso:	Buscar Negocio	
Actores:	Usuario	
Propósito:	Buscar negocio en el directorio virtual	
Entradas: ✓ Definir filtro de búsqueda	Salidas: Selección y datos del negocio buscado.	
Descripción:	El usuario puede realizar filtros de búsqueda, clasificado por orden alfabético y por el tipo de negocio.	
Pre-condiciones:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ingresar al sitio ○ Ubicar el negocio. 	
Escenario Principal de Éxito:	<ol style="list-style-type: none"> 1. El usuario ingresa al portal 2. Realiza filtro por letra del abecedario y tipo de negocio 3. Datos del negocio. 	
Escenario de Extensiones Alternativas:	<ul style="list-style-type: none"> ○ No se cuente con el tipo de negocio. 	
Post-condiciones:	Se encuentra los datos del negocio interesado.	

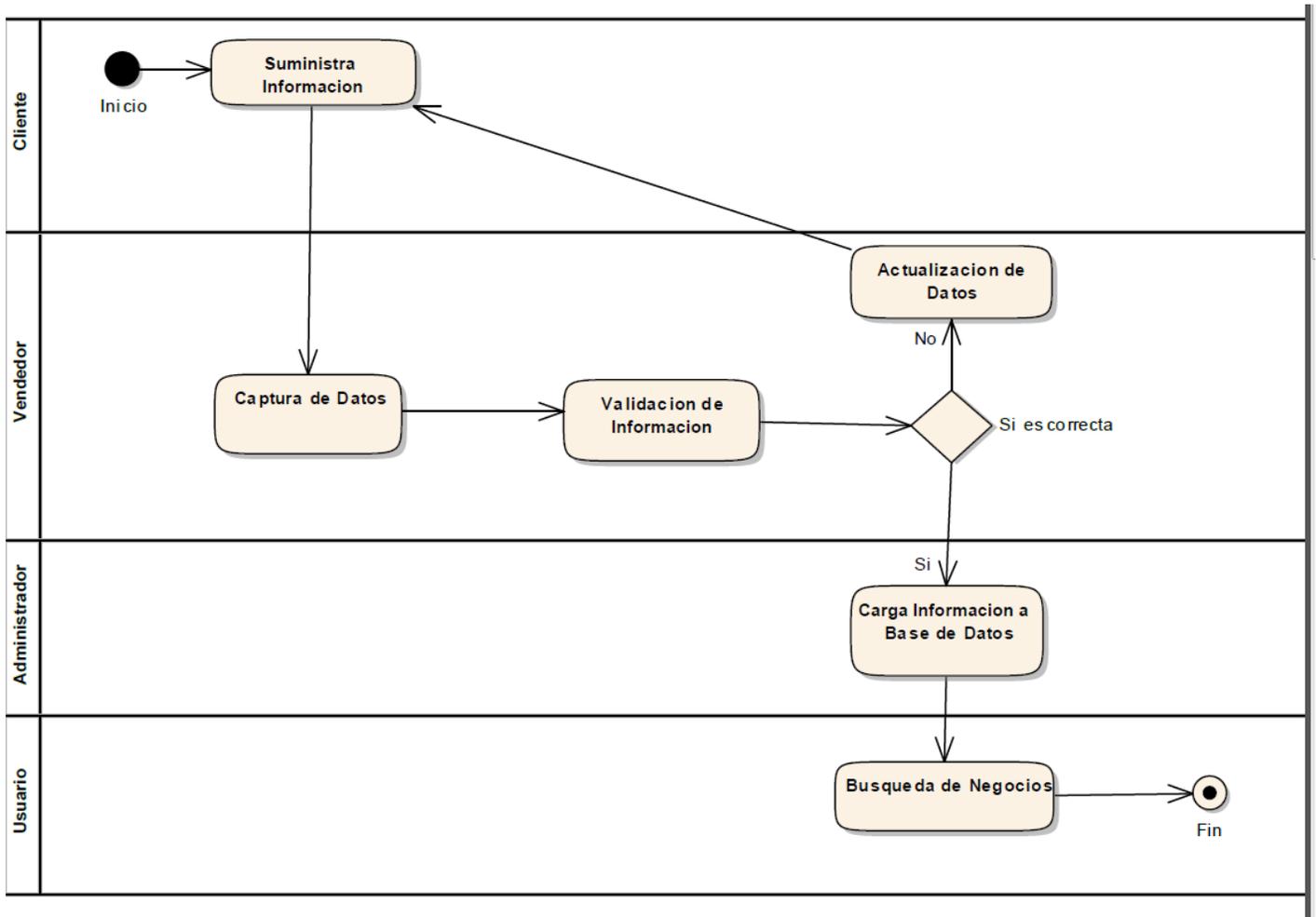
Identificador:	CU-05
Nombre de caso de uso:	Solicita Captura de Datos
Actores:	Cliente
Propósito:	Cliente solicita el servicio
Entradas: ✓ Formulario de contacto.	Salidas: Formulario de contacto diligenciado
Descripción:	El cliente que desee estar inscrito en el directorio virtual diligencia el formulario de contacto en el sitio o el contacto con el vendedor.
Pre-condiciones:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Disponibilidad de formulario de contacto. ○ Autorización por el cliente.
Escenario Principal de Éxito:	<ol style="list-style-type: none"> 1. El cliente ingresa sus datos en el formulario de contacto. 2. Sera contacto por el vendedor para recolectar datos.
Escenario de Extensiones Alternativas:	<ul style="list-style-type: none"> ○ No se cuente con el formulario de contacto. ○ No se cuente con la autorización del cliente.
Post-condiciones:	Se envía el contacto con éxito.



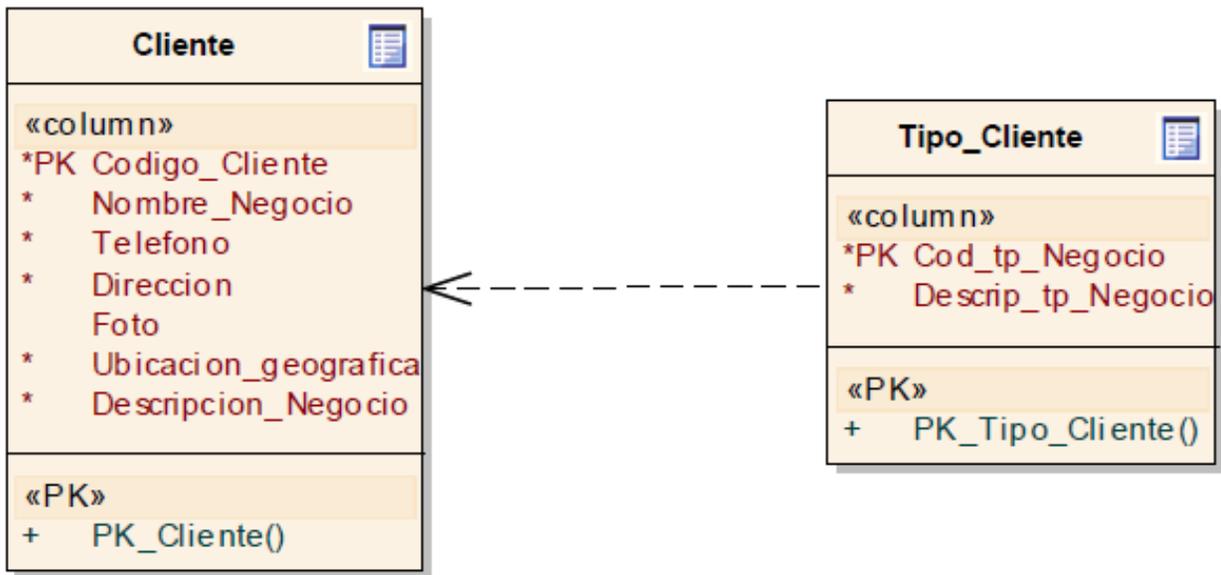
4.1 Diagrama de casos de uso



4.2 Diagrama de arquitectura



4.3 Diagrama de actividades



4.4 Diagrama de entidad relación

ANEXO A: Cronograma de actividades

Actividad	Objetivo	Fecha
Recolección de datos para la implementación de una página web	Implementar el servidor en el cual se alojara el directorio virtual.	15 de febrero de 2014
Crear documento principal para plasmar el proyecto	Saber que se pretende y si está bien la forma de plantearlo	20 de febrero de 2014
Realizar un estudio del mercado mediante encuestas(anexo 2)	Verificar si es viable o no	15 de marzo de 2014
Empezar la implementación del directorio	Crear las bases del directorio	30 de marzo de 2014
Terminar la implementación del directorio	Poder empezar a ingresar clientes al directorio	01 de abril de 2014
Recolectar clientes para el directorio virtual Verificar link (http://www.soachavirtual.com)	Empezar a implementar el directorio virtual de Soacha	02 de abril de 2014

ANEXO B: Encuesta

DIRECTORIO VIRTUAL DE SOACHA

Responda esta encuesta si realiza compras en el municipio de Soacha

Marque con una X la respuesta que mas aplique y responda las preguntas con su concepto las cuales asi lo requieran.

1) Indique el rango de edad

- 15-20
- 21-25
- 26-30
- 31-40
- 40-100

2) que frecuencia realiza compras en el municipio de Soacha.

- De 1 a 3 veces al mes
- De 4 a 6 veces al mes
- De 7 a 12 veces al mes
- Mas de 13 veces al mes

3) seleccione los tipos de negocios ¿que frecuenta más?

- Ropa
- Variedades
- Papelería
- Repuestos para autos
- Veterinarias
- Whiskerías
- Farmacias
- Supermercados
- Otros ¿cuáles? _____

4) ¿Qué tipo de comercio cree usted que se dificulta conseguir en el sector de Soacha?

- Carpinterías
- Whiskerías
- Relojerías
- Frigoríficos
- Venta de repuestos electrónicos
- Bicicleterias
- Entidades de salud
- Otros ¿cuáles? _____

- 5) ¿Cuáles de estos lugares turísticos conoce en el municipio de Soacha?
- Parque natural chicaque
 - Reserva eco turística la Poma
 - Parque boquemonte
 - La granja
 - la casa rosada en el salto del Tequendama
- 6) como se informa usted de los negocios con los que cuenta el municipio de Soacha
- voz a voz
 - anuncios
 - perifoneo
 - publicidad
 - pasacalles
 - otros
- ¿Cuáles?
-
- 7) ¿estaría usted de acuerdo con la implementación de un directorio virtual en el cual serviría como herramienta para centralizar el comercio de Soacha?
- Si
 - No
- 8) ¿con que frecuencia usa usted las herramientas informáticas para hacer búsqueda de productos comerciales o de servicios?
- Ninguna
 - De 1 a 3 veces al mes
 - De 4 a 6 veces al mes
 - De 7 a 12 veces al mes
 - Más de 13 veces al mes
- 9) Indique como le podría ayudar a realizar sus compras teniendo un directorio virtual en el municipio de Soacha
- En línea
 - Directamente en el negocio
 - encontrando negocios puntuales
 - Optimizando el tiempo de búsqueda y compra del producto
- 10) Indique que ha tenido que comprar en Bogotá por ausencia del producto en Soacha
- Textiles
 - Herramientas industriales
 - Productos ortopédicos
 - Transporte a otras ciudades
 - otros
- ¿Cuáles? _____

11)¿A través de que medio le gustaría recibir información del nuevo directorio virtual?

- Televisión
- Correo
- Anuncios
- Otros

¿Cuáles? _____

12)¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de un servicio?

- Que este a la moda
- Que es nuevo
- Que es conocido
- Que es necesario

13)En una escala del 1 al 6, donde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante" como le parece el directorio virtual.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

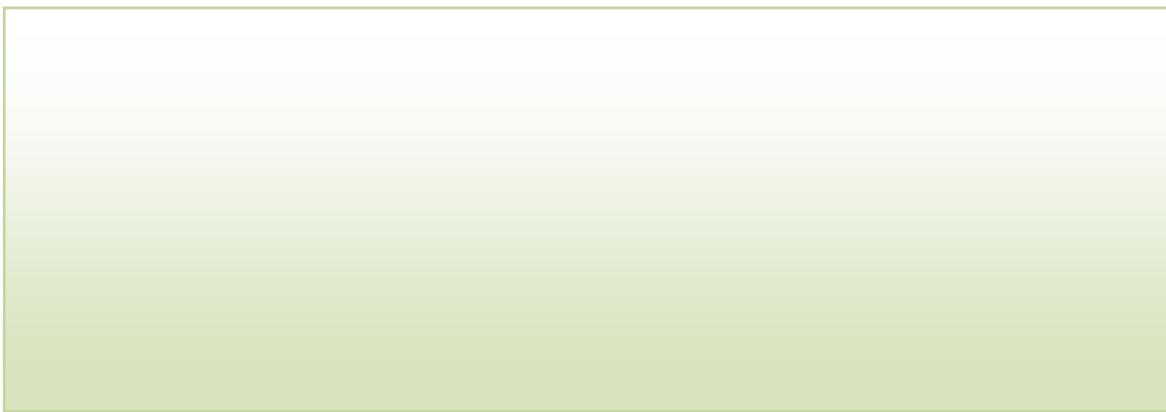
14)De qué manera cree usted que la implementación del directorio virtual le ayudaría al municipio de Soacha

- Económica
- Cultural
- Social
- Tecnológica

15)Le gustaría recibir mensajes de el directorio virtual a través de su correo electrónico de los nuevos negocios que se publicitan en el mismo

- Si indique su correo electrónico _____
- No

OBSERVACIONES



A todos ellos muchísimas gracias por participar ya que sus comentarios y sugerencias posibilitan la optimización de nuestro trabajo, esperando poder cumplir con las muy pertinentes observaciones realizadas.

ENCUESTADORES

CESAR DAVID SUESCA

LEONARDO HERNANDEZ CASTILLO

YENNY FONSECA

ANEXO C: Tabla de Costos

<i>materiales</i>	<i>cantidad</i>	<i>valor u.</i>	<i>valor total</i>
<i>bicicletas</i>	3	100.000	300.000
<i>tablets</i>	3	250.000	750.000
<i>plan de celular</i>	1	75.000	75.000
<i>servidor</i>	1	2.200.000	2.200.000
<i>hosting y dominio</i>	1	500.000	500.000
<i>arriendo oficina de trabajo con servicios</i>	1	300.000	200.000
		total	4.025.000

5 CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los medios de investigación que se llevaron a cabo, EL DIRECTORIO VIRTUAL SOACHA es una herramienta que nos puede ayudar a mejorar y a incluirnos más en los medios tecnológicos. Por medio de este se puede brindar un mejoramiento continuo a los recursos de los habitantes del municipio, optimizando su tiempo y su economía.

Esta herramienta no se ha implementado en el municipio pero por los antecedentes históricos que se tienen a nivel general, este tipo de herramientas tienen una gran acogida por las personas y son de gran ayuda.

ESTE DIRECTORIO VIRTUAL puede convertirse en una herramienta de gran ayuda para los comerciantes y la población. Ahora se cuenta en la gran mayoría de casas con servicio de internet y servicios de internet público en las calles, por tal razón es fácil acceder a esta herramienta virtual, así mejorar nuestras compras y optimizar el tiempo. Además de los beneficios para los comerciantes que se pueden mejorar las ventas.

6 BIBLIOGRAFIA E INFOGRAFIA

Caribe Servicios de Información Dominicana, S. A. Copyright 2013 • Historia. Antecedentes históricos del directorio telefónico. PaginasAmarillas.com.do. Recuperado el 26 de agosto de 2014 en: <http://www.paginasamarillas.com.do/Nosotros/lang-ES/sid-NOSOTROS/seccion-historia>

Centrodeartigos.com © 2012-2014. Directorio telefónico, Contenido, Tipos, Publicación, Historia, Directorios inversa, En la cultura popular. Recuperado el 26 de agosto de 2014 en: http://centrodeartigos.com/articulos-para-saber-mas/article_45043.html

Danaranjo S.A. (s.f.). Las amarillas de Danaranjo.com.co. Recuperado el 26 de agosto de 2014 en: <http://www.directoriotelefonico.com.co/directoriotelefonico/index.php>

Llamar a Colombia.com. (s.f.). Directorios telefónicos de Colombia. Recuperado el 26 de agosto de 2014 en: <http://llamaracolombia.com/index.php/enlaces-de-interes/directorios-colombianos>

Periodismo publico.com (2010). Nuevo directorio comercial para las empresas de Soacha y Sibaté. Periodismo publico.com .Recuperado el 26 de agosto de 2014 en: <http://www.periodismopublico.com/Nuevo-directorio-comercial-para>