

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN CUR – Matagalpa**

Recinto Universitario “Mariano Fiallos Gil”



Seminario de Graduación para Optar al Título de:

Licenciado en Ciencias de la Computación

TEMA:

Comercio Electrónico.

SUBTEMA:

Prototipo de Comercio Electrónico diseñado con StoreFronts Oscommerce para la Tienda Exclusividades Egda, de la ciudad de Matagalpa, en el periodo 2009.

AUTORES:

Gilma Massiel Loáisiga Sáenz.
Fátima Nadezhda Zamora Chavarría.

TUTORA:

Lic. Indiana Delgado García.

Matagalpa, Marzo 2010.



INDICE

I. Introducción..... 1

II. Justificación..... 2

III. Objetivos..... 3

IV. Desarrollo..... 4

 4.1 Conceptos Básicos..... 4

 4.2 Comercio Electrónico..... 4

 4.3 Origen y Evolución Histórica..... 5

 4.4 Comercio Electrónico en Internet..... 6

 4.5 Transacciones que puedan realizarse por Internet..... 6

 4.6 Sitios Web Comerciales..... 7

 4.7 Generaciones de la Venta a través de la Red..... 8

 4.8 Tipos de Relaciones que puedan presentarse..... 9

 4.8.1 Transacciones entre una Empresa y sus Clientes..... 9

 4.8.2 Transacciones con socios comerciales usando EDI..... 9

 4.8.3 Transacciones para la obtención de Información..... 9

 4.8.4 Transacciones para la distribución de Información..... 9

 4.8.5 Transacciones para la distribución de Información con clientes potenciales..... 9

 4.9 Ventajas del Comercio Electrónico

 4.9.1 Ventajas para el Cliente..... 10

 4.9.2 Ventajas para el Negocio..... 10

 4.10 Tecnologías que se emplean..... 11

 4.11 Categorías del Comercio Electrónico.

 4.11.1 Compañía_Compañía (B2B)..... 12

 4.11.2 Compañía _ Cliente (B2C)..... 13

 4.11.3 Compañía _ Administración (C2G)..... 14

 4.11.4 Cliente _ Administración..... 14

 4.11.5 Consumidor_ Consumidor (C2C). 14

 4.12 Algunas Tecnologías requeridas para la Implementación del Comercio Electrónico en Internet..... 15

 4.13 Modelos de Negocios en Internet.

 4.13.1 Modelos de Storefront (Modelos de Vitrina y Tienda Virtual). 15

 4.13.2 Tiendas Virtuales..... 16

 4.13.3 Ventas en línea o E-Commerce..... 16

 4.13.4 Modelos de Subasta. (Auction Models) 16



4.13.5	Modelo de Portal.....	17
4.13.6	Modelos de precios Dinámicos.....	17
4.13.7	Intercambio B2B.....	17
4.13.8	Servicios de noticias ONLINE.....	18
4.13.9	Servicios de viajes en línea.....	18
4.14	Modelo de operación comercial y financiera	
4.14.1	E-commerce.....	19
4.14.2	E-Business.....	19
4.14.3	Aprendizaje Electronico (e-learning)	19
4.15	Seguridad del comercio electrónico.	
4.15.1	Aspectos vulnerables de la seguridad en el comercio electrónico.	
4.15.1.1	Entorno Empresarial y Tecnológico Combatiente -.....	20
4.15.1.2	Privacidad y Seguridad.....	20
4.15.1.3	Cuestiones legales políticas y sociales.....	21
4.15.2	Requerimientos de seguridad para el comercio Electrónico.....	21
4.15.2.1	Integridad.....	21
4.15.2.2	Autenticación.....	22
4.15.2.3	confidencialidad.....	22
4.15.2.4	No repudio.....	23
4.16	Protocolo de Seguridad para el Comercio Electrónico.	
4.16.1	protocolo SSL.....	23
4.16.2	protocolo SET.....	25
4.16.3	S-HTTP.....	25
4.16.4	HTTPS.....	25
4.16.5	Firewall.....	26
4.17	El pago por Internet	
4.17.1	Contra Reembolso.....	26
4.17.2	Cargos en Cuenta.....	26
4.17.3	Tarjetas de debito y crédito.....	26
4.17.4	Medios de pago específicos.....	26
4.17.5	Tarjetas de Crédito y Débito.....	27
4.17.6	Tarjetas Chip.....	27
4.17.7	Cybercash.....	27
4.17.8	First virtual.....	27
4.18	Pasos para montar una Empresa Virtual.....	27-29
4.19	Condiciones Actuales del Negocio.....	29
4.20	Estudio de Factibilidad.....	30
4.20.1	Alternativas	
4.20.1.1	Alternativa 1.....	31-36
4.20.1.2	Alternativa 2.....	37-41
4.21	El comercio Electrónico como estrategia para crear competitividad en las PYMES.	



4.21.1 Relaciones de Comercio Electrónico.....	43
4.21.2 Por qué el Comercio Electrónico.....	44
4.21.3 pasos para poner su empresa en la web.....	45
4.21.4 Acciones que requieren en impulsar para la aplicación de comercio electrónico en Nicaragua.....	45
4.21.4.1 El papel del gobierno.....	45
4.21.4.2 El papel de la empresa privada.....	46
4.21.5 Estado actual de las leyes relacionados al comercio electrónico elaborado en la dirección jurídica del CONICY.....	46
4.21.5.1 Borrador de Protección de Datos Personales.....	46
4.21.5.2 Borrador de Firma Electrónica.....	47
4.21.5.3 Borrador de ley del cio Electrónico.....	47
4.21.6 Objeto de ley.....	48
4.21.6.1 Importancia del Anteproyecto de ley.....	49
4.21.7 La verdadera plataforma que se requiere para comercio electrónico en Nicaragua.....	50
4.22 Descripción del Producto.....	50-56
4.22.1 Beneficio de la Automatización en la PYMES en Matagalpa.....	60
4.22.2 Beneficio de la Automatización.....	61
4.22.3 Resultados de los instrumentos aplicados para obtención de la información.....	61-65
4.22.4 Procesamientos y Análisis de la Información.....	65
4.22.5 Resultados y discusión.....	65
V. Conclusión.....	66
VI. Recomendaciones.....	67
VII. Glosario.....	68
VIII. Bibliografía.....	69
IX. Anexos.	73



TEMA:

Comercio Electrónico.

SUB-TEMA:

Prototipo de Comercio Electrónico diseñado con StoreFronts Oscommerce para la Tienda Exclusividades Egda, de la ciudad de Matagalpa, en el periodo 2009.



DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo y dedicación a elaborar este seminario a:

A Dios:

Por haberme regalado la vida y sabiduría necesaria para poder desarrollar este proyecto. También por ayudarme a sobrepasar cada uno de los obstáculos que se me han presentado en la vida.

A la Virgen:

Por ser nuestra madre y por interceder siempre por nosotros con su sabiduría e inteligencia

A mi Padre: Luis Humberto Loáisiga Aguinaga.

Por que siempre desea lo mejor para mí, demostrándome con su amor y consejos que me brinda con el objetivo de siempre salir adelante.

A mi Madre: María Jesús Sáenz Montenegro.

Por haberme dado la vida, por estar siempre pendiente de mi ayudándome con lo que he necesitado, de igual manera el amor que me ha brindado.

A mis Hermanos: Luis Humberto Loáisiga y Elking Celing Loáisiga. Por ser parte de mi vida y brindarme todo el amor que me ha brindado todo el amor que hay de ellos para mí.

Silma Massiel Loáisiga Sáenz.



DEDICATORIA

Dedico este valioso trabajo que he logrado con tanto esfuerzo:

A DIOS: Por darme la vida, y brindarme la oportunidad de salir adelante y demostrarme el sendero para actuar de la mejor manera, llegando a culminar uno de mis mayores deseos como es graduarme.

A MI MADRE: Licenciada María del Tránsito Chavarría Cruz. A quien le dedico este Seminario porque nos a costado a las dos, mi madre que me ha dado apoyo incondicional en todo el sentido de la palabra, quien ha sido mi anhelo para salir adelante me ha dado su apoyo, amor, consejos, regaños y a quien le debo lo que soy.

A MI ABUELITA: Sra. María Elsa, que he me dado amor, cariño, y toda la ternura necesaria dándome el apoyo necesario para finalizar este Seminario, porque desde mi niñez ha sido una segunda madre.

A MI HERMANA: Por ayudarme en todo lo posible, por ser parte de mi vida, brindarme amor en todo momento y ser parte de mi vida.

A ALEX: Por ser algo maravilloso que me ha dado el señor por ser comprensible y facilitarme las cosas para poder llegar a finalizar este trabajo con tanto amor y cariño que me ha rodeado en todo el camino de la Universidad me a apoyado.

A MIS TÍAS: María Elsa, Rosita, Lety en siempre me han dando su apoyo incondicional en cada instante de mi vida, por ser ellas las que me ayudan principalmente brindándome todo el amor que nace de ellas hacia mi.

A MIS TÍOS: Marlón, Melvin, Oliver, Wilfredo Chavarría, que son parte de mi vida y por estar siempre pendiente de mi, ayudándome en los que les es posible, aconsejándome.

Fátima Nadezhda Zamora Chavarría



AGRADECIMIENTO

En cada proyecto que se concluye, tiene detrás una gran cantidad de personas que de una u otra manera contribuyeron para que esto fuera posible, para la elaboración de este Seminario de graduación debo de agradecer.

A DIOS: Porque siempre nos da fuerza y voluntad para no desfallecer ante las adversidades.

A mis **Padres:** Por los consejos que me brindaron por que ellos me ayudaron para salir adelante, y a tomar decisiones importantes en mi vida, ayudándome en mi preparación profesional.

Le doy gracias a la **Lic. Indiana Delgado García,** por el apoyo incondicional que hemos recibido de ella siempre dándonos una mano como amiga para salir adelante y motivarnos para nunca rendirnos ante los obstáculos.

Gilma Massiel Loáisiga Sáenz.



AGRADECIMIENTO:

Agradezco a mi padre Celestial **DIOS**, por iluminarme en cada momento de mi vida, porque siempre cuando nos encomendamos todos nos sale bien.

A **MI PADRES** María del Tránsito Chavarría y Miguel Ángel Zamora a quien les debo lo que soy en la vida, por su cariño y apoyo incondicional, en toda la etapa de formación profesional, y hoy que se sienten orgullosos de mí por haber alcanzado uno de los sueños más importantes de mi vida, el terminar mi carrera Profesional.

Agradezco a Lic. **Indiana Delgado García**, por hacer estado colaborándonos en cada parte del seminario de graduación por tener muchísima paciencia y por darnos muchísimos ánimos que nos brinda con mucha frecuencia con todos los inconvenientes que hemos tenido a lo largo de este arduo trabajo.

Agradezco la colaboración brindada y la disposición que ha tenido además de la ayuda en la elaboración de este documento y la disponibilidad del tiempo que nos ha dedicado.

Alexander José Álvarez, quien me ha acompañado en cada momento de cansancio y desánimo, él ha sido el único que ha dado fuerzas para seguir adelante me ha dado consejos para no darme por vencida al final.

Fátima Nadezhda Zamora Chavarría



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA
CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DE MATAGALPA
RECINTO "MARIANO FIALLOS GIL "
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS, TECNOLOGIA Y SALUD

Matagalpa, 27 de enero del 2010

MSc. Virginia López Orozco.
Directora del Departamento de Ciencias Tecnología y Salud
CURMAT Unan – Managua.

Estimada MSc. López.

Por medio de la presente estoy enviando carta aval del presente trabajo como forma de culminación de estudio para la carrera de Ciencias de la Computación, el cual fue realizado de acuerdo a las normativas establecidas en el Reglamento de Régimen Académico del plan 1999, para los seminarios de graduación cuyo tema es: *Comercio Electrónico*, bajo el subtema de: *Prototipo de Comercio Electrónico diseñado con StoreFronts Oscommerce para la Tienda Exclusividades Egda, de la ciudad de Matagalpa, en el periodo 2009*, el cual ha cumplido con todos los requisitos exigidos en todo proceso investigativo.

Por lo tanto dicho trabajo, se encuentra listo para su defensa ante el tribunal examinador que sea designado por la dirección.

Autores del subtema:

Br.	Gilma Massiel Loáisiga Sáenz.	Carne No. 03-43320-4
Br.	Fátima Nadesda Zamora Chavarria.	Carne No. 04-63611-4

Sin más que agregar, le saluda.

Atentamente,

Lic. Indiana Delgado García.
Docente Seminario de Graduación.
Cedula No. 441-020967-0001U.
E-mail: indelgar@yahoo.com, idelgado@unan.edu.ni



RESUMEN

En el siguiente trabajo de investigación se presenta un Prototipo de Comercio Electrónico de la tienda Exclusividades Egda en la ciudad de Matagalpa. Haciendo uso de StoreFronts Oscommerce, para la elaboración del diseño del comercio. Además se presentan las ventajas que trae el comercio para ofrecer cada productos de la tienda ya que se podrá distribuir de formas más rápida y eficaz.

La ciencia de la computación ha venido transformándose a través de los años y en su etapa de evolución ha desarrollado varias ramas entre las cuales se encuentra el comercio electrónico. El presente trabajo investigativo se ha realizado sobre esta temática con lo que se pretende que todos los lectores se den cuenta sobre la importancia y uso del Comercio Electrónico como una estrategia de negocio para las pequeñas empresas, específicamente diseñadas con el **StoreFronts Oscommerce**.

Se presentan las alternativas para la implementación de este prototipo, los beneficios que presenta la automatización, sirven de ayuda al negocio a ampliar la cobertura del mercado a través de la red y darnos la posibilidad de crear nuevas relaciones así como extender aquellas existentes mas allá de lo que tradicionalmente era permitido.



I. INTRODUCCION

El comercio electrónico se conoce como la compra y venta de productos o de servicios a través de Internet, la cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido extraordinariamente, pues con este los clientes pueden adquirir productos desde la comodidad de su hogar u otra parte donde tengan acceso a Internet.

Las nuevas tecnologías han cambiado la forma de trabajo en nuestra vida cotidiana solucionando eficientemente tareas que anteriormente llevaban más tiempo y dinero. Una de esas nuevas tecnologías que han sido de gran utilidad en el trabajo y en el campo de los negocios es el *Comercio Electrónico*, el cual ofrece la posibilidad de modificar radicalmente las expectativas de los clientes y redefinir las nuevas formas de hacer negocio a través de la tecnología de la información y la comunicación.

El comercio electrónico ha tenido un gran auge para la economía de grandes, pequeñas y medianas empresas a nivel mundial y que poco a poco va logrando campo en Nicaragua, de cierta forma se han desarrollado gracias a la aceptación que ha tenido el comercio mediante el Internet, además es una forma de comercializar los productos o insumos que se producen a nivel internacional logrando así una mejor rentabilidad de compra para los usuarios.

El Prototipo de Comercio Electrónico se diseñara con el Storefronts Oscommerce que es libre, en la actualidad la tienda Exclusividades Egda, tiene mucha competencia y se esta optando por el Comercio Electrónico como una estrategia de negocio para hacerle frente a sus competidores y fidelizar a los clientes en la venta de sus accesorios al facilitar un medio cómodo, rápido y seguro.

Para la elaboración de dicho prototipo se aplicaron una serie de entrevista y encuestas. Además se recopilo información teórica para fundamentar los aspectos relacionados a los temas abordados en el Prototipo de Comercio Electrónico de la tienda.



II. JUSTIFICACION

Se estará llevando a cabo el diseño de un prototipo de Comercio Electrónico mediante el cual se ampliara la cobertura de mercados a través de la red, y dándose la posibilidad de crear nuevas relaciones, así como extender aquéllas existentes más allá de lo que tradicionalmente era posible.

Con este prototipo el gerente y propietario de la tienda “EXCLUSIVIDADES EGDA” Podrá llegar a un segmento de mercado más amplio y aumentara su clientela al tener su negocio a disposición durante los 365 días del año, durante las 24 horas al servicio del cliente al momento que este desee realizar una transacción de compra.

Además dicho prototipo de Comercio Electrónico será diseñado de tal forma que va a proporcionar la seguridad necesaria para que el cliente usuario de Internet tenga la plena confianza de que sus datos personales y su número de cuenta o tarjeta no sean violados por otras personas ajenas al servicio de Comercio Electrónico.

Con la creación de este prototipo, la información planteada en dicho trabajo estará al servicio tanto de alumn@s como docentes para futuras investigaciones y además esto nos permitirá optar al título de Lic. En Ciencias de la Computación.



III. OBJETIVOS.

Objetivo General:

- Diseñar un prototipo de Comercio Electrónico con el StoreFronts Oscommerce para la tienda “EXCLUSIVIDADES EGDA” de la ciudad de Matagalpa, durante el periodo del 2009.

Objetivos Específicos:

- Estudiar el negocio.
- Recopilar información acerca de lo qué es el Comercio Electrónico.
- Mencionar la importancia y beneficios del Comercio Electrónico para la tienda EXCLUSIVIDADES EGDA de la ciudad de Matagalpa.
- Estudiar las herramientas y programas de software a utilizarse en el desarrollo del prototipo de Comercio Electrónico.
- Investigar las políticas y procedimientos de seguridad informática para la implementación del Comercio Electrónico en las transacciones.
- Realizar un estudio de factibilidad para ver la viabilidad del comercio electrónico para la tienda exclusividades Egda.
- Proporcionar un documento que servirá como fuente bibliográfica para la realización de futuras investigaciones.



IV. DESARROLLO

4.1- Conceptos Básicos:

Define Prototipo: “Un prototipo es una representación limitada del diseño de un producto que permite a las partes responsables de su creación experimentar, probarlo en situaciones reales y explorar su uso. Un prototipo puede ser cualquier cosa, desde un trozo de papel con sencillos dibujos a un complejo software.” (Lacalle Alberto, 2006)

4.2- Comercio Electrónico:

El comercio es conocido por todos como una actividad ancestral del ser humano que ha venido teniendo cambios a lo largo de los años. Sin duda el comercio electrónico representa una ventana de oportunidades. En el país se está dando los primeros intentos para promover esa actividad comercial.

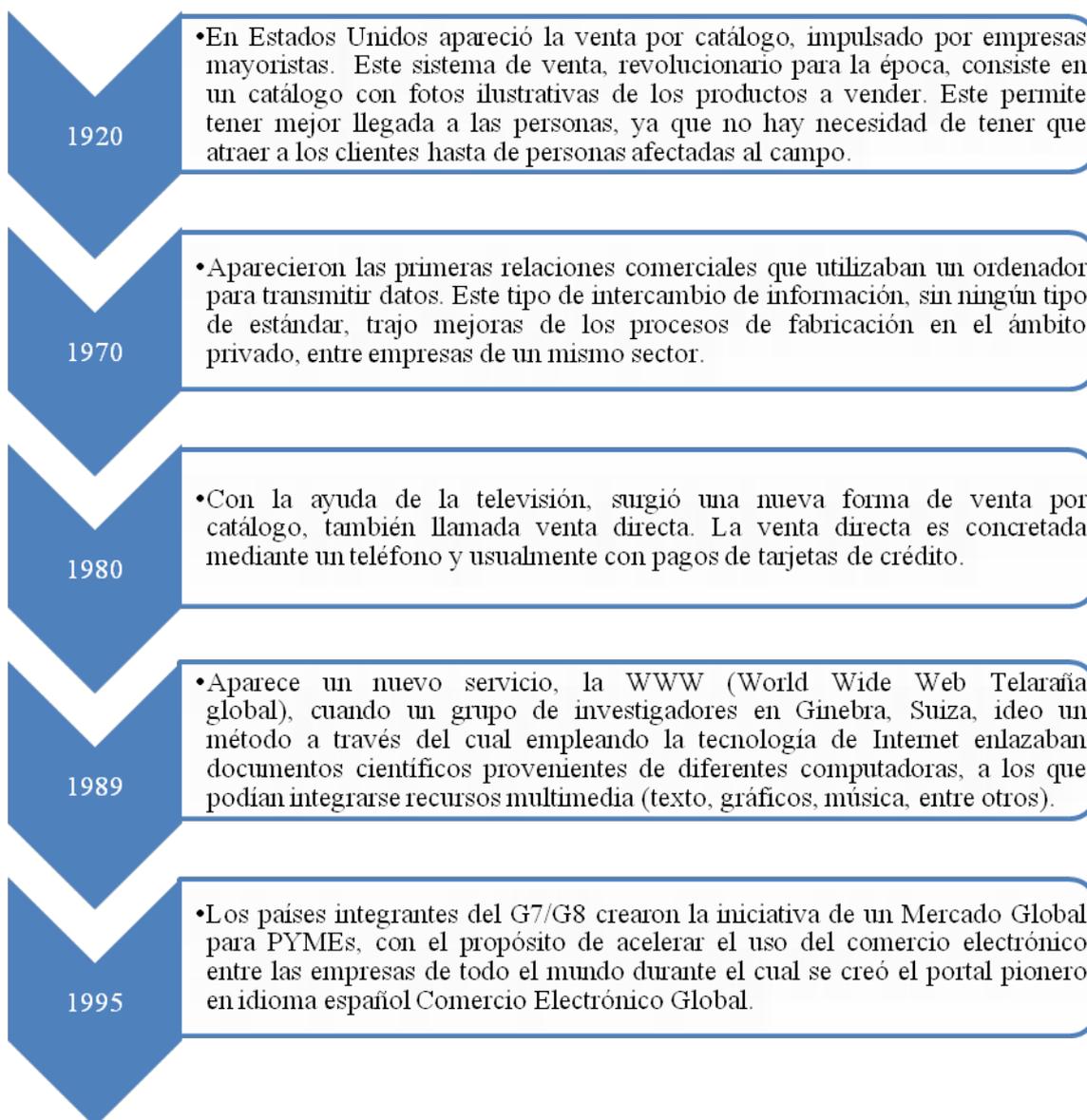
Algunas de las muchas definiciones que se encuentran son:

- "Es la aplicación de la avanzada tecnología de información para incrementar la eficacia de las relaciones empresariales entre socios comerciales". (Automotive Action Group in North America).
- "La disponibilidad de una visión empresarial apoyada por la avanzada tecnología de información para mejorar la eficiencia y la eficacia dentro del proceso comercial." (EC Innovation Centre).
- "Es el uso de las tecnologías computacional y de telecomunicaciones que se realiza entre empresas o bien entre vendedores y compradores, para apoyar el comercio de bienes y servicios. [2]"

El comercio electrónico en pocas palabras es vender los productos de un determinado cliente usando como medio el Internet con el propósito de comercializar y a dar a conocer los productos o insumos que una empresa o compañía distribuye al público en general.



4.3- Origen y Evolución Histórica:



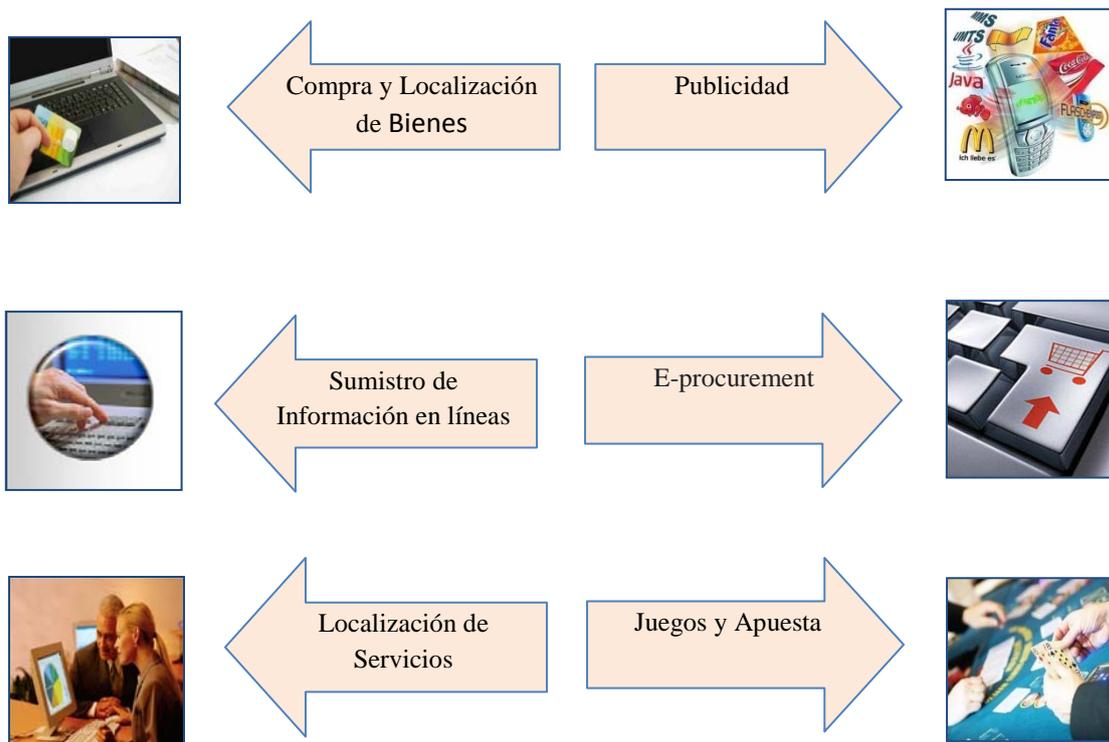
El comercio aparece desde que comienzan las relaciones humanas y el hombre se da cuenta de que no es autosuficiente. Por lo tanto necesita intercambiar bienes o servicios con otros para asegurar su propia subsistencia.



4.4- Comercio Electrónico en Internet:

Es el sistema global que, utilizando redes informáticas y en particular Internet, permite la creación de un mercado electrónico (es decir operado por computadoras), a distancia de todo tipo de productos, servicios, tecnologías y bienes, y que incluye todas las operaciones necesarias para concretar operaciones de compra_venta, incluyendo matching, negociación, información de referencia comercial, intercambio de documentos, acceso a la información de servicios de apoyo (aranceles, seguros, transportes, etc.) el banking de apoyo y todo en condiciones de seguridad y confidencialidad necesarios.

4.5- Transacciones que pueden realizarse por Internet





4.6 Sitios Web Comerciales

El Comercio Electrónico (e-commerce) está de moda, y no sólo es una novedad tecnológica; ha venido para quedarse es más para cambiar de modo radical la forma cómo son y cómo funcionan las empresas.

El concepto de Tienda Virtual representa el intento de trasladar la "operativa" comercial habitual de un comercio tradicional a "Internet". Una Tienda virtual no es más que el medio para hacer negocios en Internet y no un fin en sí mismo.

Cada día están surgiendo nuevas iniciativas e ideas al respecto, incluso existen proveedores que ofrecen herramientas que permiten construir la tienda virtual "al vuelo" desde el ordenador del cliente. Adicionalmente, temas como la promoción de nuestra nueva tienda y las técnicas para atraer visitantes a ella influirán en el éxito de la tienda.

Existen páginas web a través de las cuales se pueden comprar los artículos más admirables, a continuación se presentan algunos de los sitios encontrados:

Página Web	Especificación
www.todomarico.com	El mejor marisco de Galicia.
www.hugestore.com	Todo tipo de prendas de vestir.
www.pfizer.com	A la venta, productos de farmacia.
www.barrabes.com	Venta de artículos de deporte.
www.postalycard.com	Comprar y mandar postales personalizadas.
www.petsmart.com	Venta de todo tipo de mascotas.
www.mossad.net/la-tienda	Venta de artículos de espías.
www.hugestore.com	Todo tipo de prendas de vestir.



4.7- Generaciones de Ventas a través de la Red:

A pesar de la corta historia del comercio electrónico, ya es posible hablar de tres diferentes etapas en su evolución:

<p>Primera Generación: Se empezó con un simple formulario.</p>	<p>Un simple formulario es capaz de recoger la orden y enviársela por correo electrónico al vendedor. Sin embargo, cuando el número de productos a vender excede de tres o cuatro se hace imposible presentarlos, junto con sus descripciones y los datos del comprador, en una misma página.</p>
<p>Segunda Generación: El siguiente paso fue el llamado carro de la compra.</p>	<p>La tienda puede presentar un número infinito de productos, cada uno de ellos en su propia página, y el cliente únicamente tiene que ir señalando los que desea comprar. El sistema es capaz de calcular no sólo los precios totales sino también las tasas de envío, impuestos y cambio de moneda.</p>
<p>Tercera generación: Nos presenta auténticos almacenes electrónicos con amplias funciones de administración y trato personalizado para cada cliente.</p>	<p>Sin necesidad de conocimientos de programación y con tan sólo su habitual navegador el propietario es capaz de realizar todo tipo de tareas de actualización de mercancía: añadir, borrar u ocultar temporalmente productos, cambiar precios, establecer concursos, descuentos o promociones, recoger pedidos seguros, trabajar fácilmente con cuentas e inventarios existentes, e incluso manipular imágenes</p> <p>Como se ha descrito, dichas generaciones han venido transformando la forma de comercializar y de hacer más atractivo este proceso al cliente la venta por Internet y que en cierta manera a modernizado y ha hecho mas sencillo dicho actividad.</p>

Nuestro Prototipo de Comercio Electrónico de la tienda Exclusividades Egda de la ciudad de Matagalpa, pertenece a la Tercera Generación, ya que permitirá al administrador de la tienda virtual realizar una serie de actividades tales como: Agregar, Eliminar productos, cambiar precios, realizar descuentos o promociones, recoger pedidos seguros, trabajar fácilmente con cuentas, inventarios existentes, e incluso manipular imágenes.





4.8- Tipos de Relaciones que pueden presentarse

El Comercio Electrónico es algo nuevo para las diferentes transacciones empresariales que se realizan y se enfoca principalmente en la necesidad percibida tanto para las empresas como para sus clientes en disminuir los costos de los bienes y servicios. Las actividades de manejo de información que pueden realizarse en el Comercio Electrónico mediante transacciones empresariales pueden clasificarse de la siguiente manera:

4.8.1 *Transacciones entre una Empresa y sus Clientes:* Mediante una red pública de telecomunicaciones (en este caso la utilización del teléfono y el módem) esto con el propósito de realizar compras desde el hogar o el banco en su casa utilizando técnicas de cifrado para manejar los aspectos de seguridad y dinero electrónico.

4.8.2 *Transacciones con Socios Comerciales usando EDI:* En donde los involucrados hacen un intercambio de información de manera electrónica y sin necesidad de la intervención humana.

4.8.3 *Transacciones para la obtención de información:* Investigación de mercados utilizando exploradores de códigos de barras, tratamiento de información para la toma de decisiones directivas o la solución de problemas organizativos, y la manipulación de información para la organización de operaciones, como la administración de la cadena de proveedores de una empresa.

4.8.4 *Transacciones para la distribución de información con clientes potenciales,* tales como mercadeo, publicidad, y ventas interactivas.

Para que un Comercio Electrónico sea viable es fundamental y necesario que exista una buena conexión entre los participantes (compradores _vendedores), y esto es posible a bajo costo mediante el Internet. (Campitelli, Adrian, Rosso y César Luis, s f).



4.9 Ventajas del Comercio Electrónico:

El Comercio Electrónico trae ventajas tanto para los clientes como para las empresas, además de ofrecer variadas oportunidades de negocio para los proveedores. Dentro de las ventajas para los clientes tenemos:

4.9.1 Ventajas para el Cliente

- Abarata costos y precios.
- Un medio que da poder al consumidor de elegir en un mercado global acorde a sus necesidades.
- Brinda información pre-venta y posible prueba del producto antes de la compra.
- Inmediatez al realizar los pedidos.
- Servicio pre y post-venta On-line.
- Reducción de la cadena de distribución, lo que le permite adquirir un producto a un mejor precio.
- Mayor interactividad y personalización de la demanda.
- Información inmediata sobre cualquier producto, y disponibilidad de acceder a la información en el momento que así lo requiera.
- Permite el acceso a más información. [3]

4.9.2 Ventajas para el Negocio

- Mejoras en la distribución.
- Comunicaciones de mercadeo.
- Beneficios Operacionales.
- Permite acceso a más información.
- Facilita la investigación y comparación de mercados.
- Reducción en los costos y precios.



4.10 - Tecnologías que se Emplean

Para que un sitio Web de Comercio Electrónico pueda brindar todos sus servicios y sobre todo para que atraiga una gran cantidad de clientes es necesario utilizar un amplio rango de tecnologías dentro de las cuales tenemos:

- Intercambio Electrónico de Datos (**EDI**-Electronic Data Interchange).
- Correo Electrónico (E-mail o Electronic Mail).
- Transferencia Electrónica de Fondos (**EFT**- Electronic Funds Transfer).
- Aplicaciones Internet: Web, News, Gopher, Archie.
- Aplicaciones de Voz: Buzones, Servidores.
- Transferencia de Archivos.
- Diseño y Fabricación por Computadora (**CAD/CAM**).
- Multimedia.
- Tableros Electrónicos de Publicidad.
- Videoconferencia.



4.11 Categorías del Comercio Electrónico

El comercio electrónico, según los agentes implicados, puede subdividirse en las siguientes categorías:

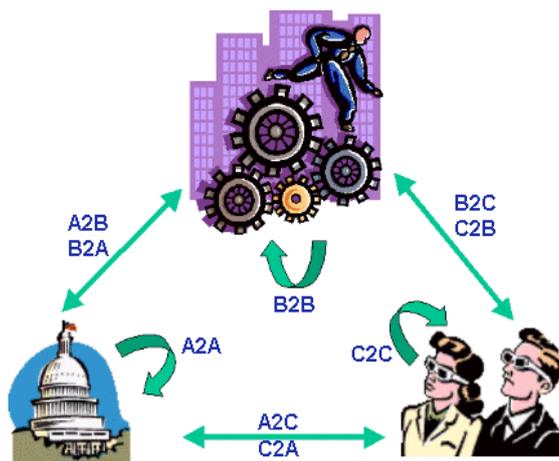


FIGURA NO. 1 Categorías de Negocio

4.11.1 COMPAÑÍA – COMPAÑÍA (B2B).

Esta categoría está basada en el Comercio Electrónico de Empresa a Empresa o Negocio a Negocio. Además se refiere a una compañía que hace uso de una red para hacer órdenes de compra a sus proveedores, recibir facturas y realizar los pagos correspondientes. Esta categoría ha sido utilizada por muchos años, particularmente haciendo uso de EDI ("Electrónica Data Interchange") sobre redes privadas o redes de valor agregado.



Algunas de las ventajas que aporta el B2B para los compradores son:

- Posibilidad de recibir mayor número de ofertas.
- Despersonalización de la compra con lo que se evitan posibles tratos de favor.
- Abaratamiento del proceso: Menos visitas comerciales, proceso de negociación más rápido, etc. Por tanto, los compradores pueden pedir una reducción de precios en virtud del menor coste de gestión.

4.11.2 COMPAÑÍA-CLIENTE (B2C)

Esta categoría es la más conocida por el público, ya que en esta se busca la venta de un producto final a un consumidor, es decir que va dirigido a cualquier persona que tenga acceso a Internet y desee adquirir cualquier producto del sitio que le ofrezca el artículo deseado. También este tipo de Comercio Electrónico a tenido gran éxito a la repuesta que se les da a los clientes, tales como:

- Medios de pago: ¿con VISA, contra reembolso, teléfono móvil?
- Formas de envío: ¿un operador logístico o varios?
- Impuestos: ¿qué pasa con los clientes internacionales?
- Plazos de entrega: no es lo mismo una Pizza que un billete de avión (tiempo en que tarda la entrega del producto al consumidor final).
- Garantía: si compro en Internet ¿a quién recorro si sale algo mal?
- Devoluciones de material: ¿como funciona la logística inversa?
- Servicio postventa: ¿vale con poner un email para reclamaciones?
- Protección de datos: ¿cómo cumplir la LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información)?

El prototipo de Comercio Electrónico que se esta realizando a la Tienda “Exclusividades Egda”, pertenece a esta categoría, donde se promoverán los productos que son adquiridos por nuestros proveedores, donde nuestro clientes podrán encontrar variedad de joyas que ofrece la empresa.



4.11.3 COMPAÑÍA-ADMINISTRACIÓN (B2G).

Este se da entre las empresas y el gobierno (Business to Government) y consiste en mejorar los procesos de negociación que se realizan entre estos, mediante el uso de Internet y se aplica a sitios especializados con la relación de administración pública.

4.11.4 CLIENTE-ADMINISTRACIÓN (C2G).

Esta categoría todavía no ha nacido pero se espera que a partir del surgimiento de las categorías *compañía - cliente* y *compañía - administración*, mediante el nacimiento de esta nueva categoría el gobierno haga una extensión para efectuar interacciones electrónicas como serían pagos de asistencia social y regreso de pago de impuestos.

Es decir se trata de sitios que permiten que las personas naturales o las empresas interactúen con los gobiernos nacionales o estatales y que a través de ellos se paguen algunos impuestos, multas, servicios públicos, se participe en licitaciones públicas o privadas, se obtengan licencias y se hagan otros trámites gubernamentales.

4.11.5 CONSUMIDOR-CONSUMIDOR (C2C).

En esta categoría se da lo que se conoce como subastas ya que usuarios particulares pueden vender sus productos a otros usuarios del sitio de Comercio Electrónico, un ejemplo claro de este es *ebay.com*, donde las personas pueden ofertar cualquier producto por muy insólito que parezca y es vendido al mejor postor. Un método sencillo para que las empresas se inicien en el comercio electrónico consiste en colocar una oferta especial en el sitio Web y permitir a los clientes realizar sus pedidos online. No es preciso hacer los pagos vía electrónica.



4.12 Algunas Tecnologías requeridas para la Implementación del Comercio Electrónico en Internet:

Para poder implementar el Comercio Electrónico en Internet es necesario hacer uso de ciertas tecnologías que favorecen la buena funcionalidad del mismo. Dentro de estas tecnologías tenemos:

- **MySQL**: Es la base de datos Open Source más popular y posiblemente, mejor del mundo. MySQL es un sistema de administración de bases de datos multiusuario y multihilo (Database Management System, DBMS) para bases de datos relacionales, es decir no es más que una aplicación que permite gestionar archivos llamados de bases de datos.
- **Servidor HTTP Apache**: Es un servidor web HTTP de código abierto para plataformas Unix (BSD, GNU/Linux, etc.), Windows, Macintosh y otras, que implementa el protocolo HTTP/1.1 y la noción de sitio virtual.
- **OsCommerce**: (de Open Source Commerce): Es una aplicación de comercio electrónico su código es gratis se puede utilizar para realizar modificaciones.
- **PHP**: Es un lenguaje de programación interpretado, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas.

4.13 MODELOS DE NEGOCIOS EN INTERNET.

4.13.1 MODELO DE STOREFRONT (MODELO DE VITRINA, TIENDA VIRTUAL):

El módulo “**StoreFront**” es la sección del sistema que se encarga de implementar la funcionalidad de “tienda”, de ahí su nombre (Store = tienda, front = frente). El componente de StoreFront en forma electrónica, maneja, automatiza e integra todos los procesos de venta a las infraestructuras internas de las empresas y provee una tienda virtual abierta para expandir los canales de venta por medio de la Web.



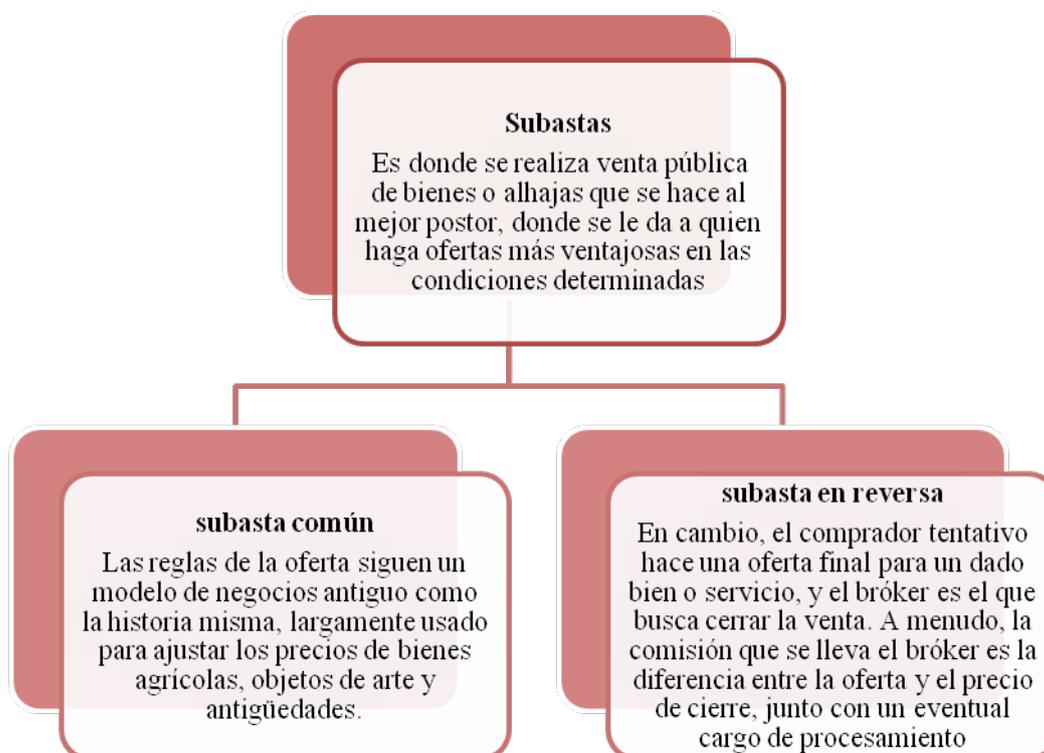
4.13.2 Tiendas Virtuales

Tienda Virtual, puede ser constituido por el propio comerciante, y que consiste, en su forma más simple, en hacer presencia en la Web a través de páginas web mostrando la gama de productos de la empresa. Este modelo se simplifica aún más cuando el comerciante arrienda un dominio en cualquier servidor de Internet, por que no necesita desplegar recursos propios.

4.13.3 Ventas en línea o e-commerce.

La forma "tradicional" de las ventas en línea es la conocida tienda virtual, e-store, cybertienda. En estas tiendas, los clientes interesados visitan el sitio, observan la oferta y si algo les atrae y quieren comprarlo, lo pasan a su "**Carrito de Compra**" y dan click en el botón comprar, por lo general, llenan un formulario en el cual se les solicitan datos personales y crediticios (tarjeta de crédito), estos datos pasan a la entidad que certifica la transacción, encriptados a través de la red, se aprueba la transacción y se carga a la tarjeta el monto, finalmente se realiza el envío del producto.

4.13.4 MODELOS DE SUBASTA (AUCTION MODELS)





4.13.5 MODELO DE PORTAL

- **Portal Generalizado:** Generalmente se trata de millones de visitas por mes, generado por contenidos diversos o servicios (ej. buscadores como Yahoo, AltaVista, etc.).
- **Portal Personalizado:** La naturaleza genérica de un portal personalizado demanda lealtad del usuario. Esto lleva a la creación de portales que permitan personalizar el contenido.
- **Portal Especializado:** En este caso el volumen es menos importante que una base bien definida. Esto quiere decir que el portal esta dedicado específicamente a un solo servicio.

4.13.6 MODELOS DE PRECIOS DINÁMICOS.

El precio destaca por ser el factor que más influye a la hora de comprar una gran cantidad de productos en Internet. Esto hace que en Internet, más que en ningún otro medio, se deba poner especial cuidado en la determinación de una política de precios correcta, por que este es el factor que llama principalmente la atención del comprador. [4].

4.13.7 INTERCAMBIOS B2B

B2B (Business-to-Business): Es la transmisión de información referente a transacciones comerciales electrónicamente, normalmente utilizando tecnología como la Electronic Data Interchange (EDI), presentada a finales de los años 1970 para enviar electrónicamente documentos tales como pedidos de compra o facturas.

Más tarde pasó a incluir actividades que serían más precisamente denominadas "Comercio en la red", como la compra de bienes y servicios a través de la World Wide Web vía servidores seguros (véase HTTPS, un protocolo de servidor especial que cifra la realización confidencial de pedidos para la protección de los consumidores y los datos de la organización) empleándose servicios de pago electrónico como autorizaciones para tarjeta de crédito o monederos electrónicos.



Ventajas del B2B

- Rapidez y seguridad de las comunicaciones.
- Integración directa de los datos de la transacción en los sistemas informáticos de la empresa.
- Posibilidad de recibir mayor número de ofertas o demandas, ampliando la competencia.
- Despersonalización de la compra con lo que se evitan posibles tratos de favor.

4.13.8 SERVICIOS DE NOTICIAS ONLINE

Las noticias online integran texto e información audiovisual, lo que supone un nuevo reto para los comunicadores. Estamos hablando de websites donde las empresas de comunicación deben elegir el mejor soporte (texto, audio, video, etc.) para cada evento, y así establecer un mejor servicio al cliente.

4.13.9 SERVICIOS DE VIAJE EN LÍNEA

Agencias de viajes virtuales:

Nacen debido al mayor uso de Internet, de esta tendencia surgen los sistemas rápidos de reservas basados en páginas web. Ej. www.expedia.com que opera con WORLDSPAN. Las agencias tradicionales las ven como una fuerte amenaza y comienzan a incorporar esta modalidad ofreciendo, además de los servicios directos, servicios a través de Internet. Esta modalidad presenta dos grandes problemas que actualmente están siendo solventados: El pago y la Privacidad de la información. [5]

Antes de la Internet, las agencias de viajes fueron la principal fuente de información y facilitar las reservas dentro de la industria de viajes. Sin embargo, la aparición de la Red de popularidad ha repercutido seriamente sobre el futuro éxito de un teléfono o cara a cara, basada en la agencia de viajes. Internet ahora permite a los individuos la capacidad de planificar y reservar sus viajes.



4.14 MODELOS PARA OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS

4.14.1 E-Commerce

El e-commerce origina muchos tipos nuevos de modelos de negocio y reinventa algunos modelos ya usados. Oscommerce es una solución de Comercio Electrónico desarrollada por la comunidad OpenSource. Publicar sus productos y servicios en Internet es ahora rápido, sencillo y accesible.

4.14.2 E-Business

El e-business, engloban a toda una serie de modelos de negocio basados en tecnología Internet encaminados a mejorar las relaciones comerciales entre empresas, cadenas de aprovisionamiento, mercados verticales y un largo etcétera de posibilidades. En última instancia un sistema de e-business puede tomar múltiples formas y es la empresa quien debe decidir la mejor o más adecuada según sus necesidades.

4.14.3 Aprendizaje Electrónico (e – Learning)

El **e-learning**, es un concepto de educación a distancia en el que se integra el uso de las tecnologías de la información y otros elementos pedagógicos (didácticos) para la formación, capacitación y enseñanza de los usuarios o estudiantes en línea, es decir, se puede entender como una modalidad de aprendizaje dentro de la Educación a distancia y se define como e-learning. Utiliza herramientas y medios diversos como Internet, intranets, CD-ROM, producciones multimedia (Textos, imágenes, audio, video, etc.), entre otros... Literalmente e-learning es aprendizaje con medios electrónicos: enseñanza dirigida por la tecnología.

Enseñanza a distancia caracterizada por una separación espacio_temporal entre profesorado y alumnado (sin excluir encuentros físicos puntuales), entre los que predomina una comunicación de doble vía asíncrona, donde se usa preferentemente Internet como medio de comunicación y de distribución del conocimiento, de tal manera que el alumno es el centro de una formación independiente y flexible, al tener que gestionar su propio aprendizaje, generalmente con ayuda de tutores externos. [6]



4.15 SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

La seguridad en el Comercio electrónico y específicamente en las transacciones comerciales es un aspecto de suma importancia. Para ello es necesario disponer de un servidor a través del cual toda la información confidencial es encriptada y viaja de forma segura, esto brinda confianza tanto a proveedores como a compradores que hacen del comercio electrónico su forma habitual de negocios.

4.15.1 ASPECTOS VULNERABLES DE LA SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Los aspectos vulnerables que se dan en este tipo de comercios están relacionados con la tecnología que emplean y su naturaleza interactiva los cuales se detallan a continuación:

4.15.1.1 Entorno empresarial y tecnológico cambiante: Esto se refiere a que muchas empresas y clientes tiene la voluntad de cambiar según su deseo de socios comerciales, plataformas y redes lo que implica un gasto a los mismos, tomando en cuenta que una empresa necesita como mínimo tener una Computadora Personal con Sistema Operativo ya sea Windows o Linux, un modem, suscripción con un proveedor de internet, una línea telefónica, etc. Pero para poder brindar una verdadera seguridad al sitio comercial es necesario usar un sistema para el intercambio electrónico de datos (EDI) con el proveedor o una intranet con sus diversas sedes.

4.15.1.2 Privacidad y Seguridad: Esta principalmente basada en que los usuarios no confían en la Web como un canal seguro de pago, pues en la actualidad, las compras se realizan utilizando el número de la tarjeta de crédito, lo cual no es seguro introducirlo en Internet sin conocimiento alguno. Esta problemática radica principalmente en que una persona que compra por Internet no puede estar segura de la identidad del vendedor ya que este no puede asegurarse que su número de tarjeta de crédito no sea robada para ser usada de manera maliciosa utilizando su identidad, pero tampoco el vendedor se salva que este no sabe si el dueño de la tarjeta crédito rechazará la adquisición.

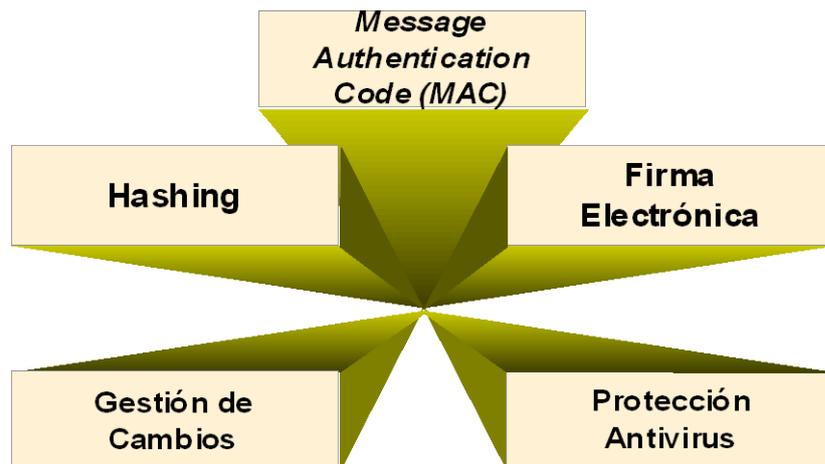


4.15.1.3 Cuestiones legales, políticas y sociales: En el Comercio Electrónico existen muchos aspectos abiertos dentro de los cuales están: *Validez de la firma electrónica, no repudio, legalidad de un contrato electrónico, violaciones de marcas y derechos de autor, pérdida de derechos sobre las marcas, pérdida de derechos sobre secretos comerciales y responsabilidades*. Por otra parte, deben considerarse las leyes, políticas económicas y censura gubernamentales. [6]

4.15.2 REQUERIMIENTOS DE SEGURIDAD PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

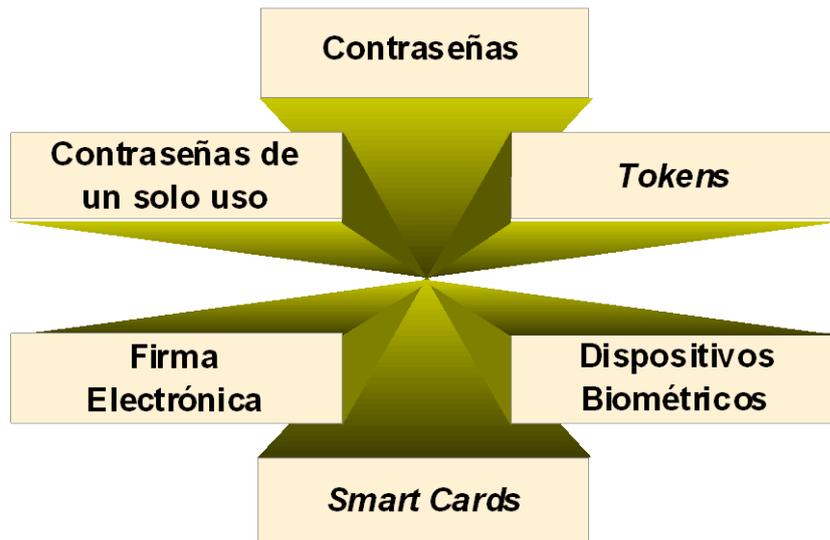
Debido al crecimiento de los sistemas de pago se ha generado o supuesto un mal asentamiento del Comercio Electrónico ya que existen diversos sistemas de pagos. Para evitar este mal asentamiento se han establecido unos criterios de seguridad que todo sistema de pago por medios no seguros. Estos criterios son los siguientes:

4.15.2.1 Integridad: Ningún dato puede ser manipulado ni durante ni después de la conexión. Debe por tanto darse en los datos enviados y en los recibidos. Se consigue con sistemas de encriptación como puede ser la firma digital o la emisión de certificados (aplicación del sistema de encriptación asimétrico RSA y el algoritmo unidireccional Hash).

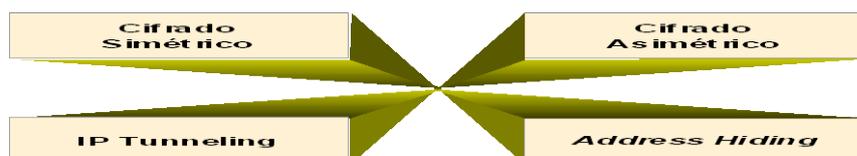




4.15.2.2 Autenticación: Se trata de la procedencia de los datos. Todas las entidades participantes en la transacción deben estar debidamente autenticadas antes de comenzar la compra. Dicha autenticación también se consigue con la firma digital, ya que es esta la que nos permite conocer gracias a las Autoridades de Certificación o terceras partes de confianza quién es el que realizó transacción (cliente), quién nos envió productos (proveedor), o quién entró en nuestras páginas o bases de datos.

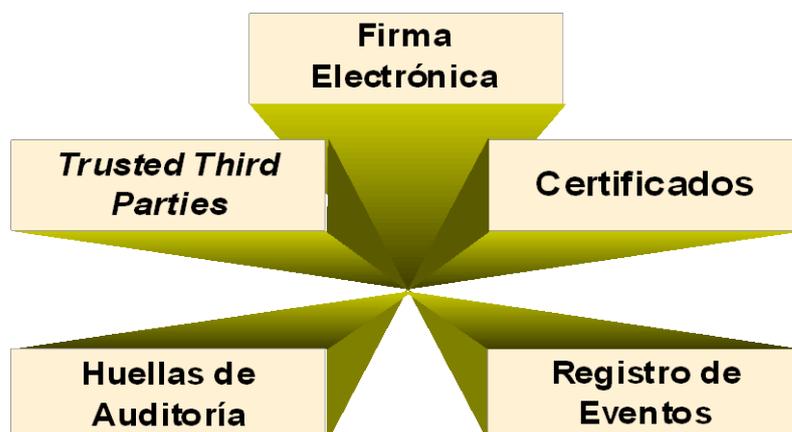


4.15.2.3 Confidencialidad: Orientada en el envío. Ninguna persona ajena a la transacción puede tener acceso a los datos. Más aún, las entidades implicadas en la compra no deberían conocer más datos que los indispensables para realizar su función. De este modo, el vendedor no tendría que tener acceso a los datos financieros del cliente y el banco tampoco debería conocer la lista de los artículos adquiridos. La confidencialidad se consigue con técnicas criptográficas (por ejemplo el sistema de encriptación simétrico DES) o con protocolos de comunicación seguros como el SSL (Secure Socket Layer).





4.15.2.4 No repudio: Es la no negación de lo realizado, enviado, recibido o contratado. Debe garantizarse que una vez finalizada la compra ninguna de las partes pueda negar haber participado en ella.



4.16 PROTOCOLOS DE SEGURIDAD PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Para que el Comercio Electrónico sea seguro y cumpla con los requerimientos anteriormente mencionados es necesario usar algunas aplicaciones que proporcionen esto, en este caso estamos hablando de algunos protocolos de seguridad tales como:

4.16.1 Protocolo SSL: Garantiza la confidencialidad por su encriptado y la autenticación gracias a un certificado digital. El protocolo SSL fue desarrollado por Netscape para permitir mayor seguridad:

- **Confidencialidad.** Proporciona sesiones de comunicación encriptadas.
- **Autenticación** del servidor.
- **Autenticación** de los clientes (opcional). Ej. Declaración de la renta por Internet.



Para realizar una comunicación segura utilizando SSL se tienen que seguir una serie de pasos:

1. **Solicitud de seguridad:** Por ejemplo, nos conectamos a un servidor mediante la URL: <https://...>
2. **Proceso de negociación** para establecer los parámetros del protocolo.
3. **Intercambio** de datos.
4. **Finalización** de la comunicación segura.

El sistema más utilizado en la actualidad para garantizar pagos seguros por Internet es el **SSL (Secure Socket Layer)**, un protocolo de seguridad que se ha convertido en un estándar de Internet y que viene incluido por defecto en los navegadores Microsoft Explorer y Netscape Navigator. Lo que permite una implantación sencilla del sistema de pago ya que el cliente puede comenzar a comprar sin tener que realizar ningún proceso de autenticación previa.

Para crear un sistema de pago electrónico basado en SSL es necesario conseguir un certificado electrónico para el Vendedor, generalmente este se obtiene a través de la empresa **VeriSign** (filial de RSA Data Security Inc. y principal Autoridad Certificadora mundial). Verisign está considerada por Microsoft y Netscape como CA de confianza por lo que por defecto viene activada en sus respectivos navegadores.

Una vez realizado el pago, el Vendedor obtiene el PIN (Personal Identification Number) de la tarjeta de crédito del cliente, pasando a continuación a ejecutar el pago a través del método de comunicación existente entre el vendedor y el banco, ya que de esta forma puede enviar estos datos a su entidad financiera que será capaz de realizar la transferencia bancaria.

Nuestro comercio electrónico estuvo trabajando bajo el protocolo SSL, y estaba alojado en el Dominio [https:// jensoftenterprise.com](https://jensoftenterprise.com), por lo que éramos un subdominio del dominio principal P/E. www.exclusividadesegda.jensoftenterprise.com nuestro sitio_web presento la seguridad necesario aunque no se muestre el <https://> del URL, no significa que no sea seguro.



Actualmente estamos alojado en el servidor de la UNI obteniendo las dirección <http://www.exclusividadesegda.com.ni>, pero el sitio web no esta trabajando bajo ningún protocolo de seguridad solo presenta la seguridad que por defecto ofrece Oscommerce en cualquier transacciones que se realice.

La desventaja con respecto al alojamiento del dominio **https:// jensoftenterprise.com**, No podemos obtener el protocolo SSL para nuestro sitio porque es una IP compartida, somos varios sitios web compartiendo una IP, con respecto al servidor de la UNI nuestro comercio esta alojado con una IP dedicada lo cual nos facilita contratar un servicio de certificación de seguridad ya sea SSL o SET de acorde a tipo de transacciones que se realicen en el sitio web..

4.16.2 Protocolo SET: Creado en Mayo de 1997 por Visa y MasterCard, garantiza los cuatro requisitos de seguridad. El estándar SET para transacciones electrónicas seguras utilizando tarjetas de crédito en redes abiertas como Internet fue desarrollado por Visa y MasterCard con la asesoría de empresas como IBM, Netscape y RSA entre otras.

SET: Pretende generalizar el uso de Internet como "El mayor centro comercial del mundo", para hacerlo SET fue diseñado para lograr:

- Confidencialidad de la información.
- Integridad de los datos.
- Autenticación de la cuenta del poseedor de la tarjeta de crédito.
- Autenticación del comerciante.

4.16.3 S-HTTP: Fue desarrollado para soportar una gran variedad de mecanismos de seguridad, incluyendo criptografía de llave privada y de llave pública, funciones de Hash y firmas digitales. Estos mecanismos pueden ser utilizados por separado o en combinación para brindar diferentes opciones de seguridad. [8]

4.16.4 HTTPS: Es utilizado principalmente por entidades bancarias, tiendas en línea, y cualquier tipo de servicio que requiera el envío de datos personales o contraseñas. La



confianza de HTTPS está basada en una Autoridad de Certificación superior que viene pre instalada en el software del navegador.

Los protocolos HTTPS son utilizados por navegadores como: Safari, Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera y Google Chrome, entre otros.

4.16.5 FIREWALL: Se define como un Software o Hardware que permite que sólo los usuarios externos que cumplen con ciertas características accedan a una red privada.

4.17 EL PAGO POR INTERNET

4.17.1 Contra reembolso: El cliente paga cuando recibe la mercadería. El comerciante debe verificar fehacientemente la dirección física del comprador y su disposición a la compra, para evitar costosos malentendidos. En el caso del Comercio electrónico que se esta realizando a la Tienda Exclusividades Egda, se utiliza contra reembolso para realizar las transacciones.

4.17.2 Cargos en Cuenta: (domiciliación). Suele emplearse para cargos periódicos o suscripciones, por ejemplo, el Boletín Oficial del Estado.

4.17.3 Tarjeta de Débito y de Crédito: Son el medio más popular y tradicionalmente usado en el comercio electrónico. Para el comprador supone el pago al momento de realizar la transacción (débito) o a posteriori, con o sin devengo de intereses (crédito). Para el vendedor, suponen un cobro rápido, a cambio de una comisión que le descuenta el banco.

4.17.4 Medios de pago específicos: Para el nuevo entorno del comercio electrónico, especialmente Internet. Por ejemplo: Tarjeta de crédito o débito, sólo utilizable para el comercio electrónico. Su uso es escaso. Intermediarios electrónicos para sistemas basados en tarjetas de crédito tradicionales:

- CyberCash.



- First Virtual.
- Moneda electrónica.
- En cualquiera de los casos, los medios de pago utilizados pueden ser de pago anticipado (prepago o "pay before"), inmediato ("pay now") o posterior ("pay after").

4.17.5 Tarjetas de Crédito y Débito:

Ampliamente usadas hoy en día como medio de pago en el comercio electrónico, las tarjetas de crédito y débito tradicionales han permitido la realización de transacciones comerciales en el nuevo medio a través de la utilización de los procedimientos de liquidación y pago preestablecidos.

4.17.6 Tarjetas Chip:

En pleno desarrollo, las tarjetas chip o tarjetas inteligentes son aquellas que poseen una capacidad de almacenar información en un chip que incorporan.

4.17.7 Cybercash:

Es un sistema de realización de transacciones en Internet mediante el uso de tarjetas de crédito.

4.17.8 First Virtual:

First Virtual (FV) es un sistema de pagos operado por First USA y EDS, basado en el mantenimiento de cuentas virtuales de clientes que se liquidan periódicamente contra tarjetas de crédito.

4.18 PASOS PARA MONTAR UNA EMPRESA VIRTUAL.

Actualmente muchas personas están optando por tener un sitio comercial en internet con el propósito de expandir más su negocio. Una cosa muy importante para tener un sitio comercial es cómo se va a montar, los pasos que generalmente se siguen se describen a continuación:

**1- Lo primero que se tiene que hacer es contratar un proveedor de servicios:**

Conocido por sus siglas ISP(Internet Service Provider) ya que esta será la empresa que nos facilitará la conexión.

2- Contratación de Servicio de Internet: Ya que este nos facilitará tener un gran ancho de banda para cubrir las miles de conexiones y agilizar el proceso de conexión. Utilizando la capacidad adecuado de acorde a las necesidades.**3- Contratación de un dominio:** Esto implica tener un nombre para nuestro sitio el cual debe corresponder o aproximarse al nombre real del negocio. Dentro de estos dominios encontramos los de un país **.ni** para Nicaragua por ejemplo, **.com** para actividades comerciales.**4- Diseño y construcción del Sitio Web:** El diseño es algo muy importante para el sitio ya que serán muchos clientes que lo visitarán, por lo cual este funciona como carta de presentación para la empresa.**5- Solicitud para la Certificación Digital:** Esto con el propósito de operar con tranquilidad dentro del mercado digital. Además el certificado digital es el documento de identidad digital necesario para:

- Identificarse delante de terceros.
- Firmar documentos electrónicamente.
- Evitar la suplantación de identidad.
- Proteger la información tramitada.
- Asegurar la irrefutabilidad de los compromisos adquiridos.

También es importante mencionar que para montar un Sitio Comercial con éxito es necesario definir otros criterios tales como lo que afirma Gino Dantes:

- **La forma de pago:** Se debe mostrar muchas opciones de pago incluyendo los pagos convencionales y por tarjeta de crédito para poder adecuarse a lo que el cliente tiene.
- **Control de los clientes:** Esto se puede hacer mediante el uso de un programa de correos lo mejor es utilizar un programa de listas de correo para administrar los prospectos y clientes, una buena manera de hacerlo es creando un boletín electrónico en el sitio.



- **Una buena Carta de ventas o presentación:** Consiste en explicar con mayor detalle las características de un producto para atraer y obtener mayores clientes.
- **Promoción:** Parte importante para el sitio ya que si no se da a conocer no podrá tener clientes lo que conlleva una pérdida de dinero por lo cual es necesario buscar formas y métodos adecuados de promoción y divulgación.

4.19 CONDICIONES ACTUALES DEL NEGOCIO

En las condiciones actuales se describen a detalle si existen equipos computacionales y si cumple con las condiciones eléctricas, computacionales y de instalaciones físicas.

“Exclusividades Egda” esta ubicada de la Alcaldía Municipal de Matagalpa ½ cuadra al Norte. No cuenta con un local propio, el espacio es bien reducido, no tiene Aire Acondicionado, posee una pequeña mini oficina donde se encuentra una computadora personal, el sitio posee condiciones eléctricas en buen estado, evitando cualquier riesgo técnico.

El negocio actualmente consta con una computadora Portátil, de uso personal que es utilizada para realizar los pedidos de la mercadería, lo cual el propietario los realiza haciendo uso de Internet, además de llevar el registro y control de ventas e inventario del negocio.

Las características de la Laptop son las siguientes:

- Marco HP
- Disco duro de 180 GB
- Memoria RAM de 2 GB
- Procesador Intel Core de 2.00GHz.

Referentes a Software, tiene instalado el Sistema Operativo Windows Vista Home Premium con un paquete de Office 2007: llevan registros de entrada y salida de mercadería en Hojas de Cálculo de Microsoft Office Excel 2007 y Procesador de texto como Microsoft Word, estos prestan las condiciones para realizar un mejor y eficaz



trabajo que brinde información en tiempo y forma para la toma de decisiones. Además de contar con el servicio de Internet.

La persona responsable del área del negocio y la que lleva actualmente el manejo de solicitudes de los pedidos, registro y control posee conocimientos básicos de operador en microcomputadora, así que no se le dificulta el manejo de la computadora.

4.20 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

En general los análisis de factibilidad más profundos, o los estudios de factibilidad, se completan durante la fase de diseño de sistemas, durante la consideración de la evaluación de las diferentes alternativas de solución propuestas.

Los estudios de factibilidad consideran la factibilidad técnica, económica, ambiental y operacional de cada alternativa, así como si el proyecto es o no apropiado.

Se usa el estudio de factibilidad para recopilar datos burdos para la administración, para que a su vez les permitan tomar una decisión si se desea continuar con el estudio del sistema.

El éxito de un proyecto esta determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los aspectos del estudio de Factibilidad.

Factibilidad Técnica: Evalúa si el equipo y software están disponibles (o, en el caso del software, si puede desarrollarse) y si tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se este considerando.

Factibilidad Económica: Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos para obtener los recursos básicos que deben considerarse, son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

Factibilidad Operacional: Se refiere a todos aquellos recursos donde intervienen algún tipo de actividad (procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto.



Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevar a cabo el proyecto.

Factibilidad Ambiental: “Los fabricantes de hardware deben cargar con un cierto grado de responsabilidad por el impacto ambiental del producto a través del ciclo de vida del mismo, desde la extracción de la materia prima, el uso del producto y la disposición última del mismo”. La idea es forzar al fabricante, para que a la hora del diseño, considere de igual importancia los aspectos económicos, estéticos y ambientales.

Factibilidad Legal: Determina cualquier infracción, violación o responsabilidad legal en que se podría incurrir por el desarrollo del sistema.

4.20.1 ALTERNATIVAS.

A continuación se presentan dos alternativas (*en Hardware y Software*).

Factibilidad Técnica.

4.20.1.1 Alternativa 1.

Considerando la condiciones actuales proponemos que se compre un equipo nuevo para dar el soporte necesario que se requiera, para poder administrar directamente el sitio desde ahí, a continuación mostraremos las especificaciones que presentara. Esta misma máquina se puede utilizar para el diseño de Sitio web y la administración que se pretenda para el mantenimiento del mismo.

Requisitos de Hardware.

Cantidad	Descripción
	PowerEdge T105 AMD® Sempron™ LE 1300; 2.3GHz,512K Cache Memoria DDR2 de 8GB, DDR2, 800MHz, 4x2GB,Dual Ranked DIMMs



1	Disco duro de 300GB 15K RPM Serial-Attach SCSI 3Gbps 3.5-in Cabled Tarjeta de interfaz de red Ethernet Giga bit de un sólo puerto Intel® PRO 1000PF, Cobre Módem Interno de 56K
----------	---

Requisitos de Software.

Descripción
<ul style="list-style-type: none"> • Antivirus Kaspersky Versión 7.1 • Sistema Operativo Windows XP Service Pack 2 para diseño y administración del sitio. • Wamp Server 5_1.7.3 (Para la instalación del comercio electrónico) • Oscommerce 2.2 (El StoreFronts cual se diseñara el comercio electrónico) • Photoshop CSS 3.

Factibilidad Operacional.

Una vez realizado el Análisis para el prototipo de Comercio Electrónico que se desarrolla en la tienda “Exclusividades Egda”, requiere del siguiente personal para su elaboración.

Cantidad	Cargo
Analista	2
Diseñadores	2
Encargado de Prueba	1
Instructor	1

Inicialmente necesitaremos 2 Analista para que realice los estudios que se requieran para la elaboración del sitio web, 2 diseñadores los cuales estarán encargados de darle



una interfaz adecuada al sitio web comercial, con la ayuda de 1 Encargado de prueba que realizara las pruebas necesarias asegurando que el sitio funcione correctamente y verificando la seguridad del mismo. Finalmente el Instructor que será encargado de capacitar a la persona que se hará cargo de la administración del sitio comercial.

Factibilidad Económica:

Una vez realizado el estudio de factibilidad técnica se realiza un detalle completo sobre el análisis de costo/beneficios que se obtendrá de acuerdo al hardware y software, presentando las cotizaciones realizadas con respecto a éstas y los recursos humanos en esta primera alternativa.

HARDWARE		
Cantidad	Descripción	Totales
1	Power Edge T105 AMD® Sempron™ LE 1300; 2.3GHz,512K Cache Memoria DDR2 de 8GB, DDR2, 800MHz, 4x2GB,Dual Ranked DIMMs SATA integrado, 1-2 unidades conectadas al controlador SATA integrado - NO RAID Disco duro de 300GB 15K RPM Serial-Attach SCSI 3Gbps 3.5-in Cable. Tarjeta de interfaz de red Ethernet Giga bit de un sólo puerto Intel® PRO 1000PF, Cobre. Módem interno de 56K	\$ 1,037.00
	TOTAL	US\$ 1,037.00



SOFTWARE	
Descripción	Total
Antivirus Kaspersky 2010 1 licencia x un año	\$ 26.16
Sistema Operativo Windows Vista Home Premium	\$ 130.87
Wamp Server 5_1.7.3	-----
OsCommerce 2.2	-----
Photoshop CSS 3	\$ 41.55
The Logo Creator v5.	-----
PhotoScape	-----
Macromedia Dreamweaver	\$ 8.57
TOTAL	US\$ 207.15

Servicio de Hosting

Cantidad	Descripción	Precio	Sub-total
1	Servicio de Hosting		\$
	Capacidad de Almacenamiento:500 MB	\$ 150.00	\$ 150.00
	Trasferencia mensual: 10000 MB/s		
	Cuentas FTP, correo, Base de datos MySQL y subdominios de forma ilimitada.		
1	Dominio del tipo .com.ni	\$ 65.00	\$ 65.00
1	Dirección IP Dedicada	\$ 50.00	\$ 50.00
1	Certificado SSL por un año	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Sistema de hosting con Clow Computing	\$ 300.00	\$ 300.00
TOTAL			US\$ 765.00

Ver Anexo (6)



RECURSOS HUMANOS						
Cant.	Personal	Horas x días	Salario Hora	Hora a Emplear	Cant. Horas Total	Salario Total
2	Analista	3	\$ 17	135	270	US\$ 4725.00
2	Diseñadores	3	\$ 10	45	90	US\$180.00
1	Encargado prueba	2	\$ 10	30	30	US\$ 300.00
1	Instructor	3	\$ 6	45	45	US\$ 270.00
TOTAL						US\$ 5,475.00

Con respecto a los recursos humanos que se necesitan es de **US\$ 5,475.00**

El Costo Total de la Alternativa N° 1 es de **US\$ 7,484.00** (Siete mil cuatrocientos Ochenta y Cuatro dólares).

Beneficio de Alternativa.

- Este se puede utilizar para las instalaciones previas del comercio electrónico, así como el diseño necesario para el sitio, Aprovechando los recursos para darle la administración necesaria.
- Facilitando la instalación y desarrollo del comercio electrónico con la utilización de StoreFronts Oscommerce.
- Antivirus Kaspersky 2010 permite la detección en tiempo real de nuevas amenazas o virus nuevos aún no catalogados, analizando el código de ejecución en busca de las intenciones malignas como virus, troyanos, rootkits, gusanos y spyware.



Tiempo de ejecución

Actividad	Duración (días)
Compra de equipo	3
Instalación de equipo	1
Etapa de análisis	30
Etapa de diseño	20
Implementación	25
Instalación de Software	1
Prueba de sistema	15
Capacitación y asistencia a usuario	15
TOTAL	110

- **Tiempo total estimado: 3 meses y 20 días.**

Factibilidad Legal.

En esta factibilidad no se elabora ningún contrato, pero se realizara un compromiso entre ambas partes para la elaboración del mismo, tomando en cuenta que es un proyecto académico.

Lo que se utilizo fue una carta de compromiso entre el dueño del Negocio y la contraparte los que diseñaran el comercio electrónico, comprometiéndonos a que toda información que se brinde sea confidencial y utilizar para fines Académicos.

Ver Anexo [7]



4.20.1.2 Alternativa N° 2

En esta segunda alternativa, no se plantea la compra de un equipo nuevo debido a que en la actualidad ya se consta de un equipo en buen estado, proponemos el servicio de Hosting, ya que utilizaremos el equipo que esta disponible en la Tienda.

Factibilidad Técnica.

Requisito de Hardware.

Característica que posee el equipo actualmente.

Cantidad	Descripción
1	Laptop Marca HP
	Disco Duro de 180 GB
	Memoria RAM de 2 GB
	Procesador Intel Core de 2.00GHz.

Requisitos de Software.

Descripción
<ul style="list-style-type: none"> • Wamp Server 5_1.7.3 (Para la instalación del comercio electrónico) • Oscommerce 2.2 (El StoreFronts cual se diseñara el comercio electrónico) • Photoshop CSS 3. • The Logo Creator v5. • PhotoScane • Macromedia Dreamweaver



Factibilidad Operacional.

Una vez realizado el Análisis para el prototipo de Comercio Electrónico que se desarrolla en la tienda “Exclusividades Egda”, requiere del siguiente personal para su elaboración.

Cantidad	Cargo
Analista	2
Diseñadores	2
Encargado de Prueba	1
Instructor	1

Inicialmente necesitaremos 2 Analista para que realice los estudios que se requieran para la elaboración del sitio web, 2 diseñadores los cuales estarán encargados de darle una interfaz adecuada al sitio web comercial, con la ayuda de 1 Encargado de prueba que realizara las pruebas necesarias asegurando que el sitio funcione correctamente y verificando la seguridad del mismo. Finalmente el Instructor que será encargado de capacitar a la persona que se hará cargo de la administración del sitio comercial.

Factibilidad Económica:

Una vez realizado el estudio de factibilidad técnica se realiza un detalle completo sobre el análisis de costo/beneficios que se obtendrá de acuerdo al hardware y software, presentando las cotizaciones realizadas con respecto a éstas y los recursos humanos en esta segunda alternativa.

SOFTWARE	
Descripción	Total
▪ Wamp Server 5_1.7.3	-----
▪ Oscommerce 2.2	-----
▪ Photoshop CSS 3	\$ 41.55
▪ The Logo Creator v5.	-----
▪ PhotoScape	-----
▪ Macromedia Dreamweaver	\$ 8.57
Total General	US\$ 50.12



Servicio de Hosting

Cantidad	Descripción	Precio	Sub-total
1	Servicio de Hosting		\$
	Capacidad de Almacenamiento:500 MB	\$ 150.00	\$ 150.00
	Trasferencia mensual: 10000 MB/s		
	Cuentas FTP, correo, Base de datos MySQL y subdominios de forma ilimitada.		
1	Dominio del tipo .com.ni	\$ 65.00	\$ 65.00
1	Dirección IP Dedicada	\$ 50.00	\$ 50.00
1	Certificado SSL por un año	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Sistema de hosting con Clow Computing	\$ 300.00	\$ 300.00
Total			US\$ 765.00

(Ver Anexo 6)

Requisitos Humanos.

Recursos Humanos						
Cant.	Personal	Horas x días	Salario hora	Hora a Emplear	Cant. Horas Total	Salario total
2	Analista	3	\$ 17	135	270	US\$ 4725.00
2	Diseñadores	3	\$ 10	45	90	US\$180.00
1	Encargado prueba	2	\$ 10	30	30	US\$ 300.00
1	Instructor	3	\$ 6	45	45	US\$ 270.00
TOTAL						US\$ 5,475.00

Con respecto a los recursos humanos presenta un Total de US\$ 5,475.00. El total del costo de la Alternativa N° 2 es de US\$ 6,290.12 (Seis mil docientos noventa dólares con doce centavos).



Beneficio de la Alternativa

- Con el equipo que posee la Tienda nos ahorramos de un nuevo equipo, además el equipo cuando se compro aportaba el sistema operativo instalado y el antivirus.
- Algunos programas propuesto son bajo la licencia libre, lo cual significa menos costo.
- El hardware que nos presenta nos facilitara la tarea para la instalación y el desarrollo del sitio Web.
- También podemos darle la administración del sitio utilizando el equipo que se nos brinda.
- Todos los programas propuesto son bajo la licencia libre, lo cual significa menos costo.

Tiempo de ejecución

Actividad	Duración (días)
Etapa de análisis	30
Etapa de diseño	20
Implementación	25
Instalación de Software	1
Prueba de sistema	15
Capacitación y asistencia a usuario	15
TOTAL	106

- **Tiempo total estimado: 3 meses.**



Factibilidad Legal.

En esta factibilidad no se elabora ningún contrato, pero se realizara un compromiso entre ambas partes para la elaboración del mismo, tomando en cuenta que es un proyecto académico.

Lo que se utilizo fue una carta de compromiso entre el dueño del Negocio y la contraparte los que diseñaran el comercio electrónico, comprometiéndonos a que toda información que se brinde sea confidencial y utilizar para fines Académicos.

Ver Anexo [7]

Selección de la Alternativa

Se analizaron detalladamente las ventajas y desventajas de la primera y segunda alternativas propuestas y se llegó a la conclusión que la alternativa número dos es la más ideal para la implementación del comercio electrónico, por las siguientes razones:

- En principio por lo económico, es más factible esta alternativa que la primera.
- Se utilizará un software con licencia libre, que con la suficiente documentación y práctica es fácil de manejar.
- Con respecto al hardware no se comprara un equipo nuevo porque el que existente que se encuentra en buen estado, lo que significa menos costo.
- El Hardware como el Software dan los requerimientos necesarios para la instalación desarrollo e implementación del sitio Web.
- Al comprar el servicio de Hosting, solamente estaremos pagando por el servicio para el alojamiento del sitio Web, evitándonos comprar un servidor.

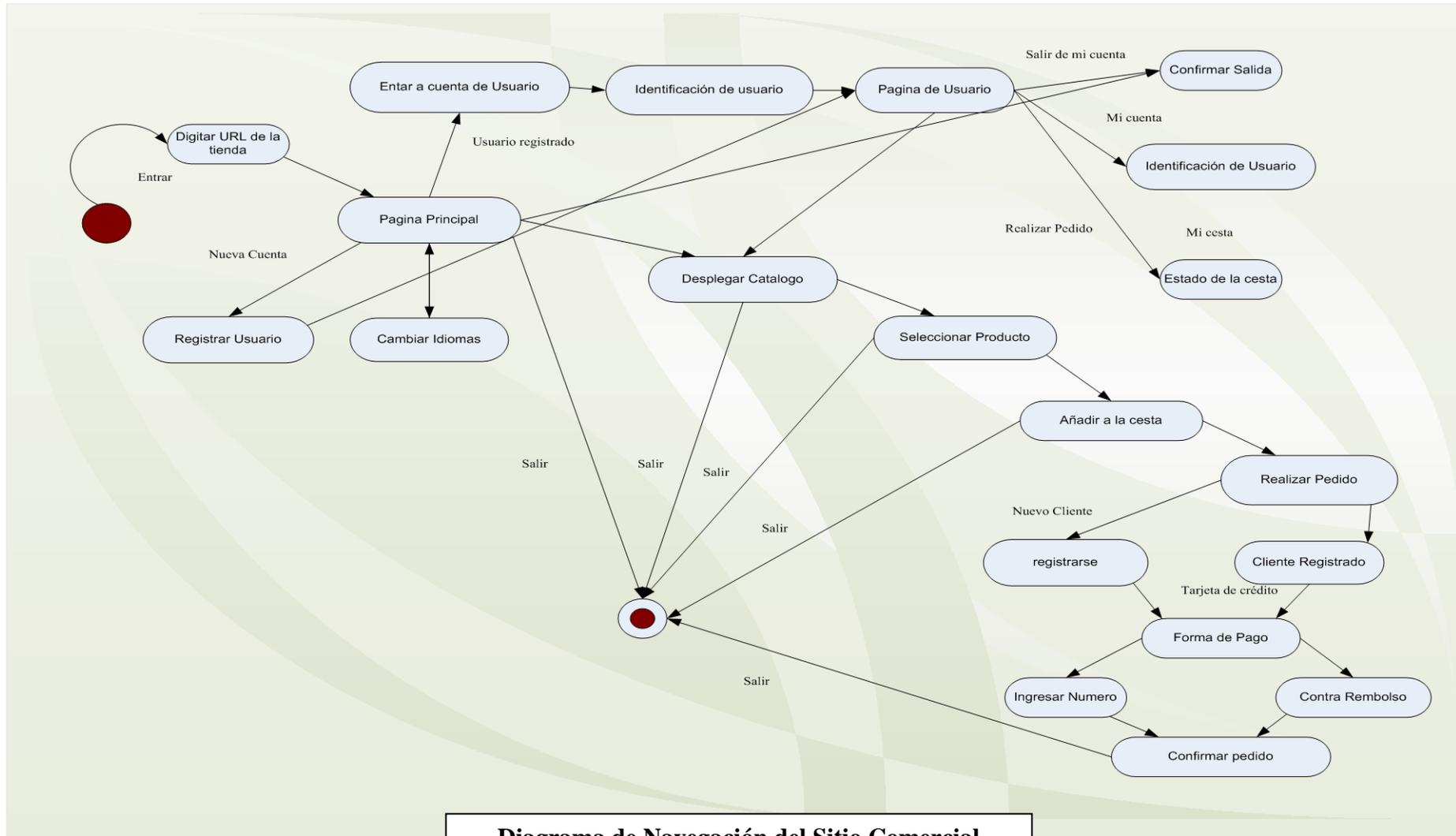


Diagrama de Navegación del Sitio Comercial

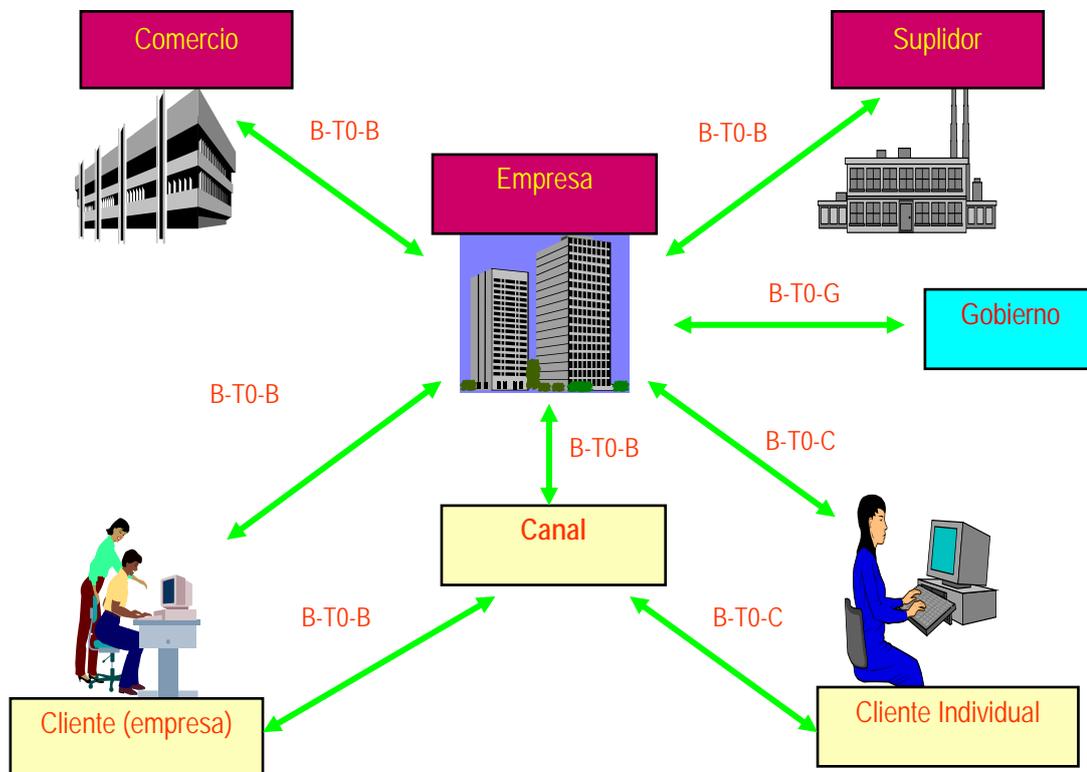


4.21 El Comercio Electrónico como estrategia para crear competitividad en las PYMES.

Los países que han desarrollado programas intensivos de apoyo a la pequeña y mediana empresa, a nivel institucional, fomentando la creatividad y empeño de la iniciativa privada, han experimentado un notorio crecimiento de sus economías, Ya que ellas juegan un papel fundamental en el desarrollo económico de un país.

Actualmente la manera de comerciar se caracteriza por el mejoramiento constante en los procesos de abastecimiento, y como respuesta a ello los negocios a nivel mundial están cambiando tanto su organización como sus operaciones. El comercio electrónico es el medio de llevar a cabo dichos cambios dentro de una escala global, permitiendo a las compañías ser más eficientes y flexibles en sus operaciones internas, para así trabajar de una manera más cercana con sus proveedores y estar pendiente de las necesidades y expectativas de sus clientes.

4.21.1 Relaciones de Comercio Electrónico

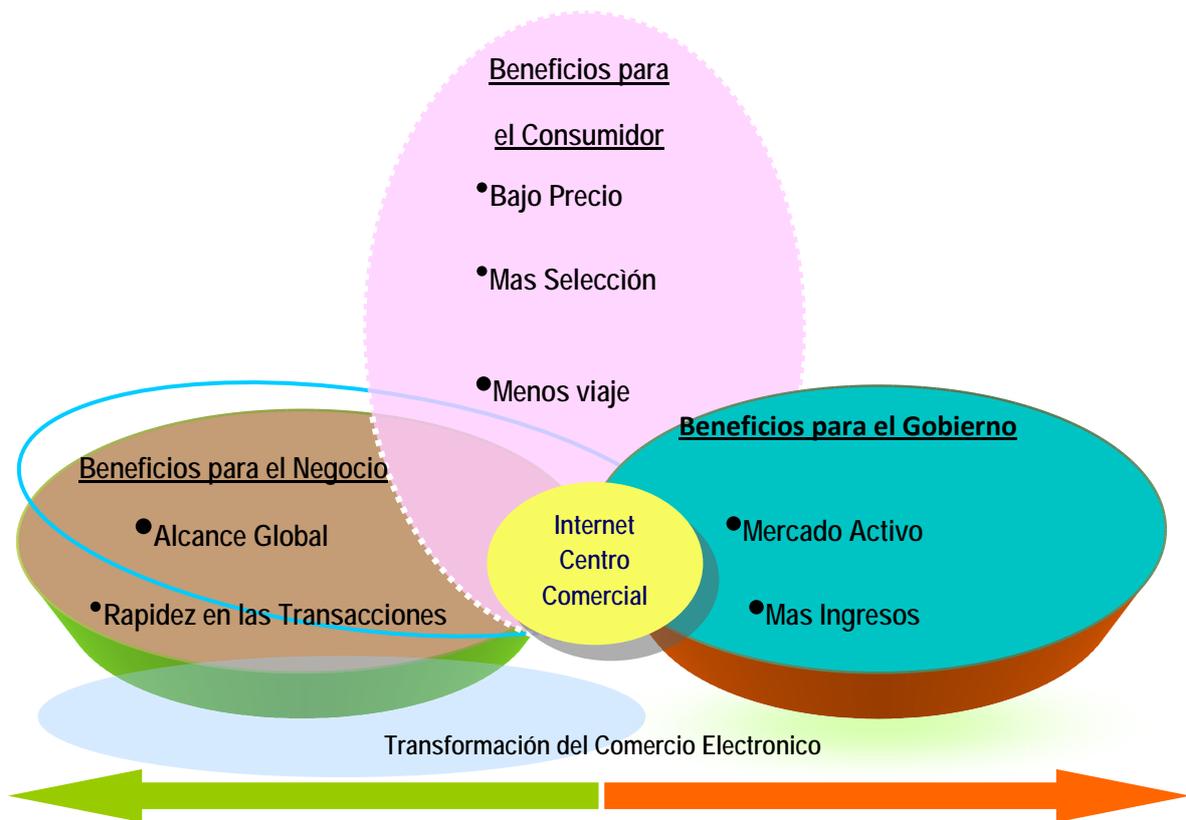




4.21.2 ¿Por qué el comercio electrónico?

El comercio electrónico, como factor potenciado de la competitividad para las PYMES.

La Internet permite explotar negocios viejos (venta de productos y servicios de la economía convencional) o nuevos (basados únicamente en la transferencia de información), esa es una característica que le aporta grandes ventajas como mercado, se dice y con mucho grado de certeza, que, sea cual sea el negocio que se intente hacer por medio de Internet, las herramientas de éxito están en perder el miedo al éxito, conocimiento, concepto, foco, software, horas de navegación astucia y la inversión de algún capital.





4.21.3 Pasos para poner su empresa en la Web

- Escoja un nombre de dominio
- Registre su nombre de dominio
- Contrate el alojamiento (hosting) del sitio Web – Costo y Servicios
- Construya su sitio Web con Aplicaciones e-Commerce
- Ponga su sitio Web en línea

4.21.4 Acciones que se requieren impulsar para la aplicación de comercio electrónico en Nicaragua.

4.21.4.1 El papel del Gobierno

- Fortalecer la confianza y el entorno jurídico del comercio electrónico
- Desarrollar estándares para el comercio electrónico.
- Reducir obstáculos regulatorios al comercio.
- Impulsar la administración pública digital.
- Promover el desarrollo de la infraestructura tecnológica.
- Promover la inversión extranjera para el desarrollo de estas tecnologías en el país.
- Fomentar modelos de negocios innovadores con posicionamiento diferenciado, segmentación del mercado y desarrollo de las características necesarias para el comercio electrónico.
- Proporcionar información para la investigación y análisis a los empresarios.
- Impulsar la formación de profesionales de las disciplinas de comercio electrónico y la capacitación en los temas de TIC a los empresarios y empleados.
- Impulsar la alfabetización digital y el uso de las TIC en la educación básica y media.
- Facilitar el acceso a fuentes de fondos para las inversiones.
- Facilitar el acceso a los mercados internacionales.



4.21.4.2 El papel de la Empresa Privada

- Modernizar la visión del manejo gerencial de la empresa a tono con las exigencias del mundo de hoy.
- Invertir en el desarrollo de la infraestructura tecnológica.
- Invertir en el desarrollo de las capacidades de los recursos humanos.
- Desarrollar alianzas entre los proveedores de servicios tecnológicos y las empresas usuarias para ampliar acceso a los mismos.

Fuente: Arturo J. Solórzano Director General de Industria y Tecnología Ministerio de Fomento, Industria y Comercio asolorzano@mific.gob.ni

4.21.5 Estado Actual de las Leyes relacionadas al Comercio Electrónico elaboradas en la Dirección Jurídica del CONICYT .

- Ley de Protección de Datos Personales
- Ley de Firma Electrónica
- Ley de Comercio Electrónico

4.21.5.1 BORRADOR DE PROTECCION DE DATOS PERSONALES

Anteproyecto de Ley de Protección de Datos Personales (2,004), se encuentran en la Comisión de Justicia de la Asamblea Nacional.

- El presente proyecto contiene 9 capítulos, y 52 artículos
- Relativo a las disposiciones generales
- Titulares y Responsables de los Registros
- Derechos de los Titulares de Datos
- Usuarios y Responsables de los ficheros de datos
- Creación de Dirección de Protección de Datos Personales
- Sanciones
- Acción de Protección de datos Personales
- Disposiciones transitorias y finales



Anteproyecto de Ley Firma Electrónica. (2,005) se encuentra en Comisión de Justicia de la Asamblea Nacional.

4.21.5.2 BORRADOR DE FIRMA ELECTRONICA

- Esta iniciativa de ley está contenida en 11 capítulos y 42 Artículos.
- Disposiciones Generales.
- Certificados de firma electrónica.
- Uso de la firma electrónica en el Estado.
- Entidad rectora.
- Proveedores de servicios de certificación.
- Acreditación de los proveedores de servicios de certificación.
- Derechos y obligaciones de los titulares de firma electrónica.
- Infracciones y sanciones y recursos.
- Disposiciones transitoria y finales.

4.21.5.3 BORRADOR DE LEY DEL COMERCIO ELECTRONICO.

El Anteproyecto de ley de Comercio Electrónico fue elaborado en el año 2007, se realizó su actualización 2,009.

Contenido:

- **CAPITULO I**
Disposiciones Generales.
- **CAPITULO II**
De los Objetos de Datos y Mensajes de Datos
- **CAPITULO III**
Comunicación de los Mensajes de Datos.
- **CAPITULO IV**
De los Sistemas Informáticos.



- **CAPITULO V**
De los Documentos Públicos Electrónicos
- **CAPITULO VI**
De los Servicios Electrónicos
- **CAPITULO VII**
De la Contratación Electrónica
- **CAPITULO VIII**
Disposiciones Complementarias, Transitorias y Finales

4.21.6 Objeto de la ley.

Reconocer el valor jurídico y probatorio de los actos jurídicos celebrados mediante medios electrónicos u otros de mayor avance tecnológico por personas naturales o jurídicas en la realización de actividades de comercio electrónico.

Ámbito de aplicación.

Las disposiciones y principios de la ley serán aplicables a nivel nacional e internacional en todo tipo de información en forma de objeto de datos u otros medio de mayor avance tecnológico usados en el contexto de las actividades comerciales y no comerciales, como será el ámbito de los servicios y trámites de la administración pública, exceptuando aquellos actos celebrados de acuerdo a las solemnidades exigidas por la ley.

- **Capítulo I:** Regula el objeto de ley, ámbito de aplicación, definiciones y principios de interpretación.
- **Capítulo II:** Reconoce jurídicamente los objetos de datos y mensajes de datos, las equivalencias funcionales de escrito en objeto de datos y mensajes de datos; de copia, original y firma electrónica en objetos de datos, admisibilidad y fuerza probatoria.



- **Capítulo III**: Abarca todo lo concerniente a la Comunicación de los Mensajes de Datos.
- **Capítulo IV**: Regula la seguridad de los sistemas informáticos, especificaciones técnicas y responsabilidad legal en caso que llegue a ocurrir una falla en el sistema que pudiera ocasionar perjuicios a empresas o particulares.
- **Capítulo V**: Reconoce los documentos públicos electrónicos.
- **Capítulo VI**: Establece que cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios se someterá en lo que sea pertinente a esta ley y remite a la ley de la materia en caso de solemnidades específicas.
- **Capítulo VII**: Regula la contratación electrónica, la validez de los contratos, capacidad, legitimidad y titularidad y jurisdicción de los mismos.
- **Capítulo VIII**: Disposiciones Complementarias, Transitorias y Finales.

4.21.6.1 Importancia del Anteproyecto de ley

- Brinda mayor confianza en los mecanismos tecnológicos a través de la regulación de aspectos técnicos y jurídicos que garanticen la confidencialidad e integridad de la información e identificación de las partes en las transacciones electrónicas.
- Otorga seguridad y garantías para las partes en las transacciones electrónicas, por medio de figuras como el principio de no repudio.
- Establece equivalencias funcionales de firma, escrito, original y copia en los objetos de datos y mensajes de datos.
- Reconoce el valor jurídico y probatorio de los actos celebrados mediante medios electrónicos.

Fuente: Medina Clelia, 2008, Adopción de Comercio Electrónico B2B en Nicaragua, Universidad de Westminster, Máster Tesis.



4.21.7 La verdadera plataforma que se requiere para comercio electrónico en Nicaragua.

- Talento humano con actitud abierta, atento y anticipado a los cambios constantes.
- Talento humano con actitud incluyente, haciendo equipo, aportando lo suyo.
- Talento humano integrado, enfocar equipo.
- Debemos hacer un ayuno de NO SE PUEDE.
- Quienes han intentado cambiaron ellos y cambiaron al mundo en los últimos años.

El que invierte en e-transformación, empieza perdiendo....

El que no invierte en e-transformación, termina perdiendo

Fuente: Róger Solórzano Gaitán. .Coordinador Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Americana.

4.22 Descripción del Producto

El presente trabajo combina metodologías y enfoques cualitativos y cuantitativos, para estudiar el Objetivo de Determinar la Importancia de Implementar el Diseño de un Comercio Electrónico en la Tienda Exclusividades Egda de la Ciudad de Matagalpa, Este se dividió en:

- Recopilación de información.
- Revisión de información, aplicando entrevistas y encuestas.

En algunas ocasiones la investigación se centra en:

- Analizar cuál es el nivel, estado o la presencia de una o diversas variables en un momento dado.
- Evaluar la situación actual, de la comunidad con respecto al contexto del Comercio Electrónico en la Ciudad de Matagalpa.
- Determinar o ubicar cuál es la relación entre las personas que hacen uso del Internet con el Comercio Electrónico.



En este caso el diseño apropiado en la investigación es el no probabilístico y por conveniencia investigativo donde su alcance inicial o final es del tipo explicativo.

Primeramente se esta realizando la implementación de un Comercio Electrónico para la Tienda “Exclusividades Egda” de la ciudad de Matagalpa, con el StoreFronts Oscommerce.

La estructura de esta Página es de manera Jerárquica.

Ver Anexo [8].

Existen muchos StoreFronts como Joomla, CubeCart, SendCart, pero se tomo la dispuso Diseñar con la Herramienta de OsCommerce, ya que es una solución para el Comercio Electrónico, donde podemos publicar los productos y servicios de una manera rápida, accesible y sencilla.

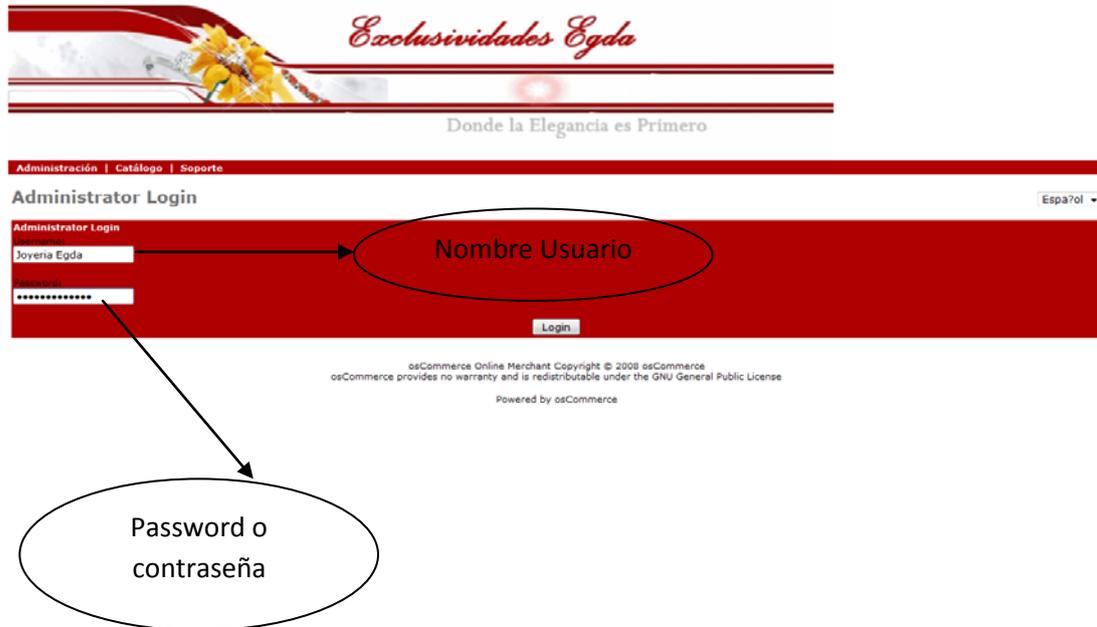
Oscommerce consta de dos partes:

- El Catálogo de Productos es la parte que ven los clientes, la Tienda Virtual.





El Módulo de Administración donde se puede actualizar la tienda virtual, editando productos, ofertas, categorías, idiomas, monedas, consultar los pedidos, los clientes. Ingresamos el nombre de usuario y la contraseña.





En la siguiente imagen se muestra el diseño de la página, esta tienda Virtual los productos que ofrece es joyería y Relojería, se aplico la psicología del color, ya que es muy importante por que se usa como la transmisión de información emocional. El color del fondo se escogió blanco ya que reflejan tranquilidad y son muy cálidos.

El Banner principal se utilizo un color Rojo con rojo con blanco para poder una tonalidad elegante y atractiva.



Se diseñaron los Botones para acceder a los Links de una forma más rápida y cómoda, se elaboraron en español e Ingles que son los dos idiomas que se están utilizando.



Botones en Español



Botones en Ingles



Las Categorías del comercio electrónico de la Tienda Exclusividades Egda de la ciudad de Matagalpa se describen a continuación.

La Tienda Exclusividades Egda de la ciudad de Matagalpa, tiene a disposición del público en general diferentes productos tales como:

- **Acero:** Pulseras labradas en acero para que luzcan los caballeros con elegancia. Se presentan diseños nuevos con precios accesibles.
- **Oro laminado:** Skillus ofrece diferentes joyas tales como anillos, chapas, dijes, omegas, pulseras de pie y mano, cadenas largas y cortas, hilos, juegos completos de cadena y dijes, chapa y pulseras todo en el ramo de la belleza de la mujer para satisfacción de niñas, jóvenes adolescentes, damas etc.
- **Plata Italiana:** Ofreciéndoles a damas, caballeros y niños plata donde hay variedad de juegos pequeños, grandes para el gusto del cliente a como lo quiera con piedras circonias en todos los colores, además de los conjuntos que tienen cadenas, dijes, anillos, chapas, omegas, brazaletes, para lucir elegante.
- **Plata Quemada:** Cuentan con amplia variedad para lucir todo a la moda para damas en anillos, chapas y dijes.
- **Relojería:** Se muestra relojes para damas y caballeros en oro laminado y plata, además tienen reloj para niños y adolescentes en plata, oro laminado y plástico. A precios que estén al alcance de su bolsillo.

Exclusividades Egda les espera para darle la atención que usted se merece. Les desea felices vacaciones de verano y ofrece todo tipo de joyas para todos los gustos: adolescentes, damas, caballeros y niños.



En esta pantalla nos muestra las novedades los productos que ha sido ingresado recientemente.





En la siguiente pantalla se muestran las ofertas de algunos productos que se encuentren en rebajas.



En la siguiente pantalla nos muestra, crear cuentas, nos indica que si es un nuevo cliente tendrás que llenar un formulario con datos personales, la otra opción es cuando ya se tiene creada la cuenta y contraseña de usuario, se accede directamente a la cuenta.





Pantalla con el formulario que hay que llenar para registrarse como NUEVO USUARIO

Bienvenidos Compras 0 0 productos

Exclusividades Egda

Donde la Elegancia es Primero

Categorías

- Acero (1)
- oro laminado Skillus (1)
- Plata Italiana 925 (3)
- Plata Quemada
- Relojeria (3)

Búsqueda Rápida

Use palabras clave para encontrar el producto que busca.

Novedades

Relojeria Acero C\$1.050.00

Información

Envíos/Devoluciones
Confidencialidad
Condiciones de uso
Contactenos

Nombre:

Apellidos:

Fecha de Nacimiento: (p.ej. 21/03/1970)

E-Mail:

Empresa

Empresa:

Dirección

Dirección:

Suburbio:

Código Postal:

Población:

Provincia/Estado:

País: Seleccione

Contacto

Teléfono:

Fax:

Opciones

Boletín de noticias:

Contraseña

Contraseña:

Confirme Contraseña:

Los Mas Vendidos

01. pulsera Acero
- 02.
- 03.

Ofertas

~~C\$1.400.00~~
C\$210.00

Comentarios

En este momento, no hay ningún comentario.

Wednesday 07 April, 2010 22:21 visitantes desde Friday 09 October, 2009

Copyright © 2010 exclusividades egda
Powered by osCommerce

COMMERCE

En esta pantalla realizamos cualquier consulta o sugerencia que deseamos enviar al administrador del sitio.

Bienvenidos Compras 0 0 productos

Exclusividades Egda

Donde la Elegancia es Primero

INICIO PRODUCTOS NUEVOS OFERTAS MI CUENTA CONTACTO CON

Fabricantes

Seleccione

Categorías

- Acero (1)
- oro laminado Skillus (7)
- Plata Italiana 925 (5)
- Plata Quemada
- Relojeria (3)

Contactenos

Nombre Completo:

Dirección E-Mail:

Consulta:

Monedas

Cordobas Nicara

Los Mas Vendidos

01. reloj

Nombre Completo

Dirección E-Mail



Novedades



Pulsera
C\$566.52

Búsqueda Rápida

Use palabras clave para encontrar el producto que busca.

Búsqueda Avanzada

Información

Envios/Devoluciones
Confidencialidad
Condiciones de uso
Contactenos

En esta parte encontramos las novedades, lo más nuevo de productos que se ingresan al comercio

Búsqueda Rápida, una forma más rápida de encontrar lo que estamos buscando.

Obtener información acerca del envío, confidencialidad, condiciones de uso y contacto

A continuación nos muestra la Misión, Visión y Valores de la Tienda, por medio de un gif que se agregó al sitio.



Misión

Joyería Egda ofrece las mejores piezas de Plata, Oro laminado y Acero, para Damas, Caballeros y niños, joyas de máxima calidad para satisfacción de nuestros clientes, a los mejores precios del Norte

Visión

Exclusividades Egda se caracteriza porque nuestros clientes luzcan joyas de alta calidad y se identifica por la exclusividad de los diseños que ofrece, así como ser reconocidos a nivel nacional e Internacional.

Valores

- ❖ El Amor Dios por sobre todas las Cosas.
- ❖ La Sabiduría.
- ❖ La Honestidad.
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Integridad
- ❖ Calidad
- ❖ Eficiencia



A continuación nos muestra en la parte principal de la tienda, donde se nos brinda la opción de dos idiomas en Español y Inglés, seleccionamos el idioma de preferencia, estas las dos banderitas que simbolizan los idiomas.



Además nos brinda la opción de elegir el tipo de moneda, tanto en córdobas como en dólares americanos.



En la imagen siguiente se muestra la fabricación del producto, seleccionamos a los fabricantes de los productos que requerimos ver, donde la pantalla nos mostrara la lista de esa categoría.



Los fabricantes que posee el comercio son los siguientes.

El fabricante de Skillus, ofrece una gran variedad de oro laminado.



El fabricante de Reloj Q&Q ofrece relojes para damas, caballeros y niños.





Esta es la parte del pie de pagina, donde en la primera barra nos muestra la fecha, las peticiones que se han realizados, nos muestra que es diseñado por Oscommerce.



Los programas que se utilizaron para la realización de este diseño de Comercio electrónico de “Exclusividades Egda”, son los siguientes:

- The Logo Creator v5.
- PhotoScape.
- Macromedia Dreamweaver MX 2004.
- Adobe Photoshop CS.
- SFW tex.

4.22.1 Beneficios de la automatización para las PYMES en Matagalpa.

Según los datos que maneja el MIFIC en el departamento de Matagalpa de un total de 235 empresarios registrados en el Registro Único, el mayor porcentaje de micro, pequeñas y medianos empresarios los encontramos en el municipio de Matagalpa con el 51 % de representación, seguido de los empresarios del municipio de Sébaco con el 11% y de los municipios de Rio Blanco, Darío y Matiguas todos con el 8%. En los restantes municipios la representatividad oscila entre el 2% y el 4.



4.22.2 Beneficios de la automatización.

A partir de la automatización los beneficios que se obtendremos serán muy importantes para la Tienda “Exclusividades Egda”, ya que con la elaboración del sitio web comercial se obtendrán muchas ventajas que mencionamos a continuación.

- El comercio electrónico a elaborar será de la tienda, no tendrá fronteras ya que será visto en cualquier parte no importando la distancia que se encuentre.
- Promoviendo sus productos.
- Obteniendo nuevos clientes que tendrán la facilidad de hacer sus compras virtualmente.
- Evolucionando como empresa, dando un nuevo giro en su comercialización.
- Disponibilidad las 24 horas del día.
- Mejor atractivo visual para promover los productos que ofrece.
- Facilitar las compras a los clientes, brindando la oportunidad de apreciar cada uno de los productos de una forma más detallada.
- Contacto mas directo, obteniendo cuentas electrónicas personalizadas.

4.22.3 Resultados de los instrumentos aplicados para la obtención de información

En el caso de la Entrevista realizada al Licenciado Julio Cesar González fueron temas generales sobre la Joyería los cuales se enfocaron en objetivos que tienen la empresa para con sus clientes, la misión, visión, lema, atención al público en general. El gerente propietario de la joyería cuenta con una computadora portátil donde realiza sus pedidos, tiene acceso a Internet.

A continuación realizamos la segunda entrevista para tener conocimientos sobre la metodología utilizada en la tienda para los tipos de pago ellos expresan que solamente aceptan tarjetas de crédito y efectivo. La joyería ofrece precios accesibles para el alcance de su bolsillo, brindan diferentes accesorios para damas, caballeros,



adolescentes. Esta cuenta con diferentes categorías como es: Oro laminado (SKILLUS), Plata Italiana 925, Plata Quemada, Relojería y acero.

Cuentan con dos personas las cuales se encargan de atender a los clientes, son personas que tienen conocimientos para ofrecer todo tipo de joyas. Su horario de atención es de 9:00am a 7:00pm de lunes a sábado.

Todo tipo de personas pueden llegar a la tienda, sin importar color, tamaño, sexo. Todos serán atendidos de igual manera. Esta atiende a mayorista y minorista.

Para realizar las encuestas hemos tomado en cuenta su nivel académico mínimo de bachiller corresponde a una muestra representativa de treinta personas. Tomando como base que tenían conocimientos sobre la Internet.

Se aplicaron encuestas a treinta personas de la ciudad de Matagalpa, con el fin de recopilar información sobre el Uso de Internet. Con su disposición y conocimiento de la situación, fueron seleccionados bajo un muestreo probabilístico y aleatorio, para darnos a conocer la apreciación.

Fig 1. A continuación se muestra en un gráfico cónico donde se representa el uso del internet, donde se tomo una muestra de 30 personas donde la mayoría de ellas hacen uso de Internet con un 78% por lo que sabemos que el restante no tienen acceso al Internet.

Fig. 1. Uso del Internet

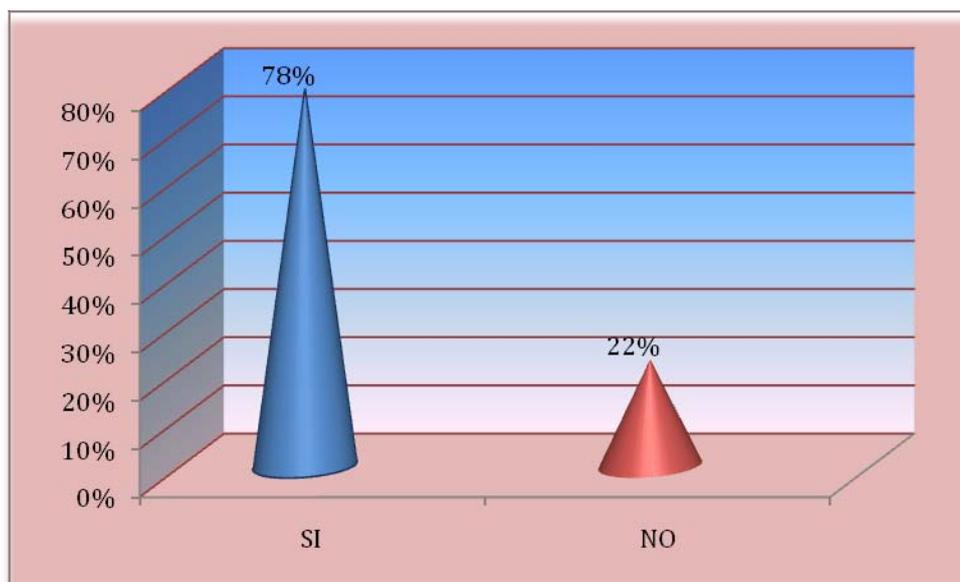




Fig. 2. Dónde utilizan Internet

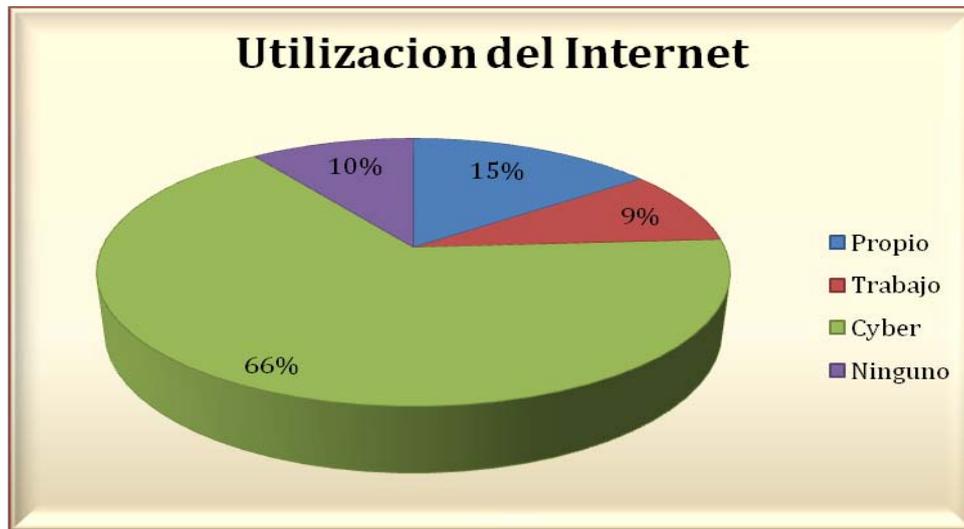
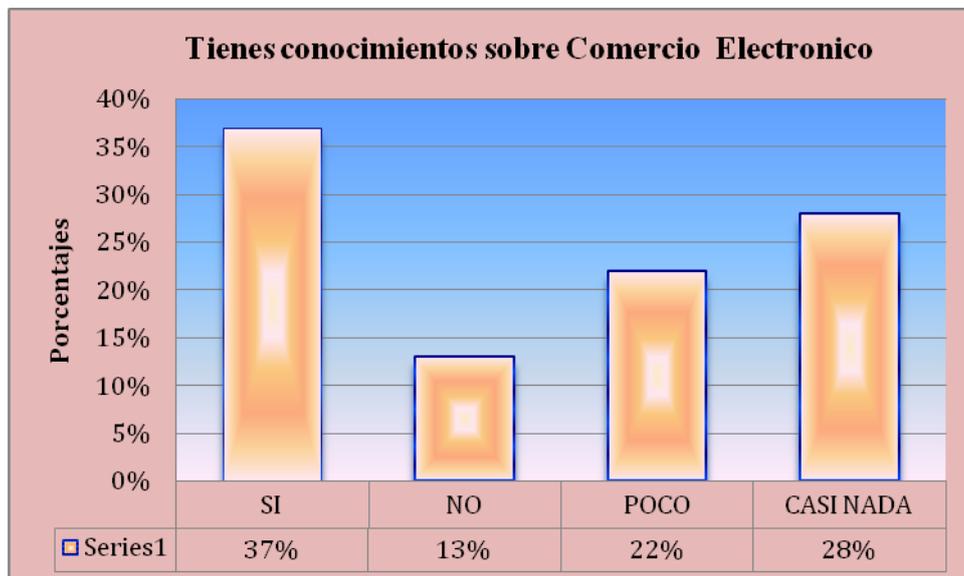


Fig. 2. El uso de internet es amplio en los diferentes categorías, las personas que fueron encuestadas un 66% tiene acceso al Internet en los Cyberes, el 15% dice utilizarlo por que es propio (casa), algunas personas no tienen acceso o no les gusta utilizar internet esta lo conforman un 10% de la muestra, el 9% de lo utilizan debido a su trabajo.

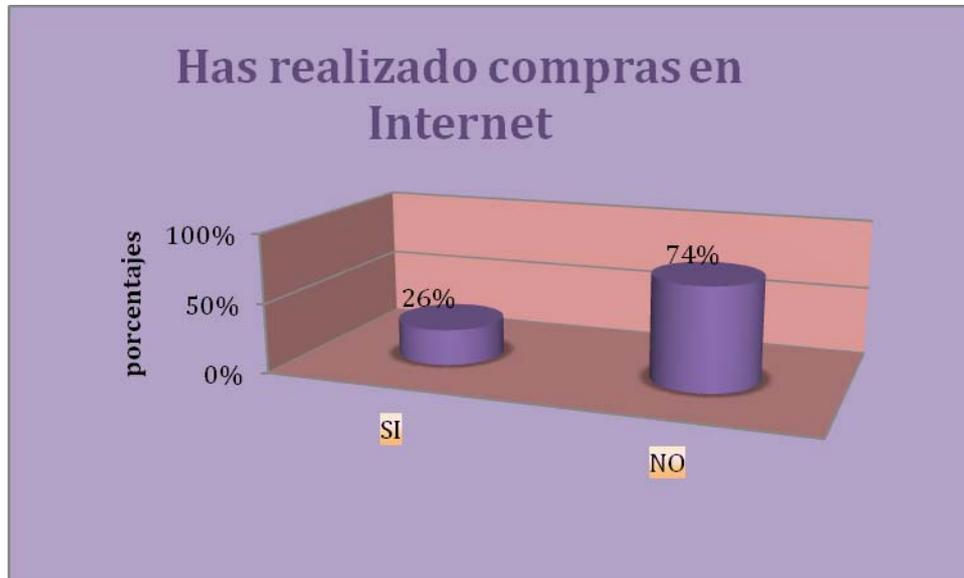
Fig 3. Conocimientos sobre Comercio Electrónico





La mayoría de estas personas dicen tener muy pocos conocimientos sobre comercio electrónico un 37% dice saber que es, un 22% cree que sabe un poco de esto y la mayoría con un 41% dicen que no tienen ni idea de lo que es.

Fig. 4 Realizan compras en Internet



El 74% de la muestra dice no haber realizado nunca alguna compra en Internet, y el 24% dice que al menos una vez. Realizar compras por Internet de un 100% la mayoría no hacen uso de este sistema por diversas maneras.

Fig. 5. Han realizado compras en sitios web comerciales





Dicen las personas encuestadas que el 62% no han realizados compras y un 38% alguna vez han utilizados sitios para realizar sus compras. En esta figura se muestra cual es el alcance que tienen las personas para hacer uso de comercio electrónico en la ciudad de Matagalpa.

4.22.4 Procesamiento y Análisis de la Información

Una vez aplicadas las encuestas para conocer la percepción de las diferentes opiniones que tienen sobre los conocimientos de Comercio Electrónico, se procedió a analizar cada encuesta realizada mediante análisis descriptivo.

Para el procesamiento de la información se utilizó el programa Microsoft Office Excel 2007, mediante la aplicación de estadística descriptiva se analizó la percepción de las personas en cuanto a los Conocimientos del Internet y Comercio Electrónico, así como la descripción de datos generales.

4.22.5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación se presenta la importancia de la Implementación de Comercio Electrónico en la Tienda Exclusividades Egda en la ciudad de Matagalpa, una caracterización general de realizar compras haciendo uso de comercio Electrónico en la Joyería. Además, se presenta el uso que permite comprender el funcionamiento y la interacción entre las computadoras personales y las personas que se tienen que ir involucrando en lo que es hoy es las Tecnologías de la Información y comunicación (TICs).

También se analizan los tipos de pagos que puedan efectuarse en cada compra que sea realizada por personas que tienen tarjetas de crédito. Por último se destaca la diferenciación de realizar compras en cualquier tienda y sin tomar en cuenta la importancia que tiene el manejo de tarjetas de crédito para hacer compras ya que esta presenta muchas ventajas para los clientes así como para las empresas además que tu puedes comprar lo que quieras y cuando quieras las 24 horas del día.



V. Conclusiones.

En el proceso de diseño de Comercio Electrónico en la tienda Exclusividades Egda se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Las empresas hoy en día son aquellas que brinda un servicio o producto con un fin determinado, para beneficiar a la comunidad Matagalpina y al comercio mismo.
- Los clientes serán beneficiados al tener en un sitio desde la comunidad de sus casas u oficinas para realizar sus compras, lo quieran a la hora que los deseen y las empresas logran publicidad al estar alojadas en una página y tener mayor auge en la sociedad.
- Mediante la implementación del comercio electrónico para la Tienda Exclusividades Egda, se logrará mejor organización y funcionamiento de la misma.
- Se requirieron una diversidad de programas para llevar a cabo la implementación de la Tienda Virtual.
- Con la utilización de Storefronts Oscommerce y una certificación digital se obtendrá mayor seguridad y se proporcionará al mismo tiempo calidad de servicio ofrecido a los clientes.
- A través de la implementación del diseño de comercio electrónico para la tienda exclusividades Egda se logrará el aprovechamiento con eficiencia en el funcionamiento de la página para clientes y la empresa.
- La realización de este documento servirá para futuras investigaciones.



VI. RECOMENDACIONES:

Exclusividades Egda es una tienda que se caracteriza por ser exclusivos en sus productos, por lo tanto se recomienda a una persona con conocimientos en computación preferiblemente graduado en este campo, capacitándolo en Comercio Electrónico Oscommerce para poder darle una buena administración al sitio web y darle el mantenimiento previo que requiere.

El administrador del negocio se encargara de estar actualizando los productos semanalmente ya que cada uno de los producto que se muestran en el sitio web son exclusivos, solo se encuentran dos en existencias.

Brindando a nuestro clientes una mejor atención y que ellos puedan realizar su solicitud de sus pedidos en tiempo y forma sin ningún problema de que el producto solicitado ha sido agotado.



VII. GLOSARIO

- **SmartCard:** Tarjeta Inteligente. Tarjeta como una de crédito que tiene anexo un microchip (EEPROM o microprocesador) que tiene la utilidad de almacenar información y procesarla.
- **Contraseña o Password:** es una serie secreta de caracteres que permite a un usuario tener acceso a un archivo, a un ordenador, o a un programa. En sistemas multiusuarios, cada usuario debe incorporar su contraseña antes de que el ordenador responda a los comandos.
- **Token:** En programación, un elemento individual en un lenguaje de programación. Es un bloque de texto categorizado. Por ejemplo una marca de puntuación, un operador, un identificador, un número, etc.
- **Hashing:** se refiere a una función matemática que dada una información, genera un resumen, que aunque es por lo general una cadena de caracteres como
 - "da39a3ee5e6b4b0d3255bfef95601890afd80709"
- **Message Authentication Code (MAC):** se define como una función que toma dos argumentos: una clave K de tamaño fijo y un mensaje M de longitud arbitraria.
- **Biometría Informática:** El concepto tradicional de biometría se refiere a la aplicación de las técnicas matemáticas y estadísticas al análisis de datos en las ciencias biológicas. Esta definición enmarca una disciplina que se inició a principios del siglo XX.

**Bibliografía.**

- (Avilés M José A, SF). Las agencias de Viajes [5]
- <http://www.monografias.com/trabajos11/trabagen/trabagen.shtml>
- ¿Cómo funciona y qué debe ofrecer el software para Comercio Electrónico? (noviembre 199). de <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/eco>
- Campitelli, Adrián, Rosso y César Luis (s f). Comercio Electrónico.
- <http://www.monografias.com//trabajos12/monogrr/monogrrs.shtml> [7]
- Carlos López, Michael Rappa (2005), Modelos=Source Managing the Digital Enterprise, "Business Models on the Web", <<http://digitalenterprise.org/>>
- Carrasco, Eddy H, López y Robert (2001). Aspectos de seguridad en el Comercio Electrónico. <http://www.verisign.com/rsc/gd/pmt/ecommtch/index.html>[6]
- Categorías del Comercio Electrónico (s f).
- Cesar (SF). Viajes de Negocios en Línea,
- Comercio Electrónico (marzo 2006).
- <http://marketing-en-internet.lacoctelera.net/categoria/comercio-electronico>
- Comercio Electrónico (SF).
- <http://guia.mercadolibre.com.co/1-concepto-general-comercio-electronico-4964-VGP>
- Cesar (s f). viajes de negocio en línea.
- [http://avionestravel.blogspot.com/2009/01/viajes-de-negocios-en-lnea-los-4.html\(césar\)](http://avionestravel.blogspot.com/2009/01/viajes-de-negocios-en-lnea-los-4.html(césar))
- **Diccionario Practico, Español Moderno LAROUSSE. [1]**
- <http://www.monografias.com/trabajos12/monogrr/monogrr.shtml>) **visitada el día 9 de Diciembre. [2]**



- Diccionario Larousse (2005). Vol. 1. Impreso en Francia.
- E-learning(SF).
- <http://es.wikipedia.org/wiki/E-learnig>
- Fortino, Marcelo (s f). Métodos de pago por internet.
- <http://www.masterdisseny.com/master-net/articulos/art0041.php3>

- Giurfa Seijas, Gino Dante (s f). los primeros siete pasos para montar tu empresa en internet.
- <http://www.universidadperu.com/articulo-los-7-primeros-pasos-para-formar-tu-empresa-en-internet-universidad-peru.php>
- GALAZAR, CESAR. **Tributación en el comercio electrónico**,
<http://mireyalex.tripod.com/id6.html> [3,4]
- Internet.
<http://www.enicaragua.org.ni/SITE/enicaragua/files/Contenido%5Ceditoriales%5CInternet%20en%20Nicaragua.htm>.
- **Introducción a Internet (SF)**
- <http://www.nodo50.org/manuales/internet/1.htm>
- M.Rappa(SF), Modelo de Negocio en Internet.
- http://ecommerce.ncsu.edu/business_models.html
- Megal Delgado, Jesús (s f).Del ERP al Comercio Electrónico: rentabilidad y progreso.
<http://www.microsoft.com/business/smb/tecnologia/rentabilidaderp.aspx> [6]

- Miguelo (2005). Introducción a la tienda virtual gratuita OsCommerce, repasando sus principales características.
<http://www.desarrolloweb.com/manuales/69/>

- Modelos de Comercio Electrónico (SF).
- <http://www.urbecom.com/blog/modelos-de-comercio-electronico/>



- Modelos de e-commerce (SF).
- <http://www.monografias.com/trabajos11/monfina/monfina.shtml#ECOMM>

- MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET. LAS VENTAS EN LÍNEA
- <http://modelosdenegocio.wikidot.com/system:acerca-de-los-modelos-e-business>

- Nadal, Alicia (enero 2007). Comercio y negocios electrónicos.
- <http://celectronico6.blogspot.com/2007/01/origen-y-desarrollo-historico.html>

- Pasos para montar una empresa virtual (s f).
- <http://74.125.47.132/search?q=cache:PPID9pyzylAJ:leebyte.iespana.es/cursos/e+mpresa/trabajo%2520sobre%2520comercio%2520electronico.doc+pasos+para+montar+una+empresa+virtual&cd=6&hl=es&ct=clnk&gl=ni>

- Pérez, José Manuel (s f). Qué es MySQL.
<http://www.epepestudio.com/articulo/desarrollo-web/bases-de-datos-mysql/Que-es-MySQL.htm>

- PHP (s f). <http://es.wikipedia/wiki/php#column-one>
[4] Precios Dinámicos (2009).
<http://www.baquia.com/com/legacy/14523.html>

- Ramos Suarez, Fernando (diciembre 2001). Temas legales en la red.
<http://www.masterdisseny.com/master-net/legalia/0016.php3>

SERVICIOS DE NOTICIAS ON LINE(S, f)

- <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/noticias.htm>

Storefront (SF).



- http://www.gs1gt.org/servicios/publicaciones/boletines/temas/26_emarket_place.htm
- Tipos de Comercio Electronico (SF).
- <http://klitoysikale.wordpress.com/2007/11/18/tipos-de-comercio-electronico-y-tecnologias-que-emplea/>
- Trincado, Manuel (s f). reflexiones sobre el futuro del Comercio Electrónico. [http://www.emprendedoras.com/articulo91reflexiones-sobre-el-futuro-del-comercio-electronico-1-parte\[5\]](http://www.emprendedoras.com/articulo91reflexiones-sobre-el-futuro-del-comercio-electronico-1-parte[5])
- Wikimedia Foundation, Inc. Apache (SF).
- <http://wikimediafoundation.org/wiki/Portada>

Modelos de negocio en Internet (SF).

- <http://www.monografias.com/trabajos23/modelos-de-negocio/modelos-de-negocio.shtml>
- Zuñiga, V A (1999). Comercio Electrónico: Estado actual perspectivas y servicios. Tesis de Licenciatura en Ing. En Sistemas Computacionales. Universidad de las Américas. Puebla, México.
- (Francisco José García Peñalvo).[6]



ANEXOS

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA****RECINTO UNIVERSITARIO “MARIANO FIALLOS GILL”****Anexo 1****ENTREVISTA:**

Las alumnas del Quinto Año de la Carrera, Licenciatura en Ciencias de la Computación, estamos realizando encuestas, con el Objetivo de Determinar la Importancia de Implementar el Diseño de un Comercio Electrónico en la Tienda Exclusividades Egda de la Ciudad de Matagalpa, información que será utilizada para documentar nuestro Seminario de Graduación, por lo que hemos solicitado su colaboración para dar respuestas a las siguientes preguntas.

Nombre del Entrevistado: _____

Fecha: _____

- 1.- ¿Cómo da inicio la Tienda Exclusividades Egda?
- 2.- ¿Cuál es el nombre del propietario de la Tienda Exclusividades Egda de la ciudad de Matagalpa?
- 3.- ¿Cuántas personas laboran en dicha Tienda Exclusividades Egda de la ciudad de Matagalpa?
- 4.- ¿Con cuántos equipos cuentan para trabajar?
- 5.- ¿Hace uso de Internet para realizar sus pedidos?
SI_____ NO_____
- 6.- ¿Tiene logo la Joyería?
SI_____ NO_____
- 7.- ¿Cuentan con Misión, visión y Valores para que la tienda marche de la mejor manera posible? SI_____ NO_____

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA****RECINTO UNIVERSITARIO “MARIANO FIALLOS GILL”****Anexo 2****ENTREVISTA:**

Las alumnas del Quinto Año de la Carrera, Licenciatura en Ciencias de la Computación, estamos realizando encuestas, con el Objetivo de Determinar la Importancia de Implementar el Diseño de un Comercio Electrónico en la Tienda Exclusividades Egda de la Ciudad de Matagalpa, información que será utilizada para documentar nuestro Seminario de Graduación, por lo que hemos solicitado su colaboración para dar respuestas a las siguientes preguntas.

Nombre del Entrevistado: _____

Fecha: _____

- 1.- ¿Qué precios ofrece al Público en general la Tienda Exclusividades Egda de la Ciudad de Matagalpa?
- 2.- ¿Cuáles son las categorías de prendas que ofrece la tienda Exclusividades Egda en la Ciudad de Matagalpa?
- 3.- ¿Qué tipo de clientes visitan a la Tienda?
- 4.- ¿Cuáles son los sistemas de Pagos que tiene la tienda?
- 5.- ¿Realizan ventas al por mayor y al detalle?
- 6.- ¿Qué tipo de líneas ofrece a los clientes la tienda Exclusividades Egda de la ciudad de Matagalpa?



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

RECINTO UNIVERSITARIO "MARIANO FIALLOS GILL"

Anexo 3

ENCUESTA:

Las alumnas del Quinto Año de la Carrera, Licenciatura en Ciencias de la Computación, estamos realizando encuestas, con el Objetivo de Determinar la Importancia de Implementar el Diseño de un Comercio Electrónico en la Tienda Exclusividades Egda de la Ciudad de Matagalpa, información que será utilizada para documentar nuestro Seminario de Graduación, por lo que hemos solicitado su colaboración para dar respuestas a las siguientes preguntas.

1.- ¿Hace uso de Internet?

SI____ NO____

2.- ¿Dónde hace uso de Internet?

Propio____ Trabajo____ Cyber____ Ninguno____

3.- ¿Tiene conocimientos de Comercio Electrónico?

SI____ ¿Qué opina al respecto?

NO____.

4.- ¿Ha realizado alguna compra en algún Comercio Electrónico?

SI____ NO____

5.- ¿Cree que subir un Comercio Electrónico en Internet sobre Joyería es algo interesante?

SI____ NO____

6.- ¿Realizaría una compra en un Comercio Electrónico? Sí su respuesta es **NO** por qué **Justifique:**

SI____ NO____



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
RECINTO UNIVERSITARIO “MARIANO FIALLOS GILL”

Anexo 4

ENCUESTA:

Las alumnas del Quinto Año de la Carrera, Licenciatura en Ciencias de la Computación, estamos realizando encuestas, con el Objetivo de Determinar la Importancia de Implementar el Diseño de un Comercio Electrónico en la Tienda Exclusividades Egda de la Ciudad de Matagalpa, información que será utilizada para documentar nuestro Seminario de Graduación, por lo que hemos solicitado su colaboración para dar respuestas a las siguientes preguntas.

1.- ¿Qué le parece la idea de una Página sobre la compra de Joyas en Matagalpa?

2.- ¿Hacen uso de Internet para realizar compras?

SI_____ NO_____

3.- ¿Qué tipo de pagos realizan para hacer sus compras por Internet?

- a) Contra reembolso._____
- b) Tarjetas de Crédito-débito._____
- c) Ninguno de los anteriores._____

4.- ¿Hace uso de Tarjeta de Crédito para realizar sus compras?

SI_____ NO_____

5.- ¿Ha realizado alguna transacción por Internet?

SI_____ Cuáles.

NO_____

6.- ¿Ha visitado un Sitios Web Comercial donde se realizan compras?

SI_____ NO_____

7.- ¿Considera necesario capacitarse sobre Comercio Electrónico?



SI_____

NO_____

- 8.- Sí usted es Usuario de Internet, ¿Qué problemas cree que hay en la realización de compras sobre Comercio Electrónico?

- 9.- ¿Han considerado la importancia y las ventajas que tiene el uso de Comercio Electrónico?

- 10.- ¿Dentro de los sitios Web que ha visitado le ha gustado alguna de Joyería que nos pueda mencionar?

- 11.- ¿Actualmente en Nicaragua no se hacen compras en sitios web comerciales?
¿Por qué?

- 12.- ¿Piensa algunas ventajas del Comercio Electrónico para los Clientes?

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA****RECINTO UNIVERSITARIO “MARIANO FIALLOS GILL”****Anexo 5****ENCUESTA:**

Las alumnas del Quinto Año de la Carrera, Licenciatura en Ciencias de la Computación, estamos realizando encuestas, con el Objetivo de Determinar la Importancia de Implementar el Diseño de un Comercio Electrónico en la Tienda Exclusividades Egda de la Ciudad de Matagalpa, información que será utilizada para documentar nuestro Seminario de Graduación, por lo que hemos solicitado su colaboración para dar respuestas a las siguientes preguntas.

- 1.- ¿Cuál es su Opinión sobre la página de Comercio Electrónico de la Tienda Exclusividades Egda de la Ciudad de Matagalpa? ¿Le agrada?

SI____ NO____

- 2.- ¿Entiende cada una de los botones y para que se utilizan?

SI____ NO____

- 3.- ¿Es fácil la accesibilidad de las categorías que se presentan en el Sitio Web comercial de la Tienda Exclusividades Egda.

SI____ NO____

- 4.- ¿Le agrada el color del Sitio Web Comercial de la Tienda Exclusividades Egda de la ciudad de Matagalpa? Sí es NO cual color le gustaría.

SI____ NO____

- 5.- ¿Se muestran claramente las ofertas y novedades que se encuentran el sitio web comercial de la Tienda Exclusividades Egda de la ciudad de Matagalpa?

SI____ NO____

- 6.- ¿Creé que nuestro sitio web comercial, es fácil de navegar y utilizar?

SI____ NO____



Anexo 6

Proforma Hosting

Jenisoft Computer Diagnose

PROFORMA

LOS EXPERTOS EN SOLUCIONES INFORMÁTICAS Y TECNOLÓGICAS

RUC.: 070778-6493

MATAGALPA, NICARAGUA
 Frente al costado sur de la parróquia Sta. Mª de Guadalupe
 Teléfono (505) 2772-7760 Móvil (505) 8402-1227



FECHA: 22/01/2010
 N° PROFORMA: 156

ATENCIÓN A: EXCLUSIVIDADES EGDA

REMITENTE Bismarck Rostran
 Gerente General
 Matagalpa

Comentarios o instrucciones especiales:

FORMA DE ENVÍO	CK A NOMBRE DE:
TERRESTRE	BISMARCK ENRIQUE ROSTRAN URBINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	SUB TOTAL
1	Servicio de Hosting		\$ -
	Capacidad de Almacenamiento: 500 MB.		
	Transferencia mensual: 10000 MB/s	\$ 150.00	\$ 150.00
	Cuentas de FTP, Correo, Bases de datos MySQL y subdominios de forma ilimitada		
1	Dominio del tipo .com.ni	\$ 65.00	\$ 65.00
1	Dirección IP Dedicada	\$ 50.00	\$ 50.00
1	Certificado SSL por 1 años	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Sistema de hosting con Clow Computing.	\$ 300.00	\$ 300.00
***** ÚLTIMA LÍNEA *****			\$ 765.00

SUBTOTAL	\$765.00
TRANSPORTE	\$0.00
INSTALACIÓN DE EQUIPOS	\$0.00
CAPACITACIÓN	\$0.00
TOTAL	\$765.00
IVA 15%	\$0.00
TOTAL A PAGAR	\$765.00

Extienda todos los cheques a favor de: **Bismarck Enrique Rostran Urbina**
 Si tiene alguna pregunta acerca de esta proforma, póngase en contacto con
 M.Sc. Bismarck Rostran: webmaster@jenisoftenterprise.com

GRACIAS POR CONFIAR EN NOSOTROS, RECUERDE "LA COMPETENCIA ES BUENA, PERO, NOSOTROS SOMOS MEJORES"



Anexo [7]

Carta de Compromiso del dueño del negocio y nosotras.



Anexo [8]

Estructura del Modelo Jerárquico

