

# **PLANIFICACION, IMPLANTACION Y ADMINISTRACION DE UN WEB SITE**

## **AUTORES**

Jorge Estrella<sup>1</sup>, Bertha Ana Montenegro<sup>2</sup>, Pedro Tagle<sup>3</sup>, Carlos Monsalve<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Licenciado en Sistemas de Información 1998

<sup>2</sup> Licenciado en Sistemas de Información 1998

<sup>3</sup> Licenciado en Sistemas de Información 1998

<sup>4</sup> Director del Tópico, Ingeniero Eléctrico Especialidad Computación, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1990, Maestría de Ingeniería Eléctrica y Telecomunicaciones EE.UU. (Indiana), Universidad de PURDEUE, 1995, Profesor de ESPOL, desde 1990.

## **RESUMEN**

El avestruz, además de ser un animal hermoso y majestuoso, su tamaño y elegante rapidez, siempre ha inspirado un sentimiento de sobrecogimiento. La cría del avestruz se ha convertido en una industria de rápido crecimiento, que ha pasado a ser una fuente interesante de ingresos.

En 1995, nació Equiexport S.A. de la fusión de las dos empresas pioneras en la introducción de los avestruces en el Ecuador (Equimsa y Plantaciones del Pacífico. El objetivo inicial de Equiexport S.A. fue el de formalizar la crianza de avestruces como una industria. Su visión es la de ser el líder de la industria del Avestruz, proveyendo al mercado local de reproductores de probada calidad, así como de tecnología de punta y brindando asesoría técnica en cada fase de su ciclo de vida.

Su potencial mercado está restringido por: poca divulgación de la existencia del producto, bajos ingresos del consumidor y alto costo de la carne del Avestruz en relación a las carnes tradicionales. Para romper estas barreras, se diseñó el WEB Site de Equiexport S.A., para dar mayor información sobre los valores nutricionales de su carne, y ofrecer asesoramiento técnico y apoyo a los interesados en ingresar a la incipiente industria del Avestruz.

## **INTRODUCCION**

La presente documentación constituye un trabajo de investigación sobre el surgimiento de la Industria del Avestruz en el Ecuador, su principal protagonista (Equiexport S.A.), su constitución, la historia del Avestruz, y el uso del WEB como apoyo a los Objetivos de Equiexport S.A.

Este trabajo está dividido en tres partes, la primera de ellas da una breve descripción de la compañía Equiexport S.A., la segunda habla de la presencia del Internet en el Ecuador; y la tercera parte detalla la composición del WEB Site diseñado para apoyar e impulsar el negocio del Avestruz en el Ecuador.

## **CONTENIDO**

### **EQUIEXPORT**

#### **DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA**

Equiexport S.A. nació de la fusión de las 2 empresas y el Sr. Mike Englezakis, líder mundial en la producción y comercialización del Avestruz y sus derivados.

Cuenta con personal administrativo y técnico apropiado para su gestión, así como con el apoyo de la infraestructura operativa de la Corporación Noboa, de donde el Dr. Oswaldo Molestina (fundador de Equiexport) es miembro activo.

## **ESTUDIO DE MERCADO**

La carne de Avestruz es totalmente nueva para algo más del 99.5% de la población ecuatoriana. De las opiniones dadas por los Gerentes de Supermercados así como los resultados que han tenido los esfuerzos para mejorar la distribución y en especial la introducción de cortes americanos y carnes importadas permiten concluir que el consumidor ecuatoriano es tan sensitivo a calidades de carnes como cualquier otro.

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Hasta el momento los únicos ofertantes de carnes de Avestruz en el Ecuador han sido Supermercados Santa Isabel y Procarnes. Además de estos clientes se está introduciendo con relativo éxito a través del Hotel Oro Verde y la Sra. Ana Gallardo (dueña de una empresa de servicios).

## **ASPECTOS VARIOS**

El Avestruz es como una fábrica viviente de crías, carne y cuero. Se reproducen prolíficamente hasta los 40 años, y producen anualmente cinco veces más volumen de carne y cuero que lo que produce el ganado vacuno. Además, ocupan poco espacio y tienen una mejor proporción de conversión alimenticia.

Los productos que se pueden obtener de esta ave son carne, piel, plumas, aceite, y huevos. Los animales se pueden también aprovechar como mascotas o como atractivo turístico, ya que se les puede enseñar a ser montados para el paseo de niños y otras atracciones.

La producción de carnes tiende hoy a diversificarse para satisfacer al consumidor, ofreciendo un producto nuevo en el mercado de las carnes, un producto con alto valor agregado por su buena calidad, presentación y bajos índices grasos: la carne de Avestruz.

La carne de Avestruz tiene un sabor delicioso y es similar en textura y apariencia a la carne de ganado vacuno. Sumamente alta en hierro y proteínas, es considerablemente más baja en grasa, colesterol y calorías que la de vacuno.

Los polluelos recién incubados miden cerca de 25 cm. de altura y pesan aproximadamente 1 kilo. En promedio, el polluelo crece 25 cm. mensuales durante los seis primeros meses. De los 10 a los 14 meses de edad están listos para el matadero, pesan normalmente alrededor de 110 kilos y producen más del 60% de su peso en animal muerto y destripado, rinden 40 a 50 kilos de carne comestible, deshuesada y sin grasa y de 1,2 a 1,5 metros cuadrados de cuero. Del 66 al 88% del animal muerto se sacan cortes enteros, bistecs y trozos de carne para asar. El resto se utiliza para recortes y productos procesados como prosciutto, jamones, pastrami, cecina y salchichas. El Avestruz produce también 1 a 2 kilos de plumas usables. La extraordinaria proporción de conversión alimenticia de 2:1 hace que sea comparativamente económico criar avestruces hasta que alcancen el peso adecuado para llevarlos al matadero.

En cuanto al cuero, los antecedentes disponibles en la actualidad indican que alcanza un alto valor dentro de los productos que esta ave genera. Es mundialmente reconocido por su textura suave y flexible, su exclusiva apariencia y sus aceites naturales que lo hacen resistente al endurecimiento y al resecado. Es un cuero durable que se utiliza para fabricar artículos de alto precio, como botas, carteras y portafolios. Las **plumas** del Avestruz se utilizan para limpieza industrial, particularmente en la industria automotriz y de informática. La grasa se derrite para ser empleada en la fabricación de cosméticos, y los huevos y sus cáscaras son utilizados en decoraciones y artesanías.

La industria del Avestruz comenzó hace más de 100 años en Africa del Sur, como una empresa comercial viable. Actualmente la explotación de esta ave constituye una industria emergente en Francia, España, Canadá, Sudáfrica, Israel, Estados Unidos y Australia, entre otros países. Los principales países importadores de carne congelada y fresca son Suiza, Francia, Alemania, Japón y Holanda.

Canadá entró en la industria a mediados de los 80 y ahora ya existen miles de explotaciones a lo largo del país.

Anualmente se venden en los mercados mundiales de exportación 1.500 toneladas de carne de Avestruz, 180.000 pieles y 160.000 kilos de plumas. Los productos derivados del Avestruz muestran gran demanda y, aún cuando la industria sigue creciendo enormemente, la oferta no alcanza a cubrir la demanda.

Para que se cumplan las expectativas de un rubro rentable, la comercialización de la carne de Avestruz, como todo producto nuevo, requiere de un esfuerzo intenso de difusión y promoción de sus ventajas en los medios de comunicación, permanente presencia en ferias, degustaciones etc., resaltando sus aspectos dietéticos (light o diet).

Existe una excelente adaptación de estas aves, y principalmente de los polluelos mayores de 6 meses, a diferentes climas en Europa, Asia y América.

Para iniciar su explotación comercial es necesario conocer el comportamiento biológico y productivo del Avestruz en diversas condiciones agroclimáticas. Además precisar las condiciones de alimentación, observar los parámetros productivos de consumo de alimento y agua de bebida, evolución del peso vivo y su ganancia diaria, mortalidad, enfermedades que la pueden afectar, rendimiento a la canal, etc.

El Avestruz pertenece a un grupo de aves denominadas ratites, cuyas especies más importantes desde el punto de vista comercial son el Avestruz originario de Africa, el emú de Australia y el ñandú de Sudamérica. En el caso del Avestruz, se conocen diferentes subespecies o variedades comerciales, entre las cuales destacan las de cuello azul y negro.

Desde el punto de vista de su nutrición, las avestruces son calificadas por algunos especialistas como animales "semi-rumiantes", debido a la cantidad de fibra que son capaces de digerir. Esta particularidad hace posible alimentar las avestruces con fuentes fibrosas como heno, alfalfa verde u otra especie forrajera. En el caso del pollo doméstico, por ejemplo, la digestibilidad de la fibra es del orden del 6,5%, mientras que en el Avestruz puede llegar al 90 %.

Estas aves poseen un excelente mecanismo de concentración renal, siendo su economía del agua similar a la de los grandes mamíferos de la sabana y del desierto. Desde el punto de vista fisiológico, el gran desarrollo del sistema músculo-esquelético le permite mantener una enorme resistencia a la carrera (1,5 horas a una velocidad de 50 km/hora). Son animales que requieren realizar ejercicio diario, por ello normalmente los potreros o corrales deberán disponerse en forma rectangular.

La fisiología reproductiva en las hembras no se diferencia esencialmente de otras aves. La ovoposición tiene lugar en períodos de aproximadamente 48 a 72 horas. En los machos se producen notables cambios morfológicos en el aparato reproductor durante la espermatogénesis estacional. En general las avestruces requieren de pocas atenciones sanitarias de tipo clínico; basta aplicar buenas medidas de bioseguridad

## **INTERNET**

### **PRESENCIA LOCAL**

A fines de 1990, la Escuela Superior Politécnica del Litoral, la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, la Junta de Beneficencia de Guayaquil, la Fundación Privada Ecuatoriana, y el Banco del Pacífico, unieron sus esfuerzos para constituir Ecuonet, una Corporación sin fines de lucro, cuyo objetivo es el contribuir con el desarrollo del país mediante la instalación de una red de computadores que permita a los estudiantes, investigadores, y público en general, comunicarse con otras personas alrededor del mundo, y acceder a las bibliotecas y más bases de datos científicas en los cinco continentes.

El proyecto pudo materializarse debido a que, mediante un convenio, el Banco del Pacífico permite a Ecuonet el uso, sin costo, de su sistema nacional e internacional de comunicaciones, y además, a los aportes recibidos por empresas que compartieron los mismos ideales.

## **CONCEPTOS TECNICOS**

Todo empezó hace más de 20 años, cuando el Departamento de Defensa de los Estados Unidos inició su proyecto ARPA (Advanced Research Projects Agency), posteriormente ARPANET, para demostrar la factibilidad de establecer redes continentales de comunicación de datos. El éxito de estas investigaciones, llevaron en una sucesión de eventos, a que en el transcurso del tiempo muchas redes hayan adoptado el TCP/IP como protocolo estándar de comunicaciones, y se hayan integrado a las redes iniciales, formando ahora un gran conglomerado mundial de más de 400 redes en los cinco continentes. Cada una de las redes mantiene su nombre propio llamándose INTERNET, a la unión de todas ellas.

La importancia de Internet, ocasionó que muchas redes que utilizan distintos protocolos de comunicaciones, establezcan en determinados puntos, rutas de paso hacia la Internet, con lo que la cobertura de la Internet está vinculada, entre otras, con NSFNET, MILNET, NORDUNET, DRENET, EUNET, UUCP, BITNET, NETNORTH, EARN, HEPNET, JANET, ASIANET, ACSNET, etc. Hay inclusive rutas de paso a sistemas comerciales de correo electrónico, como MCI Mail, Sprint Mail, AT&T Mail, Compuserve, America OnLine, etc. La columna vertebral de la Internet, es ahora la NFNET, red de la Fundación Nacional de Ciencias de los Estados Unidos de Norteamérica (National Science Foundation-NSF), que une supercomputadores, que van desde la costa este a la oeste de ese continente, y de donde se desprenden los vínculos hacia todas las otras redes del mundo.

## **SERVICIOS DE LAS REDES**

Los servicios básicos que puede tener una persona que disponga del acceso a Internet son:

- Correo Electrónico
- Participación de grupos de discusión
- Búsqueda y bajada de archivos y programas

## **PROVEEDORES DE ACCESO**

Entre los principales proveedores de acceso que brindan este servicio en el mercado local contamos a: Ecuonet (pionero en el mercado), Telconet, del grupo tecnológico Telcodata, SATNET, empresa del Grupo Isafas, INTERACTIVE, del Grupo Impsat, empresa de comunicaciones de capital argentino, con una sólida presencia en todo el mercado latinoamericano, GLOBAL IBM, apoyada por la transnacional y poderosa IBM.

## **TARIFAS**

La mayoría de las empresas mencionadas aplican la siguiente clasificación en cuanto al tipo de Usuario que solicita el servicio:

### **Instituciones**

Las empresas que tengan una red de área local, sea Ethernet o Token Ring, pueden instalar un ruteados que los conectará al Servidor. Se requiere tener un computador en la Red, que esté corriendo el protocolo TCP/IP. Esta opción permite a la Empresa, tener más de un acceso simultáneo a la Internet, beneficiando de esta manera a varios empleados de su Institución.

### **Instituciones medianas y/o Personas Naturales**

Son aquellas empresas que desean accesos monousuarios a la Internet. Para ello sólo requieren que en el computador se habilite el protocolo TCP/IP.

### **Instituciones Educativas**

Los proveedores de acceso a Internet brindan una tarifa diferenciada a aquellas Instituciones educativas sin fines de lucro, que desean brindar uno o más accesos simultáneos al personal docente y estudiantil, para apoyar la investigación y desarrollo científico.

# COMERCIALIZACIÓN POR MEDIO DE INTERNET

## COMO NACIO LA IDEA

Equiexport, una empresa joven en su búsqueda de medios alternativos para promocionar la crianza del Avestruz penso en Internet para llegar a sus futuros clientes. Guiado por este objetivo se ordenó a su personal de sistemas realice la investigación a fin de evaluar los costos/beneficios de este proyecto.

## COSTOS

De esta labor investigativa se concluye que es necesario considerar los siguientes aspectos:

**Construcción de la presentación WEB.-** Incluye los costos por elaborar la presentación que contendrá texto, logotipos, imágenes, mapas sensitivos, formularios de ingreso de información. El costo de elaborar cada página de la presentación va desde los 40 a 60 dólares.

**Compra de Dominio a ECUANET o al máximo organismo en vender dominios INTER-NIC.-** El costo que se paga es de 50 dólares anual mas 50 dólares por la inscripción. Estos fondos son utilizados exclusivamente para el mantenimiento del Network Information Center (NIC-ECUADOR que es ECUANET) y la actualización de equipos.

**Almacenamiento y mantenimiento del sitio WEB.-** El costo varia de acuerdo a la cantidad de información que se desea presentar y a la empresa que presta el servicio. Por ejemplo los costos de **Ecuanet** por este servicio varia desde 50 dólares por 1 megabyte de información hasta 300 dólares por los 10 Megabytes. Al igual que ECUANET existen otras empresas que prestan este servicio como: PUBLIMAGEN, INTERCOM, ONNET, etc.

## BENEFICIOS

Las características del Internet que redundan en beneficio de Equiexport son las siguientes:

- Es un poderoso medio de promoción y Marketing que cada día se hace mas popular.
- Es una herramienta que permite el ahorro de tiempo y dinero, EQUIEXPORT podrá reducir los costos del personal de ventas ya que el cliente podrá obtener de la presentación WEB toda la información que requiera.

## OPORTUNIDAD

Equiexport recibió la propuesta de construcción de un WEB sin costo para la compañía por los integrantes de este proyecto, situación que fue aceptada por la Gerencia de la Equiexport.

## ESTRUCTURA DEL WEB

### DESCRIPCION GENERAL

La estructura que se ha utilizado es la de subdividir el WEB Site en dos partes: una para el Administrador y otra parte para el Usuario Final.

### WEB DEL ADMINISTRADOR

Tiene a su cargo la gran responsabilidad de administrar quienes van a ser los nuevos clientes y la de supervisar los cuadros estadísticos para saber que tópicos del WEB Site están siendo más visitados y tomar las medidas necesarias para evitar que los usuarios pierdan el interés en nuestra página.

## **ESTADISTICAS**

El objetivo de este t3pico es brindar al Administrador un control estad3stico de los accesos que los usuarios hacen a las p3ginas del WEB Site de Equiexport S.A. Para ello debe precisar la fecha de acceso en formato a3o, mes y d3a.

Para lograr este objetivo se utiliz3 un CGI que procesa los archivos de transacciones registrados en el Servidor, el mismo que est3 operando con el software Windows NT.

## **NUEVOS CLIENTES**

El Objetivo de este tema es permitir al Administrador ingresar nuevos usuarios a nuestra base de Nuevos Clientes, ingresando para ello los siguientes datos:

- Nombre natural o jur3dico del Cliente
- Contrase3a personal para efecto de ordenes de pedido en un futuro
- Organizaci3n del cliente si lo tuviere
- Direcci3n del cliente o de la Organizaci3n
- Ciudad donde se encuentra el cliente
- Pa3s donde se encuentra el cliente
- Tel3fono donde poder contactar al cliente
- Fax si lo tuviere
- Direcci3n e-mail para efectos de correo

El ingreso de los nuevos clientes se realiza por medio de la p3gina WEB del Administrador, pero la consulta de los mismos se realiza del tema de NUESTROS CLIENTES en la p3gina WEB del Usuario.

Para lograr el objetivo de este tema se utiliz3 un CGI para el ingreso y grabaci3n de datos del cliente en el archivo plano.txt.

## **WEB**

El objetivo de este tema es facilitar el acceso de entrada a la p3gina WEB del Usuario sin necesidad de salir ni de establecer una nueva comunicaci3n con el WEB.

## **WEB PARA EL USUARIO FINAL**

### **Descripci3n del Usuario**

La Audiencia que se alcanza con el WEB puede ser algo distinta de la que se alcanza con las ferias y anuncios en las publicaciones escritas, pero en muchos casos estar3 conformada por personas a las que la informaci3n vista en las p3ginas del WEB, habr3 despertado su inter3s y se sentir3 motivada a contactar a la empresa Equiexport S.A. De esta audiencia ser3 de especial inter3s aquel usuario que quiere invertir su capital y convertirse en un criador del Avestruz; tambi3n, aunque con menor incidencia inmediata, es conveniente que el navegador com3n del Internet conozca sobre los valores nutricionales de la carne del Avestruz y as3 poco a poco se vaya difundiendo su consumo.

## **TOPICOS**

### **QUIENES SOMOS**

Describe en t3rminos generales que es Equiexport S.A., a qu3 se dedica y que Grupo Empresarial lo apoya.

## **PRODUCTOS**

Detalla cuales son los productos que se pueden obtener del Avestruz, haciendo una breve descripción de las posibles usos y provecho que se puede sacar de ellos.

## **NUESTROS CLIENTES**

Lista a los principales clientes y contactos que Equiexport S.A. tiene en el negocio del Avestruz. Se ofrece información general para motivar con su presencia a que otros se decidan a invertir.

## **ASESORIA**

Esta página anuncia la disponibilidad de asesoría técnica en la implementación, mantenimiento y comercialización de un criadero de avestruces.

## **HISTORIA DEL AVESTRUZ**

Esta página relata la relación comercial hombre-avestruz a través de la historia y en los distintos continentes. También describe de manera general las variedades existentes.

## **CONCLUSIONES**

El potencial publicitario del Internet no ha sido explotado en toda su magnitud, constituye un medio publicitario interactivo de bajo costo que permite penetrar en los mercados locales e internacionales. Cada día crece el número de compañías que ingresan a la Internet con el fin de explorar este medio.

Equiexport pretende usar este medio para promover la crianza de avestruces, dando a conocer las bondades de este animal.

Se espera que hasta fines de año la promoción de este sitio WEB haya convencido por lo menos dos inversores a iniciar la crianza del avestruz y además que el consumo de la carne de este animal se haya incrementado de manera tal que los supermercados y tercenas compren regularmente este producto.

## REFERENCIAS

### a) Páginas Web

1. Information Management of W.A.I.M.Ostrich Farmer International Price List
2. Australian Ostrich Directory
3. Newberry Ostrich Farms
4. The Ostrich Connection.
5. Ostrich Centre:Library Article.
6. The Ostrich on the Net.
7. Rancho La Morita