

Índice General

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1	4
1. Fundamentos Teóricos del Comercio Electrónico	4
1.1 La nueva revolución	5
1.2 Definición de Comercio Electrónico / e-Commerce	6
1.3 Origen y Evolución Histórica	7
1.4 Por qué realizar comercio electrónico o e-commerce	9
1.5 Incentivos para el Comercio Electrónico	10
1.5.1 Ventajas	10
1.5.2 Desventajas.....	10
1.6 Tipos de comercio electrónico	11
1.6.1 Business to Consumer (B2C)	11
1.6.2 Business to Business (B2B)	12
1.6.3 Peer to Peer (P2P)	12
1.6.4 Consumer/Business to Government (B2C/G)	12
1.6.5 Business to Employee (B2E)	12
1.6.6 Business to business to consumer (B2B2C)	13
1.6.7 Business to Network to Consumer (B2N2C)	13
1.7 Herramientas para el Comercio Electrónico B2C	13
1.7.1 Software Libre para Comercio Electrónico	13
1.7.2 Software Propietario para Comercio Electrónico	15
1.7.3 Los más Software Populares para Comercio Electrónico.....	16
1.7.3.1 VirtueMart	17
1.7.3.2 Magento	17
1.7.3.3 OsCommerce.....	18
1.7.3.4 PrestaShop	19
1.7.4 Comparativa Prestashop, Magento, OsCommerce	20
1.8 Las Claves del Desarrollo	20

1.8.1 Factores de éxito	20
1.9 Comercio Electrónico en el Mundo	21
1.10 Crecimiento del Comercio electrónico en el mundo.....	22
1.11 Crecimiento del Comercio electrónico en Latinoamérica	22
1.12 Principales compras que se realizan	25
1.13 Principales páginas de Comercio Electrónico en el mundo.....	25
1.13.1 Amazon.com.....	26
1.14 El futuro del Comercio Electrónico	28
1.15 Comercio Electrónico en Bolivia	29
1.15.1 Oportunidades en el futuro de Bolivia con el E-Commerce.....	29
1.15.2 TuMoMo	30
1.15.3 Cucupons / Grupos	31
1.15.4 Funcionamiento	31
1.16 Regulación Jurídica en Bolivia.....	31
1.16.1 Derecho Informático	32
1.16.2 Informática Jurídica	32
1.16.3 La nueva Ley 164 diseña el futuro tecnológico de Bolivia.....	33
1.16.3.1 Vidal digital	33
1.16.3.2 Software libre y estándares abiertos.....	33
1.16.3.3 Participación comunitaria.....	33
1.16.4 Marco Legal y documentación en Bolivia	34
1.16.4.1 Certificado digital.....	34
1.16.4.2 Correo electrónico.....	34
1.16.4.3 Documento digital	34
1.16.4.4 Firma digital.....	34
1.16.5 Artículo 84 (Reglamentación)	34
1.16.6 Artículo 14 (Los que intervienen)	35
1.16.7 Artículo 15 (Sistema de Pago Electrónico).....	35
1.16.8 Artículo 16 (Pago Móvil)	36
1.16.9 Artículo 17 (Factura electrónica).....	36
1.16.10 Orden jurídico en Bolivia.....	37
1.16.10.1 Autoridad de fiscalización y control social empresas	38
1.16.10.2 Autoridad de fiscalización del sistema financiero (ASFI)	38

1.16.10.3	Autoridad de Telecomunicaciones (ATT)	38
1.16.10.4	Agencia para el desarrollo de la sociedad de la información (ADSIB). 38	
1.16.11	La ADSIB es la primera entidad pública que entrega facturas electrónicas . 39	
1.17	Métodos de Pago	39
1.17.1	Medios de Pago Off-Line	40
1.17.1.1	Efectivo.....	40
1.17.1.2	Boleto Bancario	40
1.17.1.3	Transferencia Bancaria	40
1.17.1.4	Cheques	40
1.17.1.5	Sistema de puntos de pago.....	40
1.17.2	Medios de Pago On-Line.....	41
1.17.2.1	El TPV Virtual.....	41
1.17.2.2	Cómo funciona el TPV Virtual	41
1.17.2.3	Donde solicitar un TPV Virtual.....	42
1.17.2.4	Proceso de instalación del TPV Virtual.....	42
1.17.3	PayPal.....	42
1.17.4	Otros Métodos de Pagos menos comunes	43
1.17.5	Acerca de los métodos de pago en la realidad de Bolivia	43
1.17.6	Cliente con “dinero digital”	44
1.17.7	Procesador de pagos digitales	44
1.17.8	Confianza del cliente en el medio de pago	45
1.17.9	Medios de cobro viables en Bolivia	46
1.18	Políticas de Seguridad en el Comercio Electrónico	47
1.18.1	Requerimientos básicos en las transacciones.....	47
1.18.2	Medidas de autenticación	48
1.18.2.1	Claves de acceso	48
1.18.2.2	Tokens	50
1.18.2.3	SmartCards.....	50
1.18.2.4	Dispositivos biométricos.....	50
1.18.2.5	Teclados virtuales.....	50
1.18.3	Firmas Digitales	51
1.18.4	Certificados digitales	51
1.18.5	Infraestructura PKI.....	52

1.18.6 Medidas de Seguridad durante la transacción	53
1.18.7 SSL y HTTPS.....	53
1.18.8 Medidas y consejos de seguridad	54
1.18.9 Finalizando la compra online.....	55
1.18.10 Herramientas Software y Dispositivos	55
1.19 Seguridad del Comercio Electrónico en Bolivia	55
1.19.1 Seguridad Física.....	56
1.19.2 Seguridad a nivel de Software.....	57
1.19.3 Seguridad a nivel de Base de Datos.....	58
CAPITULO 2	59
2. Herramientas Tecnológicas para el Comercio Electrónico	59
2.1 M-Commerce	60
2.1.1 Características del M-Commerce.....	60
2.1.2 Principales ventajas del M-Commerce.....	60
2.1.3 Razones para implementar M-Commerce.....	60
2.1.4 Sitio Móvil vs Aplicación Móvil	62
2.1.4.1 Sitio Móvil.....	62
2.1.4.2 Aplicación Móvil	63
2.1.5 Las tecnologías en M-Commerce.....	63
2.2 F-Commerce.....	66
2.2.1 Características del F-Commerce	67
2.2.2 Ventajas y Desventajas del Facebook Commerce	68
2.2.3 Tipos de Facebook Commerce	69
2.2.4 Aplicaciones entorno Facebook / Web	71
2.2.5 Interfaz gráfica de las aplicaciones web	71
2.2.6 Tecnología Web	72
2.2.6.1 Cliente	72
2.2.6.1 Servidor	73
2.2.7 Entornos Web	73
2.2.8 Tipos de Aplicaciones.....	74
2.2.9 Clasificación de aplicaciones web.....	74
2.2.10 Características de las Aplicaciones Web	75

2.2.11 Ventajas de las aplicaciones Web	75
2.2.12 Desventajas de las Aplicaciones Web	75
2.2.13 Aplicaciones de Facebook.....	76
2.2.14 Categorías de aplicaciones en Facebook	77
2.2.15 Anatomía de una aplicación en Facebook	78
2.2.16 API, Interface de Programación de Aplicaciones.....	78
2.3 SEO – Search Engine Optimization.....	79
2.3.1 Diferencias entre SEO y SEM	80
2.3.1.1 Resultados patrocinados o de pago SEM	80
2.3.1.2 Resultados orgánicos SEO	80
2.3.2 Las ventajas del SEO	80
2.3.3 Funcionamiento de los Buscadores.....	81
2.3.4 Funcionamiento de un SEO.....	81
2.3.5 SEO White Hat vs SEO Black Hat	82
2.3.5.1 Características del White SEO.....	83
2.3.5.2 Características del Black SEO	84
2.4 Marketing Online.....	84
2.4.1 Las 4 P del marketing tradicional.....	84
2.4.2 La comunicación corporativa en los tiempos de la web 2.0.....	85
2.4.2.1 Comunicación Unidireccional.....	86
2.4.2.2 Comunicación Multidireccional.....	86
2.4.3 El consumidor maneja su propia decisión.....	87
2.4.4 De las 4 P a las 4 C	88
2.4.5 Que es el Marketing Online	88
2.4.6 Las 4 F del Marketing Online	89
2.4.7 Técnicas de promoción y venta por internet.....	89
2.4.8 Herramientas de Marketing Online.....	90
CAPITULO 3	92
3. Plan de Negocios para la Empresa “Juliana Boutique”	92
3.1 Definición del proyecto	93
3.2 Datos básicos del proyecto	93
3.3 La empresa.....	93

3.4 Misión.....	94
3.5 Visión	94
3.6 Situación real de la Empresa	94
3.7 Actividades de la Empresa.....	94
3.8 Productos.....	94
3.9 Publicidad.....	95
3.10 Análisis de Mercado.....	95
3.11 Segmentación del Mercado.....	96
3.11.1 Segmentación Geográfica.....	95
3.11.2 Segmentación por tipo de Negocios.....	95
3.12 Descripción de la competencia.....	95
3.13 Análisis FODA.....	98
3.14 Estrategias.....	99
3.15 Estudio del Mercado local del Negocio	100
3.15.1 Definición de los procesos	100
3.15.2 Metodologías de Investigación del Mercado utilizadas	100
3.15.3 Encuestas.....	101
3.15.3.1 Diseño de encuestas.....	101
3.15.3.2 Visitas/Entrevistas	103
3.15.3.3 Análisis de las Entrevistas	104
CAPITULO 4.....	105
4. Análisis de Requerimientos.....	105
4.1 Resultados obtenidos del estudio de Mercado	106
4.2 Análisis de las Encuestas	108
4.3 Definición de Requerimientos.....	109
4.3.1 Requerimientos funcionales.....	108
4.3.2 Requerimientos no funcionales	109
4.3.3 Requisitos para desarrollo de Aplicación en Facebook.....	110
CAPITULO 5.....	116
5. Implementación.....	116
5.1 Implementación Tecnológica.....	117

5.2	Justificación de las Soluciones Informáticas a utilizarse.....	117
5.3	Configuración del Servidor Web.....	117
5.3.1	Configuración PHP.....	118
5.3.2	Manipulación de php.ini.....	118
5.3.3	Ajustes necesarios.....	118
5.3.4	Ajustes recomendados.....	119
5.4	Servidor de Base de Datos MySQL.....	120
5.4.1	Configuración MySQL.....	120
5.4.2	Un usuario de MySQL por aplicación web.....	120
5.5	Establecimiento de autenticación básica (.htaccess).....	123
5.6	Hacer la instalación de Prestashop más segura.....	123
5.6.1	Afinamiento y rendimiento.....	124
5.6.2	Archivo config.inc.php.....	125
5.6.3	Archivo defines.inc.php.....	125
5.6.4	Archivo smarty.inc.php.....	125
5.6.5	Mejoramiento del rendimiento de Prestashop.....	125
5.7	Arquitectura del CMS Prestashop.....	126
5.8	Diagramas de Casos de Uso.....	127
5.9	Diagramas de Paquetes.....	132
5.10	Prestashop Back Office.....	132
5.10.1.	Añadir Productos y Categorías.....	134
5.10.2.	Creación de una Categoría.....	135
5.10.3.	Gestión y Adición de Productos en el Catalogo.....	136
5.10.4.	Módulos/Bloques Prestashop.....	138
5.10.5.	Permisos a los usuarios.....	138
5.10.6.	Comprensión de las Estadísticas.....	139
5.11	Prestashop Front Office.....	140
5.11.1.	Resumen del carrito.....	144
5.11.2.	Páginas de listas de productos.....	145
5.12	Principios Básicos para el SEO.....	146

Conclusiones.....	149
Recomendaciones.....	151
Bibliografía.....	152
Glosario de Terminos.....	154
Anexos	155

A	PagosNet
B	Guia SEO – Google
C	eCompras
D	Ley No 164