
1 Introducción

1.1 *Vamos a enmarcar el presente proyecto*

Transparencia. No es mi deseo abarcar grandes empresas ni destapar un mundo nuevo en la programación. La única intención es acercar la tecnología al pequeño empresario. En los momentos que corren, de grandes vicisitudes económicas, globales, se me antoja como una de esas vías de escape a la inestabilidad actual el

poner en manos cercanas los avances que en la última década se han venido sucediendo. Concurren en el tiempo este planteamiento y mi formación universitaria. La palabra educación, ligada al adjetivo de universitaria se torna de gran responsabilidad, desde el punto y hora en que me otorga derechos y deberes. Mi derecho a ejercer y mi obligación de poner mi mayor esfuerzo en llevar a buen puerto las complicadas tareas que soy capaz de acarrear. Ahora, desde mi experiencia como estudiante y trabajador, veo necesario un acercamiento entre los medios tecnológicos y el mundo de a pie. Los grandes proyectos ligados a las grandes corporaciones abarcan en gran mayoría (absoluta) las redes de comunicaciones. El desarrollo y evolución de las tecnologías han quedado tras la verja macroeconómica.

Tener una pagina web, blog, fotolog, cuenta de *facebook* o *myspace* son los máximos tecnológicos gratuitos. Sin embargo, para cualquier persona decidida a lanzar un nuevo proyecto comercial, la barrera tecnológica se establece a precios bastante altos. Tanto que el poseer productos del tipo que el presente proyecto fin de carrera defiende se hace poco habitual. Hemos indagado en la red en busca de similares, de pago o gratuitos, encontrando que, a nivel nacional, solo una empresa aporta una solución de código propietario. Queremos mantener en todo momento presente en la mente del lector el ámbito del proyecto, mencionando que la aplicación diseñada se dirige al pequeño y mediano empresario.

Volviendo al resultado de nuestras búsquedas, encontramos que no encontramos ningún estándar.

1.2 Khronos

Prehistoria. Una de las primeras empresas que utilizo el término "e-Business" fue IBM, en 1997, año en el que lanzo su primera campaña temática centrada en ese termino. Hasta entonces, la frase que todo mundo usaba era "e-commerce". El intercambio del término significó también un cambio de paradigma: hasta ese momento, vender era la única experiencia que podía reproducirse en la web, pero la ampliación del enfoque y la incorporación de otros tipos de negocios en la web generó la nueva denominación.

El e-commerce es apenas un aspecto del e-Business, que incluye las franquicias electrónicas, el email, el marketing electrónico. El e-Business consiste en aprovechar la comodidad, la disponibilidad y el alcance universal para mejorar las organizaciones existentes o crear nuevas organizaciones virtuales. IBM define e-Business como "Una manera segura, flexible e integrada de brindar un valor diferenciado combinado los sistemas y los procesos que rigen las operaciones de negocios básicas con la simplicidad y el alcance que hace posible la tecnología en Internet".

El concepto E-Business se inventó antes de que se generalizara el uso de

Internet, ya en la década del 70, el e-Business era de uso corriente en las redes financieras. EL EDI (intercambio electrónico de datos) también data de mucho antes que Internet. Pero, sin Internet, el e-Business no hubiera sido posible a tal escala. Las redes privadas que se usaban en el 70 y 80 eran demasiado costosas para las empresas pequeñas y no permitían el acceso de usuarios particulares.

El e-Business se divide en tres áreas

En primer lugar, puede realizarse dentro de una organización mediante lo que se conoce como Intranet, que emplea los estándares de Internet para la comunicación electrónica. Las personas que se manejan con Intranets ingresan en sitios web específicos de la organización a la que pertenecen. Dichos sitios web están separados del mundo gracias a los firewalls y otras medidas de seguridad, que impiden a las personas ajenas a la organización acceder a esa información privada.

La segunda área del e-Business consiste en las transacciones "Business to Business" que se llevan a cabo por una extranet, formada por dos intranets conectadas por medio de Internet, que permiten a dos organizaciones el acceso mutuo a datos confidenciales. Normalmente sólo se comparte poca información, la indispensable para concretar el negocio. Las redes "Business to Business" se crearon mucho antes que Internet, numerosas organizaciones contaban con redes privadas para hablar con sus socios y clientes. Sin embargo, era caro mantenerlas. En cambio Internet se redujeron dramáticamente los costos. Cuando se busca mantener en privado las transacciones entre dos empresas, casi siempre se recurre a una VPN.

En tercer lugar se encuentra el área "Business to consumer", que es la más sobresaliente, conocida por todos los usuarios de Internet. Los sitios web ofrecen productos y servicios a quien los visite. Es lo que se conoce tradicionalmente por e-commerce, vender productos en la web, sin embargo, hay que tener en cuenta muchas cosas más.

El E-commerce comprende la compra, venta, marketing, y servicios para productos o servicios por medio de redes de computadoras. Se puede ver como aplicaciones e-Business aplicadas a las transacciones comerciales.

En resumen, "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".

El Comercio Electrónico, a través de Internet, implica la utilización de esta red

como medio para facilitar el intercambio de bienes y servicios. La forma más avanzada es aquella en la que un cliente: visualiza, selecciona y formaliza 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 a una enorme vidriera virtual, así como también, renovar estos productos, dialogar con sus clientes y por lo tanto ajustarse a sus necesidades.

Éste será el marco de trabajo del presente proyecto fin de carrera, cuyo objetivo final es la creación de una herramienta de e-commerce, que permita al usuario controlar la gestión de contenidos en el sitio web y los procesos de negocio.

1.3 ¿Qué es ésto de KnoE?

KnoE es un gestor local para un portal web y *e-shop*, que permite al operador del sistema una administración simple e intuitiva mediante un entorno gráfico adaptado a las necesidades del negocio.

KnoE es una herramienta diseñada para abstraer al pequeño empresario de la necesidad de adquirir los conocimientos específicos derivados de la gestión de portales web.

Un entorno gráfico simple deberá guiar al usuario de manera intuitiva sobre las tareas comunes en la gestión de una e-shop.

La abstracción del modelo relacional de datos que se puede entrever de soslayo es un marco universal para cualquier tipo de explotación empresarial. El ejercicio de adaptación de la aplicación a sectores específicos, pues, requiere tiempos mínimos.

KnoE suple los conocimientos que el empresario no posee, aportando un gran valor empresarial.

En el caso que nos ocupa, KnoE se provee como herramienta a un empresario propietario de una papelería. El diseño del sitio *papeleriairis.com*, aunque ligado a la creación de KnoE, quedará fuera del ámbito de estudio del presente proyecto. El modelo de base de datos creado en el servidor servirá de referencia para cualquier otro tipo de empresa, pues, de forma abstracta, todo se reduce a clientes, productos y pedidos. Las variaciones que puede sufrir el esquema creado son mínimas.

Entramos en materia y comenzamos a trabajar, dejando la ridicuparla para el apartado final de conclusiones.

Se establecerán las siguientes fases para el desarrollo del proyecto:

-
- Análisis de requisitos.
 - Análisis de alternativas de implementación.
 - Implementación.

Estas fases son descritas con detalle en cada uno de los capítulos que componen la memoria del proyecto fin de carrera KnoE: Sistema de Gestión de portal web para e-shop.

