

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CAMPUS ARAGÓN



"DESARROLLO DEL PORTAL DE NEGOCIOS
EJE COMERCIAL"

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERO EN COMPUTACIÓN
P R E S E N T A:

ABRAHAM FRANCO NARES

ASESOR: LIC. ISRAEL JUÁREZ ORTEGA.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

MÉXICO

2003



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**TESIS CON FALLA
DE
ORIGEN**

Agradecimientos

*A mis padres, Margarita y Arturo,
por su cariño, comprensión y apoyo
incondicional que me brindaron durante
toda mi carrera, por la formación, por
fomentar en mí el deseo de saber y
guiarme sobre el camino de la educación.
Son los mejores padres del mundo...*

*A mi esposa Mónica y a mi hijo
Alexander por estar siempre a mi lado
apoyándome, por todo su amor y
comprensión que me han permitido lograr
lo que me proponga. Gracias Mónica
por escucharme, por tus consejos y por ser
parte de mi vida; eres lo mejor que me ha
pasado.
Gracias Alex por enseñarme a luchar
por lo que uno quiere y seguir adelante...*

*A mi hermano Arturo por todo tu apoyo,
por tus comentarios, sugerencias y opiniones que me ayudaron durante toda mi carrera. Eres
el mejor amigo que puedo tener...*

Dedicado con todo cariño a la memoria de mi abuelo Ángel...

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

"El límite para alcanzar tus sueños es el miedo a fracasar..."

Índice

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
1. NEGOCIOS POR INTERNET.....	6
1.1. QUÉ ES INTERNET.....	6
1.2. QUÉ ES BUSINESS TO BUSINESS (B2B), BUSINESS TO COSTUMER (B2C) Y BUSSINES TO EMPLOYEE (B2E)...	8
1.3. COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE).....	10
1.3.1. <i>Definición de Comercio Electrónico.....</i>	10
1.3.2. <i>Tienda electrónica (E-shop).....</i>	12
1.3.3. <i>Centro comercial electrónico (E-mall).....</i>	13
1.3.4. <i>Aprovisionamiento electrónico (E-procurement).....</i>	14
1.3.5. <i>Subasta electrónica (E-auction).....</i>	15
1.3.6. <i>Comunidad Virtual.....</i>	15
1.4. VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	16
1.4.1. <i>Rapidez.....</i>	16
1.4.2. <i>Oportunidad de negocio.....</i>	16
1.4.3. <i>Los costos se reducen.....</i>	16
1.4.4. <i>Mejor servicio al cliente.....</i>	17
1.4.5. <i>Operaciones Oportunas.....</i>	17
1.5. DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	18
1.5.1. <i>El Reemplazo por la máquina y la Imagen.....</i>	18
1.5.2. <i>No está al alcance de todo el público.....</i>	18
1.5.3. <i>La Desconfianza.....</i>	18
1.5.4. <i>Apertura Global.....</i>	19
1.5.5. <i>Seguridad.....</i>	19
2. ESCENARIO GENERAL.....	21
2.1. ANTECEDENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	21
2.2. SITUACIÓN ACTUAL.....	24
2.3. PUNTOS IMPORTANTES PARA TENER ÉXITO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	27
2.3.1. <i>Definir el alcance y uso del portal.....</i>	27
2.3.2. <i>No olvidar al visitante ó consumidor.....</i>	27
2.3.3. <i>Cuidar el contenido, diseño, aspecto y navegabilidad.....</i>	28
2.3.4. <i>Establecer una página segura e informar al cliente.....</i>	29
2.3.5. <i>No dejar abandonado el sitio y ser dinámico.....</i>	29
2.3.6. <i>Creatividad e imaginación.....</i>	30
2.3.7. <i>Valor añadido.....</i>	30
2.4. DESCRIPCIÓN DE NECESIDADES Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.....	32
2.5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	37
2.5.1. <i>Recursos Humanos.....</i>	40
2.5.2. <i>Recursos Materiales.....</i>	44
2.5.3. <i>Recursos Técnicos.....</i>	50
2.6. CALENDARIO DE TRABAJO.....	52
3. DESARROLLO Y DISEÑO DEL PORTAL DE NEGOCIOS.....	54
3.1. PRODUCTOS GENERADOS.....	54
3.2. DISEÑO DE BASE DE DATOS.....	111
3.3. DICCIONARIO DE DATOS.....	112
3.4. MODULARIDAD.....	118
3.5. DISEÑO DE PANTALLAS.....	119
3.6. DESCRIPCIÓN DE PROGRAMAS.....	120
4. PRUEBAS Y LIBERACION.....	127
4.1. PSEUDOCÓDIGO DE LOS PROCESOS.....	127
4.2. MATRICES DE PRUEBA.....	134
4.3. CARTA DE LIBERACIÓN.....	141
CONCLUSIONES.....	143
BIBLIOGRAFÍA.....	146

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCIÓN

El gran crecimiento de las comunicaciones en los últimos tiempos ha provocado el surgimiento de nuevas herramientas que permiten a las empresas aumentar su productividad y, por lo tanto, sus ingresos; uno de estos instrumentos es la Red de Redes o Internet, como se conoce mundialmente.

Algunas empresas han recurrido al comercio electrónico para ofrecer sus productos e incrementar sus ganancias. Las ventas por la red se consolidan poco a poco en nuestro país y constituyen una forma innovadora de obtener más clientes dispuestos a aprovechar los beneficios que ofrece dicha alternativa.

En esta tesis se desarrolla el portal de negocios EjeComercial, como solución a las necesidades de crecimiento de la empresa Aspel de México. La creación de un sitio destinado al comercio en Internet tiene como objetivo ofrecer los productos y/o servicios de las tiendas virtuales con las que cuentan sus afiliados.

A dos años de su funcionamiento, EjeComercial se ha constituido en un sitio eficiente por el manejo rápido y seguro de la información que proporciona a sus clientes. Sobre todo, porque facilita búsquedas rápidas en los catálogos de todas las tiendas y ofrece distintos servicios: subastas, requisiciones, ofertas del día, afiliaciones, compra de plantillas, dominios, pagos en línea, entre otros, con la finalidad de brindar mayor comodidad a los asociados para ayudar a la administración e incrementar la venta de sus productos.

Para comenzar a explicar el desarrollo del portal de negocios, en el primer capítulo se definen algunos conceptos relacionados con el comercio electrónico y que serán utilizados durante el desarrollo de la tesis, también se indicaran las ventajas y desventajas de las ventas en Internet.

En el segundo capítulo se muestra un panorama general del E-Commerce, así como su situación actual en México y en el mundo. Al mismo tiempo, se mencionan algunas estrategias para alcanzar el éxito en esta materia y de una vez se plantean las necesidades de la empresa, a partir de las cuales se diseña la propuesta de desarrollo del proyecto EjeComercial.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El tercer capítulo aborda el análisis para la creación de la base de datos, basado en el método ENALIM, y que se ocupara para el desarrollo del portal de acuerdo con los productos finales hasta llegar al diccionario de datos y descripción de programas.

Por último, en el cuarto capítulo se describe la fase de pruebas y liberación que incluye el pseudocódigo de procesos, matrices de pruebas y carta de liberación.

Esta tesis es un punto de partida para las futuras generaciones interesadas en desarrollar un portal de negocios en Internet, debido a que hasta el momento no hay información suficiente sobre el tema. La comunidad estudiantil puede considerar el presente trabajo como un documento de apoyo para crear un sitio virtual de comercio que vincule a la empresa, sus empleados, clientes potenciales, afiliados, sucursales y proveedores.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPÍTULO 1

NEGOCIOS POR INTERNET

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1. NEGOCIOS POR INTERNET

1.1. Qué es Internet.

"Internet es una red mundial que ofrece servicios como correo electrónico, boletines de noticias, transferencia de archivos por medio del protocolo FTP (Protocolo de transferencia de archivos), conferencias informativas y charlas electrónicas, acceso remoto a millones de bases de datos y recopilación de datos, además de nuevos servicios de búsqueda y recuperación de información como Gopher y World Wide Web."¹ Estos servicios se observan en la figura 1.1.

Fig. 1.1 Servicios de Internet

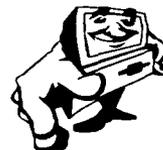


Desde hace unos años nuestras vidas han sido cambiadas radicalmente por la aparición de Internet, nuestros hábitos de comunicación han sido cambiados por "la vida en línea"; ahora contamos con herramientas como e-mail, chat, portales y sitios como e-shop; los cuales han proporcionado ventajas a nuestra manera de ver el mundo. Este mismo auge ha desarrollado una gran accesibilidad al World Wide Web (WWW) y ha dado muchas facilidades para la mayoría de la gente, es así como el Internet aprovecha su mayor característica: la de transmitir y difundir libremente todo tipo de información digitalizada.

¹ Armand st-Pierre, *Redes locales e Internet*, México, Trillas, 1997, p.216

El WWW "es un hipermedio dinámico que permite obtener información al ofrecer un acceso fácil a los recursos mundiales por medio de servidores de hipertexto"²

En nuestra actualidad nos encontramos en un mundo lleno de información que circula a lo largo y ancho de nuestro planeta, esta difusión se ha visto favorecida enormemente por los avances en cuanto a la tecnología de comunicación que se han generado principalmente a la velocidad de transmisión de datos.



Esta gran cantidad de datos han encontrado un medio eficaz de comunicación que con la ayuda de tecnologías y medios electrónicos ha generado nuevas tendencias en lo referente a la comunicación, todo esto ha venido a crear un nuevo medio el cual aumenta y enriquece a los ya conocidos.

A este nuevo elemento de comunicación se le ha denominado **INTERNET**, el cual ha facilitado la posibilidad de obtener datos precisos de los sucesos, acontecimientos e investigaciones del pasado y presente, de cualquier nación o lugar del mundo y a cualquier hora.



La globalización producida por los avances tecnológicos, las comunicaciones y el crecimiento de la "red de redes" a permitido que Internet se haya consolidado como la plataforma ideal para el desarrollo del llamado E-commerce o Comercio Electrónico o la compra y venta de bienes y servicios a través de Internet.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

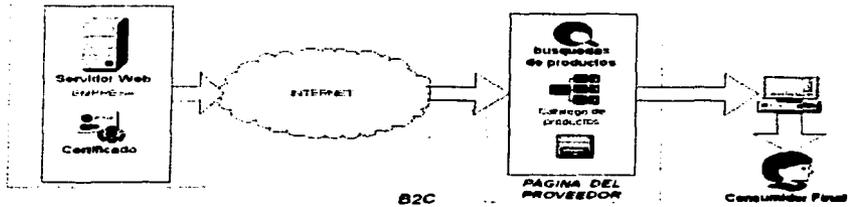
² *Ibid*, p. 228

1.2. Qué es *Business to Business (B2B)*, *Business to Costumer (B2C)* y *Bussines to Emplloe (B2E)*.

Dentro de las características del Comercio Electrónico se debe establecer la importancia del valor agregado, de tal forma que sea un aspecto de gran importancia para tener competitividad, así como también el de establecer una herramienta tecnológica que proveerá de servicios sencillos y seguros de gran calidad y eficiencia, tanto física, como virtualmente para asegurar el éxito y existencia los cuales se desarrollan en un ambiente comercial que presenta los siguientes modelos de negocio según los participantes que convocan y que son los siguientes:

B2C (Bussines to Consumer) : Los modelos basados en este esquema fueron los primeros que se promovieron en Internet como es el caso de Amazon.com y se basan en la venta de productos tangibles al minorista (consumidor) vía red, esta actividad supone la utilización de la red como canal de información sobre productos para posteriormente formalizar su venta como lo observamos en la figura 1.2. El B2C está orientado hacia el consumidor final, es decir, ofreciendo los productos/servicios al cliente de tal forma que los puede adquirir de manera electrónica, por ejemplo en la venta de artículos, libros, accesorios, pasteles, juguetes etc.

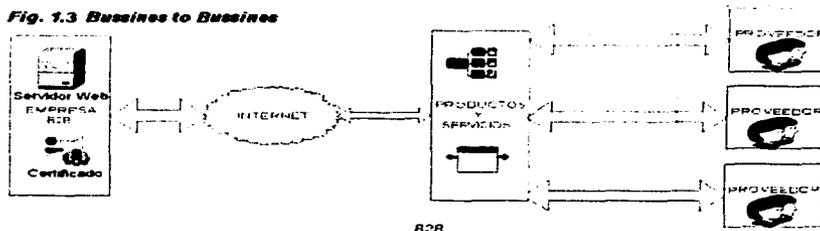
Fig. 1.2 Bussines to Consumer



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

B2B (business to business): es una modalidad de Comercio Electrónico en el que las operaciones comerciales se realizan entre empresas valiéndose de la Red, por ejemplo una empresa y sus proveedores y no con usuarios finales. Es decir, la venta de un bien o servicio de una empresa a otra como vemos en la figura 1.3. Con la utilización del B2B se consigue una importante reducción de costos y en consecuencia del precio del producto, mejoras en la obtención de insumos, aumento de la productividad, además se facilita el negocio y la información entre los distribuidores y proveedores.

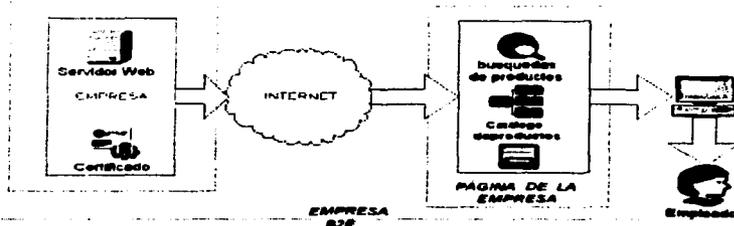
Fig. 1.3 Bussines to Bussines



B2B

B2E (Business to employee): Es la venta de la empresa al empleado, como se ve en la figura 1.4. Uno de los casos más conocidos es IBM, con la venta de artículos, gorras y hasta pelotas de golf a sus empleados. En cualquiera de los casos la venta de la empresa hacia el empleado es en la que menos recursos se emplean.

Fig 1.4 Bussines to Employee



EMPRESA
B2E

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.3. Comercio electrónico (E-commerce) .

1.3.1. Definición de Comercio Electrónico.

La globalización producida por los avances tecnológicos de la informática y las comunicaciones y el auge y crecimiento de la red de redes ha permitido que Internet se haya consolidado como la plataforma ideal para el desarrollo del llamado E-commerce o Comercio Electrónico o la compra y venta de bienes y servicios a través de Internet.

El E-commerce ha ido evolucionando y transformando la forma de hacer negocios. Pequeñas, medianas y grandes empresas se han visto beneficiadas con estos avances al permitir llegar con sus ofertas de productos y servicios al mundo entero. A continuación una definición de Comercio Electrónico para entender aún más el concepto:



“El Comercio Electrónico constituye una nueva forma de estrategia empresarial que se basa en la utilización de las redes de comunicaciones para desarrollar actividades comerciales. En este nuevo modelo de transacciones de negocios, las partes involucradas interactúan y hacen negocios exclusivamente a través de medios electrónicos.”³.

El e-commerce comprende los mecanismos con los cuales las organizaciones actualmente realizan sus negocios de medios electrónicos, con otras empresas y con sus clientes. El impacto del e-commerce en todas sus formas, ya se hace sentir tanto en las empresas como en la sociedad en general.

En términos generales podemos decir que el Comercio Electrónico es la posibilidad de realizar transacciones comerciales empleando medios electrónicos y que actualmente es Internet. La venta en el Comercio Electrónico se realiza de la misma forma en que se ha desarrollado la venta a

³ “ABC del Comercio Electrónico”, en *E-Robotiker*, Marzo 1, http://revista.robotiker.com/negocio_electronico/articulo2.jsp.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

través de los tiempos: hay un cliente que necesita un producto o servicio y un proveedor que lo proporciona; éste último informa acerca de sus productos y el cliente decide si cubre sus necesidades; si se llega a un acuerdo, la venta se realiza.

"El comerciante de Comercio Electrónico ofrece un determinado producto a un precio deseable. El usuario web paga por el producto. La cadena de distribución del comerciante completa el pedido y envía el producto a la dirección del comprador. El usuario web obtiene su producto y el comerciante dinero".⁴

En un esquema general del Comercio electrónico que se observa en el diagrama 1.5. intervienen 3 entidades fundamentales que son: el comerciante que es la persona encargada de hacer llegar el producto o artículo al cliente o usuario final, el proveedor de contenidos y/o servicios es la persona encargada de ofrecer el soporte tecnológico necesario para permitir el enlace entre comerciante y cliente, finalmente el cliente el cual llevará a cabo la compra o adquisición del artículo o servicio publicado.

Fig 1.5 Comercio Electrónico



El Comercio Electrónico permite a las empresas ser más eficientes y flexibles en sus operaciones y dar mejor respuesta a las necesidades y expectativas de sus clientes; además permite seleccionar los mejores proveedores, sin tener en cuenta su localización geográfica, y vender en todo el

⁴ Mai-lan Tompsen, *Contenidos Web*, Madrid, Prentice Hall may, 2000, pag. 27.

mundo, por lo que pueden alcanzar un mayor aumento de ventas y por lo tanto, un mayor ingreso.

El Comercio Electrónico no es un sueño que se desee alcanzar, sino que está ocurriendo ahora, y que podemos observar en nuestra actualidad en todo el mundo, y aunque USA, Japón y Europa están liderando el camino, el Comercio Electrónico es de tipo mundial, por tanto cualquier empresa que desee realizar Comercio Electrónico tiene la posibilidad de crecer e integrarse a este gran "mundo electrónico".

El impacto del Comercio Electrónico ha llegando tanto en las empresas, como a la sociedad en general la cual tiene formas completamente nuevas de adquirir bienes y servicios y acceder a la información, ya que no hay barreras geográficas y de tiempo.

1.3.2. Tienda electrónica (E-shop).

El E-Shop o tienda virtual es una de las formas más comunes dentro del Comercio Electrónico y se puede definir como:

" Lugar Comercial el cual funge la función de vender bienes y servicios, a través del Web, por lo cual está disponible las 24 horas del día, con un alcance global (sin barreras geográficas) y la habilidad de relacionar y proporcionar información al cliente, así como órdenes de compra "⁵



Esta consiste en trasladar los productos que una empresa posee hacia Internet, de tal forma que se publican mediante un catálogo y se integran en distintas categorías, de tal forma que el cliente pueda adquirirlo según sus necesidades. Un ejemplo de estos podrían ser la compra de boletos para espectáculos, discos, boletos de avión, software, etc.

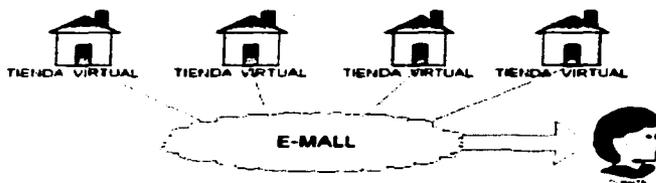
⁵ *Ibid*, p. 125

Es necesario notar que el cliente final que adquiere un producto vía Internet lo hace por comodidad y en muchas ocasiones no importando que el costo del producto se eleve, por ejemplo, la compra de discos en Mix-Up. Otro ejemplo puede ser los que se relacionan con la información, algún periódico que publique sus noticias por Internet de forma gratuita, pero podría tener la posibilidad ofrecer otros servicios adicionales con un costo extra si es que el usuario quiere acceder a ellos. Un ejemplo de ello es el sitio **www.amazon.com**.

1.3.3. Centro comercial electrónico (E-mall).

Este es conocido comúnmente como CCE o Centro Comercial Electrónico, el cual es un sitio Web en donde se encuentran diferentes tiendas electrónicas, este sitio puede estar dedicado a un cierto rubro en específico, por lo tanto el dueño de cada tienda define a que E-mall asociarse de acuerdo a sus intereses personales y al tipo de productos que pretende manejar, de tal forma que el sitio tiene sus propias estrategias de marketing y publicidad adecuadas como se ve en el esquema 1.6.

Fig 1.6 Mall



De esta manera un cliente común que desee adquirir algún producto y/o servicio puede entrar a un CCE y encontrar un gran número de tiendas virtuales, en las que pueda comprar lo que necesita, según su rubro, teniendo la

posibilidad de acceder a ellas de un forma mucho mas rápida y comparar precios entre las diferentes tiendas que ahí se encuentran.

Por ejemplo una tienda que vende pantalones podría encontrarse dentro de un CCE cuyo rubro principal sea el de "Tiendas de Moda" .

Algunos de los servicios que puede ofrecer un CCE:

- Marketing personalizado para cada tienda electrónica.
- Mantenimiento de la tienda electrónica.
- Validación de pedidos.
- Varias posibilidades para el pago electrónico.
- Servicio de envío de pedidos.

De aquí el CCE puede obtener ganancias al dar hospedaje a cada una de las tiendas, así como al cobrar comisiones sobre las transacciones realizadas en cada tienda, publicidad, mantenimiento etc., por ejemplo, **SeccionAmarilla.com**.

1.3.4. Aprovechamiento electrónico (E-procurement).

Una de la posibilidades que tienen las empresas grandes para poder obtener insumos es el E-procurement, en el cual estas empresas pueden establecer los productos y/o servicios que requieren para ellas, de tal forma que los proveedores pueden realizar ofertas a la empresa y esta puede obtener sus insumos de una forma fácil con el proveedor que más le convenga.



Por ejemplo, las empresas que se dedican a la construcción y que requieren de materiales, pueden obtener sus productos con el proveedor que les dé una mejor oferta.

1.3.5. Subasta electrónica (E-auction).

El E-auction es un servicio que ofrecen diferentes sitios para poder subastar productos y que es muy común en nuestra actualidad dentro del B2B y B2C e inclusive puede integrarse dentro de la misma tienda virtual.

Los productos que se subastan pueden ser cualquier tipo de artículos, correspondientes a un exceso de stock. Las subastas son comúnmente encontradas dentro del CCE, de tal forma que éste se encarga de llevar la administración y exposición de los artículos subastados dentro del sitio, así mismo puede obtener ganancias al cobrar comisiones por cada uno de los artículos subastados dentro del mismo, proporcionando los mecanismos de cobro y envío de los productos, por ejemplo el portal **deremate.com**

1.3.6. Comunidad Virtual.

Al igual que en el mundo real, las personas con intereses comunes se juntan en Internet alrededor de comunidades. Los foros de discusión (como los grupos de noticias, las charlas en línea) son llamadas comunidades virtuales, y se utilizan tanto para el ocio como para las relaciones profesionales. Estas utilidades son normalmente gratis, aunque es común pagar por las que son orientadas al mundo laboral. La videoconferencia, por ejemplo, es una herramienta muy atractiva que permite reducir los costos, y se emplea a menudo en grandes compañías o en eventos científicos y comerciales. Estas modalidades facilitan un entorno de comunicación para la colaboración entre las empresas, de tal manera que pueden utilizarse, entre otras cosas, para realizar consultoría. Para este caso se deberá prestar especial atención en la protección de datos, la fiabilidad del entorno y el manejo de una firma digital ya que será de gran importancia para el buen funcionamiento del sitio.



1.4. Ventajas del Comercio Electrónico.

1.4.1. Rapidez.

El Comercio Electrónico permite reducir la entrega de los productos y servicios. Podemos ver que los bienes se venden directamente por los fabricantes a los consumidores, lo cual elimina cualquier tipo de retardo.

Esto lo podemos observar en el caso de productos y servicios que pueden ser distribuidos por Internet, donde se eliminan completamente los procedimientos de envío hacia el cliente por ejemplo las películas, vídeo, música, revistas, periódicos y distribución de software. De tal forma que el cliente quede totalmente satisfecho al obtener rápidamente el producto que necesita, sin tener que esperar mucho tiempo.



1.4.2. Oportunidad de negocio.

Es decir, permite aumentar la posibilidad de conseguir clientes potenciales mediante su difusión independientemente de la ubicación geográfica, así mismo conseguir contactos entre clientes y proveedores lo cual abre un número ilimitado de oportunidades de negocio en todo el mundo y, por lo tanto, tener una "presencia global".

1.4.3. Los costos se reducen.

Mediante la eliminación de catálogos, manuales y otro tipo de documentación que normalmente es enviada a los clientes. La reducción de costos de alguna transacción es la parte más importante dentro del Comercio Electrónico, aquí podemos observar que cualquier transacción realizada comúnmente que implica el contacto humano directamente aumenta el costo de la misma,



mientras que una transacción realizada electrónicamente tiene costos muy bajos y en consecuencia el precio que paga un cliente por dicho producto es mas barato.

1.4.4. Mejor servicio al cliente.

Uno de los aspectos más importantes es retroalimentación por parte de los clientes. Con la interacción electrónica los proveedores pueden tener información detallada de las necesidades de cada cliente individual y automáticamente ajustar sus productos y servicios. Esto da como resultado productos a la medida comparables a los ofrecidos por especialistas, pero a precios mucho más bajos y por lo tanto, un mejor servicio hacia el cliente, así mismo es posible tener el control de inventarios, facturación y otras tareas administrativas de forma automática.



1.4.5. Operaciones Oportunas.

El acceso a Internet y la disponibilidad del mismo hace que se puedan llevar a cabo operaciones en cualquier momento, independientemente del día y de la hora, por ejemplo, si en algún momento requerimos vacunar una PC y no tenemos el software necesario, lo podemos adquirir inmediatamente realizando la compra por Internet, independientemente del horario en que lo necesitemos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.5. Desventajas del Comercio Electrónico.

1.5.1. El Reemplazo por la máquina y la Imagen.

Nunca va a ser lo mismo el trato de persona a persona, que de persona a máquina; la presentación de un producto y el contacto físico con el artículo en cuestión, son factores que quizá aunque el cliente tenga todos los servicios posibles, él se sienta incomodo, ya que lo único que podrá observar es la simple imagen del producto.

1.5.2. No está al alcance de todo el público .

La oportunidad de que una persona vea, visite, consulte y aun más de que compre en una tienda virtual es de 2 por cada 10 personas, desafortunadamente en México no todas las personas cuentan con los medios económicos para el uso de Internet, lo cual lo hace un privilegio de pocos y una desventaja de muchos. Muchas veces las personas al no tener la oportunidad de utilizar esta tecnología dudan aún mas de su utilidad y sus ventajas, ya que no están acostumbradas a esto, otro de los factores importantes es la cultura que se tiene en el país y el atraso económico, lo cual dificulta el crecimiento del Comercio en Internet, así como los mitos que surgen.



1.5.3. La Desconfianza.

El número de gente que compra por Internet es mucho menor de la que tiene acceso a éste. La crisis económica hace dudar de las compras mediante Internet y mucho más sobre el uso de tarjeta de crédito para la compra y adquisición de productos y servicios. Las personas tienen desconfianza de poner el número de su tarjeta de crédito en una página Web en donde se tiene la idea de que "todo mundo puede observar todo", provocando que no existe la compra de productos.



1.5.4. Apertura Global.

Al poder negociar con clientes y proveedores que se encuentran en diferentes partes del mundo, es importante contemplar algunos aspectos que pueden afectar en algún momento, por ejemplo el saber cuáles son los productos que se pueden ofrecer en otra parte del mundo, cuáles son las reglas o condiciones que tiene otro país para realizar negocios por Internet, como establecer una comunicación a través de Internet con países que utilizan otro lenguaje diferente, estas son algunos de los problemas que se encuentran en la llamada "banda abierta de la globalización".



1.5.5. Seguridad.

El Comercio Electrónico necesita mecanismos eficaces para garantizar la privacidad y la seguridad. Estos mecanismos deben proporcionar confidencialidad, autenticación, es decir, permitir a cada parte que intervenga en una transacción que asegure la identidad de la otra parte y fidelidad o no repudiación, esto es, asegurar que las partes que intervienen en una transacción no puedan posteriormente negar su participación. Ya que el reconocimiento de mecanismos de seguridad y privacidad depende de certificaciones de una tercera empresa, el Comercio Electrónico requiere el establecimiento de un sistema de certificación global.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO 2

ESCENARIO GENERAL

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2. ESCENARIO GENERAL.

2.1. Antecedentes del Comercio Electrónico.

El comercio se ha desarrollado desde muy temprano en la historia de la humanidad, comenzando desde el intercambio de bienes por medio del trueque y en forma de dinero, hasta métodos más complejos que involucran formas de pago a través de los bancos, los cuales realizan el manejo tarjetas de crédito, recibiendo a cambio comisiones por su servicio de intermediación.

Actualmente, se han adoptado nuevas herramientas tecnológicas, para hacer más eficientes los procesos internos de operaciones y también para ofrecer servicios más ágiles. La aplicación de estos nuevos elementos está relacionada con la misma sociedad, la cual exige nuevas formas más eficientes de intercambio, que funcionen a la velocidad en que se mueve el mundo.

El crecimiento tecnológico ha favorecido el paso de la era de la computación cerrada y aislada, a la integración de redes de distinta arquitectura, de PC remotos, de cajeros automáticos, puntos de venta de dispositivos móviles con comunicaciones por fibra óptica o sin cables.

El E-Commerce empezó en los 70, cuando grandes empresas se iniciaron en la creación de redes para intercambiar información con socios comerciales y proveedores. El primer método de Comercio Electrónico es el llamado Intercambio Electrónico de Datos (EDI – Electronic Data Intrechange), el cual transmitía datos de forma estandarizada que agilizaba la obtención de información entre empresas, de tal forma que el “papeleo” y la intervención humana eran casi nulas. Hoy en día, el EDI sigue en pie, siendo tan efectivo en reducir costos y aumentar la eficiencia que la mayoría de las empresas lo utilizan.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La venta en línea empezó a ser utilizada en sus inicios por empresas que en aquel entonces sólo tenían su propio negocio en forma tradicional y que utilizaron este nuevo modelo como un elemento más para sus ventas.

Amazon fue uno de los pioneros de esta nueva modalidad, donde las tiendas se trasladan a la computadora y los únicos requisitos para poder comprar es una PC, un navegador de Internet, conexión a la red y un medio electrónico de pago.

Cuando el Internet empezó a tomar auge con el surgimiento del World Wide Web, se abrieron las puertas a una nueva manera de hacer negocios. Hoy, empresas chicas y grandes, han invertido en una industria que genera millones de dólares y que tiene mucho potencial al permitir llegar sus productos y servicios al mundo entero.



La globalización producida por los avances tecnológicos de la informática y las comunicaciones así como el auge y crecimiento de la red de redes han permitido que Internet esté consolidado como la plataforma ideal para el desarrollo del llamado E-commerce o la compra y venta de bienes y servicios a través de la red.

Dentro de las etapas del Comercio Electrónico podemos establecer las cuatro siguientes:

a) EDI (Electronic Data Interchange). El EDI surgió de la necesidad de intercambiar datos durante las transacciones entre empresas, utilizando tecnología segura y que fuera de fácil operación para los usuarios. La principal desventaja que mostró desde sus inicios es el elevado costo que involucraba a las pequeñas empresas realizar transacciones de este tipo con los grandes corporativos.

b) Transacciones en web. En esta etapa de evolución se comienza a hablar del B2C (business to consumer) y B2B (business to business). La primera está relacionada con las ventas al consumidor final; la segunda, con las realizadas entre empresas. Los negocios se construyen en plataformas públicas

accesibles a los interesados vía web, haciendo uso de un browser. A diferencia del EDI, los costos de construcción e interacción son reducidos, y gracias a ello se nota una tremenda explosión en los mercados de este tipo.

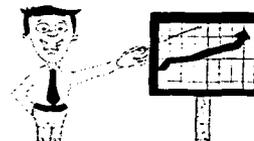
c) Emarketplaces (mercados digitales). Los mercados digitales se constituyen cuando una o varias empresas forman un portal en web que les permite a proveedores, de todo tipo y tamaño, acceder y responder a las subastas o solicitudes de cotizaciones del comprador. Las ventajas para la empresa que adquiere insumos en un emarketplace se traducen en ahorros económicos y optimización de tiempos de entrega y, por el otro lado, para aquellas que ofrecen sus productos, logran alcanzar mercados a los que antes no tenían acceso, obteniendo también niveles de competitividad con compañías que rebasan su tamaño.

d) Hyperpartnering (alianzas comerciales por demanda). Este modelo es representado como la cuarta generación que está en sus comienzos. Las relaciones comerciales del hyperpartnering se inician cuando el mejor proveedor se selecciona a partir de las características del cliente. Por ejemplo, si un cliente de Monterrey está solicitando la entrega de un producto (una cámara digital) y se ofrecen descuentos en una compañía de envíos llamada FedEx, pero la relación comercial está establecida con DHL, en este modelo se intenta proteger al cliente, al realizar el cambio de la compañía de mensajería de último momento y así representar ahorros sustanciales para el cliente y la empresa.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2. Situación Actual.

Ultimamente se ha generalizado el uso del término "Comercio Electrónico", de tal forma que ya forma parte de la terminología moderna de la tecnología y la causa de grandes cambios en los últimos años. La expresión "Comercio Electrónico" se utiliza con frecuencia en la informática, negocios y una amplia gama de actividades que normalmente asociamos al uso de computadoras e Internet para el comercio de bienes y servicios de una manera nueva, directa y electrónica.



Hoy en día, la mayoría de las transacciones de Comercio Electrónico entre empresas y consumidores están relacionadas con productos intangibles que pueden enviarse directamente a la computadora del consumidor a través de la red, por ejemplo, software, juegos, música etc.

El gran auge de Internet y del Comercio Electrónico ha sido exponencial, y este ritmo vertiginoso no parece disminuir. En la actualidad, todo el mundo coincide en que Internet es el fenómeno de más rápido crecimiento de todos los tiempos en el ámbito de las comunicaciones. La tabla comparativa que se expone a continuación 2.1 nos muestra el impresionante gran de crecimiento del WWW.

Fig. 2.1 Crecimiento de Usuarios en Internet



El crecimiento explosivo de Internet, ha motivado al desarrollo de las transacciones electrónicas para comercializar productos y servicios a escala mundial como vemos en la tabla 2.2. Se calcula que en nuestros días, entre 400 y 500 millones de personas son usuarios de Internet en todo el mundo, de los cuales 100 millones efectúan compras en la red; esta tendencia arroja una ganancia de 20,000 millones de dólares al año.⁶

Se estima que para el 2005 el volumen de este tipo de transacciones no será inferior a los 50,000 millones de dólares y el número de usuarios podrá alcanzar los 1000 millones.

Para ejemplificar el impacto de Internet, podemos observar que tan sólo de 1998 a 1999, el número de usuarios aumentó en un 55% a escala mundial y se calcula que la población mundial en línea sobrepasará los 250 millones de usuarios en 2002, por lo cual se prevé que en el 2005 alcanzará los 300 a 500 millones de navegantes.



En Estados Unidos de América hay más de 100 millones de internautas, en tanto Europa tiene ya 35 millones; se calcula que la tasa de crecimiento más rápida de los próximos años se produzca en Asia y América Latina. En China, por ejemplo, se espera que el número de usuarios de Internet pasará de 21 millones a los 33 millones en 2003.⁷

El tráfico en Internet continúa duplicando su volumen cada 100 días. Hoy, el número de nombres de dominio registrados sobrepasa los 15,5 millones. En diversas regiones, el uso de Internet ha alcanzado proporciones de tal envergadura que las empresas no pueden permitirse permanecer por más tiempo al margen de la Red, en particular, si desean mantener su presencia en el mercado.



⁶ Véase "eGlobal Report", en <http://www.emarketer.com>

⁷ *Idem*

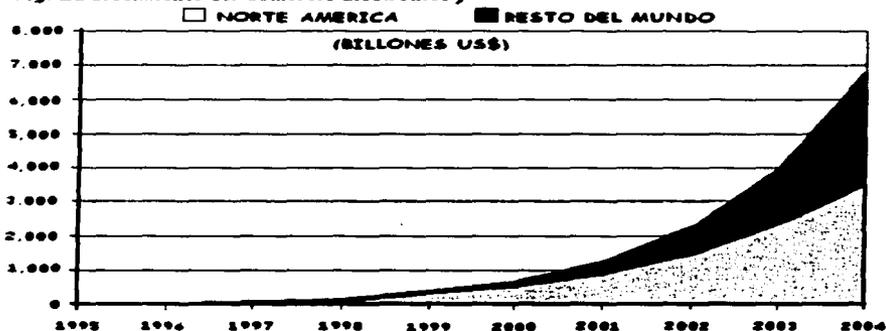
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Algunos expertos creen que este crecimiento continuará en la misma línea en los próximos 20 años, motivado por los avances tecnológicos y la disminución de los costos de la informática y las telecomunicaciones.

El aumento de los ingresos de las empresas es impresionante. Un estudio de las principales estimaciones indica que, partiendo de cero, en 1995 el Comercio Electrónico mundial se cifró en 26 mil millones de dólares en 1997 y en 43 mil millones en 1998. Se espera que a finales del 2002 alcance los 330 mil millones y se prevé que las ganancias oscilarán entre 2 a 3 billones de dólares entre el 2003 y 2005.⁸

Este crecimiento proviene de las transacciones de empresa a empresa, en tanto que las operaciones de los consumidores se han visto disminuidas por la falsa imagen en cuanto a la inseguridad de los pagos, posibles fraudes y problemas de confidencialidad asociados al acopio de datos personales.

Fig. 2.2 Crecimiento del Comercio Electrónico,



Hasta el momento, los beneficios mundiales de este nuevo tipo de comercio han sido de gran importancia para el desarrollo y crecimiento de las empresas. En México, esta forma de hacer comercio aún es nueva y es necesario que las personas comiencen a ver los beneficios que ofrece; también

⁸ *idem*

sería conveniente empezar a introducirlo a la mayoría de la población, de tal forma que "abran los ojos" hacia la nueva "supercarretera de la información" ya que el gran avance de las comunicaciones nos obliga al uso y generación de la misma.

2.3. Puntos importantes para tener éxito en el Comercio Electrónico.

2.3.1. Definir el alcance y uso del portal.

Un negocio en Internet debe tener muy claro que la red es un medio de comunicación, por lo cual el empresario está obligado a tener algo que decir para dirigirse a un público específico. Para ello, es necesario preguntarse: ¿Qué tengo que decir?, así como definir ¿A quién quiero decirlo?



Cuando se diseña un sitio, se debe partir de éstas preguntas. No es suficiente poner una página en la red y esperar que las ofertas de compra lleguen por sí solas. Gran parte del éxito de su página depende de la forma en que se hayan planteado y contestado dichas interrogantes, ya que a partir de ellas se iniciará el diseño de la página.

2.3.2. No olvidar al visitante ó consumidor.

Lo más importante es el cliente. Sus necesidades son la parte fundamental de cualquier negocio. Una de las etapas más importantes de Internet dentro de los negocios es la posibilidad de dirigirse al cliente deseado, con un mensaje concreto y bien enfocado a un tipo o perfil de cliente. Es uno de los conceptos de Internet más notables, porque le brinda a la pequeña o mediana empresa la oportunidad de competir con negocios más grandes.



TESES CON
FALLA DE ORIGEN

2.3.3. Cuidar el contenido, diseño, aspecto y navegabilidad.

Este es un aspecto muy importante y que es necesario cuidar, ya que basados en la experiencia, para poder retener a un navegante dentro de un portal es necesario dar una buena impresión desde su primer contacto dándole una buena imagen, pudiendo asesorarse de compañías especializadas.

A) Contenido

Sin un contenido que atraiga al visitante, no se podrá contar con una nueva visita de un posible cliente y seguramente perderlo para siempre. El reto de un negocio en Internet es crear una página "pegajosa", es decir, una página que provoque al visitante a volver una y otra vez. Quizás no compre la primera vez que llegue y, quizás ni siquiera la segunda, pero tarde o temprano acabará comprando, sólo si opta por visitar el sitio.

B) Diseño

El diseño y estética de la página también cuentan a la hora de inspirar confianza por parte del visitante. Desgraciadamente, y con razón, existe una cierta desconfianza en lo que se refiere al Comercio Electrónico. Esto se debe principalmente a la falta de costumbre, falta de conocimiento y falta de experiencia. No obstante, es un problema real y hay que transmitirle al cliente que cualquier operación que realice será segura. En gran medida, se puede conseguir que el cliente obtenga la confianza, por lo menos parcialmente, a través de una página con un diseño profesional y con una estética atractiva.



C) Navegabilidad

Para que el cliente se encuentre cómodo, la página requiere un fácil manejo y navegabilidad, es decir, la lógica del sitio debe permitir el desplazamiento fácil entre las páginas, de tal forma que el cliente pueda ver todo lo que necesita y lo que le interesa.



Un sitio no debe de ser un laberinto donde no hay manera de entender cómo llegar a un punto determinado; es necesario facilitar las cosas al cliente.

Si el visitante o futuro comprador que tiene cualquier problema a la hora de moverse por la página, saldrá para nunca volver.

Otro punto muy importante es la funcionalidad de la página. Todos enlaces tienen que funcionar bien y van al lugar que desea, así como tener cuidado con la descarga de la página al visitante ya que debe realizarse en un tiempo rápido. Los gráficos e imágenes pueden ocupar memoria importante y afectan el rendimiento de la página, pues tardan demasiado. ¿Cuántos de nosotros hemos salido de una página web porque ha tardado demasiado tiempo en dejarse ver? Por mucho que cueste dejar fuera de la página esos gráficos e imágenes se tiene que dejar fuera ya que el cliente se puede aburrir y dejar la página.

2.3.4. Establecer una página segura e informar al cliente.

Debe ser una prioridad para la empresa tener la página en un servidor seguro que utilice la tecnología Single Socket Layer (SSL) para garantizar al cliente que la transmisión de sus datos es confidencial al hacer una compra en su tienda. SSL es una tecnología desarrollada por la empresa Netscape para este fin. Actualmente, es la tecnología "segura", más aceptada y utilizada del mundo. El cliente sabrá que está en un sitio confiable, si el sitio cuenta con un servidor que emplea SSL, ya que éste resguardará sus transacciones.



2.3.5. No dejar abandonado el sitio y ser dinámico.

No es suficiente instalar la página en Internet y esperar que caigan las ofertas de compra. Estos portales requieren un seguimiento y cuidado. Si se quiere tener éxito, se debe tomar en cuenta el negocio del que se trata, es decir, qué productos gustan, qué



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

productos no gustan y por qué. Es de suma importancia agregar elementos de valor para el usuario.

En Internet, el cliente necesita que se le informe sobre el producto/servicio y por qué es el mejor. Es importante preocuparse por el usuario final y sus necesidades.

2.3.6. Creatividad e imaginación.

Una de las verdades más importantes e interesantes de Internet es que la empresa pequeña o mediana puede competir con la grande. Han habido sonoros casos de empresas virtuales que nacen desde la nada y en poco tiempo se vuelve verdaderas potencias.

¿Qué es lo que ha permitido a empresas como Amazon (libros) o E-Bay (subastas) llegar a tener tanto éxito para que hoy sean los líderes de sus respectivos sectores?. Estas empresas han tenido la visión de reconocer una oportunidad en el momento cuando se les presentó. Pero también han tenido la creatividad e imaginación de utilizar el medio de Internet para crear un contenido interesante, útil, y eficaz ante los ojos de los usuarios.



Además del momento idóneo para la creación de un negocio de cualquier tipo, en Internet es de suma importancia la creatividad e imaginación. La persona que es capaz de saber lo que puede interesar a un grupo de personas determinada podría establecer un negocio basado en esa idea y, por lo tanto, reconocer un vacío en el mercado y llenarlo.

2.3.7. Valor añadido.

“El valor, puede definirse como ‘una justa contraprestación de dinero, bienes o servicios a cambio de algo’. A medida que Internet ha evolucionando,

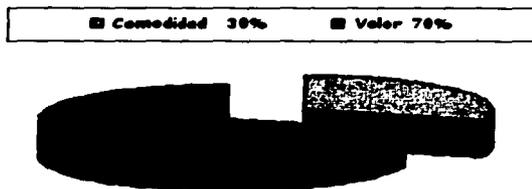
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



los usuarios web conforman su evolución con nuevas opiniones de lo que constituye una 'justa contraprestación' por su tiempo y patrocinio de su sitio web"⁹

La principal causa del éxito de un portal radica principalmente en el valor añadido que el sitio proporciona a sus clientes como parte de la compra o simplemente por el hecho de visitar la página como vemos en la figura 2.3. El usuario saldrá beneficiado al percatarse de que se ofrecen precios muy bajos, descuentos, hasta anuncios, noticias o recomendaciones, es decir, obtendrá algo de ese sitio, independientemente si realiza compras o no. En la siguiente gráfica se puede observar la gran diferencia entre lo que más les interesa los navegantes:

Fig. 2.3 Interés de los Navegantes



Por este motivo se tiene que considerar el "valor" como un elemento importantísimo para el éxito en un portal.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

⁹ Mai-lan Tompsen, *Contenidos Web*, Madrid, Prentice Hall may, 2000, pag. 27.

2.4. Descripción de Necesidades y Oportunidades de Negocio.

En México existe una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas que representan el 98% del total de establecimientos y el 50% de los empleos generados, sin embargo, aún se tienen retos que alcanzar, por ejemplo el rezago tecnológico al cual se enfrentan, la mayoría no cuenta con las herramientas necesarias para poder organizar su empresa y sus ventas, es muy importante ofrecerles la tecnología que requieren para que puedan alcanzar un crecimiento satisfactorio.

De igual manera la organización dentro de las mismas empresas es un punto crítico que hay que atacar por lo que la estandarización de procesos juega un papel clave para las organizaciones.

La planeación se debe enfocar a largo plazo, podemos observar que la mayoría de los casos se establece a corto plazo, lo que puede ser perjudicial para la empresa ya que no se tiene una visión mas allá de un periodo corto de tiempo, y se pretenden realizar ventas a la mayor brevedad posible sin importar el futuro de la organización y su crecimiento.

El éxito de las empresas en nuestra actualidad radica principalmente en la capacidad de enfrentar las necesidades de sus clientes, competir globalmente y ser flexible para adaptarse a nuevos retos.

Las empresas que quieren sobrevivir se están modernizando actualizando sus sistemas de información y tecnología, debido a la competencia de los costos de hardware y software están cada vez más bajos y son mucho más "amigables" y flexibles en su operatibilidad, son fáciles de instalar usar y escalar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Podemos definir 4 elementos básicos para el buen funcionamiento de una empresa y que deben ser tomados en cuenta para tener éxito Fig. 2.4.

Fig. 2.4 Administración Estratégica



Estrategia: La estrategia se refiere a definir e implementar una línea o rumbo para la empresa, donde la compañía tenga ventajas claras sobre la competencia, y que sirva o funcione mejor para los clientes seleccionados.

Sistemas de Información : "El que no sabe, es como el que no ve". Es necesario tener una herramienta capaz de realizar operaciones de manera fácil así como ahorrar costos y tiempo para la empresa y ofrecer elementos para la toma de decisiones de una manera rápida y eficiente.

Marketing: El área de marketing es la que se encarga de generar estrategias que fortalezcan el funcionamiento de la organización dentro de las siguientes relaciones:

- Producto - Cliente
- Promoción - Comunicación
- Precio - Costo
- Plaza - Conveniencia

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Comunicación.

1. **Comunicación interna:** Establecer los procesos para compartir información entre departamentos y lograr el compromiso a todos los niveles de la empresa.
2. **Comunicación externa.** Realizar publicidad y relaciones públicas para generar relaciones con clientes y proveedores.

Es importante notar que actualmente son pocas las empresas que cuentan con la infraestructura necesaria para hacer frente al mundo del Comercio Electrónico, que va más allá del diseño de páginas Webs, es decir, Diseño, Montaje, Promoción, ventas, Administración y Mantenimiento de un sitio en Internet.

Es por ello que **ASPEL de México** debe ofrecer una solución totalmente automatizada para que las micro, pequeñas y medianas empresas que cuentan con el producto ASPEL-SAE, realicen operaciones comerciales en Internet con sus propios clientes y proveedores de tal forma que en cuestión de minutos, puedan instalar y abrir al público de todo el mundo su tienda virtual personalizada, de tal forma que puedan ofrecer sus productos sin tener que comprar nuevo software y a un costo mínimo de esta forma las empresas afiliadas y distribuidores del portal deben cumplir con las siguientes características:

Afiliados:

- 1) Tienen que haber adquirido el sistema ASPEL-SAE, y por lo tanto ser clientes de la empresa.
- 2) Haber transmitido su tienda virtual hacia el portal Ejecomercial mediante el Sistema SAE-Commerce.
- 3) Haber Realizado el pago de su inscripción y renta mensual.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Con esto las empresas quedan afiliadas al portal, y tienen diferentes servicios con los cuales pueden incrementar sus ganancias mediante Internet, al ofrecer sus productos desde su tienda virtual, pero además la posibilidad de que también sean vistos en las búsquedas de EjeComercial y SeccionAmarilla, realizar subastas y requisiciones a los diferentes participantes del sitio, tener un "escritorio" propio en portal, mediante el cual puede administrar y comprar diferentes servicios en línea para su tienda.

Distribuidores:

- 1) Registrarse en el portal.
- 2) Asistir y aprobar los cursos necesarios para certificarse como distribuidor de la empresa.

Al quedar registrado como distribuidor, puede vender a sus clientes los servicios que ofrece el portal, dándole como beneficio el pago de comisiones por la venta de los mismos al comprar CLAVES PREPAGADAS las cuales son adquiridas por el mismo desde su "Escritorio" dentro del portal.

Características que tiene que cumplir el proyecto del portal de negocios.

El portal debe satisfacer las necesidades de los usuarios que tienen su tienda virtual, con la mayor facilidad, eficiencia y seguridad, teniendo las siguientes características:

- Concentrar las tiendas en un Portal para presentarlas a los clientes potenciales.
- Un Motor de búsquedas de tiendas y productos.
- Ofrecer subastas y requisiciones dentro del Portal.
- Pagos en Línea de servicios.
- Un Home personalizado para cada cliente.
- La clasificación y asignación de las categorías de la tienda en dentro del Portal.
- Adquirir nuevas plantillas para la tienda virtual o asignar alguna de las ya existentes.
- Realizar la afiliación de la tienda al portal via Internet general.

- La publicación de la tienda dentro del Portal y Sección Amarilla.
- Publicación de las ofertas de la tienda en el portal.
- Selección y compra de sus dominios.
- Ayuda en línea.
- Seguridad.
- Participación de Distribuidores.

Una parte importante del portal es la automatización del mismo, es decir, la capacidad de realizar diferentes actividades con el mínimo esfuerzo sin la intervención del hombre, con ello se logra dar al cliente un mejor servicio al hacer más rápida la navegación y los distintos servicios del portal, como pueden ser las distintas formas de pago (Tarjeta de Crédito, Depósito referenciado y BancaNet), actualización en línea de los servicios, envíos de correo en línea, confirmaciones de pago etc. Actualmente la automatización es de vital importancia ya que reduce el tiempo de espera para los clientes y sobre todo disminuye los costos de manutención.

El portal ofrece grandes ventajas con respecto a otros que existen en el mercado, hay que tomar en consideración que el portal esta diseñado para los clientes de la empresa, los cuales compraron y están utilizando el sistema de inventario ASPEL-SAE, el objetivo es darles la capacidad de tener una tienda virtual para que ofrezca los productos de su inventario y que tenga la facilidad de interactuar con este sistema y que funcione como un punto de venta mas.

El portal ofrece la capacidad de integrar un *mall* de tiendas virtuales de sus clientes dándoles la publicidad necesaria para que sus compradores potenciales entren a sus tiendas y compren los productos que ellos ofrecen, esto a un precio mínimo a comparación de otros portales, también la capacidad de administrar su tienda virtual en línea al proveerlo de un escritorio propio en donde puede llevar a cabo un sin número de operaciones como por ejemplo cambio de plantillas en línea, pago de servicios, dominios, cambiar parámetros visuales de la tienda etc., esto sin la necesidad de desplazarse a una oficina ni realizar tramites que quitan tiempo al usuario y se traducen en costos.

2.5. Planteamiento del problema.



Muchas empresas pueden obtener ganancias a través del Comercio Electrónico. Las ventas por la red traen muchos beneficios porque permiten a las empresas ofrecer sus productos y servicios, así como la facilidad de que cualquier persona los conozca y adquiera.

Los portales dedicados al comercio tienen el objetivo de formar una comunidad en donde cualquier empresa pueda tener su propia tienda virtual de una forma sencilla y de fácil acceso para sus compradores potenciales. Al mismo tiempo, integran todo un sistema de administración para tener un manejo rápido, eficiente y seguro de su información.



La aplicación de estas herramientas ha dado como resultado un amplio crecimiento de ventas y, por ende, un gran aumento en sus ingresos; además de promover las transacciones electrónicas en línea entre empresas oferentes y demandantes de productos y servicios, de manera rápida, segura y a precio justo mediante instrumentos tecnológicos que contribuyen a la mejora de resultados.

Actualmente hay un gran número de Portales dedicados al E-Commerce en el mundo. Sin embargo, en nuestro país hemos empezado a "abrir los ojos" hacia este gran universo de la información. Es por ello que surge la necesidad de crear un portal dedicado a hacer negocios y que tenga grandes beneficios no sólo para los consumidores finales, sino también para los proveedores.

ASPEL es una empresa 100% mexicana líder en el mercado de software administrativo con presencia desde hace 20 años en México y 9 años en Latino América cuenta con sucursales en el interior de la República Mexicana en Monterrey, Guadalajara, Tijuana y Mérida, además del Distrito Federal donde se encuentra la oficina matriz, además de tener presencia a través de canales de distribución en Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Rep. Dominicana, Venezuela, Perú.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Actualmente cuenta con más de 380,000 empresas usuarias de sistemas administrativos en México, Centro y Sudamérica, siendo su misión principal desde 1981 la de "Desarrollo y comercialización de sistemas de cómputo y servicios relacionados".

Asimismo se busca facilitar la toma de decisiones a todos los niveles en la micro, pequeña y mediana empresa, cuidando en todo momento la facilidad de uso, así como la seguridad y confiabilidad de la información almacenada.

Entre sus productos destacan: **ASPEL-SAE** (Sistema Administrativo Empresarial), **ASPEL-COI** (Sistema de Contabilidad Integral), **ASPEL-NOI** (Sistema de Nómina Integral), **ASPEL-PROD** (Sistema de Producción), **ASPEL-BANCO** (Sistema de Control Bancario) y **ASPEL-CAJA** (Sistema de Punto de Venta), a través de los cuales cualquier empresa puede tener un control automatizado y completo de sus operaciones comerciales y administrativas.

Con base en las inquietudes y las necesidades de los clientes se pretende desarrollar un portal de negocios que permita ofrecer sus productos y servicios a través de una tienda virtual propia en Internet, de tal forma que cualquier persona pueda adquirirlos fácilmente y permitir la interacción entre pequeñas y medianas empresas a un costo sumamente bajo.

El objetivo del portal es el de que cualquier usuario común pueda localizar mercancías ofrecidas por todas las empresas participantes de una forma rápida y eficiente. Asimismo, realizar subastas, requisiciones y ofrecerlos a los participantes de la comunidad para que puedan obtener insumos u ofrecer excedentes a todos los negocios, también proporcionar herramientas necesarias a cada uno de sus asociados para controlar y configurar su tienda virtual a través de su propio *home* dentro del mismo portal y adquirir servicios en línea para su tienda virtual así como la participación activa de Distribuidores en la venta y asesoría a clientes.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El Comercio Electrónico es un medio que permite a las empresas ser más eficientes y más flexibles en sus operaciones internas y dar mejor respuesta a las necesidades y expectativas de sus clientes. Les permite seleccionar los mejores proveedores, sin tener en cuenta su localización geográfica, así como vender en un mercado global.

Las perspectivas para este portal son grandes, ya que hay muchísimas empresas de clientes de Aspel y cada una de ellas puede tener su propia tienda virtual; en consecuencia, obtendrán un "añadido" a su manera habitual de negocio y un aumento de ingresos.

Es importante resaltar que las ganancias dentro del comercio en Internet no se reflejan a corto tiempo, es necesario de un tiempo considerable para empezar a obtener ganancias, pero a largo plazo es una buena opción, además de que se necesita de una inversión inicial y de un gran esfuerzo, sin embargo considero que es proyecto viable.

Actualmente son pocas las empresas que cuentan con la infraestructura necesaria para hacer frente al mundo del Comercio Electrónico, que va más allá del diseño de páginas Webs, es decir, Diseño, Montaje, Promoción, ventas, Administración y Mantenimiento de un sitio en Internet.

Es por este motivo que se pretende desarrollar un portal que ofrezca los beneficios de la tecnología a cualquier empresa que desee comenzar a integrarse al mundo virtual, y sobre todo tener una empresa que respalde y ayude a ser mas eficiente su administración ofreciendo múltiples servicios para el mejor aprovechamiento del canal de venta.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Para la creación del Portal se requiere por lo tanto la ampliación de algunas áreas de la empresa, así como la creación de nuevas. En el siguiente cuadro podemos observar una tabla comparativa de la estructura organizacional de la empresa actual y una propuesta que se pretende llevar a cabo para tener una mayor eficiencia durante el desarrollo e implementación del sistema:

2.5.1. Recursos Humanos

Actual (Total = 48)	Propuesta (Total = 65)
<ul style="list-style-type: none"> - 1 Director - 1 Coordinador Administrativo - 1 Gerente de Mercadotecnia - 1 Gerente de ventas - 1 Gerente de Informática - 1 Gerente de Control de Calidad - 1 Gerente de Sistemas - 3 Recursos Humanos - 1 Contabilidad - 1 Administración - 1 Operaciones - 3 en Soporte Informática - 1 Redes - 2 Supervisores de Control de Calidad - 8 analistas de Control de Calidad - 5 Soporte Técnico - 4 Líderes de Proyecto - 12 Analistas de Desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 Director - 1 Coordinador Administrativo - 1 Gerente de Mercadotecnia - 1 Gerente de ventas - 1 Gerente de Informática - 1 Gerente de Control de Calidad - 1 Gerente de Sistemas - 3 Recursos Humanos - 1 Contabilidad - 1 Administración - 1 Operaciones - 3 en Soporte Informática - 1 Redes - 3 Supervisores de Control de Calidad - 11 Analistas de Control de Calidad - 9 Soporte Técnico - 5 Líderes de Proyecto - 15 Analistas de Desarrollo - 1 Asesor Adjunto - 1 Comunicaciones - 2 Diseñadores
<p>Total de Vendedores : 58</p> <ul style="list-style-type: none"> - 23 en Ventas DF * - 35 en Ventas Int. de la República * 	<p>Total de Vendedores : 66</p> <ul style="list-style-type: none"> - 26 en Ventas DF * - 40 en Ventas Int. de la República *

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Aquí podemos observar que únicamente hay 3 nuevas áreas que son la de comunicaciones, diseñadores y se integra un asesor adjunto al Director, cuya función principal es la de asesorar en cuestiones técnicas a alto nivel, mientras que el Director sólo se dedicara a la parte de dirección, ventas, relaciones públicas y toma de decisiones.

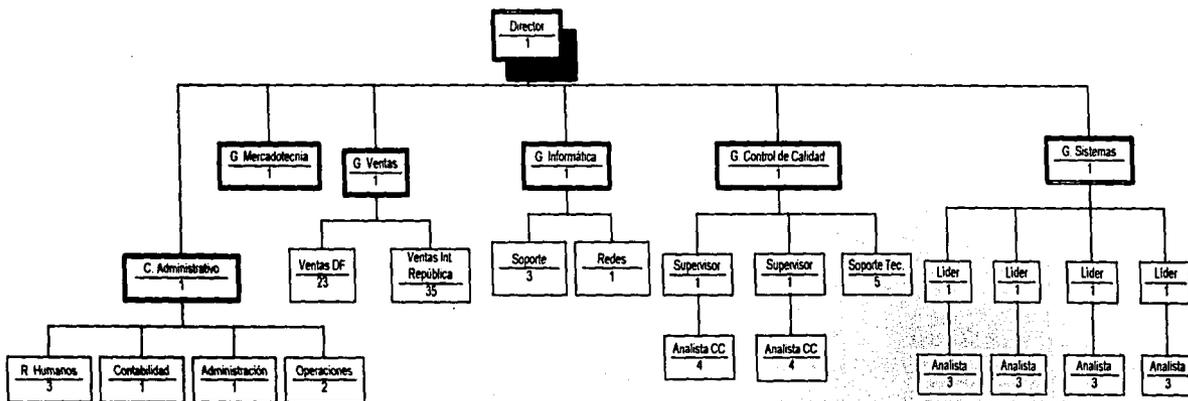
Así mismo se amplían áreas que ya existen en la empresa con nuevo personal y se reforzará también la fuerza de ventas tanto en el D.F., como en el interior de la república, ya que se espera un aumento considerable de usuarios.

En el diagrama 2.5 y 2.6 se puede observar más claramente la distribución jerárquica actual integrada a las nuevas necesidades que requiere la empresa.

Otro aspecto muy importante en la implantación del sistema son los recursos materiales, actualmente se cuentan con oficinas bien ubicadas, con todos los servicios y la infraestructura necesarios para el buen desempeño y seguridad de sus empleados.

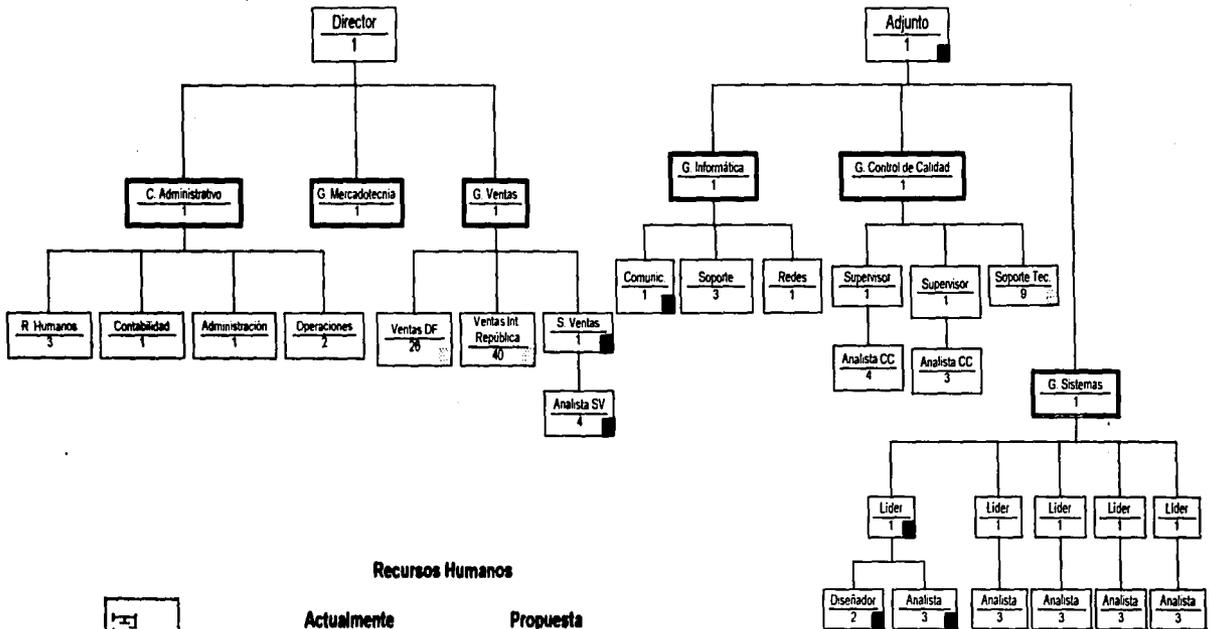
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.5. Diagrama Jerárquico Actual



TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

2.6. Diagrama Jerárquico Propuesto



Recursos Humanos

Actualmente
48 Personas

Propuesta
65 Personas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

▤ Area con mas personal

■ Area Nueva

2.5.2. Recursos Materiales

Para esta propuesta se ha pensado rentar nuevas oficinas a 10 min. de la empresa, las cuales van a ser ocupadas por el nuevo personal dedicado exclusivamente al desarrollo del Portal y para esto se han considerado recursos materiales.

En el diagrama 2.7a, 2.7b, 2.8a y 2.8b podemos observar como estará distribuido el espacio y qué personas ocuparán los lugares dentro de la nueva oficina:

Así mismo se deben contar con los recursos técnicos, entre los cuales se incluyen todas las licencias de software y características de los servidores que se van a incorporar.

Para este proyecto se deben considerar tres servidores, uno que contendrá la base de datos en Oracle así como el Site, el segundo contendrá

<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones Generales - Comedor - 55 PC's - 25 Cubiculos, cajones y Sillas - 2 Pisos de Oficinas 	<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones Corporativas. - Un DataCenter para montar el equipo en producción. - 25 PC Dell OptiplexGx 110 - 18 Cubiculos con separación ,cajones y sillas. - 1 piso para oficinas - 1 Cuarto de Servidores Acondicionado
---	---

toda la información de cada una de las tiendas, sus plantillas, productos, html's etc., así como las aplicaciones necesarias para la interfase del cliente y su tienda virtual. El tercero se utilizará como Servidor DNS con Linux.

Estos servidores será montados tanto en desarrollo como en producción, por lo que serán seis servidores en total, de tal forma que se tanga un ambiente igual en desarrollo.

En la gráfica 2.9 se muestra la configuración y características de cada uno de ellos y en dónde estarán ubicados.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

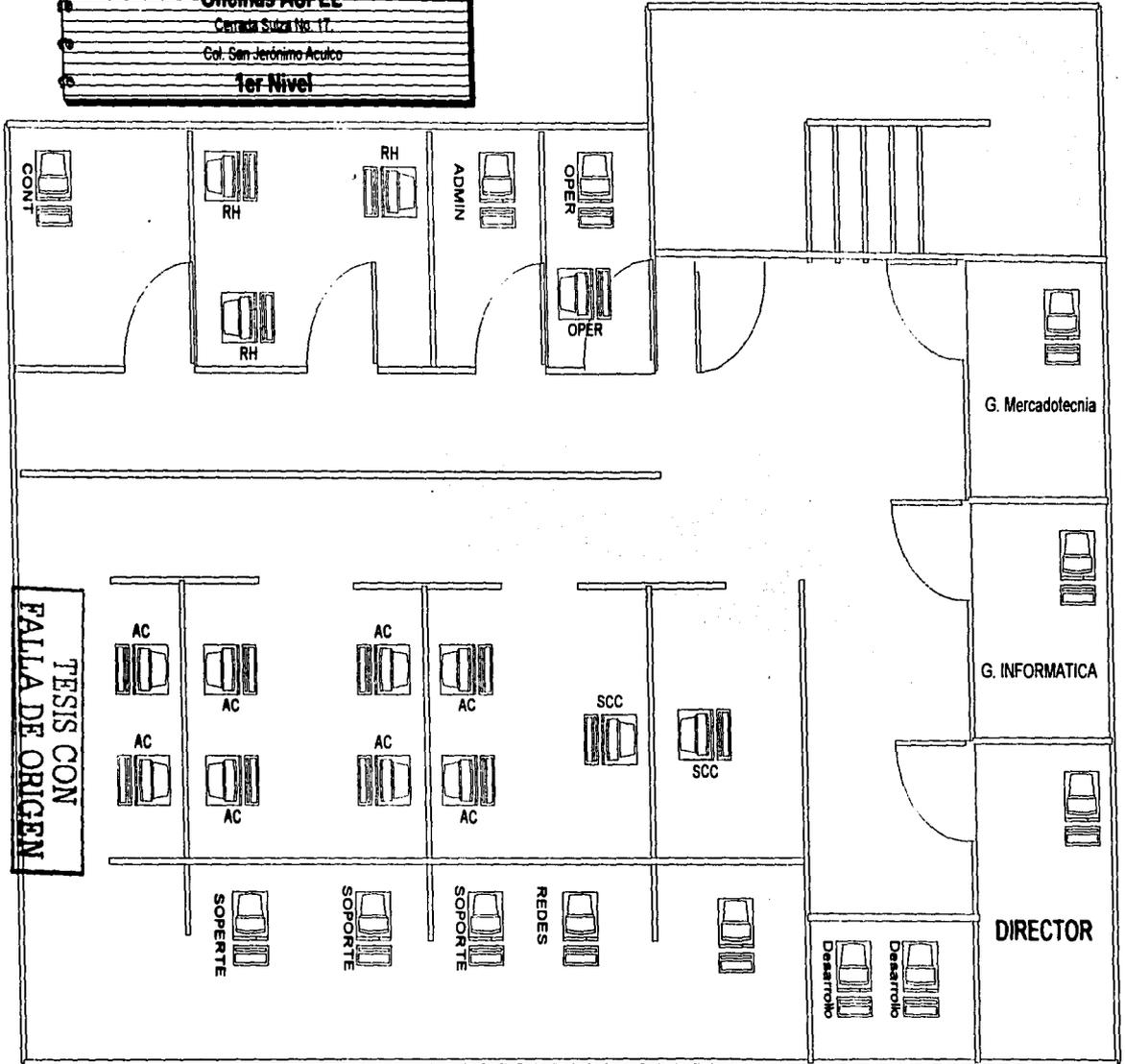
2.7a. Distribución de

Oficinas ASPEL

Cerrada Suiza No. 17.

Col. San Jerónimo Aculco

1er Nivel



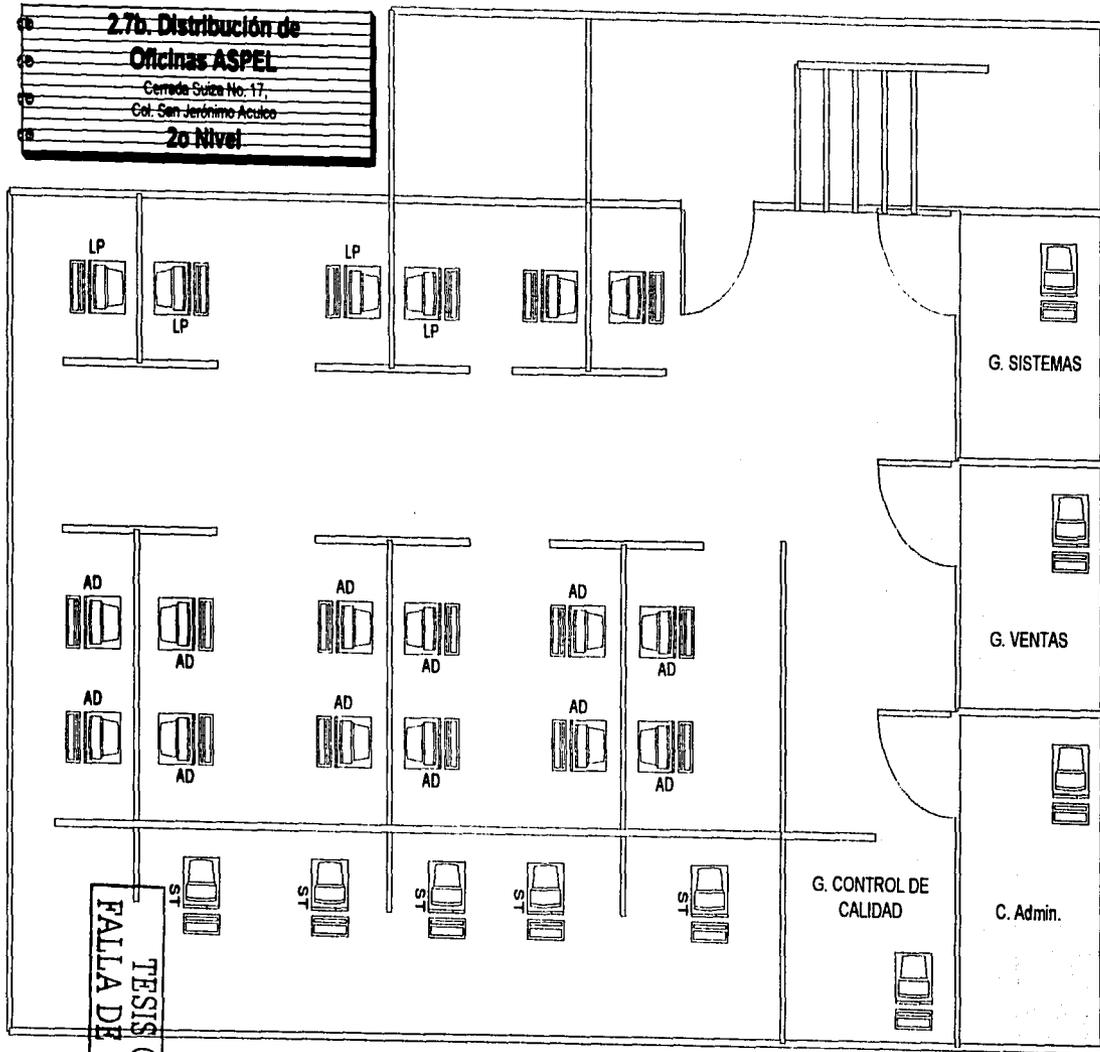
2.7b. Distribución de

Oficinas ASPEL

Cerrada Suiza No. 17,

Col. San Jerónimo Aculco

2o Nivel

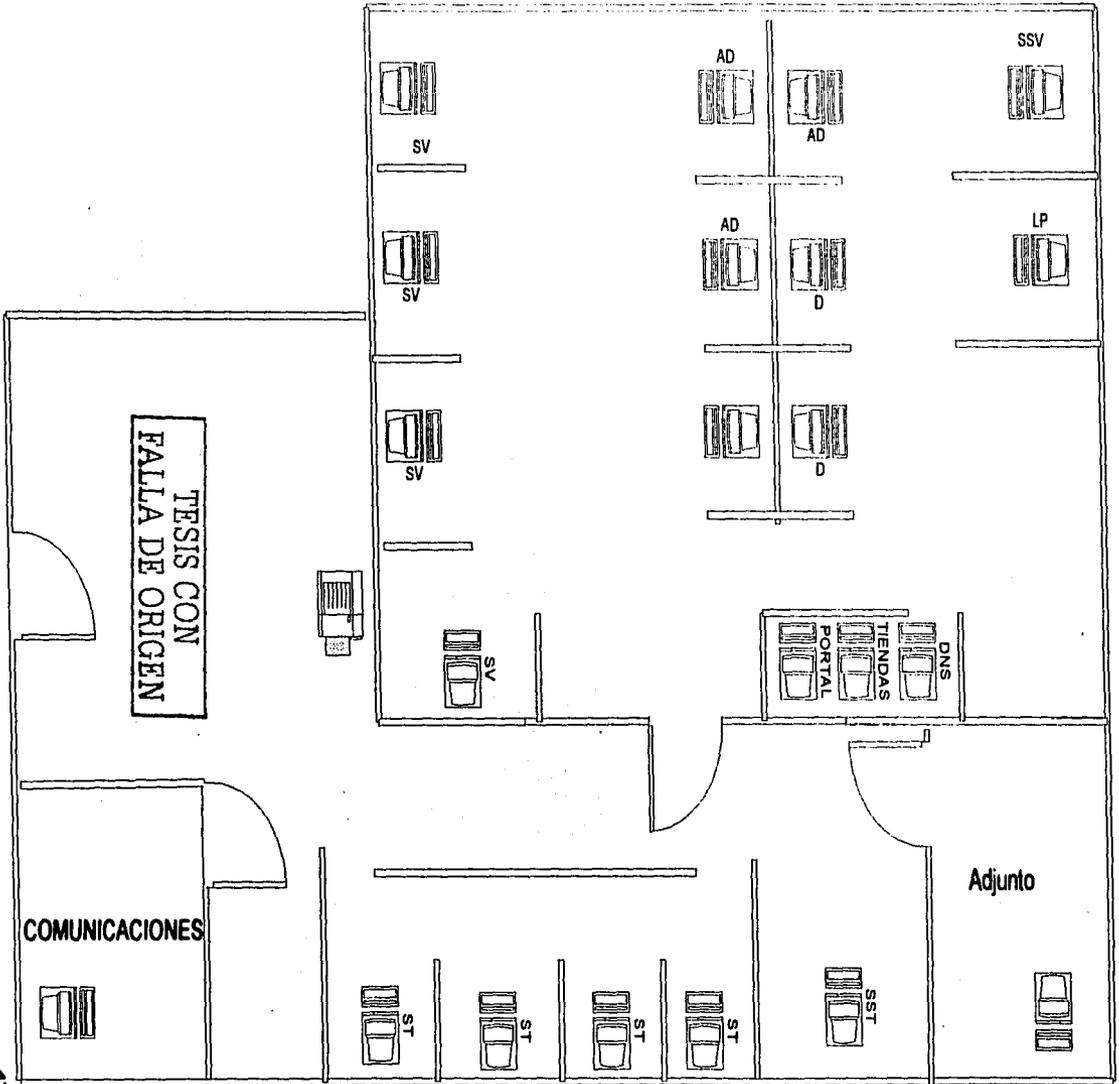


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.8a Distribución de

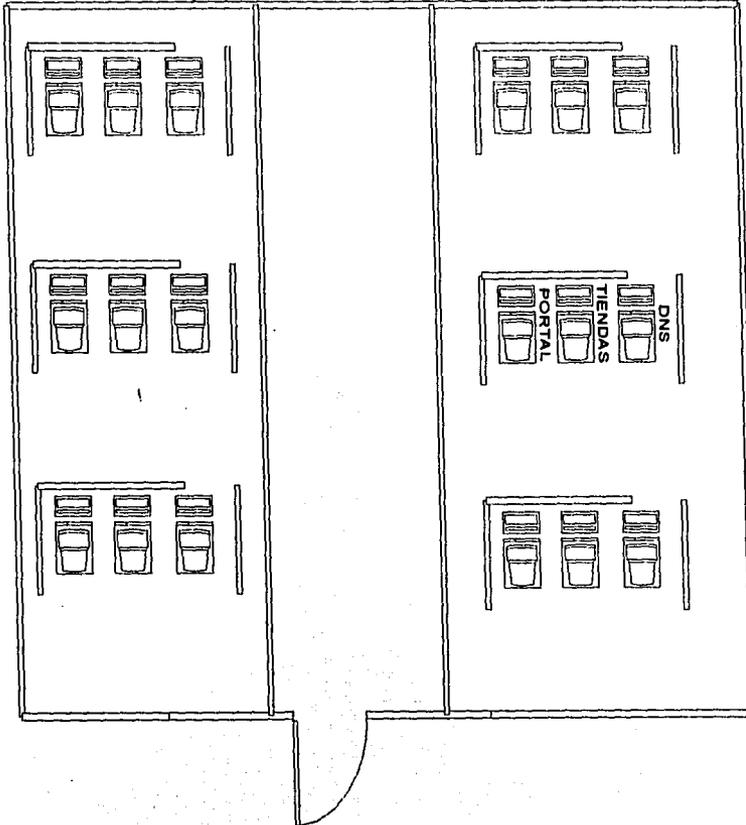
Oficinas propuesto

Carretera Picacho Ajusco 130



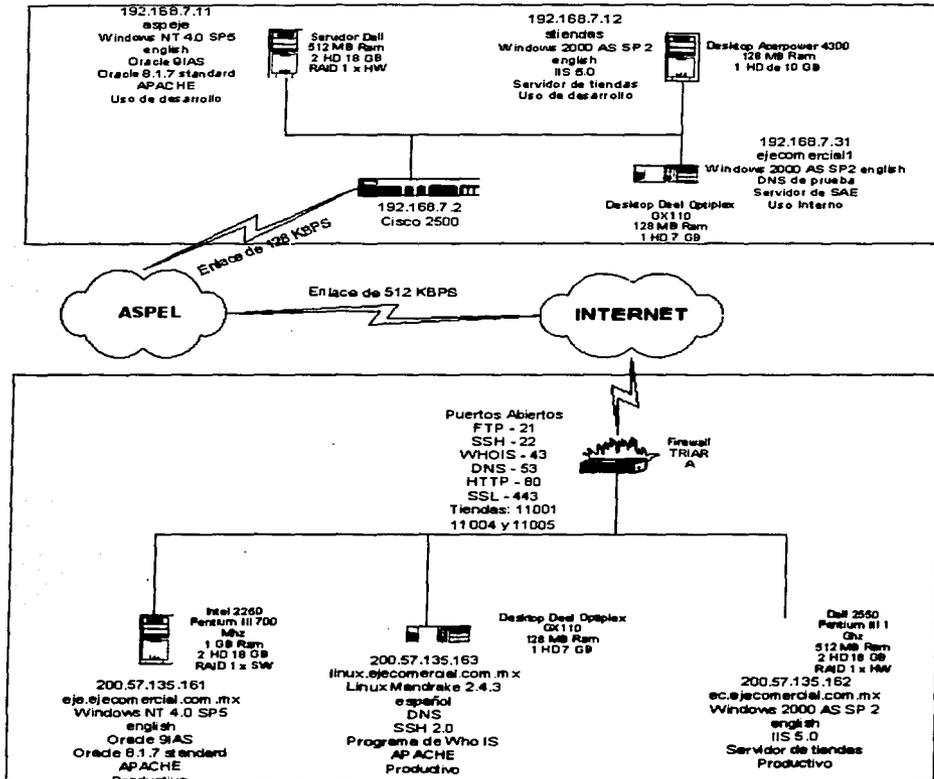
2.8b Distribución de
Servidores en Producción

DataCenter TRIARA



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Fig. 2.9 Configuración de Servidores



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

2.5.3. Recursos Técnicos

Actual	Propuesta
Licencias de Dephi Licencias de Borland C Licencias de BDE. Desarrollo Servidor Acerpower 4300 128 RAM. Desarrollo Servidor Dell Optiplex Gx	Desarrollo Portal Servidor Dell 512 Ram 2 HD Desarrollo Tiendas Servidor Acerpower 4300 128 Ram Desarrollo Servidor Dell Optiplex Gx 110 128 Ram Producción Portal Servidor Intel 2250 Pentium III 700 Mhz. 1GB Ram Producción Tiendas Servidor Dell 2500 Pentium III 1Ghz 512 MB Ram 2 HD 15 GB. Producción DNS Servidor Dell Optiplex Gx 110 128 Ram 1HD 7GB - Impresora - Licencias de Oracle 8.1.7 Standard - Licencias de PLSQL Developer - Licencias de IAS - Licencias de Portal 3 - Licencias de Windows 2000 Server - Licencias de Windows NT 4 - Licencias de Delphi - Licencias de DreamWeaver - Licencias de Photoshop - Licencias de PcAnyware y VNCViewer - Certificado de Seguridad SSL - Certificación del Banco - Apache - Linux

Con el desarrollo de este sistema se generarán diferentes productos con los cuales se obtendrán más ingresos, aunque los resultados no serán inmediatos sino a mediano y largo plazo. La descripción de cada uno de ellos se presenta a continuación:

Productos para Navegantes		Cantidad Estimada
Descripción		
N1. Home Principal		1,000 Accesos Diarios
N2. Búsquedas de Tiendas por Categorías		100 Accesos Diarios
N3. Búsquedas de Tiendas por orden alfabético		200 Accesos Diarios
N4. Búsquedas de Tiendas por palabras clave		50 Consultas Diarias
N5. Búsquedas de Productos por orden alfabético		300 Consultas Diarias
N6. Búsquedas de Productos por palabras clave		400 Consultas Diarias
N7. Búsquedas de Categorías por palabra clave		50 Consultas Diarias
N8. Búsquedas de Subastas por palabra Clave		80 Consultas Diarias

N9	Búsqueda de Subastas por número de Subasta y fecha	50 Consultas Diarias
N10	Alta de Subastas y ofertas en el Portal.	80 Diarias
N12	Búsquedas de Requisiciones por palabra Clave	60 Consultas Diarias
N13	Búsqueda de Requisiciones por número de Requisición, fecha y más ofertas	50 Consultas Diarias
N14	Alta de Requisiciones y ofertas en el Portal	80 Diarias
N16	Búsqueda de Dominios para su Tienda.	50 Consultas Diarias
N17	Encuestas a Navegantes.	800 Diarios
N18	Catálogo de Preguntas frecuentes	400 Diarios
N19	Ayuda en Línea (Chat Teléfono)	150 Diarios
N20	Catálogo de Glosario de Términos	50 diarios
N21	Búsqueda avanzada de Tiendas, Productos, Subastas y requisiciones.	200 Diarios
N22	Registro como Navegante en el Portal.	30 Diarios

Productos para Afiliados

Descripción	Cantidad Estimada
A1 Home	
A2 Estatus de Pagos y Detalle.	50 Consultas Diarias
A3 Histórico de Operaciones.	40 Consultas Diarias
A4 Encuestas de Afiliados.	10 Diarios
A5 Información Personal del Afiliado y Actualización de la misma.	15 Diarios
A6 Configuración de parámetros visuales de su Tienda.	200 Diarios
A7 Selección y Compra de Diseños Prehechos para su Tienda.	5 Diarios
A8 Selección de Categorías para la Tienda dentro del portal.	15 Diarias
A9 Afiliación via Internet.	10 Diarios
Datos Generales del Afiliado	
Datos de Facturación	
Firma del contrato electrónicamente.	
Selección del tipo de Domino.	
Selección del Tipo de servicio.	
Confirmación del pedido de la afiliación.	
Definición del tipo de Pago.	
Captura de los datos de la Tarjeta de Crédito.	
Confirmación de Pago y Activación de Servicios.	

Productos para Distribuidores

Descripción	Cantidad Estimada
D1 Registro Como Distribuidores del Portal	5 Diarios
D2 Home	
Adquisición de Claves de Hospedaje	50 Diarios
Selección de Paquetes	
Confirmación del pedido	
Definición del tipo de pago	
Captura de Datos de la tarjeta de Crédito.	
Confirmación de Pago y Asignación de Claves de Hospedaje.	
D3 Estatus de Pagos y Detalle.	10 Diarios
D4 Información Personal del Distribuidor.	10 Diarios

A continuación se define el calendario de trabajo para llevar a cabo el desarrollo de los productos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO 3

DESARROLLO Y DISEÑO DEL PORTAL DE NEGOCIOS

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3. DESARROLLO Y DISEÑO DEL PORTAL DE NEGOCIOS

3.1. Productos Generados

Para el desarrollo de este portal se ha considerado utilizar las herramientas con mayor tecnología posible, es por eso que se utilizarán herramientas propias de Oracle 8.1.7.

Las páginas serán en realidad procedimientos almacenados en la base de datos utilizando el IAS, lo cual ayudará a tener una mayor velocidad al momento de desplegar información y realizar consultas a la base de datos.

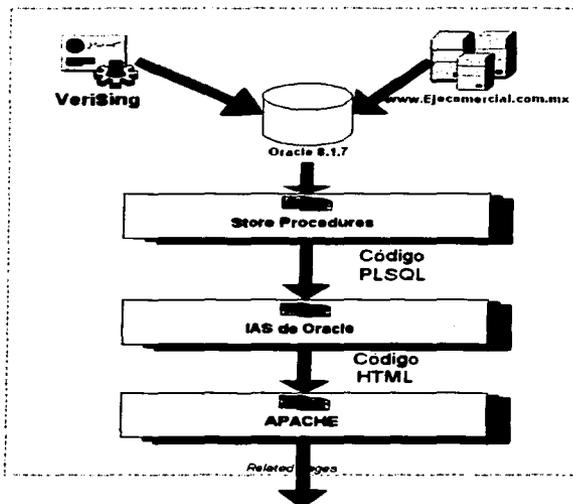
Además, otro punto importante es el fácil y rápido manejo de código lo cual radica en un mejor aprovechamiento y modularización de información, dando como resultado un mejor aprovechamiento de recursos.

El lenguaje de programación será el propio de Oracle, es decir, PLSQL dando como salida código HTML para el despliegado de páginas en Internet.

La utilización de lenguaje permite dividir las secciones en común de todas las páginas y realizar módulos independientes, de tal manera que la generación de una página sólo implica la llamada de procedimientos, esto permite un mayor control y mantenimiento del portal.

Se instalará un certificado de seguridad avalado por la principal compañía de autenticación de sitios en Internet que es VeriSing, para dar una mejor credibilidad y seriedad al sitio y que los navegantes puedan realizar sus transacciones con la mayor tranquilidad posible.

Para la realización de desarrollo se consideraran los siguientes productos finales, y para cada uno de ellos se realiza el análisis ENALIM correspondiente con la descripción de sus restricciones y objetos que lo integran.



Home Principal

ejecomercial www.aspel.com

CATEGORIAS

- Automóviles
- Equipos, Productos del Campo...
- Alimenticios y Alimentos...
- Bebidas, Carnes, Frutas...
- Artículos para el Hogar...
- Calzado, Joyería, Ropa...
- Automóviles
- Relojes, Tableros...
- Comercializadoras
- Farmacéuticos, Ferreteros...
- Equipos e Informática
- Equipos, Computación...
- Gratificación e Incentivos
- Aceros, Materiales...
- Entertainment
- Espectáculos, Restaurantes...
- Empaques y Embalaje
- Embalajadoras, Pábricas...
- Servicios
- Despachos, Médicos...

TIENDAS

- COMERCIALIZADORA LA GARZA CERROS
- PARTES INTERNACIONALES DE DIRECCION AGENCIA S.A. DE C.V.
- FABRICACION Y MANTENIMIENTO S.A. DE C.V.
- Exportador y Distribuidor de Refacciones y Accesorios exclusivos de VW...
- COMERCIALIZADORA S.A. DE C.V.
- Fabricación de productos para la presentación de documentos, engastado, laminado, y otros productos a base de hule como liges...
- PLASTICOM S.A. DE C.V.
- Empresa dedicada a la importación y comercialización de puros y algunos ceramos españoles de la más alta calidad...
- SPORTSMALL
- MANUFACTURA DE ARTICULOS DE ESPUMA DE CELDA CERRADA RECUBIERTOS EN VINIL, Y COMERCIALIZACION DE ARTICULOS DEPORTIVOS...
- TODO PARA SOLDAR S.P.A. DE C.V.
- Venta de electrodos y alambres para soldar, Soldadoras Industriales, Equipos para soldadura y corte, Accesorios, Artículos para...
- PIRENE FERRO SISTEMAS S.A. DE C.V.
- Venta de Dulces y Confitería Nacionales e Importados al Mayorista...
- LA MULLA S.A. DE C.V.
- Línea Exclusiva de Billecos y Decoración, Edredones, Sábanas, Coordinados, Cortinas, etc...

OFERTAS DE LA SEMANA

- Silla Hangseat**
Silla Hangseat Maxi a 4 brazos con respaldo ajustable con materiales en alta calidad, siendo un maravilloso producto que presenta un diseño sofisticado y moderno, en el cual la comodidad y el confort de descanso y comodidad. \$ 799.00 MX
- Convertidor Catalítico**
CONVERTIDOR CATALITICO LHD* (PZ 1.0TFSQ 110) \$ 794.00 MX
- Proyector 1300 Lúmenes 3.2 kg**
Proyector 1300 Lúmenes Foco 3 kg refractores 80W y 40W 50000 Contraste 1024 x 768 1000 Zoom manual Lente 2.0G Horas Uso: Vape y sala de juntas Control remoto \$ 23,900.00 MX
- Protector para Colchón**
Todos los accesorios necesarios para tu colchón los encontrarás en "La Muelle" ¡Haz tu pedido pronto! Dale Colchón \$ 330.05 MX
- MI DO**
Un libro de recetas de cocina. Una compra por Internet representa para ti:
 Un ahorro de tiempo y recursos
 La comodidad de comprar desde tu oficina
 Sin riesgo
 Solo una alternativa más en el mercado

Recibe Gratis informacion por e-mail

Recomendamos

Recomendamos a un amigo | Instala tu tienda virtual | Moverse AF | al IMSS | ¿Cómo comprar? | ¿Cómo vender? | Programas frecuentes | Anunciate | ¿Quieres somos? | ¿Por qué comprar en EjeComercial? | Contáctanos | Glosario de términos | Mapa del sitio

Portal de Negocios, S.A. de C.V. México 2014

Esta es la primera página en donde accede el usuario al visitar el portal, en el se presentan diferentes opciones para el navegante y representa la "puerta de entrada" a los servicios del mismo.

El sitio debe guiar a los navegantes por todas las páginas, de tal forma que el encontrar información no resulte tedioso y complicado, debe agradar al usuario desde la imagen hasta el proceso de logística del mismo.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Restricciones:

Nombre del Objeto

MenuSuperior
 MenuLateral1
 MenuLateral2
 MenuLateral3
 AyudaLinea
 Publicidad
 BusquedaRapida
 MenuInferior

Descripción

Menú Superior
 Menú lateral "Tu empresa"
 Menú lateral "EjeComercial"
 Menú lateral "Integración"
 Ayuda en Línea del Portal
 Publicidad del Portal
 Búsqueda Rápida para el usuario
 Menú Rápido Inferior

Objeto OpcionesHome:

Nombre

Dominios
 Información por Email
 Encuestas
 Sección Amarilla
 Identificación en el Portal

Listado de Opciones en el Home

Descripción

Acceso a Búsquedas de Dominios Disponibles en el mundo
 Envío de Información por Email
 Votación en las encuestas del portal
 Acceso directo a www.seccionamarilla.com
 Acceso a servicios con usuario y password

El portal debe de tener opciones generales en el Home Principal para un acceso rápido a los servicios.

Objeto TiendasDia:

Descripción

Llave única de la tienda
 Nombre de la tienda
 Descripción de la tienda

Listado de las Tiendas del Día

Nulo

No
 No
 No

Tipo

Num(10)
 Char(60)
 Char(100)

ORACIÓN COMPUESTA: La clave 45 de la tienda SportSmall tiene una descripción de "Manufactura de artículos de Espuma"

ORACIONES SIMPLES:

La clave 45 de la tienda SportSmall tiene una descripción de "Manufactura de artículos de Espuma"

Tabla de Población
 T_ TiendasDia1

	De la tienda		
Objeto	Llave	Nombre	Descripción
Referencia	Clave	Nombre	GiroComercial
Rol	Id_Tienda	Nom_tienda	Desc_Tienda
	45	SportSmall	Manufactura de artículos de Espuma
	15	Rodrigo Nader	Venta de Equipo de cómputo
	22	OCAN	Exportador y distribuidor de refacciones VW
	23	CIA HULERA	Fabricación de productos para la presentación..
	44	PERONDA	Importación de azulejos
	31	Todo para soldar	Venta de Electrodo
	35	Polanco Representaciones	Venta de dulces
	29	La mosela	Línea de Blancos

Objeto OfertasDia: Listado de las Ofertas del Día

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la tienda	No	Num(10)
Llave única del Producto (Oferta)	No	Char(10)
Nombre del producto	No	Char(100)
Descripción del Producto	No	Char(255)
Precio del Producto	No	Num(10,2)
Imagen	No	Char(100)

El número máximo de ofertas del día en el Home es de 4.

ORACIÓN COMPUESTA: La clave FC43 del producto "Silla HangSeat" tiene una descripción de "Silla Colgante Marca....." y corresponde a la clave de oferta 5 con un costo de \$794.

ORACIONES SIMPLES:

- El clave FC43 del producto "Silla HangSeat" tiene una descripción de "Silla Colgante Marca".
- La clave 23 de la oferta corresponde a la clave de producto FC34 y tiene un costo de \$794.

Tabla de Población.

T_OfertasDia1

← Del Producto →

Objeto	Llave	Descripción	Características
Referencia	Clave	Nombre	DescripciónLarga
Rol	Id Producto	Tit_producto	Desc_Producto
	FC43	Silla HangSeat	Silla Colgante Marca.....
	DE33	Convertidor Catalítico	Convertidor catalítico L-16
	JB55	Proyector 1300 Lumens	Brillo 1,300, 3Kg.
	AS23	Protector de colchón	Todos los accesorios.

T_OfertasDia2

← De la oferta →

Objeto	Llave	Producto	costo
Referencia	Clave	Clave	precio
Rol	Id Oferta	Id_producto	Precio Oferta
	5	FC43	794.00
	6	DE33	Convertidor catalítico L-16
	7	JB55	Brillo 1,300, 3Kg.
	8	AS23	Todos los accesorios.

Objeto CategoríasHome:

Listado de las categorías generales en el Home

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la categoría	No	Char(20)
Llave única de las subcategorías	No	Char(20)
Llave única de las tiendas	No	Num(10)

ORACIÓN SIMPLE: La clave 000x000x0001 de la categoría **Agrícola** tiene tiendas y existen las **subcategorías** Avícola, Productos del Campo...

ORACIÓN COMPUESTA: La clave 000x000x0001 de la categoría **Agrícola** tiene tiendas y existen las **subcategorías** Avícola, Productos del Campo...

Tabla de Población .
CategoríasHome

← De la categoría →

Objeto	Llave	Título	Subcategorías
Referencia	Clave	Nombre	Subcategorías
Rol	Id_categoria	Nom_Categoría	Nomsub_Categ
	000x000x0001	Agrícola	Avícola,Productos del campo...
	000x000x0002	Cómputo y Tecnología	Equipo,Comunicación....
	000x000x0003	Alimentos y Abarrotes	Bebidas, carnes...
	000x000x0004	Construcción e inmobiliario	Aceros, materiales..

Diagrama parcial ENALIM 1
T_ TiendasDia1



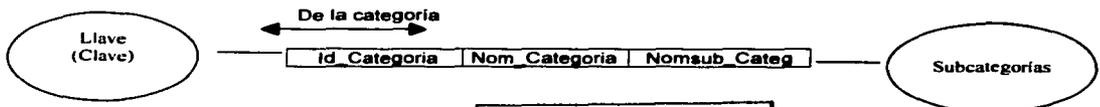
Diagrama parcial ENALIM 2
T_ OfertasDia1



Diagrama parcial ENALIM 3
T_ OfertasDia2



Diagrama parcial ENALIM 4
CategoríasHome



Restricciones:

Objeto	Descripción
MenuSuperior	Menú Superior
MenuLateral1	Menú lateral "Tu empresa"
MenuLateral2	Menú lateral "EjeComercial"
MenuLateral3	Menú lateral "Integración"
AyudaLinea	Ayuda en Línea del Portal
Publicidad	Publicidad del Portal
BusquedaRapida	Búsqueda Rápida para el usuario
MenuInferior	Menú Rápido Inferior

Objeto	ProductoDetalle:	Detalle del producto
Nombre	Descripción	Descripción
Nombre	Nombre del producto	Nombre del producto
Descripción	Descripción del producto	Descripción del producto
Url	Url de la tienda donde está el producto	Url de la tienda donde está el producto
Población	Población donde está ubicada la tienda	Población donde está ubicada la tienda
Categoría	Categoría de la tienda	Categoría de la tienda

El producto seleccionado debe desplegar información detallada referente a su nombre, descripción, Tienda, Población y categoría.

- El portal puede acceder por índice alfabético (A-Z) con un scroll de 25 líneas y una paginación de 10

Objeto ProdAlbabeticos : Listado central de productos de las tiendas

Descripción	Nulo	Tipo
Llave unica del producto	No	Char(10)
Llave unica de la tienda	No	Num(10)
Nombre del producto	No	Char(100)
Nombre de la tienda	No	Char(60)
Ubicación de la tienda	No	Char(255)

ORACIÓN COMPUESTA

La clave AB10 del producto Abrazadera la cual no tiene fotografía disponible de la tienda Seroskev está ubicada en Nezahualcoyotl.

ORACIONES SIMPLES:

- La Clave AB10 del producto Abrazadera no tiene fotografía.
- La Clave 87 de la tienda Seroskev está ubicada en Netzahualcoyotl.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tabla de Población 1.
T_ProdAlfabeticos1

← Del Producto →

Objeto	Llave	Descripción	Estatus
Referencia	Clave	Nombre	Estatus
Rol	Id Producto	Tit producto	St foto
	AA1	Abrazadera 12.1 mm	S / Fotografía
	AA2	Abrazadera 8 mm	C/ Fotografía
	AA3	Abrazadera de plastico #18	C/ Fotografía
	AA4	Abrazadera de pastico #28	C/ Fotografía
	AA5	Act. Aspel bco99win 3 usr	C/ Fotografía
	AA6	Act. Aspel coiwin 3 usr	C/ Fotografía
	AA7	Act. Aspel noi99win 3 usr	C/ Fotografía
	AA8	Act. Aspel saewin 3 usr	C/ Fotografía
	AA9	Act. Aspel bco99win 3 usr	C/ Fotografía
	AA10	Act. Aspel coi99win 3 usr	C/ Fotografía

T_ProdAlfabeticos2

← De la Tienda →

Objeto	Llave	Nombre	Ubicación
Referencia	Clave	Nombre	Estado
Rol	Id Tienda	Nom tienda	Ubi Dist
	87	Seroskev	Netzahualcoyotl
	90	Aspel de México	D.F
	90	Aspel de México	D.F
	90	Aspel de México	D.F
	90	Aspel de México	D.F
	90	Aspel de México	D.F
	90	Aspel de México	D.F

Diagrama parcial ENALIM
T_ProdAlfabeticos1



Diagrama parcial ENALIM
T_ProdAlfabeticos2



Búsqueda de Tiendas por Categorías.

www.aspel.com

Comercios y Comercializadoras

- PILA HERFERRERA PAPER S.A. P.P.C.V.**
 Fabricación de productos para la presentación de documentos, engargolado, laminado, y otros productos a base de hule como lqes y gomaz.
<http://ec.ejecomercial.com/mh/s/>
- ECODEL S.A. DE C.V.**
 Artículos de limpieza
<http://ec.ejecomercial.com/mh/ecodel/>
- FERRETERIA Y CONSTRUCTORA S.A. DE C.V.**
 Ferrería
<http://ec.ejecomercial.com/mh/terrecon/>
- HANG'RAF S.A. DE C.V.**
 Tienda especializada en sales de descuento.
<http://www.hangraf.com.mx/>
- PAPERSON LINE / QUALITA**
 Suministros básicos de oficina exclusivos para el Grupo QUALITA
<http://ec.ejecomercial.com/mh/QUALITA/>
- PULANCO REPRESENTACIONES, S.A. DE C.V.**
 Venta de Dulces y Confitería Nacionales e Importados al Mayorero
<http://ec.ejecomercial.com/mh/pulanp/>
- TIENDA EJEMPLO**
 Muestra la exportación de la base de datos Ejemplo de SAE 2.5
<http://ec.ejecomercial.com/mh/TiendaEjemplo/>
 Venta de electrodos y alambres para soldar, Soldadoras Industriales, Equipos para soldadura y corte, Accesorios, Artículos para protección Industrial, Gases Industriales, Abrasivos.
<http://ec.ejecomercial.com/mh/70abpaqeeadlar/>

nuevo = Tienda nueva en ejeComercial
 Invitado = Tienda temporal

Todos las Categorías

! Recomienda ejeComercial a un amigo !

Inicia tu tienda virtual | Mvts. Afé. al DMS | ¿Cómo comprar? | ¿Cómo vender? | Preguntas frecuentes | Anúnciate
 ¿Quiénes somos? | ¿Por qué comprar en ejeComercial? | Contactarnos | Glosario de Términos | Mapa del sitio

Portal de Negocios, S.A. de C.V. México © 2001

En esta página se desplegarán las distintas categorías de las tiendas y en cada una de ellas las tiendas que entran en el rubro, de tal forma que la búsqueda de productos en cualquier tienda sea mas fácil.

Las subcategorías aparecerán en la parte superior y se indicara el número de tiendas que existen es las mismas, así mismo se incluirán acceso a búsquedas de categorías por palabras clave, por nombre y avanzada.

Restricciones:

Objeto	Descripción
MenuSuperior	Menú Superior
MenuLateral1	Menú lateral "Tu empresa"
MenuLateral2	Menú lateral "EjeComercial"
MenuLateral3	Menú lateral "Integración"
AyudaLinea	Ayuda en Línea del Portal
Publicidad	Publicidad del Portal
BusquedaRapida	Búsqueda Rápida para el usuario
MenuInferior	Menú Rápido Inferior

Objeto **CategTiendas** : Listado de las tiendas dentro de las categorías

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la tienda	No	Num(10)
Nombre de la Tienda	No	Char(60)
Descripción de la tienda	No	Char(255)
URL de la tienda	No	Char(255)

- El portal puede acceder por categorías y subcategorías con un scroll de 10.

ORACIÓN COMPUESTA: La clave 545 de la tienda ECODELI tiene la descripción de "Artículos de Limpieza" y se encuentra dentro de la categoría 000x000x0001 cuya descripción es "Comercios y Comercializadoras" y sus subcategorías son "Artículos de Limpieza,...."

ORACIONES SIMPLES:

- La clave 545 de la tienda ECODELI tiene la descripción de "Artículos de Limpieza"
- La clave 545 de la tienda se encuentra dentro de la categoría 000x000x0001 cuya descripción es "Comercios y Comercializadoras"
- La categoría 000x000x0001 tiene las subcategorías "Artículos de Limpieza,...."

Tabla de Población .
T_CategTiendas1



Objeto	Llave	Nombre	Descripción
Referencia	Clave	Nombre	GiroComercial
Rol	Id Tienda	Nom tienda	Desc Tienda
	545	CIA. HULERA	Fabricación de Productos
	15	ECODELI	Artículos de Limpieza
	18	FERRETERÍA Y CONSTRUCCIÓN	Ferretería
	25	HangSeat	Sillas de Descanso
	40	PAPERS ON LINE	Suministros básicos
	45	PAPERS ON LINE/QUALYTA	Suministros básicos
	80	POLANCO REPRESENTACIONES	Venta de Dulces

Tabla de Población .
T_CategTiendas2

← De la tienda →

Objeto	Llave	Categoría	Descripción
Referencia	Clave	Clave	Título
Rol	Id_Tienda	Id_Categ	Desc_Categ
	545	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras
	15	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras
	18	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras
	25	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras
	40	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras
	45	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras
	80	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras

Tabla de Población .
T_CategTiendas3

← De la categoría →

Objeto	Llave	Nombre	Subcategoría
Referencia	Clave	Nombre	Subcategoría
Rol	Id_Categ	Desc_Categ	Sub_Categ
	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras	Artículos de Limpieza
	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras	Mercería
	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras	Ferreterías
	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras	Papelерías
	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras	Misceláneos
	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras	Librerías
	000x000x0001	Comercios y Comercializadoras	Muebles

Diagrama parcial ENALIM 1
T_CategTiendas1

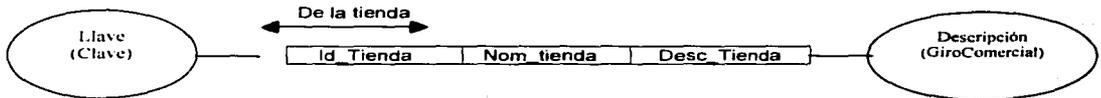


Diagrama parcial ENALIM
T_CategTiendas2



Diagrama parcial ENALIM
T_CategTiendas3



Búsqueda de Tiendas por orden alfabético

www.aspel.com

ejecomercial

TIENDAS PRODUCTOS SUBASTAS REDESARMIOS

BUSCAR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

ECODELI SA DE CV
 Artículos de limpieza
<http://ec.ejecomercial.com.mx/ecodeli/>

ELECTRONICA INDUSTRIAL, S.A.
 venta de controles industriales
<http://ec.ejecomercial.com.mx/ecguipointienda/>

Nuevo = Tienda nueva en ejecomercial
 Invitado = Tienda temporal

Todas las Categorías

Al igual que en los productos, se tendrá la posibilidad de realizar búsquedas de tienda por orden alfabético, esto permitirá la rápida localización de la tienda en caso que se conozca solamente el nombre de la misma.

Restricciones:

Objeto	Descripción
MenuSuperior	Menú Superior
MenuLateral1	Menú lateral "Tu empresa"
MenuLateral2	Menú lateral "EjeComercial"
MenuLateral3	Menú lateral "Integración"
AyudaLinea	Ayuda en Línea del Portal
Publicidad	Publicidad del Portal
BusquedaRapida	Búsqueda Rápida para el usuario
MenuInferior	Menú Rápido Inferior

Objeto TiendasAlfa : Listado de las tiendas por orden alfabético

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la tienda	No	Num(10)
Nombre de la Tienda	No	Char(80)
Descripción de la tienda	No	Char(100)
URL de la tienda	No	Char(255)

El portal puede acceder a la tienda ECODELI por orden alfabético con un scroll de 10.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ORACIÓN COMPUESTA:

La clave 545 de la tienda ECODELI , tiene una descripción de "Artículos de Limpieza"

ORACIONES SIMPLES:

- La clave 545 de la tienda ECODELI tiene una descripción es "Artículos de limpieza"

Tabla de Población.
T_TiendasAlfa

← De la tienda →

Objeto	Llave	Nombre	Descripción
Referencia	Clave	Nombre	GiroComercial
Rol	Id Tienda	Nom tienda	Desc Tienda
	545	EPSA	Fabricación de Productos
	15	ECODELI	Artículos de Limpieza
	18	ELECTRO CONTROL	Controles Industriales

Diagrama parcial ENALIM
T_TiendasAlfa



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Búsquedas por palabras clave.

www.aspel.com

PRODUCTOS SUBASTAS REGISTRACIONES

LO QUE BURCAS PUEDES ENCONTRARLO EN

Productos	Descripción	Precio	Categoría	Países
Casa de plumon color verde #78	Tienda ejemplo			Mexico
Casa de plumon color verde #78	Tienda ejemplo			Mexico
Casa de plumon color amarillo #78	Tienda ejemplo			Mexico
Casa de plumon color rosa #78	Tienda ejemplo			Mexico
Casa de plumon color rosa #78	Tienda ejemplo			Mexico
Casa de plumon color naranja	Tienda ejemplo			Mexico
Casa de plumon color azul #78	Tienda ejemplo			Mexico
Casa de plumon color negro #78	Tienda ejemplo			Mexico
Goma de color para pluma #78	Goma de color para pluma Goma de color para pluma Marcas disponibles en colores de nuevo ingreso escolar (Aplazado) (septiembre)	Tienda ejemplo		Mexico
Soporte motor Isenworth plane #78	Soportes y huera automotrices star			Zimbabwe, Estados Unidos
Casa de plumas color verde #78	URL: http://ejecomercial.com.mx/TiendaEjemplo/ Ubicación: Mexico	Tienda ejemplo		Mexico
Tinta china color verde estacion #78	Categoría: Librerías y Plumas	Tienda ejemplo		Mexico

Uno de los servicios del portal es la rápida localización de cualquier tipo de productos y servicios, para esto se incluirá una búsqueda por palabras claves, la cual tendrá como característica principal la de obtener los productos ordenados por su parecido a las palabras requeridas, incluso obtenerlas si se tiene faltas de ortografía, así como una descripción del producto encontrado.

Restricciones:**Objeto**

MenuSuperior

MenuLateral1

MenuLateral2

MenuLateral3

AyudaLinea

Publicidad

BusquedaAvanzada

MenuInferior

ProductoDetalle.

Descripción

Menú Superior

Menú lateral "Tu empresa"

Menú lateral "EjeComercial"

Menú lateral "Integración"

Ayuda en Línea del Portal

Publicidad del Portal

Búsqueda Avanzada para el usuario

Menú Rápido Inferior

Burbuja del Detalle del Producto

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El portal puede acceder en orden de palabras parecidas de acuerdo a una oración con un scroll de 25 líneas y una paginación de 10.

Objeto ProductosPalabra : Búsqueda de productos por palabras Clave

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única del producto	No	Char(20)
Llave única de la tienda	No	Num(10)
Nombre del producto	No	Char(100)
Nombre de la Tienda	No	Char(60)
Ubicación	No	Char(100)

ORACIÓN COMPUESTA: La clave AB345 del producto Caja de Pulmón color verde la cual no tiene fotografía de la tienda ejemplo, esta ubicada en México

ORACIONES SIMPLES:

- La clave AB345 del producto "Caja de Plumón Color verde" no tiene fotografía
- La clave 10 de la "tienda ejemplo" se encuentra ubicada en México

Tabla de Población .
T_ProductosPalabra1

← Del Producto →

Objeto	Llave	Descripción	Estatus
Referencia	Clave	Nombre	Estatus
Rol	Id Producto	Tit producto	St foto
	AB345	Caja de Plumón color Verde	C/ Fotografía
	AB345	Caja de Plumón color Azul	C/ Fotografía
	AB345	Caja de Plumón color amarillo	C/ Fotografía
	AB345	Caja de Plumón color rosa	C/ Fotografía
	AB345	Caja de Plumón color rojo	C/ Fotografía
	AB345	Caja de Plumón color naranja	C/ Fotografía
	AB345	Caja de Plumón color negro	C/ Fotografía
	AB345	Goma de color Para pluma	C/ Fotografía
	AB345	Soporte motor Plano	C/ Fotografía
	AB345	Tinta china color Verde	C/ Fotografía

T_ProductosPalabra2

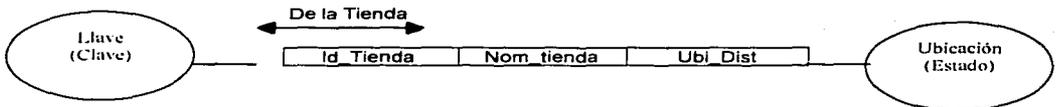
← De la Tienda →

Objeto	Llave	Nombre	Ubicación
Referencia	Clave	Nombre	Estado
Rol	Id Tienda	Nom tienda	Ubi Dist
	20	Tienda Ejemplo	D.F.
	20	Tienda Ejemplo	D.F.
	20	Tienda Ejemplo	D.F.
	20	Tienda Ejemplo	D.F.
	20	Tienda Ejemplo	D.F.
	20	Tienda Ejemplo	D.F.
	20	Tienda Ejemplo	D.F.
	20	Tienda Ejemplo	D.F.
	55	Soportes y Hules automotrices	Estado de México
	20	Tienda Ejemplo	D.F.

**Diagrama parcial ENALIM
T_ ProductosPalabra1**



**Diagrama parcial ENALIM
T_ ProductosPalabra2**



Objeto CategoríasPalabra : Búsqueda de categorías por palabras Clave

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la categoría	No	Char(20)
Llave única de Subcategorías	No	Num(20)
Descripción	No	Char(255)

ORACIÓN COMPUESTA: La categoría con la clave 001x000x000x000 tiene una descripción de "Comercios y Comercializadoras" tiene las subcategorías "Abastecedoras , Comercio....".

ORACIÓN SIMPLE: La categoría con la clave 001x000x000x000 tiene una descripción de "Comercios y Comercializadoras" tiene las subcategorías "Abastecedoras , Comercio....".

**Tabla de Población .
T_ CategoríasPalabra1**

← Del Producto →

Objeto	Llave	Descripción	Ruta
Referencia	Clave	Nombre	Ruta
Rol	Id_Categ	Desc_Categ	Ruta_Categ
	001x000x000x000	Avícola	/Avicola/
	001x000x000x000	Cómputo y Tecnología	/Computo y Tecnologia/
	001x000x000x000	Bebidas	/Alimentos y abarrotos/Bebidas/
	001x000x000x000	Calzado	Artículos para la familia/calzado/

**Diagrama parcial ENALIM
T_ CategoríasPalabra2**



Objeto TiendasPalabra : Búsqueda de tiendas por palabras Clave

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la tienda	No	Num(10)
Nombre de la Tienda	No	Char(60)
Descripción de la tienda	No	Char(100)
URL de la tienda	No	Char(255)

ORACIÓN COMPUESTA:

La clave 545 de la tienda ECODELI , tiene una descripción de "Artículos de Limpieza"

ORACIONES SIMPLES:

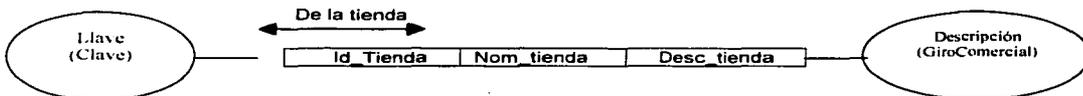
- La clave 545 de la tienda ECODELI tiene una descripción es "Artículos de limpieza"

Tabla de Población .
T_ TiendasPalabra1

← De la tienda →

Objeto	Llave	Nombre	Descripción
Referencia	Clave	Nombre	GiroComercial
Rol	Id_Tienda	Nom_tienda	Desc_Tienda
	545	EPSA	Fabricación de Productos
	15	ECODELI	Artículos de Limpieza
	18	ELECTRO CONTROL	Controles Industriales

Diagrama parcial ENALIM
T_ TiendasPalabra2



Objeto SubastaPalabra : Búsqueda de subastas por palabras Clave

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la subasta	No	Num(10)
Título de la Subasta	No	Char(60)
Descripción de la subasta	No	Char(200)
Fecha Límite	No	Date
Precio	No	Num(6,2)

ORACIÓN COMPUESTA:

La clave de subasta 100 tiene un título de iMac Power PC G3 y una descripción de "iMac Power PC G3 Video....".

ORACIONES SIMPLES:

- La clave de subasta 100 tiene un título de iMac Power PC G3 y una descripción de "iMac Power PC G3 Video....".

Tabla de Población 1.
T_SubastaPalabra1

← De la subasta →

Objeto	Llave	titulo	Descripción
Referencia	Clave	Nombre	Detalle
Rol	Id_subasta	Tit_Subasta	Desc_Larga
	100	de iMac Power PC G3	iMac Power PC G3 Video.....
	110	PC Pentium IV	Monitor e impresola
	115	100 Bosas de Maíz	Maíz Blanco

Diagrama parcial ENALIM
T_SubastaPalabra2



Objeto RequisicionesPalabra : Búsqueda de requisiciones por palabras Clave

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la requisición	No	Num(10)
Título de la requisición	No	Char(60)
Descripción de la requisición	No	Char(255)
Fecha Limite	No	Date
Precio	No	Num(6,2)

ORACIÓN COMPUESTA:

La clave de requisición 1255 tiene un titulo de PC Dell Pentium y una descripción de "40G, 1.6 Hz..."

ORACIONES SIMPLES:

- La clave de requisición 1255 tiene un titulo de PC Dell Pentium y una descripción de "40G, 1.6 Hz..."

Tabla de Población 1.

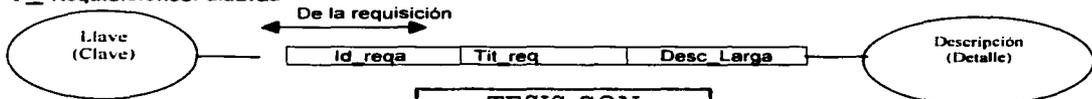
T_RequisicionesPalabra1

← De la requisición →

Objeto	Llave	titulo	Descripción
Referencia	Clave	Nombre	Detalle
Rol	Id Req	Tit Req	Desc Larga
	1255	PC Dell Pentium	40G, 1.6 Hz...
	1300	Pintura al Óleo	Original 60x60 cm
	1422	Caja con 10 Cuadernos	Cuadro chico 100 hojas

Diagrama parcial ENALIM

T_RequisicionesPalabra2



Objeto HomeSubastaOferta : Ofertas en el Home de Subastas

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la subasta	No	Num(10)
Título de la Subasta	No	Char(60)
Descripción de la subasta	No	Char(200)
Fecha Límite	No	Date
Precio	No	Num(6)

ORACIÓN COMPUESTA:

La clave de subasta 1002 tiene un título de iMac Power PC G3 y una descripción de "iMac Power PC G3 Video...." con fecha Límite del 30 de Agosto del 2002 y un precio de \$4,500.

ORACIONES SIMPLES:

- La clave de subasta 1002 tiene un título de iMac Power PC G3
- La subasta iMac Power PC G3 tiene una descripción de "iMac Power PC G3 Video...."
- La subasta 1002 tiene un precio de \$4,500
- La subasta 1002 tiene una fecha límite de 30 de Agosto del 2002.

Objeto OpcionesHomeSubastas: Listado de Opciones en el Home de Subastas

Nombre	Descripción
Más Visitados	Listado de Subastas más visitadas
Categorías	Listado de Categorías de Subastas
Consejos	Consejos para el usuario
Recomendados	Ofertas Recomendadas

Objeto MenuSubastas:

Nombre	Menú principal de Subastas
Alta de Subastas	Descripción Acceso a alta de Subastas
Mis Subastas	Acceso a listado de las subastas el usuario
Mis Ofertas	Acceso a listado de las ofertas del usuario
Login	Identificarse en el Portal
Búsqueda Avanzada	Acceso a búsqueda avanzada de subastas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Detalle de Subastas

The screenshot shows the 'Detalle de Subastas' page on the EjeComercial website. The page features a navigation menu on the left and a main content area. At the top, there is a header with the website logo and navigation buttons. Below the header, there is a table with the following data:

Descripción	Precedente de Subastas	Formularios de pago	Historial de ventas	Perfiles de usuarios
Descripción	Motor Power PC G3			
Categoría	Computación y Tecnología			
Estado	Subasta Programada			
Número de subasta	117			
Cantidad de artículos subastados	1			
Precio actual	\$4.500,00			
Máxima oferta	\$4.500,00			
Fecha de caducidad	Remate Normal			
Fecha de inicio de la subasta	2005/02/24 09:00:00 AM			
Fecha de fin de la subasta	37			
País de origen	Uruguay			
Fecha de publicación	Uruguay			
Número de items para ser subastados	1			

Below the table, there is a photograph of a computer case. Further down, there are several sections with horizontal lines, likely representing a list of items or specifications. At the bottom of the screenshot, there is a small table with the following data:

Descripción	Cantidad	Estado
Motor Power PC G3	1	Disponible
Motor Power PC G3	1	Reservado
Motor Power PC G3	1	Reservado

El detalle de la subasta puede ser visto por cualquier navegante y contiene toda la formación necesaria con respecto al producto que se esté subastando, y la posibilidad de realizar ofertas en línea e incluso contactar al vendedor mediante mensajes.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Restricciones:

Objeto	Descripción
MenuSuperior	Menú Superior
MenuLateral1	Menú lateral "Tu empresa"
MenuLateral2	Menú lateral "EjeComercial"
MenuLateral3	Menú lateral "Integración"
AyudaLinea	Ayuda en Línea del Portal
Publicidad	Publicidad del Portal
BusquedaAvanzada	Búsqueda Avanzada para el usuario
MenuInferior	Menú Rápido Inferior
MenuSubastas	Menú principal de Subastas

Objeto OpcionesDetalleSubasta: Listado de Opciones del detalle de la subasta

Nombre	Descripción
Observaciones	Listado de observaciones del artículo.
Preguntas y Respuestas	Listado de preguntas hacia el subastador y sus respuestas
Formas de Pago	Listado de las formas de pago para la subasta
Opción de Realizar	Opción para realizar una oferta para la subasta

Objeto DetalleSubasta : Destalle de la subasta

Descripción	Nulo	Tipo
Llave única de la subasta	No	Num(10)
Título de la Subasta	No	Char(60)
Descripción de la subasta	No	Char(200)
Categoría	No	Char(20)
Fecha Limite	No	Date
Precio	No	Num(6,2)
Oferta Máxima	No	Num(6,2)
Tipo	No	Num(2)
Ubicación	No	Char(255)
Estado del Artículo	No	Char(20)

ORACIÓN COMPUESTA:

La clave de subasta 1002 tiene un título de iMac Power PC G3 de tipo Usado y una descripción de "iMac Power PC G3 Video...." con fecha Limite del 30 de Agosto del 2002 y un precio de \$4,500 con una oferta máxima de \$4,500 con ubicación en México dentro de la categoría "Cómputo y tecnología".

ORACIONES SIMPLES:

- La clave de subasta 1002 tiene un título de iMac Power PC G3 y su descripción es "iMac Power PC G3 video...."
- La subasta 1002 tiene un precio de \$4,500 y una oferta máxima de \$4,500.
- La subasta 1002 tiene una fecha limite de 30 de Agosto del 2002 y esta ubicación de México.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Búsqueda de Dominios

www.aspel.com

ASPEL

Inicio | Servicios | Contacto

SERVICIOS

DOMINIOS

El nombre de Dominio **www.comercial.com** está Disponible

Puedes Afiliar y adquirir ahora

Formulario de búsqueda de Dominios

Forma de pago

¿Ya tienes un Dominio y lo tuyo propio?

Recomienda EjeComercial a un amigo

Encuentra tu tienda virtual | Home | Afiliados | ¿Cómo comprar? | ¿Cómo vender? | Preguntas frecuentes | Anunciar
 ¿Quiénes somos? | ¿Por qué comprar en EjeComercial? | Contactarnos | Glossario de Términos | Mapa del sitio

Portal de Negocio

Uno de los servicios que ofrece el portal es la búsqueda y compra de dominios para las tiendas afiliadas, para esto se ha incorporado una página desde donde el mismo cliente podrá buscar verificar si el dominio que necesita se encuentra disponible realizando la búsqueda del mismo en todo el mundo y de estar ocupado se presenta la información de la empresa que lo tiene.

Restricciones:

Objeto

MenuSuperior
 MenuLateral1
 MenuLateral2
 MenuLateral3
 AyudaLinea
 Publicidad
 MenuInferior

Descripción

Menú Superior
 Menú lateral "Tu empresa"
 Menú lateral "EjeComercial"
 Menú lateral "Integración"
 Ayuda en Línea del Portal
 Publicidad del Portal
 Menú Rápido Inferior

Objeto BuscaDominio : Búsqueda de Dominios en el mundo

Descripción	Nulo	Tipo
Id	No	Num(10)
Nombre del Dominio	No	Char(100)
Tipo	No	Num(1)
Status	No	Num(1)

ORACIÓN COMPUESTA:

El id 234 de la búsqueda de dominio corresponde al nombre de Yahoo de tipo 4 y se encuentra ocupado por "compañía..".

ORACIONES SIMPLES:

- El id 234 de la búsqueda de dominios corresponde al nombre de Yahoo y es de tipo 4.
- El id 234 de la búsqueda tiene estatus de "ya ocupado" por "compañía..."

Tabla de Población .
T_BuscaDominio1

← De Dominio →

Objeto	Llave	Nombre	Tipo
Referencia	Clave	Dominio	Tipo
Rol	Id_dom	Nom_Dominio	Id_tipo
	234	Yahoo	4
	235	Altavista	3
	236	Mitienda	3

Tabla de Población .
T_BuscaDominio2

← De Dominio →

Objeto	Llave	Estatus	Nombre
Referencia	Clave	Estado	Empresa
Rol	Id_dom	St_dominio	Nom_Empresa
	234	ya ocupado	"empresa.."
	235	ya ocupado	"empresa.."
	236	No ocupado	

Diagrama parcial ENALIM

T_BuscaDominio1



Diagrama parcial ENALIM

T_BuscaDominio2



Encuestas

www.aspel.com

Portal de Negocios

ENCUESTAS

Una compra por Internet represente para ti:

Respuesta	Votos	Porcentaje
<input type="radio"/> No, ahorra de tiempo y recursos	13	55.83%
<input type="radio"/> La comodidad de comprar desde tu oficina	8	33.33%
<input type="radio"/> No estoy seguro	7	29.17%
<input type="radio"/> Solo una alternativa más en el mercado	0	0.00%
<input type="radio"/> Indiferente	2	8.33%

ejecomercial

Existe en el portal una sección de encuestas en donde los navegantes pueden opinar con respecto a una pregunta, teniendo la posibilidad de ver el porcentaje de las votaciones, esto es tomado en cuenta por el portal para futuros cambios en mercadotecnia y ventas.

Restricciones:

Objeto	Descripción
MenuSuperior	Menú Superior
MenuLateral1	Menú lateral "Tu empresa"
MenuLateral2	Menú lateral "EjeComercial"
MenuLateral3	Menú lateral "Integración"
AyudaLinea	Ayuda en Línea del Portal
Publicidad	Publicidad del Portal
MenuInferior	Menú Rápido Inferior

- Las respuestas de la preguntas tienen un contador de votos individual

Objeto EncuestaGeneral : Encuestas a navegantes

Descripción	Nulo	Tipo
Id de la pregunta	No	Num(10)
Descripción de la pregunta	No	Char(100)
Id de la Respuestas	No	Num(2)
Descripción de las respuestas	No	Char(100)
Contador Respuestas	No	Num(5)

ORACIÓN COMPUESTA:

El id 33 de las preguntas tiene una descripción de "Una compra representa para ti:", su status es activa y tiene las posibles respuestas "Un Ahorro..., La Comodidad...".

ORACIONES SIMPLES:

- El id 33 de preguntas tiene la descripción de "Una compra representa para ti:" su status es activa
- Las posibles respuestas de la pregunta 33 son respuestas "Un Ahorro..., La Comodidad..."

Tabla de Población .
T_EncuestaGeneral1

← De la pregunta →

Objeto	Llave	Descripción	Estado
Referencia	Clave	Título	Status
Rol	Id_preg	Pregunta	St_Preg
	33	Una compra representa para ti:	Activa
	34	Cuántas veces utilizas internet al día	Inactiva
	35	Qué productos compras con más frecuencia	Inactiva

Tabla de Población .
T_EncuestaGeneral2

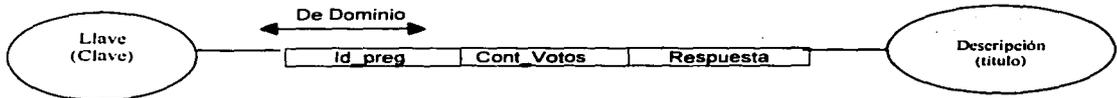
← De de la pregunta →

Objeto	Llave	Votos	Descripción
Referencia	Clave	Contador	Título
Rol	Id_preg	Cont_Votos	Respuesta
	33	50	"Un ahorro de tiempo"
	33	10	"Un riesgo"
	33	20	"Comodidad"

Diagrama parcial ENALIM
T_EncuestaGeneral1

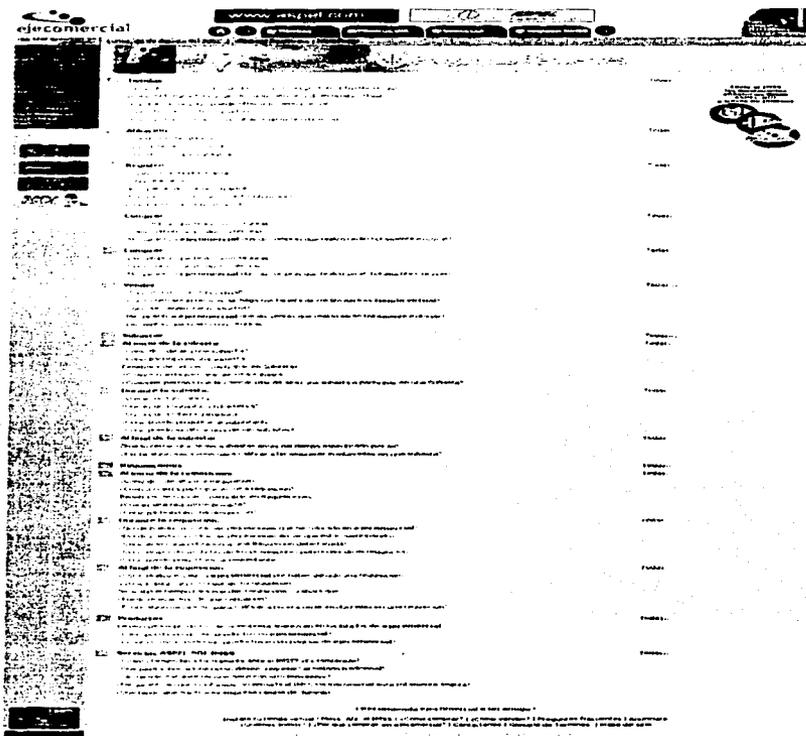


Diagrama parcial ENALIM
T_EncuestaGeneral2



ESTADO DE TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Preguntas Frecuentes



Existe una página que el navegante puede consultar en caso de que tenga alguna duda con respecto a los servicios que ofrece el portal, en ella se presentan una lista de preguntas y respuestas más frecuentes dividida por categorías.

Esto resulta de suma importancia para que el usuario tenga una visión más clara y se ofrezca una mejor ayuda.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Restricciones:**Objeto**

MenuSuperior
 MenuLateral1
 MenuLateral2
 MenuLateral3
 AyudaLinea
 Publicidad
 MenuInferior

Descripción

Menú Superior
 Menú lateral "Tu empresa"
 Menú lateral "EjeComercial"
 Menú lateral "Integración"
 Ayuda en Línea del Portal
 Publicidad del Portal
 Menú Rápido Inferior

Objeto PreguntasFrecuentes : Listado de las preguntas más frecuentes y sus respuestas en el portal

Descripción	Nulo	Tipo
Id de la pregunta	No	Num(5)
Descripción de la pregunta	No	Char(255)
Descripción de las respuestas	No	Char(255)
Categoría	No	Char(20)

ORACIÓN COMPUESTA:

El id de la pregunta 23 con descripción "¿Cómo hospedo mi tienda virtual?" tiene estatus activa y se encuentra en la categoría "Tiendas" y su respuesta es "La puedes hospedar fácilmente con....."

ORACIONES SIMPLES:

- El id de la pregunta con 23 tiene una descripción de "¿Cómo hospedo mi tienda virtual?" y tiene status activa
- La respuesta de la pregunta 23 es "La puedes hospedar fácilmente con....." se encuentra en la categoría Tiendas

Tabla de Población .
 T_ PreguntasFrecuente1

← De la pregunta →

Objeto	Llave	Descripción	Estado
Referencia	Clave	Título	Status
Rol	Id_preg	Pregunta	St_Preg
	23	¿Cómo hospedo mi tienda virtual?	Activa
	24	¿Cómo obtengo información de mis movimientos?	Activa
	25	¿Cuesta mucho afiliarse?	Activa

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Tabla de Población .

T_ PreguntasFrecuentes2

De de la pregunta

Objeto	Llave	Categoría	Descripción
Referencia	Clave	Clasificación	Respuesta
Rol	Id_preg	Categoría	Res_Preg
	23	Tiendas	La puedes hospedar fácilmente con....
	24	Tiendas	Accesando a tu home..
	25	Afiliación	La afiliación sólo cuesta...

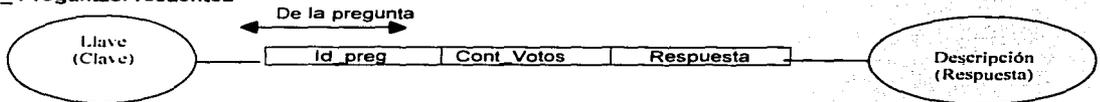
Diagrama parcial ENALIM

T_ PreguntasFrecuente1



Diagrama parcial ENALIM

T_ PreguntasFrecuente2



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Glosario de Términos

www.aspel.com

Glosario de términos

- » Afiliados
- » Ayuda en línea
- » Bases
- » Bytes
- » Categorías y subcategorías
- » Click-throughs
- » Comisiones por servicios
- » Día de corte
- » Distribuidores
- » E-mail
- » Encriptación
- » Estatus de pago
- » Macher
- » Home del Afiliado
- » Hosting
- » Límites de un registrado
- » Mis Cotizaciones
- » Mis Subastas
- » Oferta de arranque
- » Páginas
- » Participar en una subasta
- » Portal
- » Parámetros de la tienda
- » Reousción
- » Reusación

- » Archivos (formatos gráficos)
- » ECB
- » Beneficios le ofrece a sus Afiliados
- » Cédula Us-Asio
- » Chat
- » Colocar una Subasta
- » Concentración y dispersión de fondos
- » Depoaur referenciado
- » Dineros
- » E-mail de navegación
- » Estado de cuenta
- » Formas de pago
- » Histórico de operaciones
- » Home del Distribuidor
- » Impresiones
- » La red
- » Mis ofertas
- » Movimientos de tu tienda virtual
- » Oferta ganadora
- » Pago contra entrega (COD)
- » Password
- » Precio de reserva
- » Referencias
- » RoboScan Dar de Alta
- » Reusación Pasiva

Otra forma de ayuda hacia el navegante es un glosario de términos en donde se definen cada uno de los términos o palabras más utilizados en el portal, y de esta manera proporcionar una herramienta para que sea entendible el funcionamiento de los servicios.

Restricciones:

Objeto

MenuSuperior
MenuLateral1
MenuLateral2
MenuLateral3
AyudaLinea
Publicidad
Menuinferior

Descripción

Menú Superior
Menú lateral "Tu empresa"
Menú lateral "EjeComercial"
Menú lateral "Integración"
Ayuda en Línea del Portal
Publicidad del Portal
Menú Rápido Inferior

- El listado esta ordenado por orden alfabético.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Objeto GlosarioTerminos : Listado de los términos mas utilizados en el portal.

Descripción	Nulo	Tipo
Id del término	No	Num(10)
Término	No	Char(255)
Descripción	No	Char(255)

ORACIÓN COMPUESTA :

El id 2 del término "Afiliados" tiene una descripción de "Un afiliado es aquella persona....."

ORACIONES SIMPLES:

- El id 2 del término "Afiliados" tiene una descripción

Tabla de Población .

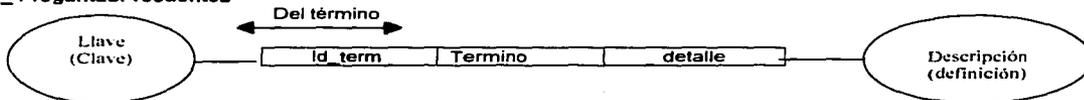
T_PreguntasFrecuente1

← Del término →

Objeto	Llave	Término	Descripción
Referencia	Clave	Título	Definición
Rol	Id_term	Término	detalle
	2	Afiliado	Un afiliado es aquella persona.....
	3	Archivos	Son aquellos elementos....
	4	Ayuda	Con ésta puedes...

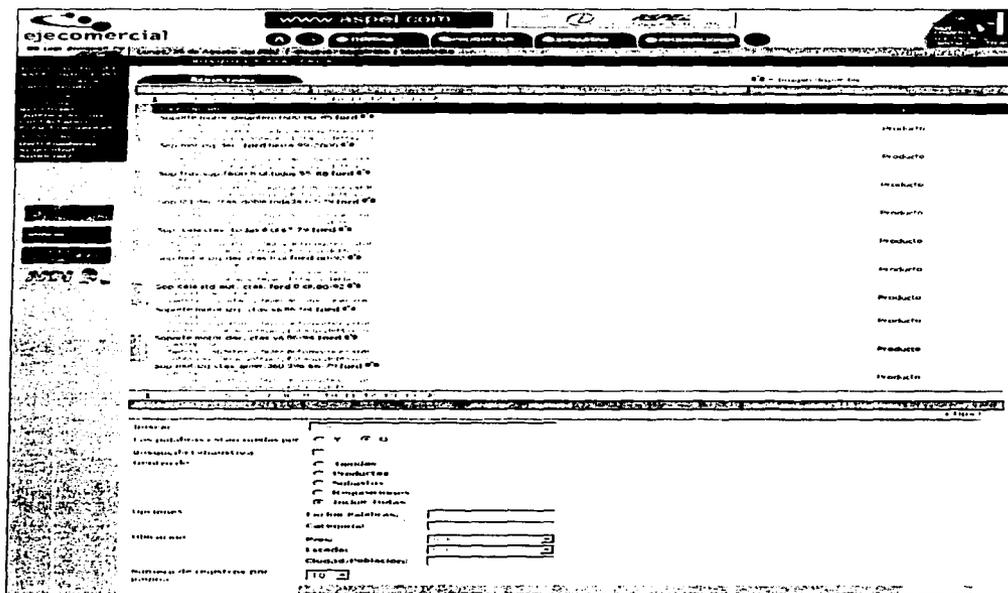
Diagrama parcial ENALIM

T_PreguntasFrecuente2



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Búsqueda Avanzada



La búsqueda Avanzada contempla todos los servicios disponibles en el portal: Tiendas, Productos, Subastas y Requisiciones.

Está disponible un filtro más detallado para realizar la búsqueda de manera particular y mas exhaustiva, así mismo destacando en cada registro encontrado las palabras requeridas en la búsqueda.

Restricciones:

Objeto

MenuSuperior

MenuLateral1

MenuLateral2

MenuLateral3

AyudaLinea

Publicidad

MenuInferior

Descripción

Menú Superior

Menú lateral "Tu empresa"

Menú lateral "EjeComercial"

Menú lateral "Integración"

Ayuda en Línea del Portal

Publicidad del Portal

Menú Rápido Inferior

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Objeto Opciones Búsqueda Avanzada: Listado de Opciones para la búsqueda avanzada

Nombre	Descripción
Frase	Frase a buscar
Y/O	Opción de buscar todas las palabras o cualquiera de ellas
Exhaustivo	Realiza una búsqueda más precisa
Categorías	Realizar búsquedas en Productos, tiendas, subastas o requisiciones
Excluir	Excluir palabras
Ubicación	Ubicación
Paginación	Número de Registros por página

- La búsqueda tiene que encontrar los registros que contengan la(s) palabra(s) indicadas y ordenarlas conforme a las más parecidas a lo que se busca.

Objeto Búsqueda Avanzada : Búsquedas de Tiendas, Productos, Subastas y Requisiciones

Descripción	Nulo	Tipo
Id	No	Char(10)
Título	No	Char(100)
Descripción	No	Char(200)
Tienda	No	Char(100)
Ubicación	No	Char(100)
Tipo	No	Num(5)

ORACIÓN COMPUESTA :

Es un producto cuya clave es AB33 y su descripción es "Soporte motor delantero Ford" contiene la palabra "Ford", tiene fotografía, su descripción es "904" y pertenece a la tienda "Soportes y Hules automotrices Star" cuya ubicación es Estado de México

ORACIONES SIMPLES:

- Es un producto cuya clave es AB33 y su descripción es "Soporte motor delantero Ford"
- El producto con clave AB33 tiene la descripción de "904" y pertenece a la tienda tienda "Soportes y Hules automotrices Star"

Tabla de Población.
T_ Búsqueda Avanzada1

← Del Tipo →

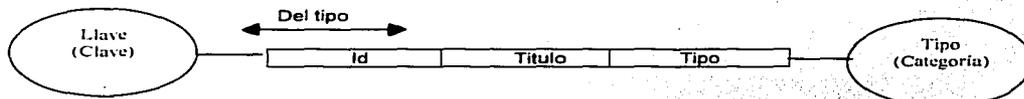
Objeto	Llave	Descripción	Tipo
Referencia	Clave	Nombre	Categoría
Rol	Id	Título	Tipo
	AB33	Soporte motor delantero Ford	Producto
	AC55	Sop. Mot. Izq. Ford	Producto
	23	CASA FORD SA	Tienda
	1002	Automóvil Ford 2000	Subasta

T_ Búsqueda Avanzada2

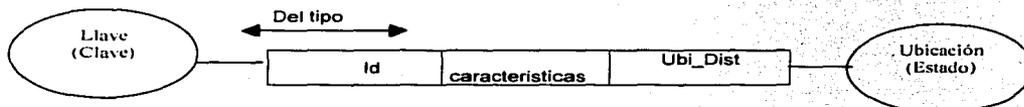
← Del tipo →

Objeto	Llave	Descripción	Ubicación
Referencia	Clave	Descripción Larga	Estado
Rol	Id	Características	Ubi Dist
	AB33	904	Estado de México
	AC55	Gran alcance..	Estado de México
	23	Gran Surtido de piezas para autos	D.F.
	1002	Tenencia, papeles en regla	Querétaro

**Diagrama parcial ENALIM
T_ Búsqueda Avanzada1**



**Diagrama parcial ENALIM
T_ Búsqueda Avanzada2**



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Objeto RegistroNavegante : Registro como navegante

Descripción	Nulo	Tipo
Id	No	Char(6)
Empresa	No	Char(100)
Dirección	No	Char(255)
Colonia	No	Char(100)
Población	No	Char(100)
CP	No	Num(6)
País	No	Num(2)
Estado	No	Num(2)
Empleados	No	Num(3)
Giro	No	Char(100)
Teléfono	No	Char(80)
Nombre	No	Char(70)
Email	No	Char(255)
Contraseña	No	Char(10)
Sexo	No	Num(1)
Edad	No	Num(2)
Estudios	No	Num(1)
Propósito	No	Char(30)
Temas	No	Char(30)
Información	No	Num(1)
Medio	No	Char(30)

ORACIÓN COMPUESTA :

El id 33 del navegante Abraham Franco tiene la dirección "Carretera...."

ORACIONES SIMPLES:

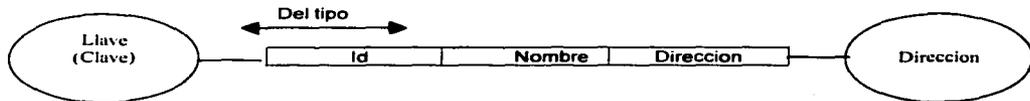
- El id 33 del navegante Abraham Franco tiene la dirección "Carretera...."

T_ RegistroNavegante1

← Del navegante →

Objeto	Llave	Nombre	Dirección
Referencia	Clave	Contacto	Dirección
Rol	Id	Nombre	Dirección
	33	Abraham Franco	"Carretera...."
	34	Juan Hernández	Congreso de la Union 55
	35	Julio García	Av. Central 67
	36	Rodrigo Martínez	Culiacán 89

Diagrama parcial ENALIM
T_ RegistroNavegante2



Home del Afiliado

www.aspel.com

Inicio Trámites Beneficios Inscripción Pagos

¡Afiliate Hoy!

Beneficios de Afiliado

Más plantillas

El proceso de tu tienda virtual hasta ahora, te ha resultado:

- Excelente
- Fácil, gracias a la documentación y ayuda presentada en el sitio
- Difícil, aun con la documentación y/o ayuda presentada en el sitio
- Totalmente complejo

¡Recomendamos y recomendamos a un amigo!

Tus para tu tienda virtual | ¿Cómo comprar? | ¿Cómo vender? | Programas frecuentes | Anunciar
 Crear la tienda virtual | Gestión de inventario | Mapa del sitio

Este representa el Home especial para cada uno de los afiliados del portal, una vez que se registra podrán realizar un sinnúmero de operaciones referentes a la tienda que se encuentra afiliada.

Desde aquí se realizarán los pagos de renta e inscripción, se podrán adquirir plantillas nuevas, cambiar parámetros de la tienda, compras de dominios, verificar sus pagos, actualizar información etc.

Restricciones:**Objeto**

MenuSuperior
 MenuAfiliado
 MenuLateral2
 MenuLateral3
 AyudaLinea
 Publicidad
 MenuInferior

Descripción

Menú Superior
 Menú lateral "Tu empresa"
 Menú lateral "EjeComercial"
 Menú lateral "Integración"
 Ayuda en Línea del Portal
 Publicidad del Portal
 Menú Rápido Inferior

Objeto OpcionesHomeAfiliado:

Listado de Opciones para el home del Afiliado

Descripción

Afiliate
 Tips
 Dominios
 Pagos
 Avisos
 Diseños
 Encuentras
 Requisiciones
 Subastas
 Histórico
 Pagos por Internet

Descripción

Acceso al proceso de Afiliación
 Tips para la tienda
 Selección de dominios
 Acceso a Status de Pagos del usuario
 Sección de Avisos para el usuario
 Acceso a sección de diseños para la tienda
 encuestas para el afiliado
 Requisiciones sobre categorías del usuario
 Subastas referentes al usuario
 Acceso a Histórico de Operaciones
 Alta como usuarios Bancarios

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Status de Pagos

www.aspel.com

TIENDAS PRODUCTOS SUBASTAS REQUISICIONES

ESTATUS DE PAGOS

La Mosela

Fecha inicial: 28 de Mayo del 2002 | Fecha final: 26 de Agosto del 2002

Referencia	Fecha	Monto Total	Estado	Descripción
20000006448705306	26-09-2002	\$4.887.53	Pagado	
20000006441214626	12-08-2002	\$874.00	Pagado	

Este estado es solo de carácter informativo y carece de validez formal. Si tienes alguna duda contáctanos

Conoce nuestras formas de pago

Recomienda ejeComercial a un amigo!

Tipos para tu tienda virtual | ¿Cómo comprar? | ¿Cómo vender? | Preguntas Frecuentes | Anúnciate
 Diseña tu tienda virtual | Glosario de términos | Mapa del sitio

El Afiliado tendrá la posibilidad de verificar el status de sus pedidos y de sus pagos desde su Home.

También podrá consultar el detalle del pedido para tener mayor control de sus pagos, ya sean vía depósito referenciado o tarjeta de crédito.

Restricciones:

Objeto	Descripción
MenuSuperior	Menú Superior
MenuAfiliado	Menú lateral "Tu empresa"
MenuLateral2	Menú lateral "EjeComercial"
MenuLateral3	Menú lateral "Integración"
AyudaLinea	Ayuda en Línea del Portal
Publicidad	Publicidad del Portal
MenuInferior	Menú Rápido Inferior

Objeto Pagos : Sección de Pagos del usuario

Descripción	Nulo	Tipo
Id	No	Num(8)
Referencia	No	Char(20)
Fecha	No	Date
Monto	No	Num(10,2)
Status	No	Char(20)
Id Tienda	No	Num(10)

ORACIÓN COMPUESTA :

El id 22 de la referencia 200000069848665 pertenece a la tienda La Mosela fue hecho el día 26-8-2002, y ya esta pagado.

ORACIONES SIMPLES:

- El id 22 de la referencia 200000069848665 pertenece a la tienda La Mosela
- El id pedido con id 22 fue hecho el día 26-8-2002-11-08 ya esta pagado

T_Pagos1

← Del pago →

Objeto	Llave	Clave	Cliente
Referencia	Clave	Referencia	Tienda
Rol	Id	Referencia	NomTienda
	22	200000069848665	La Mosela
	22	200000069846455	La Mosela
	22	200000069848565	La Mosela
	22	200000069845676	La Mosela

T_Pagos2

← Del pago →

Objeto	Llave	Fecha	Estatus
Referencia	Clave	Fecha	Status
Rol	Id	FechaPago	St Pago
	22	26/08/2002	Pagado
	22	01/10/2002	Pendiente
	22	01/11/2002	Pendiente
	22	05/11/2002	Pagado

Diagrama parcial ENALIM

T_Pagos1

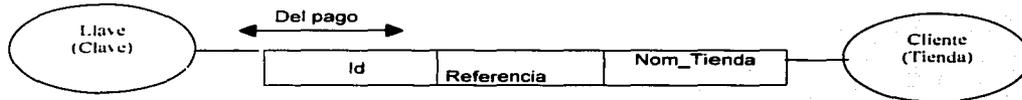


Diagrama parcial ENALIM

T_Pagos2



Información del afiliado

www.ejecomercial.com

La Mueble - Información personalizada para el afiliado

1. Nombre: La Mueble
 2. Fecha de inicio: 23 de Octubre 2001
 3. Fecha de cierre: 12 de Septiembre 2003

Datos de contacto:
 Domicilio: Calle 14 de Mayo, 1737 Ciudad de Rosario
 Teléfono: 0341 421 1111
 Correo electrónico: info@lamueble.com.ar

Datos de facturación:
 CUIT: 30-7171717-7
 Domicilio: Calle 14 de Mayo, 1737 Ciudad de Rosario
 Teléfono: 0341 421 1111
 Correo electrónico: info@lamueble.com.ar

Productos y Servicios:
 - Muebles de sala
 - Muebles de dormitorio
 - Muebles de cocina
 - Muebles de baño
 - Muebles de oficina
 - Muebles de exterior
 - Muebles de jardín
 - Muebles de terraza
 - Muebles de terraza
 - Muebles de terraza

Reservado todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

El afiliado podrá ver sus datos que son almacenados en el portal, y cambiarlos en cualquier momento, así mismo agregar su tienda a más categorías dentro el portal.

Restricciones:

Objeto
 MenuSuperior
 MenuAfiliado
 MenuLateral2
 MenuLateral3
 AyudaLinea
 Publicidad
 MenuInferior

Descripción
 Menú Superior
 Menú lateral "Tu empresa"
 Menú lateral "EjeComercial"
 Menú lateral "Integración"
 Ayuda en Línea del Portal
 Publicidad del Portal
 Menú Rápido Inferior

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Objeto InfoAfil : Sección de Información personal de la tienda

Descripción	Nulo	Tipo
Id_Tienda	No	Num(10)
Descripción	No	Char(100)
FechaAlta	No	Date
FechaFin	No	Date
Contacto	No	Char(255)
Correo	No	Num(255)
Url	No	Char(255)
Dirección	No	Char(255)
Colonia	No	Char(80)
País	No	Num(2)
Estado	No	Num(2)
Teléfono	No	Char(80)
Status	No	Num(3)

ORACIÓN COMPUESTA:

El id 22 corresponde a la tienda La Mosela y esta vigente hasta el día 12 de Sep del 2003 y se encuentra dentro de las categorías con id 001x001x002x0001 cuya descripción es "Empresas y Negocios"

ORACIONES SIMPLES:

- El id 22 corresponde a la tienda La mosela y esta vigente hasta el día 12 de Sep del 2003.
- La tienda con id 22 se encuentra en la categoría con id 001x001x002x0001 cuya descripción es "Empresas y Negocios"

Tabla de Población .
T_ infoAfil1

← De la tienda →

Objeto	Llave	Descripción	FechaVigencia
Referencia	Clave	Nombre	Fecha
Rol	Id_Tienda	Nom_Tienda	FechaFin
	22	La mosela	12 de Sep. del 2003
	15	Aspel	1 de Oct. del 2004
	25	Polrep	5 de Dic. del 2004

Tabla de Población .

T_ InfoAfil2

← De la tienda →

Objeto	Llave	Categoria	Descripción
Referencia	Clave	Clave	Título
Rol	Id_Tienda	Id_Categ	Desc_Categ
	22	001x001x002x0001	Empresas y Negocios
	15	001x001x003x0001	Computo y Tecnologia
	25	001x001x004x0001	Calzado

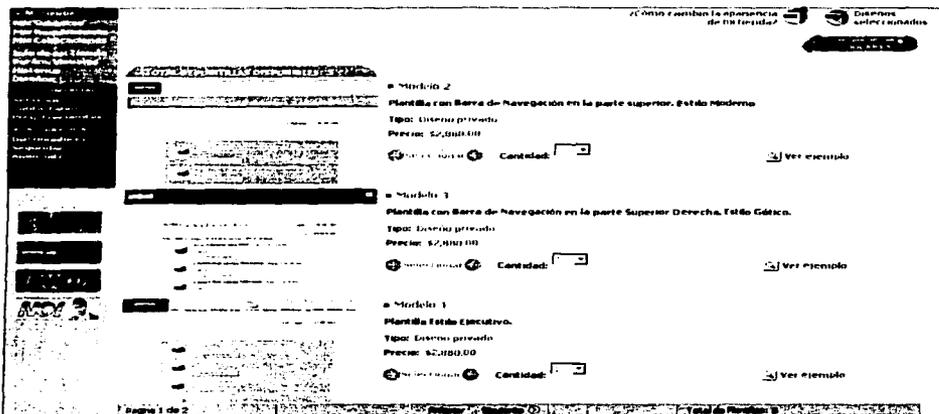
Diagrama parcial ENALIM
T_ InfoAfil1



Diagrama parcial ENALIM
T_ InfoAfil2



Compra de Plantillas



En Esta sección el afiliado podrá comprar sus plantillas o diseños para su tienda virtual, seleccionando la que más le agrade de acuerdo a su imagen corporativa.

Las Plantillas pueden ser de tipo exclusivas o públicas.

Restricciones:

Objeto	Descripción
MenuSuperior	Menú Superior
MenuAfiliado	Menú lateral "Tu empresa"
MenuLateral2	Menú lateral "EjeComercial"
MenuLateral3	Menú lateral "Integración"
AyudaLinea	Ayuda en Línea del Portal
Publicidad	Publicidad del Portal
MenuInferior	Menú Rápido Inferior

El listado de plantillas debe tener una paginación de 3, una imagen de la plantilla y un ejemplo.

Objeto Plantillas : Compra de diseños para las tienda del afiliado

Descripción	Nulo	Tipo
Id_Plantilla	No	Num(5)
Descripción	No	Char(255)
Tipo	No	Number
Precio	No	Num(10,2)
Status	No	Num(2)

ORACIÓN COMPUESTA: El id 100 corresponde a la plantilla con descripción "Plantilla con barra de navegación en la parte superior" , tiene un status de activa de tipo privado y tiene un precio de \$2,880

ORACIONES SIMPLES:

- El id 100 corresponde a la plantilla con descripción "Plantilla con barra de navegación en la parte superior" , tiene un status de activa .
- La plantilla con id 100 es de tipo privado y tiene un precio de \$2,880.

Tabla de Población .
T_ Plantillas1

← De la plantilla →

Objeto	Llave	Descripción	Status
Referencia	Clave	Nombre	Estatus
Rol	Id_Plantilla	Nom_Plantilla	Est_Plantilla
	100	Plantilla con barra de navegación en la parte superior	Activa
	101	Plantilla con barra de navegación en la parte derecha	Activa
	102	Plantilla estilo ejecutivo	Activa

Tabla de Población .
T_ Plantillas2

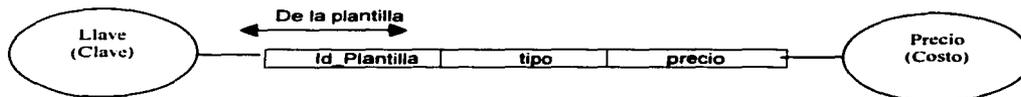
← De la plantilla →

Objeto	Llave	Categoría	Precio
Referencia	Clave	Tipo	Costo
Rol	Id_Plantilla	tipo	Precio
	100	Privada	2,880
	101	Privada	2,880
	102	Privada	2,880

Diagrama parcial ENALIM
T_ Plantillas1



Diagrama parcial ENALIM
T_ Plantillas2



Mapa de Distribuidores

www.aspel.com

Inicio | 26 de Agosto del 2002 | [Ayuda](#) | [Quiénes somos](#) | [Mapa de Distribuidores](#)

ENCUENTRA
 los distribuidores más cercanos a ti
 selecciona el Estado por el que deseas buscar y el nombre de la ciudad o una provincia de ese estado.

Selecciona tu Estado

Adelanto Amador	Colima	Mérida	Puebla	Tlaxcala
Baja Calif. Norte	Coahuila	Morelos	Quintana Roo	Turkey
Baja Calif. Sur	Chiapas	Nuevo Laredo	San Luis Potosí	Veracruz
Campeche	Chihuahua	Quintana Roo	Sonora	Zacatecas
Coahuila	Colima	Quintana Roo	Sonora	Zacatecas
Guerrero	Durango	Quintana Roo	Sonora	Zacatecas
Guerrero	Guerrero	Quintana Roo	Sonora	Zacatecas
Hidalgo	Hidalgo	Quintana Roo	Sonora	Zacatecas
Jalisco	Jalisco	Quintana Roo	Sonora	Zacatecas

Delvdo Federal

ASA Constructora Integral, S. de C. V.
 Cuitláhuac
 Linares
 Oficina de Marketing
 Tel: (52) 221 8122279
 Calle Comercio
 P.O. Box 10000
 Email: contacto@asa.com.mx

¿Eres o deseas ser Distribuidor?
 Sí No

¿Quieres apoyos con fotografías
 digitales para tus productos?
 Sí No

¿Por qué necesitas este producto en tu negocio?
 Necesario Opcional No necesario

[Inicia tu tienda virtual](#) | [Inicio](#) | [Quiénes somos](#) | [Cómo comprar](#) | [Cómo vender](#) | [Preguntas frecuentes](#) | [Anunciar](#)
[¿Quiénes somos?](#) | [¿Por qué comprar en EjeComercial?](#) | [Contáctanos](#) | [Glosario de Términos](#) | [Mapa del sitio](#)

Aquí se pueden encontrar todos los distribuidores autorizados por el portal para apoyar a las clientes que lo necesiten, consiste en un mapa dinámico en el que al seleccionar el estado aparecen los nombres de los distribuidores y sus datos generales.

Restricciones:

Objeto	Descripción
MenuSuperior	Menú Superior
MenuAfiliado	Menú lateral "Tu empresa"
MenuLateral2	Menú lateral "EjeComercial"
MenuLateral3	Menú lateral "Integración"
AyudaLinea	Ayuda en Línea del Portal
Publicidad	Publicidad del Portal
MenuInferior	Menú Rápido Inferior

El listado de los distribuidores debe tener un mapa para una mejor localización.
 Objeto **MapaDist**: Compra de diseños para las tienda del afiliado

Descripción	Nulo	Tipo
Id_Dist	No	char(10)
NomEmpDist	No	Char(70)
NomContacto	No	Char(255)
Dirección	No	Char(255)
Estado	No	Num(2)
País	No	Num(2)

Teléfono
Email
Status

No
No
No

Char(80)
Char(255)
Num(1)

ORACIÓN COMPUESTA: El id D1260 de la empresa "ABSCISA Sistemas" esta activa y se encuentra en el Distrito Federal y su dirección es Cuzco 924.

ORACIONES SIMPLES:

- El id D1260 de la empresa "ABSCISA Sistemas" está activa.
- El distribuidor con id D1260 se encuentra en el Distrito Federal y su dirección es Cuzco 924.

Tabla de Población .
T_MapaDist1

← Del distribuidor →

Objeto	Llave	Empresa	Status
Referencia	Clave	Nombre	Estatus
Rol	Id Dist	NomEmpDist	Status
	D1260	ABSCISA Sistemas	Activa
	D1340	ASA Consultoria	Activa
	D1879	Sistemas SA	Activa

Tabla de Población .
T_MapaDist 2

← Del distribuidor →

Objeto	Llave	Población	dirección
Referencia	Clave	Ciudad	dirección
Rol	Id Dist	Ciudad	dirección
	D1260	Distrito Federal	Cuzco 924
	D1340	Distrito Federal	Insurgentes 225
	D1879	Distrito Federal	Periférico Sur 5698

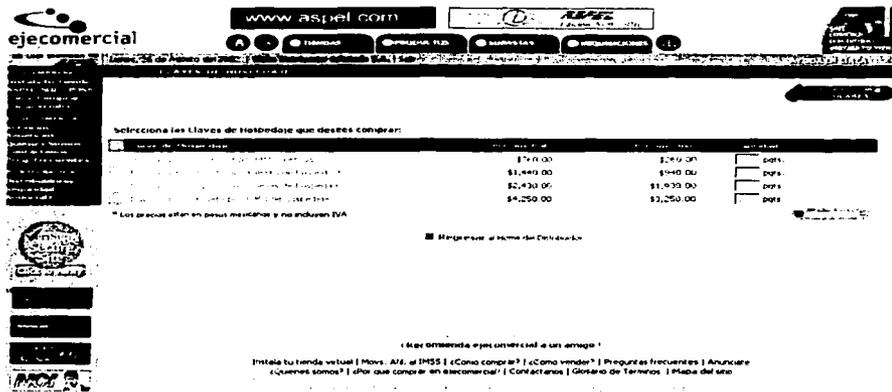
Diagrama parcial ENALIM
T_MapaDist1



Diagrama parcial ENALIM
T MapaDist2



Paquetes para distribuidores



Los distribuidores pueden adquirir paquetes de servicios para las tiendas virtuales a un precio preferencial y, obtener ganancias por la venta de cualquiera de ellos mediante Claves Prepagadas que puede adquirir desde el mismo portal.

Restricciones:

Objeto	Descripción
MenuSuperior	Menú Superior
MenuAfiliado	Menú lateral "Tu empresa"
MenuLateral2	Menú lateral "EjeComercial"
MenuLateral3	Menú lateral "Integración"
AyudaLinea	Ayuda en Línea del Portal
Publicidad	Publicidad del Portal
MenuInferior	Menú Rápido Inferior

El distribuidor podrá comprar sus paquetes que requiera a un precio preferencia, con la posibilidad de pagarlo con tarjeta de crédito o deposito refenciado.

Objeto PaqDist : Compra de paquetes para los distribuidores

Descripción	Null	Tipo
Id_paq	No	char(5)
Descripción	No	Char(255)
Precio	No	Num(10,2)
Descuento	No	Num(10,2)
Status	No	Num(2)

ORACIÓN COMPUESTA: El id 1 del paquete tiene la descripción de "Insc. Anual y Hospedaje por renta mensual" tiene un precio normal de \$760, el precio para el distribuidor es de \$260 y esta activo en el portal.

ORACIONES SIMPLES:

- El id 1 del paquete tiene la descripción de "Insc. Anual y Hospedaje por renta mensual" y está activo en el portal.
- El paquete con id 1 tiene un precio normal de \$760, el precio para el distribuidor es de \$260.

Tabla de Población .
T_PaqDist1

← Del paquete →

Objeto	Llave	paquete	Status
Referencia	Clave	Nombre	Estatus
Rol	Id_paq	Descripcion	Status
	1	Insc. Anual y Hospedaje por renta mensual	Activa
	2	Insc. Anual y paquete por 3 meses de hospedaje	Activa
	3	Insc. Anual y paquete por 6 meses de hospedaje	Activa

Tabla de Población .
T_PaqDist2

← Del paquete →

Objeto	Llave	PrecioNormal	PrecioDist
Referencia	Clave	Precio	Distribuidor
Rol	Id_paq	Precio Normal	Precio Dist
	1	760	260
	2	1,440	940
	3	2,430	1,930

Diagrama parcial ENALIM
T_PaqDist1



Diagrama parcial ENALIM
T_PaqDist2



Home del Distribuidor

ejecomercial
www.aspel.com

Bienvenido al Home del Distribuidor de ejeComercial

Asignar nuevos clientes por categoría
 Estado de cuenta
 Mensajes
 Productos y categorías

Mi Empresa y Mis Negocios

Beneficios de ser Distribuidor:

- 1. Instalación:** Es la persona en quien se puede confiar para instalar el sistema ASPEL - Eje Comercial. El instalador se cobra un valor de entre la tienda virtual de sus clientes. Como una buena forma de establecer una relación comercial que debe ir en los clientes, invitando a entrar en la tienda virtual y contar el cualquier de los servicios de Hospedaje para que formen parte de nuestra experiencia. Contar número telefónico propio.
- 2. Instalación ASPEL-S&E y ASPEL-S&E Comercio Electrónico:** También puedes acceder a los usuarios de este sistema web a través de la web para entrar los datos de los usuarios. Puedes dar impresora y computadora en cuanto a la tienda virtual que tiene ASPEL-S&E, ASPEL-S&E Comercio Electrónico y ASPEL-S&E Comercio Electrónico. Puedes verificar que las instalaciones de los productos del sistema estén bien instalados con el sistema de la tienda virtual, a fin de garantizar que existan clientes, en internet los productos que más le beneficien a tus clientes.
- 3. Digitalización:** Puedes acceder en la DOP (Digitalización de los productos de los clientes van a digitalizar tanto en una cuenta web (ASPEL-S&E), como en su tienda virtual. Si deseas conocer los precios de los productos de las empresas de tus clientes, haz clic aquí.
- 4. Selección de nombre de dominio:** Puedes acceder a los usuarios indicando el mejor nombre de tener un nombre de dominio propio, si más conveniente puede. Pasa las opciones con las que contamos al Precio más bajo.
- 5. Claves de Hospedaje:** Es el contacto para la tienda virtual de los clientes, a fin de que los clientes en su cuenta web puedan acceder a través del portal. Incluye una verificación cada vez que uno de tus clientes contra las claves de hospedaje en nuestra web. Como la lista de precios de nuestros servicios de hospedaje.
- 6. Eventos:** Podrás estar como invitado especial a los eventos que organizamos para dar a conocer las ventajas que ofrece el sistema web, en las reuniones con los clientes potenciales que más se interesan a participar en nuestra comunidad empresarial. Para mejorar informes de las fechas y lugares donde se llevarán a cabo estos eventos, comunicarse al distribuidor de productos web, situación.

¿Quieres suscribirse a distribuidor@ejeComercial.com? [Haz clic aquí](#)
 Mi Gracias - Que tengas mucho éxito
 Atención
 @EjeComercial

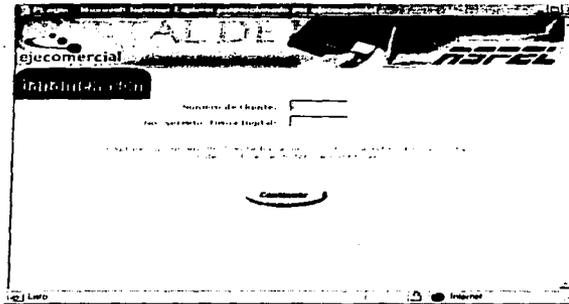
Recomendamos este contacto a un amigo |
 ¿Quieres la tienda virtual? | Mensajes | ASPEL-S&E | ¿Cómo comprar? | ¿Cómo pagar? | Preguntas frecuentes | Anunciar
 ¿Quieres sumo? | ¿Qué comprar en ASPEL-S&E? | Contactarnos | Glosario de términos | Mapa del sitio

Como distribuidor del portal se tienen varios servicios que son de gran utilidad para sus ventas.

Una vez que se ha identificado como distribuidor en el portal se tendrá acceso a su Home especial para él, en donde podrá adquirir sus claves prepagadas de servicio, verificar sus pagos e información general.

Desde aquí el distribuidor recibirá información acerca de sus beneficios y de nuevos productos.

BancaNet de Banamex



Una opción más de pago es mediante BancaNet de Banamex, en donde el usuario puede seleccionar cualquiera de sus cuentas en Banamex para realizar su pago en línea de una forma segura.

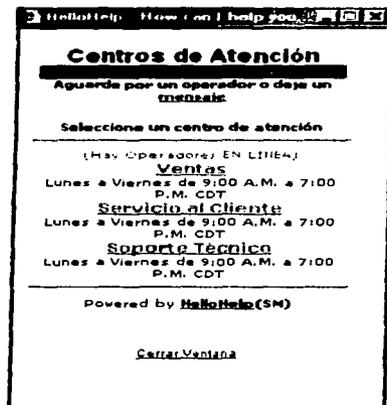
Para ello es necesario que ya esté dado de alta en el portal de Banamex.com para la utilización del servicio.

Confirmación de Pedidos

Cant.	Descripción	Unidad	Precio	Cantidad	Precio Unit.	Importe
1	Plan. Actual y Pasaporte por 1 año de	68.75	15.00		940.00	\$1,520.00
2	Plan. Actual y Pasaporte por 2 meses de	34.72	15.00		\$1,400.00	\$2,000.00
2	Plan. Actual y Pasaporte por 4 meses de	29.54	15.00		\$2,430.00	\$4,860.00
4	Plan. Actual y Pasaporte por 1 año de	21.51	15.00		\$1,260.00	\$7,000.00
	Subtotal					\$28,400.00
	Descuento					\$7,000.00
	Subtotal					\$21,400.00
	Impuesto					\$7,000.00
	Total					\$28,400.00

Cada compra que se realiza en el portal es desplegada antes de realizar el pago, de tal manera que el cliente pueda confirmar lo que va a pagar, el monto exacto y servicios que va a adquirir.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

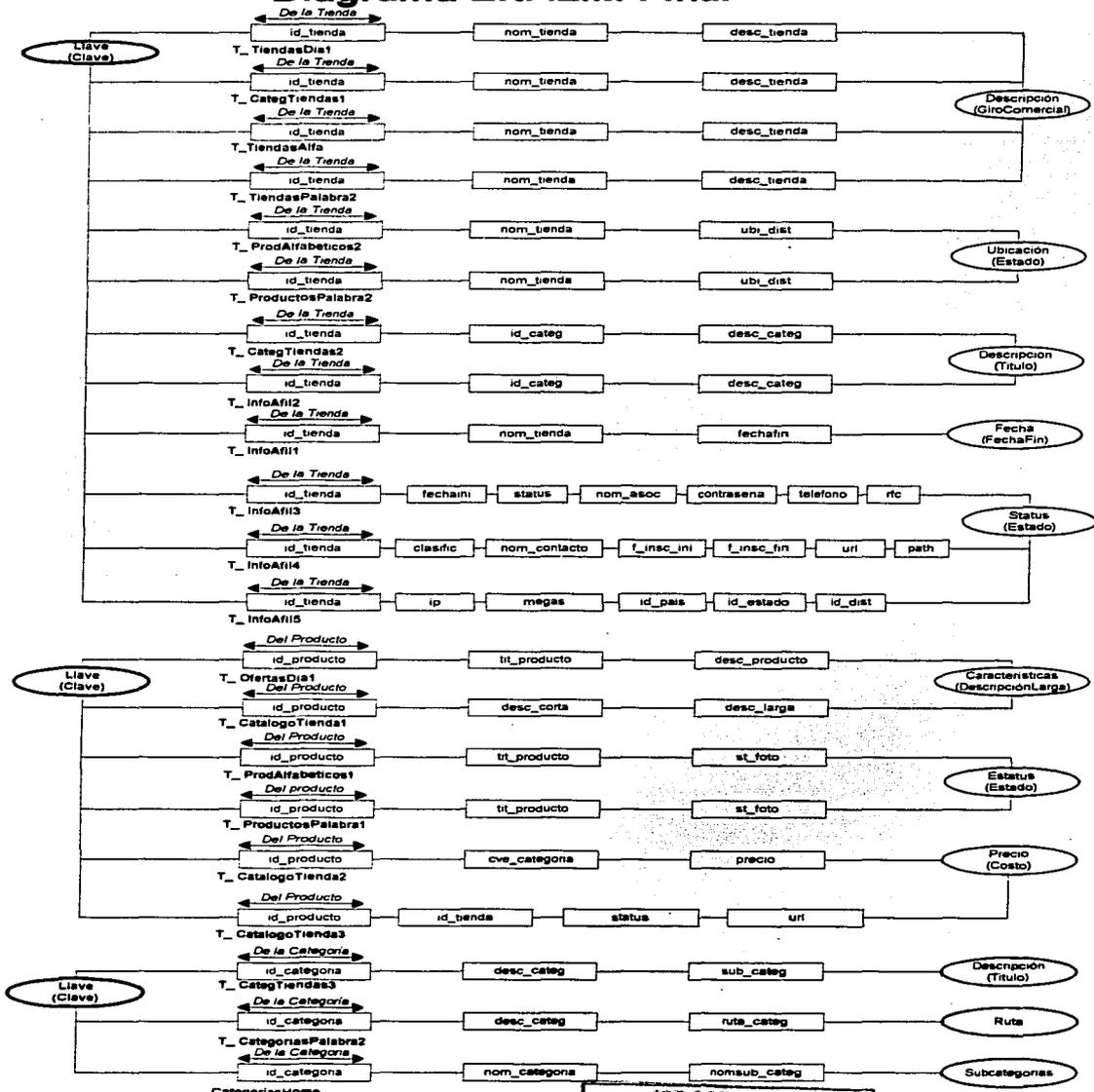


Ayuda en Línea

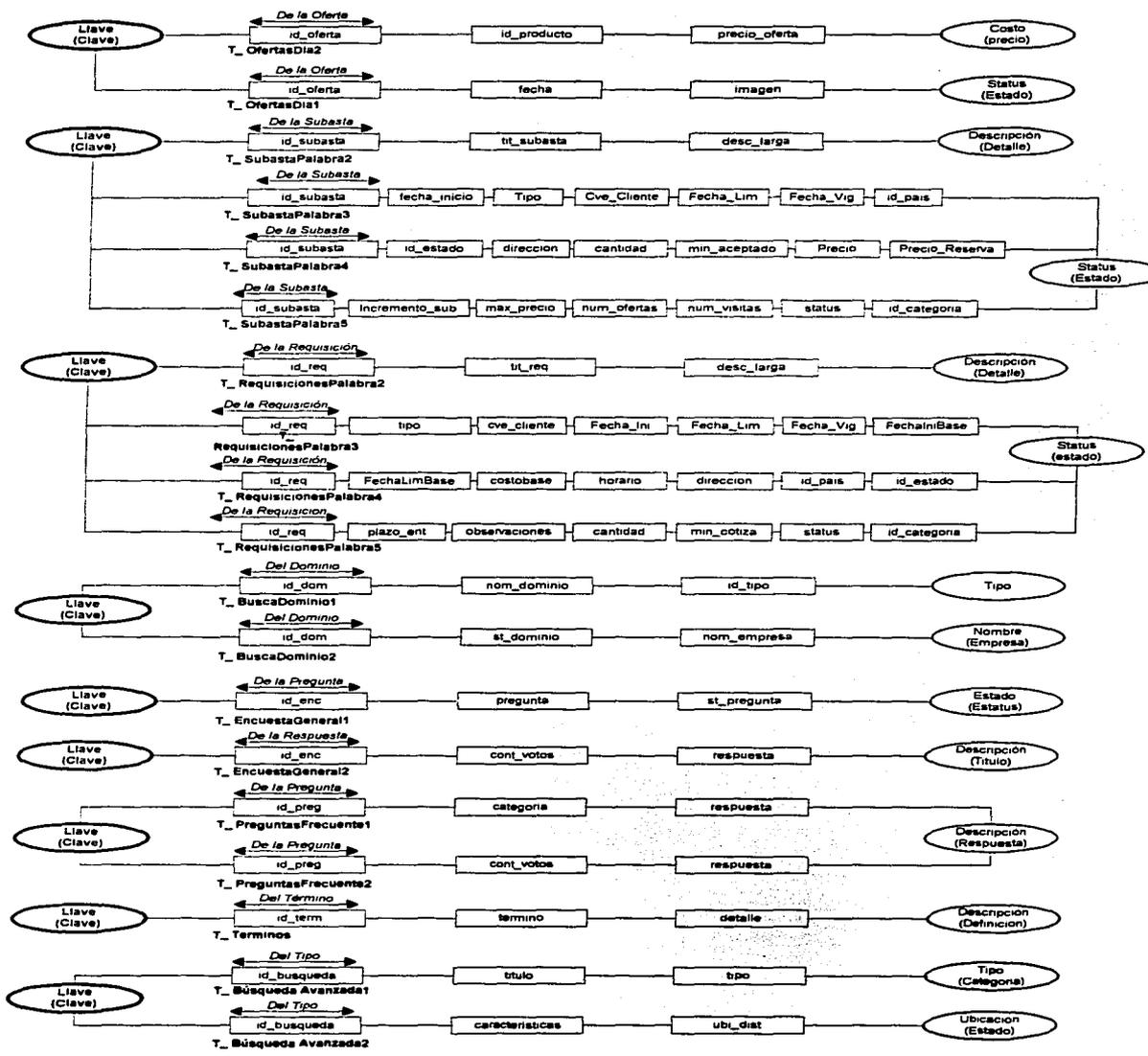
Una de las opciones que tiene el navegante es la facilidad de tener una ayuda en línea, mediante la cual se pueda comunicar vía chat con un asesor, el cual resolverá todas sus dudas e inquietudes sobre el portal, dándole el seguimiento adecuado.

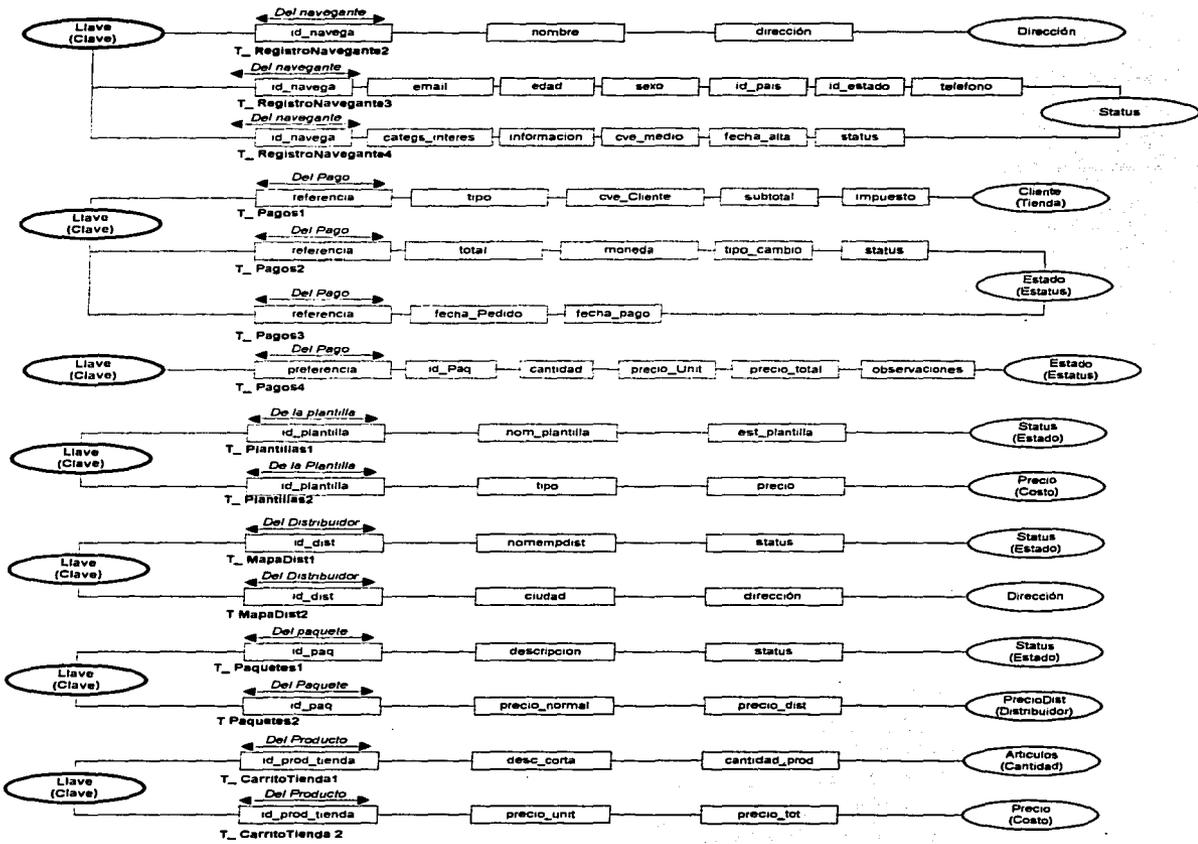
Basados en los productos finales y el análisis de cada uno de ellos a continuación se muestra el diagrama **ENALIM Final** correspondiente así como diseño de la **Base de Datos**.

Diagrama ENALIM Final



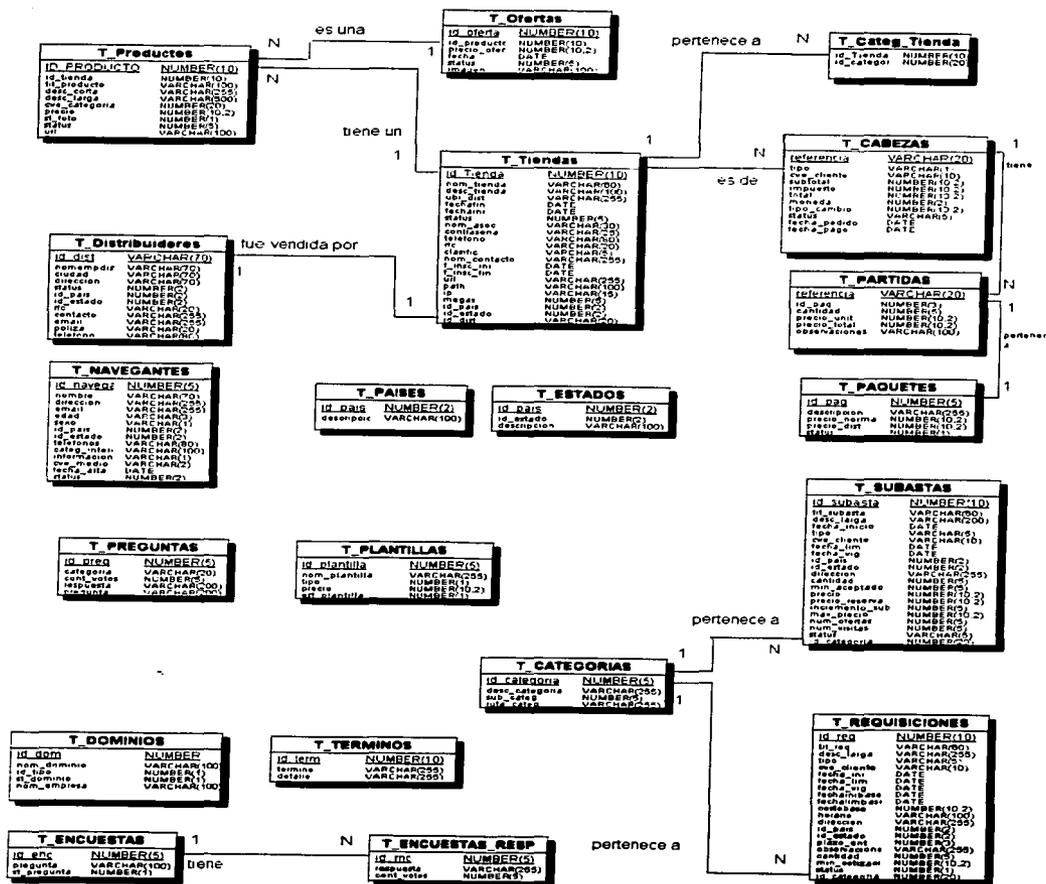
TESIS CON FALLA DE ORIGEN





TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.2. Diseño de la Base de Datos Diagrama Entidad Relación



3.3. Diccionario de Datos

Sec	Nombre	Descripción	Tipo	Tamaño	Formato	Validación	Tabla	Subrutina
1	Id_Pais	Llave para acceder a los países	Number	2	99	Obligatorio >0	Kp T_Paises T_Estados T_Distribuidores T_Tiendas T_Navegantes T_Subastas T_Requisiciones	Sb_Id_Paises
2	Descripción	Nombre del País	Varchar	100	N/A	Obligatorio	T_Paises	Sb_Descripción
3	Id_Estado	Llave para acceder al Estado	Number	2	99	Obligatorio >0	Kp T_Estados T_Distribuidores T_Tiendas T_Navegantes T_Subastas T_Requisiciones	Sb_Id_Estado
4	Descripción	Nombre del Estado	Number	100	N/A	Obligatorio	T_Estados	Sb_Descripción
5	Id_Categoría	Llave para acceder a las categorías	Number	20	9999999999 9999999999 9999 = Nivel 1 9999 = Nivel 2 9999 = Nivel 3 9999 = Nivel 4 9999 = Nivel 5	Obligatorio 9999 > 0 9999 > 0 9999 > 0 9999 > 0 9999 > 0	Kp T_Categorías T_Subastas T_Requisiciones	Sb_Id_Categoría
6	Desc_Categoría	Título de la Categoría	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Categorías	Sub_Desc_Cat
7	Sub_Categ							
8	Ruta_Categ							
9	Id_Dist	Llave para acceder a los distribuidores	Varchar	10	D999999999	Obligatorio	Kp T_Distribuidores T_Tiendas	Sub_Id_Dist
10	NomEmpDist	Razón social del distribuidor	Varchar	70	N/A	Obligatorio	T_Distribuidores	Sub_NomEmpD
11	Ciudad	Ciudad del distribuidor	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Distribuidores	Sub_Ciudad_D
12	Dirección	Dirección completa del Distribuidor	Varchar	100	N/A	Obligatorio	T_Distribuidores	Sub_Direc_D
13	Status	Estatus del distribuidor en el portal	Number	2	99	Obligatorio	T_Distribuidores	Sub_Status_D
14	Rfc	RFC del Distribuidor	Varchar	20	XXXX999999XX X		T_Distribuidores	Sub_Rfc_D
15	Contacto	Nombre del Contacto	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Distribuidores	Sub_Contacto_D
16	Email	Correo Electrónico	Varchar	255	XXXXN@XXXX N,XXN	Obligatorio	T_Distribuidores	Sub_Email_D
17	Póliza	Número de Póliza	Varchar	20	9999999999 9999999999	Obligatorio	T_Distribuidores	Sub_Poliza_D
18	Teléfono	Teléfonos	Varchar	80	N/A	Obligatorio	T_Distribuidores	Sub_Telefono_D
19	Id_Tienda	Llave para acceder a la tienda	Number	10	9999999999	Obligatorio	Kp T_Tiendas T_Productos T_Categ_Tienda	Sub_Id_Tienda
20	Nom_Tienda	Nombre de la Tienda	Number	60	N/A	Obligatorio	T_Tiendas	Sub_NomTienda
21	Desc_Tienda	Descripción de la tienda	Varchar	100	N/A		T_Tiendas	Sub_DescTienda

Sec	Nombre	Descripción	Tipo	Tamaño	Formato	Validación	Tabla	Subrutina
22	Ubi_Dist	Dirección de la empresa	Varchar	255	N/A		T_Tiendas	Sub_Ubi_Dist
23	FechaFin	Fecha Final de Renta	Date		N/A	Obligatorio	T_Tiendas	Sub_Fechalni_T
24	Fechalni	Fecha inicial de Renta	Date		N/A	Obligatorio	T_Tiendas	Sub_FechaFin_T
25	Status	Estatus de la tienda en el portal	Number	5	99999	Obligatorio	T_Tiendas	Sub_Status_T
26	Nom_Asoc	Clave de Acceso	Varchar	30	N/A	Obligatorio	T_Tiendas	Sub_Nom_T
27	Contrasena	Contraseña de Acceso	Varchar	25	N/A		T_Tiendas	Sub_Contrase_T
28	Teléfono	Teléfono del Cliente	Varchar	80	N/A		T_Tiendas	Sub_Telefono_T
29	RFC	RFC del Cliente	Varchar	20	XXXX999999XX X		T_Tiendas	Sub_Rfc_T
30	Clasific	Clasificación dentro del portal	Varchar	5	X9999 R = Real P = Prueba 9999	Obligatorio	T_Tiendas	Sub_Calsific_T
31	GiroComercial	Giro de la Empresa	Varchar	255	N/A		T_Tiendas	Sub_Giro_T
32	Nom_Contacto	Nombre del Usuario	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Tiendas	Sub_Contacto_T
33	F_Insc_Ini	Fecha inicial de la inscripción	Date			Obligatorio	T_Tiendas	Sub_Finsec_Ini_T
34	F_Insc_Fin	Fecha Final de la inscripción	Date			Obligatorio	T_Tiendas	Sub_Finsec_Fin_T
35	Url	Url de la Tienda	Varchar	255	N/A		T_Tiendas	Sub_Url_T
36	Path	Path físico de la tienda	Varchar	100	N/A		T_Tiendas	Sub_Path_T
37	Ip	Dirección IP del servidor	Varchar	15	999.999.999.999	Obligatorio	T_Tiendas	Sub_ip_T
38	Megas	Megas ocupados	Number	5	99999	Obligatorio	T_Tiendas	Sub_Megas_T
39	Id_Producto	Llave para acceder al producto	Number	10	9999999999	Obligatorio >0	Kp T_Productos T_Ofertas	Sub_Id_Prod_P
40	Tit_Producto	Nombre del producto	Varchar	100	N/A		T_Productos	Sub_Tit_Prod_P
41	Desc_Corta	Descripción Corta del Producto	Varchar	255	N/A		T_Productos	Sub_Desc_C_P
42	Desc_Larga	Descripción Larga	Varchar	500	N/A		T_Productos	Sub_Desc_L_P
43	Cve_Categoría	Clave de la categoría	Number	20	N/A		T_Productos	Sub_Categ_P
44	Precio	Precio del producto	Number	10	9999999999.99		T_Productos	Sub_Precio_P
45	St_Foto	Status para verificar si tiene foto en la tienda	Number	1	9 0 = No Tiene 1 = Si Tiene	Obligatorio 9 >0	T_Productos	Sub_St_Foto_P
46	Status	Status general del producto	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Productos	Sub_Status_P
47	Url	Url para acceder directo al producto	Varchar	100	N/A	Obligatorio	T_Productos	Sub_Url_P

Sec	Nombre	Descripción	Tipo	Tamaño	Formato	Validación	Tabla	Subrutina
48	Id_Oferta	Llave para acceder a las ofertas	Number	10	9999999999	Obligatorio	T_Ofertas	Sub_Id_Oferta_O
49	Precio_Oferta	Precio del producto en oferta	Number	10	99999.99	Obligatorio	T_Ofertas	Sub_Precio_Of_O
50	Fecha	Fecha de Término	Date			Obligatorio	T_Ofertas	Sub_Fecha_O
51	Status	Status del al oferta	Number	5	N/A	Obligatorio	T_Ofertas	Sub_Status_O
52	Imagen	Imagen de la oferta	Varchar	100	N/A	Obligatorio	T_Ofertas	Sub_Imagen_O
53	Id_Categoría	Clave de la categoría que pertenece al tienda	Number	20	9999999999 9999999999 9999 = Nivel 1 9999 = Nivel 2 9999 = Nivel 3 9999 = Nivel 4 9999 = Nivel 5	Obligatorio 9999 > 0 9999 > 0 9999 > 0 9999 > 0 9999 > 0	T_Categ_Tienda	Sub_Id_Categ_C
54	Id_paq	Llave para acceder a los servicios	Number	5	99999	>0	Kp T_Paquetes T_Partidas	Sub_Id_Paq
55	Descripción	Nombre del Servicio	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Paquetes	Sub_Desc_Pa
56	Precio_Normal	Precio al publico	Number	10	9999999999.99	Obligatorio >=0	T_Paquetes	Sub_PrecioN_Pa
57	Precio_Dist	Precio al distribuidor	Number	10	9999999999.99	Obligatorio >=0	T_Paquetes	Sub_PrecioD_Pa
58	Status	Status del servicio	Number			Obligatorio >=0	T_Paquetes	Sub_Status_Pa
59	Referencia	Número de referencia del pedido	Varchar	20	9999999999 9999999999 9 = Tipo de Usuario 9999999999 = Clave 9999999999 = Aleatori	Obligatorio	T_Partidas T_Cabezas	Sub_Ref_Ped
60	Cantidad	Número de Servicios	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Partidas	Sub_Canti_Ped
61	Precio_Unit	Precio Unitario	Number	10	9999999999.99	Obligatorio >=0	T_Partidas	Sub_PreU_Ped
62	PrecioTotal	Precio Total	Number	10	9999999999.99	Obligatorio >=0	T_Partidas	Sub_PreT_Ped
63	Observaciones	Observaciones del pedido	Varchar	100	N/A		T_Partidas	Sub_Obvs_Ped
64	Tipo	Tipo de Cliente	Varchar	1	9 1=Prospecto 2=Afiliado 3=Navegante 4=Distribuidor	Obligatorio >0	T_Cabezas	Sub_Tipo_Ped
65	Cve_Cliente	Clave del Cliente	Varchar	10	N/A	Obligatorio	T_Cabezas	Sub_Cve_Ped
66	Subtotal	Subtotal del pedido	Number	10	9999999999.99	Obligatorio	T_Cabezas	Sub_SubT_Ped
67	Impuesto	Total del impuesto	Number	10	9999999999.99	Obligatorio	T_Cabezas	Sub_imp_Ped
68	Total	Monto Total	Number	10	9999999999.99	Obligatorio	T_Cabezas	Sub_Total_Ped
69	Moneda	Clave de la moneda	Number	2	99	Obligatorio	T_Cabezas	Sub_Monda_Ped

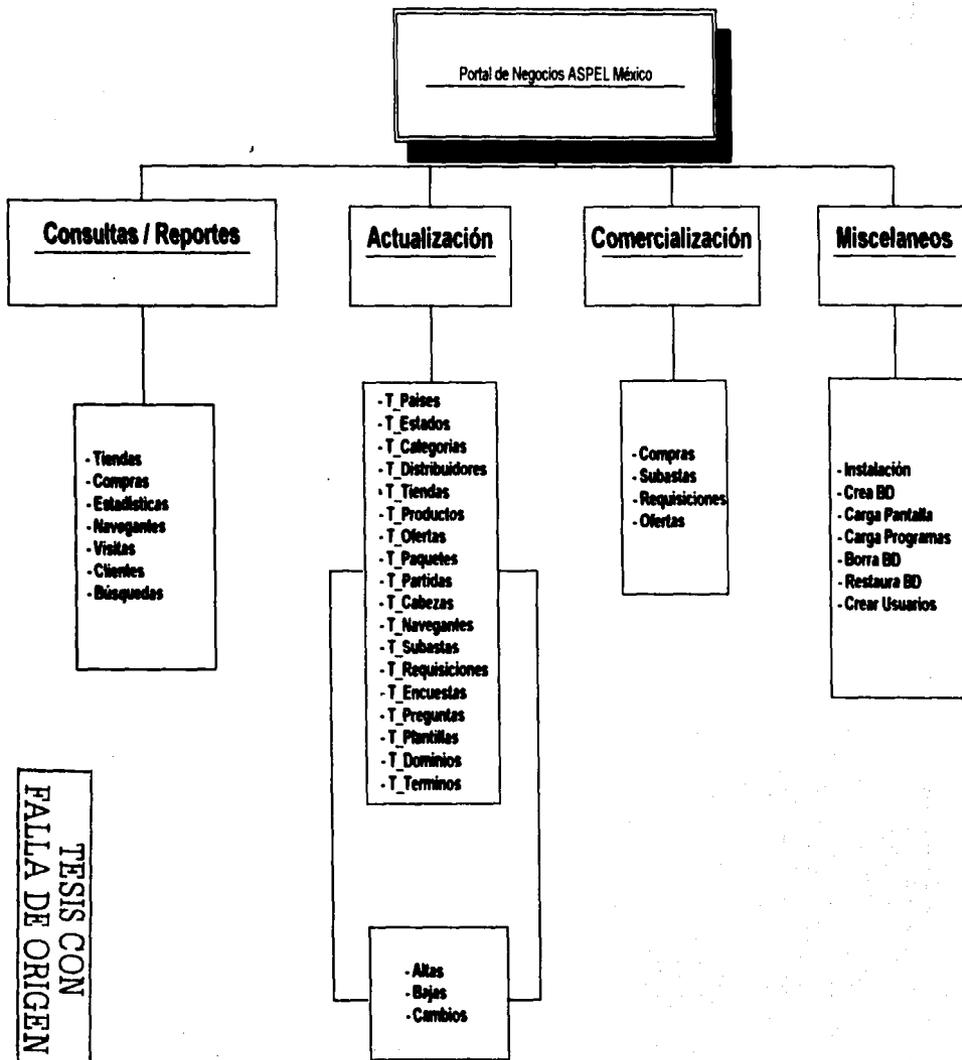
Sec	Nombre	Descripción	Tipo	Tamaño	Formato	Validación	Tabla	Subrutina
70	Tipo_Cambio	Tipo de cambio según la moneda	Number	Number	9999999999.99	Obligatorio	T_Cabezas	Sub_TipoC_Ped
71	Status	Status del pedido	Varchar	5	A = Activo P = Pagado	Obligatorio	T_Cabezas	Sub_Status_Ped
72	Fecha_Pedido	Fecha de alta del pedido	Date			Obligatorio	T_Cabezas	Sub_FechaP_Ped
73	Fecha_Pago	Fecha de Pago del pedido	Date				T_Cabezas	Sub_FechaPa_P
74	Id_Navega	Llave para acceder a navegantes	Number	6	999999	Obligatorio	Kp T_Navegantes	Sub_Id_Nav_N
75	Nombre	Nombre del navegante	Varchar	70	N/A	Obligatorio	T_Navegantes	Sub_Nom_N
76	Dirección	Dirección	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Navegantes	Sub_Direc_N
77	Email	Correo del navegante	Varchar	255	XXXXXN@XXXX N.XXXN	Obligatorio	T_Navegantes	Sub_Email_N
78	Edad	Edad	Number	3	999	Obligatorio >0	T_Navegantes	Sub_Edad_N
79	Sexo	Sexo	Number	1	9	Obligatorio >0	T_Navegantes	Sub_Sexo_N
80	Teléfonos	Teléfonos del navegante	Varchar	80	N/A		T_Navegantes	Sub_Tele_N
81	Categ_Inter	Categorías de interés	Varchar	100	N/A		T_Navegantes	Sub_Categ_N
82	Información	Quiere información adicional	Number	1	9 1= Si 0= No	Obligatorio >0	T_Navegantes	Sub_info_N
83	Cve_Medio	Clave del medio donde conoció al Portal	Number	2	99	Obligatorio >0	T_Navegantes	Sub_Cve_M_N
84	Fecha_Alta	Fecha de Alta	Date				T_Navegantes	Sub_FechaA_N
85	Status	Status del navegante	Number	2	99	Obligatorio >0	T_Navegantes	Sub_Status_N
86	Id_Subasta	Llave para acceder a la subasta	Number	10	9999999999		Kp T_Subastas	Sub_id_Sub_Su
87	Tit_Subasta	Título del artículo	Varchar	60	N/A		T_Subastas	Sub_Subasta_Su
88	Desc_Larga	Descripción del artículo	Varchar	200	N/A		T_Subastas	Sub_Desc_Su
89	Fecha_Inicio	Fecha de ingreso	Date				T_Subastas	Sub_FechaI_Su
90	Tipo	Tipo de subasta	Varchar	5	N = Navegante A = Afiliado P = Prospecto D = Distribuidor	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_Tipo_Su
91	Cve_Cliente	Clave del cliente	Varchar	10		Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_CveC_Su
92	Fecha_Lim	Fecha Límite de subasta	Date				T_Subastas	Sub_Flimite_Su
93	Fecha_Vig	Fecha de Vigencia	Date				T_Subastas	Sub_Fvig_Su
94	Dirección	Dirección	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Subastas	Sub_Direc_Su
95	Cantidad	Número de artículos	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_Cant_Su
96	Min_Aceptado	Artículos mínimos	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_Macep_Su
97	Precio	Precio del producto	Number	10	9999999999.99	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_Precio_Su

Sec	Nombre	Descripción	Tipo	Tamaño	Formato	Validación	Tabla	Subrutina
98	Precio_Reserva	Precio de Reserva	Number	10	9999999999.99	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_Preserva_Su
99	Incremento_Sub	Incremento de subasta	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_inc_Su
100	Max_Precio	Precio Máximo	Number	10	9999999999.99	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_Mprecio_Sub
101	Num_Ofertas	Número de ofertas realizadas	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_Noife_Sub
102	Num_visitas	Número de Visitas al producto	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_NumVi_Sub
103	Status	Status de la subasta	Varchar	5	N/A		T_Subastas	Sub_Status_Sub
104	Descalif	Status de descalificado	Number	3	N/A	Obligatorio >0	T_Subastas	Sub_Desca_Sub
105	Id_Req	Llave para acceder a requisiciones	Number	10	9999999999		T_Requisiciones	Sub_idReq_Rq
106	Tit_Req	Título de requisición	Varchar	60	N/A	Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_Titulo_Rq
107	Desc_Larga	Descripción	Varchar	255	N/A		T_Requisiciones	Sub_Desc_Rq
108	Tipo	Tipo de usuario	Varchar	5	N = Navegante A = Afiliado P = Prospecto D = Distribuidor	Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_Tipo_Rq
109	Cve_Cliente	Clave de Usuario	Varchar	10	N/A	Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_CveC_Rq
110	Fecha_Ini	Fecha Inicial	Date			Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_Flni_Rq
111	Fecha_Lim	Fecha Limite	Date			Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_FLim_Rq
112	Fecha_Vig	Fecha Vigencia	Date			Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_Fvig_Rq
113	FechaIniBase	Fecha Base Inicial	Date			Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_FiB_Rq
114	FechaLimBase	Fecha Limite Base	Date			Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_FLB_Rq
115	CostoBase	Costo base	Number	10	9999999999.99	Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_Costo_Rq
116	Horario	Horario de atención	Varchar	100	N/A		T_Requisiciones	Sub_Horario_Rq
117	Dirección	Dirección	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Requisiciones	Sub_Direc_Rq
118	Plazo_Ent	Plazo de entrega	Number	3	999		T_Requisiciones	Sub_Plazo_Rq
119	Observaciones	Observaciones		255	N/A		T_Requisiciones	Sub_Obs_Rq
120	Cantidad	Cantidad de productos	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Requisiciones	Sub_Cant_Rq
121	Min_Cotización	Cotización Mínima	Number	10	9999999999.99	Obligatorio >0	T_Requisiciones	Sub_Mcot_Rq
122	Status	Status	Number	1	9	Obligatorio >0	T_Requisiciones	Sub_Status_Rq
123	Num_Visitas	Número de Visitas	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Requisiciones	Sub_Nvisita_Rq
124	Num_Cotiza	Número de Cotizaciones	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Requisiciones	Sub_Ncotiza_Rq
125	Max_Dias	Maximo dias de entrega	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Requisiciones	Sub_Mdias_Rq
126	Id_Enc	Llave para acceder a las preguntas	Number	5	99999	Obligatorio >0	Kp_T_Encuestas	Sub_Id_Enc
127	Pregunta	Descripción de la pregunta	Varchar	100	N/A	Obligatorio	T_Encuestas	Sub_Preg_Enc
128	St_Pregunta	Status de la pregunta	Number	1	9	Obligatorio >0	T_Encuestas	Sub_St_Enc

Sec	Nombre	Descripción	Tipo	Tamaño	Formato	Validación	Tabla	Subrutina
129	Respuesta	Respuesta	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Encuestas_Resp	Sub_Reso_Enc
130	Cont_Votos	Votos totales	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Encuestas_Resp	Sub_Votos_Enc
131	Id_Preg	Llave para acceder a las preguntas	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Preguntas	Sub_Id_Preg
132	Categoria	Categoría de la pregunta	Varchar	20	N/A	Obligatorio	T_Preguntas	Sub_Cat_Preg
133	Cont_Votos	Votos de la pregunta	Number	5	99999	Obligatorio	T_Preguntas	Sub_Cvot_Preg
134	Respuesta	Descripción de la respuesta	Varchar	200	N/A	Obligatorio	T_Preguntas	Sub_Resp_Preg
135	Pregunta	Descripción de la pregunta	Varchar	200	N/A	Obligatorio	T_Preguntas	Sub_Preg_Preg
136	Id_Plantilla	Llave para acceder a las plantillas	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Plantillas	Sub_Id_Plan
137	Nom_Plantilla	Nombre de la plantilla	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Plantillas	Sub_Nom_Plan
138	Tipo	Tipo de Plantilla	Number	1	9	Obligatorio >0	T_Plantillas	Sub_Tipo_Plan
139	Precio	Precio de la plantilla	Number	10	9999999999	Obligatorio >0	T_Plantillas	Sub_Precio_Plan
140	Est_Plantilla	Estatus de la plantilla	Number	1	9	Obligatorio >0	T_Plantillas	Sub_Status_Plan
141	Id_Dom	Llave para acceder a los dominios buscados	Number	5	99999	Obligatorio >0	T_Dominios	Sub_Id_Dom
142	Nom_Dominio	Nombre del dominio	Varchar	100	N/A	Obligatorio	T_Dominios	Sub_Nom_Dom
143	Id_Tipo	Tipo de dominio	Number	1	9	Obligatorio >0	T_Dominios	Sub_Tipo_Dom
144	St_Dominio	Status del dominio	Number	1	9	Obligatorio >0	T_Dominios	Sub_Status_Dom
145	Nom_Empresa	Empresa del dominio	Varchar	100	N/A	Obligatorio	T_Dominios	Sub_Emp_Dom
146	Id_Term	Llave para acceder a los terminos	Number	10	9999999999	Obligatorio >0	T_Terminos	Sub_Id_Term
147	Termino	Término	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Terminos	Sub_Ter_Term
148	Detalle	Descripción de 1 término	Varchar	255	N/A	Obligatorio	T_Terminos	Sub_Det_Term

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.4. MODULARIDAD



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.5. Diseño de Pantallas

En la siguiente figura se muestran los diseños de las pantallas según la opción o el módulo que se desea acceder:

Consultas / Reportes:

PNAM	Consultas / Reportes	Tiendas	Compras	Estadísticas	Navegantes	Visitas	Cilientes	Busquedas
Consultas / Reportes	Tiendas	D. Tiendas						
Actualización	Compras		D. Compras					
Comercialización	Estadísticas			D. Estadísticas				
	Navegantes				D. Navegantes			
	Visitas					D. Visitas		
	Cilientes						D. Cilientes	
	Busquedas							D. Busquedas
D. PNAM	D. CP_PNAM							

Comercialización:

PNAM	Comercialización	Compras	Subastas	Requisiciones	Ofertas
Consultas / Reportes					
Actualización					
Comercialización					
D. PNAM	D. Com PNAM				

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.6. Descripción de Programas

Sec	Nombre	Descripción	Entrada	Validación	Mensajes	Salidas
1	ConsTiendas	Consultas de Tiendas	D_Tiendas T_Tiendas T_Paises T_Estados T_Categorias	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder a la consulta. -Establecer filtro de búsqueda.	-Faltan Datos -No existen registros -Consulta exitosa -Otra Consulta S/N	D_Tiendas
2	ConsCompras	Consultas de Compras en el portal	D_Compras T_Cabezas T_Partidas T_Paquetes	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder a la consulta. -Establecer filtro de búsqueda.	-Faltan Datos -No existen registros -Consulta exitosa -Otra Consulta S/N	D_Compras
3	ConsNavegantes	Consultas de los navegantes del portal	D_Navegantes T_Navegantes T_Paises T_Estados	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder a la consulta. -Establecer filtro de búsqueda.	-Faltan Datos -No existen registros -Consulta exitosa -Otra Consulta S/N	D_Navegantes
4	ConsVisitas	Consultas de las visitas al portal	D_Visitas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder a la consulta. -Establecer filtro de búsqueda.	-Faltan Datos -No existen registros -Consulta exitosa -Otra Consulta S/N	D_Visitas
5	ConsClientes	Consultas de Clientes y movimientos	D_Clientes T_Tiendas T_Distribuidores T_Navegantes	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder a la consulta. -Establecer filtro de búsqueda.	-Faltan Datos -No existen registros -Consulta exitosa -Otra Consulta S/N	D_Clientes

Sec	Nombre	Descripción	Entrada	Validación	Mensajes	Salidas
6	ConsBusquedas	Consultas de búsquedas realizadas.	D_Busquedas T_Tiendas T_Productos T_Subastas T_Licitaciones	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder a la consulta. -Establecer filtro de búsqueda.	-Faltan Datos -No existen registros -Consulta exitosa -Otra Consulta S/N	D_Busquedas
7	AltaPaíses	Altas de Países	D_Paises T_Paises	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Alta Correcta Otra Alta S/N	D_Paises T_Paises
8	BajaPaíses	Baja de Países	D_Paises T_Paises	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Paises T_Paises
9	CambioPaíses	Cambios de Países	D_Paises T_Paises	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Paises T_Paises
10	AltaEstados	Altas de Estados	D_Estados T_Estados	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Alta Correcta Otra Alta S/N	D_Estados T_Estados
11	BajaEstados	Bajas de Estados	D_Estados T_Estados	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Estados T_Estados

Sec	Nombre	Descripción	Entrada	Validación	Mensajes	Salidas
12	CambioEstados	Cambios de Estados	D_Estados T_Estados	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Estados T_Estados
13	AltaOferta	Altas de Ofertas	D_Ofertas T_Ofertas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Alta Correcta Otra Alta S/N	D_Ofertas T_Ofertas
14	BajaOferta	Bajas de Ofertas	D_Ofertas T_Ofertas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Ofertas T_Ofertas
15	CambioOferta	Cambios de Ofertas	D_Ofertas T_Ofertas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Ofertas T_Ofertas
16	AltaPaquetes	Altas de paquetes	D_Paquetes T_Paquetes	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Alta Correcta Otra Alta S/N	D_Paquetes T_Paquetes
17	BajaPaquetes	Bajas de paquetes	D_Paquetes T_Paquetes	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Paquetes T_Paquetes
18	CambioPaquetes	Cambios de paquetes	D_Paquetes T_Paquetes	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Paquetes T_Paquetes
19	AltaEncuesta	Altas de encuestas	D_Encuestas T_Encuestas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Alta Correcta Otra Alta S/N	D_Encuestas T_Encuestas

Sec	Nombre	Descripción	Entrada	Validación	Mensajes	Salidas
20	BajaEncuesta	Bajas de encuestas	D_Encuestas T_Encuestas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Encuestas T_Encuestas
21	CambioEncuesta	Cambios de encuestas	D_Encuestas T_Encuestas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Encuestas T_Encuestas
22	AltaPregunta	Altas de preguntas	D_Preguntas T_Preguntas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Alta Correcta Otra Alta S/N	D_Preguntas T_Preguntas
23	BajaPregunta	Bajas de preguntas	D_Preguntas T_Preguntas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Preguntas T_Preguntas
24	CambioPregunta	Cambios de preguntas	D_Preguntas T_Preguntas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Preguntas T_Preguntas
25	AltaPlantilla	Altas de plantillas	D_Plantillas T_Plantillas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Alta Correcta Otra Alta S/N	D_Plantillas T_Plantillas
26	BajaPlantilla	Bajas de plantillas	D_Plantillas T_Plantillas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Plantillas T_Plantillas
27	CambioPlantilla	Cambios de plantillas	D_Plantillas T_Plantillas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Plantillas T_Plantillas

Sec	Nombre	Descripción	Entrada	Validación	Mensajes	Salidas
28	AltaDist	Altas de distribuidores	D_Distribuidores T_Distribuidores T_Estados T_Paises	-El distribuidor tiene que registrarse desde el portal. - Se tiene que verificar su información. - Se tiene que asignar clave y contraseña	Error en los datos Alta Correcta	D_Distribuidores T_Distribuidores
29	BajaDist	Bajas de distribuidores	D_Distribuidores T_Distribuidores	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Distribuidores T_Distribuidores
30	CambioDist	Cambios de distribuidores	D_Distribuidores T_Distribuidores	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Distribuidores T_Distribuidores
31	AltaTienda	Altas de tiendas	D_Tiendas T_Tiendas	- Se tiene que dar de alta desde su sistema cliente -Es necesario tener su sistema SAE - Realizar su pago después de su mes de prueba.	Error en los datos Alta Correcta	D_Tiendas T_Tiendas
32	BajaTienda	Bajas de tiendas	D_Tiendas T_Tiendas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Tiendas T_Tiendas
33	CambioTienda	Cambios de tiendas	D_Tiendas T_Tiendas	-Es necesario tener usuario para acceder al sistema de administración. -Tener el perfil de usuario para acceder.	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Tiendas T_Tiendas
34	AltaProducto	Altas de productos	D_Productos T_Productos	-Las altas se realizar con el sistema de interfase. -Es necesario tener la tienda creada -definir características generales - transmitir información	Error en los datos Alta Correcta	D_Productos T_Productos
35	BajaProducto	Bajas de productos	D_Productos T_Productos	-Las bajas se realizar con el sistema de interfase. -Es necesario tener la tienda creada - transmitir información	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Productos T_Productos
36	CambiaProducto	Cambios de productos	D_Productos T_Productos	- Las altas se realizar con el sistema de interfase. -Es necesario tener la tienda creada -definir características generales - transmitir información	Registro Inexistente Cambio Correcto	D_Productos T_Productos

Sec	Nombre	Descripción	Entrada	Validación	Mensajes	Salidas
37	AltaSub	Altas de subastas	D_Subastas T_Subastas	Es necesario registrarse en el portal Definir características del producto Verificar información Asignar número de subasta Esperar ofertas Cerrar venta.	Error en los datos Alta Correcta	D_Subastas T_Subastas
38	BajaSub	Bajas de subastas	D_Subastas T_Subastas	-Registrarse en el portal -Acceder a su home -Seleccionar y Cancelar subasta	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Subastas T_Subastas
39	CambioSub	Cambios de subastas	D_Subastas T_Subastas	- Una vez generada la subasta ya no es posible cambiar información del producto.		D_Subastas T_Subastas
40	AltaReq	Altas de requisición	D_Requisicion T_Requisicion	-Es necesario registrarse en el portal -Definir características del producto -Verificar información -Asignar número de requisición -Esperar ofertas -Cerrar venta.	Error en los datos Alta Correcta	D_Requisicion T_Requisicion
41	BajaReq	Bajas de requisición	D_Requisicion T_Requisicion	-Registrarse en el portal -Acceder a su home -Seleccionar y Cancelar Requisición	Registro Inexistente Confirma Baja S/N Baja Correcta	D_Requisicion T_Requisicion
42	CambioReq	Cambios de requisición	D_Requisicion T_Requisicion	- Una vez generada la Requisición ya no es posible cambiar información del producto.		D_Requisicion T_Requisicion

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO 4

PRUEBAS Y LIBERACION

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

4. PRUEBAS Y LIBERACIÓN

4.1. Pseudocódigo de los procesos.

Alta de la Tienda como Afiliado.



1) Verificar Usuario

a. Validar Usuario

- i. Verificar que el usuario y contraseña sean correctos de los campos nom_asoc y contraseña de la tabla de T_Tiendas Respectivamente.

b. Verificar Status de la Tienda

- i. Validar el estatus de la tienda para proceder a su afiliación. Tiene que ser Status>50 de la tabla T_Tiendas

2) Verificar datos generales

a. Confirmar datos del usuario

- i. Verificar que los datos del usuario ya registrados como prospecto sean los correctos para su afiliación:

De la tabla T_Tiendas se verifican los siguientes campos:

Ubi_Dist
 Telefono
 Rfc
 Nom_Contacto
 Id_Pais
 Id_Estado
 Id_Dist

3) Selección del plan de servicio

- a. Confirmar el plan de servicio del usuario

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

- i. Desplegar los planes de servicio correspondientes al usuario para que los pueda seleccionar de la tabla T_paquetes y campo descripción

4) **Selección de Dominio**

- a. Selección del dominio que requiere el usuario
 - i. Realizar la selección y validación del dominio que requiere el usuario según su tipo. Registrándolo en T_Dominios

5) **Generación del pedido**

- a. Crear las partidas y la cabeza del pedido según los servicios seleccionados por el usuario insertándose en las tablas de T_Cabezas y T_Partidas

6) **Selección del tipo de Pago***

- a. Seleccionar el tipo de pago del Usuario para la compra del servicio.
- b. Generación de los número de referencia según el banco y tipo de pago.

7) **Actualización de Servicios**

- a. Obtención de los servicios comprados de la tabla T_Cabezas y T_Partidas para proceder a su actualización de los campos FechaIni, FechaFin, status, f_insc_ini, f_insc_fin de la tabla de T_Tiendas.
- b. Envío de Correo de confirmación de pago

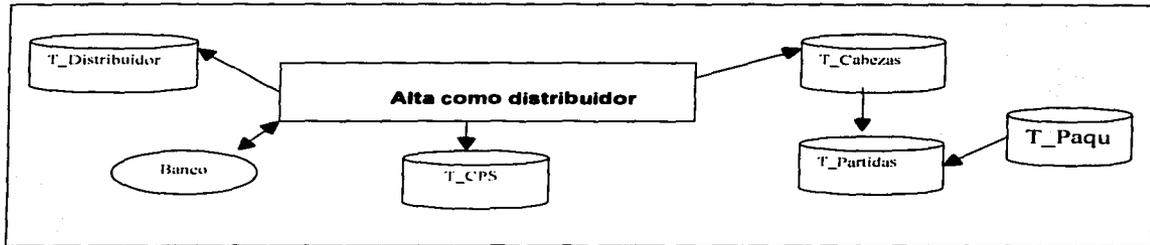
8) **Alta de productos**

- a. Actualización de la tabla T_Productos con los productos del usuario afiliado.

9) **Alta de Categorías**

- a. Alta de las categorías dentro del portal en la tabla T_Categ_Tienda
- b. Alta en el portal SecciónAmarilla.com

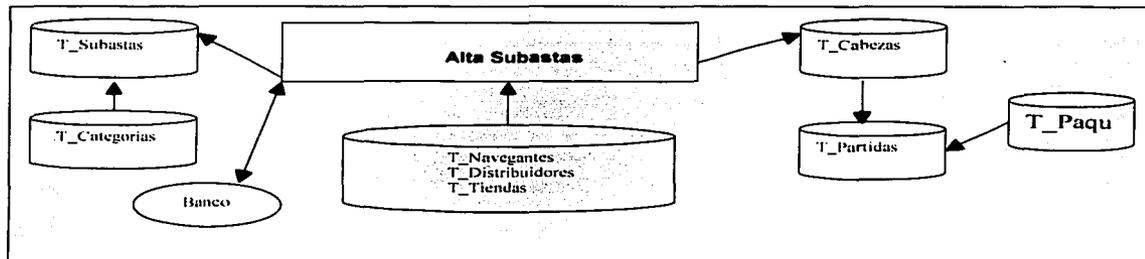
TPSIS CON
FALLA DE ORIGEN

Alta como distribuidor.

- 1) **Llenar registro de inscripción como distribuidor del portal.**
 - a. Actualiza la tabla de T_Distribuidores y status=0
 - b. Envía correo de Confirmación de registro
 - c. Verificar información del distribuidor
- 2) **Habilita acceso al portal para compra de servicios**
 - a. Asignar número de póliza y contraseña en el campo póliza y contraseña respectivamente
 - b. Habilita acceso a su Home y al mapa principal cambiando status=1 en t_Distribuidores
 - c. Envía correo de confirmación como distribuidor
- 3) **Compra de Claves Prepagadas de Servicio (CPS)**
 - a. Acceder y validar distribuidor en la tabla de T_Distribuidor
 - b. Desplegar servicios disponibles de la tabla T_Paquetes
 - c. Generar el pedido según los servicios seleccionados y actualizar las tablas de T_Partidas y T_Cabezas
 - d. Seleccionar el tipo de pago del servicio*.
 - e. Actualizar Servicio
 - i. Cambiar status=P de T_Cabezas
 - ii. Generar Claves CPS e insertarlas en T_CPS
 - iii. Enviar Correo de confirmación de Pago
 - f. Activación de Claves CPS
 - i. Ingresar al Home de la tienda que se va a actualizar
 - ii. Seleccionar Activar clave CPS
 - iii. Validar Clave CPS
 - iv. Activar Servicios en la tabla de T_Tiendas

FALLA DE ORIGEN

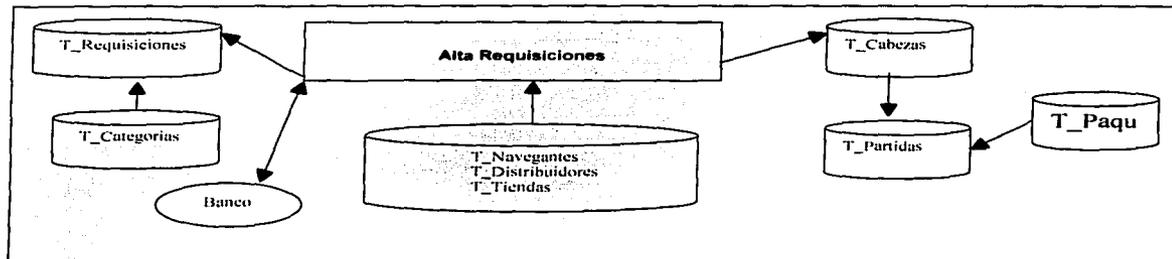
Alta de Subastas.



- 1) **Registrarse en el portal**
 - a. Actualizando la tabla de T_Navegantes
- 2) **Acceder al Home de Subastas**
 - a. Registrarse como usuario del portal validando en T_Tiendas, T_Navegantes y T_Distribuidores.
 - b. Visualizar información de Subastas de T_Subastas
 - c. Seleccionar "Alta de Subastas"
- 3) **Ingresar datos del producto a Subastar**
 - a. Ingresar Categoría del producto, actualizando según el catálogo de T_Categorías.
 - b. Definir datos generales del producto incluyendo precio y descripciones. Actualizar T_Subastas
 - c. Firma electrónica del Contrato para subastas.
 - d. Asignación de clave de subasta
 - e. Envío de Correo de alta de subasta. Actualización del Status en T_Subastas
- 4) **Confirmación de Subasta**
 - a. Verificación de datos del usuario. Obtención de datos de T_Subastas
 - b. Confirmación de subasta. Actualizar Status=1
 - c. Envío de Correos a Clientes con esta categoría. Búsqueda en T_Subastas y T_Categorías.
- 5) **Listado de subastas**
 - a. Integrar la subasta al listado del usuario para su seguimiento.
- 6) **Subasta Ganadora**
 - a. Validar la subasta ganadora según las ofertas
 - b. Realizar pago de comisión
 - c. Envío de Correos de confirmación de subasta ganadora
 - d. Contacto con usuarios involucrados
 - e. Cerrar subasta.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Alta de Requisiciones.



7) Registrarse en el portal

- a. Actualizando la tabla de T_Navegantes

8) Acceder al Home de Requisiciones

- a. Registrarse como usuario del portal validando en T_Tiendas, T_Navegantes y T_Distribuidores.
- b. Visualizar información de requisiciones de T_requisiciones
- c. Seleccionar "Alta de requisiciones"

9) Ingresar datos del productos a requisitar

- a. Ingresar Categoría del producto. actualizando según el catálogo de T_Categorías.
- b. Definir datos generales del producto incluyendo precio y descripciones. Actualizar T_requisiciones
- c. Firma electrónica del Contrato para requisiciones.
- d. Asignación de clave de requisición
- e. Envío de Correo de alta de requisiciones. Actualización del Status en T_requisiciones

10) Confirmación de requisiciones

- a. Verificación de datos del usuario. Obtención de datos de T_requisiciones
- b. Confirmación de requisiciones. Actualizar Status=1
- c. Envío de Correos a Clientes con esta categoría. Búsqueda en T_requisiciones y T_Categorías.

11) Listado de requisiciones

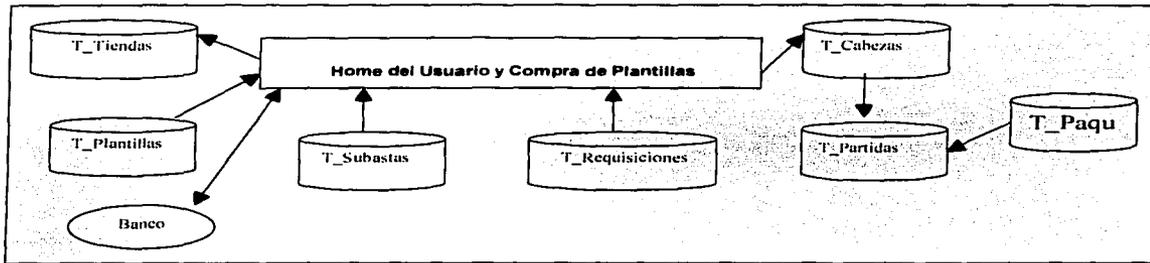
- a. Integrar la requisición al listado del usuario para su seguimiento.

12) Requisición Ganadora

- a. Validar la requisición ganadora según las ofertas
- b. Realizar pago de comisión
- c. Envío de Correos de confirmación de requisición ganadora
- d. Contacto con usuarios involucrados
- e. Cerrar requisición.

CON
FALLA DE ORIGEN

Home del Usuario y Compra de Plantillas.



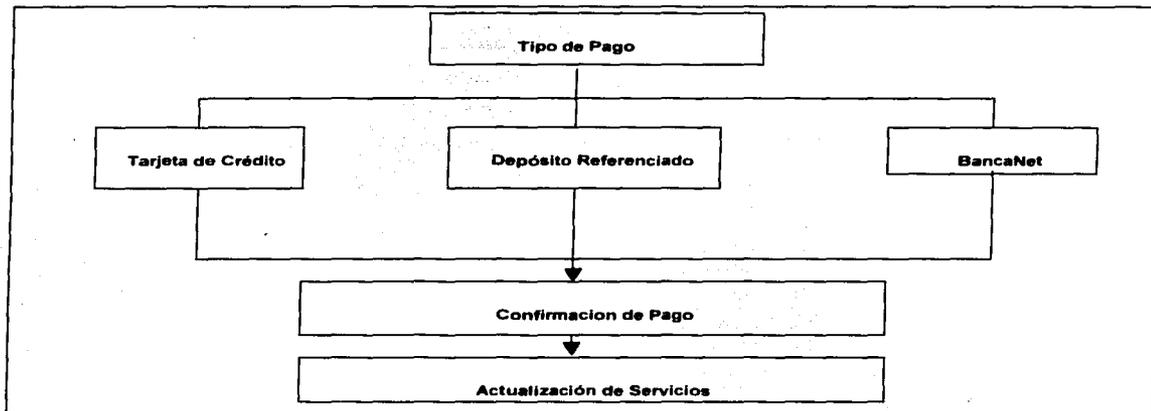
1) Accesar al Home del usuario

- a. Validar usuario y contraseña de T_Tiendas
- b. Generar Home personalizado según Usuario

2) Desplegar información referente al usuario

- a. Información de subastas que le pueden interesar al usuario por su categoría, verificando tabla de T_Subastas.
- b. Información de requisiciones que le pueden interesar al usuario por su categoría, verificando tabla de T_Requisiciones.
- c. Información de subastas que le pueden interesar al usuario por su categoría, verificando tabla de T_Subastas.
- d. Desplegar plantillas principales que puede adquirir el usuario de la tienda, obteniendo del catálogo de T_Plantillas.
 - i. Generar selección y compra de plantillas
 - ii. Generar pedido insertando en la tabla de T_Partidas y T_cabezas.
 - iii. Selección del tipo de pago*.
 - iv. Actualización de la plantilla comprada
 - v. Confirmación de Pago.
- e. Accesos a compra de Dominios
- f. Accesos a pagar renta e inscripción
- g. Accesos a parámetros visuales de la tienda
- h. Accesos a los status de los pagos realizados

FALLA DE ORIGEN

Tipo de Pago.**1) Una vez Generado el pedido**

- a. Actualización de T_Cabeza y T_Partidas

2) Despliegado de los tipos de Pago

- a. Tarjeta de Crédito

- i. Ingreso de los datos de la tarjeta de crédito
- ii. Validación de los datos de envío
- iii. Generación del formato de envío
- iv. Pago en el Banco
- v. Obtención de Respuesta del Banco
- vi. Actualización del Servicio
- vii. Cambio de status=P en T_Cabezas

- b. Depósito Referenciado

- i. Generación del número de referencia según el banco indicado
- ii. Despliegado de la ficha pre-llena
- iii. Confirmación del pago por parte del usuario
- iv. Actualización del servicio
- v. Cambio de status=P en T_Cabezas

- c. BancaNet

- i. Generación de los datos de envío a Banamex
- ii. Despliegado de BancaNet
- iii. Pago por parte del Cliente
- iv. Confirmación por parte de BancaNet del Pago
- v. Actualización de Servicios
- vi. Cambio de status=P en T_Cabezas

SEPA CON
FALLA DE ORIGEN

4.2. Matrices de pruebas.

I Afiliación de la Tienda

Ciclo de Prueba

DESCRIPCIÓN Realizar el proceso de Afiliación en el portal desde una PC con Windows 95,2000,XP, con navegador IE y Netscape en todos los casos.

CASO	CONDICION DE PRUEBA	RESULTADO ESPERADO
1	Realizar exhaustivas pruebas con las formas en donde se ingresan datos, haciendo pruebas indicando caracteres raros y llenando los campos.	-No existe error Se registrará correctamente en la tabla T_Tiendas , y en caso de existir algún dato incorrecto deberá indicarlo con un mensaje de javascript. - Si existe Error, Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.
2	Seleccionar los diferentes planes de servicio así como validar los montos correspondientes	-No existe error Se continuará con el proceso de pago. -Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.
3	Realizar pruebas seleccionando diferentes dominios y verificando que el cambio sea correcto.	-No existe error Continúa con el tipo de pago -Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.
4	Realizar el pago por los 3 diferentes tipos de pago.	-No existe error Continúa con la Activación de Servicios -Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.
5	Verificar la actualización de servicios según el pedido generado.	-No existe error Actualiza servicios. -Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2 Alta como Distribuidor

Ciclo de Prueba

DESCRIPCIÓN Realizar el proceso de alta del distribuidor en el portal desde una PC con Windows 95,2000,XP, con navegador IE y Netscape en todos los casos.

CASO	CONDICION DE PRUEBA	RESULTADO ESPERADO
1	Realizar exhaustivas pruebas con las formas en donde se ingresan datos, haciendo pruebas indicando caracteres raros y llenando los campos.	-No existe error Se registrará correctamente en la tabla T_Distribuidores , y en caso de existir algún dato incorrecto deberá indicarlo con un mensaje de javascript. - Si existe Error, Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.
2	Validar la documentación del distribuidor para poder asignar número de póliza.	-No existe error Se actualiza el status , se agrega al mapa de distribuidores y se da acceso a su Home. -Si existe Error No se dá de alta al distribuidor
3	Realizar pruebas de compra de CPS, validando Pedido y formas de pago.	-No existe error Generación de las CPS -Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.
4	Realizar la activación de las claves CPS	-No existe error Activación de los servicios que incluye la clave -Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.

3 Alta de Subastas

Ciclo de Prueba

DESCRIPCIÓN	CONDICION DE PRUEBA	RESULTADO ESPERADO
		<ul style="list-style-type: none"> -No existe error - Se registrará correctamente en la tabla T_Subastas , y en caso de existir algún dato incorrecto deberá indicarlo con un menaje de javascript. - Si existe Error. - Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.
1	Realizar exhaustivas pruebas con las formas en donde se ingresan datos, haciendo pruebas indicando caracteres raros y llenando los campos.	
2	Actualizar y Generar número de Subasta	<ul style="list-style-type: none"> -No existe error - Envío de correo de Alta de subasta - Validación de la subasta -Si existe Error - No se dá de alta al distribuidor
3	Confirmación de la subasta	<ul style="list-style-type: none"> -No existe error - Alta en el portal y avisos a usuarios sobre la subasta -Si existe Error - Se cancela la subasta.
4	Subasta Ganadora	<ul style="list-style-type: none"> -No existe error - Pago de Camisión y confirmación de la subasta ganadora -Si existe Error - Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.

4 Alta de Requisición

Ciclo de Prueba

DESCRIPCIÓN

Realizar el proceso de alta del distribuidor en el portal desde una PC con Windows 95,2000,XP, con navegador IE y Netscape en todos los casos.

CASO

CONDICION DE PRUEBA

RESULTADO ESPERADO

1	Realizar exhaustivas pruebas con las formas en donde se ingresan datos, haciendo pruebas indicando caracteres raros y llenando los campos.	<p>-No existe error Se registrará correctamente en la tabla T_ Requisiciones, y en caso de existir algún dato incorrecto deberá indicarlo con un mensaje de javascript.</p> <p>- Si existe Error, Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.</p>
2	Actualizar y Generar número de Requisición	<p>-No existe error Envío de correo de Alta de Requisición Validación de la Requisición</p> <p>-Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.</p>
3	Confirmación de la Requisición	<p>-No existe error Alta en el portal y avisos a usuarios sobre la Requisición</p> <p>-Si existe Error Se cancela la Requisición.</p>
4	Requisición Ganadora	<p>-No existe error Pago de Camisón y confirmación de la Requisición ganadora</p> <p>-Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.</p>

Ciclo de Prueba 5 Home del Usuario y Compra de Plantillas

DESCRIPCIÓN	Realizar el proceso de alta del distribuidor en el portal desde una PC con Windows 95,2000,XP, con navegador IE y Netscape en todos los casos.	
CASO	CONDICION DE PRUEBA	RESULTADO ESPERADO
1	Realizar exhaustivas pruebas con las formas en donde se ingresan datos, haciendo pruebas indicando caracteres raros y llenando los campos.	-No existe error Se registrará correctamente en la tabla T_Tiendas, y en caso de existir algún dato incorrecto deberá indicarlo con un mensaje de javascript. - Si existe Error, Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.
2	Realizar la compra de plantillas dentro del portal, validar compra, pedido y tipos de pago.	-No existe error Activación de la plantilla comprada -Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.
3	Realizar la validación de los servicios de compra en el Home del Asociado, validando la compra,pedido y tipos de pago.	-No existe error Activación de Servicios -Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas Ejecomercial para su corrección inmediata.

Ciclo de Prueba 6 Tipos de Pago

DESCRIPCIÓN	Realizar el proceso de alta del distribuidor en el portal desde una PC con Windows 95,2000,XP, con navegador IE y Netscape en todos los casos.	
CASO	CONDICION DE PRUEBA	RESULTADO ESPERADO
1	Realizar exhaustivas pruebas con las formas en donde se ingresan datos, haciendo pruebas indicando caracteres raros y llenando los campos.	<p>-No existe error Se registrará correctamente, y en caso de existir algún dato incorrecto deberá indicarlo con un menaje de javascript.</p> <p>- Si existe Error. Dar aviso al área de Sistemas EjeComercial para su corrección inmediata.</p>
2	Verificar la transacción vía Tarjeta de Crédito	<p>-No existe error Activación del servicio</p> <p>-Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas EjeComercial para su corrección inmediata.</p>
3	Verificar la transacción vía Tarjeta Depósito Referenciado	<p>-No existe error Activación del servicio</p> <p>-Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas EjeComercial para su corrección inmediata.</p>
4	Verificar la transacción vía BancaNet	<p>-No existe error Activación del servicio</p> <p>-Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas EjeComercial para su corrección inmediata.</p>
5	Confirmar con estados de Cuenta del Banco	<p>-No existe error Validación correcta</p> <p>-Si existe Error Dar aviso al área de Sistemas EjeComercial y al banco para su corrección inmediata.</p>

Manual de Instalación

Para realizar la instalación del portal es necesario seguir los siguientes pasos, para ello se ponen a disposición el software de instalación, así como la asesoría necesaria:

- 1) Instalación de Windows NT 4
- 2) Instalación y configuración de Oracle 8.1.7
- 3) Instalación y configuración de IAS 1.0.2
- 4) Instalación y configuración de Apache
- 5) Alta y configuración de Usuarios dentro de la Base de Datos
- 6) Creación de los DAD's
- 7) Creación y actualización de Tablas , paquetes y procedimientos de la BD.
- 8) Creación de permisos a usuarios
- 9) Instalación de Certificados de Seguridad SSL
- 10) Actualización de los directorios de Imágenes y archivos
- 11) Instalación de los procedimientos de comunicación con el Banco

Los requerimientos del portal para poder ser ejecutado son básicamente tener un navegador Internet Explorer versión 5 o superior, o Netscape versión 4 o superior, además de contar con por lo menos 16MB de memoria, MODEM y una conexión a Internet con algún proveedor.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.3. Carta de Liberación

**Proyecto: Desarrollo del Portal
EjeComercial**

Fecha: 20-October-2002

Héctor Duque V.
Gerente de Sistemas

Por este conducto le informo que el proyecto "Desarrollo del portal EjeComercial", ha sido desarrollado, probado por el usuario e instalado en los tiempos y alcances estimados.

Junto con los programas fuentes y manuales de operación han sido entregados los siguientes productos:

- Home Principal
- Búsquedas
- Subastas
- Requisiciones
- Módulos para distribuidores
- Módulos de pagos
- Home Asociados
- Compra de Plantillas
- Servicios de Afiliación de Usuarios

Sin más por el momento, le enviamos un cordial saludo, esperando que tome en cuenta nuestro trabajo profesional para futuros proyectos, quedando a sus órdenes para ayuda y soporte técnico al teléfono 53254545, asimismo se anexan diagramas para el desarrollo, pruebas finales y manual de instalación.

Atentamente

BoVo Cliente

Abraham Franco Nares
Líder de proyecto

Héctor Duque V.
Gerente de Sistemas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CONCLUSIONES

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CONCLUSIONES

En la última década la evolución tecnológica ha crecido de manera exponencial y ha consolidado a Internet como la mayor fuente de comunicación en todo el mundo.

El uso de Internet permite incrementar la productividad de las empresas que utilizan el comercio electrónico como herramienta, dando como resultado un incremento de ingresos a mediano y largo plazo. Pero sobre todo provoca el aumento de clientes potenciales, al publicar y vender en línea sus productos y/o servicios en todo el mundo, a toda hora.

En México esta forma de "comercio por la red" está empezando a "despegar", ya que en nuestro país hay resistencia por parte de los consumidores a realizar compras electrónicas, así como la gran desconfianza de los usuarios para realizar transacciones vía Internet dado que implica convencer al cliente de proporcionar su número de tarjeta de crédito.

Sin embargo, esto se puede lograr proporcionando al cliente los medios necesarios de seguridad, credibilidad y, sobre todo, al ofrecer un servicio excelente que se base siempre en la satisfacción total del usuario.

Una empresa subsiste en el mercado, a pesar de la fuerte competencia, siempre y cuando demuestre que no teme a las constantes transformaciones y a la utilización de nuevas herramientas tecnológicas que permitan enfrentar al mercado global. Este es el concepto básico para que las empresas mexicanas cambien su mentalidad y no se queden "sumergidas" en la obsolescencia. Es importante que empecemos a cambiar y "abrir los ojos" al nuevo mundo que nos ofrece la tecnología y aplicarla para obtener beneficios como los ingresos económicos.

El portal que se desarrolló en esta tesis está en funcionamiento en la dirección www.ejecomercial.com.mx, y ofrece a sus clientes cada vez más servicios electrónicos, convirtiéndose así en un claro ejemplo de éxito al incrementar las ganancias de la empresa la cual tiene como prioridad ayudar a

todos sus clientes a ofrecer sus productos y servicios por Internet con la mayor seguridad y confiabilidad.

Ejecomercial es un modelo de funcionamiento de un Centro Comercial Electrónico porque integra todas las tiendas virtuales y productos de sus clientes en un portal, ofreciéndoles todos los servicios necesarios para el buen funcionamiento de las mismas.

Además Ejecomercial es considerado como un ejemplo de E-Procurement al tener una sección especial de requisiciones en donde los clientes y navegantes pueden "requisitar" a diferentes proveedores aquellos productos necesarios para él. Al mismo tiempo proporciona el servicio de Subasta Electrónica en donde se ofrecen productos en venta para obtener la mejor oferta del momento.

El futuro del portal es grande y cada vez más consolidado con sus clientes por lo que se pretenden integrar otros servicios electrónicos que los beneficien.

El desarrollo de esta tesis, cuyo objetivo fue desarrollar un portal de negocios para los clientes de ASPEL de México, sirvió para demostrar que la utilización del comercio electrónico es una manera de incrementar ingresos y hacer más fácil las ventas utilizando nueva tecnología.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

BIBLIOGRAFÍA

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

BIBLIOGRAFÍA

1. Greenwald, Rick, *Oracle WebDB IDG Books 1999* , p.p. 780
2. Mai-Lan, Tomsen, *Contenidos web. Estrategias para comercio electrónico y creación de contenidos*, Prentice Hall, 2000, p.p. 187
3. Parker, Tim, *Aprendiendo TCP/IP* Prentice Hall, 1997, p.p. 460
4. Simson, Garfinkel y Gene, Spafford, *Web security and commerce*, O'Reilly and Associates, 1997, p.p. 483
5. St. Pierre, Armand y Stéphanos, William, *Redes locales e Internet*, Trillas, 1997, p.p. 378
6. Vaquero, Antonio, *Soluciones intranet*, 1998 , p.p. 609

HEMEROGRAFIA

1. "Comercio Electrónico", e-Contact, junio 2001
2. "La Cultura digital", Internet World, 2001

OTRAS FUENTES

1. "ABC del Comercio Electrónico", en *E-Robotiker*, Marzo 1,
http://revista.robotiker.com/negocio_electronico/articulo2.jsp.
2. eGlobal Report", en <http://www.emarketer.com>

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN