



**PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DEL ECUADOR  
SEDE AMBATO**  
SERÉIS MIS TESTIGOS

**ESCUELA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**TEMA:**

“IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE GESTION DE  
COMERCIO ELECTRONICO DE NIVEL 4 PARA LA EMPRESA  
MEGAKONS S.A. EN EL PERIODO 2009-2010”

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO DE SISTEMAS Y COMPUTACIÓN**

**AUTOR:**

JOSE DAVID PARRA COBA

**DIRECTOR:**

ING. PATRICIO MEDINA

**AMBATO - ECUADOR**

**Diciembre 2010**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**SEDE AMBATO**

**ESCUELA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**HOJA DE APROBACIÓN**

**TEMA:**

“IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE GESTION DE  
COMERCIO ELECTRONICO DE NIVEL 4 PARA LA EMPRESA  
MEGAKONS S.A. EN EL PERIODO 2009-2010”

**AUTOR:**

JOSE DAVID PARRA COBA

**Patricio Medina Ing.** f.....

DIRECTOR DE LA DISERTACIÓN

**Verónica Pailiacho Ing.** f.....

CALIFICADOR

**Darío Robayo Ing.** f.....

CALIFICADOR

**Santiago Acurio Ing.** f.....

DIRECTOR ESCUELA ING. SISTEMAS

**Pablo Pobeda Mora, Ab.** f.....

SECRETARIO GENERAL PUCESA

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD**

Yo, Parra Coba José David portador de la cédula de ciudadanía N<sup>o</sup> 180416018-0 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Ingeniero de Sistemas son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi solo y exclusiva responsabilidad legal y académico.

José David Parra Coba

C.I. 180416018-0

## **DEDICATORIA**

Este trabajo y esfuerzo le dedico primero a mis padres, ya que gracias a ellos soy quien soy hoy en día, son los que me dan ese cariño y calor humano necesario, son los que velan por mi salud, mis estudios, mi educación alimentación entre otros, son a ellos a quien les debo todo, horas de consejos , de regaños y de alegrías de las cuales estoy muy seguro que las han hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de las cuales me siento extremadamente orgulloso

**David Parra.**

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar le agradezco a Dios por haberme concedido la sabiduría y fuerza necesaria para poder culminar esta etapa profesional en mi vida.

Les agradezco a mis hermanas Anita y Mónica las cuales han estado a mi lado, compartiendo valiosos momentos y experiencias y siempre alertas ante cualquier problema que se me ha presentado.

Agradezco a una persona muy especial Sofia la cual me ha brindado su apoyo, su comprensión, su amor y ha sabido estar en las buenas y malas a mi lado.

A todos mis amigos en especial a esos amigos que siempre me han acompañado y con los cuales he contado desde que los conocí, como en toda la carrera universitaria, compartiendo grandes momentos, recuerdos y brindándome todo su apoyo como Javier, Wilo, Dave, Adrian, Crislo, Lucho, etc.. a todos hago extensivo mi más sincero agradecimiento

Mi agradecimiento al Ing. Patricio Medina por su amistad y apoyo que ha sido fundamental para el desarrollo de esta tesis.

A todos mis profesores quienes me han enseñando e impartido sus conocimientos.

A la empresa Megakons S.A. por darme la oportunidad de realizar mi disertación en tan prestigiosa empresa de la ciudad de Ambato.

**David Parra.**

## **RESUMEN**

El desarrollo de un Sistema de Comercio Electrónico de Nivel 4, nace de la necesidad de brindar a los clientes una herramienta que permita acceder de manera fácil a la información de los productos, así también mantenerse informados de promociones, novedades, descuentos que la empresa brinde a sus clientes.

El propósito de este proyecto, es fortalecer la presencia de la empresa en el mundo de los negocios por internet e incrementar el número de ventas realizadas por la empresa, marcando una diferencia competitiva en el mercado al simplificar el proceso de compra tanto para clientes distribuidores y clientes finales. Por otra parte se pretende tener un medio de marketing de nuevas promociones y descuentos mediante el uso de correos electrónicos.

El desarrollo del presente proyecto se lo realizo previo entrevista con el Gerente Propietario de la empresa MEGAKONS S.A., quien nos dio a conocer las necesidades de la empresa al no contar con sistema de comercio electrónico. Los resultados obtenidos cumplen con las necesidades planteadas.

Luego de los resultados satisfactorios comprobados por los certificados que avalan la calidad y eficacia del software permite dejar como antecedente la importancia de la utilización del ingenio en la construcción de sistemas que faciliten actividades, permitiendo innovar constantemente y dar uso de tecnologías que tenemos a la mano.

## **ABSTRACT**

The development of a level 4 electronic commerce system begins with the need of a tool that will allow the clients an easier way to accede to all the information about the products, and also keep them updated about promotions, novelties, discounts that the company has to offer.

The purpose of this project is to fortify the company's presence in the internet business world and to increase its sales, establishing a competitive difference within the market by simplifying the buying process for the distributors and final clients. On the other hand it's pretended to use e-mails as a new marketing medium of new promotions and discounts.

This project's development began with an interview with the Proprietary Manager of the MEGAKONS S.A. Company, who pointed the flaws in the organization by not having an electronic trading system. The results fulfill the previously stated needs.

Once verified the satisfactory results with the software quality and efficiency certificates, it's allowed to leave the importance of the utilization of systems facilitating activities as a precedent, allowing innovating constantly and using the available technologies.

**TABLA DE CONTENIDOS**

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	2
1.1 Antecedentes .....	2
1.2 Significado del Problema .....	2
1.3 Planteamiento del Problema.....	3
1.3.1 Problematización.....	3
1.3.2 Delimitación del Problema.....	4
1.4 Justificación .....	5
1.4.1 Económica.....	6
1.4.2 Conocimiento .....	6
1.4.3 Importancia.....	7
1.5 Objetivos .....	7
1.5.1 Objetivo General .....	7
1.5.2 Objetivos Específicos .....	7
1.6 Hipótesis.....	8
1.6.1 Formulación de la Hipótesis.....	8
1.6.2 Variables.....	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	2
2.1 Comercio electrónico .....	2
2.1.1 Elementos del comercio electrónico. ....	10

2.2	Negocios por Internet (E-Business) .....	12
2.2.1	Beneficios del E-Business .....	14
2.2.2	Ventajas para el consumidor .....	15
2.3	Seguridad en Comercio Electrónico (transacciones electrónicas) .....	16
2.3.1	La Seguridad .....	17
2.4	Herramientas para tiendas virtuales .....	17
2.4.1	Oscommerce.....	17
2.4.2	Magento.....	18
2.4.3	Zen-Cart .....	18
2.4.4	Opencart .....	19
2.4.5	Digistore .....	19
2.4.6	PrestaShop .....	20
2.4.7	VirtueMart.....	20
2.4.8	Drupal e-Commerce .....	21
2.4.9	CubeCart.....	21
2.5	Oscommerce.....	22
2.5.1	Características principales de Oscommerce.....	23
2.6	Apache .....	25
2.7	Base de Datos.....	26
2.7.1	MYSQL.....	27
2.8	Dominios de Internet.....	29

2.9	Servidor (HARDWARE) .....	30
CAPÍTULO III: INVESTIGACION Y DESARROLLO .....		10
3.1	Introducción .....	10
3.2	Desarrollo del Sistema de Comercio Electrónico .....	32
3.2.1	Análisis.....	32
3.2.2	Configuración del Sistema de Comercio Electrónico de Nivel 4.....	49
3.2.3	Personalización del Sistema de Gestión de Comercio Electrónico de Nivel	
4.....		70
CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		32
4.1	Verificación de la Hipótesis.....	32
4.1.1	Metodología .....	32
4.2	Conclusiones .....	89
4.3	Recomendaciones.....	91
BIBLIOGRAFIA .....		92
Libros .....		92
Sitios WEB.....		92
GLOSARIO .....		94
ANEXOS .....		98
ENCUESTA.....		98
MANUAL DE ADMINISTRACION Y USUARIO DEL SISTEMA DE		
COMERCIO ELECTRONICO DE NIVEL 4 .....		102

MANUAL DE ADMINISTRACION DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE COMERCIO ELECTRONICO.....	104
MANUAL DE CLIENTE DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE COMERCIO ELECTRONICO DE NIVEL 4.....	136

## TABLA DE GRAFICOS

### CAPITULO 2

Grafico 2. 1 Logotipo Oscommerce.....	17
Gráfico 2. 2 Logotipo de Magento.....	18
Gráfico 2. 3 Logotipo de Zen-cart.....	18
Gráfico 2. 4 Logotipo de Opencart .....	19
Gráfico 2. 5 Logotipo de Digistore .....	19
Gráfico 2. 6 Logotipo de Prestashop.....	20
Gráfico 2. 7 Logotipo de VirtueMart.....	20
Gráfico 2. 8 Logotipo de Drupal e-commerce .....	21
Gráfico 2. 9 Logotipo de CubeCart.....	21
Gráfico 2. 10 Pantalla Principal Oscommerce .....	22
Grafico 2. 11 Logotipo de Apache.....	25
Grafico 2. 12 Logotipo de MySQL.....	27

### CAPITULO 3

Gráfico 3. 1 Resultado de la pregunta 1 .....	34
Gráfico 3. 2 Resultados de la pregunta 2 .....	35
Gráfico 3. 3 Resultados de la pregunta 3 .....	36
Gráfico 3. 4 Resultados de la pregunta 4 .....	37
Gráfico 3. 5 Resultados de la pregunta 5 .....	38
Gráfico 3. 6 Resultados de la pregunta 6 .....	39
Gráfico 3. 7 Resultados de la pregunta 7 .....	40

Gráfico 3. 8 Resultados de la pregunta 8 .....	41
Gráfico 3. 9 Resultados de la pregunta 9 .....	42
Gráfico 3. 10 Resultados de la pregunta 10 .....	44
Gráfico 3. 11 Selección del idioma instalación.....	50
Gráfico 3. 12 Bienvenida instalación Easyphp .....	51
Gráfico 3. 13 Acuerdos de Licencia.....	51
Gráfico 3. 14 Información producto Easyphp.....	52
Gráfico 3. 15 Seleccionar la carpeta de destino .....	52
Gráfico 3. 16 Selección carpeta Menú de Inicio .....	53
Gráfico 3. 17 Información de la Instalación.....	53
Gráfico 3. 18 Instalación easyphp completada .....	54
Gráfico 3. 19 Menú icono easyphp .....	55
Gráfico 3. 20 Easyphp.....	57
Gráfico 3. 21 Creación Alias en Easyphp .....	58
Gráfico 3. 22 Alias Creado Easyphp.....	59
Gráfico 3. 23 Botón Gestión BBDD .....	59
Gráfico 3. 24 Inicio PhpMyAdmin .....	60
Gráfico 3. 25 Crear nueva base de datos en PhpMyadmin .....	60
Gráfico 3. 26 Bienvenido a Oscommerce .....	61
Gráfico 3. 27 Nueva Instalación Oscommerce .....	62
Gráfico 3. 28 Database Import.....	63
Gráfico 3. 29 Database Import Test Connection.....	64
Gráfico 3. 30 Database Import Succesfull .....	65
Gráfico 3. 31 Configuración Oscommerce Instalación.....	65
Gráfico 3. 32 Configuración Exitosa .....	66

Gráfico 3. 33 Oscommerce .....	67
Gráfico 3. 34 Estructura de las Tablas de la Base de Datos Oscommerce.....	69
Gráfico 3. 35 Tablas de la Base de Datos en PhpMyAdmin.....	70

## **ANEXOS**

Gráfico A2. 1 Ingreso Administración.....	104
Gráfico A2. 2 Administración de Oscommerce.....	105
Gráfico A2. 3 Submenú Configuración .....	106
Gráfico A2. 4 Parámetros Configuración 'Mi Empresa' .....	107
Gráfico A2. 5 Parámetros Configuración Valores Mínimos.....	111
Gráfico A2. 6 Parámetros Configuración Valores Máximos.....	112
Gráfico A2. 7 Parámetros Configuración Imágenes .....	112
Gráfico A2. 8 Parámetros Configuración Detalles del Cliente .....	113
Gráfico A2. 9 Parámetros Configuración Envío/Paquetes.....	113
Gráfico A2. 10 Parámetros Configuración Listado de Productos.....	114
Gráfico A2. 11 Parámetros Configuración Stock .....	115
Gráfico A2. 12 Parámetros Configuración Registro Clientes.....	115
Gráfico A2. 13 Parámetros Configuración E-mail.....	116
Gráfico A2. 14 Parámetros Configuración Sesiones.....	117
Gráfico A2. 15 Ingreso Fabricantes .....	118
Gráfico A2. 16 Ingreso Categoría Productos .....	119
Gráfico A2. 17 Ingreso Subcategorías Productos .....	119
Gráfico A2. 18 Insertar Nuevo Producto .....	120
Gráfico A2. 19 Submenú Módulos .....	122

Gráfico A2. 20 Parámetros de Modulo Envío.....	123
Gráfico A2. 21 Parámetros Modulo Pagos .....	124
Gráfico A2. 22 Parámetros Modulo Totalización .....	125
Gráfico A2. 23 Submenú Clientes .....	126
Gráfico A2. 24 Consulta Clientes Registrados .....	127
Gráfico A2. 25 Consulta de Pedidos Realizados .....	128
Gráfico A2. 26 Submenú Informes .....	129
Gráfico A2. 27 Submenú Zonas/Impuestos .....	130
Gráfico A2. 28 Submenú Localización.....	130
Gráfico A2. 29 Submenú Herramientas .....	132
Gráfico A2. 30 Ingreso al Sitio <a href="http://www.megakons.com.ec">www.megakons.com.ec</a> .....	137
Gráfico A2. 31 Ingreso al Inicio del Sistema.....	138
Gráfico A2. 32 Ingreso Menú Superior Nuevos Productos .....	139
Gráfico A2. 33 Ingreso Menú Superior Mi Cuenta.....	139
Gráfico A2. 34 Registro Nuevo Cliente.....	140
Gráfico A2. 35 Parámetros Registro Nuevo Cliente.....	140
Gráfico A2. 36 Cuenta Creada.....	141
Gráfico A2. 37 Ingreso Cliente Registrado.....	141
Gráfico A2. 38 Pantalla Ingreso E-mail.....	142
Gráfico A2. 39 Cuenta del Cliente.....	142
Gráfico A2. 40 Resumen Todos Mis Pedidos.....	143
Gráfico A2. 41 Pantalla Datos del Pedido .....	144
Gráfico A2. 42 Pantalla Modificar Datos de Mi Cuenta.....	145
Gráfico A2. 43 Pantalla Modificar Mis Direcciones .....	145
Gráfico A2. 44 Pantalla Añadir Nueva Dirección .....	146

Gráfico A2. 45 Pantalla Cambiar Contraseña .....	146
Gráfico A2. 46 Pantalla Suscripción a Boletines .....	147
Gráfico A2. 47 Pantalla Activar o Desactivar Avisos de Productos.....	148
Gráfico A2. 48 Ingreso Carro de Compras .....	148
Gráfico A2. 49 Ingreso Realizar Pedido .....	149
Gráfico A2. 50 Datos del Pedido .....	149
Gráfico A2. 51 Confirmación de Pedido.....	150
Gráfico A2. 52 Bloque Categorías / Subcategorías .....	151
Gráfico A2. 53 Productos de una Categoría/Subcategoría.....	152
Gráfico A2. 54 Bloque Búsqueda por Fabricante .....	152
Gráfico A2. 55 Productos por Fabricante .....	152
Gráfico A2. 56 Bloque de Novedades.....	153
Gráfico A2. 57 Descripción del Producto .....	153
Gráfico A2. 58 Pantalla Agregar comentarios al Artículo.....	153
Gráfico A2. 59 Búsqueda Rápida.....	154
Gráfico A2. 60 Pantalla Búsqueda Avanzada.....	154
Gráfico A2. 61 Información.....	155
Gráfico A2. 62 Contáctenos.....	155
Gráfico A2. 63 Compras .....	156
Gráfico A2. 64 Comentarios .....	156

**TABLAS**

Tabla 3. 1 Resultado de la pregunta 1 .....	34
Tabla 3. 2 Resultados de la pregunta 2 .....	35
Tabla 3. 3 Resultados de la pregunta 3 .....	36
Tabla 3. 4 Resultados de la pregunta 4 .....	37
Tabla 3. 5 Resultados de la pregunta 5 .....	38
Tabla 3. 6 Resultados de la pregunta 6 .....	39
Tabla 3. 7 Resultados de la pregunta 7 .....	40
Tabla 3. 8 Resultados de la pregunta 8 .....	41
Tabla 3. 9 Resultados de la pregunta 9 .....	42
Tabla 3. 10 Resultados de la pregunta 10 .....	43
Tabla 3. 11 Hardware recomendado servidor .....	47
Tabla 3. 12 Hardware recomendado usuario.....	47

# **CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1 Antecedentes**

En un mundo globalizado, la competencia ha alcanzado un nivel de intensidad no conocida en prácticamente todos los sectores industriales, es así que a medida que la competencia crece, el incremento en las expectativas de los consumidores respecto al tipo de respuesta que reciben de parte de las empresas está comenzando a cambiar la cultura y los procesos de muchas industrias, es por esto que los cambios del mercado continúa al punto de requerir adoptar nuevas tecnologías para reaccionar rápidamente.

Las nuevas presiones sobre los negocios hacen que estos deban tomar medidas rápidas y eficientes para poder tener una mejor participación de mercado y rentabilidad. Actualmente, muchos clientes prefieren realizar las compras on-line por la conveniencia, alcance y amplia disponibilidad de información, de productos y servicios. Las compañías que no desarrollen una presencia en Internet perderán la oportunidad de ganar nuevos clientes y pueden perder muchos de los clientes existentes.

En la actualidad el comercio electrónico ha adquirido rápidamente una gran importancia económica y política al proseguir la notable expansión mundial de Internet, este adelanto que años atrás parecía imposible, hoy es una realidad; con solo

sentarnos frente a nuestra computadora podemos realizar una serie de trámites que antes solamente podían ser realizados personalmente, de esta manera se ha permitido que evolucionen los servicios en la red.

## **1.2 Significado del Problema**

El comercio en Internet representa un revolucionario alejamiento de los métodos tradicionales de comercialización y puede estar lleno de peligros latentes. Con todos los mitos y predicciones que rodean la Internet, es fácil de entender mal el medio y cometer errores.

El desafío consiste en montar un eficaz programa de comercio electrónico que atraiga un público nuevo y grande (mucho de este público antes era inaccesible), que satisfaga a ese público, que haga clientes asiduos y asociados comerciales leales y productivos. Esto involucra mucho más que generar un tráfico; abarca a todos los factores que se requieren para conservar al público; desde un diseño amigable para el usuario hasta una arquitectura del sitio Web que facilite la realización de las transacciones.

La mudanza hacia el comercio electrónico involucra nuevas tecnologías, nuevas formas de hacer negocios y nuevos procesos. Como resultado, las compañías deben prepararse para educar a su público acerca de los beneficios y técnicas del nuevo medio. Esto es particularmente cierto en el caso del comercio de empresa a empresa.

Hay tres factores principales a tener en cuenta en la planificación de una estrategia de Internet, la primera, la importancia de una pronta presencia en el comercio electrónico, segundo, la personalización y comunidad que únicamente caracterizan las relaciones por Internet / por la Web y por último la des-intermediación y re-intermediación de las cadenas de distribución.

### **1.3 Planteamiento del Problema**

Implementar un sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4 en la empresa MEGAKONS S.A. en el periodo 2009 - 2010

#### **1.3.1 Problematización**

¿La empresa MEGAKONS S.A., cuenta con un sistema de gestión de comercio electrónico?

- La empresa MEGAKONS S.A. no dispone de un sistema de gestión de comercio electrónico

¿En la actualidad existe dentro de la EMPRESA MEGAKONS S.A un diferente punto de accesibilidad para los clientes?

- No existe un diferente punto de accesibilidad para los clientes ya que ellos hacen los pedidos mediante vía telefónica o a través de la visita del vendedor, o personalmente en el almacén.

¿La empresa MEGAKONS S.A. cuenta con imagen corporativa a nivel web?

- La empresa MEGAKONS no cuenta con una imagen corporativa a nivel web.

### **1.3.2 Delimitación del Problema**

El sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4 tendrá como propósito principal dar un servicio a la empresa MEGAKONS S.A. en el cual se visualizaran los datos de la empresa (misión y visión), se pueda revisar y actualizar el catalogo de precios de productos, además contara con un carrito de compras el cual permitirá a los clientes escoger que productos necesitan y así crear su pedido y realizar su pago, y por último los clientes podrán enviar correos al e-mail de la empresa informando acerca de sus sugerencias.

La aplicación se alojará bajo el dominio [www.megakons.ec](http://www.megakons.ec) si existiera la disponibilidad del mismo.

**Tiempo**

El proyecto estará concluido en cinco meses a partir de la fecha de aprobación del plan de disertación.

**Espacial**

El proyecto será realizado para la empresa MEGAKONS S.A., el mismo que servirá para dar un servicio de comercio electrónico a los clientes externos de la empresa

En la página Web de MEGAKONS S.A. se podrán publicar el catalogo de productos y realizar el pedido correspondiente.

**1.3.2.3 Técnico**

La aplicación estará alojada bajo el dominio [www.megakons.com.ec](http://www.megakons.com.ec) con el que cuenta la empresa.

**1.4 Justificación**

Con esta implementación la empresa logrará una evolución dentro del mercado, ya que el ingreso temprano al comercio electrónico le da a la compañía una experiencia temprana, lo que apareja una importante ventaja competitiva, pues existirán nuevos

sectores en donde los clientes externos accederán fácilmente y se informarán desde su hogar o sitio de trabajo.

Mediante la implementación de un sistema de gestión de comercio electrónico se podrá proveer a los clientes externos la información acerca de todos sus productos y servicios, a través del catálogo de productos se podrá otorgar información detallada y específica acerca de los productos y de los procesos de comercialización (adquisición y compra) de los mismos, con esto se lograra mantener actualizado al cliente en lo que se refiere a precios y promociones..

#### **1.4.1 Económica**

Debido a que el proyecto será realizado como tema de disertación de grado es pertinente su elaboración ya que se cuenta con los medios económicos necesarios para su desarrollo.

#### **1.4.2 Conocimiento**

Con los conocimientos adquiridos dentro de la Universidad Católica y simultáneamente con experiencias laborales, el Sistema de gestión de comercio electrónico garantizará una información segura, oportuna y eficiente.

### **1.4.3 Importancia**

El proyecto será realizado de una forma que proporcione garantías técnicas como confiabilidad, facilidad de acceso a los datos y seguridad para lo cual se utilizarán la herramienta OS COMMERCE abarcando los siguientes campos:

- Análisis, diseño e implementación del Sistema de Gestión de Comercio Electrónico de nivel 4 para la empresa MEGAKONS S.A.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo General**

Implementar sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4 en la empresa MEGAKONS S.A.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Seleccionar la plataforma de comercio electrónico adecuado.
- Ingresar información de inventarios, clientes y proveedores en la plataforma.
- Establecer un convenio con bancos para el manejo de dinero electrónico
- Crear una imagen corporativa a nivel de web

## **1.6 Hipótesis**

### **1.6.1 Formulación de la Hipótesis**

Con la implementación de un sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4 se logrará que los clientes de la empresa MEGAKONS S.A. obtengan mayor accesibilidad a precios y productos, lográndose un incremento de ventas y que la empresa tenga una imagen corporativa a nivel web.

### **1.6.2 Variables**

En el proyecto se han identificado las siguientes variables:

#### **Variable Independiente**

- La implementación de un sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4.

#### **Variable Dependiente**

- Accesibilidad a precios y productos
- Incrementar las ventas de la empresa
- Imagen corporativa a nivel web

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Comercio electrónico

“El **Comercio Electrónico (e – commerce)** es, básicamente, el uso de medios electrónicos, para realizar la totalidad de actividades involucradas en la gestión de negocios: ofrecer y demandar productos y/o servicios, buscar socios y tecnologías, hacer las negociaciones con su contraparte, seleccionar el transporte y los seguros que más le convengan, realizar los trámites bancarios, pagar, cobrar, comunicarse con los vendedores de su empresa, recoger los pedidos; es decir todas aquellas operaciones que requiere el comercio”<sup>1</sup>

El Comercio Electrónico implica la utilización del internet como medio para facilitar el intercambio de bienes y servicios. La forma más avanzada es aquella en la que un cliente puede visualizar, seleccionar y formalizar la adquisición de productos o servicios cuya descripción está disponible en un servidor conectado a Internet. Las empresas pueden colocar el catálogo completo de sus productos o servicios en Internet, y dar acceso abierto a sus potenciales clientes, así como también, renovar estos productos, dialogar con sus clientes y por lo tanto ajustarse a sus necesidades.

---

<sup>1</sup> <http://www.monografias.com/trabajos36/e-business-e-commerce/e-business-e-commerce.shtml>

### **2.1.1 Elementos del comercio electrónico.**

#### **Intercambio de datos y transacciones.**

“Antes de la aparición de la World Wide Web la comunicación entre equipos de cómputo era vista exclusivamente como un intercambio de datos. Las transacciones consistían en el intercambio de una serie de valores, en una serie de eventos definidos por el protocolo de comunicación en el que cifras y secuencias de caracteres eran intercambiadas entre los equipos involucrados.

La posibilidad de interacción entre más equipos, involucrar procesos de negocios y disparar una serie de eventos muy cercanos a los que ocurren en una transacción mercantil del mundo real fue lo que dio origen al término y concepto de comercio electrónico.”<sup>2</sup>

La interacción del comercio electrónico involucra la activación de procesos de negocio, el intercambio de información entre varios equipos, la participación del personal de diversas áreas y varias etapas de procesamiento. Todo esto disparado, manual o automáticamente, por un usuario en la Internet o por una organización.

---

<sup>2</sup> <http://homepage.mac.com/eravila/eCommerceI.pdf>

**Modalidades.**

Existen variantes de comercio electrónico que dependen de la modalidad o naturaleza de la transaccionalidad, dichas variantes son identificadas como:

“B2B.- Business to Business (Negocio a Negocio). Es la modalidad de comercio electrónico destinado al comercio de mayoreo. Se caracteriza por el manejo de grandes volúmenes de mercancía, un mayor flujo de datos y enormes cantidades monetarias; todo aquello que precisamente se encontraría cuando las empresas hacen negocio con las empresas. Se manejan precios especiales por volumen, e inclusive por cliente (precios negociados). Puede o no recurrirse a un método de pago en línea y el proceso puede ser llevado automáticamente o involucrando personal. El proveedor de este servicio de comercio electrónico actúa más como un medio de transaccionalidad que como una tienda.

B2C.- Business to Consumer (Negocio a Consumidor). Es el más común para la mayoría de los usuarios de la Internet. Los precios son usualmente menores que los que se encuentran en la calle pero no son de mayoreo. Está enfocado a la venta en menudeo y para personas físicas.

B2G.- Business to Government (Negocio a Gobierno). Únicamente ventas a gobiernos locales, municipales y estatales es lo que contempla. Aplica reglas muy particulares para la licitación de contratos o la enajenación de bienes y servicios. El volumen y monto de ventas es el principal atractivo. Usualmente no hay pago en línea, pero la tendencia es incorporarlo.

B2E.- Business to Employee (Negocio a Empleado). Esta modalidad está vista como un medio para el ofrecimiento de prestaciones y beneficios que la compañía puede ofrecer a sus empleados. Usualmente son tiendas virtuales que sólo pueden ser vistas en la intranet de la organización. Formas de pago on-line están disponibles junto con la posibilidad de descuentos por nómina u otros esquemas.”<sup>3</sup>

## **2.2 Negocios por Internet (E-Business)**

“E-business proviene de electronic business y significa negocios a través de Internet. Los actuales sistemas de tecnología informática permiten sincronizar los sistemas de Información de las empresas con las de sus clientes, empleados y proveedores. Los negocios electrónicos presentan una serie de ventajas dadas por Internet, entre las que se destacan la accesibilidad global, mayor campo de ventas, estructura de costos más reducida, fidelidad del cliente, entre otros.”<sup>4</sup>

El e-business envuelve al e-commerce mediante el cual se desarrollan también las actividades y procesos internos de la empresa; tanto el e-business como el e-commerce no serían posibles sin la infraestructura tecnológica de bases de datos, los servidores de aplicaciones, herramientas de seguridad, administrador de sistemas, etc.

---

<sup>3</sup> <http://homepage.mac.com/eravila/eCommerceI.pdf>

<sup>4</sup> <http://www.gestionyestrategia.com/doc/neginternet05.pdf>

“Se define al E-Business como cualquier actividad empresarial que se efectúa a través de Internet, no sólo de compra y venta, sino también dando servicio a los clientes y/o colaborando con socios comerciales. Desde el punto de vista del negocio, E-Business es el proceso que están utilizando las empresas para hacer negocios usando redes (Internet). Ocurre cuando se conectan los sistemas informáticos de una compañía a sus clientes, empleados, distribuidores o proveedores, y todos se entrelazan a través de la Internet, Intranets o Extranet’s.”<sup>5</sup>

El E-business utiliza el web tanto como un medio, como un elemento de marketing para el comercio, pero la diferencia fundamental entre el web y cualquier otro medio electrónico, es que va más allá de facilitar la comunicación pues permite la interacción entre los usuarios, compradores y vendedores en un entorno que no es fijo, ni es físico siquiera, por lo tanto, las barreras físicas de tiempo y distancia existentes entre los proveedores y sus clientes se ven reducidas al mínimo; es así que sin estas barreras, el comprador y el vendedor se enfrentan el uno con el otro directamente a través de una conexión electrónica ya que no hay que desplazarse a la tienda física, no hay vendedor, no hay que rellenar datos y no hay una cajera a la salida. En lugar de todo eso hay un sitio web. Por tanto, e-Business representa un cambio en la forma de interactuar entre el comprador y el vendedor.

---

<sup>5</sup> <http://www.monografias.com/trabajos36/e-business-e-commerce/e-business-e-commerce.shtml>

### 2.2.1 Beneficios del E-Business

“Podemos identificar una serie de beneficios asociados al e-business:

- Mejorar la administración de la información: El e-business permite acercarse al objetivo de reporte y análisis de ventas en tiempo real.
- Mejorar la integración de clientes y proveedores: se puede lograr un mejor entendimiento de las necesidades del negocio y obtener mejores niveles de performance.
- Mejorar el manejo de los canales de distribución: Que pueden beneficiarse teniendo disponibles los productos requeridos en el momento adecuado, al precio justo y conociendo la manera más eficiente de comercializarlo.
- Menores costos de transacción: Las transacciones basadas en Internet tienen menor costo debido a que se reduce la necesidad y complejidad de los sistemas de captura de datos.
- Mejor entendimiento del mercado: Las empresas pueden automáticamente extraer información sobre clientes y sus comportamientos.

- Cobertura geográfica extendida: Los sitios de e-business pueden ser visitados desde cualquier lugar, en cualquier momento”<sup>6</sup>

### **2.2.2 Ventajas para el consumidor**

“Para el consumidor común el E-Business le proporciona los siguientes beneficios:

- Más opciones para comparar y escoger: Cada día son más las tiendas en línea ofreciendo una gama cada vez más amplia de productos y servicios..
- Menos tiempo para buscar y comparar: El consumidor puede consultar simultáneamente los precios y modelos ofrecidos por varias tiendas y está en mayor libertad de escoger los que mejor se ajusten a su presupuesto y necesidades.
- Menores precios: La competencia entre las tiendas en línea es agresiva, fuerte, y despiadada, con márgenes de beneficios bastante bajos y en algunos casos prácticamente inexistentes.
- Libertad de horario y geográfica: El cliente puede comprar a cualquier hora, cualquier día, desde su casa, desde un centro de internet, o desde su lugar de trabajo..

---

<sup>6</sup> <http://www.gestionyestrategia.com/doc/neginternet05.pdf>

- Cero filas y cero congestionamiento de tránsito: Obviando las molestias que puede causar un acceso lento a Internet o una conexión difícil, el cliente está libre del tráfico vehicular y de las grandes colas en los establecimientos de consumo, además cuenta con la comodidad de su hogar y la libertad para realizar otras tareas mientras realiza sus compras.”<sup>7</sup>

### **2.3 Seguridad en Comercio Electrónico (transacciones electrónicas)**

“La seguridad connota la viabilidad del comercio electrónico. El transmitir información a través de medios informáticos implica innumerables riesgos. La situación actual de desarrollo, computacional y de redes de información, ha puesto de manifiesto la importancia de detectar, prevenir y detener las violaciones a la seguridad informática.”<sup>8</sup>

Los usuarios deben conocer los peligros que existen en la red, para así tomar las medidas de seguridad pertinentes y, prevenir así, que su computadora o el sistema de computadoras de su empresa se vean afectados. Esta peligrosa realidad tiene importantes efectos técnicos y jurídicos. Sin embargo, lo que debe primar es la difusión de la inseguridad que existe hoy en día, con el objetivo de crear conciencia.

---

<sup>7</sup> <http://www.monografias.com/trabajos36/e-business-e-commerce/e-business-e-commerce.shtml>

<sup>8</sup> <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere6/DEFINITIVA/TESIS24.pdf>

### 2.3.1 La Seguridad

La seguridad informática tiene diferentes campos de acción: claves de acceso para acceder a los diferentes softwares del sistema operativo, mecanismos de seguridad para el intercambio de información a través de las diferentes redes de comunicación, acceso restringido a la información de bases de datos etc. Ahora bien, la movilidad es uno de los aspectos de más relevancia y utilidad en cuanto a redes se refiere. Sin embargo, dicha movilidad representa un riesgo significativo en la medida que implica la posibilidad de ser interceptada y utilizada de modo fraudulento.

Es importante resaltar que existe la intención por parte de los agentes del comercio electrónico, en desarrollar e implementar mecanismos de seguridad. Ahora bien, para adelantar un programa de seguridad informática, deben conocerse las debilidades del sistema y las implicaciones que pueden generar un ataque o un fraude electrónico.

## 2.4 Herramientas para tiendas virtuales

### 2.4.1 Oscommerce



**Grafico 2. 1** Logotipo Oscommerce

“El CMS (Content Management System) para crear tiendas online más usado con diferencia, tiene una comunidad enorme, miles de extensiones para casi todo lo que

podamos necesitar y resulta muy sencillo encontrar documentación sobre Oscommerce.”<sup>9</sup>(Ver Gráfico 2.1)

### 2.4.2 Magento



Gráfico 2. 2 Logotipo de Magento

Algunos le llaman el Oscommerce del futuro. Toda su interfaz hace uso de Ajax para mejorar su estética y usabilidad, está diseñado para ser escalable al máximo mediante extensiones, tiene un buen sistema de plantillas, está preparado para SEO, etc. En definitiva tiene casi todo lo que se pueda pedir a un CMS moderno y a un carrito de compra. Su gran desventaja es uno de los CMS más pesado, además de ser bastante exigente respecto a la configuración del hosting. (Ver Gráfico 2.2)

### 2.4.3 Zen-Cart



Gráfico 2. 3 Logotipo de Zen-cart

Una de las respuestas a la falta de actualizaciones por parte de Oscommerce, los creadores de Zen-Cart se basaron en Oscommerce para crearlo pero actualizando las partes que ya se habían quedado más anticuadas. Es un proyecto bastante maduro,

---

<sup>9</sup> <http://dglivre.com/2009/01/25/los-mejores-cms-para-crear-tu-propia-tienda-online/>

aunque cuenta con poco soporte por parte de la comunidad. Aun así, para tiendas no muy complejas puede ser una buena alternativa. (Ver Gráfico 2.3)

#### 2.4.4 Opencart



Gráfico 2. 4 Logotipo de Opencart

También basado en Oscommerce, sus desarrolladores han buscado sobretodo limpiar lo sobrante y simplificar su configuración y uso (el panel de administración es de los más sencillos de usar). Es una buena alternativa para pequeños negocios que no necesiten funciones avanzadas. (Ver Gráfico 2.4)

#### 2.4.5 Digistore



Gráfico 2. 5 Logotipo de Digistore

Otro proyecto basado en Oscommerce mejorado el panel de administración (más completo y sencillo de manejar), actualizado la interfaz de usuario, agregado un sistema de plantillas, integrado un editor visual de textos, etc. La gran desventaja: la empresa que lo desarrolla apenas se preocupa de crear una comunidad de usuarios, solo de ofrecer servicios de pago. Lo que provoca que este CMS apenas sea usado, sea difícil encontrar documentación o no tenga traducción oficial al español. Incluso para descargarlo se tiene que pedir antes un código de acceso que envían por correo

electrónico. En definitiva, una opción interesante pero que sus propios desarrolladores están matando con su política cerrada. (Ver Gráfico 2.5)

#### 2.4.6 PrestaShop



**Gráfico 2. 6** Logotipo de Prestashop

Uno de los CMS para tiendas online con más futuro, aunque aún necesita seguir avanzando en cuanto a opciones. Es muy sencillo de instalar y configurar. Además, al contrario que Magento, es una aplicación bastante rápida y liviana. Conforme su comunidad de usuarios vaya creciendo, de momento es pequeña, en pocos años se convertirá en una de las mejores opciones. De momento, aún sin ser la opción más completa, puede ser muy interesante para pequeños negocios. (Ver Gráfico 2.6 Logo)

#### 2.4.7 VirtueMart



**Gráfico 2. 7** Logotipo de VirtueMart

Es un Script que se basa en el CMS Joomla. Es una de las mejores opciones, es muy completo pero no resulta demasiado complejo. Además se integra completamente en Joomla, por lo que resulta muy útil para sitios web que ya usen este CMS o quieran crear algo más que una tienda online, por ejemplo un portal de fotografía donde además se vendan cámaras. Pero esto también resulta ser una desventaja, muchas

veces solo se necesita una tienda online y tener que instalar también Joomla no supondrá más trabajo de configuración inicial y también de mantenimiento. (Ver Gráfico 2.7 Logo)

#### 2.4.8 Drupal e-Commerce



**Gráfico 2. 8** Logotipo de Drupal e-commerce

El equivalente a VirtueMart pero para Drupal. No es una mala extensión si usas Drupal en sitio web y se quiere agregar una tienda online. Pero le falta mucho desarrollo hasta ser tan completo como VirtueMart o Magento. (Ver Gráfico 2.8)

#### 2.4.9 CubeCart



**Gráfico 2. 9** Logotipo de CubeCart

Es un CMS de pago pero que dispone de una versión más antigua de forma gratuita. Es un software bastante maduro y que funciona correctamente. Pero tiene muchas desventajas: un enlace publicitario en la versión gratis, mala traducción al español y está mal adaptado al mercado español. (Ver Gráfico 2.9)

## 2.5 Oscommerce

“En el 2000 nació Oscommerce, una aplicación web de código abierto (OpenSource) que permite montar una tienda virtual en cuestión de minutos para vender en Internet.”<sup>10</sup> (Ver Grafico 2.10)

Consta de dos partes la tienda virtual en sí, y la parte de administración, donde se puede mantener la tienda virtual, actualizando productos, insertando nuevas ofertas, categorías, idiomas, monedas, consultar los pedidos, los clientes; y sin costo alguno por parte del vendedor y sin necesidad alguna de saber programación.



**Gráfico 2. 10** Pantalla Principal Oscommerce

<sup>10</sup> <http://www.desarrolloweb.com/articulos/2132.php>

Uno de los beneficios de ser código abierto, es que está siendo diariamente actualizada por su comunidad, añadiendo contribuciones de todo tipo. Módulos de pago, de envío, contribuciones para el diseño, como plantillas, así como nuevas funcionalidades, noticias, lector de RSS.

Oscommerce es de las mejores soluciones de código abierto existentes para la creación de tiendas virtuales, además de ser gratuita y sencilla de administrar. Programada en lenguaje PHP trabaja sobre un servidor Apache y usa MySQL como servidor de base de datos.

### **2.5.1 Características principales de Oscommerce.**

Estas son las características principales de Oscommerce:

#### **Generales**

- Los pedidos, clientes y productos se almacenan en una base de datos de fácil consulta vía administración-web.
- Los clientes pueden comprobar el histórico y el estado de sus pedidos una vez registrados
- Los clientes pueden cambiar sus datos de perfil de usuario desde su apartado cliente.
- Múltiples direcciones de envío por usuario, para regalos por ejemplo
- Búsqueda de productos.
- Posibilidad de permitir a los usuarios valorar los productos comprados, además de comentarlos.

- Posibilidad de implementar un servidor seguro (SSL).
- Puede mostrar el número de productos en cada una de las categorías.
- Lista global o por categoría de los productos más vendidos y más vistos.
- Fácil e intuitiva navegación por categorías.
- Plataforma multi-idiommas, por defecto estarán disponibles el español, inglés y alemán.

### **Producto**

- Relaciones dinámicas entre productos.
- Descripciones de productos basadas en HTML.
- Generación automática de productos especiales.
- Controla la posibilidad de mostrar o no en la tienda virtual los productos agotados.
- Posibilidad de ofrecer a los usuarios la suscripción a una newsletter de novedades.

### **Pagos**

- Medios de pago offline (transferencias, cheques, ingresos, etc.).
- Muchos medios de pago online (E-Pagado, PayPal, TPV virtual, etc.).
- Posibilidad de deshabilitar algunos medios de pago según la zona geográfica del usuario.
- Posibilidad de añadir el IVA por zonas geográficas y por productos, ya que por ejemplo Nigeria no tienen IVA

## Envíos

- Costos de envío por peso, destino y precio.
- Precios disponibles en tiempo real para algunos operadores (UPS, FedEx).
- Envío gratuito según importe del pedido y destino
- Posibilidad de deshabilitar determinados servicios de envío en función de zonas geográficas.

## 2.6 Apache



**Grafico 2. 11** Logotipo de Apache

“El **servidor HTTP Apache** es un servidor web HTTP de código abierto para plataformas Unix (BSD, GNU/Linux, etc.), Microsoft Windows, Macintosh y otras, que implementa el protocolo HTTP/1.1 y la noción de sitio virtual. El servidor Apache se desarrolla dentro del proyecto HTTP Server (httpd) de la Apache Software Foundation“.<sup>11</sup> (Ver Gráfico 2.12 Logotipo)

Apache tiene amplia aceptación en la red, además es el servidor HTTP más usado.

La mayoría de las vulnerabilidades de la seguridad descubiertas y resueltas tan sólo pueden ser aprovechadas por usuarios locales y no remotamente.

---

<sup>11</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor\\_HTTP\\_Apache](http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor_HTTP_Apache)

**Ventajas de Apache:**

- Modular
- Código abierto
- Multi-plataforma
- Extensible
- Más utilizado

**2.7 Base de Datos**

“La definición de Base de Datos no es única. Depende del punto de vista con que se mire. Desde el punto de vista informático, es decir físico, una base de datos es una colección de ficheros interrelacionados. Desde el punto de vista de su significado para el usuario, una base de datos es un conjunto de datos que modelan la actividad de una empresa, es decir, es un modelo del mundo real.

Se puede definir más formalmente como un conjunto de datos operativos a los que acceden los programas de aplicación o los usuarios de una empresa. Datos operativos son los que residen durante un cierto tiempo en el sistema, a diferencia de los datos de entrada y de salida.”<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> CETTICO(Centro de Transferencia Tecnológica en Informática y Comunicaciones ) Enciclopedia de Informática y Computación – Deontología Informática(1998) Pg26

Una base de datos es un almacén de información en forma de datos de diferentes tipos. Un ejemplo puede ser una agenda telefónica, compuesta por apellidos y números de teléfono; el archivo de una biblioteca, en el que se incluyen nombres de autores, títulos, números de ediciones e, incluso, fechas de publicación.

Como se puede ver, la información integrada de una base de datos está estructurada de tal manera que al proceder a consultarla es útil al usuario de la base de datos permitiéndole una mejor operatividad en sus diversas actividades como búsqueda de un número de teléfono de un cliente, localizar un libro o un documento, etc.

### 2.7.1 MYSQL



**Gráfico 2. 12** Logotipo de MySQL

“Es un sistema de gestión de bases de datos relacional, fue creada por la empresa sueca MySQL AB, la cual tiene el copyright del código fuente del servidor SQL, así como también de la marca.”<sup>13</sup> (Ver Gráfico 2.13 Logotipo)

MySQL es un software de código abierto, licenciado bajo la GPL de la GNU y el lenguaje de programación que utiliza es Structured Query Language (SQL)

---

<sup>13</sup> <http://www.uaem.mx/posgrado/mcruz/cursos/miic/MySQL.pdf>

## **Características principales**

“Se pueden destacar las siguientes características principales:

- El principal objetivo de MySQL es velocidad y robustez.
- Soporta gran cantidad de tipos de datos para las columnas.
- Gran portabilidad entre sistemas, puede trabajar en distintas plataformas y sistemas operativos.
- Cada base de datos cuenta con 3 archivos: Uno de estructura, uno de datos y uno de índice y soporta hasta 32 índices por tabla.
- Aprovecha la potencia de sistemas multiproceso, gracias a su implementación multihilo.
- Flexible sistema de contraseñas y gestión de usuarios, con un muy buen nivel de seguridad en los datos.
- El servidor soporta mensajes de error en distintas lenguas

## **Ventajas:**

- Velocidad al realizar las operaciones, lo que le hace uno de los gestores con mejor rendimiento.
- Bajo costo en requerimientos para la elaboración de bases de datos, ya que debido a su bajo consumo puede ser ejecutado en una máquina con escasos recursos sin ningún problema.

- Facilidad de configuración e instalación.
- Soporta gran variedad de Sistemas Operativos
- Baja probabilidad de corromper datos, incluso si los errores no se producen en el propio gestor, sino en el sistema en el que está.
- Conectividad y seguridad

**Desventajas:**

- Un gran porcentaje de las utilidades de MySQL no están documentadas.
- No es intuitivo, como otros programas (ACCESS).<sup>14</sup>

## 2.8 Dominios de Internet

“Un dominio es una dirección de Internet. Para visitar una web se digita una dirección a través del navegador (por ejemplo: [www.megakons.com.ec](http://www.megakons.com.ec)). El conjunto de caracteres que compone dicha dirección sirve para identificar este sitio concreto de la Red, o lo que es lo mismo, la máquina o grupo de máquinas en las que reside o se aloja esta web.”<sup>15</sup>

La característica más importante de un nombre de dominio por lo que el mismo nombre no puede ser usado simultáneamente por dos personas u organizaciones.

---

<sup>14</sup> <http://www.uaem.mx/posgrado/mcruz/cursos/miic/MySQL.pdf>

<sup>15</sup> [http://www.usc.es/atpemes/IMG/pdf/librodominios\\_Internet\\_anetcom.pdf](http://www.usc.es/atpemes/IMG/pdf/librodominios_Internet_anetcom.pdf)

## 2.9 Servidor (HARDWARE)

Generalmente, los equipos servidor de un entorno cliente/servidor deben ser más potentes y rápidos que los equipos cliente. Además de un procesador de alta velocidad, memoria RAM y de espacio en unidades de disco. Al mismo tiempo estos equipos también deben ser capaces de gestionar múltiples peticiones, seguridad y un buen gestionamiento de red.

Cualquier organización que implemente una red cliente/servidor debe usar servidores dedicados para que su desempeño sea el óptimo.

### Arquitectura cliente/servidor

“Hay varias posibles organizaciones cliente/servidor:

- Los datos pueden ser introducidos en un único servidor.
- Los datos pueden estar distribuidos entre varios servidores de bases de datos.
- Los servidores de una WAN sincronizan periódicamente sus bases de datos para asegurarse de que todos tienen los mismos datos.
- Una tienda de datos almacena grandes volúmenes de datos y envía los más solicitados a un sistema intermedio que es capaz de formatearlos en su forma más requerida. A menudo, esto descarga parte del procesamiento de datos del servidor principal a otros servidores.”<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> <http://www.entrebites.cl/foros/internet-networking/3335-hardware-del-servidor.html>

## **CAPÍTULO III: INVESTIGACION Y DESARROLLO**

### **3.1 Introducción**

MEGAKONS S.A. es una empresa dinámica y creadora, preocupada por conocer los requerimientos del mercado y buscar las alternativas que mejor se adapten al mismo, además gracias a la confianza de sus clientes y de su personal siempre predispuesto a brindar un servicio personalizado se ha mantenido en los primeros lugares a nivel nacional. Cubriendo en la actualidad las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Azuay y Pastaza.

Mediante la implementación del sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4 la empresa lograra una evolución dentro del mercado, ya que el ingreso temprano al comercio electrónico le da a la compañía una experiencia temprana, lo que apareja una importante ventaja competitiva, pues existirán nuevos sectores en donde los clientes externos accederán fácilmente y se informarán desde su hogar o sitio de trabajo.

Además se podrá proveer a los clientes externos la información acerca de todos sus productos y servicios, a través de un catálogo se podrá otorgar información detallada y específica acerca de los productos y de los procesos de comercialización de los mismos, con esto se logrará mantener actualizado al cliente en lo que se refiere a precios y promociones.

## **3.2 Desarrollo del Sistema de Comercio Electrónico**

Para el proceso de desarrollo del sistema el método que más se adapta es la metodología de prototipos debido a que Oscommerce inicia como un prototipo y de ahí partimos para ir modificándolo según las necesidades del cliente.

### **3.2.1 Análisis**

En los últimos años el mundo empresarial ha experimentado algunos cambios importantes en cuanto a procesos comerciales y organización de las empresas.

Las oportunidades de empresas y consumidores han ido en aumento gracias a las posibilidades de comerciar que ofrece Internet.

El comercio electrónico permite a las empresas ser más flexibles con sus operaciones internas y dar mejor servicio a los clientes. Este fenómeno ha sido toda una revolución tecnológica. Todo esto involucra nuevas tecnologías, nuevas formas de hacer negocios y nuevos procesos. Por lo tanto la compañía debe prepararse para educar a su público acerca de los beneficios y técnicas del nuevo medio.

Hay tres factores principales a tener en cuenta en la planificación para la implementación de un sistema de comercio electrónico , la primera, la importancia de una pronta presencia en la Web, segundo, los medios que se van a utilizar para el desarrollo del mismo y por último software/hardware para la implementación.

### **Población y Muestra**

Por ser un universo eminentemente pequeño, la recolección de información se obtuvo de los clientes de Megakons S.A., y luego de un exhaustivo estudio preliminar, la muestra referencial y representativa se tomó de 108 personas selectas de quienes obtendremos información a través de la encuesta sobre su opinión sobre Páginas Web y Herramientas Virtuales de navegación en la ciudad de Ambato.

### **Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

### **Donde:**

Z= Nivel de confianza = 1,96

P= Probabilidad a favor = 0,50

Q= Probabilidad en contra = 0,50

E= Índice de error máxima admisible = 0.05

### **Remplazo:**

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(2220)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + 2220(0.05)^2}$$

$$n = 49.64$$

$$n = 50.$$

MUESTRA= 108 personas

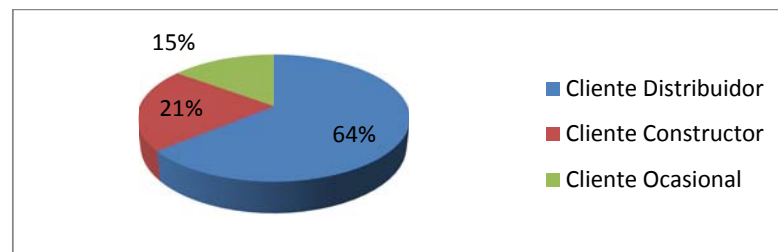
### 3.2.1.1 Análisis de Datos

A partir de las preguntas formuladas en la encuesta (Ver Anexo 4.6.1 Encuesta) se presenta la interpretación de los datos con el fin de concluir si es factible o no el proyecto de tesis presentado.

#### 1.- Marque el tipo de cliente que es usted

	N°	PORCENTAJE
Cliente Distribuidor	69	64%
Cliente Constructor	23	21%
Cliente Ocasional	16	15%
TOTAL:	108	100%

**Tabla 3. 1** Resultado de la pregunta 1



**Gráfico 3. 1** Resultado de la pregunta 1

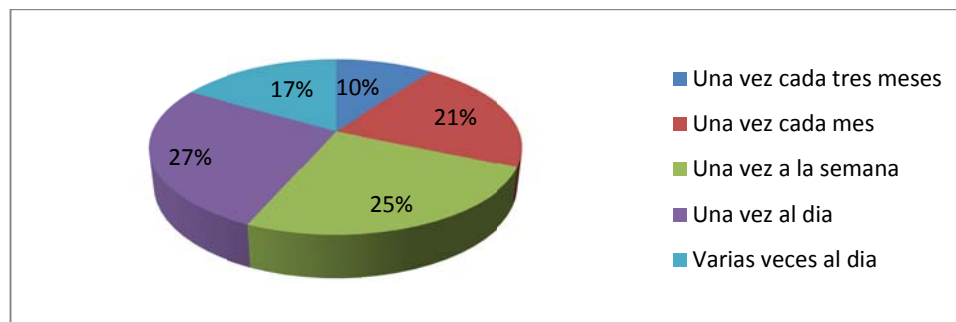
#### Interpretación de Resultados

Analizando las respuestas recabadas, el resultado (Ver Gráfico 3.1) nos indica que el 64% de los encuestados son clientes distribuidores esto quiere decir que sus volúmenes de compra son altos y además son clientes frecuentes de la empresa

## 2.- ¿Con qué frecuencia compra usted en Megakons?

	N°	PORCENTAJE
Una vez cada tres meses	11	10%
Una vez cada mes	23	21%
Una vez a la semana	27	25%
Una vez al día	29	27%
Varias veces al día	18	17%
TOTAL	108	100%

**Tabla 3. 2** Resultados de la pregunta 2



**Gráfico 3. 2** Resultados de la pregunta 2

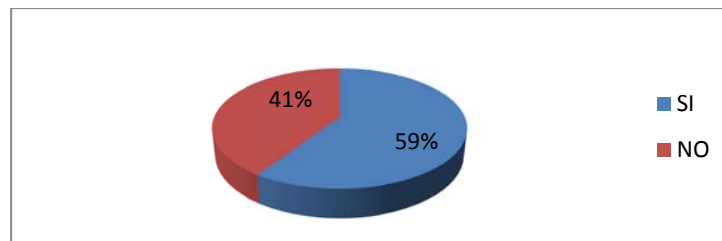
### Interpretación de Resultados

Con relación a la frecuencia de compras que realizan los clientes, el gráfico (Ver Gráfico 3.2) nos indica que el porcentaje mayor 27% de los clientes, compran una vez al día, además los porcentajes sumados que compran semanalmente es 69% esto es un buen indicador ya que hablamos que la mayor parte de los clientes compran regularmente en Megakons.

### 3.- Ha realizado compras por internet?

	N°	PORCENTAJE
SI	64	59%
NO	44	41%
TOTAL	108	100%

**Tabla 3. 3** Resultados de la pregunta 3



**Gráfico 3. 3** Resultados de la pregunta 3

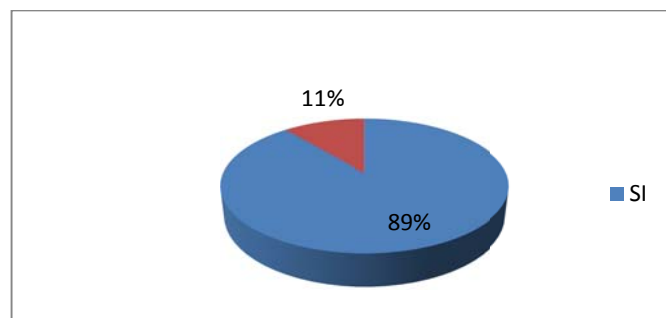
#### **Interpretación de Resultados**

Analizando el gráfico (Ver Gráfico 3.3) de resultados vemos que el 59% de los encuestados han realizado compras por medio de internet; esto quiere decir que el comercio electrónico cada vez se va convirtiendo en una gran ayuda para los usuarios que utilizan internet y desean realizar sus compras desde su hogar.

**4.- Le interesaría poder realizar sus compras o pedidos, mantenerse informado de descuentos y promociones por medio del internet?**

	N°	PORCENTAJE
SI	96	89%
NO	12	11%
TOTAL:	108	100%

**Tabla 3. 4** Resultados de la pregunta 4



**Gráfico 3. 4** Resultados de la pregunta 4

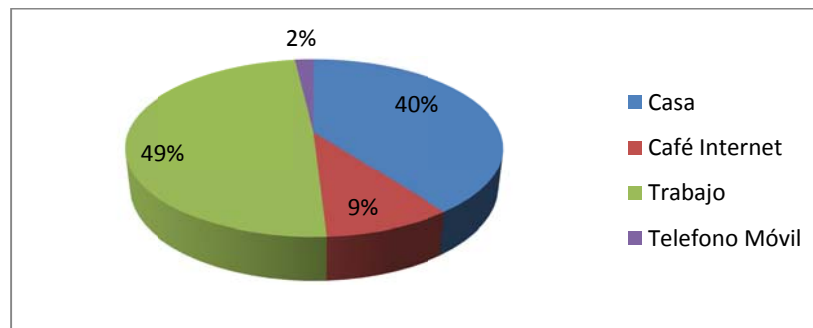
**Interpretación de Resultados**

Esta es una de las preguntas fundamentales para analizar la factibilidad del proyecto y los resultados (Ver Gráfico 3.4) nos indican que un 89% de los encuestados respondieron positivamente a dicha pregunta; esto nos demuestra que existe un gran interés; con respecto al 11% que respondió no a dicha pregunta existieron varias respuestas del por qué no les interesaría y la mayoría piensa que les gusta más una atención personalizada.

### 5.- Desde qué lugar usted tiene acceso a internet?

	N°	PORCENTAJE
Casa	43	40%
Café Internet	10	9%
Trabajo	53	49%
Teléfono Móvil	2	2%
TOTAL	108	100%

**Tabla 3. 5** Resultados de la pregunta 5



**Gráfico 3. 5** Resultados de la pregunta 5

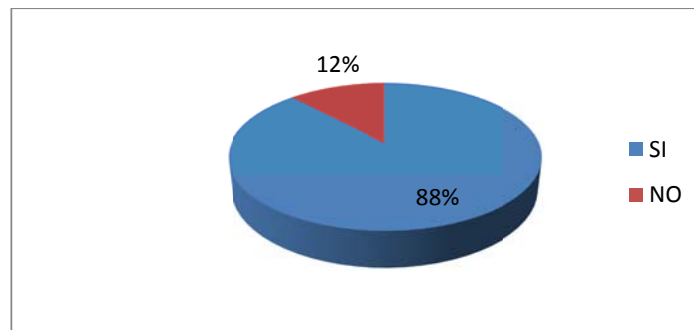
### Interpretación de Resultados

El gráfico (Ver Gráfico 3.5) nos demuestra que el 49% y un 40% de los encuestados tienen acceso a internet sin complicaciones ya que lo pueden hacer desde su trabajo o desde la comodidad de su casa

**6.- Le gustaría que Megakons cuente con un sistema de compras por internet?**

	N°	PORCENTAJE
SI	95	88%
NO	13	12%
TOTAL	108	100%

**Tabla 3. 6** Resultados de la pregunta 6



**Gráfico 3. 6** Resultados de la pregunta 6

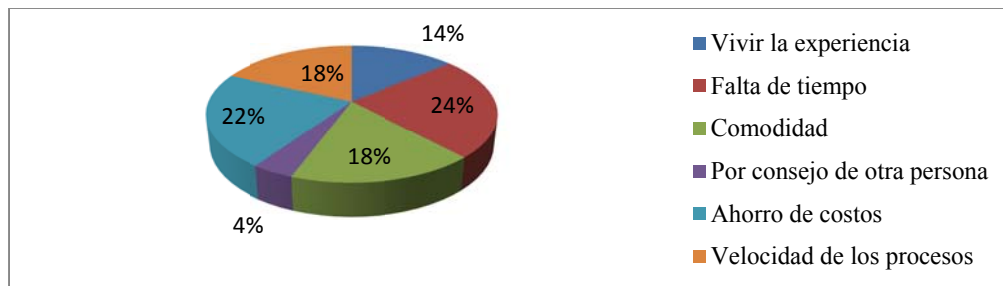
**Interpretación de Resultados**

Según los datos obtenidos se evidencia el interés de los clientes encuestados con una respuesta positiva del 88%; mientras que la minoría que es tan solo un 12% respondió con un no, debido a que ellos prefieren realizar sus compras directamente en almacén y realizar sus pagos en efectivo. (Ver Gráfico 3.6). Estos resultados demuestran que el proyecto tendrá éxito al ser implementado.

**7.- ¿Cuál o cuáles serían sus principales motivaciones para comprar a través de Internet?**

	N°	PORCENTAJE
Vivir la experiencia	46	14%
Falta de tiempo	80	24%
Comodidad	58	18%
Por consejo de otra persona	13	4%
Ahorro de costos	74	22%
Velocidad de los procesos	60	18%
TOTAL	331	100%

**Tabla 3. 7** Resultados de la pregunta 7



**Gráfico 3. 7** Resultados de la pregunta 7

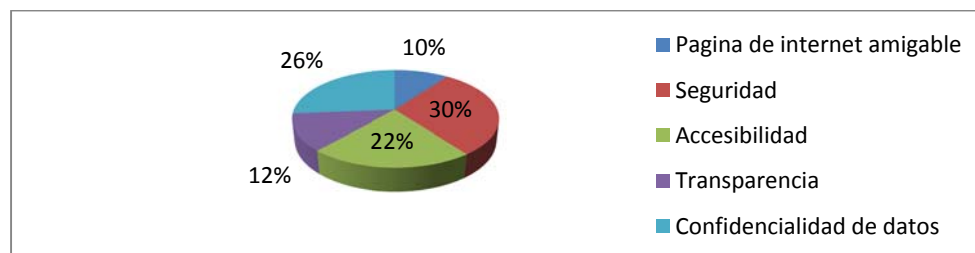
**Interpretación de Resultados**

En este indicador podemos observar que un 24% realizaría la transacción a través de internet debido a la falta de tiempo además los porcentajes que le siguen nos indica que lo harían por ahorro de costos y velocidad en los procesos; esto nos revela que en su gran mayoría están motivados a realizar una transacción por internet. (Ver Gráfico 3.7)

**8.-Para usted que factor es el más importante al momento de comprar mediante el internet?**

	N°	PORCENTAJE
Pagina de internet amigable	29	10%
Seguridad	86	30%
Accesibilidad	63	22%
Transparencia	35	12%
Confidencialidad de datos	76	26%
TOTAL	289	100%

**Tabla 3. 8** Resultados de la pregunta 8



**Gráfico 3. 8** Resultados de la pregunta 8

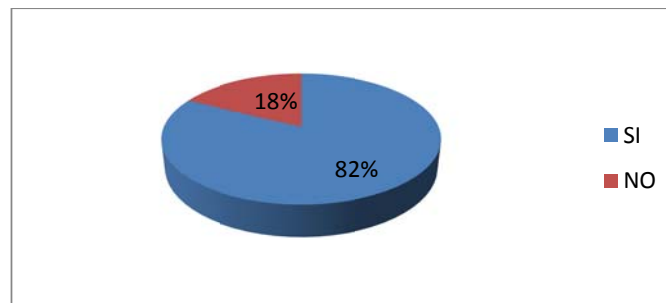
**Interpretación de Resultados**

De acuerdo a los resultados de este gráfico (Ver Gráfico 3.8) podemos ver que las 2 respuestas con mayor porcentaje son la seguridad con un 30% y la confidencialidad con un 26%; mostrando así que los factores a tomar de mayor importancia al momento de realizar el proyecto son los antes mencionados.

**9.- Le gustaría recibir a su correo electrónico promociones, información de productos nuevos, novedades?**

	N°	PORCENTAJE
SI	89	82%
NO	19	18%
TOTAL	108	100%

**Tabla 3. 9** Resultados de la pregunta 9



**Gráfico 3. 9** Resultados de la pregunta 9

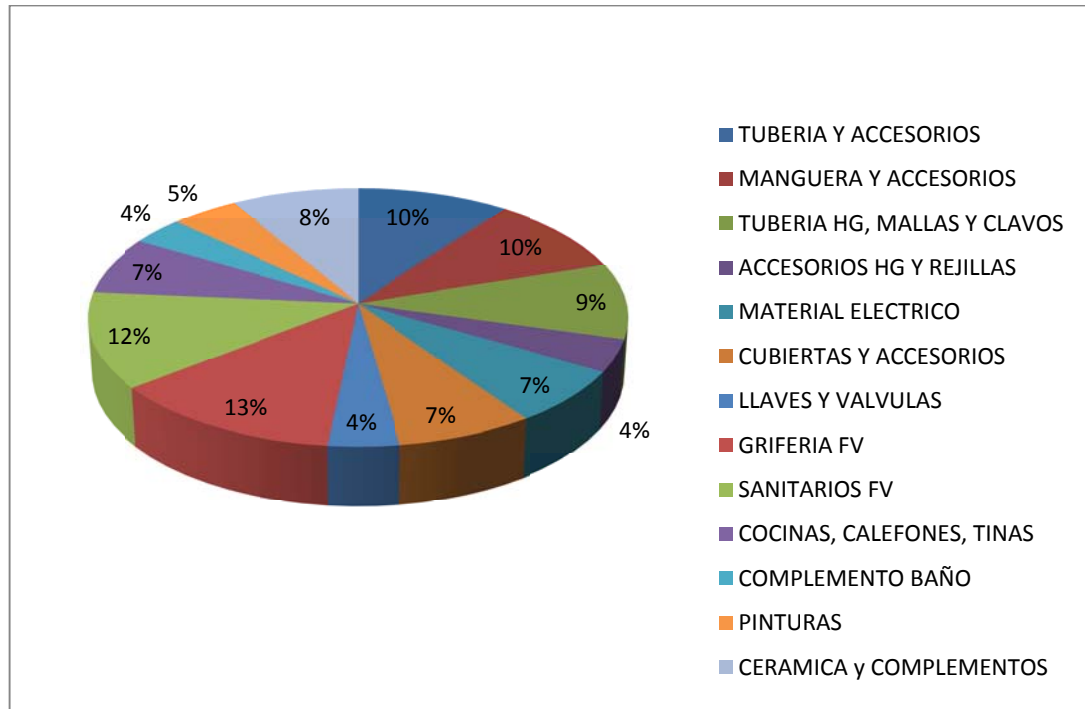
**Interpretación de Resultados**

Considerando los resultados obtenidos (Ver Gráfico 3.9) se demuestra que la gran mayoría de los encuestados respondió positivamente con un 82% a recibir información directamente a su correo; debido a que el proyecto contempla este servicio, este indicador es muy bueno y se convierte en una guía fundamental para la factibilidad de este proyecto.

**10.- Cuáles líneas de productos son las que desearía tener más información?**

	N°	PORCENTAJE
TUBERIA Y ACCESORIOS	81	10%
MANGUERA Y ACCESORIOS	79	10%
TUBERIA HG, MALLAS Y CLAVOS	76	9%
ACCESORIOS HG Y REJILLAS	32	4%
MATERIAL ELECTRICO	56	7%
CUBIERTAS Y ACCESORIOS	59	7%
LLAVES Y VALVULAS	31	4%
GRIFERIA FV	102	13%
SANITARIOS FV	97	12%
COCINAS, CALEFONES, TINAS	57	7%
COMPLEMENTO BAÑO	28	3%
PINTURAS	36	4%
CERAMICA Y COMPLEMENTOS	68	8%
TOTAL	802	100%

**Tabla 3. 10** Resultados de la pregunta 10



**Gráfico 3.10** Resultados de la pregunta 10

### **Interpretación de Resultados**

En cuanto a productos de la empresa se refiere, las respuestas (Ver Gráfico 3.10) con porcentajes mayores o iguales al 9% son Griferia Fv con un 13%, Sanitarios FV con 12%, Tuberías / Mangueras y Accesorios con un 10%, y por ultimo Tubería Hg, Mallas y Clavos con un 9% considerándolos así productos de mayor rotación; esto nos ayuda a identificar los artículos que requieren ser mostrados en el sistema de comercio electrónico, sin dejar de lado aquellos que obtuvieron menor porcentaje pero dándoles mayor importancia a los escogidos por los clientes en esta encuesta.

### **3.2.1.2 Identificación de las necesidades**

- La carencia de imagen corporativa a nivel web.
- La falta de un sitio para informarse de productos, novedades, ofertas, sugerencias, etc.
- No existe un diferente punto de accesibilidad para los clientes ya que ellos hacen los pedidos mediante vía telefónica o a través de la visita del vendedor, o personalmente en el almacén

### **3.2.1.3 Estudio de Viabilidad**

#### **Viabilidad Económica**

Los costos para el desarrollo e implementación del sistema de comercio electrónico no necesitan mayor inversión debido a la utilización de herramientas gratuitas y la infraestructura que posee la empresa complementando con el recurso humano.

#### **Viabilidad Técnica**

La empresa Megakons S.A. cuenta con una adecuada infraestructura tecnológica contando con varias herramientas en lo que se refiere a hardware y software, lo que significa que el proyecto se lo puede poner en el Web en cualquier momento.

### **Viabilidad Operativa**

Al momento se cuenta en la empresa Megakons con un servidor, el mismo que ha sido puesto a disposición para el proyecto con conexión a Internet y salida a correo electrónico, el mismo que servirá para la instalación definitiva de Oscommerce.

### **Viabilidad Legal**

No existe ninguna infracción que se pueda producir en la elaboración de este sistema enfocado al desarrollo de un sistema Web.

#### **3.2.1.4 Recursos Informáticos Recomendados por la empresa**

##### **Infraestructura recomendada del hardware de la empresa**

##### **Hardware del Servidor**

Este equipo debe cumplir ciertas características técnicas para la instalación del software y aplicaciones, se recomienda un equipo adecuado para esta aplicación, es importante señalar que el software a utilizar no consume una gran cantidad de recursos de hardware.

<b>HARDWARE RECOMENDADO</b>	
<b>ITEM</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
Procesador	Intel Xeon 5110 1,60Ghz
Memoria Ram	1GB
Disco Duro	Disco Duro 250Gb
Tarjeta de Red	Ethernet 10/100
Medios de Almacenamiento	Unidad RW/CD

**Tabla 3. 11** Hardware recomendado servidor

### **Hardware de Usuarios (clientes)**

La independencia de las aplicaciones permite a los usuarios evitar la adquisición de equipos de altos costos, ya que el hardware necesario para interactuar con el servidor varia; un equipo deberá tener mínimo las siguientes características, además se detallan otras opciones para que el cliente pueda elegir el computador más apto para su economía.

<b>HARDWARE RECOMENDADO</b>	
<b>ITEM</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
Procesador	Intel P4 1,8Ghz
Memoria Ram	1GB
Disco Duro	Disco Duro 250Gb
Tarjeta de Red	Ethernet 10/100

**Tabla 3. 12** Hardware recomendado usuario

### **3.2.1.5 Infraestructura Recomendada del Software**

#### **Software Determinado para el Servidor**

Windows Server 2003 es un sistema operativo de propósitos múltiples capaz de manejar una gran gama de funciones de servidor, en base a sus necesidades, tanto de manera centralizada como distribuida

Proporcionar una infraestructura integrada que ayuda a asegurar que su información de negocios estará segura.

Proporcionar fiabilidad, disponibilidad, y escalabilidad para que usted pueda ofrecer la infraestructura de red que los usuarios solicitan

Además puede ayudarle a crear una infraestructura de soluciones de negocio para mejorar la conectividad con empleados, socios, sistemas y clientes. Windows Server 2003 realiza esto al:

Proporcionar un servidor Web integrado y un servidor de transmisión de multimedia en tiempo real para ayudarle a crear más rápido, fácil y seguro una Intranet dinámica y sitios de Internet.

Proporcionar un servidor de aplicaciones integrado que le ayude a desarrollar, implementar y administrar servicios Web en XML más fácilmente.

Brindar las herramientas que le permitan conectar servicios Web a aplicaciones internas, proveedores y socios

## **Software de Cliente**

Para la aplicación de este tipo los clientes necesitarán un navegador, se aconseja optar por entre los de uso más común en el mercado Internet Explorer o Mozilla Firefox por la sencilla razón de que soportan la gran mayoría de los lenguajes existentes para la programación de las páginas.

### **3.2.2 Configuración del Sistema de Comercio Electrónico de Nivel 4**

El análisis de las aplicaciones para formar el sistema de comercio electrónico nos ha permitido configurar y modificar la estructura de ellas, logrando crear una herramienta de múltiples prestaciones que permitirá poner a disposición de clientes múltiples opciones de servicios

Las aplicaciones se deben subir en la raíz del servidor web, adicionalmente configurar los permisos mediante la utilización de un editor de texto compatible con PHP después de establecer permisos se ejecuta el instalador y se va configurando las aplicaciones de acuerdo a las necesidades del sistema de comercio electrónico.

Puede utilizar cualquier editor gráfico para personalizar la página web pero no olviden que la extensión tiene que ser .php.

### 3.2.2.1 EasyPHP

EasyPHP es un paquete fácil de instalar y configurar cuya misión es instalar Apache, MySQL, Php y PhpMyAdmin en una máquina que disponga del Sistema Operativo Windows. De esta forma podremos trabajar en nuestro ordenador con aplicaciones Web construidas con código php para nuestra familiarización con ellas.

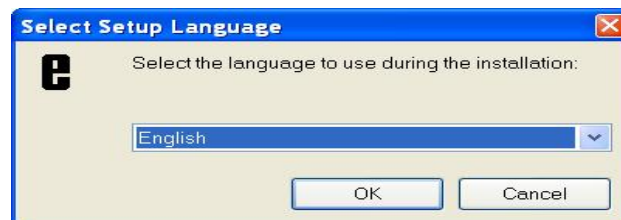
#### Instalación de EasyPhp

Para instalar necesitamos descargar a su computador la última versión disponible de EasyPHP web de descarga: <http://www.easyphp.org/telechargements.php3>

En dicha página hay que realizar la descarga de dos archivos:

1. **EasyPHP** 1.8 (o la versión más actual en el momento que realice la descarga)
2. **langues.txt** Archivo de idiomas.

#### Selección del idioma de la instalación



**Gráfico 3. 11** Selección del idioma instalación

Pulsamos Ok para continuar con la instalación (Ver gráfico 3.11) y nos aparecerá la siguiente pantalla

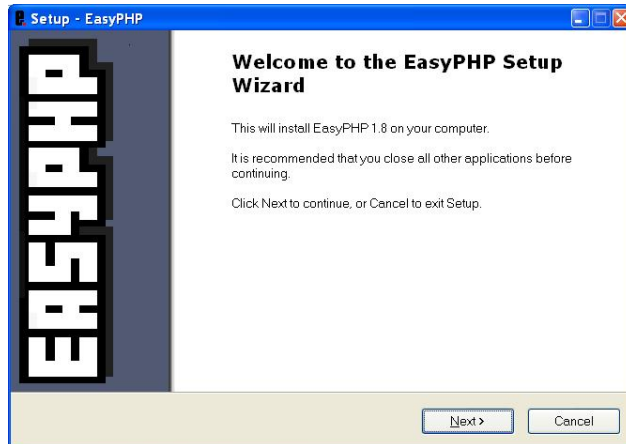


Gráfico 3. 12 Bienvenida instalación Easyphp

Pulsamos el botón "Next >" (Ver Gráfico 3.12) y nos despliega la pantalla donde se encuentra la licencia de uso.

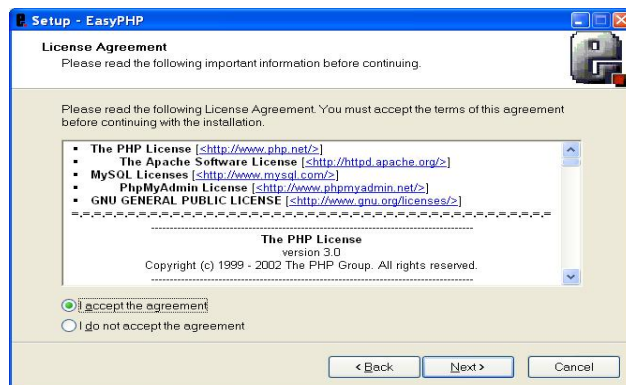


Gráfico 3. 13 Acuerdos de Licencia

Seleccionamos la opción "I accept the agreement" y pulsamos el botón "Next >" y a continuación nos muestra la información sobre el producto.

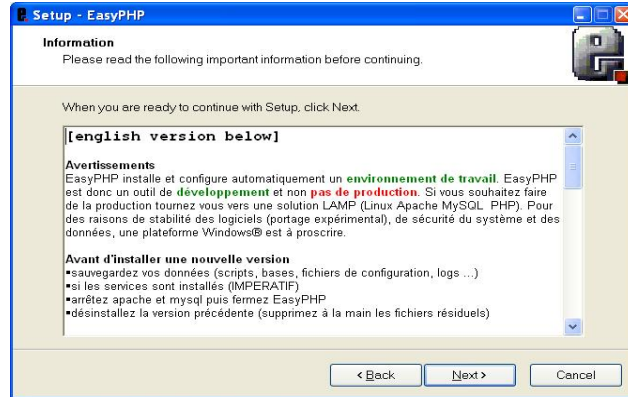


Gráfico 3. 14 Información producto Easyphp

Pulsamos el botón “Next >”

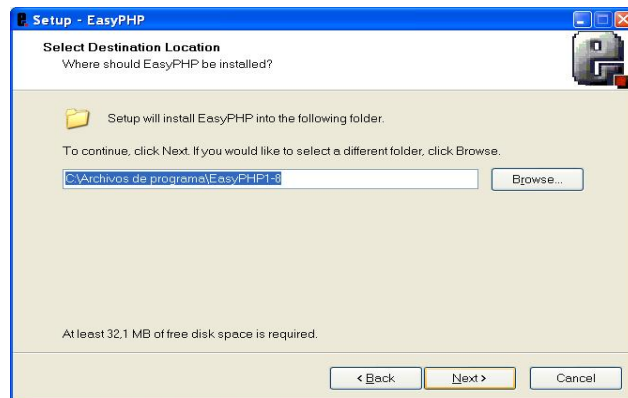
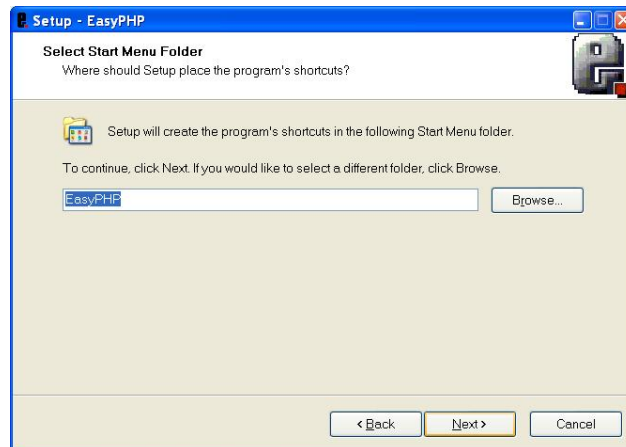


Gráfico 3. 15 Seleccionar la carpeta de destino

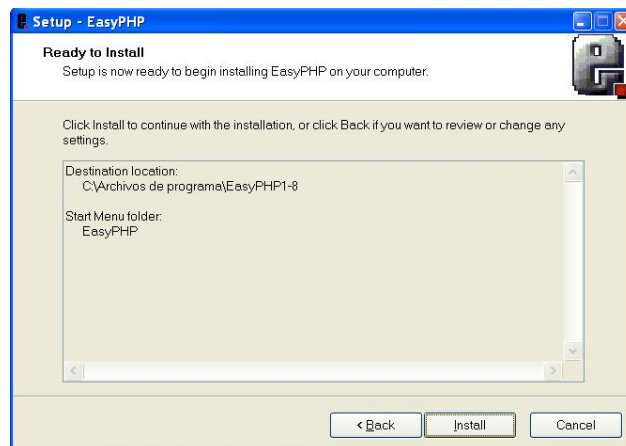
Seleccionamos una carpeta donde realizar la instalación o dejamos la que aparece por defecto C:\Archivos de programa\EasyPHP1-8. Pulsamos el botón “Next >”

## Carpeta del Menú de Inicio



**Gráfico 3. 16** Selección carpeta Menú de Inicio

Se puede dejar la que viene por defecto (EasyPHP). Pulsamos el botón “Next >”



**Gráfico 3. 17** Información de la Instalación

Pulsamos el botón “Install” para comenzar a instalar el producto.


## Instalación finalizada



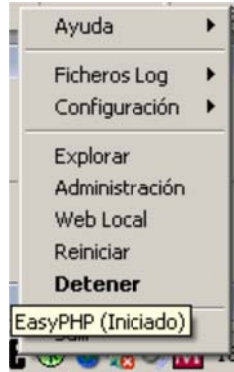
Gráfico 3. 18 Instalación easyphp completada

Pulsamos el botón “Finish”

Una vez terminado la instalación aparecerá una ventana indicando que se ha finalizado la instalación. Espere unos segundos y saldrán otras dos ventanas más, y aparecerá un icono en la barra de estado en la parte baja de la pantalla a la derecha.

El icono será este , con un pequeño punto de color rojo parpadeando, no cierre ninguna de esas ventanas, ni el icono.

La información que tiene disponible desde ese icono si pulsa sobre el botón derecho del ratón sobre él, es la siguiente:



**Gráfico 3. 19** Menú icono easyphp

**Ayuda:** ayuda de EasyPHP

**Ficheros Log:** mensajes de error generados por Apache, MySQL y EasyPHP

**Configuración:** acceso a las diferentes herramientas de configuración

**Explorar:** abre el directorio "e;www"e; en el explorador de Windows

**Web local:** abre la web local (con los directorios que has creado)

**Reiniciar:** reinicia Apache y MySQL

**Iniciar/Detener:** inicia/detiene Apache y MySQL

**Salir:** cierra EasyPHP

### 3.2.2.2 Instalación y Configuración de Oscommerce

#### Descarga de Oscommerce

Realizar la descarga a su computador de la última versión disponible de osCommerce

web oficial de Oscommerce: <http://www.oscommerce.com> web de descarga:

<http://www.oscommerce.com/solutions/downloads>

En esa página ir a la sección de Downloads, y descargar la versión para Windows.

Una vez se haya descargado se debe descomprimir el archivo zip (se necesita tener instalado un programa de compresión/descompresión de archivos zip, como el winzip o winRAR) el contenido que obtendrás serán varias carpetas y archivos que componen los archivos para usar Oscommerce en tu ordenador que son:

**CATALOG**---→ Esta carpeta contiene todos los archivos necesarios para instalar Oscommerce.

Lo siguiente no debe ser subido al servidor:

- Extras ← Información extra sobre la base de datos y plantillas de botones.
- Upgrade.html ← Información de actualización de una versión anterior a esta versión.
- Community\_docs.pdf ← Información sobre módulos del catalogo (está en ingles).
- Documentation.pdf ← Documentación sobre el catalogo Oscommerce (está en ingles).

### **Proceso de instalación de Oscommerce en el PC**

Como primer paso vamos a crear una carpeta llamada Oscommerce y una subcarpeta llamada megakons, en el directorio raíz del computador:

`\oscommerce\megakons`

En esta dirección vamos a pegar la carpeta catalog descomprimida de oscommerce quedando así: \oscommerce\megakons\catalog (las ventajas de hacerlo así es que quizás es más cómodo por si se quiere instalar en otra carpeta dentro de esa oscommerce otra web de Oscommerce o de otro sistema que necesite el php, Apache y MySQL.)

### Crear un Alias en EasyPHP

Para crear un alias debemos pulsar el botón derecho del ratón sobre el icono de EasyPHP que está en la bandeja de estado donde se encuentra el reloj, saldrá un menú contextual sobre el puntero, seleccionamos de entre las opciones que aparecen la de Administración, a continuación se abrirá una ventana del navegador con la dirección `http://127.0.0.1/home/` o `http://localhost/home/` (para esto debe estar iniciado Apache y MySQL)

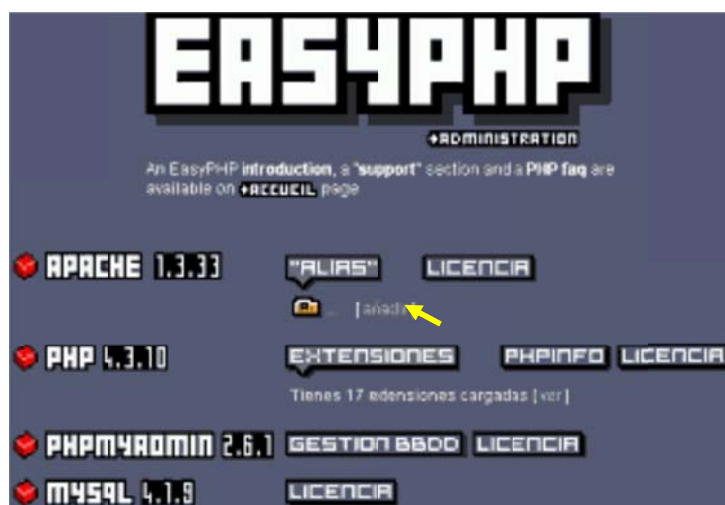
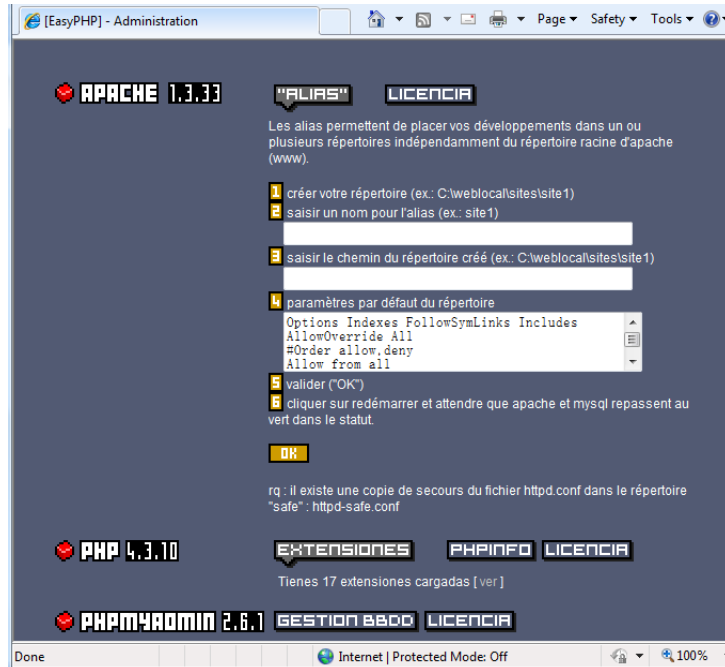


Gráfico 3. 20 Easyphp

Para agregar un Alias observa lo que aparece en el navegador, como en la imagen de arriba, que a la derecha de APACHE aparece: "ALIAS" y justo debajo de eso una carpeta y al lado: [añadir], pulsar sobre [añadir] y aparecerá lo siguiente:



**Gráfico 3. 21** Creación Alias en Easyphp

En la casilla del punto 2 ponemos el alias que queramos, como es para instalar Oscommerce bastara con poner Oscommerce. (en nuestro caso le hemos puesto en la casilla numero 2 de esa pantalla de alias: Megakons)

En la casilla del numero 3 hay que poner la ruta donde están los archivos descomprimidos de Oscommerce (C:\oscommerce\megakons\catalog)

Una vez colocados esos dos datos pulsa en el botón OK que aparece un poco más abajo y aparecerá tras eso lo siguiente:



Gráfico 3. 22 Alias Creado Easyphp

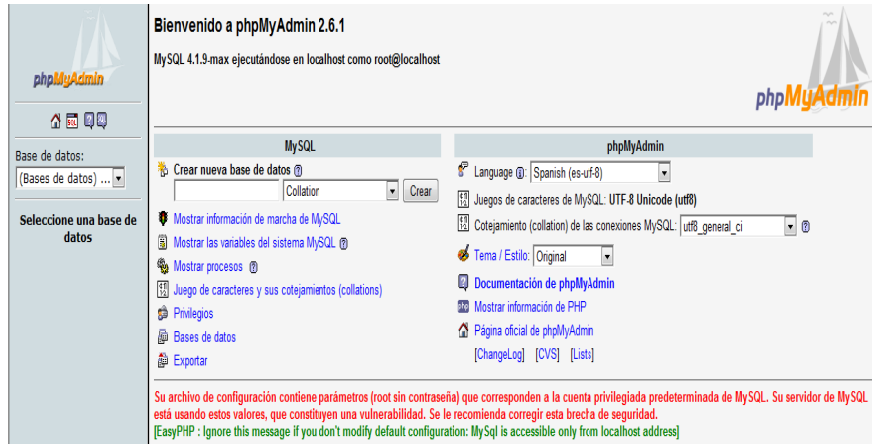
### Creación de la base de datos

De nuevo entra en la Administración de EasyPHP, pulsando con el botón derecho del ratón sobre el icono de la letra e en la bandeja de sistema, aparecerá de nuevo la página <http://127.0.0.1/home/>



Gráfico 3. 23 Botón Gestión BBDD

Pulsar sobre Gestión BBDD y esto abre otra ventana con la dirección <http://127.0.0.1/mysql/>, es el phpMyAdmin :



**Gráfico 3. 24** Inicio PhpMyAdmin

A continuación vamos a crear una base de datos en:



**Gráfico 3. 25** Crear nueva base de datos en PhpMyadmin

En esa casilla en blanco escribimos el nombre de la base de datos (Megakons) que se quiera para la base de datos que usara la instalación de osCommerce en el PC, y en la casilla que está al lado donde aparece Collation escogemos la opción `ascii_general_ci`.

Luego pulsamos en el botón Crear y si no hay error se creara la base de datos con el nombre asignado y saldrá: Base de datos se creo, ....Consulta SQL:.....

Con esto se ha creado la base de datos.

## Comenzar la instalación de Oscommerce

Abrir una ventana del navegador y escribe la dirección:

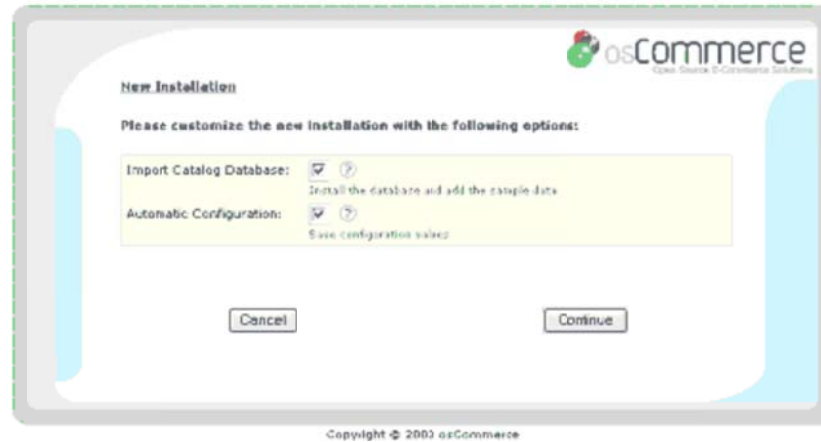
<http://localhost/Megakons/>

Aparecerá la bienvenida a Oscommerce con información en inglés la descripción y dos botones, uno para instalar el Oscommerce (Install) y otro para actualizar (upgrade).



**Gráfico 3. 26** Bienvenido a Oscommerce

Pulsamos Install para comenzar con la instalación y a continuación nos aparecerá una ventana “New Installation”



**Gráfico 3. 27** Nueva Instalación Oscommerce

Hay dos opciones:

**Import Catalog Database:** Dejar marcada, ya que esto es para que Oscommerce instale las tablas de la base de datos que va a necesitar luego para funcionar

**Automatic Configuration:** Debe estar marcada para que los datos de configuración que vamos a dar con esta instalación se guarden en los archivos correspondientes de configuración del Oscommerce (son catalog/includes/configure.php y catalog/admin/includes/configure.php)

Pulsamos en el botón Continúe y saldrá otra página con la "Database Import"

The screenshot shows the 'Database Import' step of the osCommerce installation process. The form is titled 'Please enter the database server information:' and contains the following fields and options:

- Database Server:** A text input field with a help icon. Below it, the text reads 'Hostname or IP-address of the database server'.
- Username:** A text input field with a help icon. Below it, the text reads 'Database username'.
- Password:** A text input field with a help icon. Below it, the text reads 'Database password'.
- Database Name:** A text input field with a help icon. Below it, the text reads 'Database Name'.
- Persistent Connections:** A checkbox with a help icon, currently unchecked.
- Session Storage:** Two radio buttons: 'Files' (which is selected) and 'Database'.

At the bottom of the form are two buttons: 'Cancel' and 'Continue'. The osCommerce logo is in the top right corner, and the copyright notice 'Copyright © 2001 osCommerce' is at the bottom center.

**Gráfico 3. 28** Database Import

Se deben rellenar las casillas con los datos de la base de datos que se creó anteriormente, en el caso de esta instalación en local con EasyPHP sería algo así:

Database Server: localhost

Servidor de la base de datos, es la dirección donde se encuentra la base de datos, dependerá de cada servidor, en este caso está en: localhost

Username: admin

Este es el nombre de usuario de la cuenta que se creó

Password: admin

Database name: (Aquí va el nombre de la base de datos que se ha puesto antes cuando se la creo), en nuestro caso creamos una base de datos llamada: Megakons

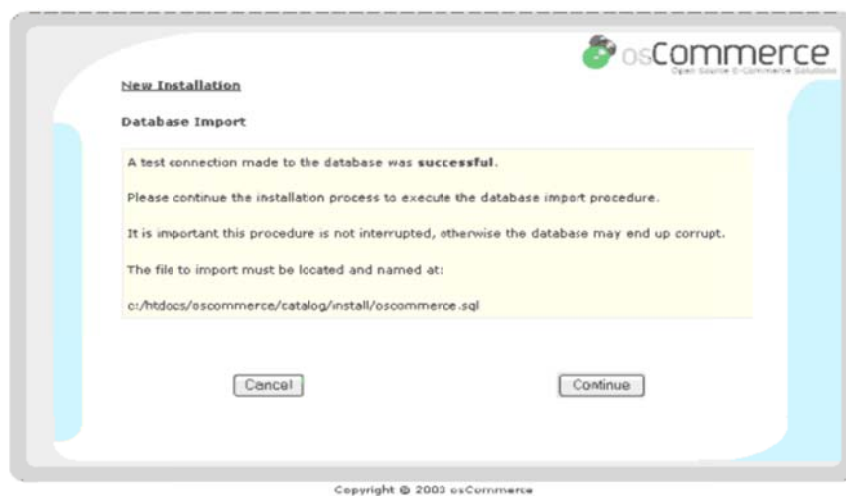
Persistent Connections: deja en blanco esta casilla

Note: Persistent connections should be disabled for shared servers.

Session Storage: Marcar en Files (viene así por defecto)

Aquí se debe marcar donde se quiera que se guarden los datos de las sesiones, si en un archivo o si en la base de datos, además escogemos donde, si marcamos Database Guardará las sesiones en la base de datos, y si elegimos Files se guardarán las sesiones en un archivo del disco duro

Tras esto pulsar en el botón Continuar



**Gráfico 3. 29** Database Import Test Connection

El test de conexión con la base de datos a funcionado correctamente si sale esa pantalla de no ser así aparecerá un error: Lost connection to mysql server during Query puede ser por varias cosas, pulse en el botón Back en ese caso, y compruebe que este todo bien en los datos que introdujo.

Pulsar entonces en el botón Continue y aparecerá ahora la ventana en la que informa que se ha importado correctamente las tablas de la base de datos desde el fichero oscommerce.sql que indicábamos antes, se ve en la imagen siguiente:



**Gráfico 3. 30** Database Import Successful

The database import was successful!

Pulsar en Continue y Aparecerá una pantalla con la configuración de Oscommerce en nuestra instalación



**Gráfico 3. 31** Configuración Oscommerce Instalación

"Please enter the web server information:"

Estas casillas aparecerán rellenas por si solas y no hay que cambiar nada

WWW Address: Dirección del catalogo de la tienda, con catalog/ al final será algo así: `http://localhost/megakons/catalog/`

Webserver Root Directory: Esto es la dirección absoluta de la pagina web `C:\oscommerce\Megakons\catalog`

HTTP Cookie Domain: Esta es la dirección normal de tu web sin el /catalog/ y sin `http://`, es donde se guarda las cookies

HTTP Cookie Path: En el ejemplo de este tutorial nos aparece: `/oscommerce/`

Pulse en el botón Continue y ahora saldrá la ventana



**Gráfico 3. 32** Configuración Exitosa

La configuración ha sido correcta

En esta ventana aparecen dos botones

- Catalog
- Administration Tool

1. Para ver el catalogo pulse en el botón catalog

2. Para ver la administración de Oscommerce pulse en el botón Administration Tool

Para ver el catalogo pulse en el botón catalog y se abrirá una nueva ventana del navegador que mostrara la portada de Oscommerce

Una vez instalado oscommerce se recomienda eliminar la carpeta install del directorio donde está instalado oscommerce para así evitar una posible reinstalación y pueda ocasionar fallas.



Gráfico 3. 33 Oscommerce

### **3.2.2.1 Base de Datos de Oscommerce**

Oscommerce cuenta con una base de datos ya desarrollada la cual contiene la siguiente estructura:

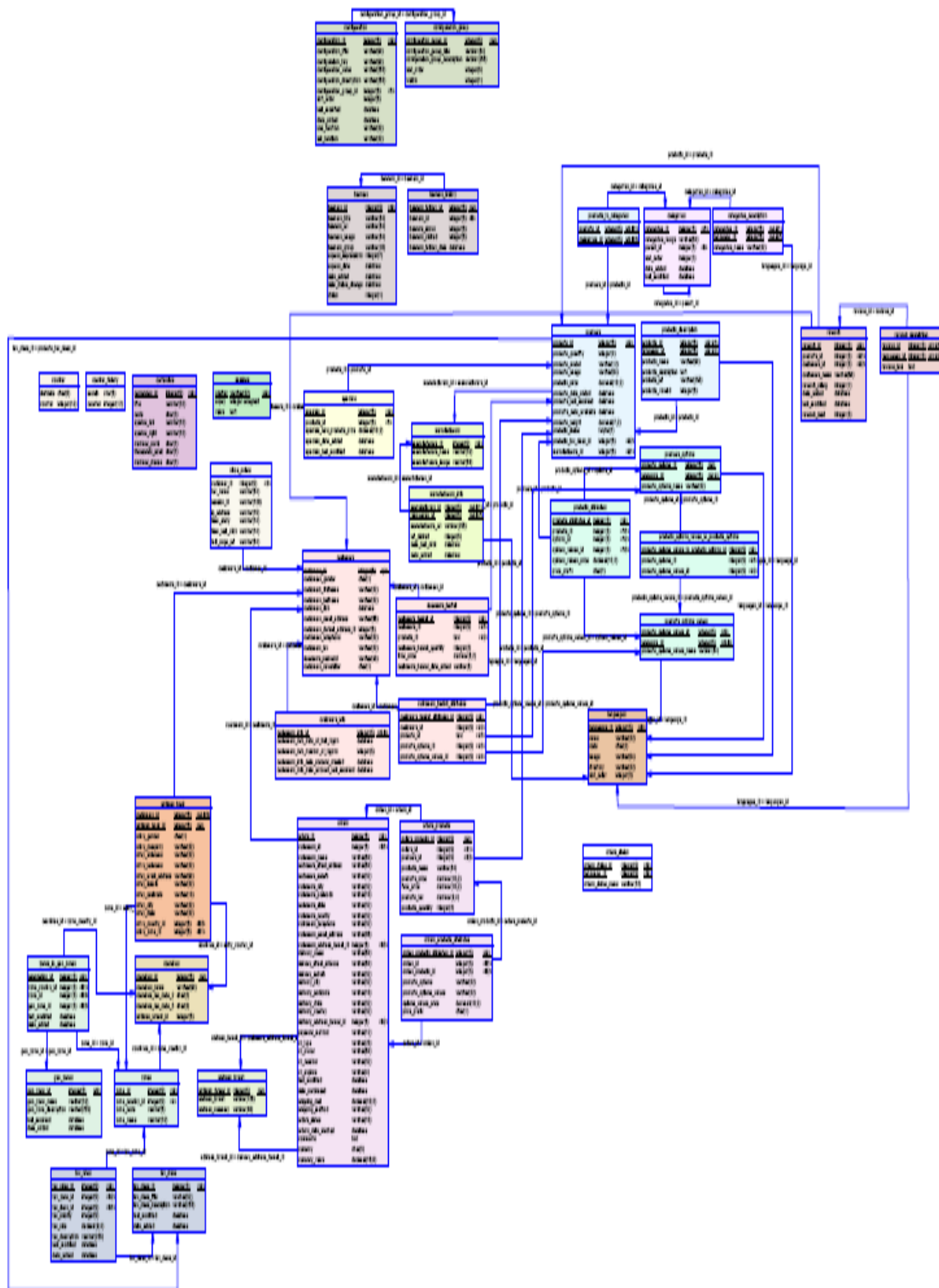


Gráfico 3. 34 Estructura de las Tablas de la Base de Datos Oscommerce

Tabla	Acción	Registros	Tipo	Collation	Tamaño	Residuo a depurar
address_book		2	MyISAM	ascii_general_ci	3.1 KB	-
address_format		5	MyISAM	ascii_general_ci	2.5 KB	-
administrators		2	MyISAM	ascii_general_ci	2.1 KB	-
banners		0	MyISAM	ascii_general_ci	3.2 KB	184 Bytes
banners_history		0	MyISAM	ascii_general_ci	3.2 KB	250 Bytes
categories		48	MyISAM	ascii_general_ci	5.3 KB	-
categories_description		96	MyISAM	ascii_general_ci	9.9 KB	316 Bytes
configuration		149	MyISAM	ascii_general_ci	26.2 KB	-
configuration_group		15	MyISAM	ascii_general_ci	2.9 KB	-
counter		1	MyISAM	ascii_general_ci	1.0 KB	-
counter_history		0	MyISAM	ascii_general_ci	1.0 KB	-
countries		239	MyISAM	ascii_general_ci	16.1 KB	-
currencies		2	MyISAM	ascii_general_ci	3.1 KB	-
customers		2	MyISAM	ascii_general_ci	3.2 KB	-
customers_basket		1	MyISAM	ascii_general_ci	3.1 KB	72 Bytes
customers_basket_attributes		0	MyISAM	ascii_general_ci	1.0 KB	-
customers_info		2	MyISAM	ascii_general_ci	2.1 KB	-
geo_zones		1	MyISAM	ascii_general_ci	2.1 KB	-
languages		2	MyISAM	ascii_general_ci	3.1 KB	40 Bytes
manufacturers		16	MyISAM	ascii_general_ci	3.7 KB	40 Bytes
manufacturers_info		32	MyISAM	ascii_general_ci	3.3 KB	436 Bytes

Gráfico 3. 35 Tablas de la Base de Datos en PhpMyAdmin

### 3.2.3 Personalización del Sistema de Gestión de Comercio Electrónico de Nivel 4

Para poder realizar modificaciones necesitamos de una herramienta que nos permita editar archivos php o en su caso utilizaremos la parte de edición de archivos en el administrador de la página. A continuación revisaremos todas las modificaciones realizadas una vez configurado oscommerce.

#### 3.2.3.1 Encabezado de la Página

Para modificar esta parte abrimos el archivos header.php que se encuentran en el directorio /catalog/includes/.

En este caso se ha modificado todo el encabezado ingresando un archivo flash y un menú superior con imágenes desde la línea después de: “?” como se muestra a continuación:

```
?>
<table width="950" align="center" cellpadding="0" cellspacing="0" >
  <tr>
    <td>
      <script src="Scripts/AC_RunActiveContent.js" type="text/javascript"></script>
      <table width=100% align=center cellpadding=0 cellspacing=0 >
        <tr> <td bgcolor="#292929" width=100% height=120 align=center valign=top>
          <object          classid="clsid:D27CDB6E-AE6D-11cf-96B8-444553540000"
codebase="http://download.macromedia.com/pub/shockwave/cabs/flash/swflash.cab
#version=9,0,28,0" name="Banner 53" width="778" height="128" align="left"
id="Banner 53">
            <param name="movie" value="images/Banner 53.swf" />
            <param name="quality" value="high" /><param name="BGCOLOR"
value="#F0F0F0" />
            <embed src="images/Banner 53.swf" width="778" height="128" align="left"
quality="high"
pluginspage="http://www.adobe.com/shockwave/download/download.cgi?P1_Prod_
Version=ShockwaveFlash" type="application/x-shockwave-flash" name="Banner
53" bgcolor="#F0F0F0"></embed>
          </object>
          <img src=images/megakons_mgk.jpg width=172 height=128 border=0>
```

```

</td></tr>
<tr><td bgcolor=#292929 height=55 class=bg2 align=center><img
src=images/m20.gif width=122 height=55 border=0><?php echo '<a href="" .
tep_href_link(FILENAME_DEFAULT) . ""><img src=images/m15.jpg width=94
height=55 border=0>'><?php echo '<a href="" .
tep_href_link(FILENAME_PRODUCTS_NEW) . ""><img src=images/m16.jpg
width=145 height=55 border=0>'><?php echo '<a href="" .
tep_href_link(FILENAME_ACCOUNT, "", 'SSL') . ""><img src=images/m17.jpg
width=177 height=55 border=0>'><?php echo '<a
href="" . tep_href_link(FILENAME_SHOPPING_CART). ""><img
src=images/m18.jpg width=161 height=55 border=0>'><?php echo '<a href="" .
tep_href_link(FILENAME_CHECKOUT_SHIPPING, "", 'SSL') . ""><img
src=images/m19.jpg width=129 height=55 border=0>'><img src=images/m20.gif
width=122 height=55 border=0></td></tr>
</table>

```

Dentro de la página se muestra de la siguiente manera:



Gráfico 3. 36 Banner del Encabezado

### 3.2.3.2 Cambiar Títulos de la Página

Para cambiar los títulos como los de las cajas de texto(Novedades, Categorías, etc..) tenemos que editar dos archivos dependiendo de que necesitamos editar; estos archivos se encuentran en \catalog\includes\languages, como se esta utilizando el lenguaje español se necesita abrir el archivo del lenguaje español que es español.php donde editamos lo siguiente:

```
define('BOX_INFORMATION_SPECIALS', 'OFERTAS');  
define('BOX_DROPDOWN_MENUS', 'IR A...');
```

En el directorio \catalog\includes\languages\espanol podemos encontrar varios archivos los cuales contienen la definición de los textos dependiendo de la ventana que necesitamos cambiarlos para este sistema se editaron varios archivos de los cuales nombraremos solo dos:

#### **Index.php:**

```
define('TEXT_MAIN', "");  
define('TABLE_HEADING_NEW_PRODUCTS', 'Nuevos Productos');  
define('TABLE_HEADING_UPCOMING_PRODUCTS', 'Próximamente');  
define('TABLE_HEADING_DATE_EXPECTED', 'Lanzamiento');
```

**Specials.php:**

```
define('NAVBAR_TITLE', 'OFERTAS');  
define('HEADING_TITLE', 'Aprovecha de Nuestras Ofertas');
```

**3.2.3.3 Imágenes Predeterminadas**

Para cambiar las imágenes predeterminadas existen dos maneras de hacerlo; la primera es reemplazar la imagen que queremos que aparezca con el nombre y la extensión de la imagen con la que se encuentra en el directorio /catalog/images.

La segunda forma es copiar las imágenes que necesitamos con cualquier nombre y extensión en el directorio /catalog/images; una vez realizado esto tenemos que identificar en que pagina nos aparece esa imagen y procedemos a abrir el archivo para modificar la línea correspondiente para reemplazar con el nombre y la extensión de nuestra imagen

**3.2.3.4 Bloques laterales**

Para mover los bloques desde el lado derecho al izquierdo en este caso el de Búsqueda Rápida e Información y eliminar Moneda y Lenguajes se necesita editar los archivos php: column\_left.php y column\_right.php, que se encuentran en el directorio /catalog/includes/.

En el archivo column\_left.php procedemos a copiar las siguientes líneas para luego comentarlas o borrarlas para que no se muestren en el bloque izquierdo:

```
require(DIR_WS_BOXES . 'search.php');
```

```
require(DIR_WS_BOXES . 'information.php');
```

Ahora ingresamos al archivo column\_right.php y pegamos las líneas anteriores esta vez para que aparezca en la parte derecha; además para quitar los bloques de Moneda y Lenguajes borramos o comentamos las siguientes líneas:

```
include(DIR_WS_BOXES . 'languages.php');
```

```
include(DIR_WS_BOXES . 'currencies.php');
```

Una vez realizado lo anterior nuestra página quedara de la siguiente manera:

The screenshot displays the MEGAKONS S.A. website interface. At the top, there is a banner for MEGAKONS S.A. with the tagline "Construyendo Confianza" and a row of logos for various brands including Teka, Eternit, HIDRO, S, SILENDIO, SELVALEGRE, IdealAlambre, IQUIASA, VETO, INCABLE, INDELTRO, and INK. Below the banner is a navigation menu with links: INICIO, NUEVOS PRODUCTOS, MI CUENTA, CARRO DE COMPRAS, and REALIZAR PEDIDO.

The main content area is divided into three sections:

- CATEGORIAS:** A list of product categories with counts in parentheses, such as "TUBERIA Y ACCESORIOS (19)", "MANGUERA Y ACCESORIOS (18)", "TUBERIA HG, MALLAS, CLAVOS (13)", "ACCESORIOS HG Y REJILLAS (4)", "MATERIAL ELECTRICO (26)", "CUBIERTAS Y ACCESORIOS (10)", "LLAVES Y VALVULAS (8)", "GRIFERIA (20)", "SANITARIOS (14)", "CALEFONES Y LAVADEROS", "VARIOS FERRETERIA", "PINTURAS", and "CERAMICA Y COMPLEMENTOS (2)". Below this is a search bar labeled "IR A..." and a "FABRICANTES" section with a "Seleccione" dropdown.
- Nuevos Productos:** A grid of nine product listings, each with an image, name, and price:
  - INODORO LIDO STAND. BLANCO: \$59.24
  - INODORO GINEBRA: \$126.35
  - LAVABO LIRIO BONE: \$113.44
  - LAV. AVIGNON 8S BONE 52CM C/M BL: \$176.94
  - PALANCA ACCIONAMIE.CROMADA FV DH: \$1.42
  - ASIENTO ECONOMICO GRIS: \$5.95
  - JUEGO DE 6 ACCESO.PORCE.BLAN: \$11.34
  - LAVABO VENECIA BLANCO: \$46.59
  - LAVABO GALA BONE: \$32.75
- COMPRAS:** Shows "0 productos".
- OFERTAS:** Features a "BonDEX Estandar 25KG" bag with a price reduction from \$5.55 to \$4.60.
- COMENTARIOS:** A message stating "En este momento, no hay ningún comentario".
- Búsqueda Rápida:** A search bar with a magnifying glass icon and a link to "Búsqueda Avanzada".
- INFORMACION:** A section with the text "Contáctenos".

Gráfico 3. 37 Pantalla Bloques laterales cambiados

### 3.2.3.5 Exportar Catálogo en PDF

Es un adicional el cual tenemos que seguir los siguientes pasos para implementarlo:

1 – Copiar los siguientes archivos en el respectivo directorio:

- catalog/admin/Font,
- catalog/admin/pdf\_catalogue.php,
- catalog/admin/pdf\_config.php,
- catalog/admin/pdf\_define\_intro.php,
- catalog/admin/pdf\_fpdf.php,
- catalog/admin/pdf\_gif.php,
- catalog/admin/includes/languages/espanol/pdf\_catalogue.php

2 – En el directorio catalog/admin/includes/ilenames.php insertar la siguiente línea al final del archivo justo después de: '>' :

```
define('FILENAME_PDF_CATALOGUE', 'pdf_catalogue.php');
define('FILENAME_PDF_DEFINE_INTRO', 'pdf_define_intro.php');
define('FILENAME_PDF_LINK', './catalogues/catalog_2.pdf');
```

3 - En catalog/admin/includes/languages/espanol.php insertar la siguiente línea:

```
define('BOX_TOOLS_PDF_CATALOGUE',          'Generate          Catalog(s)');
define('PDF_DEFINE_INTRO', 'This presentation will be used as the introduction
```

```

of the PDF catalogues and presentation page.');"
define('BOX_INFORMATION_PDF_DEFINE_INTRO', 'PDF Introduction'
define('BOX_TOOLS_PDF_LINK', 'View PDF Document');

```

En catalog/admin/includes/languages/espanol/categories.php

```

define('TABLE_HEADING_CATEGORIES_LEVEL', 'Level');
define('TEXT_CATEGORIES_LEVEL', 'Categoria level:');
define('TEXT_EDIT_CATEGORIES_LEVEL', 'Categoria level:');

```

4 - En catalog/admin/includes/boxes/tools.php, o cualquier otro bloque, insertar la siguiente línea:

```

'<a href="" . tep_href_link(FILENAME_PDF_CATALOGUE) . "'
class="menuBoxContentLink">' . BOX_TOOLS_PDF_CATALOGUE . '</a><br>' .
'<a href="" . tep_href_link(FILENAME_PDF_DEFINE_INTRO) . "'
class="menuBoxContentLink">' . BOX_INFORMATION_PDF_DEFINE_INTRO .
'</a><br>' . ' <a href="" . tep_href_link(FILENAME_PDF_LINK) .
"class="menuBoxContentLink" target="_blank" >' . BOX_TOOLS_PDF_LINK.
'</a><br>' .

```

5 - Copiar la siguiente función desde admin/include/functions/languages.php dentro de admin/include/functions/general.php

```

function tep_get_languages_directory($code) {

```

```

global $languages_id;

$language_query = tep_db_query("select languages_id, directory from " .
TABLE_LANGUAGES . " where code = '" . tep_db_input($code) . "'");

if (tep_db_num_rows($language_query)) {
    $language = tep_db_fetch_array($language_query);
    $languages_id = $language['languages_id'];
    return $language['directory'];
} else {
    return false;
}
}
}

```

6 - Buscar y completar en catalog/admin/categories.php lo siguiente:

**Paso (a).**

```

    case 'insert_category':

    case 'update_category':

        if (isset($HTTP_POST_VARS['categories_id'])) $categories_id =
tep_db_prepare_input($HTTP_POST_VARS['categories_id']);

        $sort_order = tep_db_prepare_input($HTTP_POST_VARS['sort_order']);

        $sql_data_array = array('sort_order' => $sort_order);

// Inicio

        $categories_level =
tep_db_prepare_input($HTTP_POST_VARS['categories_level']);

```

```

    $sql_data_array2 = array('categories_level' => $categories_level);
    $sql_data_array = array_merge($sql_data_array, $sql_data_array2);
// Fin

```

**Paso (b).**

```

<!-- Inicio -->
        <td class="dataTableHeadingContent" align="center"><?php
echo TABLE_HEADING_CATEGORIES_LEVEL; ?></td>
<!-- Fin -->
        <td class="dataTableHeadingContent" align="right"><?php echo
TABLE_HEADING_ACTION; ?>&nbsp;  </td>
    </tr>
<?php
    $categories_count = 0;
    $rows = 0;
    if (isset($_HTTP_GET_VARS['search'])) {
        $search = tep_db_prepare_input($_HTTP_GET_VARS['search']);
// Inicio
        $categories_query = tep_db_query("select c.categories_id, cd.categories_name,
c.categories_image, c.parent_id, c.sort_order, c.categories_level, c.date_added,
c.last_modified from " . TABLE_CATEGORIES . " c, " .
TABLE_CATEGORIES_DESCRIPTION . " cd where c.categories_id =
cd.categories_id and cd.language_id = '" . (int)$languages_id . "' and

```

```

cd.categories_name like "%" . tep_db_input($search) . "%' order by c.sort_order,
cd.categories_name");

    } else {

        $categories_query = tep_db_query("select c.categories_id, cd.categories_name,
c.categories_image, c.parent_id, c.sort_order, c.categories_level, c.date_added,
c.last_modified from " . TABLE_CATEGORIES . " c, " .
TABLE_CATEGORIES_DESCRIPTION . " cd where c.parent_id = " .
(int)$current_category_id . " and c.categories_id = cd.categories_id and
cd.language_id = " . (int)$languages_id . " order by c.sort_order,
cd.categories_name");

    }

// Fin

```

### Paso (c).

```

<td class="dataTableContent" align="center">&nbsp;</td>

<!-- Inicio -->

        <td class="dataTableContent" align="center"><?php echo
$categories['categories_level']; ?></td>

<!-- Fin -->

        <td class="dataTableContent" align="right"><?php if (isset($cInfo) &&
is_object($cInfo) && ($categories['categories_id'] == $cInfo->categories_id) ) {
echo tep_image(DIR_WS_IMAGES . 'icon_arrow_right.gif', ""); } else { echo '<a
href=" . tep_href_link(FILENAME_CATEGORIES, 'cPath=' . $cPath . '&cID=' .

```

```
$categories['categories_id'] . "'>' . tep_image(DIR_WS_IMAGES . 'icon_info.gif',
IMAGE_ICON_INFO) . '</a>'; } ?>&nbsp;</td>
```

**Paso (d).**

```
<td class="dataTableContent"><?php echo '<a href="' .
tep_href_link(FILENAME_CATEGORIES, 'cPath=' . $cPath . '&pID=' .
$products['products_id'] . '&action=new_product_preview&read=only') . "'>' .
tep_image(DIR_WS_ICONS . 'preview.gif', ICON_PREVIEW) . '</a>&nbsp;';' .
$products['products_name']; ?></td>
```

```
<!-- Inicio -->
```

```
<td class="dataTableContent" align="center">&nbsp;</td>
```

```
<!-- Fin -->
```

**Paso (e).**

```
<!-- Inicio -->
```

```
<td class="dataTableContent" align="center">&nbsp;</td>
```

```
<!-- Fin -->
```

```
<td class="dataTableContent" align="right"><?php if (isset($pInfo) &&
is_object($pInfo) && ($products['products_id'] == $pInfo->products_id)) { echo
tep_image(DIR_WS_IMAGES . 'icon_arrow_right.gif', ""); } else { echo '<a href="' .
tep_href_link(FILENAME_CATEGORIES, 'cPath=' . $cPath . '&pID=' .
$products['products_id']) . "'>' . tep_image(DIR_WS_IMAGES . 'icon_info.gif',
IMAGE_ICON_INFO) . '</a>'; } ?>&nbsp;</td>
```

**Paso (f).**

```

$contentts[] = array('text' => '<br>' . TEXT_SORT_ORDER . '<br>' .
tep_draw_input_field('sort_order', "", 'size="2"'));

// Inicio

$contentts[] = array('text' => '<br>' . TEXT_CATEGORIES_LEVEL . '<br>' .
tep_draw_input_field('categories_level', "", 'size="2"'));

// Fin

$contentts[] = array('align' => 'center', 'text' => '<br>' .
tep_image_submit('button_save.gif', IMAGE_SAVE) . ' <a href="' .
tep_href_link(FILENAME_CATEGORIES, 'cPath=' . $cPath) . '">' .
tep_image_button('button_cancel.gif', IMAGE_CANCEL) . '</a>');

```

**Paso (g).**

```

$contentts[] = array('text' => '<br>' . TEXT_EDIT_SORT_ORDER . '<br>' .
tep_draw_input_field('sort_order', $cInfo->sort_order, 'size="2"'));

// Inicio

$contentts[] = array('text' => '<br>' . TEXT_EDIT_CATEGORIES_LEVEL . '<br>' .
tep_draw_input_field('categories_level', $cInfo->categories_level, 'size="2"'));

// Fin

$contentts[] = array('align' => 'center', 'text' => '<br>' .
tep_image_submit('button_save.gif', IMAGE_SAVE) . ' <a href="' .
tep_href_link(FILENAME_CATEGORIES, 'cPath=' . $cPath . '&cID=' . $cInfo-

```

```
>categories_id) . "'>' . tep_image_button('button_cancel.gif', IMAGE_CANCEL) .
'</a>');
```

### 3.2.3.6 Editar la hoja de estilos

En el archivo stylesheet.php que se encuentra en el directorio /catalog/ donde editamos los estilos de la página como colores y tipos de letra. Una vez abierto el archivo encontraremos lo siguiente y que podemos hacer con cada uno de ellos en este caso se eligió solo los modificados en la página:

**A:** Cambia los colores de texto en los bloques de la izquierda y la derecha y el texto del bloque de información.

```
A {
    color: #000000;
    text-decoration: none;
}
```

**A.hover:** Color de los enlaces cuando se pasa por encima con el ratón

```
A:hover {
    color: #993300;
    text-decoration: underline;
}
```

**BODY:**

- Color de fondo en el cuerpo del texto pero no en el encabezado.
- Establece el color del borde que rodea la página.
- Establece el borde superior a 10 con el mismo color y esto desplegará la tabla.

```
BODY {  
    background: #969696;  
    color: #000000;  
    margin: 0px;  
}
```

**TABLE.infoBox**

- Color del borde alrededor de los bloques de la columna de la derecha y la izquierda en la sección de fondo.

```
.infoBox {  
    background: #000000;  
}
```

**TABLE.infoBoxContents**

- Color dentro de los bloques de las columnas de la izquierda y la derecha en la sección del fondo.

```
.infoBoxContents {  
    background: #f8f8f9;  
    font-family: Verdana, Arial, sans-serif;  
    font-size: 10px;  
}
```

**TD.infoBoxHeading:** Color del encabezado y el texto de los bloques de las columnas de la izquierda y la derecha.

```
TD.infoBoxHeading {  
    font-family: Verdana, Arial, sans-serif;  
    font-size: 12px;  
    font-weight: bold;  
    background: #000000;  
    color: #ffffff;  
}
```

### 3.2.3.7 Idioma de la Fecha

Si utilizamos Windows como nuestro S.O. para cambiar el idioma de la fecha que aparece en varios lugares de la pagina se necesita editar el archivo: `espanol.php`, que se encuentran en el directorio `/catalog/includes/languages`.

Una vez abierto el archivo debemos encontrar la siguiente línea:

```
@setlocale(LC_TIME, es_ES.ISO_8859-1);
```

Y reemplazamos por la siguiente línea:

```
@setlocale(LC_TIME, 'esp');
```

## CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Verificación de la Hipótesis

#### 4.1.1 Metodología

Para la verificación de la hipótesis se utiliza el modus Ponendo Ponens de la lógica proposicional que dice: “Dada una proposición condicional y la afirmación del antecedente, puede concluirse la afirmación del consecuente”.

$$\begin{array}{c} P \rightarrow Q \\ P \\ \hline Q \end{array}$$

La hipótesis planteada a este proyecto es: “la implementación de un sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4 lograra que los clientes de la empresa MEGAKONS S.A. obtengan mayor accesibilidad a precios y productos, lográndose un incremento de ventas y que la empresa tenga una imagen corporativa a nivel web”. Por lo tanto se obtiene:

**P:** Con la implementación de un sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4 (premisa verdadera)

**Q:** Se logrará que los clientes de la empresa MEGAKONS S.A. obtengan mayor accesibilidad a precios y productos, lográndose un incremento de ventas y que la empresa tenga una imagen corporativa a nivel web.

**Entonces:**

**(P)** Con la implementación de un sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4

→

**(Q)** se lograra que los clientes de la empresa MEGAKONS S.A. obtengan mayor accesibilidad a precios y productos, lográndose un incremento de ventas y que la empresa tenga una imagen corporativa a nivel web

**(P)** Con la implementación de un sistema de gestión de comercio electrónico de nivel 4.

---

**(Q)** se lograra que los clientes de la empresa MEGAKONS S.A. obtengan mayor accesibilidad a precios y productos, lográndose un incremento de ventas y que la empresa tenga una imagen corporativa a nivel web.

Con lo que mediante la utilización de este teorema la hipótesis queda demostrada.

Además para la comprobación de esta hipótesis se han hecho preguntas verbales a clientes lo cuales en un gran porcentaje han respondido que es una ayuda al momento de obtener información de productos, novedades, ofertas; por lo que las ventas en la empresa según los indicadores de medición se han incrementado en un porcentaje razonable.

## 4.2 Conclusiones

- Al utilizar Oscommerce una herramienta de software libre, en la creación del sistema de comercio electrónico, nos permite desarrollar una web completa sin necesidad de pagar por licencia alguna
- Se puede realizar cualquier actualización, modificación y creación de productos en el sitio web en poco tiempo y con un mínimo de esfuerzo, gracias a la administración del sitio que incorpora Oscommerce.
- La empresa Megakons al contar con un sistema de comercio electrónico crea una nueva vía de comunicación con los clientes dando a conocer los productos que oferta sin la necesidad de dirigirse a la empresa.
- El comercio electrónico es una buena opción para incursionar en el mundo de los negocios el cual despierta interés y se podría tener presencia con productos que sean competitivos y aceptados por los usuarios de Internet.
- El Comercio electrónico está en pleno crecimiento y en una nueva sociedad como la nuestra tenemos que adaptarnos a los cambios, a los nuevos retos que la tecnología nos pone porque si no evolucionamos conjuntamente, el futuro nos rebasará y no seremos competitivos con nuestros productos o servicios que estamos ofreciendo o llegemos a ofrecer.

- En el área de administración, Oscommerce concentra una cantidad de parámetros que se pueden configurar utilizando editores web como a Adobe Dreamweaver CS3 compatibles con estilos de cascada y PHP y MySQL.

### 4.3 Recomendaciones

- En la Instalación de Oscommerce la tienda virtual viene cargada con unos artículos de ejemplo, está bien tenerlos de guía, para ver como se definen, pero una vez vistos lo más seguro es que los borremos de forma casi inmediata desde la administración de la aplicación.
- Innovar y actualizar las páginas y servicios en el sistema de comercio electrónico con el fin de lograr mantener una ventaja competitiva con referencia a las demás empresas en la web.
- Utilizar herramientas de software libre en el diseño y construcción de un sistema de comercio electrónico, para que permita realizar cambios de acuerdo a las necesidades de la empresa sin ningún costo adicional.
- El administrador del sitio web actualice los datos del sistema de comercio electrónico, ya que se trabaja con gran cantidad de información tales como fotografías de los productos que ocupan espacio en el servidor.

## BIBLIOGRAFIA

### Libros

CETTICO(Centro de Transferencia Tecnológica en Informática y Comunicaciones )  
Enciclopedia de Informática y Computación – Deontología Informática, Antonio  
 López. Edición: 84-8055-195-X. Lugar de Publicación: España CULTURAL S.A.,  
 1998

Dr. Ravi Kalakota y Marcia Robinson, Del e-Commerce al e-business. Addison  
 Wesley. Edición: 978-968-444-519-2. Lugar de Publicación: México Pearson  
 Education, 2001

### Sitios WEB

RODRÍGUEZ ÁVILA, Eduardo René, Comercio electrónico, disponible en  
<http://homepage.mac.com/eravila/eCommerceI.pdf> (03/09/2009)

SIMÓN Marcelo; DE ARCHETE Mónica, Año 2005, Negocios en Internet,  
 disponible en: <http://www.gestionyestrategia.com/doc/neginetnet05.pdf>  
 (21/09/2009)

PINEDO FAJARDO, Santiago, E-commerce vs E-bussines, 2 Agosto/ 2006  
 disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos36/e-business-e-commerce/e-business-e-commerce.shtml> (03/09/2009)

Universidad Javeriana, HECTOR JOSE GARCIA SANTIAGO, Seguridad en el  
 Comercio Electrónico, Marzo 2004 disponible en:  
<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere6/DEFINITIVA/TESIS24.pdf>  
 (03/09/2009)

Dglibre, OSWAL, Los mejores cms para crear tu propia tienda online, 25 Enero  
 2009, disponible en: <http://dglibre.com/2009/01/25/los-mejores-cms-para-crear-tu-propia-tienda-online/> (08/01/2010)

Desarrollo web, MIGUELO, Introducción a la tienda virtual gratuita OsCommerce,  
 repasando sus principales características, 1 Septiembre 2005, disponible en:  
<http://www.desarrolloweb.com/articulos/2132.php> (08/01/2010)

WIKIPEDIA, Servidor HTTP Apache  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor\\_HTTP\\_Apache](http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor_HTTP_Apache) (10/01/2010)

ENRIQUEZ TOLEDO Alma; MALDONADO AYALA Jesús; NAKAMURA ORTEGA Yunko y NOGUERÓN TOLEDO Goretty, disponible en  
<http://www.uaem.mx/posgrado/mcruz/cursos/miic/MySQL.pdf> (10/01/2010)

COLVÉE, José Luis, disponible en:  
[http://www.usc.es/atpemes/IMG/pdf/librodominios\\_Internet\\_anetcom.pdf](http://www.usc.es/atpemes/IMG/pdf/librodominios_Internet_anetcom.pdf)  
(07/01/2010)

ENTREBITS, Foro, Hardware del Servidor  
<http://www.entrebts.cl/foros/internet-networking/3335-hardware-del-servidor.html>  
(12/01/2010)

## GLOSARIO

### B

**BBDD** abreviatura para Base de Datos

### C

**CMS** sistema de gestión de contenidos (en inglés Content Management System, abreviado CMS) es un programa que permite crear una estructura de soporte (framework) para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web.

**COOKIE** es un fragmento de información que se almacena en el disco duro del visitante de una página web a través de su navegador, a petición del servidor de la página. Esta información puede ser luego recuperada por el servidor en posteriores visitas.

### G

**GNU GPL** (General Public License) La Licencia Pública General es una licencia que está orientada principalmente a proteger la libre distribución, modificación y uso de software. Su propósito es declarar que el software cubierto por esta licencia es software libre y protegerlo de intentos de apropiación que restrinjan esas libertades a los usuarios.

## H

**HOSTING** alojamiento web (en inglés web hosting) es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía Web

**HTML** es el acrónimo inglés de HyperText Markup Language, que se traduce al español como Lenguaje de Etiquetas de Hipertexto

## I

**ICQ** es un cliente de mensajería instantánea y el primero de su tipo en ser ampliamente utilizado en Internet, mediante el cual es posible chatear y enviar mensajes instantáneos a otros usuarios conectados a la red de ICQ

## L

**LOCALHOST** es un nombre reservado que tienen todas las computadoras, router o dispositivo independientemente de que disponga o no de una tarjeta de red ethernet. El nombre localhost es traducido como la dirección IP de loopback 127.0.0.1 en IPv4

## P

**PATH** una ruta (en inglés path) es la forma de referenciar un archivo informático o directorio en un sistema de archivos de un sistema operativo determinado. Una ruta

señala la localización exacta de un archivo o directorio mediante una cadena de caracteres concreta.

**PAYPAL** es una empresa estadounidense perteneciente al sector del comercio electrónico por Internet que permite la transferencia de dinero entre usuarios que tengan correo electrónico, una alternativa al tradicional método en papel como los cheques o giros postales.

**PHP** es un lenguaje de programación usado normalmente para la creación de páginas web dinámicas. PHP es un acrónimo recursivo que significa "PHP Hypertext Pre-processor" (inicialmente PHP Tools, o, Personal Home Page Tools)

## **R**

**RSS** es una familia de formatos de fuentes web codificados en XML. Se utiliza para suministrar a suscriptores de información actualizada frecuentemente.

## **S**

**SOFTWARE** se refiere al equipamiento lógico o soporte lógico de una computadora digital, y comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios para hacer posible la realización de tareas específicas; en contraposición a los componentes físicos del sistema, llamados hardware.

**SSL** protocolo de Capa de Conexión Segura- (SSL) es un protocolo criptográfico que proporciona comunicaciones seguras por una red, comúnmente Internet.

## U

**UNIX** (registrado oficialmente como UNIX®) es un sistema operativo portable, multitarea y multiusuario; desarrollado, en principio, en 1969 por un grupo de empleados de los laboratorios Bell de AT&T actualmente utilizado en grandes servidores.

**URL** significa Uniform Resource Locator, es decir, localizador uniforme de recurso.

El URL de un recurso de información es su dirección en internet

## W

**WWW** World Wide Web (o la "Web") es un sistema de documentos de hipertexto y/o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet. Con un navegador Web, un usuario visualiza páginas web que pueden contener texto, imágenes, vídeos u otros contenidos multimedia, y navega a través de ellas usando hiperenlaces

## ANEXOS

### ENCUESTA

#### MEGAKONS S.A.

**La presente encuesta tiene por objeto conocer la factibilidad de crear una nueva línea de servicios de atención al cliente, contamos con su valiosa opinión**

**1 Marque el tipo de cliente que es usted:**

- Cliente Distribuidor
- Cliente Constructor
- Cliente Ocasional

**2 ¿Con qué frecuencia compra usted en Megakons?**

- Una vez cada tres meses
- Una vez al mes
- Una vez a la semana
- Una vez al día
- Varias veces al día

**3 Ha realizado compras por internet?**

- SI
- NO

**4 Le interesaría poder realizar sus compras o pedidos, mantenerse informado de descuentos y promociones por medio del internet?**

SI

NO

Porque?.....

**5 ¿Desde que lugar usted tiene acceso al internet ?**

Casa

Café Internet

Trabajo

Teléfono Móvil

**6 ¿Le gustaría que Megakons cuente con un sistema de compras por internet?**

SI

NO

Porque?.....

**7 ¿Cuál o cuáles serian sus principales motivaciones para comprar a través de Internet?(Señale todas aquellas que considere oportunas)**

Vivir la experiencia

Falta de tiempo

Comodidad

Por consejo de otra persona

Ahorro de costos

Velocidad de los procesos

**8 ¿Para usted que factor es el más importante al momento de comprar mediante el internet? (Señale todas aquellas que considere oportunas)**

- ( ) Página de internet amigable
- ( ) Seguridad
- ( ) Accesibilidad
- ( ) Transparencia
- ( ) Confidencialidad de datos

**9 ¿Le gustaría recibir a su correo promociones, información de productos nuevos, novedades..?**

- ( ) SI
- ( ) NO

**10 ¿Cuáles líneas de productos son las que desearía tener más información? (Señale todas aquellas que considere oportunas)**

- ( ) TUBERIA Y ACCESORIOS
- ( ) MANGUERA Y ACCESORIOS
- ( ) TUBERIA HG, MALLAS Y CLAVOS
- ( ) ACCESORIOS HG Y REJILLAS
- ( ) MATERIAL ELECTRICO
- ( ) CUBIERTAS Y ACCESORIOS
- ( ) LLAVES Y VALVULAS
- ( ) GRIFERIA FV
- ( ) SANITARIOS FV

- ( ) COCINAS, CALEFONES, TINAS
- ( ) COMPLEMENTO BAÑO
- ( ) PINTURAS
- ( ) CERAMICA Y COMPLEMENTOS

**MANUAL DE ADMINISTRACION Y USUARIO DEL SISTEMA DE  
COMERCIO ELECTRONICO DE NIVEL 4**

2010

**MANUAL DE  
ADMINISTRACION  
y DE USUARIO  
SISTEMA DE COMERCIO  
ELECTRONICO DE NIVEL 4**

David Parra  
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato  
01/12/2010



## Tabla de Contenido del Manual de Usuario

MANUAL DE USUARIO DE SISTEMA COMERCIO ELECTRONICO DE NIVEL 4.....	102
ADMINISTRADOR.....	104
ACCESO A LA ADMINISTRACIÓN DE OSCOMMERCE.....	104
IDIOMA DE LA ADMINISTRACIÓN .....	104
DENTRO DE LA ADMINISTRACIÓN DE OSCOMMERCE.....	105
EDICIÓN DE LOS PARÁMETROS DE OSCOMMERCE .....	106
CONFIGURACIÓN.....	106
CATÁLOGO.....	118
MÓDULOS DE ENVÍO, PAGO Y TOTALIZACIÓN.....	122
CLIENTES, PEDIDOS E INFORMES .....	126
ZONAS / IMPUESTOS .....	130
LOCALIZACIÓN.....	130
HERRAMIENTAS .....	132
CLIENTE .....	136
INGRESO AL SISTEMA DE COMERCIO ELECTRONICO.....	136
MENU SUPERIOR.....	138
CATEGORIAS .....	151
FABRICANTES .....	152
NOVEDADES .....	153
BUSQUEDA RAPIDA.....	154
INFORMACIÓN .....	155
COMPRAS.....	156
COMENTARIOS.....	156
PASOS PARA REALIZAR UNA COMPRA.....	157

## MANUAL DE ADMINISTRACION DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE COMERCIO ELECTRONICO

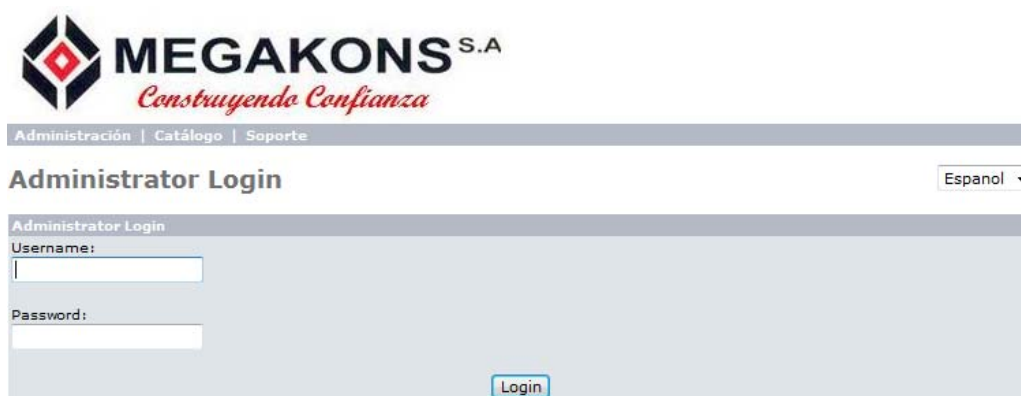
### ADMINISTRADOR

#### ACCESO A LA ADMINISTRACION

Para acceder a la Administración se digitará en el explorador de internet lo siguiente:

<http://megakons.com.ec/catalog/admin>.

Al entrar se mostrará la siguiente imagen (Ver Gráfico A2.1) donde nos pedirá el usuario y la contraseña la cual definimos en la instalación de la herramienta en nuestro caso digitamos en username: admin y password: admin :



The image shows a web browser window displaying the Megakons S.A. Administrator Login page. At the top left is the Megakons logo, which consists of a stylized diamond shape with a red and black pattern, followed by the text 'MEGAKONS S.A' and the tagline 'Construyendo Confianza' in red. Below the logo is a horizontal navigation bar with three links: 'Administración', 'Catálogo', and 'Soporte'. The main heading of the page is 'Administrator Login' in bold black text. To the right of this heading is a language dropdown menu currently set to 'Español'. Below the heading is a login form with two input fields: 'Username:' and 'Password:'. A 'Login' button is located at the bottom center of the form area.

Gráfico A2. 1 Ingreso Administración

#### IDIOMA DE LA ADMINISTRACIÓN

En caso de no ver la pantalla de Administración en su idioma puede seleccionarlo en la lista que se encuentra en la parte superior derecha de la pantalla.

## DENTRO DE LA ADMINISTRACIÓN DE OSCOMMERCE

The screenshot shows the administration interface for Megakons S.A. The page title is "My Store". The navigation menu on the left includes options like Configuración, Administradores, My Store, Minimum Values, Maximum Values, Images, Customer Details, Shipping/Packaging, Product Listing, Stock, Logging, Cache, E-Mail Options, Download, GZip Compression, Sessions, Catálogo, Módulos, Clientes, Zonas/Impuestos, Localización, Informes, and Herramientas. The main content area displays a table of settings for the store.

Título	Valor	Acción	Store Name
Store Name	MEGAKONS S.A.		
Store Owner	Megakons S.A.		
E-Mail Address			The name of my store
E-Mail From	Megakons <megakonssa@localhost>		Fecha de Alta: 19/01/2010
Country	Ecuador		
Zone	Tungurahua		
Expected Sort Order	desc		
Expected Sort Field	date_expected		
Switch To Default Language	false		
Currency			
Send Extra Order Emails To			
Use Search-Engine Safe URLs (still in development)	false		
Display Cart After Adding Product	true		
Allow Guest To Tell A Friend	false		
Default Search Operator	and		
Store Address and Phone	MEGAKONS S.A Av. Atahualpa y Antonio Neumane Ambato 032-442201		
Show Category Counts	true		
Tax Decimal Places	0		
Display Prices with Tax	false		

Gráfico A2. 2 Administración de Oscommerce

Estructura de la administración:

- **Columna izquierda:** menú que muestra secciones como la Configuración, Catálogo, Módulos; pulsamos sobre **Configuración** y verá que bajo esta opción aparecen los submenús de las áreas de configuración de Oscommerce.
- **Parte central:** Parámetros o lista de cada opción seleccionada del submenú.
- **Recuadro derecho de edición:** Muestra información del ítem seleccionado en la lista de la parte central, para editar, modificar o eliminar.

## EDICIÓN DE LOS PARÁMETROS DE OSCOMMERCE

A continuación se indicará como realizar cambios o personalización de la tienda, cada sección de la administración y cómo cambiar varios parámetros de nuestra tienda electrónica.

### CONFIGURACIÓN

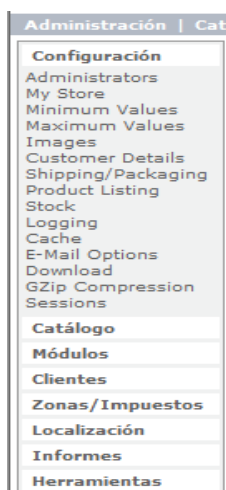


Gráfico A2. 3 Submenú Configuración

Pulsando sobre el menú **Configuración** (Gráfico A2.3) se podrán modificar datos como el nombre de la tienda, correo electrónico, país y otros parámetros de configuración.

## Mi Empresa

### My Store

Título	Valor	Acción	Store Name
Store Name	MEGAKONS S.A.		<input type="button" value="editar"/>
Store Owner	Megakons S.A.		
E-Mail Address			The name of my store
E-Mail From	Megakons <megakonssa@localhost>		
Country	Ecuador		Fecha de Alta: 19/01/2010
Zone	Tungurahua		
Expected Sort Order	desc		
Expected Sort Field	date_expected		
Switch To Default Language Currency	false		
Send Extra Order Emails To			
Use Search-Engine Safe URLs (still in development)	false		
Display Cart After Adding Product	true		
Allow Guest To Tell A Friend	false		
Default Search Operator	and		
Store Address and Phone	MEGAKONS S.A Av. Atahualpa y Antonio Neumane Ambato 032-442201		
Show Category Counts	true		
Tax Decimal Places	0		
Display Prices with Tax	false		

**Gráfico A2. 4** Parámetros Configuración 'Mi Empresa'

Este conjunto de parámetros establecen valores de configuración globales en nuestra tienda virtual.

- **Nombre de la empresa:** Almacena el nombre de la tienda. Será visible como título de todas las páginas de nuestra tienda y como parte del mensaje de copyright que aparece por defecto en el pie de página.
- **Titular de la empresa:** Nombre del propietario de la tienda. Lo más lógico es poner el nombre de la empresa, no de una persona física. El valor establecido en este parámetro será visible en el campo “from” de los correos automáticos generados y enviados por la tienda (por ejemplo al realizar una compra).

- **Dirección de e-mail:** Correo electrónico de la tienda a través de la cual se realizarán las gestiones. Será la cuenta en la que se reciban, por ejemplo, los avisos de nuevos pedidos.
- **Dirección de e-mail:** (*nombre < cuenta e-mail >*) Cuenta de e-mail utilizada cuando se envíe un correo desde la tienda. Se deben indicar dos valores en este parámetro, el primero es el nombre que aparecerá como origen del correo (*nombre*), y el segundo (encerrado entre los caracteres < y > la cuenta de correo a utilizar (*< cuenta e-mail >*). Los dos valores deben estar separados por un espacio en blanco.
- **País:** País donde se encuentra ubicada nuestra tienda, aunque tratándose de una tienda virtual, lo más lógico será seleccionar el país donde desarrollamos nuestra actividad principal. Este parámetro es importante, ya que opciones como la de gestión de impuestos toman este dato como referencia para los usuarios no registrados que navegan por nuestra tienda. Este parámetro se encuentra relacionado con “Zone”.
- **Provincia:** Provincia o Ciudad en la que se encuentra la tienda dentro del país (“Country”) seleccionado.
- **Ordenación de productos:** Este parámetro indica en qué orden deben mostrarse los productos dentro del bloque de próximos productos. Con “desc” el orden será descendente y conseguiremos que sea ascendente con “asc”. Este parámetro se encuentra relacionado con “Expected Sort Field”.

- **Ordenación de próximos productos:** Este parámetro se encuentra relacionado con “Expected Sort Order” y permite indicar con respecto a qué campo quiere ordenar los productos. Permite seleccionar entre fecha ("date\_expected") o nombre de producto ("product\_name").
- **Conmutar la moneda con el cambio de idioma:** Este parámetro indica si queremos que los precios de los productos se muestren en la moneda asociada al idioma seleccionado por el visitante de la web. El valor "false" hará que los precios se muestren con la moneda que se definieron, sin hacer ningún tipo de conversión (aconsejado). Si establecemos el valor del parámetro a "true", tendremos que asegurarnos que la conversión entre monedas esté debidamente actualizado incluso diariamente o podemos llevarnos alguna desagradable sorpresa.
- **Enviar e-mail adicionales de pedido a:** Lista de cuentas a las que enviar una copia del correo cuando se realice un pedido. Las cuentas deben seguir el siguiente formato (separado por comas) *nombre1 < cuenta e-mail\_1 >*, *nombre2 < cuenta e-mail\_2 >*
- **Utilizar motor de búsqueda seguro URLs (en fase de desarrollo)** Esta opción establece direcciones “amigables” en nuestra tienda electrónica pero debe tener en cuenta que no funciona correctamente ya que se encuentra en fase de desarrollo.

- **Mostrar el carrito después de añadir un producto:** Muestra el carrito de compra después de añadir un nuevo producto a la cesta de la compra (“true”) o bien se queda en la página en la que se encuentra el producto (“false”).
- **Permitir que un invitado recomiende un producto a un amigo:** Permite a un visitante no registrado poder enviar un correo electrónico a través de nuestra tienda para avisar acerca de un producto de nuestro catálogo.
- **Operador de búsqueda por defecto:** Si establece la opción “and”, al realizar una búsqueda en el catálogo escribiendo dos o más palabras, esta búsqueda intentará encontrar coincidencias en los productos que incluyan **todas** las palabras introducidas, si por el contrario establece el operador “or”, la búsqueda intentará encontrar **cualquiera** de las palabras insertadas.
- **Cambio de los datos principales de la empresa:** En este parámetro se almacenan los datos de ubicación y contacto de la tienda. Esta información se imprime en cualquier tipo de documento emitido por la tienda. Es muy importante que los datos estén actualizados ya que es la información mostrada a los clientes.
- **Sumarización de productos por categorías:** Este parámetro indica si debe mostrarse un contador con el número de productos que existen dentro de cada categoría listada.
- **N. cifras decimales del impuesto:** Número de decimales a mostrar en el

valor de los impuestos aplicados al precio final de un producto.

- **Mostrar los precios con el impuesto incluido:** Este parámetro permite indicar si se verán los precios con impuestos (“true”) o los impuestos se sumarán al final de la venta (“false”).

## Valores mínimos

### Minimum Values

Título	Valor	Acción	First Name
First Name	2	▶	<input type="button" value="editar"/>
Last Name	2	ⓘ	
Date of Birth	10	ⓘ	Minimum length of first name
E-Mail Address	6	ⓘ	Fecha de Alta: 19/01/2010
Street Address	5	ⓘ	
Company	2	ⓘ	
Post Code	4	ⓘ	
City	3	ⓘ	
State	2	ⓘ	
Telephone Number	3	ⓘ	
Password	5	ⓘ	
Credit Card Owner Name	3	ⓘ	
Credit Card Number	10	ⓘ	
Review Text	50	ⓘ	
Best Sellers	1	ⓘ	
Also Purchased	1	ⓘ	

**Gráfico A2. 5** Parámetros Configuración Valores Mínimos

Estos parámetros establecen valores de configuración mínimos para una serie de opciones de Oscommerce, como por ejemplo el número mínimo de caracteres que los visitantes deben introducir en los campos "nombre", "apellido" o "fecha de nacimiento" en el formulario de creación de clientes para que estos sean considerados válidos. Por defecto estas opciones vienen configuradas y solo si necesita cambiar estos parámetros los puede actualizar en esta sección.

## Valores máximos

### Maximum Values

Título	Valor	Acción	Address Book Entries
Address Book Entries	5	▶	<input type="button" value="editar"/>
Search Results	20	ⓘ	
Page Links	5	ⓘ	Maximum address book entries a customer is allowed to have
Special Products	9	ⓘ	
New Products Module	9	ⓘ	
Products Expected	10	ⓘ	Fecha de Alta: 19/01/2010
Manufacturers List	0	ⓘ	
Manufacturers Select Size	1	ⓘ	
Length of Manufacturers Name	15	ⓘ	
New Reviews	6	ⓘ	
Selection of Random Reviews	10	ⓘ	
Selection of Random New Products	10	ⓘ	
Selection of Products on Special	10	ⓘ	
Categories To List Per Row	3	ⓘ	
New Products Listing	10	ⓘ	
Best Sellers	10	ⓘ	
Also Purchased	6	ⓘ	
Customer Order History Box	6	ⓘ	
Order History	10	ⓘ	
Product Quantities In Shopping Cart	99	ⓘ	

**Gráfico A2. 6** Parámetros Configuración Valores Máximos

El objetivo de estos parámetros es establecer valores de configuración máximos para una serie de opciones, como por ejemplo el número máximo de productos que deben mostrarse en los distintos apartados de la tienda; De igual manera estos parámetros vienen por defecto configurados

### Imágenes

#### Images

Título	Valor	Acción	Small Image Width
Small Image Width	100	▶	<input type="button" value="editar"/>
Small Image Height	80	ⓘ	
Heading Image Width	100	ⓘ	The pixel width of small images
Heading Image Height	80	ⓘ	
Subcategory Image Width	100	ⓘ	Fecha de Alta: 19/01/2010
Subcategory Image Height	57	ⓘ	
Calculate Image Size	true	ⓘ	
Image Required	true	ⓘ	

**Gráfico A2. 7** Parámetros Configuración Imágenes

Estos parámetros establecen los valores de configuración que fijan el tratamiento que

realizará Oscommerce de las imágenes que se muestran en la tienda.

## Detalles del cliente

### Customer Details

Título	Valor	Acción	Gender
Gender	true	▶	<input type="button" value="editar"/>
Date of Birth	true	ⓘ	
Company	true	ⓘ	Display gender in the customers account
Suburb	true	ⓘ	
State	true	ⓘ	Fecha de Alta: 19/01/2010

**Gráfico A2. 8** Parámetros Configuración Detalles del Cliente

El objetivo de estos parámetros es indicar que campos deben mostrarse en el formulario de alta de clientes. El formulario por defecto de Oscommerce consta de una serie de campos fijos obligatorios y otros opcionales, estos parámetros controlan cuales de los opcionales deben mostrarse.

## Envío/Paquetes

### Shipping/Packaging

Título	Valor	Acción	Country of Origin
Country of Origin	Ecuador	▶	<input type="button" value="editar"/>
Postal Code	0593	ⓘ	
Enter the Maximum Package Weight you will ship	50	ⓘ	Select the country of origin to be used in shipping quotes.
Package Tare weight.	3	ⓘ	
Larger packages - percentage increase.	10	ⓘ	Fecha de Alta: 19/01/2010 Ultima Modificación: 30/03/2010

**Gráfico A2. 9** Parámetros Configuración Envío/Paquetes

Los parámetros de configuración de este apartado establecen valores a considerar para el empaquetado y envío físico de los productos, como por ejemplo el peso máximo que la tienda está dispuesto a enviar a un cliente. Estos valores son usados por los módulos de envío instalados en la tienda para calcular los gastos de envío.

Estos parámetros son usados en los módulos de envíos y estos tienen a su vez otros parámetros de configuración que hay que ajustar adecuadamente para que el cálculo de los gastos de envío se realice correctamente.

## Listado de productos

### Product Listing

Título	Valor	Acción	Display Product Image
Display Product Image	1		<input type="button" value="editar"/>
Display Product Manufacturer Name	0		
Display Product Model	0		Do you want to display the Product Image?
Display Product Name	2		
Display Product Price	3		Fecha de Alta: 19/01/2010
Display Product Quantity	0		
Display Product Weight	0		
Display Buy Now column	4		
Display Category/Manufacturer Filter (0=disable; 1=enable)	1		
Location of Prev/Next Navigation Bar (1-top, 2-bottom, 3-both)	2		

**Gráfico A2. 10** Parámetros Configuración Listado de Productos

Con estos parámetros se controla el aspecto visual de los listados de productos en cuanto al número y tipo de columnas que muestran, la ubicación de las opciones de navegación, y la presencia o no de las opciones de filtrado por categoría y fabricante.

## Stock

### Stock

Título	Valor	Acción	Check stock level
Check stock level	true		<input type="button" value="editar"/>
Subtract stock	true		
Allow Checkout	true		Check to see if sufficient stock is available
Mark product out of stock	***		
Stock Re-order level	5		Fecha de Alta: 19/01/2010

**Gráfico A2. 11** Parámetros Configuración Stock

Estos parámetros establecen valores de configuración que afectan al modo en que osCommerce realiza el control de stock (existencias de productos) en la tienda.

## Registro

### Logging

Título	Valor	Acción	Store Page Parse Time
Store Page Parse Time	false		<input type="button" value="editar"/>
Log Destination	/var/log/www/tep/page_parse_time.log		
Log Date Format	%d/%m/%Y %H:%M:%S		Store the time it takes to parse a page
Display The Page Parse Time	true		
Store Database Queries	false		Fecha de Alta: 19/01/2010

**Gráfico A2. 12** Parámetros Configuración Registro Clientes

Con este conjunto de parámetros se controla el almacenamiento de un fichero de texto con información estadística acerca de las páginas visitadas y el rendimiento del servidor web (“logs”).

## Opciones e-mail

### E-Mail Options

Titulo	Valor	Acción	E-Mail Transport Method
E-Mail Transport Method	smtp		<input type="button" value="editar"/>
E-Mail Linefeeds	CRLF		
Use MIME HTML When Sending Emails	false		Defines if this server uses a local connection to sendmail or uses an SMTP connection via TCP/IP. Servers running on Windows and MacOS should change this setting to SMTP.
Verify E-Mail Addresses Through DNS	false		
Send E-Mails	true		

Fecha de Alta: 19/01/2010  
Ultima Modificación: 28/03/2010

**Gráfico A2. 13** Parámetros Configuración E-mail

Los parámetros de este apartado controlan el envío de los correos desde nuestra tienda por parte de Oscommerce. Una configuración errónea de estos parámetros provocará que la tienda sea incapaz de enviar correos correctamente.

- **Método de transporte e-mail:** Este parámetro establece el mecanismo de transporte para el envío de correos. Servidor UNIX “sendmail” y en Servidor WINDOWS “smtp”. Usado en conjunción con “E-Mail Linefeeds”.
- **Avances de línea del e-mail:** Este parámetro establece el separador para las cabeceras de los correos. Servidor UNIX “LF” y en servidor WINDOWS "CRLF".
- **Utilice MIME HTML al enviar e-mail:** Este parámetro permite indicar si queremos que los correos se envíen en formato HTML o Texto plano.
- **Verifique las direcciones del e-mail con los DNS:** Con este parámetro

lograremos verificar si una cuenta de correo es verdadera o falsa. La verificación se basa en una comprobación del dominio a través de un servidor DNS (Domain Name System), aunque este tipo de comprobación no es 100% fiable y en algunos casos ni siquiera es posible realizarla.

- **Envío e-mails:** Esta opción controla si deben enviarse correos generados automáticamente desde nuestra tienda. Con "true" se enviarán correos al crear un registro o cuando se realice un pedido.

## Sesiones

### Sessions

Título	Valor	Acción	Session Directory
Session Directory	/tmp		<input type="button" value="editar"/>
Force Cookie Use	False		
Check SSL Session ID	False		If sessions are file based, store them in this directory.
Check User Agent	False		
Check IP Address	False		Fecha de Alta: 19/01/2010
Prevent Spider Sessions	True		
Recreate Session	False		

**Gráfico A2. 14** Parámetros Configuración Sesiones

Cuando un cliente navega por una tienda virtual, el sistema inicia una "sesión" que guarda información de contexto del visitante que lo identifica de forma unívoca mientras navega por la tienda. Los parámetros de este apartado controlan los aspectos de creación y seguimiento de estas sesiones. Estos parámetros no deberían modificarse si no está seguro de su significado.

## CATÁLOGO

El catálogo contiene el detalle de los productos que se va a vender en la tienda virtual, siendo una parte muy importante de Oscommerce la facilidad que ofrece para definir atributos adicionales en los productos.

### Fabricantes

**Fabricantes**

Fabricantes	Acción	ETERNIT
ETERNIT		
Franz Viegener FV		<input type="button" value="editar"/> <input type="button" value="eliminar"/>
HIDRO 3		Añadido el: 08/02/2010
IDEAL ALAMBREC		NO EXISTE IMAGEN
IMSA		Productos: 2
INCABLE		
IQUITASA		
NEPLAST		
PIAVI		
PINTURAS 123		
RIVAL		
SQUARE'D		
SYLVANIA		
TEKA		
TUGALT		
VETO		

Viendo del 1 al 16 (de 16 fabricantes)

Página 1 de 1

**Gráfico A2. 15** Ingreso Fabricantes

La opción de fabricantes permite crear y editar la lista de fabricantes de los productos ofrecidos en la tienda virtual, aunque al realizar el alta de un nuevo producto no será obligatorio indicar el fabricante del mismo. A cada fabricante puede asociarse un nombre, una imagen o logo y un enlace a su página web.

## Categorías / Productos

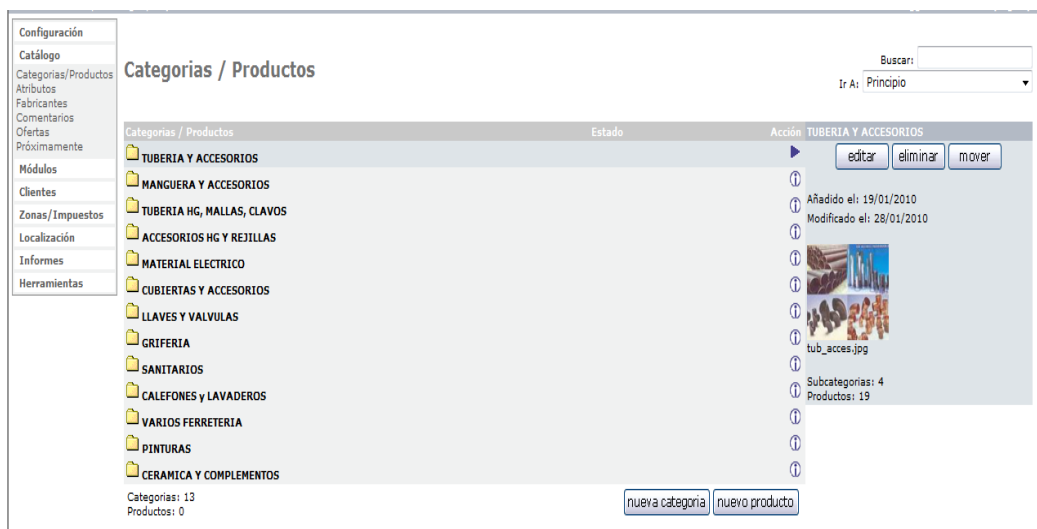


Gráfico A2. 16 Ingreso Categoría Productos

A través de esta opción donde se introducen los productos que serán visibles en la tienda y en la que se clasificarán en categorías y subcategorías. Además Oscommerce nos permite construir un árbol de categorías para nuestra tienda, facilitando a los clientes la búsqueda del producto que desean adquirir.



Gráfico A2. 17 Ingreso Subcategorías Productos

## Crear Categoría

Para crear una categoría se ingresa por el botón "nueva categoría" se introduce su nombre (por cada idioma disponible), una imagen y el orden en que aparecerá en el listado de categorías. Una vez creada una categoría se puede acceder a ella pulsando sobre el icono de carpeta y crear tantas categorías anidadas como se desee en ella.

## Crear producto

### Nuevo Producto en "Cables > MATERIAL ELECTRICO"

Estado de los Productos:  Disponible  Agotado

Fecha Disponibilidad: (YYYY-MM-DD)

Fabricante del producto:

Nombre del Producto:

Tipo Impuesto:

Precio de los Productos (Net):

Precio de los Productos (Gross):

Descripción del producto:

Cantidad:

Módulo:

Imagen:

URL del Producto: (en http://)

Peso:

Gráfico A2. 18 Insertar Nuevo Producto

Para crear un producto vamos al botón de "nuevo producto" e introduciremos su disponibilidad, fecha de lanzamiento, fabricante, nombre (por cada idioma disponible), tipo de impuesto aplicado, precio neto, precio bruto, descripción (por cada idioma disponible), cantidad disponible (stock), modelo, imagen, link a la web del fabricante (por cada idioma disponible) y peso.

**Nota:** Los campos de precio neto y precio bruto se calcularán de forma automática al introducir un valor en cualquiera de ellos y cuando se elije un tipo de impuesto volverá a recalcular el precio bruto. El campo descripción admite etiquetas HTML.

Por último, con el botón "mover" que aparece junto a los de "editar" y "eliminar" se desplazara un producto, categoría o subcategoría al lugar que uno se desee y en el caso de productos, se podrá además copiarlos o duplicarlos para facilitar la creación de nuevos productos similares a los ya existentes.

### **Atributos**

En la opción de atributos se definen las características adicionales que desea que tengan los productos, como por ejemplo "color", "talla" o "modelo", además se puede definir los valores que tendrán las opciones de productos creadas, por ejemplo, si se elige "color" entonces se puede seleccionar "azul", "verde", "rojo", etc.; se asocian a cada producto las características que queramos junto a un valor y la variación de precio del producto cuando se seleccione dicha característica.

## Ofertas

En este apartado se podrá ofertar determinados productos. Estos productos aparecen en los cuadros de ofertas de la web y se muestran con el precio original tachado y junto a él, en color rojo, el precio de la oferta.

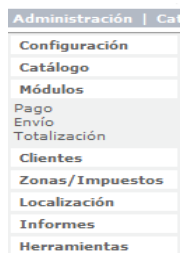
## Próximamente

Esta opción muestra un listado con los productos que dados de alta en el catálogo pero que aún no se encuentran disponibles para su venta.

## Comentarios

En este apartado se muestra un listado con los comentarios sobre productos introducidos por los clientes que además podremos editar o borrar.

## MÓDULOS DE ENVÍO, PAGO Y TOTALIZACIÓN



**Gráfico A2. 19** Submenú Módulos

Los módulos permiten definir los métodos de pago que debe soportar nuestra tienda

virtual, los gastos en función del método de envío y el orden en que se deben totalizar los importes para obtener el precio a pagar por el cliente.

## Envío

### Módulos de Envío

Módulos	Orden	Acción	Tarifa Unica
Tarifa Unica	0		<input type="button" value="quitar"/> <input type="button" value="editar"/>
Por artículo			
Tabla de Tarifas			Tarifa Unica por Pedido
United States Postal Service			
Tarifa por Zona	0		Enable Flat Shipping True
Directorio de módulos: c:/oscommerce/megakons/catalog/includes/modules/shipping/			
			Shipping Cost 5,00
			Tax Class --ninguno--
			Shipping Zone --ninguno--
			Sort Order 0

**Gráfico A2. 20** Parámetros de Modulo Envío

Los módulos de envío definen la forma en que deben calcularse los gastos de envío en los pedidos realizados. Además contamos con la posibilidad de tener activos varios módulos a un mismo tiempo.

Cada módulo tiene una serie de opciones propias que hay configurar en detalle según las necesidades particulares de cada método de envío, referidas la mayoría de ellas a la aplicación del método en función de la zona fiscal del destinatario de los envíos. Adicionalmente todos los módulos tienen un atributo que permite definir en qué orden se deben de ofrecer las distintas formas de envío al usuario cuando realice un pedido.

## Pago

**Módulos de Pago**

Módulos	Orden	Acción	Authorize.net Credit Card AIM
Authorize.net Credit Card AIM		▶	<a href="#">+ instalar</a>
Authorize.net Credit Card SIM		ⓘ	
Tarjeta de Crédito	0	ⓘ	ⓘ Versión: 1.0 (online status)
ChronoPay		ⓘ	
Contra Reembolso	0	ⓘ	<a href="#">Visita la web de Authorize.net</a>
iPayment		ⓘ	
Cheque/Transferencia Bancaria		ⓘ	
NOCHEX		ⓘ	
PayPal Website Payments Pro (US) Direct Payments		ⓘ	
PayPal Express Checkout		ⓘ	
PayPal Website Payments Standard		ⓘ	
PayPal Website Payments Pro (UK) Direct Payments		ⓘ	
PayPal Website Payments Pro (UK) Express Checkout		ⓘ	
2Checkout		ⓘ	
PSIGate		ⓘ	
SECPay		ⓘ	
Sofortüberweisung Direkt		ⓘ	
WorldPay Junior		ⓘ	

Directorio de módulos: <c:/oscommerce/megakons/catalog/includes/modules/payment/>

**Gráfico A2. 21** Parámetros Modulo Pagos

Los métodos de pago definen las formas en las que nuestros clientes podrán realizar el pago de los pedidos realizados.

- **Cheque/Transferencia Bancaria:** Este módulo viene instalado y activo por defecto. Consiste en avisar a los clientes de que sus pedidos no les serán enviados hasta que no abonen los importes correspondientes en la cuenta habilitada a tal efecto por la tienda. Con este módulo la responsabilidad del proceso recae en el administrador de la tienda que ha de comprobar periódicamente los ingresos en cuenta y gestionar el estado de los envíos.
- **Contra Reembolso:** Este módulo viene instalado y activo por defecto. Con esta modalidad de pago los clientes deben abonar el importe cuando reciben sus pedidos.

- **Tarjeta de Crédito:** Este módulo viene instalado y activo por defecto. Con este método de pago los importes de los pedidos se ingresan a través de una tarjeta de crédito. El hecho de instalar este módulo no implica que se puedan realizar pagos con tarjeta de crédito en la tienda ya que debemos contar con los servicios de un TPV (Terminal Punto de Venta) contratado con una entidad bancaria.
- **PayPal:** Este módulo permite realizar pagos a través de PayPal, una de las maneras más populares hoy en día para la realización de pagos electrónicos. Ver en <https://www.paypal.com>.

## Totalización

**Módulos de Totalización**

Módulos	Orden	Acción	Cargo por Pedido Mínimo
Cargo por Pedido Mínimo		▶	<input type="button" value="+ Instalar"/>
Gastos de Envío	2	ⓘ	
Subtotal	1	ⓘ	Cargo por Pedido Mínimo
Impuestos	3	ⓘ	
Total	4	ⓘ	

Directorio de módulos: c:/oscommerce/megakons/catalog/includes/modules/order\_total/

**Gráfico A2. 22** Parámetros Modulo Totalización

Los módulos de totalización establecen los totales y subtotales que los clientes ven cuando realizan un pedido, permitiendo controlar el importe final de algunos tipos de conceptos.

- **Cargo por Pedido Mínimo:** Este módulo permite añadir un recargo a los pedidos si el importe total no supera un mínimo.

- **Gastos de Envío:** Con este módulo se permite realizar un control sobre el total a pagar por gastos de envío, pudiendo especificar si no debemos cobrar gastos de envíos si el importe del pedido no supera un mínimo.
- **Subtotal:** Este módulo permite indicar si deben mostrarse subtotales.
- **Impuestos:** Este módulo permite indicar si deben mostrarse los impuestos.
- **Total:** Este módulo permite indicar si deben mostrarse totales.

## CLIENTES, PEDIDOS E INFORMES



**Gráfico A2. 23** Submenú Clientes

En los apartados "Clientes" e "Informes" es donde podemos gestionar el listado de clientes registrados y pedidos realizados así como realizar distintos informes que proporcionan detalles del rendimiento de nuestra tienda desde el punto de vista de los productos expuestos en ella.

## Cientes

Cientes Buscar:

Apellido	Nombre	Cuenta Creada	Acción
doe	John	19/01/2010	▶ <a href="#">editar</a> <a href="#">eliminar</a> <a href="#">pedidos</a>
Parra	David	16/03/2010	ⓘ <a href="#">email</a>

Viendo del 1 al 2 (de 2 clientes) Página 1 de 1

Cuenta Creada: 19/01/2010

Ultima Modificación:

Ultima Visita:

Número de visitas: 0

País: United States

Número de Comentarios: 0

**Gráfico A2. 24** Consulta Clientes Registrados

El listado de clientes proporciona una visión del volumen de usuarios registrados en nuestra tienda pudiendo ver y modificar los datos que utilizó para el registro.

Los usuarios también pueden acceder a sus datos y modificarlos en todo momento, añadir nuevas direcciones de entrega o facturación, consultar el detalle de todos los pedidos que ha realizado a través de la tienda y decidir si quiere recibir notificaciones por correo electrónico cuando se produzca alguna variación en determinados productos que él mismo puede seleccionar.

Otras opciones disponibles en el listado de usuarios desde el punto de vista de administrador de la tienda, incluyen enviar un correo electrónico a un usuario desde la propia tienda, consultar los pedidos de un determinado cliente o eliminar un usuario completamente de la Base de Datos.

## Pedidos

Pedidos

Pedido:

Estado: Todos

Cientes	Total Pedido	Fecha de Compra	Estado	Acción
David Parra	\$64.24	28/03/2010 21:09:36	Pendiente	▶
David Parra	\$118.44	28/03/2010 21:03:56	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$14.82	28/03/2010 20:55:07	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$131.35	28/03/2010 20:54:38	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$131.35	28/03/2010 20:50:00	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$5.72	28/03/2010 20:46:01	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$131.35	28/03/2010 20:44:19	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$118.44	28/03/2010 20:37:02	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$131.35	28/03/2010 17:43:34	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$131.35	28/03/2010 17:30:26	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$131.35	25/03/2010 12:42:27	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$82.98	25/03/2010 08:55:49	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$118.44	24/03/2010 20:30:02	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$21.50	24/03/2010 19:30:21	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$131.35	24/03/2010 19:20:56	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$118.44	24/03/2010 19:15:29	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$5.72	24/03/2010 19:13:51	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$6.42	24/03/2010 19:12:54	Pendiente	ⓘ
David Parra	\$118.44	24/03/2010 19:02:00	Pendiente	ⓘ

28/03/2010 21:09:36

editar eliminar

factura albaran

Añadido el: 28/03/2010

Método de Pago: Contra Reembolso

**Gráfico A2. 25** Consulta de Pedidos Realizados

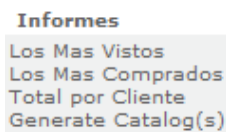
En el listado de pedidos se muestran las compras realizadas por los clientes a través de la tienda virtual. Por cada línea del listado se puede consultar el detalle de cada pedido y modificar su estado para indicar que se encuentra en proceso o que ya ha sido entregado según aplique en cada caso concreto.

Al cambiar el estado de un pedido podemos indicar si se quiere notificar al cliente dicho cambio de estado mediante correo electrónico con la posibilidad además de incluir algún tipo de comentario.

Otras opciones permitidas en este listado son la impresión de albarán y factura, aunque no es realmente una impresión, sino la generación de páginas web que pueden imprimirse según nuestro gusto y conveniencia. Hay que recordar que los datos de contacto de la tienda que figuran en dichas páginas son configurables, tal y

como vimos anteriormente. En esta parte también se permite eliminar un pedido de la Base de Datos y devolver, si así lo decidimos, los artículos de dicho pedido al stock de la tienda.

## Informes



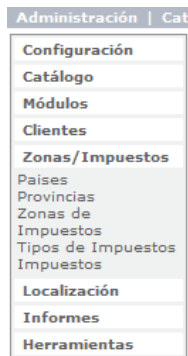
**Gráfico A2. 26** Submenú Informes

Este apartado nos permite acceder a tres listados:

- **Los Más Vistos:** Muestra un listado de todos los productos ofrecidos en nuestra tienda junto a un contador de las veces en las que un cliente ha entrado a ver el detalle de cada producto.
- **Los Más Comprados:** En este listado se pueden ver los productos junto a un contador con el número de unidades vendidas de cada producto. En este listado se muestran los productos para los que al menos se haya producido un pedido.
- **Total por Cliente:** Este listado muestra el importe total de todos los pedidos realizados por cada cliente en la tienda. Sólo se muestran los clientes que hayan realizado alguna vez un pedido.
- **Generar Catalogo(s):** Esta opción nos permite sacar un catálogo de productos en

formato .pdf el cual se guardará en el directorio \catalog\catalogues

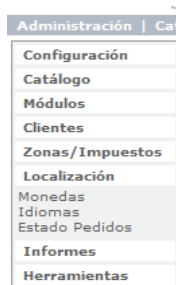
## ZONAS / IMPUESTOS



**Gráfico A2. 27** Submenú Zonas/Impuestos

Puede definir todos los tipos de impuestos que sean necesarios para cada zona fiscal en la que vaya a operar la tienda virtual. En este apartado de la configuración se declararán dichas zonas y sus impuestos asociados. También nos va a permitir realizar el mantenimiento de los países y provincias almacenados en Base de Datos.

## LOCALIZACIÓN



**Gráfico A2. 28** Submenú Localización

Estas opciones incluyen la gestión de idiomas, monedas, y las traducciones de algunos textos específicos como los estados por los que pasan los pedidos.

## **Monedas**

Ofrece soporte para la utilización de distintas monedas incluyendo la posibilidad de realizar automáticamente la conversión de precios de una moneda a otra. Esta propiedad ha de manejarse con cuidado ya que requiere que el tipo de cambio esté siempre correctamente actualizado. Por cada moneda se pueden definir una serie de parámetros, como su nombre, abreviatura, posición de abreviatura con respecto al precio, separador de decimales, separador de miles, número de decimales, y el factor de conversión con respecto a la moneda predeterminada.

## **Idiomas**

Oscommerce incluye por defecto 2 idiomas: inglés y español; A cada idioma es posible asignarle una serie de datos como el nombre, código o abreviatura internacional, una imagen con la bandera del país más representativo donde se habla, directorio de instalación y orden en el que aparecerá en el listado de selección de idioma.

## **Estado Pedidos**

En esta última opción del menú de localización se ofrece la posibilidad de cambiar la descripción de los estados por los que pasan los pedidos en todos los idiomas cargados en Oscommerce: Pendiente, Proceso y Entregado. El estado marcado como

predeterminado será el asignado a los nuevos pedidos realizados.

## HERRAMIENTAS



**Gráfico A2. 29** Submenú Herramientas

El objetivo de cada una de las herramientas de este menú es muy distinto entre sí, mezclándose las que tienen una marcada vertiente técnica (copias de seguridad o gestión de archivos de servidor), con las que tienen influencia en el aspecto de la tienda (definición de textos en distintos idiomas o configuración de banners).

### **Copia de Seguridad**

Las opciones de copia de seguridad permiten exportar el contenido de la Base de Datos a un fichero en nuestro Servidor con el objetivo de servir de copia de respaldo en caso de producirse un problema. Las copias de seguridad se guardan por defecto en "catalog/admin/backups", aunque es aconsejable guardar una copia físicamente en cualquier otro lugar además del Servidor.

Los ficheros de Copia de Seguridad tienen por defecto el nombre "db\_BASEDATOS-FECHA.sql", donde "BASEDATOS" es el nombre de nuestra Base de Datos y "FECHA" corresponde a la fecha (en formato "YYYYMMDDHHMISS") en que se generó la copia de seguridad.

## **Banners**

En su aceptación más habitual, un banner es simplemente un anuncio, es decir, un texto, imagen o animación promocional. Su utilidad principal normalmente será destacar algún tipo de producto o servicio, anunciar ofertas extraordinarias, precios rebajados o cualquier tipo de evento de interés.

Podemos programar la aparición de estos banners dentro de nuestra tienda virtual. Para ello se requiere un título, una URL de redirección, un grupo\*, una imagen o texto en formato HTML, una fecha de lanzamiento y una fecha de fin o un máximo de veces que debe mostrarse antes de desprogramarse.

## **Control de Caché**

En este apartado obtendremos un listado de los ficheros de caché generados en el servidor ofreciéndonos la opción de inicializarlos.

## **Definir Idiomas**

Esta opción permite modificar los textos que aparecen en nuestra tienda para los diferentes idiomas configurados. A la hora de modificar un fichero debemos tener en cuenta respetar en todo momento la sintaxis del código PHP y los caracteres especiales (como vocales acentuadas) han de introducirse utilizando sus correspondientes códigos HTML.

## **Archivos**

Esta opción permite la administración remota de los ficheros alojados en el Servidor web, es como disponer de un cliente FTP basado en web dentro de la propia tienda.

## **Enviar Email**

Esta sección permite enviar correos a un cliente concreto o a un grupo de ellos.

## **Boletines**

El objetivo de los boletines es mantener informados a los clientes de las novedades que se produzcan en la tienda. Podemos distinguir dos tipos de boletines:

- **Listas de correo.** Están orientadas a comunicar novedades sobre la tienda, por ejemplo un boletín trimestral en que notifiquemos el alta de nuevos productos o de servicios en nuestra tienda.

- **Notificaciones de producto.** Este tipo de boletín aplica solamente a determinados productos, por ejemplo la liquidación de un producto durante un tiempo limitado.

Para crear un boletín elegiremos un tipo y escribiremos el título y cuerpo con el contenido del mismo, una vez creado se debe bloquear para indicar que está listo para su envío. Los boletines serán enviados a los clientes suscritos.

### **Información**

Esta opción proporciona información técnica del Servidor Web y las versiones de software utilizadas en el mismo.

### **Usuarios conectados**

Esta opción muestra el detalle de los usuarios registrados y visitantes actuales en la tienda.

## MANUAL DE CLIENTE DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE COMERCIO ELECTRONICO DE NIVEL 4

### CLIENTE

Esta guía está pensada como un instructivo para la utilización de la pagina web siendo usuario / cliente al navegar por el internet.

### INGRESO AL SISTEMA DE COMERCIO ELECTRONICO

Para ingresar tenemos que digitar en nuestro navegador de internet la dirección [www.megakons.com.ec](http://www.megakons.com.ec) la cual nos dirigirá hacia la pantalla de bienvenida:



**Gráfico A2. 30** Ingreso al Sitio [www.megakons.com.ec](http://www.megakons.com.ec)

En esta pantalla (Ver gráfico A2.30) encontramos un menú en la parte inferior:

- Inicio: Se despliega la introducción a la empresa mediante un archivo flash.
- Quienes Somos: Se despliega una breve descripción de la empresa, la visión y la misión.
- Novedades: Se despliega información de promociones y eventos del mes.
- Contáctanos: Se despliega información de contactos de la empresa.
- Cobertura: Se despliega un archivo flash en donde se puede observar a que lugares del ecuador se distribuye los productos con la información del asesor comercial asignado a esa zona.
- Tienda Virtual: Es el link el cual nos lleva hacia la página de comercio electrónico como se muestra a continuación:

The screenshot displays the website for MEGAKONS S.A., featuring a navigation menu and a main content area. The navigation menu includes links for INICIO, NUEVOS PRODUCTOS, MI CUENTA, CARRO DE COMPRAS, and REALIZAR PEDIDO. The main content area is divided into several sections:

- CATEGORIAS:** A list of product categories such as TUBERIA Y ACCESORIOS (19), MANGUERA Y ACCESORIOS (19), TUBERIA HG, MALLAS, CLAVOS (13), ACCESORIOS HG Y REJILLAS (4), MATERIAL ELECTRICO (32), CUBIERTAS Y ACCESORIOS (13), LLAVES Y VALVULAS (9), GRIFERIA (20), SANITARIOS (14), CALEFONES y LAVADEROS, VARIOS FERRETERIA, PINTURAS, and CERAMICA Y COMPLEMENTOS (2).
- OFERTAS:** A section for special offers with a dropdown menu labeled "IR A...".
- FABRICANTES:** A section for manufacturers with a dropdown menu labeled "Seleccione".
- NOVEDADES:** A section for new products, currently showing a single product image.
- Nuevos Productos:** A grid of new products including:
  - INODORO LIDO STAND. BLANCO \$59.24
  - INODORO GINEBRA \$126.35
  - LAVABO LIRIO BONE \$113.44
  - LAV. AVIGNON 85 BONE 52CM C/M BL \$176.94
  - PALANCA ACCIONAMIE.CROMADA FV DH \$1.42
  - ASIENTO ECONOMICO GRIS \$5.95
  - JUEGO DE 6 ACCPRO.PORCFE.BIAN
  - LAVABO VENECIA BLANCO \$46.59
  - LAVABO GALA BONE \$32.75
- COMPRAS:** A section for purchases, currently showing 0 products.
- COMENTARIOS:** A section for comments, featuring a product image and a review section.
- Búsqueda Rápida:** A search bar with a dropdown menu labeled "Búsqueda Avanzada".
- INFORMACION:** A section for contact information, including a "Contáctenos" link.

Gráfico A2. 31 Ingreso a Tienda Virtual

## MENU SUPERIOR

Este menú consta de 5 links los cuales nos lleva a varias pantallas del sistema de gestión de comercio electrónico como son las siguientes:

- Inicio
- Nuevos Productos
- Mi cuenta
- Ver Cesta
- Revisar Pedido

## INICIO



Gráfico A2. 32 Ingreso al Inicio del Sistema

Al entrar en el enlace de Inicio como su nombre lo indica nos lleva al inicio del sistema de gestión de comercio electrónico este link nos sirve si nos encontramos en otra pantalla del sistema.

## NUEVOS PRODUCTOS

Gráfico A2. 33 Ingreso Menú Superior Nuevos Productos

Este enlace nos lleva a la pantalla de novedades o nuevos productos los cuales están clasificados por fechas de ingreso desde la más reciente; dentro de esta pantalla podemos añadir a la cesta mediante el botón con dicho nombre o revisar la descripción del artículo en el enlace “Descripción” o dando clic en el nombre del mismo

## MI CUENTA

Gráfico A2. 34 Ingreso Menú Superior Mi Cuenta

Al dar clic sobre el enlace ‘Mi Cuenta’ nos despliega en la parte central la opción de registro para nuevo cliente y la otra de ingreso si es ya cliente registrado.

### Registro Nuevo Cliente

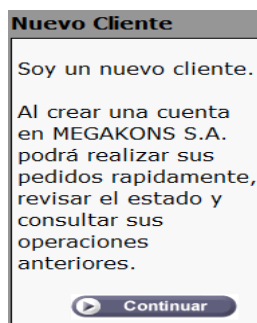


Gráfico A2. 35 Registro Nuevo Cliente

Para registrarse como cliente se da un clic en el botón Continuar y aparecerá la siguiente pantalla:

**Datos de Mi Cuenta**

NOTA: Si ya ha pasado por este proceso y tiene una cuenta, por favor [entra](#) en ella.

**Personal** \* Dato Obligatorio

Sexo:  Varón  Mujer \*

Nombre:  \*

Apellidos:  \*

Fecha de Nacimiento:  \* (p.ej. 21/05/1970)

E-Mail:  \*

**Empresa**

Empresa:

**Dirección**

Dirección:  \*

Código Postal:  \*

Poblacion:  \*

Provincia/Estado:  \*

País: Seleccione  \*

**Contacto**

Teléfono:  \*

Fax:

**Opciones**

Boletín de noticias:

**Contraseña**

Contraseña:  \*

Confirme Contraseña:  \*

Gráfico A2. 36 Parámetros Registro Nuevo Cliente

Se ingresa los datos tal y como una solicitud; cabe señalar que los campos acompañados con un \* son obligatorios para poder registrarse; una vez llenado todos los campos se da clic en continuar y nos aparecerá la siguiente pantalla o caso contrario emitirá un error indicando que campo no está ingresado o está mal llenado. Si ya esta registrado en la parte superior se encuentra una nota la cual nos llevara al ingreso a su cuenta median el enlace en la palabra “entre”

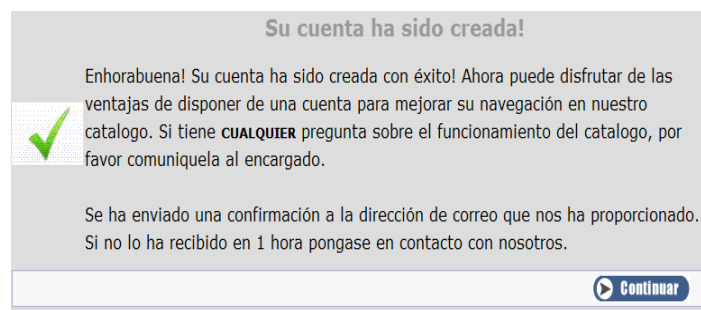


Gráfico A2. 37 Cuenta Creada

Una vez registrado el cliente podrá realizar y revisar sus pedidos como también editar los datos personales ingresados en el registro.

### Cliente Registrado

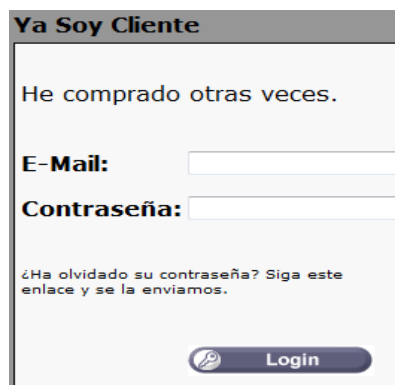


Gráfico A2. 38 Ingreso Cliente Registrado

Ingresando el e-mail y la contraseña se accede a la cuenta y nos muestra varias opciones que se pueden actualizar o tan solo revisar como una opción de consulta.

Si ha olvidado su contraseña deberá seguir el enlace que se encuentra en la parte inferior de lo antes mencionado en el cual deberá ingresar su e-mail y pulsar en el botón continuar (Ver gráfico A2.39) e inmediatamente se enviara un mensaje con su nueva contraseña.



**He olvidado mi Contraseña!**

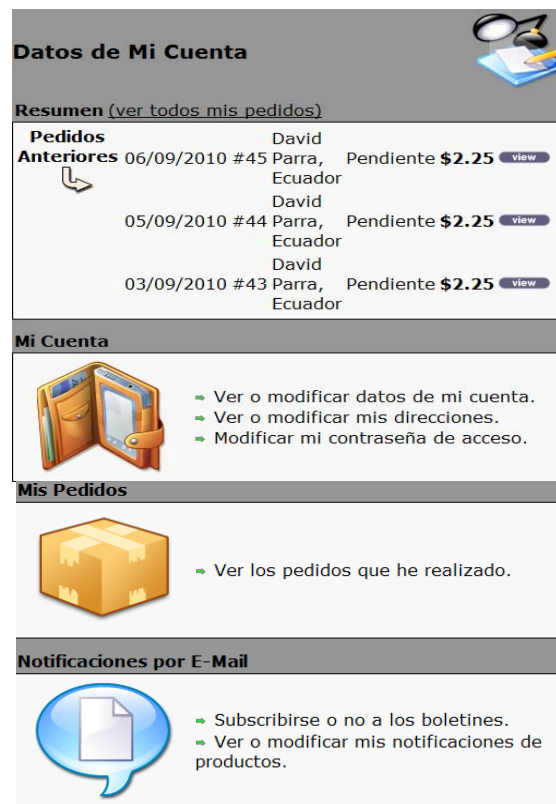
Si ha olvidado su contraseña, introduzca su dirección de e-mail y le enviaremos un mensaje por e-mail con una contraseña nueva.

E-Mail:

[Volver](#) [Continuar](#)

Gráfico A2. 39 Pantalla Ingreso E-mail

## Datos de Mi Cuenta



**Datos de Mi Cuenta**

**Resumen** ([ver todos mis pedidos](#))

Pedidos Anteriores	David				
06/09/2010 #45	Parra,	Pendiente	\$2.25	<a href="#">view</a>	
	Ecuador				
05/09/2010 #44	Parra,	Pendiente	\$2.25	<a href="#">view</a>	
	Ecuador				
03/09/2010 #43	Parra,	Pendiente	\$2.25	<a href="#">view</a>	
	Ecuador				

**Mi Cuenta**

- Ver o modificar datos de mi cuenta.
- Ver o modificar mis direcciones.
- Modificar mi contraseña de acceso.

**Mis Pedidos**

- Ver los pedidos que he realizado.

**Notificaciones por E-Mail**

- Subscribirse o no a los boletines.
- Ver o modificar mis notificaciones de productos.

Gráfico A2. 40 Cuenta del Cliente

Se puede revisar un resumen de todos los pedidos realizados por el cliente, modificar los datos de la cuenta ingresados en el registro, los pedidos actuales que tiene ese momento y la parte de suscripción de notificaciones que se envían por mail ya sean novedades, promociones, descuentos, etc.

### Resumen de Todos los Pedidos

Ingresamos en el enlace de “ver todos mis pedidos” (Ver Gráfico A2.40) la cual nos muestra la siguiente pantalla:



Todos Mis Pedidos	
<b>Número:</b> 45	<b>Estado:</b> Pendiente
<b>Fecha:</b> lunes 06 septiembre, 2010	<b>Productos:</b> 1 <b>Precio:</b> \$2.25 <a href="#">view</a>
<b>Enviado A:</b> David Parra	
<b>Número:</b> 44	<b>Estado:</b> Pendiente
<b>Fecha:</b> domingo 05 septiembre, 2010	<b>Productos:</b> 1 <b>Precio:</b> \$2.25 <a href="#">view</a>
<b>Enviado A:</b> David Parra	

**Gráfico A2. 41** Resumen Todos Mis Pedidos

Esta pantalla nos despliega un resumido de todos los pedidos realizados por el cliente y además nos muestra en que estado se encuentran cada uno de ellos.

### Datos del Pedido

Al dar clic en un pedido en la parte de pedidos anteriores (Ver Gráfico A2.40) o en un pedido en el Resumen de Todos los pedidos (Ver Gráfico A2.41) se nos muestra la siguiente pantalla:

<b>Datos del Pedido</b>	
<b>Pedido Num. 45 (Pendiente)</b>	
Fecha del Pedido: lunes 06 septiembre, 2010 <span style="float: right;">Total del Pedido: \$2.25</span>	
<b>Dirección</b>	<b>Producto</b>
Megaprofer David Parra Atahualpa 100, 0593 Tungurahua, Ecuador	1 x ANILLO CERA ACOPL-PLAS \$2.25 FV
<b>Total del Pedido</b>	
	Subtotal: \$2.25 Total: <b>\$2.25</b>
<b>Mis Pedidos</b>	
06/09/2010 Pendiente	
<a href="#">← Volver</a>	

**Gráfico A2. 42** Pantalla Datos del Pedido

Esta pantalla nos muestra los detalles del pedido como dirección del cliente la cantidad, la descripción del producto, el número, el valor y la fecha del pedido. Para volver a la pantalla anterior pulsamos en volver.

### **Modificar Datos de Mi cuenta**

En esta parte podemos modificar los datos personales, la dirección y la contraseña para poder realizar esto vamos a dar clic en cualquiera de los siguientes enlaces dependiendo de que se requiere modificar:

- Ver o modificar datos de mi cuenta
- Ver o modificar mis direcciones
- Modificar mi contraseña de acceso

## Ver o modificar datos de mi cuenta

En esta pantalla podremos modificar lo que se muestra a continuación:



**Datos de Mi Cuenta**

**Mi Cuenta** \* Dato Obligatorio

Sexo:  Varón  Mujer \*

Nombre:  \*

Apellidos:  \*

Fecha de Nacimiento:  \* (p.ej. 21/05/1970)

E-Mail:  \*

Teléfono:  \*

Fax:

[Volver](#) [Continuar](#)

**Gráfico A2. 43** Pantalla Modificar Datos de Mi Cuenta

Una vez realizado los cambios requeridos pulsamos continuar y se grabaran nuestros cambios.

## Ver o modificar mis direcciones



**Mis Direcciones**

**Dirección Principal**

Esta dirección se seleccionara por defecto para sus pedidos.

**Dirección Principal** Megaprofer  
David Parra  
Atahualpa  
100, 0593  
Tungurahua,  
Ecuador

**Direcciones**

**David Parra** (dirección principal) [edit](#) [delete](#)

Megaprofer  
David Parra  
Atahualpa  
100, 0593  
Tungurahua, Ecuador

[Volver](#) [Añadir Dirección](#)

**Gráfico A2. 44** Pantalla Modificar Mis Direcciones

En esta pantalla se puede editar la dirección o direcciones si es el caso y añadir una dirección pulsando el botón Añadir Dirección. Además podemos borrar las direcciones excepto la que se encuentra como principal.

### Añadir Dirección

**Nueva Dirección**

**Nueva Dirección** \* Datos Obligatorios

Sexo:  Varón  Mujer \*

Nombre:  \*

Apellidos:  \*

Empresa:

Dirección:  \*

Código Postal:  \*

Poblacion:  \*

Provincia/Estado:  \*

País: Seleccione \*

Dirección Principal.

Volver Continuar

**Gráfico A2. 45** Pantalla Añadir Nueva Dirección

Para añadir una nueva dirección se debe llenar todos los campos obligatorios que se encuentran señalados con asterisco (\*) y en color rojo o si no el sistema nos advertirá mediante una ventana los campos que todavía falta ingresar. Una vez llenados todos los campos pulsamos el botón continuar y se nos grabara nuestra nueva dirección.

### Modificar mi contraseña de acceso

**Mi Contraseña**

**Mi Contraseña** \* Datos Obligatorios

Contraseña Actual:  \*

Nueva Contraseña:  \*

Confirme Contraseña:  \*

Volver Continuar

**Gráfico A2. 46** Pantalla Cambiar Contraseña

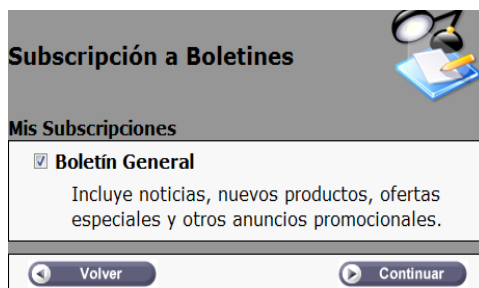
Para cambiar la contraseña se ingresa los tres campos obligatorios y pulsamos continuar.

### Notificaciones por e-mail

En esta parte podemos subscribirnos a los boletines y modificar las notificaciones de los productos, para poder realizar esto vamos a dar clic en cualquiera de los siguientes enlaces dependiendo de que se requiere:

- Suscribirse o no a los boletines
- Ver o modificar mis notificaciones de productos

Subscribirse o no a los boletines



**Gráfico A2. 47** Pantalla Subscripción a Boletines

En la casilla podemos marcar o desmarcar la opción de Boletín General lo cual contiene noticias, nuevos productos y otros anuncios los cuales serán enviados a su e-mail. Una vez realizado el paso anterior pulsamos en el botón Continuar y se actualizará la cuenta.

Ver o modificar mis notificaciones de productos



Gráfico A2. 48 Pantalla Activar o Desactivar Avisos de Productos

En esta pantalla se puede activar o desactivar la opción de Aviso de Productos el cual envía a su e-mail información de los productos de su interés; pulsamos en continuar y se actualizará nuestra cuenta con esta opción.

## CARRO DE COMPRAS



Gráfico A2. 49 Ingreso Carro de Compras

Esta opción muestra lo que se tiene en la cesta de compras, la podemos actualizar, podemos seguir agregando y quitando productos al carro de compras y por ultimo realizar el pedido.

## REALIZAR PEDIDO

Gráfico A2. 50 Ingreso Realizar Pedido

Con esta opción una vez registrado o ingresando en la cuenta del cliente, añadido por lo menos un producto se puede ingresar a realizar el pedido, además en esta pantalla podemos cambiar la dirección si es necesario; pulsamos el botón de continuar y nos mostrara los datos de la política de pago:

Gráfico A2. 51 Datos del Pedido

En esta pantalla se puede observar la dirección de entrega la cual puede ser cambiada si se lo requiere, además muestra la política de pago en caso de que el pedido sea facturado y por ultimo si se desea dejar algún comentario sobre la orden a realizarse; pulsamos continuar y nos aparece la siguiente pantalla:

Se encuentra listo mi pedido!	
<b>Dirección</b> <a href="#">(Cambio)</a> Megaprofer David Parra Atahualpa 100, 0593 AM, Ecuador	<b>Producto</b> <a href="#">(Cambio)</a> 1 x ANILLO CERA ACOPL-PLAS \$2.25 FV
<b>Total del Pedido</b>	
	Subtotal: \$2.25 Total: <b>\$2.25</b>
<input checked="" type="button" value="Confirmar"/>	
confirmación	

**Gráfico A2. 52** Confirmación de Pedido

La confirmación del pedido muestra el detalle de productos, Subtotal y total respectivamente; además en los enlaces que dicen “cambio” podemos cambiar los productos a pedir (Ver Gráfico A2.52) y la dirección; una vez al dar clic en continuar su transacción se ha procesado con éxito.

## BLOQUES LATERALES

### CATEGORIAS



Gráfico A2. 53 Bloque Categorías / Subcategorías

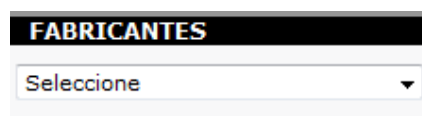
En esta sección se encuentran los nombres de las categorías de los productos acompañados por un número el cual significa la cantidad de artículos que contiene esa categoría; cada categoría contiene una subcategoría y esta a la vez puede contener otra. Además un enlace rápido a cualquier Categoría o Subcategoría mediante la elección en “IR A...”



**Gráfico A2. 54** Productos de una Categoría/Subcategoría

Al dar clic sobre una categoría nos muestra la subcategoría, entramos en unas de ellas y aparecerán los artículos con los que cuenta esa categoría con su respectivo nombre, precio y botón para agregar ese producto al carro de compras.(Ver Gráfico A2.46)

## FABRICANTES



**Gráfico A2. 55** Bloque Búsqueda por Fabricante

En este bloque se puede hacer una búsqueda por fabricante de productos, el cual nos despliega todos los artículos asociados con dicho fabricante acompañados de su imagen, nombre precio y botón "Comprar ahora", como se muestra a continuación:



**Gráfico A2. 56** Productos por Fabricante

## NOVEDADES



Gráfico A2. 57 Bloque de Novedades

En esta parte se muestra en forma aleatoria los artículos últimamente que se hayan ingresado al catalogo, al hacer clic, se despliega lo siguiente en la parte central de la página:



Gráfico A2. 58 Descripción del Producto

Al pulsar añadir estamos agregando ese artículo a nuestro carro de compras y al pulsar en el botón comentarios se nos despliega la siguiente pantalla:

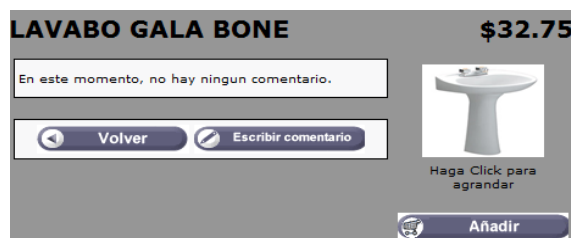


Gráfico A2. 59 Pantalla Agregar comentarios al Artículo

En esta pantalla (Ver Gráfico A2.59) podemos revisar comentarios realizados y además escribir un comentario al artículo pulsando el botón “Escribir Comentario”.

## BÚSQUEDA RÁPIDA

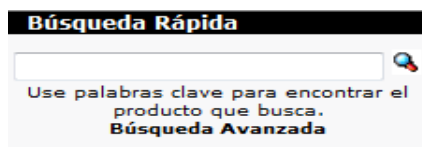


Gráfico A2. 60 Búsqueda Rápida

En esta parte se puede buscar mediante palabras claves el producto que el cliente necesita encontrar (Ver Gráfico A2.60); es una gran ayuda al momento de solo saber parte del nombre del producto ya que mediante esta herramienta se facilitara su búsqueda.

Además existe un enlace de Búsqueda Avanzada el cual nos lleva a la siguiente pantalla:



**Búsqueda Avanzada**

Buscar también en la descripción

Avuda [?]

**Categorías:** Todas  Incluir Subcategorías

**Fabricante:** Todos

**Desde precio:**

**a precio:**

**De fecha de alta:** dd/mm/aaaa

**a alta:** dd/mm/aaaa

Gráfico A2. 61 Pantalla Búsqueda Avanzada

En esta pantalla podemos realizar una búsqueda más detallada para así poder encontrar algo más preciso de lo que se está buscando.

## INFORMACIÓN

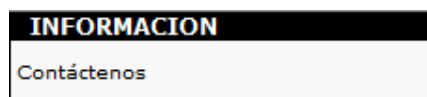


Gráfico A2. 62 Información

Aquí se muestra donde el cliente puede enviarnos al mail de la empresa su sugerencias, novedades, etc...; en la cual el deberá llenar los campos que se encuentran a continuación y proceder a remitirlo:

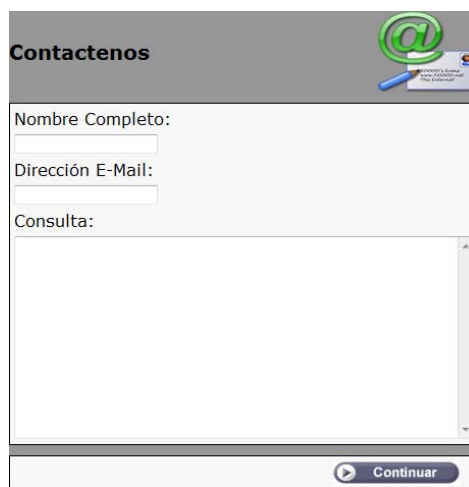
Una interfaz de usuario con un encabezado gris que dice "Contactenos" a la izquierda y un icono de un correo electrónico a la derecha. Debajo del encabezado, hay tres campos de entrada: "Nombre Completo:" con un campo de texto, "Dirección E-Mail:" con un campo de texto, y "Consulta:" con un área de texto grande. En la parte inferior derecha, hay un botón con un icono de flecha y el texto "Continuar".

Gráfico A2. 63 Contáctenos

## COMPRAS

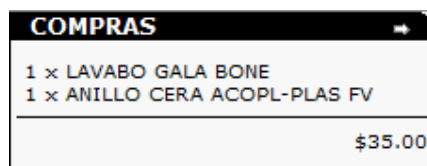


Gráfico A2. 64 Compras

Se Al dar clic en la flecha que se encuentra en esta sección se muestra los productos que se han agregado a la cesta de compras del cliente.

## COMENTARIOS

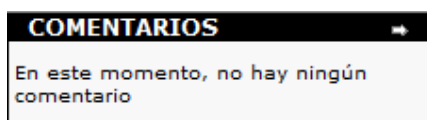


Gráfico A2. 65 Comentarios

En lo que se refiere a la parte de comentarios indica lo que los clientes han comentado a cerca de productos, sugerencias, etc.

## **PASOS PARA REALIZAR UN PEDIDO**

- Se ingresa al explorador de internet y se digita [www.megakons.com.ec](http://www.megakons.com.ec) (Gráfico A2.30)
- Ingresar al sistema de comercio electrónico mediante el link de Tienda Virtual(Ver Gráfico A2.31), una vez dentro se ingresa a la cuenta si esta registrado (Gráfico A2.38), caso contrario regístrese (Gráfico A2.35/ Gráfico A2.36) para poder realizar la compra.
- Una vez dentro de su cuenta procedemos a añadir productos en el carro dando clic en el botón de ‘Añadir al Carro’ que nos aparece en varios sitios relativos a los productos como en Categorías, Novedades, Nuevos Productos, Etc.
- Cuando se haya elegido todos los productos que necesita comprar se puede revisar o hacer una consulta de todos los productos hasta el momento elegidos (Gráfico A2.49)
- Si el cliente está seguro de su compra se dirige a la opción de Realizar Pedido en el Menú Superior (Gráfico A2.50), o en el botón con el mismo nombre que aparece en el momento de ingresarnos en la parte de Pedidos

- Al realizar el pedido se puede cambiar la dirección de entrega (Gráfico A2.44), incluso poder poner un comentario a su orden, al dar continuar aparece las opciones de cambio de dirección y comentario. Si sus datos son correctos se realiza la transacción con éxito (Gráfico A2.52) caso contrario saldrá los errores respectivos; pudiendo realizar más pedidos o a su vez salir de su cuenta en la opción 'Salir' en el menú superior.