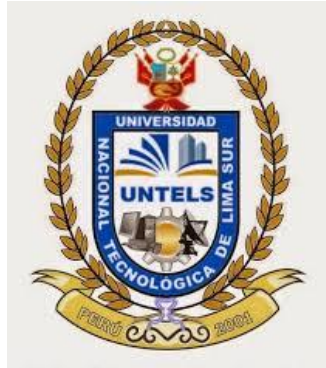


UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLÓGICA DE LIMA SUR
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS Y ADMINISTRACIÓN
INGENIERÍA DE SISTEMAS



**DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN WEB PARA LA CREACION Y
SEGMENTACION DE ANUNCIOS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS ONLINE**

TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR EL TITULO DE INGENIERO DE
SISTEMAS

PRESENTADO POR EL BACHILLER
JOSMEL NOEL YUPANQUI HUAMAN

Villa El Salvador

2014

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora.

Los amo con mi vida.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE Ladislao Yupanqui, mi MADRE, y a mis hermanas; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCION	1
1. CAPÍTULO I: PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	2
1.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.3.1. ESPACIAL.....	4
1.3.2. TEMPORAL	4
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.4.1. PROBLEMA PRINCIPAL	5
1.5. OBJETIVO.....	5
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	5
2. CAPITULO II: MARCO TEORICO	6
2.1. ANTECEDENTES	6
2.2. BASES TEORICAS	7
2.2.1. APLICACIÓN WEB	7
2.2.2. PUBLICIDAD ONLINE	10
2.2.3. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	13
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	14
2.3.1. WEB 2.0.....	14
2.3.2. WEB SERVICE	15
2.3.3. RUP.....	18
2.3.4. UML.....	24
3. CAPITULO III: DESARROLLO DEL SISTEMA	27
3.1. FASE DE INICIO	27
3.1.1. MODELADO DEL NEGOCIO.....	27

3.1.1.1.	MODELO DE CASOS DE USO DE NEGOCIO	28
3.1.1.1.1.	DIAGRAMA DE CASOS DE USO DE NEGOCIO	28
3.1.1.1.2.	DIAGRAMA DE ACTIVIDAD DE LOS PROCESOS DE NEGOCIO	31
3.1.2.	MODELADO DEL REQUERIMIENTOS	35
3.1.2.1.	IDENTIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS FUNCIONALES Y NO FUNCIONALES	35
3.1.2.2.	DIAGRAMA DE CASOS DE USO DEL SISTEMA.....	40
3.1.2.2.1.	DIAGRAMA DE CASO DE USO GENERAL	40
3.1.2.2.2.	DIAGRAMA DETALLADO DE GESTIÓN DE USUARIO	41
3.1.2.2.3.	DIAGRAMA DETALLADO DE GESTIÓN DE CAMPAÑAS.....	42
3.1.2.2.4.	DIAGRAMA DETALLADO DE GESTIÓN DE ANUNCIOS	43
3.1.2.3.	ESPECIFICACIONES DE LOS CASOS DE USO DEL SISTEMA.....	44
3.1.2.4.	PROTOTIPOS DE LAS PANTALLAS.....	68
3.2.	FASE DE ELABORACIÓN	79
3.2.1.	ANÁLISIS DEL SISTEMA	79
3.2.1.1.	ANÁLISIS DE LA ARQUITECTURA DEL SISTEMA	79
3.2.1.2.	ANÁLISIS DE CASOS DE USO DEL SISTEMA.....	80
3.2.1.2.1.	DIAGRAMA DE CLASES DEL ANÁLISIS.....	80
3.2.1.2.2.	DIAGRAMA DE INTERACCIÓN DE OBJETOS DEL ANÁLISIS	89
3.2.1.3.	DOMINIO DE CLASES ENTIDAD	101
3.2.2.	DISEÑO DEL SISTEMA.....	102
3.2.2.1.	DISEÑO DE LA ARQUITECTURA	102
3.2.2.2.	DISEÑO DE CASOS DE USO DEL SISTEMA	103
3.2.2.2.1.	DIAGRAMA DE CLASES DEL DISEÑO	103

3.2.2.2.2.	DIAGRAMAS DE INTERACCIÓN DE OBJETOS DEL DISEÑO	116
3.2.2.3.	MODELADO DE DATOS	131
3.2.2.3.1.	MODELO CONCEPTUAL DE DATOS	131
3.2.2.3.2.	MODELO LÓGICO DE DATOS	132
3.2.2.3.3.	MODELO FÍSICO DE DATOS	134
3.2.2.4.	DISEÑO DE LA INTERFAZ GRÁFICA DE USUARIO	135
3.3.	FASE DE CONSTRUCCIÓN	156
3.3.1.	IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA	156
3.3.1.1.	DIAGRAMA DE COMPONENTES.....	156
3.3.1.2.	DIAGRAMA DE DESPLIEGUE.....	157
3.3.1.3.	CODIFICACION DE LOS REQUERIMIENTOS FUNCIONALES	158
3.4.	FASE DE TRANSICIÓN	163
3.4.1.	PRUEBAS DE SISTEMAS	162
3.4.1.1.	MODELO DE CASOS E USO DE PRUEBAS DEL SISTEMA	162
4.	CAPITULO IV : REVISIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE RESULTADOS	189
4.1.	CONCLUSIONES	191
4.2.	RECOMENDACIONES	192
4.3.	BIBLIOGRAFÍA	200
4.4.	ANEXOS.....	202

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Gráfico N° 1. Diario El Comercio	4
Gráfico N° 2. Esfuerzo en actividades según fase del proyecto.	22
Gráfico N° 3. Diagrama de casos de uso del negocio	30
Gráfico N° 4. Proceso de Negocio Crear Campaña	31
Gráfico N° 5. Proceso de Negocio Pagar Campaña – Pago Efectivo.....	32
Gráfico N° 6. Proceso de Negocio Pagar Campaña – Pasarela de Pago	33
Gráfico N° 7. Proceso de Negocio Pagar Campaña – Pasarela de Pago	34
Gráfico N° 8. Diagrama de caso de Uso General.....	40
Gráfico N° 9. Diagrama Detallado de Gestión de Usuario.....	41
Gráfico N° 10. Diagrama detallado de Gestión de Campañas	42
Gráfico N° 11. Diagrama detallado de Gestión de Anuncios	43
Gráfico N° 12. Prototipo Crear Cuenta	68
Gráfico N° 13. Prototipo Recuperar contraseña	69
Gráfico N° 14. Prototipo Crear nueva contraseña	69
Gráfico N° 15. Prototipo Login.....	70
Gráfico N° 16. Prototipo Crear campaña	70
Gráfico N° 17. Prototipo Datos de Anuncio	71
Gráfico N° 18. Prototipo Datos del Target	72
Gráfico N° 19. Prototipo Datos del paso tres.....	73
Gráfico N° 20. Prototipo Mis campaña	74
Gráfico N° 22. Prototipo Detalle de Campaña	75
Gráfico N° 23. Prototipo Datos del anuncio	76

Gráfico N° 24. Prototipo Editar anuncio.....	77
Gráfico N° 25. Prototipo Editar target	78
Gráfico N° 26. Análisis de la arquitectura del sistema	79
Gráfico N° 27. Diagrama de clases del análisis Crear Cuenta	80
Gráfico N° 28. Diagrama de clases del análisis Validar Cuenta	81
Gráfico N° 29. Diagrama de clases del análisis Recuperar contraseña	81
Gráfico N° 30. Diagrama de clases del análisis Login	82
Gráfico N° 31. Diagrama de clases del análisis Crear Campaña	82
Gráfico N° 32. Diagrama de clases del análisis Pago Efectivo.....	83
Gráfico N° 33. Diagrama de clases del análisis Pasarela de Pago	84
Gráfico N° 34. Diagrama de clases del análisis Agregar Anuncio	85
Gráfico N° 34. Diagrama de clases del análisis Editar Anuncio	85
Gráfico N° 35. Diagrama de clases del análisis Editar Target.....	86
Gráfico N° 36. Diagrama de clases del análisis Ver detalle anuncio	86
Gráfico N° 37. Diagrama de clases del análisis Ver detalle campaña.....	87
Gráfico N° 38. Diagrama de clases del análisis Buscar Campaña y Buscar	87
Gráfico N° 39. Diagrama de clases del análisis Activar Campaña / Suspende Campaña.....	88
Gráfico N° 40. Diagrama de colaboración Crear Cuenta.....	89
Gráfico N° 41. Diagrama de colaboración Validar Cuenta.....	89
Gráfico N° 41. Diagrama de colaboración Recuperar Contraseña	90
Gráfico N° 42. Diagrama de colaboración Login	90
Gráfico N° 43. Diagrama de colaboración Crear Campaña.....	91
Gráfico N° 44. Diagrama de colaboración Pago Efectivo	92
Gráfico N° 45. Diagrama de colaboración Pasarela de Pago.....	93

Gráfico N° 46. Diagrama de colaboración Agregar Anuncio.....	94
Gráfico N° 47. Diagrama de colaboración Editar Anuncio	95
Gráfico N° 48. Diagrama de colaboración Editar Target.....	96
Gráfico N° 49. Diagrama de colaboración Ver detalle Anuncio	97
Gráfico N° 50. Diagrama de colaboración Ver detalle Campaña.....	97
Gráfico N° 51. Diagrama de colaboración Buscar Campaña y Buscar Paginado Campaña.....	98
Gráfico N° 52. Diagrama de colaboración Eliminar Anuncio	99
Gráfico N° 53. Diagrama de colaboración Suspende r Campaña	99
Gráfico N° 54. Diagrama de colaboración Activar Campaña.....	100
Gráfico N° 55. Dominio de Clases Entidad.....	101
Gráfico N° 56. Diseño de la Arquitectura.....	103
Gráfico N° 58. Diagrama de Clases de Diseño Crear Cuenta	104
Gráfico N° 59. Diagrama de Clases de Diseño Validar Cuenta.....	104
Gráfico N° 60. Diagrama de Clases de Diseño Recuperar Contraseña	105
Gráfico N° 61. Diagrama de Clases de Diseño Login.....	105
Gráfico N° 62. Diagrama de Clases de Diseño Crear Campaña	106
Gráfico N° 63. Diagrama de Clases de Diseño Pago Efectivo	107
Gráfico N° 64. Diagrama de Clases de Diseño Pasarela de Pago	108
Gráfico N° 64. Diagrama de Clases de Diseño Agregar Anuncio.....	109
Gráfico N° 65. Diagrama de Clases de Diseño Agregar Anuncio.....	110
Gráfico N° 66. Diagrama de Clases de Diseño Editar Target.....	111
Gráfico N° 67. Diagrama de Clases de Diseño Ver Detalle Anuncio	112
Gráfico N° 68. Diagrama de Clases de Diseño Ver Detalle Campaña	113
Gráfico N° 69. Diagrama de Clases de Diseño Buscar Campaña.....	114

Gráfico N° 70. Diagrama de Clases de Diseño Activar Campaña/Suspender Campaña.....	115
Gráfico N° 71. Diagrama de Secuencia Crear Cuenta	116
Gráfico N° 72. Diagrama de Secuencia Validar Cuenta	117
Gráfico N° 73. Diagrama de Secuencia Login	118
Gráfico N° 74. Diagrama de Secuencia Recuperar Contraseña.....	119
Gráfico N° 75. Diagrama de Secuencia Crear Campaña	120
Gráfico N° 76. Diagrama de Secuencia Crear Campaña	121
Gráfico N° 77. Diagrama de Secuencia Pago Efectivo.....	122
Gráfico N° 78. Diagrama de Secuencia Pasarela De Pago.....	123
Gráfico N° 79. Diagrama de Secuencia Crear Anuncio	124
Gráfico N° 80. Diagrama de Secuencia Editar Anuncio.....	125
Gráfico N° 81. Diagrama de Secuencia Eliminar Anuncio	126
Gráfico N° 82. Diagrama de Secuencia Buscar Campaña	127
Gráfico N° 83. Diagrama de Secuencia Detalle Campaña	128
Gráfico N° 84. Diagrama de Secuencia Suspender/Reactivar Campaña	129
Gráfico N° 85. Diagrama de Secuencia Editar Target	130
Gráfico N° 86. Modelo Conceptual de datos	131
Gráfico N° 87. Modelado Físico de Datos	134
Gráfico N° 88. Formulario de Registro.....	136
Gráfico N° 89. Aviso de registro de cuenta.....	136
Gráfico N° 90. Mail de confirmación de registro	137
Gráfico N° 91. Mensaje de confirmación de registro	138
Gráfico N° 92. Diseño del correo enviado una vez activada tu cuenta	138
Gráfico N° 93. Formulario de recuperación de contraseña.....	138

Gráfico N° 94. Correo electrónico de recuperación de contraseña	139
Gráfico N° 95. Correo electrónico de verificación de contraseña	140
Gráfico N° 96. Formulario de Login	141
Gráfico N° 97. Validación de datos.....	141
Gráfico N° 98. Página de Perfil de usuario	142
Gráfico N° 99. Pantalla de registro de campaña	143
Gráfico N° 100. Pantalla de registro de anuncio.....	144
Gráfico N° 101. Formulario de Target.....	145
Gráfico N° 102. Formulario de Pago.....	146
Gráfico N° 103. Formulario de mis campañas	147
Gráfico N° 104. Suspende Campaña	148
Gráfico N° 105. Validación de suspender campaña	148
Gráfico N° 106. Reactiva campaña	149
Gráfico N° 107. Validación de reactivar campaña	149
Gráfico N° 108. Botón agregar anuncio.....	150
Gráfico N° 109. Formulario a anuncio	150
Gráfico N° 110. Botón editar anuncio	151
Gráfico N° 111. Formulario editar anuncio	151
Gráfico N° 112. Botón eliminar anuncio.....	152
Gráfico N° 113. Validación eliminar anuncio	152
Gráfico N° 114. Botón editar target.....	153
Gráfico N° 115. Formulario editar target.....	153
Gráfico N° 116. Buscar Campaña	154
Gráfico N° 117. Buscar paginación Campaña	154
Gráfico N° 118. Link detalle campaña	155

Gráfico N° 119. Detalle de campaña	155
Gráfico N° 120. Diagrama de Componentes	156
Gráfico N° 121. Diagrama de Despliegue.....	157
Gráfico N° 122. Código de Creación de usuario.....	158
Gráfico N° 123. Código de creación de campaña	159
Gráfico N° 124. Código de creación de anuncio.....	159
Gráfico N° 125. Código de edición de anuncio.....	160
Gráfico N° 126. Código de campaña en cxense	160
Gráfico N° 127. Código de eliminación de anuncio	161
Gráfico N° 128. Código de pago efectivo	161
Gráfico N° 129. Código de pasarela de pago	162
Gráfico N° 130. Código de modelo de pieza	162
Gráfico N° 131. Formulario de Registro.....	163
Gráfico N° 132. Aviso de registro de cuenta.....	164
Gráfico N° 133. Mail de confirmación de registro	165
Gráfico N° 134. Mensaje de confirmación de registro	165
Gráfico N° 135. Diseño del correo enviado una vez activada tu cuenta	166
Gráfico N° 136. Formulario de recuperación de contraseña.....	167
Gráfico N° 137. Correo electrónico de recuperación de contraseña	167
Gráfico N° 138. Correo electrónico de verificación de contraseña	168
Gráfico N° 139. Formulario de Login	168
Gráfico N° 140. Validación de datos.....	169
Gráfico N° 141. Página de Perfil de usuario	169
Gráfico N° 142. Pantalla de registro de campaña	170
Gráfico N° 143. Pantalla de registro de anuncio.....	171

Gráfico N° 144. Formulario de Target.....	172
Gráfico N° 145. Formulario de Pago.....	173
Gráfico N° 146. Formulario de mis campañas	174
Gráfico N° 147. Suspender Campaña	175
Gráfico N° 148. Validación de suspender campaña	175
Gráfico N° 149. Campaña suspendida	176
Gráfico N° 150. Reactiva campaña	176
Gráfico N° 151. Validación de reactivar campaña	177
Gráfico N° 152. Campaña reactivada	177
Gráfico N° 153. Botón agregar anuncio.....	178
Gráfico N° 154. Formulario a anuncio	178
Gráfico N° 155. Mensaje de éxito	179
Gráfico N° 156. Botón editar anuncio	179
Gráfico N° 157. Formulario editar anuncio	180
Gráfico N° 158. Mensaje de éxito	180
Gráfico N° 159. Botón eliminar anuncio.....	181
Gráfico N° 160. Validación eliminar anuncio	181
Gráfico N° 161. Botón editar target.....	182
Gráfico N° 162. Formulario editar target.....	182
Gráfico N° 163. Mensaje de éxito de editar target.....	183
Gráfico N° 164. Buscar Campaña	183
Gráfico N° 165. Buscar Paginado Campaña	184
Gráfico N° 166. Link detalle campaña	185
Gráfico N° 167. Detalle de campaña	185
Gráfico N° 168. El Comercio.pe	187

Gráfico N° 169. Planeta.com.pe	187
Gráfico N° 170. trome.pe.....	188
Gráfico N° 171. Peru21.pe	188
Gráfico N° 172. depor.pe.....	189
Gráfico N° 173. Rpp.com.pe.....	189
Gráfico N° 174. Capital.com.pe	190

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Requerimientos no funcionales	35
Tabla 2: Requerimientos funcionales.	38
Tabla 3: Crear cuenta	44
Tabla 4: Validar cuenta	47
Tabla 5: Recuperar contraseña	48
Tabla 6: Login.....	51
Tabla 7: Agregar anuncio	52
Tabla 8: Editar anuncio	55
Tabla 9: Ver detalle campaña.....	57
Tabla 10: Ver detalle anuncio.....	59
Tabla 11: Suspender campaña	60
Tabla 12: Activar campaña.....	61
Tabla 13: Eliminar anuncio.....	62
Tabla 14: Editar target.....	64
Tabla 15: Buscar campaña.....	65
Tabla 16: Buscar paginado campaña.....	66
Tabla 17: Crear campaña.....	67

INTRODUCCIÓN

Actualmente la presencia en internet no es un mero ítem más en la lista de aspectos a considerar por las empresas para posicionarse y potenciar su imagen hacia su público objetivo. No basta con tener una página web sólo por cumplir con lo que dictan las tendencias actuales o para no quedarse atrás frente a la competencia. Las empresas pueden estar bien encaminadas hacia lo que quieren conseguir pero todavía no llegan a los objetivos que realmente se habían propuesto para que su negocio empiece a ser rentable.

Hoy las empresas necesitan de técnicas y herramientas que les permitan mostrar sus campañas publicitarias hacia un público objetivo y en los portales que tengan mayor presencia en el Perú.

Este proyecto busca solucionar esta necesidad de las empresas, por ello el desarrollo de una aplicación web para la publicación de anuncios de campañas publicitarias online.

Es por ello que el presente trabajo contendrá el análisis diseño e implementación de la aplicación web, integrada con la Web Service Cxense, así mismo pasarela de pago (visa, MasterCard) y pago efectivo.

El presente documento se organiza de la siguiente manera. En el primer capítulo se presenta el planteamiento del problema, el cual contiene: descripción de la realidad problemática, justificación del problema, de la investigación, espacial, temporal, formulación del problema y objetivo. El capítulo II muestra el marco teórico de aplicación web, Web Services, la metodología RUP y el lenguaje de modelamiento UML. .En el tercer capítulo se expone el desarrollo de software basado en la metodología de Rational Unified Process (RUP) y el modelamiento del sistema con UML. En el cuarto capítulo se expone los resultados del proyecto.

CAPITULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCION DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Cada vez más personas usan internet en su día a día y cada vez más empresas descubren la importancia de anunciar en los principales portales web, sin embargo no todas las empresas están preparadas para dar este importante salto a veces los costos pueden ser elevados y los tramites complejos. El mercado de publicidad digital, todavía no representa más del 5% de la inversión total del sector (recién superaron los US\$25 millones anuales), pero tiene un ritmo creciente superior al resto y en un futuro tendrá tanto protagonismo como el logrado en Estados Unidos, donde ya es el segundo medio de inversión.

Un artículo del comercio (1) menciona que la “La inversión publicitaria en medios digitales e Latinoamérica está en expansión y en 2012 ascendió a unos US\$1.609 millones, siendo Brasil, México y Argentina los países con mayor concentración y Chile el de más penetración”. Así también el siguiente artículo del comercio (2) nos redacta que “La inversión en

publicidad digital en el país creció 20% durante el primer semestre del año y da señales de expandirse aún más en esta segunda mitad del 2013, de acuerdo con el Estudio de Inversión Publicitaria en Internet en el Perú, realizado por encargo del IAB y presentado en el II Congreso de Negocios en la Era Digital 2013, NED 2013. Durante los primeros seis meses, la inversión en publicidad digital alcanzó los S/.56.100 millones, lo que significó un aumento del 20% en comparación con el mismo periodo del año anterior “.

EL estudio da muestras de cambios en el crecimiento de la inversión publicitaria por formatos. A pesar de que el formato ‘display’ (paneles y afiches que se colocan en los sitios web) continúa siendo el que se lleva la porción más grande con un 46%, su crecimiento con relación a los primeros seis meses del 2012 solo fue de 16%, es decir, menos que el promedio total de 20%.

1.2. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

Dado el dinámico crecimiento del mercado publicitario en Internet, arriba del 30% en el país y más del 25% en la región, la importancia del desarrollar una aplicación web que permita la creación y segmentación de anuncios de campañas publicitarias online, de forma sencilla y económica con la que se podrá anunciar los productos y servicios, segmentar la campaña y dividirla específicamente a un público objetivo, y poder pagar con tarjeta de crédito o mediante el sistema de pago efectivo, sin importar el tamaño de la empresa y aparecer en los más importantes portales y reconocidos del país como elcomercio.pe que es el portal más visitado del Perú con más de 10 millones de visitas al mes

Será una alternativa con tarifas económicas que permitirá al Grupo el comercio ampliar su base de clientes y ganar fuerza ante las ofertas comerciales que ofrecen a este mismo 'target' los buscadores en línea como Google con su programa "Google AdWords" o como Facebook con "Facebook Ads"

1.3. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

Las delimitaciones de la investigación se dividen en dos tipos:

1.3.1. ESPACIAL:

El desarrollo de este trabajo se realizó en el Diario El Comercio.

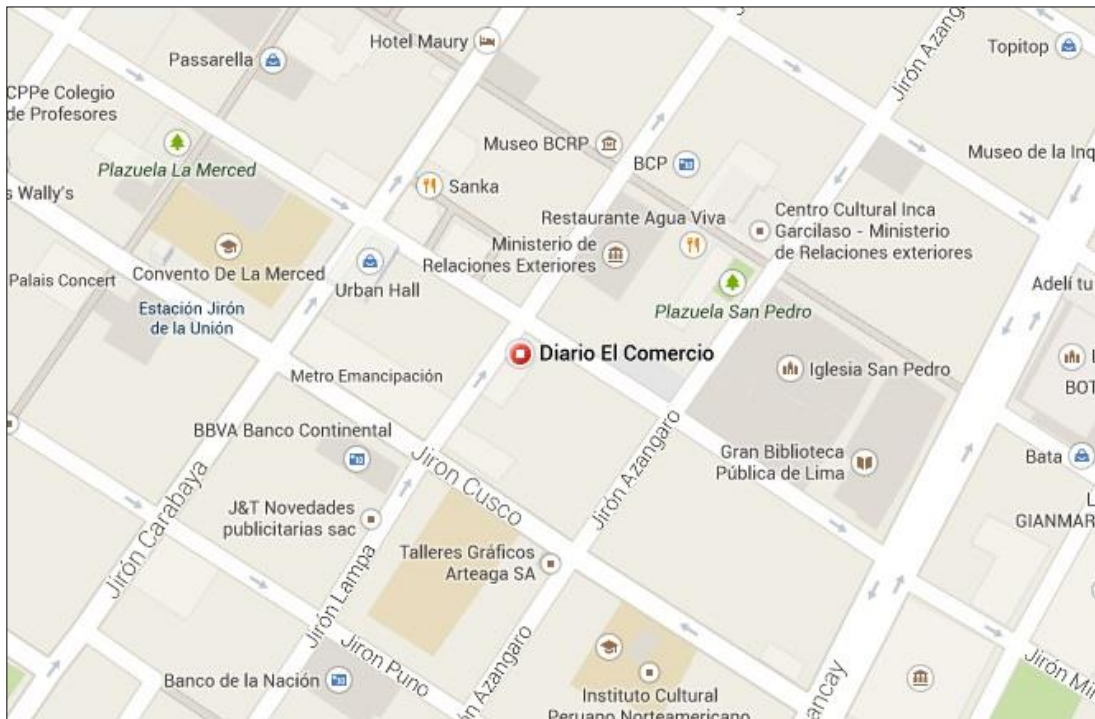


Gráfico Nº 1. Diario El Comercio

1.3.2. **TEMPORAL:** La fase del análisis y diseño del portal web comprende del mes de mayo del 2013 a febrero del 2014.

1.4. FORMULACION DEL PROBLEMA:

1.4.1. PROBLEMA PRINCIPAL

¿En qué medida el desarrollo de una aplicación web, influye en el aumento de creación y segmentación de anuncios de campañas publicitarias online?

1.5. OBJETIVO

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una aplicación web, para la creación y segmentación de anuncios de campañas publicitarias online.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES

Para desarrollar una aplicación web para la creación y segmentación de anuncios de campañas publicitarias online, es conveniente referir la consulta documental de trabajos realizados que genere relación con los objetivos propuestos en este estudio, en función a ello se menciona a la tesis del autor José Luis Tubay Vergara (3) cuyo objetivo de su tesis es el de Desarrollar una aplicación Web que permita llevar el control de Avances Académicos y asistencia de Docentes, acorde con las necesidades y requerimientos de las autoridades de la Escuela de Informática, garantizando la confiabilidad, seguridad e integridad de datos.

Así también Brito rico y hernández (4) cuyo tema de tesis es “Incidencia De La Publicidad Online Para Las Empresas Del Siglo XXI” y el objetivo del trabajo es analizar las potencialidades en línea semántica e interactiva como instrumento de promoción para las empresas venezolanas y describir el funcionamiento práctico

de la línea semántica , cuyo nivel de investigación es de carácter Exploratorio porque pretende dar una visión general aproximativa de la publicidad online

La siguiente referencia es el trabajo de Torres Torres, Ruiz Villacres y Sánchez Vélez (5) ,cuyo tema de tesis es “Proyecto de inversión para la creación de una empresa que desarrolle el marketing y la publicidad online en la ciudad de guayaquil.” En donde el objetivo es Determinar los sectores de la economía que necesitan ayuda en el área de publicidad y marketing online, así como Establecer los tipos de servicio que se pueden brindar de acuerdo a las características del mercado potencial.

El trabajo de López Quevedo (6). Con tema de tesis “Marketing por Internet: Tecnologías en el Posicionamiento de Marcas”, busca alcanzar los objetivos de Proporcionar estadísticas sobre las bondades de la aplicación de estrategias de marketing por internet, que se alinean a los objetivos que se pretende alcanzar en el presente proyecto a desarrollar.

2.2. BASES TEORICAS

2.2.1. APLICACIÓN WEB (7)

Una aplicación web es cualquier aplicación que es accedida vía web por una red como internet o una intranet.

En general, el término también se utiliza para designar aquellos programas informáticos que son ejecutados en el entorno del navegador (por ejemplo, un applet de Java) o codificado con algún lenguaje soportado por el navegador (como JavaScript, combinado con HTML); confiándose en el navegador web para que reproduzca la aplicación.

Una de las ventajas de las aplicaciones web cargadas desde internet (u otra red) es la facilidad de mantener y actualizar dichas aplicaciones sin la

necesidad de distribuir e instalar un software en, potencialmente, miles de clientes. También la posibilidad de ser ejecutadas en múltiples plataformas.

- Ejemplos de aplicaciones web

Las aplicaciones web son utilizadas para implementar webmail, ventas online, subastas online, wikis, foros de discusión, weblogs, redes sociales, juegos, etc.

- **Características de las aplicaciones web**

- El usuario puede acceder fácilmente a estas aplicaciones empleando un navegador web (cliente) o similar.
- Si es por internet, el usuario puede entrar desde cualquier lugar del mundo donde tenga un acceso a internet.
- Pueden existir miles de usuarios pero una única aplicación instalada en un servidor, por lo tanto se puede actualizar y mantener una única aplicación y todos sus usuarios verán los resultados inmediatamente.
- Emplean tecnologías como Java, JavaFX, JavaScript, DHTML, Flash u Ajax que dan gran potencia a la interfaz de usuario.
- Emplean tecnologías que permiten una gran portabilidad entre diferentes plataformas. Por ejemplo, una aplicación web flash podría ejecutarse en un dispositivo móvil, en una computadora con Windows, Linux u otro sistema, en una consola de videojuegos, etc.

- **Interfaz gráfica de las aplicaciones web**

La interfaz gráfica de una aplicación web puede ser sumamente completa y funcional, gracias a las variadas tecnologías web que existen: Java, JavaScript, DHTML, Flash, Silverlight, Ajax, entre otras.

Prácticamente no hay limitaciones, las aplicaciones web pueden hacer casi todo lo que está disponible para aplicaciones tradicionales: acceder al mouse, al teclado, ejecutar audio o video, mostrar animaciones, soporte para arrastrar y soltar, y otros tipos de tecnologías de interacción usuario-aplicación.

○ **Ventajas:**

- Las aplicaciones web requieren poco o nada de espacio en disco. Además suelen ser livianas.
- No requieren que los usuarios las actualicen, eso es implementado del lado del servidor.
- Proveen gran compatibilidad entre plataformas (portabilidad), dado que operan en un navegador web.

○ **Desventajas:**

- Las aplicaciones web requieren navegadores web totalmente compatibles para funcionar. Incluso muchas veces requieren las extensiones apropiadas y actualizadas para operar.
- Muchas veces requieren una conexión a internet para funcionar, si la misma se interrumpe, no es posible utilizarla más. De todas maneras, en ocasiones, pueden ser descargadas e instaladas localmente para su uso offline.
- Muchas no son de código abierto, perdiendo flexibilidad.
- La aplicación web desaparece si así lo requiere el desarrollador o si el mismo se extingue. Las aplicaciones tradicionales, en general, pueden seguir usándose en esos casos.

- El usuario, en general, no tiene libertad de elegir la versión de la aplicación web que quiere usar. Un usuario podría preferir usar una versión más antigua, hasta que la nueva sea probada.
- En teoría, el desarrollador de la aplicación web puede rastrear cualquier actividad que el usuario haga. Esto puede traer problemas de privacidad.

2.2.2. PUBLICIDAD ONLINE (8)

Internet es el último medio de comunicación que se suma a la cultura de masas, actuando como fuente de información y vía de entretenimiento, compra, formación, creación de negocios, movilización social, etc. La llamada revolución de internet es una aportación histórica de los 90 basada en las nuevas tecnologías y llamada a quedarse para siempre, como antes lo han hecho cada uno de los medios masivos que estamos estudiando.

La novedad del medio junior es la interactividad, que potencia en el usuario la sensación de intervenir en el proceso de comunicación, él selecciona entre todas las fuentes de información y decide por dónde va a navegar. El proceso se matiza con las siguientes características:

- **Contacto personal:** El internauta accede de manera individual al medio, de modo que el mensaje llega a su pantalla y se dirige a él como si fuera un destinatario privilegiado. Es un medio con un enorme potencial para alcanzar a las masas que busca provocar la sensación de estar creado específicamente para ti.
- **Medio interactivo, audiencia activa:** La audiencia que entra en internet ejerce un papel activo y se sabe protagonista. Además, “estar conectado” se premia socialmente con la imagen de estar al día, ser moderno, aspiración eterna que en cada momento pretendemos demostrar ante nuestros grupos de pertenencia o aspiración.

- **Carácter de descubrimiento:** El medio está dando a la mayoría la posibilidad de entrar en un mundo nuevo, con visos de no tener límites, para ofrecer todo tipo de información y de acceso a múltiples opciones.

Desde el punto de vista publicitario, el reto es captar la atención de un usuario que tiene mayor control del entorno y cantidades ingentes de información y mensajes llamativos a su disposición. Para hacer efectivo el contacto, internet ofrece al anunciante ventajas e inconvenientes:

- **Ventajas**

- Selección específica del público objetivo: los que disponen de esta tecnología y gustan de probar cosas nuevas ven en internet un medio perfecto. Jóvenes y profesionales suelen ser un público abierto a las propuestas informativas y promocionales que le llegan a su PC.
- Posibilidad de cerrar la compra: al ver el anuncio la audiencia puede usar el medio para entrar en contacto, solicitar más información e, incluso, realizar la compra. Esto supone como mínimo un ahorro de tiempo y esfuerzo.
- Espacio único: la publicidad y el resto de contenidos comparten el mismo el espacio, de modo que el espectador no puede hacer zapping.
- Calidad de impacto, derivado de las buenas condiciones de recepción. La publicidad en internet se beneficia del nivel de concentración al que llega la audiencia en este medio. Quien está delante de la pantalla no está haciendo otras cosas como le pasa al oyente de radio, ni se duerme como cuando está viendo la tele. Él está conectado, se engancha.

- **Desventajas**

- Deja fuera a segmentos enteros de población, aunque es una cuestión que con seguridad irá cambiando con el tiempo. Por el momento todos aquellos que no dispongan de un ordenador, de conexión a la red y de conocimiento

del medio no podrán acceder a la publicidad. Con internet se llega a los internautas.

- Relativa fiabilidad de los mensajes: la naturaleza del medio permite la circulación de todo tipo de mensajes, con y sin fuente fiable y con una gran capacidad de parecer real. El conocimiento de algunos casos de fraude y la sensación de anonimato que favorece la red pueden afectar a la credibilidad de sus mensajes.
- Rechazo a los mensajes comerciales: los usuarios suelen ser sensibles con la publicidad, a la que en muchas ocasiones considera invasiva, por su recepción no solicitada, su repetición y su insistencia, sobre todo el llamado spam que se está convirtiendo, junto con los virus, en el principal problema de la comunicación eficaz vía internet.
- Audiencia limitada: aunque su potencial está demostrado, es preciso mirar las cifras totales antes de caer en la ceguera de pensar que este medio “puede con todo”, como se ha repetido muchas veces. En todo caso, para eso hay que esperar.

La publicidad on line ha ido rápido en la creación de nuevas formas publicitarias, hasta el punto de que ya se puede hablar de una evolución motivada por la búsqueda de respuestas a las necesidades de las organizaciones que invierten en internet. Los primeros anuncios son los banners o banderolas publicitarias, situados normalmente de forma horizontal en la página web o en el espacio reservado para ellos, pueden tener distintos tamaños y la mayoría son animados. Desde el banner han surgido muchas otras fórmulas, las más importantes son: el e-mail marketing o correo electrónico, que se dirige a la dirección del público para mantenerle informado, proponer ofertas y otras alternativas; la web site, o página web, un espacio en la red diseñado para dar a conocer la empresa; el ciberspot, un spot creado por ordenador que, a diferencia del intersticial, no se descarga sólo, ya que requiere la instalación de un programa que permite su visualización;

otras formas intrusivas son la ventana emergente o por-up, que aparece sin aviso y el roadblock, que presenta un anuncio en una página web no solicitada.

2.2.3. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS (9)

La publicidad online utiliza canales y herramientas para conseguir visitas de pago para una página web con el objetivo de conseguir registros de clientes potenciales y ventas para un negocio. Una campaña de publicidad online combina canales y herramientas para conseguir ingresos a través de Internet. Una parte esencial es la página web porque aquí se efectúa la acción de registro o venta. Uno de los canales más populares para captar usuarios son los anuncios en buscadores.

○ **Herramientas de la publicidad en Internet**

Existen una multitud de herramientas para realizar campañas de publicidad en Internet. Te dejo una pequeña selección:

- **Página web:** típicamente las visitas que consigues a través de los diferentes canales llegan a tu presencia online con el objetivo de generar contactos y ventas.
- **Página de aterrizaje:** se trata de una página específica para una oferta concreta que no tiene navegación para centrar todos los esfuerzos en conseguir ventas de este producto.
- **Banner:** son la versión gráfica de tu material promocional. Digamos que es como un cartel pero para colgarlo en una web donde se promociona tu negocio.
- **Anuncios de texto:** este formato ofrece la ventaja que no se requiere un diseñador porque consiste únicamente en el texto escrito. Es el formato que se utiliza sobre todo para la publicidad con Google Adwords.
- **Enlaces:** otra opción que tienes es simplemente colocar un enlace en páginas web que apunta hacia tu propia web.

- **Canales de la publicidad digital**

Igual que en el caso de las herramientas también existe una multitud de canales para captar tráfico hacia la página web.

- **Buscadores:** Google Adwords, te permite anunciarte con anuncios de texto en la cabecera y en los laterales con las palabras clave que elijas.
- **Páginas web y blogs:** aparte las opciones que te da Google también puedes optar de anunciarte de manera directa en páginas web o blogs con un banner.
- **Redes sociales:** aunque este canal sea el más complicado de rentabilizar también permite la generación de visitas aunque los resultados de ventas igual no lleguen de manera inmediata.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Web 2.0 (10)

Lo que se denomina Web 2.0 hace referencia a todo un conjunto de aplicaciones que han surgido en los últimos años de la Web que han conseguido que sea mucho más fácil que cualquiera pueda ser a la vez consumidor y generador de contenidos web.

Esto es así porque esas aplicaciones son normalmente gratuitas y muy fáciles de utilizar (normalmente formularios), lo que permite que todos seamos capaces de publicar en la web contenidos en formatos varios con sólo disponer de acceso a la red. Como bien dice Anibal de la Torre "Internet ha pasado de ser un espacio de lectura a ser de lectura-escritura".

Una característica destacable de las aplicaciones de la Web 2.0 es que permiten la recuperación de la información mediante la asignación de etiquetas (tags) y el

acceso a la información de forma sistemática mediante la suscripción por RSS (lo que se denomina sindicación).

Todas estas aplicaciones se interconectan de múltiples formas, o bien sirven para varias cosas, o bien se gestionan desde una misma cuenta, etc. Pero, para aclararnos, este conjunto de aplicaciones las podemos clasificar en 5 subconjuntos:

- Aplicaciones que permiten generar contenidos (muchas veces online) en distintos formatos: audio, video, presentaciones, páginas web, documentos, etc.
- Aplicaciones que permiten editar, publicar, compartir y/o almacenar contenidos (ej. Blogs, Wikis, Google pages, google docs, Flickr, You Tube, etc.).
- Aplicaciones que permiten compartir y recuperar información: marcadores sociales (ej. Delicious, Meneame, etc.).
- Aplicaciones que permiten la participación en redes sociales (ej. Myspace, Facebook, SecondLife, etc.).
- Aplicaciones que permiten el mantenimiento de espacios privados personales con una gestión ágil y directamente desde la web (ej. Gmail, Yahoo, etc.).

2.3.2. WEB SERVICE (11)

El término Web Services describe una forma estandarizada de integrar aplicaciones WEB mediante el uso de XML, SOAP, WSDL y UDDI sobre los protocolos de la Internet. XML es usado para describir los datos, SOAP se ocupa para la transferencia de los datos, WSDL se emplea para describir los servicios disponibles y UDDI se ocupa para conocer cuáles son los servicios disponibles. Uno de los usos principales es permitir la comunicación entre las empresas y entre

las empresas y sus clientes. Los Web Services permiten a las organizaciones intercambiar datos sin necesidad de conocer los detalles de sus respectivos Sistemas de Información.

A diferencia de los modelos Cliente/Servidor, tales como un servidor de páginas Web, los Web Services no proveen al usuario una interfaz gráfica (GUI). En vez de ello, los Web Services comparten la lógica del negocio, los datos y los procesos, por medio de una interfaz de programas a través de la red. Es decir conectan programas, por tanto son programas que no interactúan directamente con los usuarios. Los desarrolladores pueden por consiguiente agregar a los Web Services la interfaz para usuarios, por ejemplo mediante una página Web o un programa ejecutable, tal de entregarle a los usuarios un funcionalidad específica que provee un determinado Web Service.

Los Web Services permiten a distintas aplicaciones, de diferentes orígenes, comunicarse entre ellos sin necesidad de escribir programas costosos, esto porque la comunicación se hace con XML. Los Web Services no están ligados a ningún Sistema Operativo o Lenguaje de Programación. Por ejemplo, un programa escrito en Java puede conversar con otro escrito en Pearl; Aplicaciones Windows puede conversar con aplicaciones Unix. Por otra parte los Web Services no necesitan usar browsers (Explorer) ni el lenguaje de especificación HTML.

El modelo de computación distribuida de los Web Services permite la comunicación de aplicación a aplicación. Por ejemplo, la aplicación que procesa las órdenes de compra se puede comunicar con el sistema de inventarios, tal que este último le puede informar a la aplicación de compras cuales ítems deben comprarse por estar bajo su nivel mínimo. Dado el nivel integración que proveen para las aplicaciones, Los Web Services han crecido en popularidad y han comenzado a mejorar los procesos de negocios. De hecho, algunos postulan que los Web Services están generando la próxima evolución de la Web.

- **Tecnología Web Services**

Los Web Services están contruidos con varias tecnologías que trabajan conjuntamente con los estándares que están emergiendo para asegurar la seguridad y operatividad, de modo de hacer realidad que el uso combinado de varios Web Services, independiente de la o las empresas que los proveen, este garantizado. A continuación se describen brevemente los estándares que están ocupando los Web Services.

- **XML**

Abreviación de Extensible Markup Language. El XML es una especificación desarrollada .Permite a los desarrolladores crear sus propios tags, que les permiten habilitar definiciones, transmisiones, validaciones, e interpretación de los datos entre aplicaciones y entre organizaciones.

- **SOAP**

Abreviación de Simple Object Access Protocolo, es un protocolo de mensajería construido en XML que se usa para codificar información de los requerimientos de los Web Services y para responder los mensajes antes de enviarlos por la red. Los mensajes SOAP son independientes de los sistemas operativos y pueden ser transportados por los protocolos que funcionan en la Internet, como ser: SMTP, MIME y HTTP.

- **WSDL**

Abreviación de Web Services Description Language, es un lenguaje especificado en XML que se ocupa para definir los Web Service como colecciones de punto de comunicación capaces de intercambiar mensajes. El WSDL es parte integral de UDDI y parte del registro global de XML, en otras palabras es un estándar de uso público (no se requiere pagar licencias ni royalties para usarlo).

- **UDDI**

Abreviación de Universal Description, Discovery and Integration. Es un directorio distribuido que opera en la Web que permite a las empresas publicar sus Web Services, para que otras empresas conozcan y utilicen los Web Services que publican, opera de manera análoga a las páginas amarillas.

2.3.3. RUP (12)

El Proceso Unificado Racional, Rational Unified Process en inglés, y sus siglas RUP, es un proceso de desarrollo de software y junto con el Lenguaje Unificado de Modelado UML, constituye la metodología estándar más utilizada para el análisis, implementación y documentación de sistemas orientados a objetos. El RUP no es un sistema con pasos firmemente establecidos, sino que trata de un conjunto de metodologías adaptables al contexto y necesidades de cada organización, donde el software es organizado como una colección de unidades atómicas llamados objetos, constituidos por datos y funciones, que interactúan entre sí.

RUP es un proceso para el desarrollo de un proyecto de un software que define claramente quien, cómo, cuándo y qué debe hacerse en el proyecto

- **RUP como proceso de desarrollo**
 - RUP es explícito en la definición de software y su trazabilidad, es decir, contempla en relación causal de los programas creados desde los requerimientos hasta la implementación y pruebas.
 - RUP identifica claramente a los profesionales (actores) involucrados en el desarrollo del software y sus responsabilidades en cada una de las actividades.

❖ Fases de desarrollo del software

➤ Fase de inicio

Se hace un plan de fases, donde se identifican los principales casos de uso y se identifican los riesgos. Se concreta la idea, la visión del producto, como se enmarca en el negocio, el alcance del proyecto. El objetivo en esta etapa es determinar la visión del proyecto.

Modelado del negocio

En esta fase el equipo se familiarizará más al funcionamiento de la empresa, sobre conocer sus procesos.

- Entender la estructura y la dinámica de la organización para la cual el sistema va ser desarrollado.
- Entender el problema actual en la organización objetivo e identificar potenciales mejoras.
- Asegurar que clientes, usuarios finales y desarrolladores tengan un entendimiento común de la organización objetivo.

Requisitos

En esta línea los requisitos son el contrato que se debe cumplir, de modo que los usuarios finales tienen que comprender y aceptar los requisitos que especifiquemos.

- Establecer y mantener un acuerdo entre clientes y otros stakeholders sobre lo que el sistema podría hacer.
- Proveer a los desarrolladores un mejor entendimiento de los requisitos del sistema.
- Definir el ámbito del sistema.
- Proveer una base para estimar costos y tiempo de desarrollo del sistema.
- Definir una interfaz de usuarios para el sistema, enfocada a las necesidades y metas del usuario.

➤ **Fase de elaboración**

Se realiza el plan de proyecto, donde se completan los casos de uso y se mitigan los riesgos. Planificar las actividades necesarias y los recursos requeridos, especificando las características y el diseño de la arquitectura. En esta etapa el objetivo es determinar la arquitectura Óptima.

Análisis y Diseño

En esta actividad se especifican los requerimientos y se describen sobre cómo se van a implementar en el sistema.

- Transformar los requisitos al diseño del sistema.
- Desarrollar una arquitectura para el sistema.
- Adaptar el diseño para que sea consistente con el entorno de implementación.

➤ **Fase de construcción**

Se basa en la elaboración de un producto totalmente operativo y en la elaboración del manual de usuario. Construir el producto, la arquitectura y los planes, hasta que el producto está listo para ser enviado a la comunidad de usuarios. En esta etapa el objetivo es llevar a obtener la capacidad operacional inicial.

Implementación

Se implementan las clases y objetos en ficheros fuente, binarios, ejecutables y demás. El resultado final es un sistema ejecutable.

- Planificar qué subsistemas deben ser implementados y en qué orden deben ser integrados, formando el Plan de Integración.
- Cada implementador decide en qué orden implementa los elementos del subsistema.

- Si encuentra errores de diseño, los notifica.
- Se integra el sistema siguiendo el plan.

Pruebas

Este flujo de trabajo es el encargado de evaluar la calidad del producto que estamos desarrollando, pero no para aceptar o rechazar el producto al final del proceso de desarrollo, sino que debe ir integrado en todo el ciclo de vida.

- Encontrar y documentar defectos en la calidad del software.
- Generalmente asesora sobre la calidad del software percibida.
- Provee la validación de los supuestos realizados en el diseño y especificación de requisitos por medio de demostraciones concretas.
- Verificar las funciones del producto de software según lo diseñado.
- Verificar que los requisitos tengan su apropiada implementación.

❖ Etapa de transición

El objetivo es llegar a obtener el release del proyecto. Se realiza la instalación del producto en el cliente y se procede al entrenamiento de los usuarios. Realizar la transición del producto a los usuarios, lo cual incluye: manufactura, envío, entrenamiento, soporte y mantenimiento del producto, hasta que el cliente quede satisfecho, por tanto en esta fase suelen ocurrir cambios.

Despliegue

Esta actividad tiene como objetivo producir con éxito distribuciones del producto y distribuirlo a los usuarios. Las actividades implicadas incluyen:

- Probar el producto en su entorno de ejecución final.
- Empaquetar el software para su distribución.
- Distribuir el software.
- Instalar el software.
- Proveer asistencia y ayuda a los usuarios.

- Formar a los usuarios y al cuerpo de ventas.
- Migrar el software existente o convertir bases de datos.

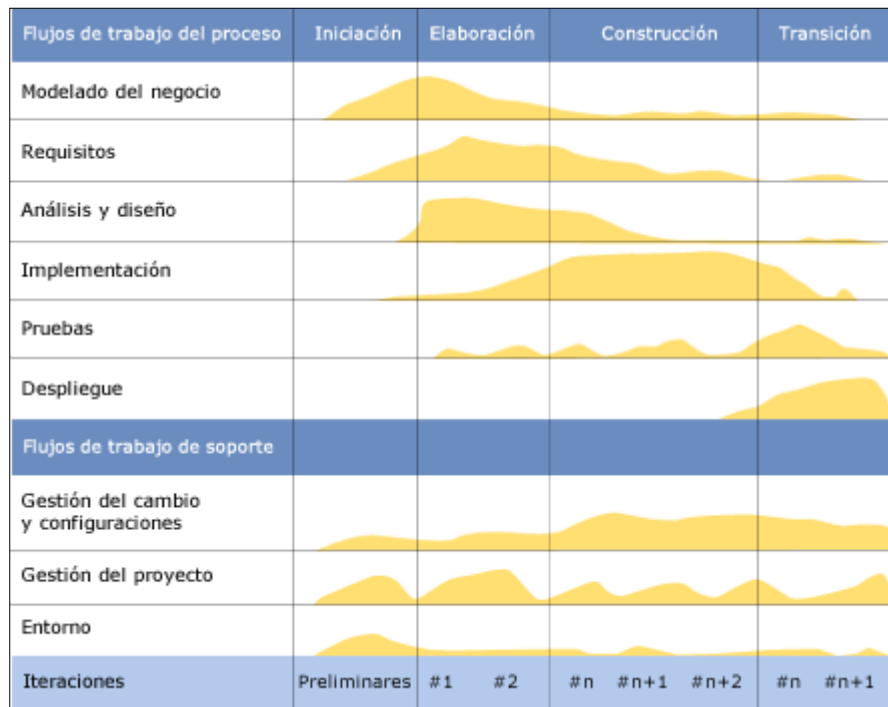


Gráfico N° 2 . Esfuerzo en actividades según fase del proyecto.

Figura donde se muestra las fases de la metodología RUP

Cada una de estas etapas es desarrollada mediante el ciclo de iteraciones, la cual consiste en reproducir el ciclo de vida en cascada a menor escala. Los objetivos de una iteración se establecen en función de la evaluación de las iteraciones precedentes.

A medida que se avanza en el proyecto, es decir, cuando se va pasando de una fase a otra, la importancia relativa de cada uno de los Flujos de Trabajo va cambiando. Así, en las iteraciones de la Fase de Inicio el trabajo se centra principalmente en el Modelamiento del Negocio y en la captura y especificación de

requisitos. Pero en la fase de Construcción el desarrollo está enfocado en la Implementación (codificación) y, en menor medida, en el Diseño

❖ **Características esenciales que definen al RUP**

- **Proceso Dirigido por los Casos de Uso:** Con esto se refiere a la utilización de los Casos de Uso para el desenvolvimiento y desarrollo de las disciplinas con los artefactos, roles y actividades necesarias. Los Casos de Uso son la base para la implementación de las fases y disciplinas del RUP. Un Caso de Uso es una secuencia de pasos a seguir para la realización de un fin o propósito, y se relaciona directamente con los requerimientos, ya que un Caso de Uso es la secuencia de pasos que conlleva la realización e implementación de un Requerimiento planteado por el Cliente.

- **Proceso Iterativo e Incremental:** Es el modelo utilizado por RUP para el desarrollo de un proyecto de software. Este modelo plantea la implementación del proyecto a realizar en Iteraciones, con lo cual se pueden definir objetivos por cumplir en cada iteración y así poder ir completando todo el proyecto iteración por iteración, con lo cual se tienen varias ventajas, entre ellas se puede mencionar la de tener pequeños avances del proyectos que son entregables al cliente el cual puede probar mientras se está desarrollando otra iteración del proyecto, con lo cual el proyecto va creciendo hasta completarlo en su totalidad.

- **Proceso Centrado en la Arquitectura:** Define la Arquitectura de un sistema, y una arquitectura ejecutable construida como un prototipo evolutivo. Arquitectura de un sistema es la organización o estructura de sus partes más relevantes. Una arquitectura ejecutable es una implementación parcial del sistema, construida para demostrar algunas funciones y propiedades. RUP establece refinamientos sucesivos de una arquitectura ejecutable, construida como un prototipo evolutivo.

❖ **Alcance de la metodología RUP**

La metodología RUP es más apropiada para proyectos grandes, también pequeños, dado que requiere un equipo de trabajo capaz de administrar un proceso complejo en varias etapas. En proyectos pequeños, es posible que no se puedan cubrir los costos de dedicación del equipo de profesionales necesarios.

❖ **Antecedentes del RUP**

Los orígenes de RUP se remontan al modelo espiral original de Barry Boehm. Ken Hartman, uno de los contribuidores claves de RUP colaboró con Boehm en la investigación. En 1995 Rational Software compró una compañía sueca llamada Objectory AB, fundada por Ivar Jacobson, famoso por haber incorporado los casos de uso a los métodos de desarrollo orientados a objetos. El RationalUnifiedProcess fue el resultado de una convergencia de Rational Approach y Objectory. El primer resultado de esta fusión fue el Rational Objectory Process, la primera versión de RUP, fue puesta en el mercado en 1998, siendo el arquitecto en jefe Philippe Kruchten. Desde allí hasta la actualidad es la metodología más empleada en el mundo.

2.3.4. UML (13)

UML significa "Unified Modeling Language": Lenguaje de Modelado o Modelamiento Unificado. El Lenguaje de Modelado Unificado es un lenguaje usado para especificar, visualizar y documentar los diferentes aspectos relativos a un sistema de software bajo desarrollo, así como para modelado de negocios y otros sistemas no software.

Puede ser utilizado con cualquier metodología, a lo largo del proceso de desarrollo de software, en cualquier plataforma tecnológica de implementación (Unix, Windows etc.).

Es un sistema notacional (que, entre otras cosas, incluye el significado de sus notaciones) destinado a los sistemas de modelado que utilizan conceptos orientados a objetos.

➤ **Características de UML**

- UML es una especificación de notación orientada a objetos. Se basa en las anteriores especificaciones BOOCH, RUMBAUGH y COAD-YOURDON. Divide cada proyecto en un número de diagramas que representan las diferentes vistas del proyecto. Estos diagramas juntos son los que representa la arquitectura del proyecto.
- UML permite describir un sistema en diferentes niveles de abstracción, simplificando la complejidad sin perder información, para que tanto usuarios, líderes y desarrolladores puedan comprender claramente las características de la aplicación.
- UML se quiere convertir en un lenguaje estándar con el que sea posible modelar todos los componentes del proceso de desarrollo de aplicaciones. Sin embargo, hay que tener en cuenta un aspecto importante del modelo: no pretende definir un modelo estándar de desarrollo, sino únicamente un lenguaje de modelado. Otros métodos de modelaje como OMT (ObjectModelingTechnique) o Booch sí definen procesos concretos. En UML los procesos de desarrollo son diferentes según los distintos dominios de trabajo; no puede ser el mismo el proceso para crear una aplicación en tiempo real, que el proceso de desarrollo de una aplicación orientada a gestión, por poner un ejemplo.
- El método del UML recomienda utilizar los procesos que otras metodologías tienen definidos.

➤ **Diagramas de UML**

En todos los ámbitos de la ingeniería se construyen modelos, en realidad, simplificaciones de la realidad, para comprender mejor el sistema que vamos a desarrollar: los arquitectos utilizan y construyen planos (modelos) de los edificios, los grandes diseñadores de coches preparan modelos en sistemas CAD/CAM con todos los detalles y los ingenieros de software deberían igualmente construir modelos de los sistemas software.

○ **Diagrama de Casos de Uso:**

Modela la funcionalidad del sistema agrupándola en descripciones de acciones ejecutadas por un sistema para obtener un resultado. Se utiliza para entender el uso del sistema. Muestra el conjunto de casos de uso y actores (Un actor puede ser tanto un sistema como una persona) y sus relaciones: es decir, muestra quien puede hacer qué y las relaciones que existen entre acciones (casos de uso). Son muy importantes para modelar y organizar el comportamiento del sistema.

○ **Diagrama de Clases:**

Muestra las clases (descripciones de objetos que comparten características comunes) que componen el sistema y cómo se relacionan entre sí.

○ **Diagrama de Objetos:**

Muestra una serie de objetos (instancias de las clases) y sus relaciones. A diferencia de los diagramas anteriores, estos diagramas se enfocan en la perspectiva de casos reales o prototipos. Es un diagrama de instancias de las clases mostradas en el diagrama de clases.

○ **Diagrama de Secuencia:**

Enfatiza la interacción entre los objetos y los mensajes que intercambian entre sí junto con el orden temporal de los mismos.

- **Diagrama de Colaboración:**

Muestra la interacción entre los objetos resaltando la organización estructural de los objetos en lugar del orden de los mensajes intercambiados.

El diagrama de secuencia y el diagrama de colaboración: muestran a los diferentes objetos y las relaciones que pueden tener entre ellos, los mensajes que se envían entre ellos. Son dos diagramas diferentes, que se puede pasar de uno a otro sin pérdida de información, pero que nos dan puntos de vista diferentes del sistema. En resumen, cualquiera de los dos es un Diagrama de Interacción.

- **Diagrama de Estados:**

Se utiliza para analizar los cambios de estado de los objetos. Muestra los estados, eventos, transiciones y actividades de los diferentes objetos. Son útiles en sistemas que reaccionen a eventos.

- **Diagrama de Actividades:**

Es un caso especial del diagrama de estados, simplifica el diagrama de estados modelando el comportamiento mediante flujos de actividades. Muestra el flujo entre los objetos. Se utilizan para modelar el funcionamiento del sistema y el flujo de control entre objetos.

- **Diagrama de Componentes:**

Muestra la organización y las dependencias entre un conjunto de componentes. Se usan para agrupar clases en componentes o módulos.

- **Diagrama de Despliegue (o implementación):**

Muestra los dispositivos que se encuentran en un sistema y su distribución en el mismo. Se utiliza para identificar Sistemas de Cooperación: Durante el proceso de desarrollo el equipo averiguará de qué sistemas dependerá el nuevo sistema y que otros sistemas dependerán de él.

CAPITULO III

3. DESARROLLO DEL SISTEMA

Para el desarrollo del sistema, se utilizará RUP (Rational Unified Process) como metodología de desarrollo de software y UML (lenguaje unificado de modelado) como herramienta de Modelamiento así como para la documentación del sistema.

Según la metodología RUP el desarrollo se dividirá en cuatro fases:

Inicio, Elaboración, Construcción y Transición. A continuación se describirá el procedimiento.

3.1. FASE DE INICIO:

En esta fase se realizará una iteración cuya duración será el 10 % del tiempo del proyecto, en donde se desarrollará los siguientes flujos de trabajo.

3.1.1. MODELAMIENTO DEL NEGOCIO

En el Modelado del Negocio se realizará dentro de la primera fase de la metodología RUP - Fase de Inicio, en la cual se requerirá el conocimiento preciso de lo que actualmente se hace en los procesos que serán considerados en el nuevo sistema.

Las herramientas que se utilizarán en ésta etapa son: diagrama de caso de uso de negocios y flujo gramas.

3.1.1.1. Modelo de casos de uso de negocio

Esta sección es el primer paso que servirá para desarrollar la Modelación del Negocio. Se comenzará por determinar los Actores del Negocio, cada uno de los procesos identificados puede ser un Casos de Uso del Negocio. Para desarrollar el Diagrama de Casos de Uso del Negocio se debe estudiar los estereotipos de Casos de Uso del Negocio y el de Actor del Negocio. Estos dos estereotipos son suficientes para la creación del Diagrama de Casos de Uso del Negocio.

3.1.1.1.1. Diagrama de casos de uso del negocio

Según el modelo de negocio, el diagrama de casos de uso del negocio contempla dos escenarios y cuatro actores externos al negocio

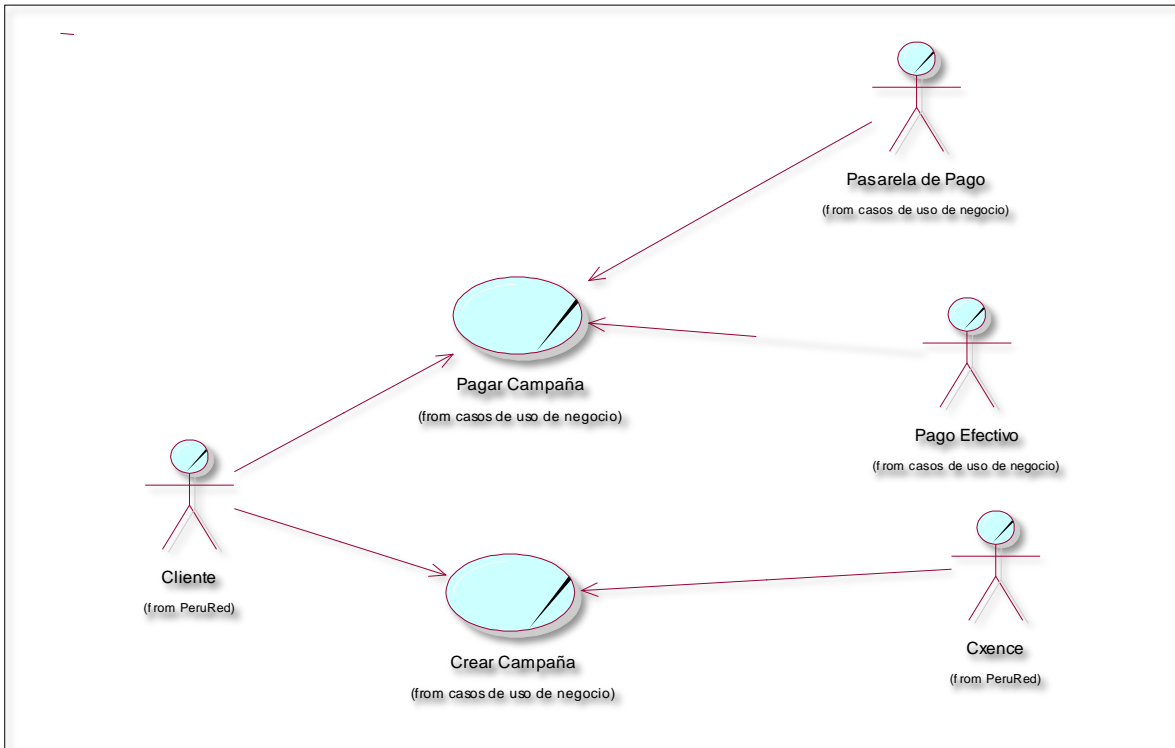


Gráfico N° 3. Diagrama de casos de uso del negocio

3.1.1.1.2. Diagrama de actividad de los procesos de negocio

a. Crear Campaña

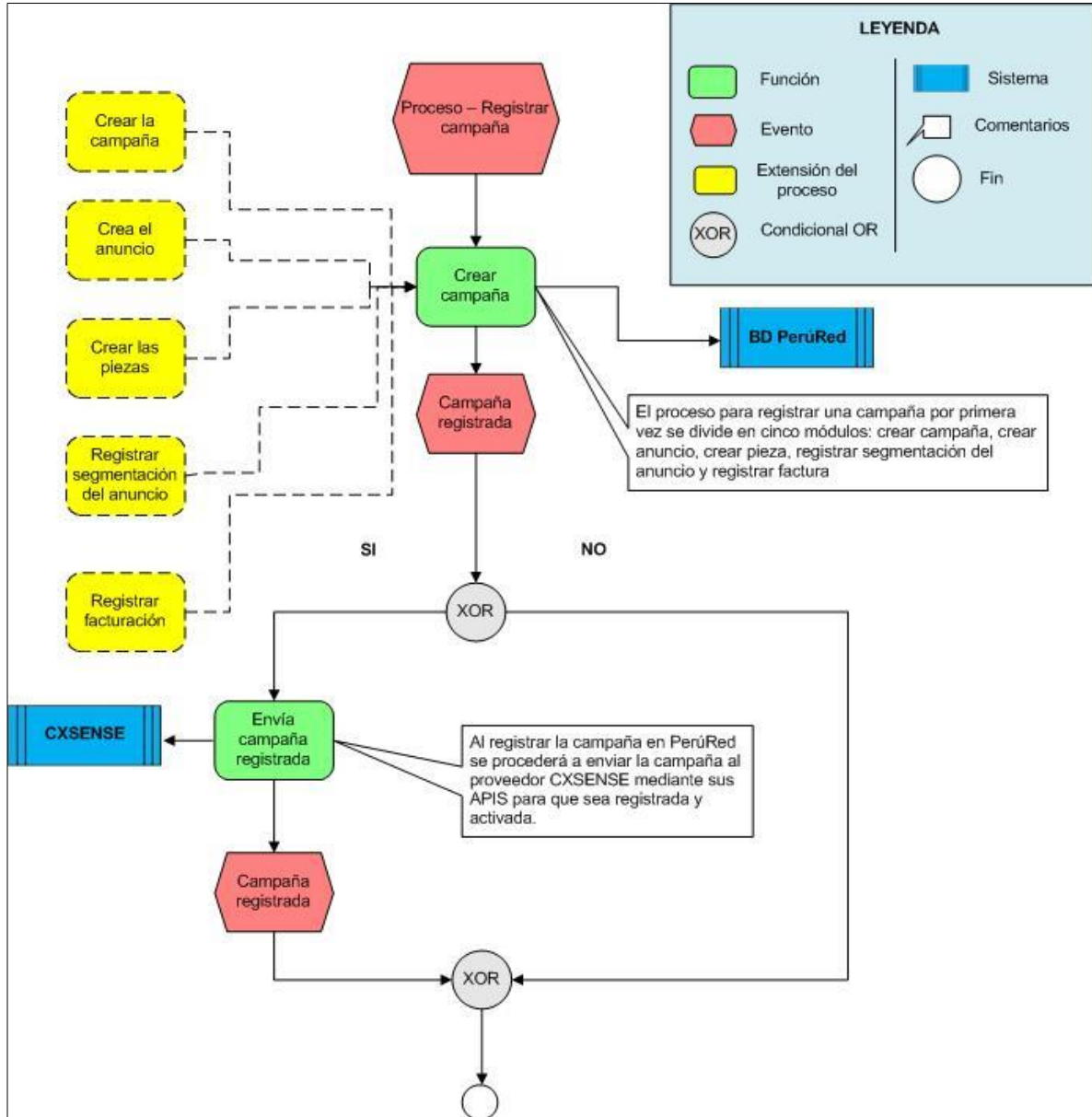


Gráfico N° 4. Proceso de Negocio Crear Campaña

b. Pagar Campaña – Pago Efectivo

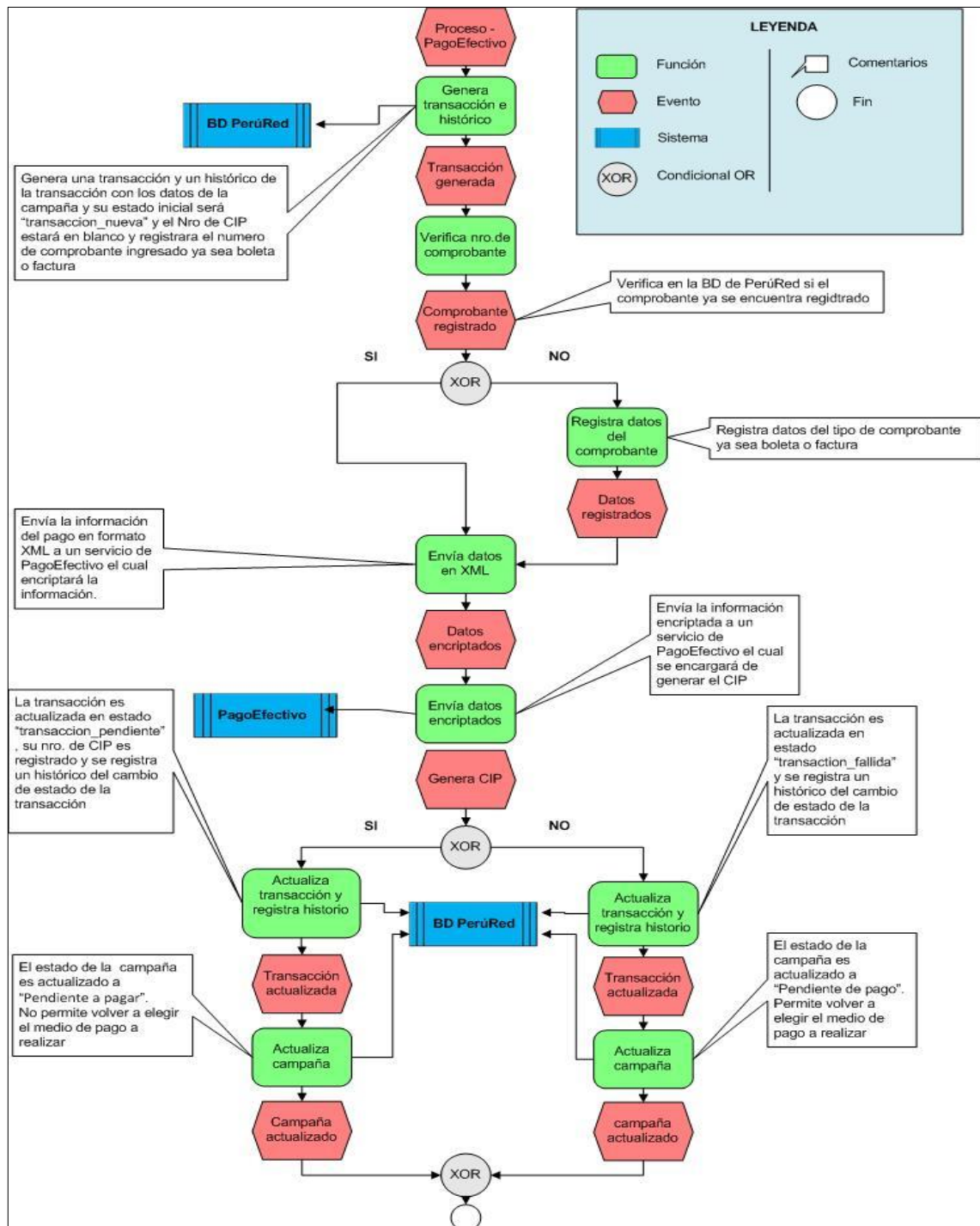


Gráfico Nº 5. Proceso de Negocio Pagar Campaña – Pago Efectivo

c. Pagar Campaña – Pasarela de Pago

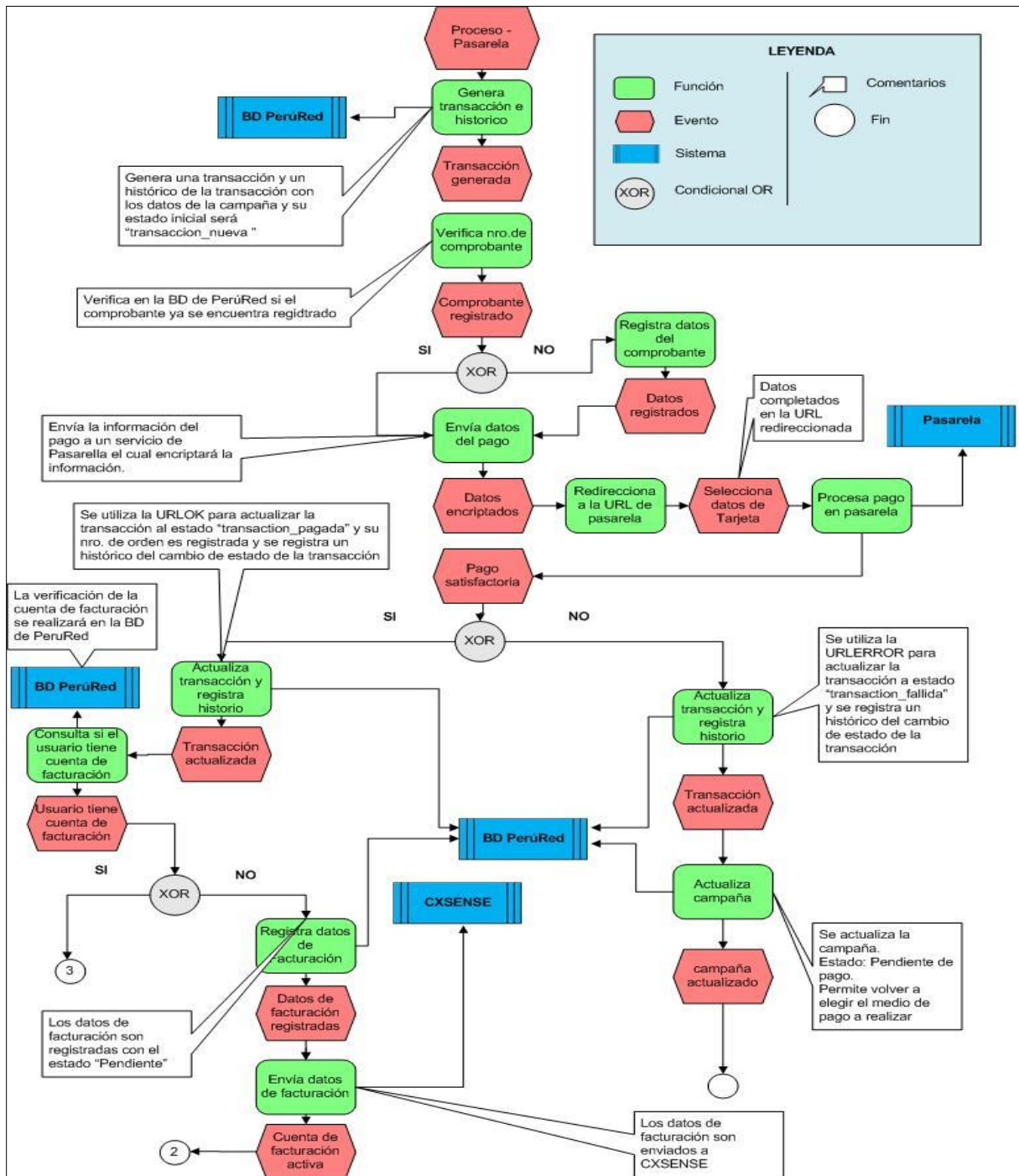


Gráfico Nº 6. Proceso de Negocio Pagar Campaña – Pasarela de Pago

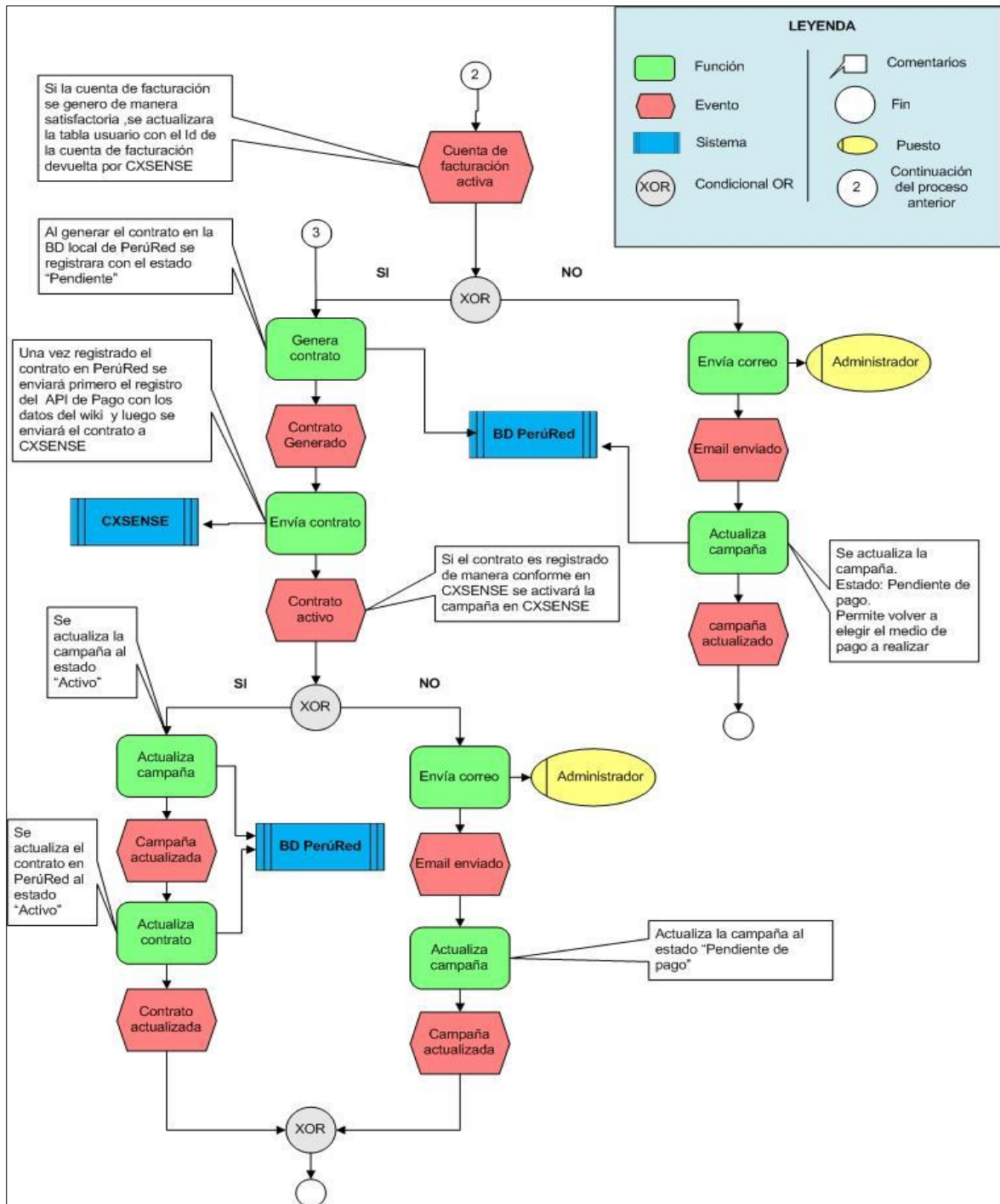


Gráfico N° 7. Proceso de Negocio Pagar Campaña – Pasarela de Pago

3.1.2. MODELADO DEL REQUERIMIENTOS

En el modelado de requerimientos se describirá los requerimientos funcionales y no funcionales los cuales nos brindaran las condiciones o capacidades que debe cumplir el sistema

3.1.2.1. Identificación de requerimientos funcionales y no funcionales

a. Requerimiento no funcionales

Los requerimientos que se describirán nos brindaran las características que debe cumplir el sistema propuesto. Estos requerimientos no funcionales deben cumplir los estándares de los demás sistemas desarrollados por la empresa.

Tabla 1: Requerimientos no Funcionales

TIPO	DESCRIPCION
Desempeño	<ul style="list-style-type: none">• Garantizar la confiabilidad, la seguridad y el desempeño del sistema informático a todos los usuarios. En este sentido la información almacenada podrá ser consultada y actualizada permanente y simultáneamente, sin que se afecte el tiempo de respuesta• El sistema debe estar en capacidad de dar respuesta al acceso de todos los usuarios y a los procesos con tiempo de respuesta aceptable y uniforme, en la medida de las posibilidades tecnológicas de PerúRed, en períodos de alta, media y baja demanda de uso del sistema.
Disponibilidad	<ul style="list-style-type: none">• Operar de la misma y manera disponible 100% las 24 horas al Día
Escalabilidad	<ul style="list-style-type: none">• El sistema debe ser construido sobre la base de un

	<p>desarrollo evolutivo e incremental, de manera tal que nuevas funcionalidades y requerimientos relacionados puedan ser incorporados afectando el código existente de la menor manera posible; para ello deben incorporarse aspectos de reutilización de componentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El sistema debe estar en capacidad de permitir en el futuro el desarrollo de nuevas funcionalidades, modificar o eliminar funcionalidades después de su construcción y puesta en marcha inicial.
<p>Facilidad de Uso e Ingreso de Información</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El sistema debe ser de fácil uso y entrenamiento por parte de los usuarios de PerúRed, así como de fácil adaptación de la entidad con el mismo. • El sistema no debe permitir el cierre de una operación hasta que todos sus procesos, subprocesos y tareas relacionados, hayan sido terminados y cerrados satisfactoriamente. • El ingreso de información al sistema debe diseñarse con transacciones que permitan el ingreso de los datos de forma parcial; es decir, que el tamaño de las páginas de registro (o formularios) de información sean adecuadas de acuerdo con la estabilidad de la red. • El sistema debe presentar mensajes de error que permitan al usuario identificar el tipo de error y comunicarse con el administrador del sistema.
<p>Facilidad para las Pruebas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El sistema debe contar con facilidades para la identificación de la localización de los errores durante la etapa de pruebas y de operación posterior.
<p>Flexibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El sistema debe ser diseñado y construido con los mayores niveles de flexibilidad en cuanto a la

	<p>parametrización de los tipos de datos.</p>
Instalación	<ul style="list-style-type: none"> • El sistema debe ser fácil de instalar y ejecutar ya sean servidores linux
Mantenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Toda el sistema deberá estar complemente documentado, cada uno de los componentes de software que forman parte de la solución propuesta deberán estar debidamente documentados tanto en el código fuente como en los manuales de administración y de usuario. • El sistema debe estar en capacidad de permitir en el futuro su fácil mantenimiento con respecto a los posibles errores que se puedan presentar durante la operación del sistema
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • La seguridad del sistema debe estar regida por las Políticas de Seguridad Informática de la Comisión Intersectorial de Políticas y Gestión de la Información para la Administración Pública. • El acceso al Sistema debe estar restringido por el uso de claves asignadas a cada uno de los usuarios. Sólo podrán ingresar al Sistema las personas que estén registradas, estos usuarios serán clasificados en varios tipos de usuarios (o roles) con acceso a las opciones de trabajo definidas para cada rol. • El control de acceso implementado debe permitir asignar los perfiles para cada uno de los roles identificados. • Respecto a la confidencialidad, el sistema debe estar en capacidad de rechazar accesos o modificaciones indebidos (no autorizados) a la información y proveer los servicios requeridos por los usuarios legítimos del sistema. • El sistema deberá contar con mecanismos que permitan el registro de actividades con

	<p>identificación de los usuarios que los realizaron.</p> <ul style="list-style-type: none"> El sistema debe contar con pistas de auditoría de las actividades que se realizan sobre el sistema con niveles razonables para su reconstrucción e identificación de los hechos
Validación de Información	<ul style="list-style-type: none"> El sistema debe validar automáticamente la información contenida en los formularios de ingreso. En el proceso de validación de la información, se deben tener en cuenta aspectos tales como obligatoriedad de campos, longitud de caracteres permitida por campo, manejo de tipos de datos, etc.

b. Requerimientos Funcionales

Tabla 2: Requerimientos Funcionales

ID	REQUERIMIENTO	DESCRIPCIÓN	PRIORIDAD
REQ-01	Crear cuenta	Permite al usuario registrarse en el portal, con lo cual tendrá acceso a crear campañas	alta
REQ-02	Validar Cuenta	Permite al usuario verificar su registro	alta
REQ-03	Recuperar contraseña	Permite al usuario recuperar su contraseña	alta
REQ-04	Login	Permite al usuario iniciar sesión en el portal	alta
REQ-05	Mis campañas	Permite al usuario ver un listado de sus campañas	alta

REQ-06	Buscar Campaña	Permite al usuario buscar una campaña específica	alta
REQ-07	Ver detalle campaña	Permite al usuario ver el detalle de su campaña, así como las estadísticas de la misma	alta
REQ-08	Buscar paginado campaña	Permite al ver sus campañas si son más de cinco en un paginado	alta
REQ-09	ver detalle anuncio	Permite al usuario ver el detalle de su anuncio , así como las estadísticas de la misma	alta
REQ-10	Agregar anuncio	Permite al usuario crear un nuevo anuncio dentro de una campaña ya existente	alta
REQ-11	Suspender campaña	Permite al usuario suspender la campaña a un estado suspendido	alta
REQ-12	Activar campaña	Permite al usuario activar la campaña a un estado activado	alta
REQ-13	Eliminar anuncio	Permite al usuario eliminar un anuncio de su campaña	alta
REQ-14	Editar target	Permite al usuario modificar el target (segmentación de la campaña)	alta
REQ-15	Editar Anuncio	Permite al usuario modificar un anuncio de su campaña	alta
REQ-16	Crear Campaña	Permite al usuario crear una campaña	alta

3.1.2.2. Diagrama de casos de uso del sistema

En este punto se documentara el comportamiento del sistema desde el punto de vista del usuario los cuales contemplan los requerimientos funcionales del sistema. Se contemplará un diagrama de casos de uso general, el cual contendrá tres diagramadas de caso de uso particulares: Gestión de Usuario, Gestión de anuncios y Gestión de Campañas

3.1.2.2.1. Diagrama de caso de Uso General

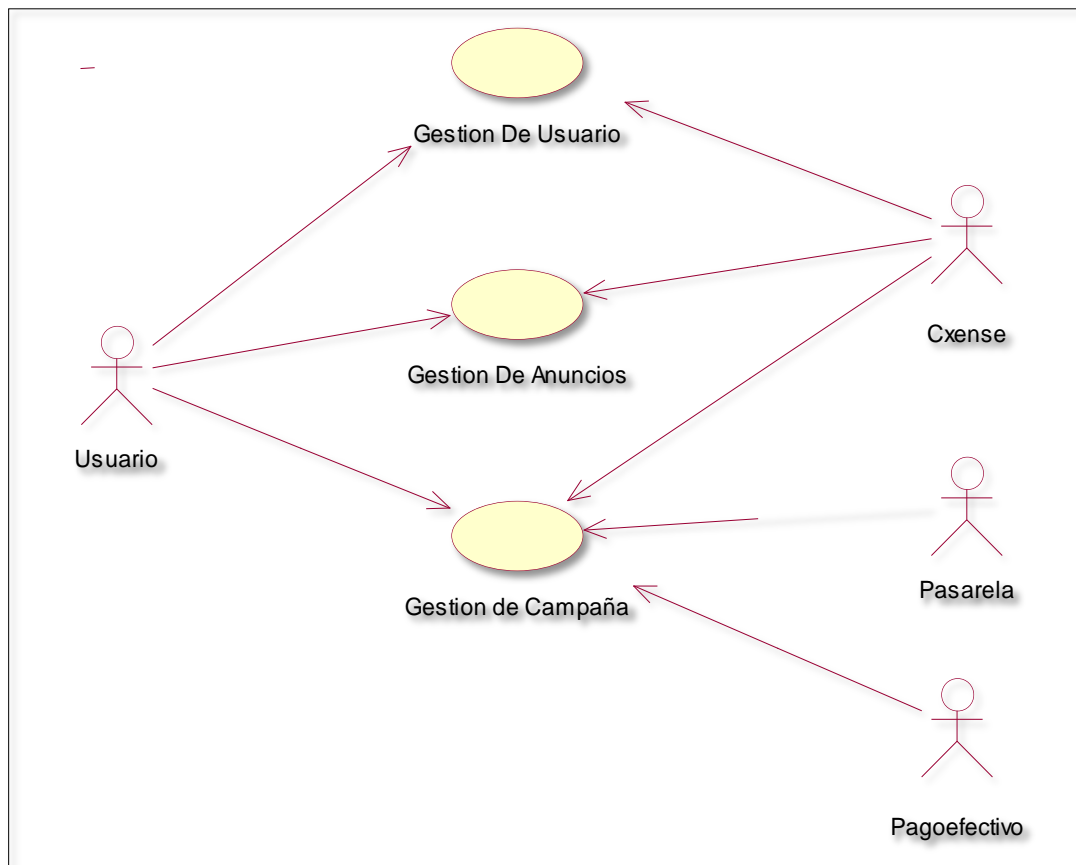


Gráfico N° 8. Diagrama de caso de Uso General

3.1.2.2.2. Diagrama Detallado de Gestión de Usuario

El diagrama de Gestión de Usuario contempla toda la creación de usuario, validación de usuario, cambio de contraseña, así como la interacción con la Web Service.

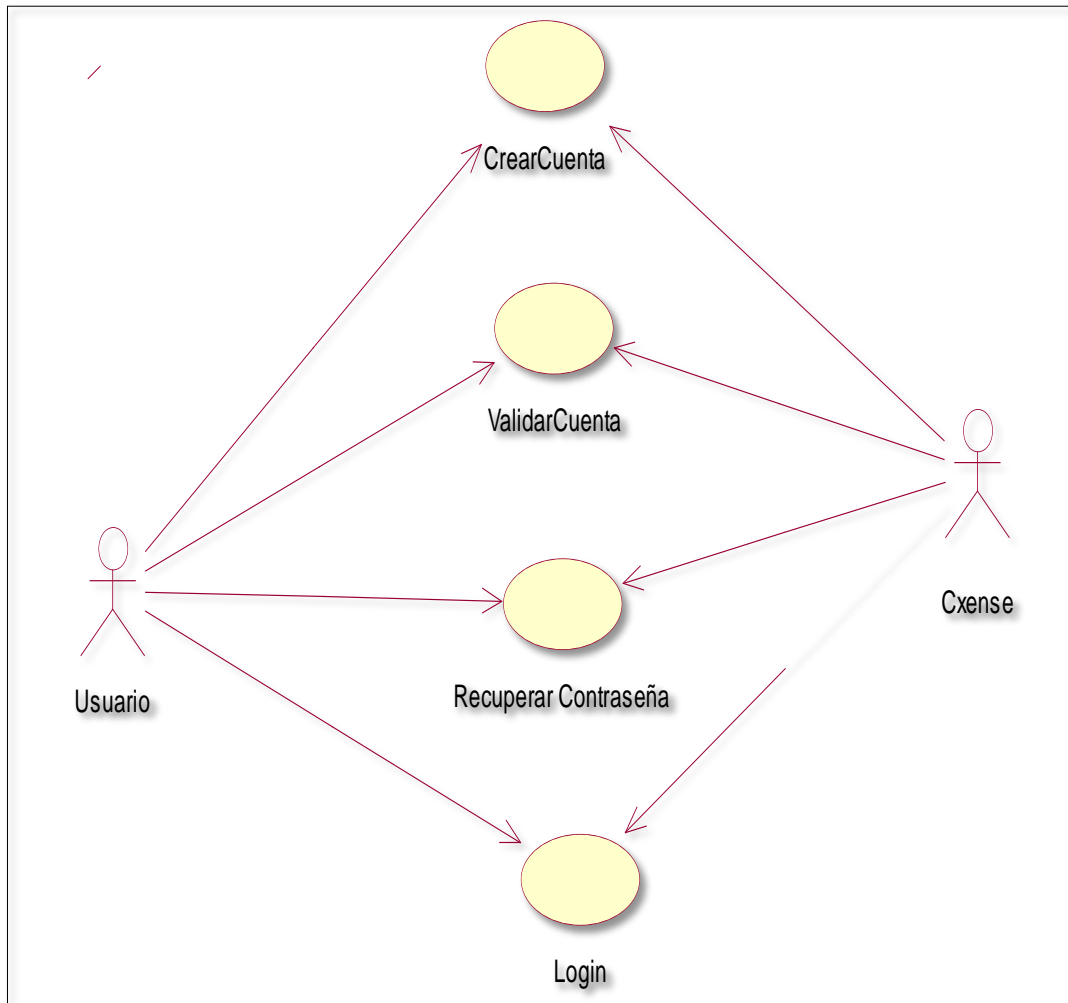


Gráfico N° 9. Diagrama Detallado de Gestión de Usuario

3.1.2.2.3. Diagrama Detallado de Gestión de Campañas

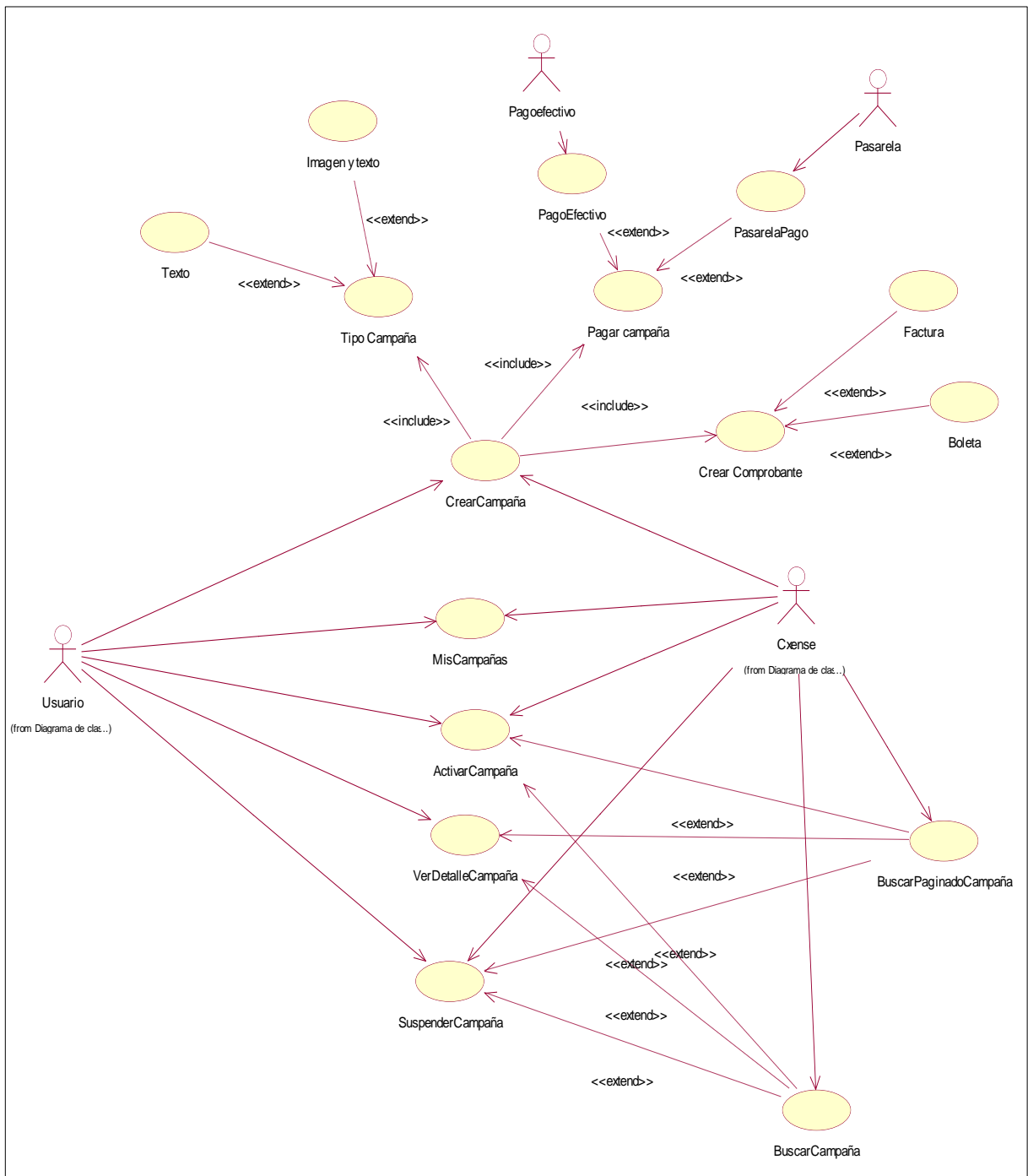


Gráfico N° 10. Diagrama detallado de Gestión de Campañas

3.1.2.2.4. Diagrama Detallado de Gestión de Anuncios

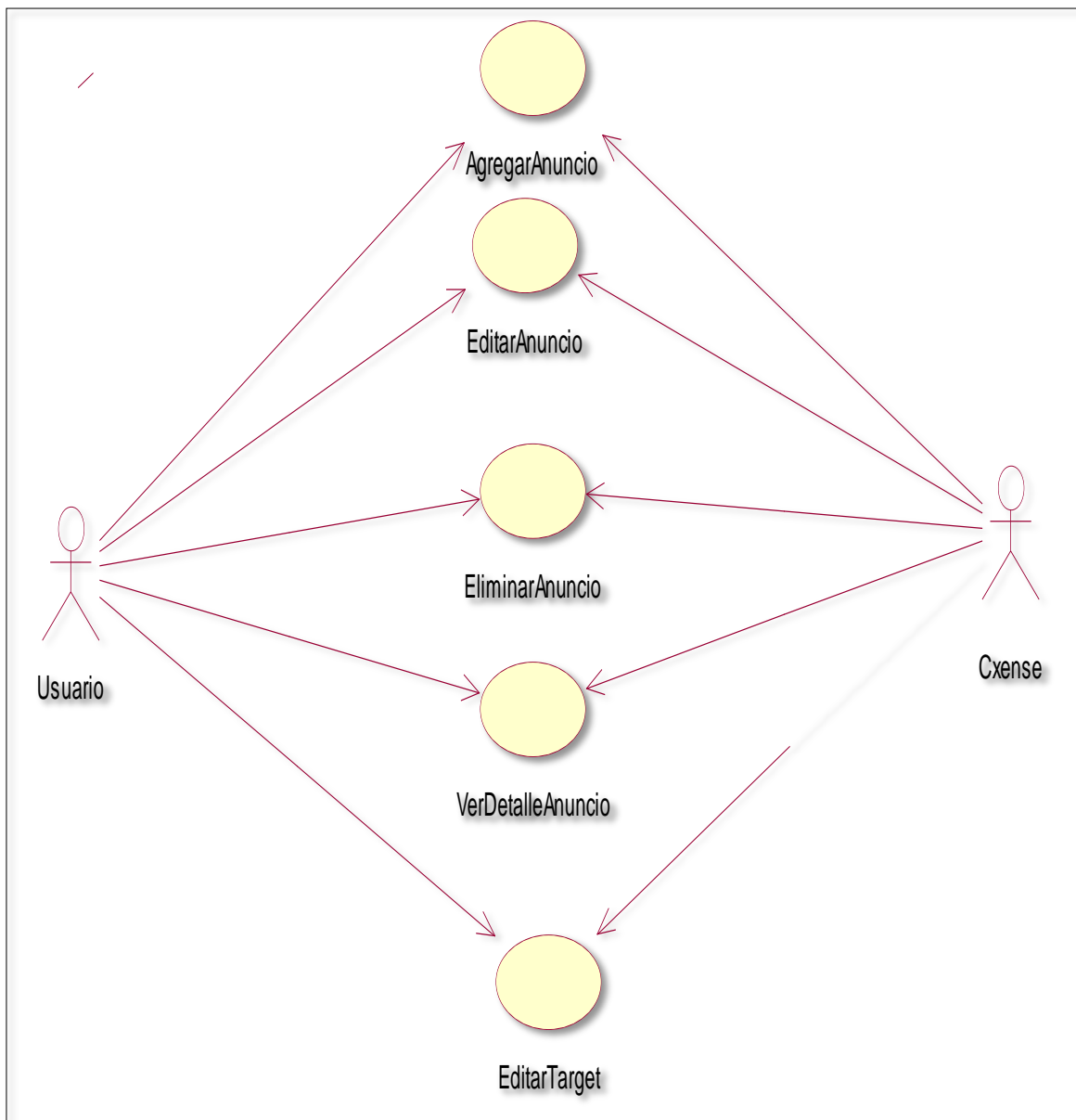


Gráfico N° 11. Diagrama detallado de Gestión de Anuncios

3.1.2.3. Especificaciones de casos de uso del sistema

En esta fase se detallará ordenadamente todos los casos de usos del sistema partiendo de la premisa que ya se identificaron los actores y que estén claramente definidos todos los flujos tanto básicos como alternos.

3.1.2.3.1. Crear Cuenta

Tabla 3: Crear Cuenta

Caso de Uso	Crear Cuenta
Descripción	El proceso para registrar un nuevo usuario se realizará desde el portal PerúRed ingresando a través del botón “Regístrate”.
Actores	Cliente, Cxense(web service)
Flujo Básico	<p>El proceso para registrar un nuevo usuario se realizará desde el portal PerúRed ingresando a través del botón “Regístrate”. Una vez presionado el botón nos mostrará una ventana emergente la cual nos solicitará completar una serie de campos para registrar al usuario tanto en PerúRed como en CXSENSE, este registro de usuarios lo realizará a través de los APIS proporcionados por CXSENSE.</p> <ol style="list-style-type: none">1. El sistema requiere que el actor introduzca los siguientes campos Los campos marcados con (*) son obligatorios: nombre (*), apellidos (*), email (*), teléfono, empresa (*), país (*), contraseña (*) y que acepte los Términos y condiciones.2. Una vez ingresado los campos se aceptará los

	<p>términos y condiciones de PerúRed y a su vez le permitirá decidir si desea recibir información o mensajes sobre nuevos servicios, promociones y novedades de PerúRed.</p> <p>Nota:</p> <p>La contraseña contendrá 6 caracteres como mínimo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El sistema valida los datos ingresados y verifica que el usuario no exista en la base de datos de Perured, seguidamente y envía los datos a Cxence (web service), 2. Cxence registra los datos y crea la cuenta en su base de datos y devuelve al sistema los datos del usuario creado 3. El sistema solicita a Cxence El Folder del usuario enviado los siguientes parámetros usuario, contraseña. 4. Cxence devuelve el FolderId del usuario 5. El sistema registra al usuario en la base de datos de perured y Una vez registrado se le envía por email una confirmación al usuario para que luego sea activado su cuenta.
<p>Flujos Alternativos 1</p>	<p>datos inválidos</p>
	<p>Sí, en el Flujo Básico, el actor introduce algunos campos inválidos, el sistema muestra un mensaje de error. El actor puede elegir entre volver al principio del Flujo Básico, o cancelar el registro, momento en que el caso de uso termina.</p>

Flujos Alternativos 2	ya existe un usuario registrado en la base de datos de perured
	Sí, en el Flujo Básico, ya existe un usuario asociado a la cuenta, el sistema muestra el mensaje "La cuenta ya fue asociada a un usuario". El actor puede elegir entre volver al principio del Flujo Básico, o cancelar el registro, momento en que el caso de uso termina.
Flujos Alternativos 3	ya existe un usuario <u>registrado</u> en Cxense
	Sí, en el Flujo Básico, ya existe un usuario asociado a la cuenta en Cxense, el sistema muestra el mensaje "La cuenta ya fue asociada a un usuario". El actor puede elegir entre volver al principio del Flujo Básico, ó cancelar el registro, momento en que el caso de uso termina.
Precondiciones	Ninguno
Post-condiciones	Si el caso de uso se ha realizado correctamente, ahora el actor tiene que revisar su correo electrónico para activado su cuenta.
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.2. Validar Cuenta

Tabla 4: Validar Cuenta

Caso de Uso	Validar Cuenta
Descripción	Este caso le permite al actor activar su cuenta
Actores	Cliente
Flujo Básico	<p>El proceso para activar la cuenta del usuario inicia cuando accede a su correo electrónico en donde ara clic en el link que se le envió, el usuario accede al link.</p> <p>1. El sistema verifica que el código de verificación exista y procede a cambiar de estado a activo la usuario, posteriormente el sistema crea un paquete gratuito al usuario nuevo y procede a enviar un correo de activación e informándole su paquete gratuito para su campaña</p>
Flujos Alternativos 1	códigos de activación no existen
	Sí, en el Flujo Básico, no existe el código de activación, el sistema redirige al usuario a la página de inicio del portal.
Flujos Alternativos 2	códigos de activación no existen
	Sí, en el Flujo Básico, no existe el código de activación, el sistema redirige al usuario a la página de inicio del portal.
Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de

	que inicie el caso de uso y tener su código de verificación.
Post-condiciones	Si el caso de uso se ha realizado correctamente, ahora el actor tiene que revisar su correo electrónico para ver que su cuenta se halla creado correctamente y tiene un paquete gratuito
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.3. Recuperar Contraseña

Tabla 5: Recuperar Contraseña

Caso de Uso	Recuperar Contraseña
Descripción	Este caso le permite al actor el poder obtener otra contraseña, si es que se olvidó el suyo
Actores	Cliente, Cxense (web service)
Flujo Básico	<p>El proceso para que el actor recupere su contraseña comienza. Dando clic al botón “Ingresar”. Una vez presionado el botón nos mostrará una ventana emergente y el actor debe darle clic al link “Olvidaste tu contraseña?”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El sistema le muestra otra ventana emergente en donde el actor tendrá que ingresar su correo electrónico (User). 2. El actor ingresara su correo

	<p>electrónico y dará clic al botón “enviar”.</p> <ol style="list-style-type: none">3. El sistema enviara el correo electrónico a Cxense (web service)4. Cxense verificara el correo y devolverá los datos a perured.5. El sistema creara un código de reseteo para cambiar la contraseña al usuario y procede a enviar un correo electrónico con el código de reseteo.6. El sistema muestra el mensaje "Se le envió un email, solo tiene que revisar su correo para seguir con el proceso de cambio de contraseña”.7. El actor se dirigirá a su correo electrónico y le dará clic al link enviado con el código de reseteo.8. El sistema validara el código de reseteo y le mostrara una ventana emergente en el cual podrá ingresar su nueva contraseña.9. El actor ingresara su nueva contraseña y le dará clic al botón enviar.10. El sistema validara si la contraseña cumple con los 6 caracteres como mínimo y procederá a enviar la nueva contraseña del usuario a Cxense.11. Cxense procederá a actualizar la contraseña del actor.
--	--

	<p>12. El sistema actualizara la contraseña del actor en la base de datos de perured.</p> <p>13. El sistema mostrara un mensaje “su contraseña fue cambiada correctamente”</p>
Flujos Alternativos 1	códigos de reseteo no existente
	Sí, en el Flujo Básico, no existe el código de activación, el sistema muestra un mensaje de error.
Flujos Alternativos 2	no existe cuenta en Cxense
	Sí, en el Flujo Básico, no existe la cuenta en Cxense, el sistema mostrara el mensaje "No existe una cuenta asociada al email ingresado."
Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener su código de reseteo.
Post-condiciones	Si el caso de uso se ha realizado correctamente, ahora el actor puede iniciar sesión en el portal con su nueva contraseña.
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.4. Login

Tabla 6: Login

Caso de Uso	Login
Descripción	Este caso le permite al actor iniciar sesión en la aplicación
Actores	Cliente, Cxense (web service)
Flujo Básico	<p>El proceso para acceder a la cuenta del usuario se realizará desde el portal de PerúRed ingresando a través del botón “Ingresa”. Al presionar el botón le mostrará una ventana emergente la cual solicitará los datos de “usuario” y “password” del cliente.</p> <ol style="list-style-type: none">1. El sistema valida el nombre y contraseña proporcionados y los envía a CXENSE. Los datos ingresados serán validados en CXENSE2. Si los datos existen en CXENSE, el sistema inicia la sesión del actor en el sistema.
Flujos Alternativos 1	4.3.1 Usuario y/o Contraseña Inválidos
	4.3.2 Sí, en el Flujo Básico, el actor introduce un usuario y/o contraseña inválido, el sistema muestra un mensaje de error. El actor puede elegir entre volver al principio del Flujo Básico, o cancelar la autenticación, momento en que el caso de uso termina.

Flujos Alternativos 2	La cuenta no existe en el sistema Perured
	Sí, en el Flujo Básico, no existe la cuenta en la base de datos de Perured, el sistema muestra el mensaje "Ha ocurrido un inconveniente. Intente nuevamente".
Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso
Post-condiciones	Si el caso de uso se ha realizado correctamente, ahora el actor ha iniciado sesión en el sistema. Sí no es así, el estado del sistema no se modifica
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.5. Agregar Anuncio

Tabla 7: Agregar Anuncio

Caso de Uso	Agregar Anuncio
Descripción	Este caso le permite al actor el poder crear un anuncio dentro de una campaña ya existente
Actores	Cliente, Cxense (web service)
Flujo Básico	<p>El proceso para que el actor crear un nuevo anuncio inicia desde el menú "MI CUENTA" y desde la página "detalle de campaña" que pertenece a una campaña ya creada por el actor.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En esta vista el usuario dará clic al botón "Agregar Anuncio" 2. El sistema validara si existe sesión

por parte del usuario y si el anuncio que va a crear pertenece a una campaña del usuario, posterior a esto el sistema verifica si la campaña del usuario es de tipo texto o imagen y texto.

- Si la campaña del actor es de imagen y texto.
- Si la campaña del actor es de solo texto.

➤ **Anuncio Imagen y Texto**

1. El sistema muestra un formulario con opción a subir imagen.
2. el actor ingresa sus datos y procede a dar clic al botón “continuar”.
3. el sistema verifica que los datos sean válidos y crea el anuncio en la base de datos de perured con un estado inactivo, y procede a enviar los datos del anuncio a CXENSE.
4. CXENSE crea el anuncio y devuelve los datos al sistema.
5. el sistema Actualiza los datos del anuncio y a un estado activo y redirige a la página “detalle de campaña” del usuario mostrando el mensaje 'Su Anuncio se registró correctamente'.

➤ **Anuncio Texto**

1. El sistema muestra un formulario sin opción a subir imagen.
2. el actor ingresa sus datos y procede a

	<p>dar clic al botón “continuar”.</p> <p>3. el sistema verifica que los datos sean válidos y crea el anuncio en la base de datos de perured con un estado inactivo, y procede a enviar los datos del anuncio a CXENSE.</p> <p>4. CXENSE crea el anuncio y devuelve los datos al sistema.</p> <p>5. el sistema Actualiza los datos del anuncio y a un estado activo y redirige a la página “detalle de campaña” del usuario mostrando el mensaje 'Su Anuncio se registró correctamente'. Si la campaña del actor es de solo texto</p>
Flujos Alternativos 1	datos no validos
	Sí, en el Flujo Básico, los datos ingresados no son válidos, el sistema muestra nuevamente la página, con mensajes emergentes respecto a los campos inválidos
Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener una campaña creada en la cual se pueda registrar el nuevo anuncio.
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.6. Editar Anuncio

Tabla 8: Editar Anuncio

Caso de Uso	Editar Anuncio
Descripción	El proceso para editar un anuncio de una campaña ya existente
Actores	Cliente, Cxense (web service)
Flujo Básico	<p>El proceso para que el actor edite un anuncio inicia desde el menú “MI CUENTA” y desde la página “detalle de campaña” que pertenece a una campaña ya creada por el actor.</p> <ol style="list-style-type: none">3. En esta vista el usuario vera el listado de los anuncios pertenecientes a una campaña y dará clic a la acción editar del anuncio seleccionado4. El sistema validara si existe sesión por parte del usuario y si el anuncio pertenece a una campaña del usuario, posterior a esto el sistema mostrara los datos del anuncio<ul style="list-style-type: none">▪ Si la campaña del actor es de imagen y texto.▪ Si la campaña del actor es de solo texto. <p>6.3.1.1 Anuncio Imagen y Texto</p> <ol style="list-style-type: none">1. El sistema muestra un formulario con los datos del anuncio con opción a editar imagen.

2. el actor edita sus datos y procede a dar clic al botón “continuar”.

3. el sistema verifica que los datos sean válidos y edita el anuncio en la base de datos de perured con un estado inactivo, y procede a enviar los datos del anuncio a CXENSE.

4. CXENSE edita el anuncio y devuelve los datos al sistema.

5. El sistema Actualiza los datos del anuncio y a un estado activo y redirige a la página “detalle de campaña” del usuario mostrando el mensaje Éxito! Su Anuncio se actualizo correctamente.

6.3.1.2

Anuncio Texto

1. El sistema muestra un formulario con los datos del anuncio sin opción a imagen.

2. el actor edita sus datos y procede a dar clic al botón “continuar”.

3. el sistema verifica que los datos sean válidos y edita el anuncio en la base de datos de perured con un estado inactivo, y procede a enviar los datos del anuncio a CXENSE.

4. CXENSE edita el anuncio y devuelve los datos al sistema.

5. El sistema Actualiza los datos del anuncio y a un estado activo y redirige a

	la página “detalle de campaña” del usuario mostrando el mensaje Éxito! Su Anuncio se actualizo correctamente.
Flujos Alternativos 1	datos inválidos
	Sí, en el Flujo Básico, los datos ingresados no son válidos, el sistema muestra nuevamente la página, con mensajes emergentes respecto a los campos inválidos
Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener una campaña creada en la cual se pueda editar el anuncio perteneciente a la campaña. El usuario deberá de buscar la campaña y posteriormente el anuncio a editar.
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.7. Ver Detalle Campaña

Tabla 9: Ver detalle campaña

Caso de Uso	Ver Detalle Campaña
Descripción	Este caso le permite al actor ver el detalle de una campaña

Actores	Cliente, Cxense
Flujo Básico	<p>El proceso para ver el detalle de campaña inicia en la vista de “Mis campañas”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. el actor da clic al nombre de la campaña que desea visualizar el detalle 2. el sistema envía el id de la campaña a CXENSE. 3. CXENSE devuelve lista de anuncios relacionados a la campaña, así como datos de la campaña e Información General de la Campaña 4. El sistema muestra los datos devueltos por Cxense
Flujos Alternativos 1	Ninguno
Precondiciones	<p>El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener su código de verificación.</p> <p>Así como el actor debe de buscar la campaña, ya sea por el buscador o por el patinador</p>
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.8. Ver Detalle Anuncio

Tabla 10: Ver detalle anuncio

Caso de Uso	Ver Detalle Anuncio
Descripción	Este caso le permite al actor ver el detalle de su anuncio
Actores	Cliente, Cxense
Flujo Básico	<p>El proceso para ver el detalle de campaña inicia en la vista de “Detalle de Campaña”</p> <ol style="list-style-type: none">1. el actor da clic al nombre del anuncio que desea visualizar el detalle2. el sistema envía el id de la campaña a CXENSE.3. CXENSE devuelve estadísticas del anuncio: IMPS, CLICKS y CTR.4. El sistema muestra los datos estadísticos devueltos por CXENSE y los datos del anuncio y del target
Flujos Alternativos 1	Ninguno
Precondiciones	<p>El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener su código de verificación.</p> <p>Así como el actor debe de buscar la campaña, ya sea por el buscador o por el paginador</p>

Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.9. Suspender Campaña

Tabla 11: Suspender Campaña

Caso de Uso	Suspender Campaña
Descripción	Este caso le permite al actor suspender su campaña
Actores	Cliente, Cxense
Flujo Básico	<p>El proceso para que el actor suspenda su campaña es la siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. el actor da clic al icono de acción de la campaña 2. el sistema muestra el mensaje ¿Esta seguro que desea suspender la campaña? 3. El sistema envía a CXENSE los parámetros para suspender la campaña. 4. CXENSE suspende la campaña 5. El sistema actualiza el estado ha suspendido en la base de datos de perured.
Flujos	Ninguno

Alternativos 1	
Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener por lo menos una campaña creada
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.10. Activar Campaña

Tabla 12: Activar campaña

Caso de Uso	Activar Campaña
Descripción	Este caso de uso le permite al actor activar su campaña
Actores	Cliente, Cxense
Flujo Básico	<p>El proceso para que el actor active su campaña es la siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. el actor da clic al icono de acción de la campaña 2. el sistema muestra el mensaje ¿Esta seguro que desea reactivar la campaña? 3. El sistema envía a CXENSE los parámetros para reactivar la campaña. 4. CXENSE activa la campaña <p style="padding-left: 40px;">El sistema actualiza el estado ha activado en la base de datos de perured.</p>

Flujos Alternativos 1	Ninguno
Precondiciones	<p>El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener su código de verificación.</p> <p>Así como el actor debe de buscar la campaña, ya sea por el buscador o por el paginador</p>
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.11. Eliminar Anuncio

Tabla 13: Eliminar anuncio

Caso de Uso	Eliminar Anuncio
Descripción	Este caso de uso le permite al actor eliminar su anuncio
Actores	Cliente, Cxense
Flujo Básico	<p>El proceso para que el actor elimine su anuncio es la siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. el actor da clic al icono de acción "Eliminar Anuncio" del anuncio 2. el sistema muestra el mensaje ¿Esta seguro que desea eliminar el anuncio 3. El sistema envía a CXENSE los parámetros

	<p>para eliminar el anuncio.</p> <p>4. CXENSE elimina el anuncio</p> <p>El sistema actualiza el estado ha eliminado en la base de datos de perured</p>
Flujos Alternativos 1	Existe solo un anuncio
	<p>Sí, en el Flujo Básico, existe solo un anuncio y el actor desea eliminar el anuncio, el sistema mostrará el mensaje "No se puede eliminar el anuncio " ", la campaña debe tener al menos un anuncio."</p>
Precondiciones	<p>El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener su código de verificación.</p> <p>Así como el actor debe de buscar la campaña asociada al anuncio que dese eliminar, ya sea por el buscador o por el paginador</p>
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.12. Editar Target

Tabla 14: Editar target

Caso de Uso	Editar Target
Descripción	Este caso de uso le permite al actor editar el target del anuncio
Actores	Cliente, Cxense
Flujo Básico	<p>El proceso para que el actor edite el target del anuncio es lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none">1. el actor da clic al icono de acción “Ir al target del anuncio” del anuncio2. el sistema muestra los datos del target (segmentación del anuncio)3. el actor ingresa sus modificaciones4. El sistema envía a CXENSE los parámetros para actualizar el target (segmentación del anuncio) del anuncio.5. CXENSE modifica el target del anuncio de usuario6. El sistema actualiza el target del anuncio de la campaña del actor en la base de datos de perured.
Flujos Alternativos 1	Ninguno
Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener su código de

	<p>verificación.</p> <p>Así como el actor debe de buscar la campaña asociada al anuncio que dese eliminar, ya sea por el buscador o por el paginador</p>
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.13. Buscar Campaña

Tabla 15: Buscar campaña

Caso de Uso	Buscar Campaña
Descripción	Este caso de uso le permite al actor buscar una campaña por su nombre
Actores	Cliente, Cxense
Flujo Básico	<p>El proceso para buscar una campaña por su nombre es el siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En la vista “Mis campaña”, el actor ingresara el nombre completo o algunas letras de la campaña a buscar, y dará clic al botón buscar 2. el sistema envía el parámetro a CXENSE 3. CXENSE devuelve datos y las estadísticas de las campaña al sistema <p style="text-align: center;">El sistema imprime los resultados</p>
Flujos Alternativos 1	Ninguno

Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener su código de verificación.
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.14. Buscar Paginado Campaña

Tabla 16: Buscar paginado campaña

Caso de Uso	Buscar Paginado Campaña
Descripción	Este caso de uso le permite al actor listar sus campañas con una paginación de cinco
Actores	Cliente, Cxense
Flujo Básico	<p>El proceso para listar las campañas del actor con una paginación de cinco es el siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En la vista “Mis campaña”, el actor hace clic al link “Siguiente”, 2. el sistema pagina el resultado por cinco por página y devuelve el resultado a la vista
Flujos Alternativos 1	Ninguno
Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de

	que inicie el caso de uso y tener su código de verificación.
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.3.15. Crear Campaña

Tabla 17: Crear campaña

Caso de Uso	Crear Campaña
Descripción	Este caso de uso le permite al actor crear una campaña
Actores	Cliente, Cxense
Flujo Básico	El
Flujos Alternativos 1	Ninguno
Precondiciones	El actor debe estar registrado en el sistema antes de que inicie el caso de uso y tener su código de verificación.
Post-condiciones	Ninguno
Puntos de Extensión	Ninguno

3.1.2.4. Prototipos de las pantallas de casos de uso del sistema

Dado que el presente proyecto sigue la metodología RUP, donde la etapa de elaboración de prototipos es fundamental, en esta sección se mostrará las principales pantallas de las funcionalidades más importantes del sistema, basadas en el análisis del capítulo anterior.

3.1.2.4.1. Prototipo Crear Cuenta

Regístrate o [Ingresa](#)

Nombre

Apellidos

Email

Género Masculino
 Femenino

Año de Nacimiento

Teléfono

Empresa

País

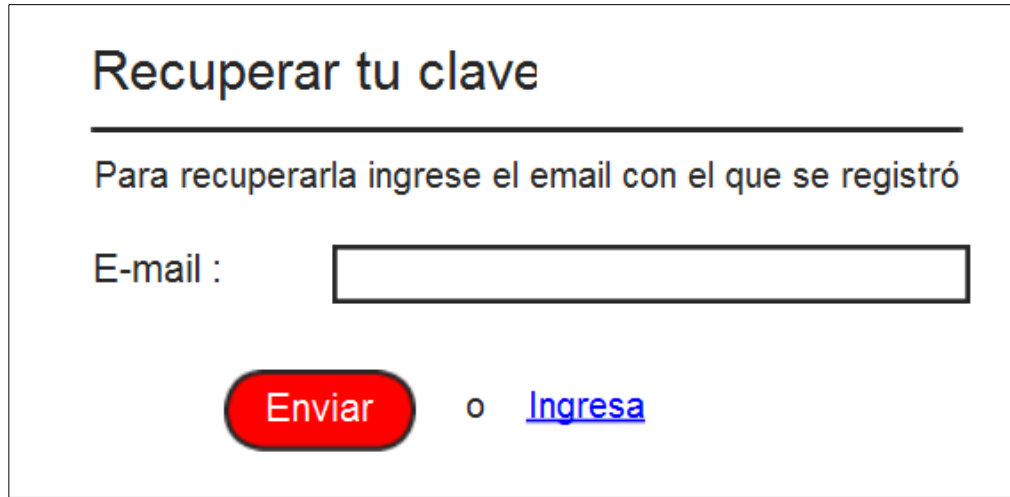
Departamento

Contraseña

He leído y acepto los terminos y condiciones de uso
 Estoy de acuerdo en recibir información o mensajes sobre los servicios

Gráfico N° 12. Prototipo Crear Cuenta

3.1.2.4.2. Prototipo Recuperar contraseña



Recuperar tu clave

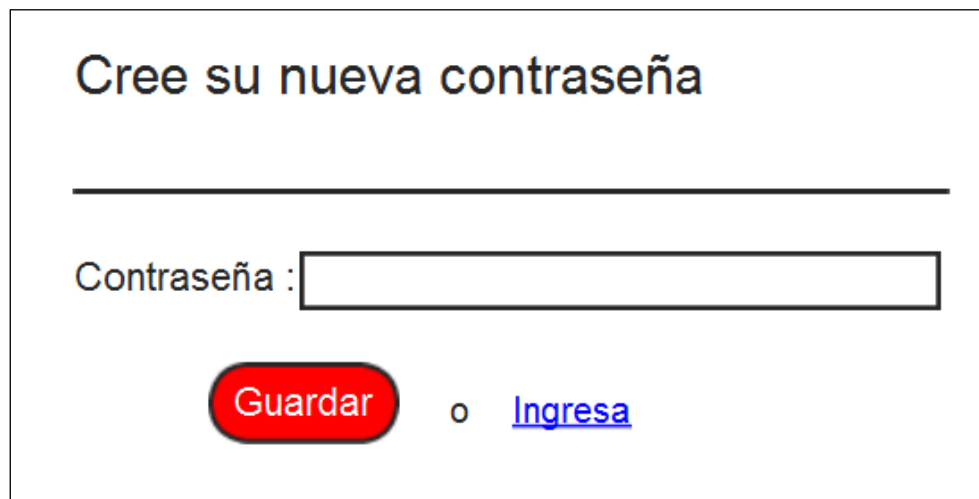
Para recuperarla ingrese el email con el que se registró

E-mail :

o [Ingresa](#)

Detailed description: This is a wireframe for a password recovery page. It features a title 'Recuperar tu clave' followed by a horizontal line. Below the line is the instruction 'Para recuperarla ingrese el email con el que se registró'. There is a label 'E-mail :' followed by a rectangular text input field. At the bottom, there is a red rounded button labeled 'Enviar' and a blue underlined link labeled 'Ingresa' separated by a small circle.

Gráfico N° 13. Prototipo Recuperar contraseña



Cree su nueva contraseña

Contraseña :

o [Ingresa](#)

Detailed description: This is a wireframe for a 'Create new password' page. It features a title 'Cree su nueva contraseña' followed by a horizontal line. Below the line is the label 'Contraseña :' followed by a rectangular text input field. At the bottom, there is a red rounded button labeled 'Guardar' and a blue underlined link labeled 'Ingresa' separated by a small circle.

Gráfico N° 14. Prototipo Crear nueva contraseña

3.1.2.4.3. Prototipo Login

Ingresar a tu Cuenta ¿Aún no tienes una cuenta? [Regístrate](#)

E-mail :

Clave :

[¿Olvidaste tu contraseña?](#)

Gráfico N° 15. Prototipo Login

3.1.2.4.4. Prototipo Crear campaña

★ Paso 1: Crea tu campaña

Ingresar los datos necesarios para crear tu producto

Datos de la Campaña

Nombre de la Campaña

Tipo

Seleccione tu paquete

Fecha de Inicio

Gráfico N° 16. Prototipo Crear campaña

Datos de Anuncio

Título

Descripción

Subir Imagen

URL destino

URL visible

Vista Previa

Avisos PERÚRED [Anuncia aquí](#)



Gráfico Nº 17. Prototipo Datos de Anuncio

Paso 2: Target del anuncio

Ingresa los datos necesarios para el target de tu anuncio

Medio

• Seleccione el Medio o Medios para segmentar su audiencia

- Mostrar en todos los medios que pertenecen PerúRed.
 Seleccionar solo algunos medios de PerúRed.

Anuncio

• Seleccione la audiencia o las audiencias que más se acerquen a su público objetivo.

Que naveguen en Audiencias de :

- Todas las Audiencias
 Seleccionar Audiencias específicas

Keywords

• Los keywords le permiten dirigirse a audiencias específicas.

Descripción

Geografía

• Seleccione la zona geográfica para difundir su anuncio

- Mostrar sólo en Perú
 Mostrar en todos los Países
 Mostrar sólo en algunos Países
 Mostrar en todos los Países excepto

Horarios

• Seleccione días y hora para la publicación de avisos de su campaña

- Todos los días, en todo momento
 Seleccionar días y horas específicos en los cuales correrá la campaña

Cancelar

Continuar

Gráfico Nº 18. Prototipo Datos del Target

Paso 3: Confirmación

Confirma los datos de tu campaña

Datos del anuncio

Nombre

Campaña navideña

<http://www.campananavidenia.com>

Target de anuncie

Audiencia

Geografía

Medios

Horarios

Keywords

Datos de la campaña

Nombre de campaña:

campana navideña

CPC Pack1:

100 Clics por S/.260(Soles Peruanos) CPC Pack1

Total S/. 260.00

Tipo de Comprobante

- Boleta
 Factura

R.U.C.

Razón Social

Domicilio

País

Departamento

Método de Pago

Pagar sin Tarjeta de Crédito

- PAGO EFECTIVO
Compra con PagoEfectivo y paga a través de internet o en cualquier oficina del BCP, BBVA, Scotiabank, Interbank y en establecimientos autorizados que tengan el logo de PagoEfectivo y/o FullCarna

Pagar con Tarjeta de Crédito

- VISA
 MASTER CARD

PAGAR

Gráfico N° 19. Prototipo Datos del paso tres

3.1.2.4.5. Prototipo Mis campañas

Mis Campañas (16)

Q Buscar Crear Campaña

< Anterior | Siguiente >


Fecha	Nombre	IMPS.	CLICS	CTR.	CPC.	CPM.	ACTO
01/03/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	
01/03/2014	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	
01/03/2014	cpci y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	
01/03/2014	campana1597	0	0	0.00%	0.00	8.85	
02/03/2014	taxonomiaa	0	0	0 0.00%	0.00	8.85	







Gráfico N° 20. Prototipo Mis campaña

3.1.2.4.6. Prototipo Detalle de Campaña

Nombre de la Campaña

Anunciante: josmel yupanqui Fecha de Pago: 01/03/2014 | 18:52:34
Nombre de la Campaña: campaña de verano Estado: EN EJECUCIÓN
Descripción: 20 Impresiones por S/. 30.00 (Soles Peruanos) Promo Pymes2 imagen

 Anuncios (2) Agregar Anuncio

Fecha	Nombre	IMPS.	CLICS	CTR.	ACTO
01/03/2014	paque 5	0	0	0.00%	  
01/03/2014	campana cpc pre	0	0	0.00%	  

Previous 1 2 Next

Información General de la Campaña

Impresiones programadas: 20
Impresiones cumplidas: 0
Clics cumplidos: 0
Impresiones restantes: 20
Fecha de alta: 12/04/2014 | 18:52:34
Cantidad de anuncios: 1

Gráfico N° 22. Prototipo Detalle de Campaña

3.1.2.4.7. Prototipo Datos del anuncio

Datos del anuncio [Editar](#)



Anuncio: zapatillas Urbanas
Descripción: lindas zapatillas
URL destino: <http://www.localhost.com>
URL visible: <http://www.localhost.com>

Target del anuncio [Editar](#)

Medio: Mostrar en todos los medios que pertenecen a PeruRed Keywords: peru

Medio: Mostrar en todos los medios que pertenecen a PeruRed

Geografía: Mostrar sólo en Perú

Fecha	Nombre	IMPS.	CLICS	CTR.
01/03/2014	zapatillas Urbanas	0	0	00 %

Gráfico N° 23. Prototipo Datos del anuncio

3.1.2.4.8. Prototipo Editar anuncio

[Editar target](#)

Datos del anuncio

Título

Descripción

Subir imagen

URL destino

URL visible

Vista previa

Avisos PERÚRED [anuncia aquí](#)

[Zapatillas Urbanas](#)

descripcion

Gráfico Nº 24. Prototipo Editar anuncio

3.1.2.4.9. Prototipo Editar target

Medio

• Seleccione el Medio o Medios para segmentar su audiencia

Mostrar en todos los medios que pertenecen PerúRed.

Seleccionar solo algunos medios de PerúRed.

Anuncio

• Seleccione la audiencia o las audiencias que más se acerquen a su público objetivo.

Que naveguen en Audiencias de

Todas las Audiencias

Seleccionar Audiencias específicas

Keywords

• Los keywords le permiten dirigirse a audiencias específicas.

Descripción

Geografía

• Seleccione la zona geográfica para difundir su anuncio

Mostrar sólo en Perú

Mostrar en todos los Países

Mostrar sólo en algunos Países

Mostrar en todos los Países excepto

Horarios

• Seleccione días y hora para la publicación de avisos de su campaña

Todos los días, en todo momento

Seleccionar días y horas específicos en los cuales correrá la campaña

Gráfico N° 25. Prototipo Editar target

3.2. Fase De Elaboración

Esta fase tiene una duración del 30 % del tiempo total del proyecto la cual contemplará en análisis y diseño del sistema En esta fase durante la cual elaboramos los requisitos al nivel de análisis y diseño y por tanto, ya se evaluará si el proyecto es técnicamente viable y se definirá la tecnología que se utilizará en la fase de construcción.

3.2.1. Análisis de sistemas

En esta sección se determinará los objetivos y límites del sistema, así como el análisis de la arquitectura del sistema, marcar las directrices que permitan alcanzar los objetivos propuestos y evaluar sus consecuencias.

3.2.1.1. Análisis de la arquitectura del sistema

En esta sección se explica el análisis a alto nivel de la arquitectura de sistemas propuesto para el proyecto.

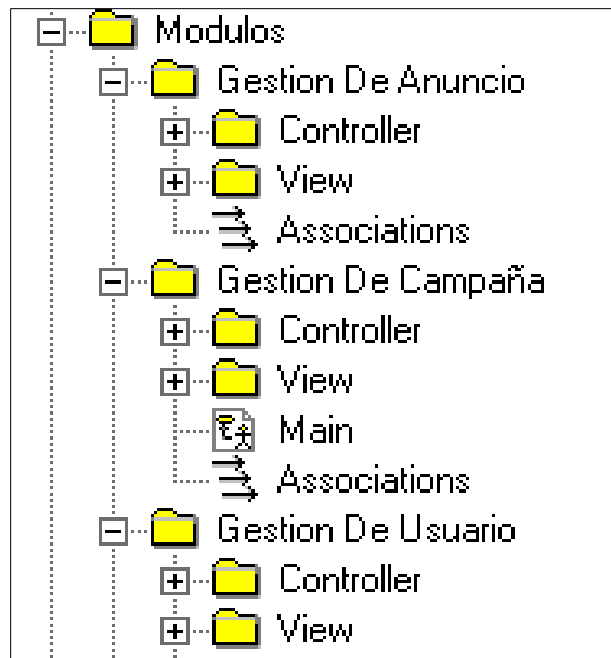


Gráfico N° 26. Análisis de la arquitectura del sistema

3.2.1.2. Análisis de casos de uso del sistema

El Análisis de casos de uso del sistema ofrecerá una visión conceptual precisa y unificada de alternativas para la implementación del sistema. La estructura impuesta por el modelo de análisis se define mediante una jerarquía y su estructura se representa mediante un sistema de análisis que denota el paquete de más alto nivel del modelo.

Este modelo crece incrementalmente conforme se analizan más casos de uso, de manera que el sistema se construye como una estructura de clases de análisis y relaciones entre dichas clases.

3.2.1.2.1. Diagrama de clases del análisis

Para la aplicación se muestran en el Diagrama de Clase de Análisis donde se encuentran las clases de análisis identificadas y se pueden observar las clases de interfaz respectivas,

Las clases de control de cada interfaz interactúan con una o varias clases de entidad para ingresar o registrar los datos, o para solicitar alguna información determinada

3.2.1.2.1.1. Diagrama de clases del análisis Crear Cuenta

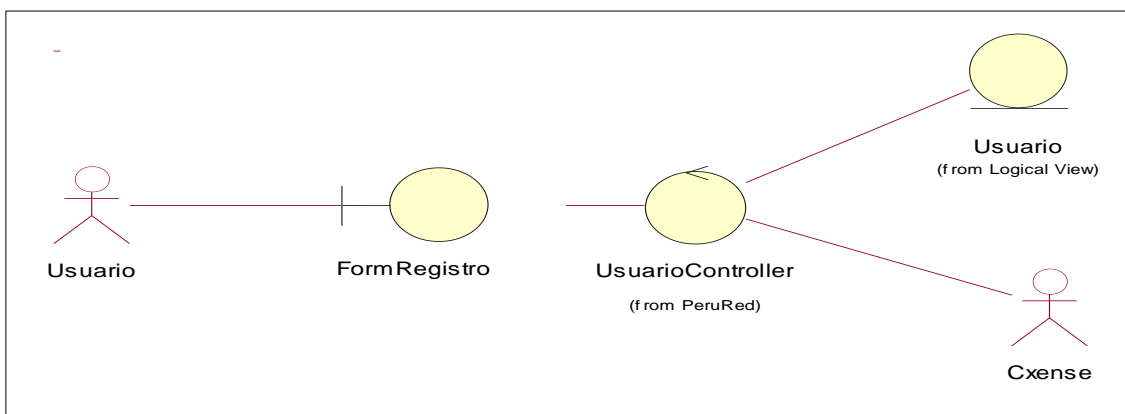


Gráfico Nº 27. Diagrama de clases del análisis Crear Cuenta

3.2.1.2.1.2. Diagrama de clases del análisis Validar Cuenta

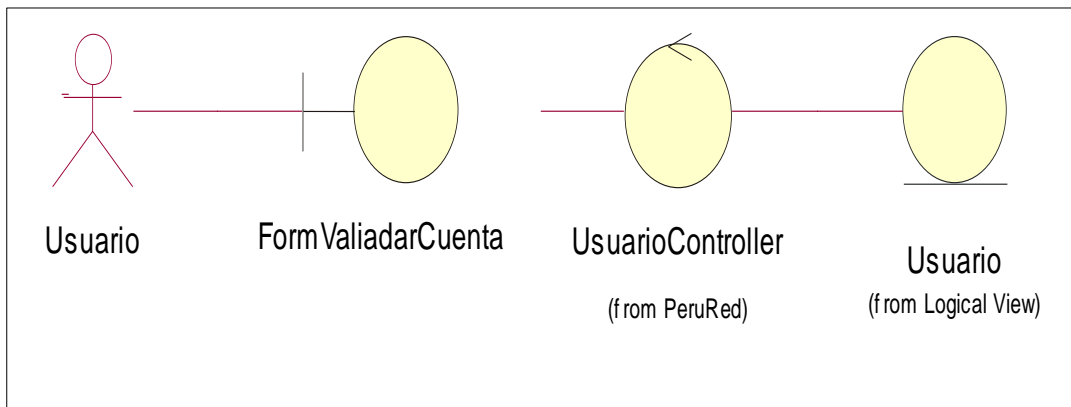


Gráfico N° 28. Diagrama de clases del análisis Validar Cuenta

3.2.1.2.1.3. Diagrama de clases del análisis Recuperar Contraseña

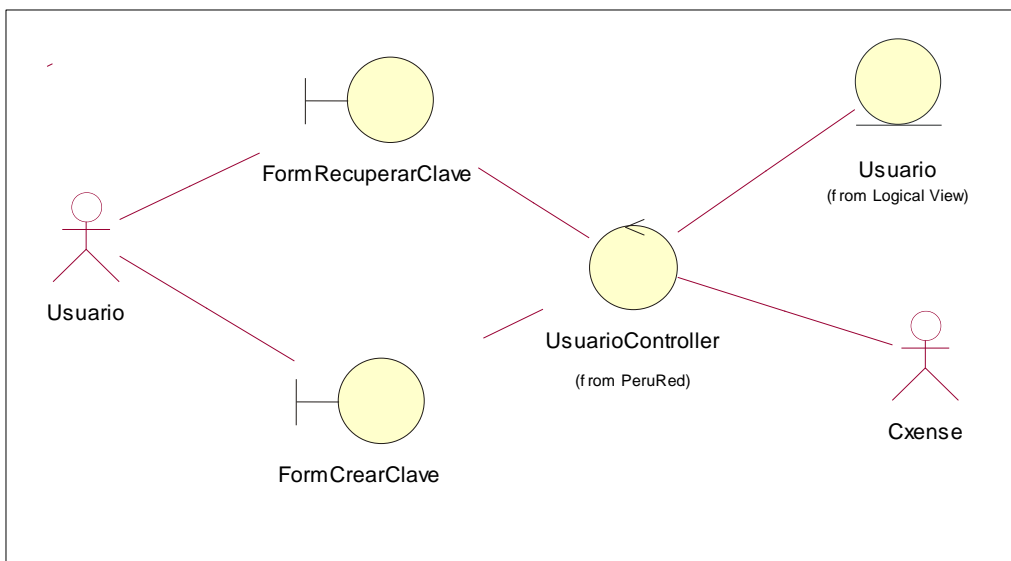


Gráfico N° 29. Diagrama de clases del análisis Recuperar contraseña

3.2.1.2.1.4. Diagrama de clases del análisis Login

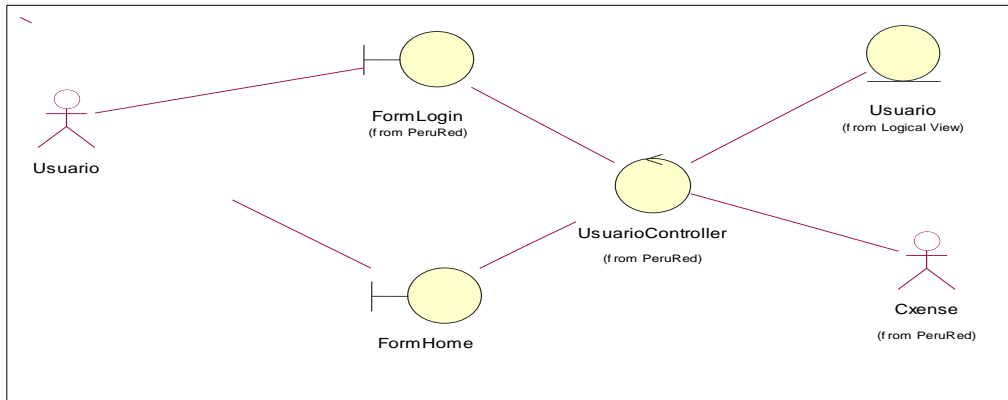


Gráfico Nº 30. Diagrama de clases del análisis Login

3.2.1.2.1.5. Diagrama de clases del análisis Crear Campaña

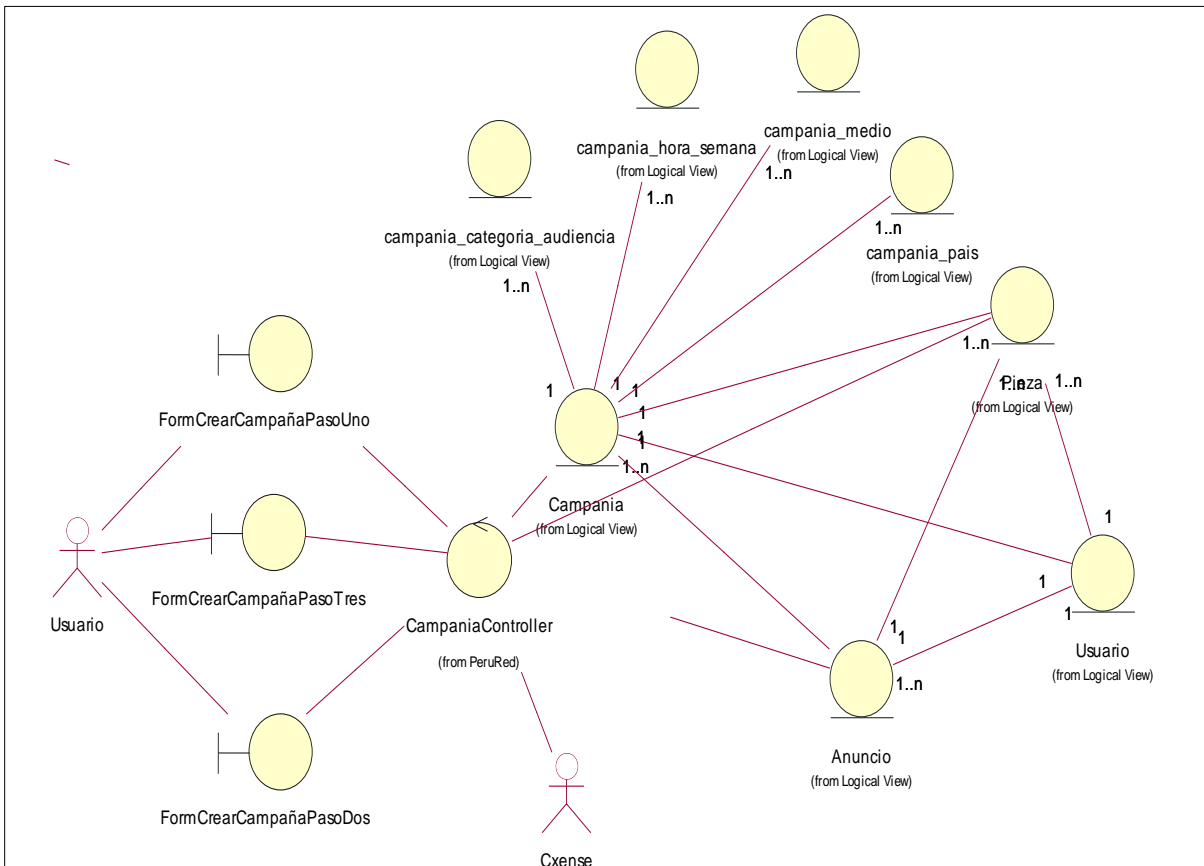


Gráfico Nº 31. Diagrama de clases del análisis Crear Campaña

3.2.1.2.1.6. Diagrama de clases del análisis Pago Efectivo

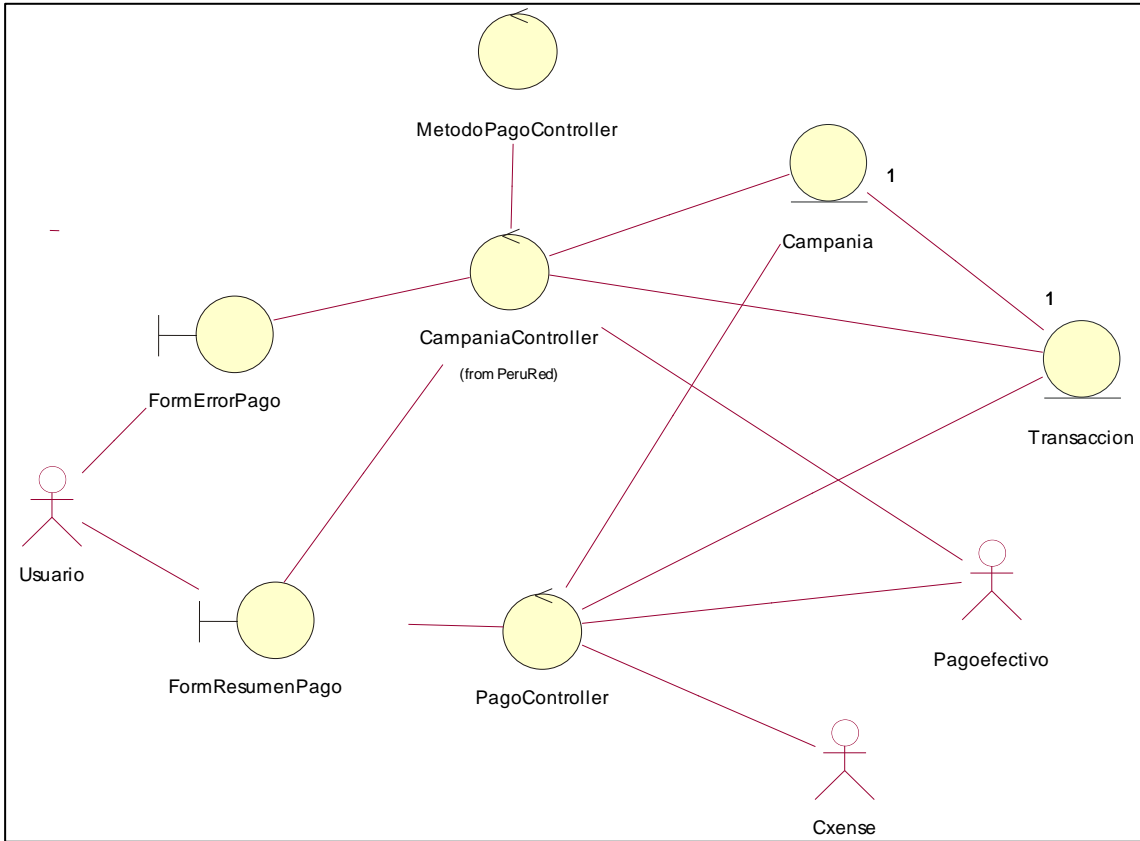


Gráfico Nº 32. Diagrama de clases del análisis Pago Efectivo

3.2.1.2.1.7. Diagrama de clases del análisis Pasarela de Pago

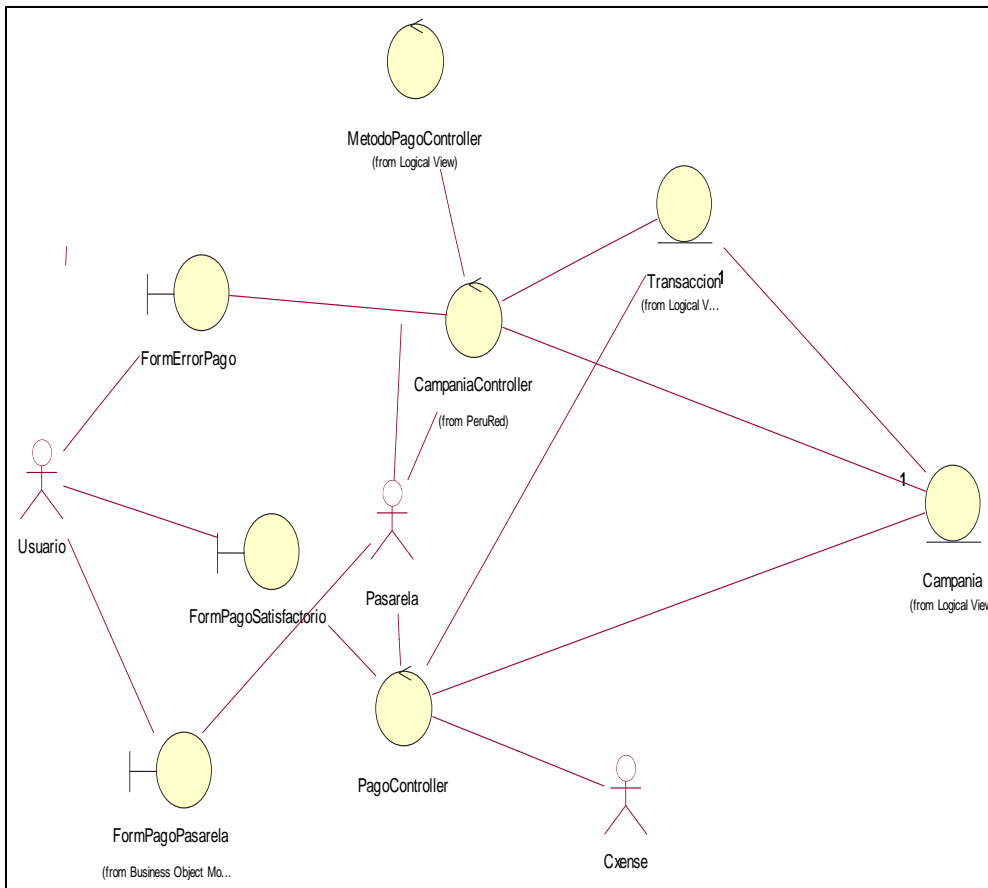


Gráfico Nº 33. Diagrama de clases del análisis Pasarela de Pago

3.2.1.2.1.8. Diagrama de clases del análisis Agregar Anuncio

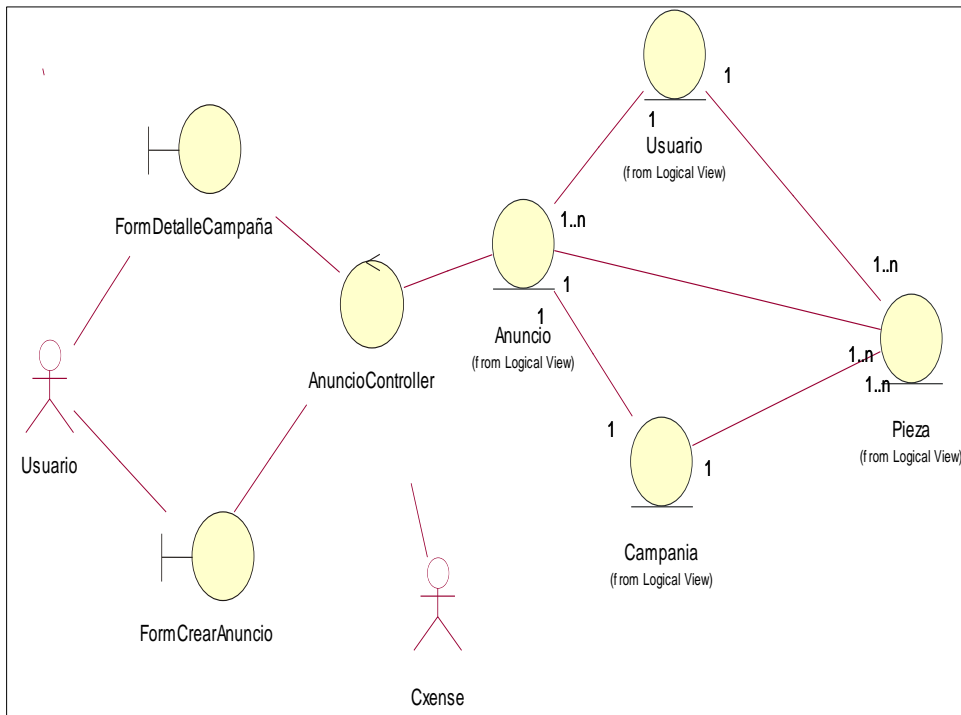


Gráfico Nº 34. Diagrama de clases del análisis Agregar Anuncio

3.2.1.2.1.9. Diagrama de clases del análisis Editar Anuncio

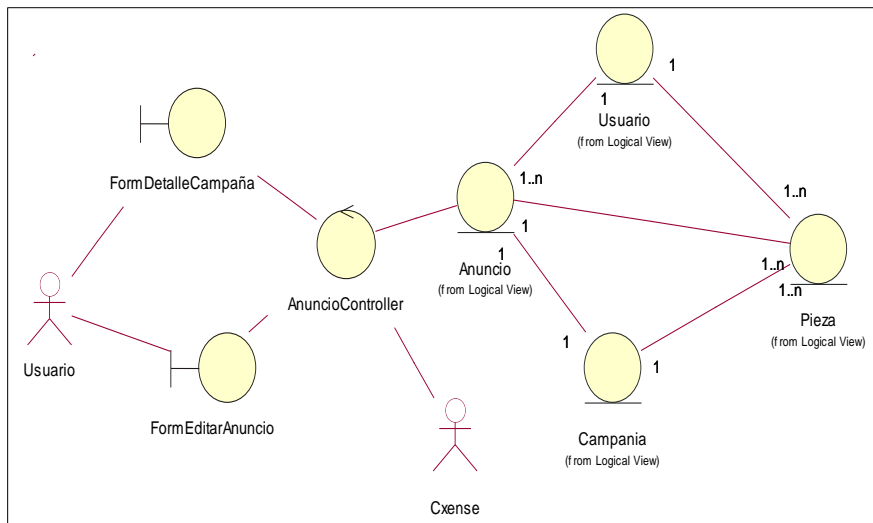


Gráfico Nº 34. Diagrama de clases del análisis Editar Anuncio

3.2.1.2.1.10. Diagrama de clases del análisis Editar Target

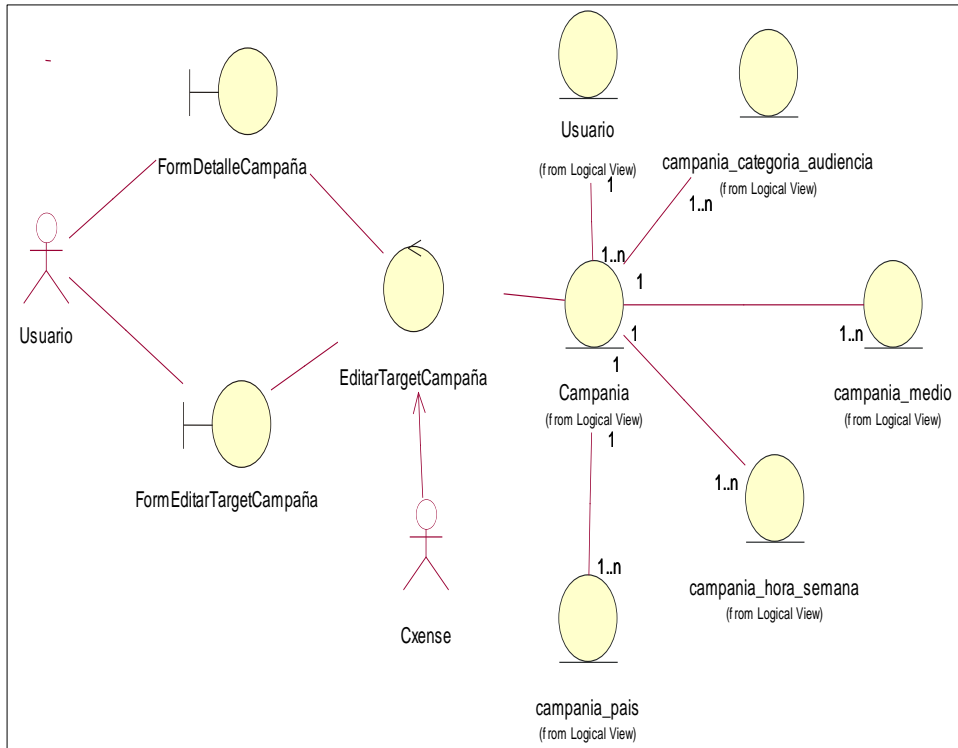


Gráfico Nº 35. Diagrama de clases del análisis Editar Target

3.2.1.2.1.11. Diagrama de clases del análisis Ver detalle Anuncio

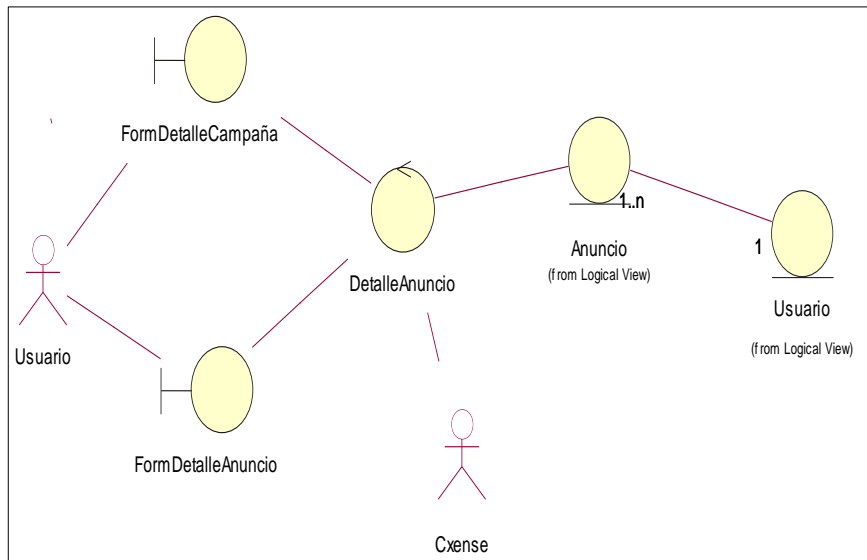


Gráfico Nº 36. Diagrama de clases del análisis Ver detalle anuncio

3.2.1.2.1.12. Diagrama de clases del análisis Ver Detalle Campaña

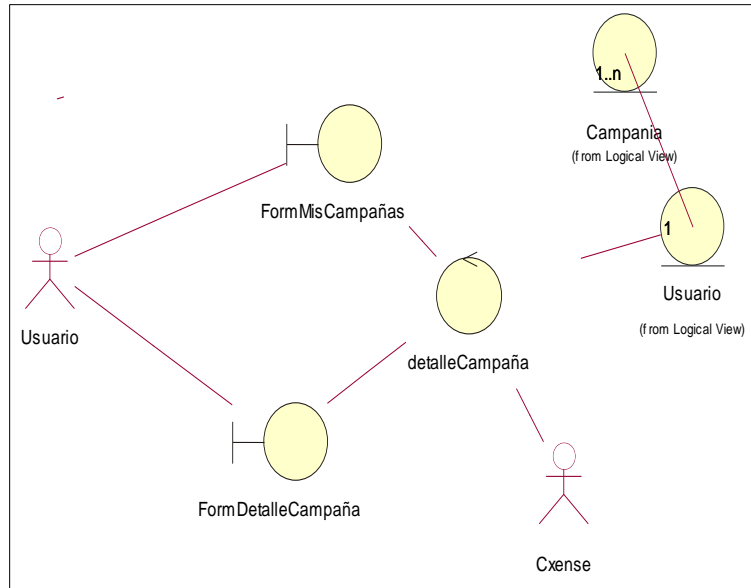


Gráfico Nº 37. Diagrama de clases del análisis Ver detalle campaña

3.2.1.2.1.13. Diagrama de clases del análisis Buscar Campaña y Buscar Paginado Campaña

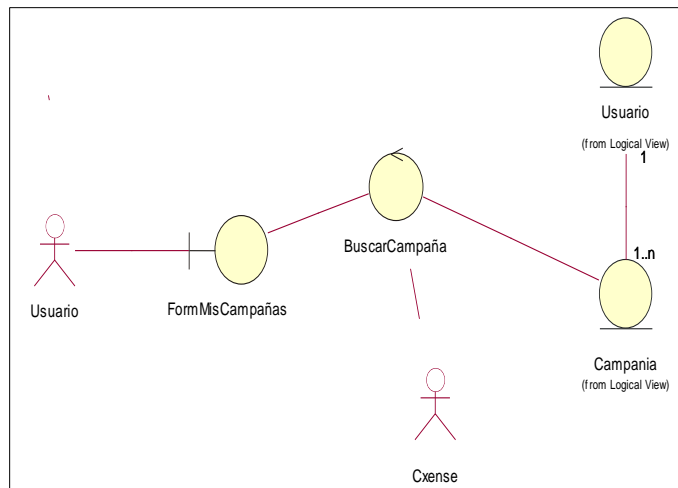


Gráfico Nº 38. Diagrama de clases del análisis Buscar Campaña y Buscar Paginado Campaña

3.2.1.2.1.14. Diagrama de clases del análisis Activar Campaña / Suspende Campaña

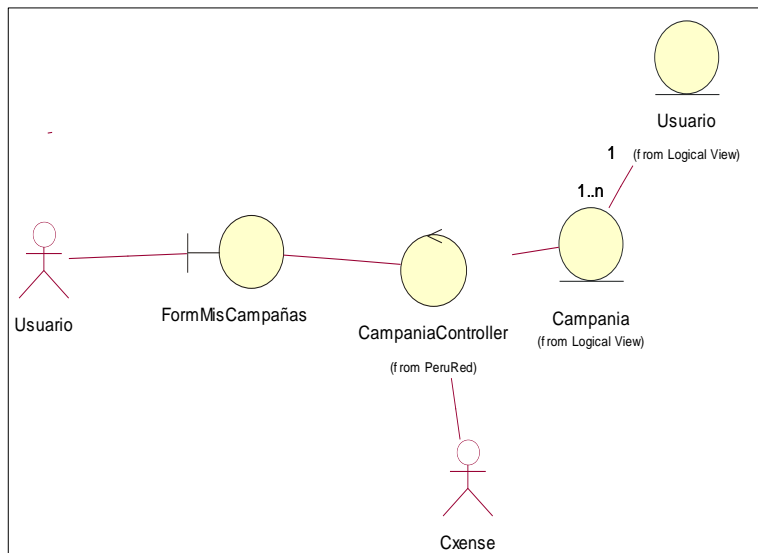


Gráfico N° 39. Diagrama de clases del análisis Activar Campaña / Suspende Campaña

3.2.1.2.2. Diagrama de interacción de objetos del análisis

3.2.1.2.2.1. Diagrama de colaboración Crear Cuenta

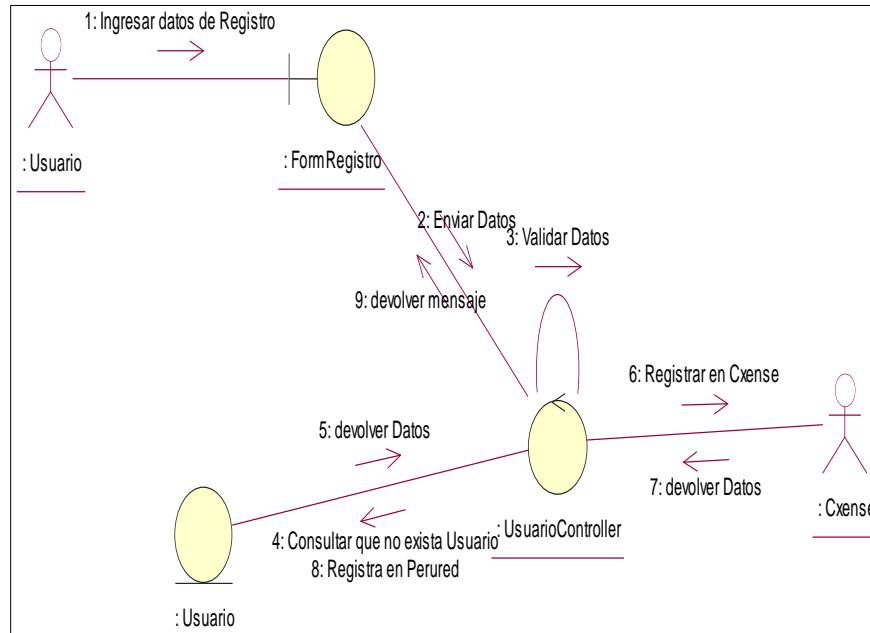


Gráfico Nº 40. Diagrama de colaboración Crear Cuenta

3.2.1.2.2.2. Diagrama de colaboración Validar Cuenta

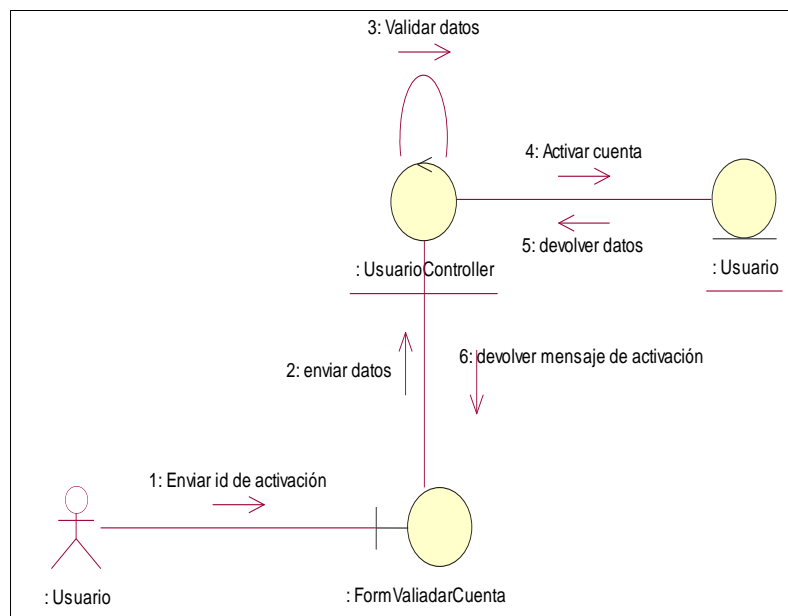


Gráfico Nº 41. Diagrama de colaboración Validar Cuenta

3.2.1.2.2.3. Diagrama de colaboración Recuperar Contraseña

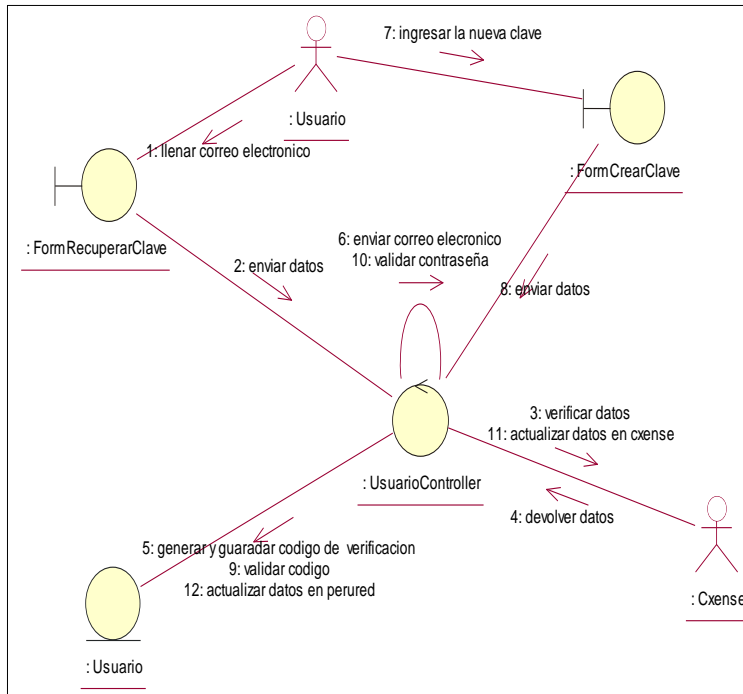


Gráfico N° 41. Diagrama de colaboración Recuperar Contraseña

3.2.1.2.2.4. Diagrama de colaboración Login

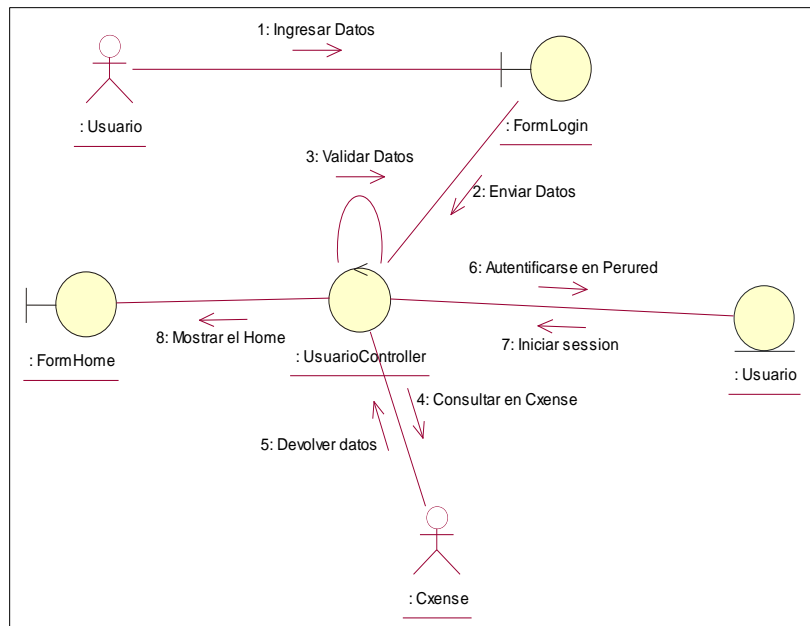


Gráfico N° 42. Diagrama de colaboración Login

3.2.1.2.2.5. Diagrama de colaboración Crear Campaña

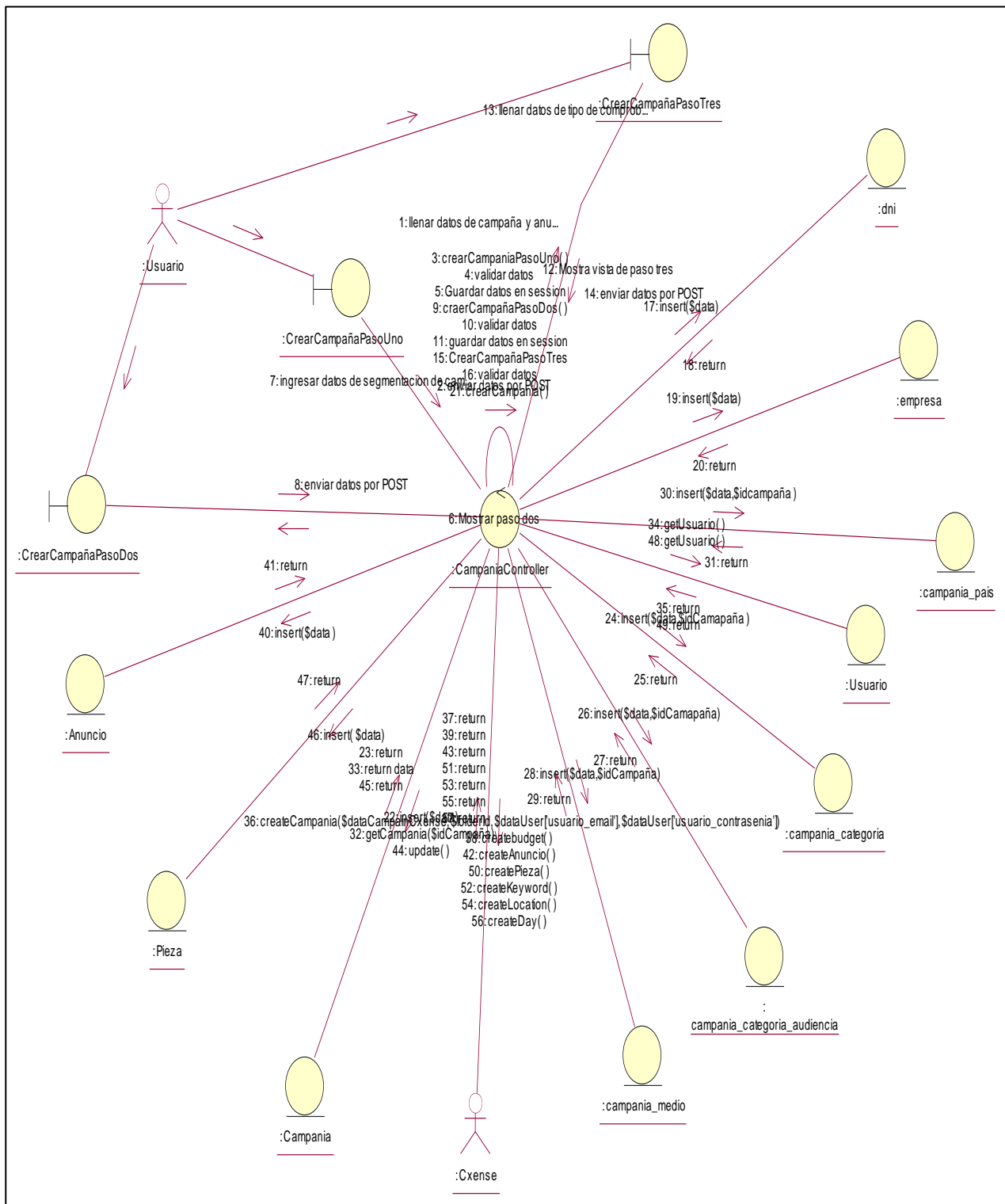


Gráfico Nº 43. Diagrama de colaboración Crear Campaña

3.2.1.2.2.6. Diagrama de colaboración Pago Efectivo

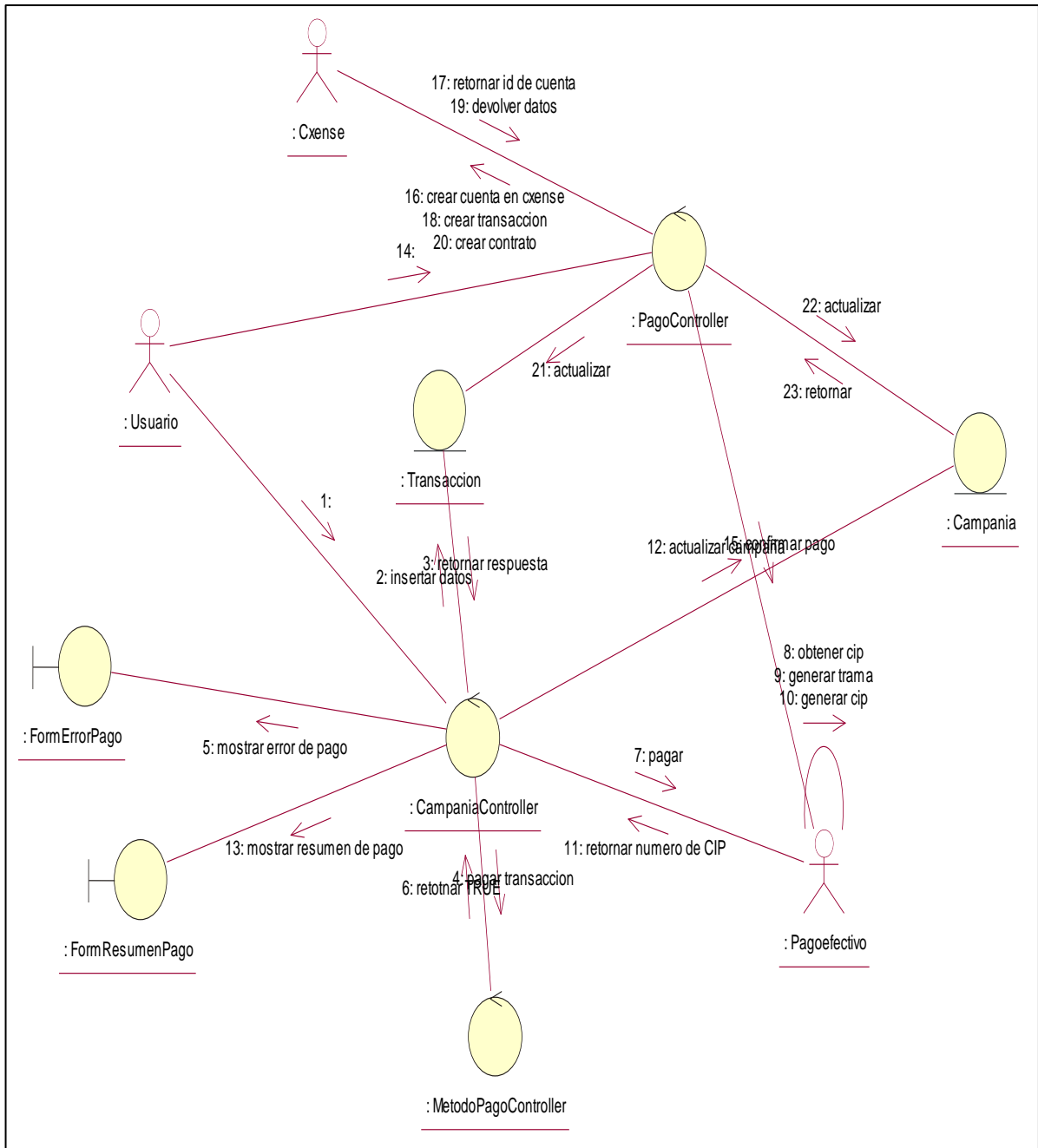


Gráfico Nº 44. Diagrama de colaboración Pago Efectivo

3.2.1.2.2.7. Diagrama de colaboración Pasarela de Pago

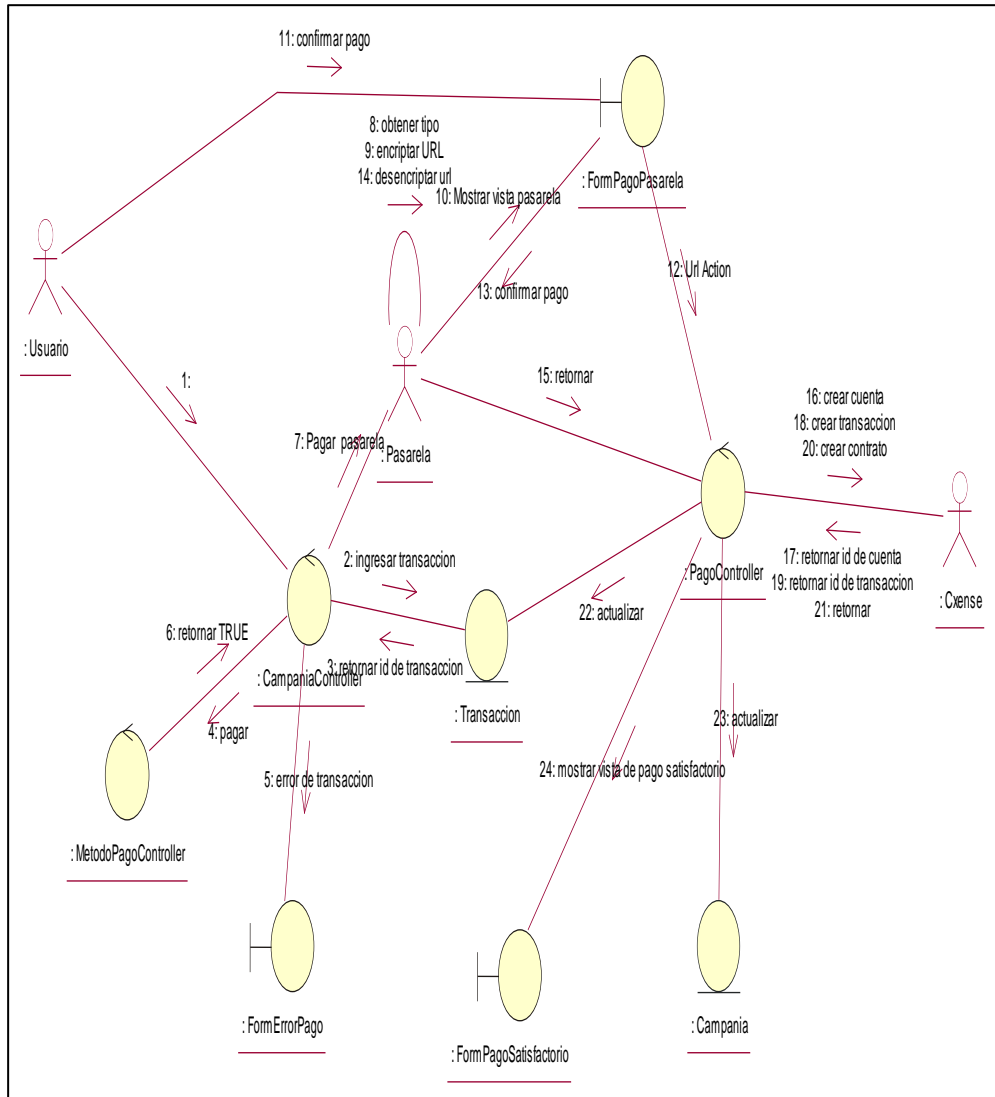


Gráfico Nº 45. Diagrama de colaboración Pasarela de Pago

3.2.1.2.2.8. Diagrama de colaboración Agregar Anuncio

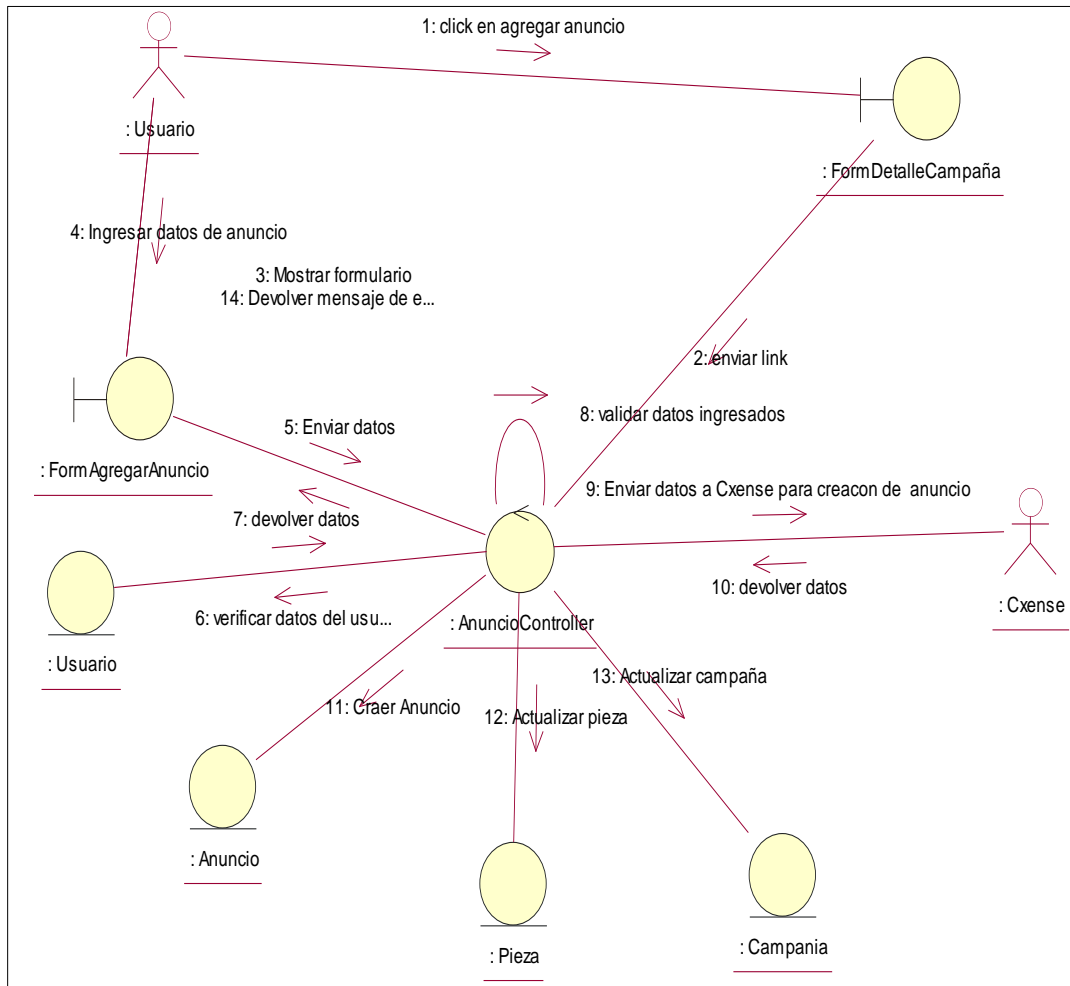


Gráfico Nº 46. Diagrama de colaboración Agregar Anuncio

3.2.1.2.2.9. Diagrama de colaboración Editar Anuncio

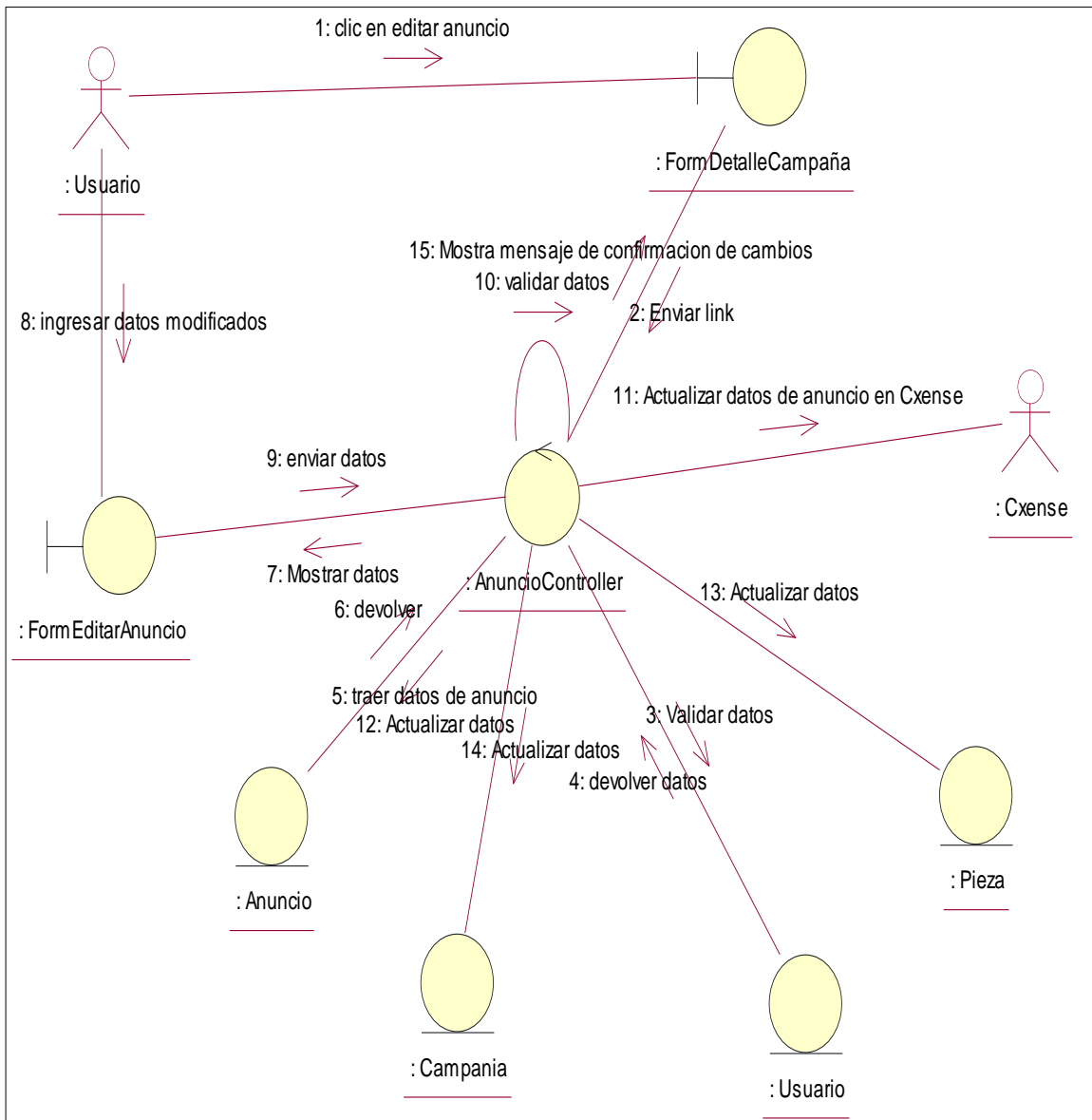


Gráfico Nº 47. Diagrama de colaboración Editar Anuncio

3.2.1.2.2.10. Diagrama de colaboración Editar Target

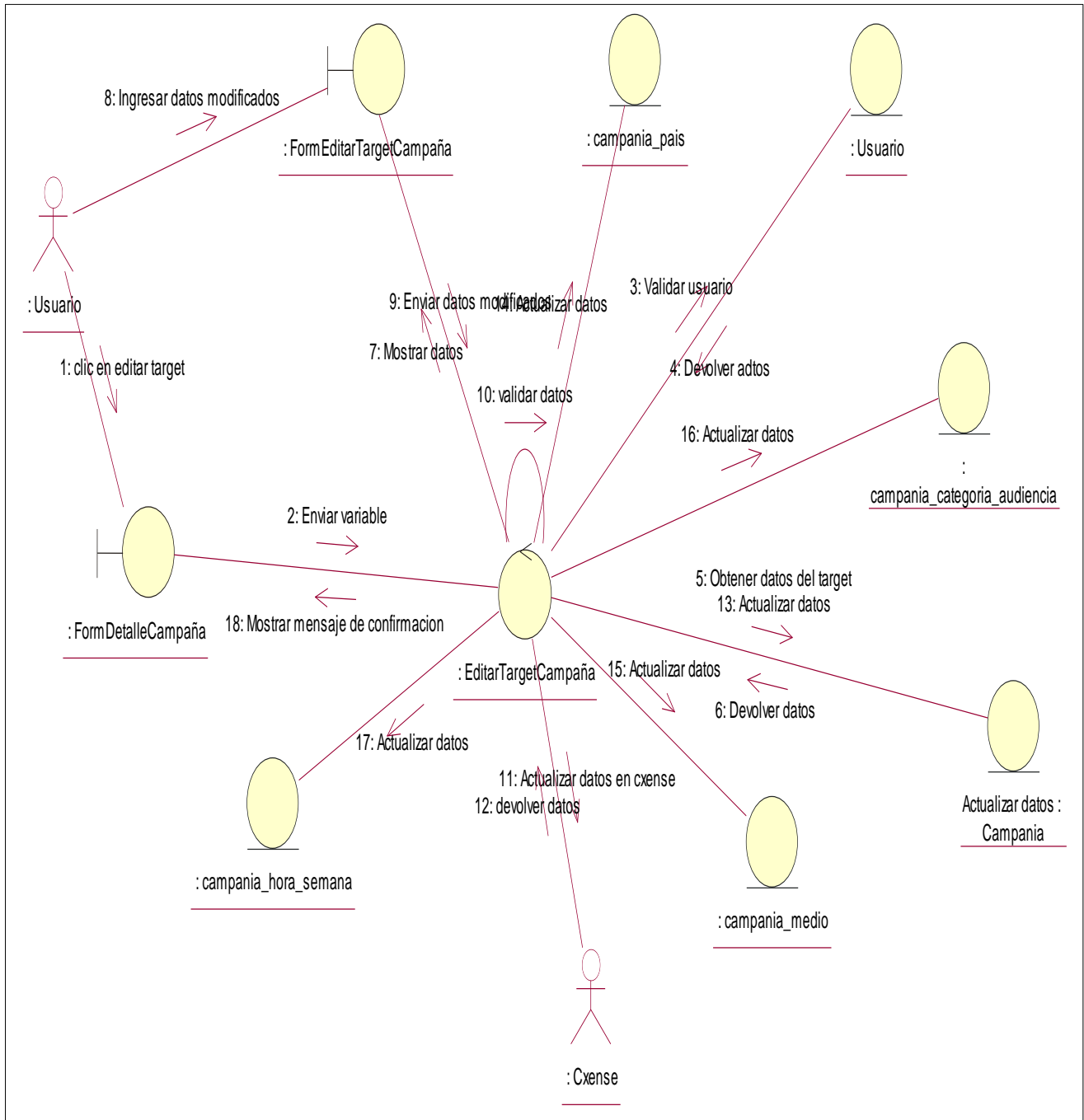


Gráfico Nº 48. Diagrama de colaboración Editar Target

3.2.1.2.2.11. Diagrama de colaboración Ver detalle Anuncio

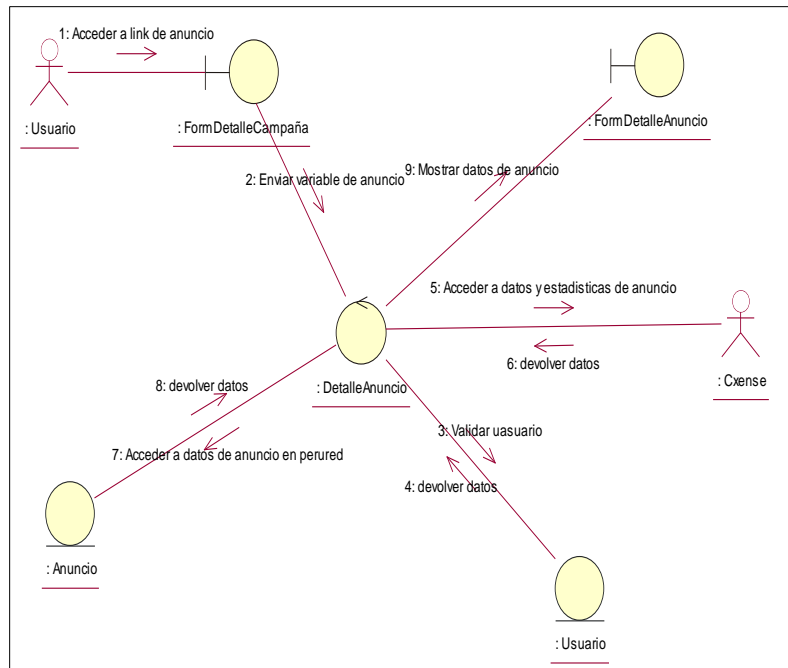


Gráfico Nº 49. Diagrama de colaboración Ver detalle Anuncio

3.2.1.2.2.12. Diagrama de colaboración Ver Detalle Campaña

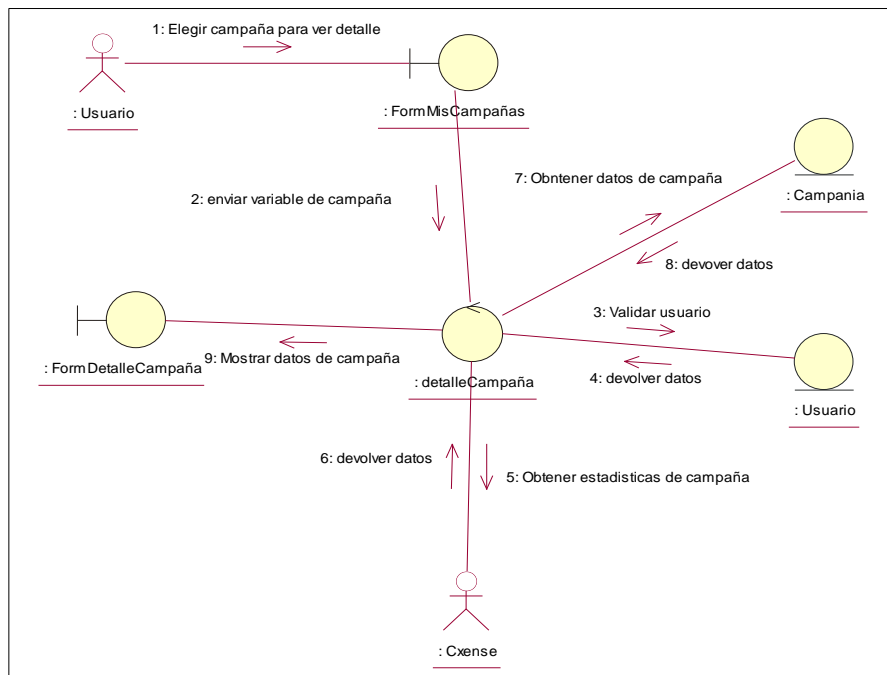


Gráfico Nº 50. Diagrama de colaboración Ver detalle Campaña

3.2.1.2.2.13. Diagrama de colaboración Buscar Campaña y Buscar Paginado Campaña

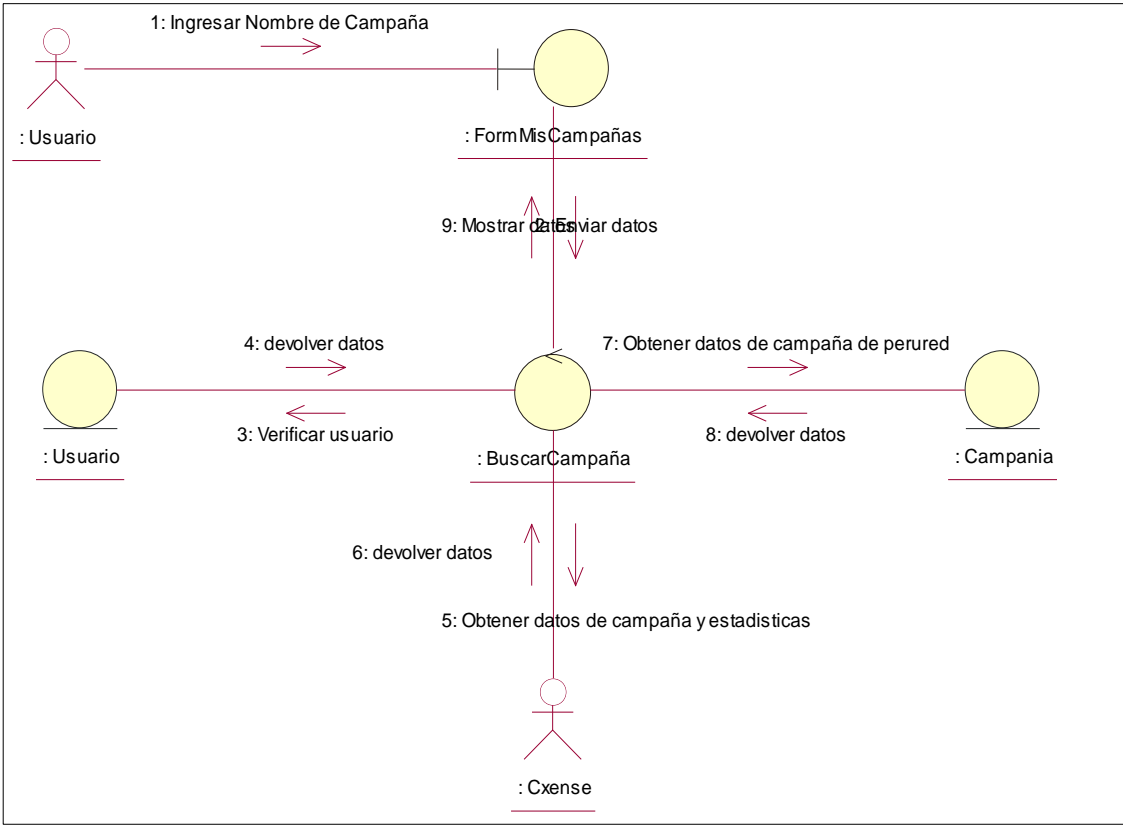


Gráfico Nº 51. Diagrama de colaboración Buscar Campaña y Buscar Paginado Campaña

3.2.1.2.2.14. Diagrama de colaboración Eliminar Anuncio

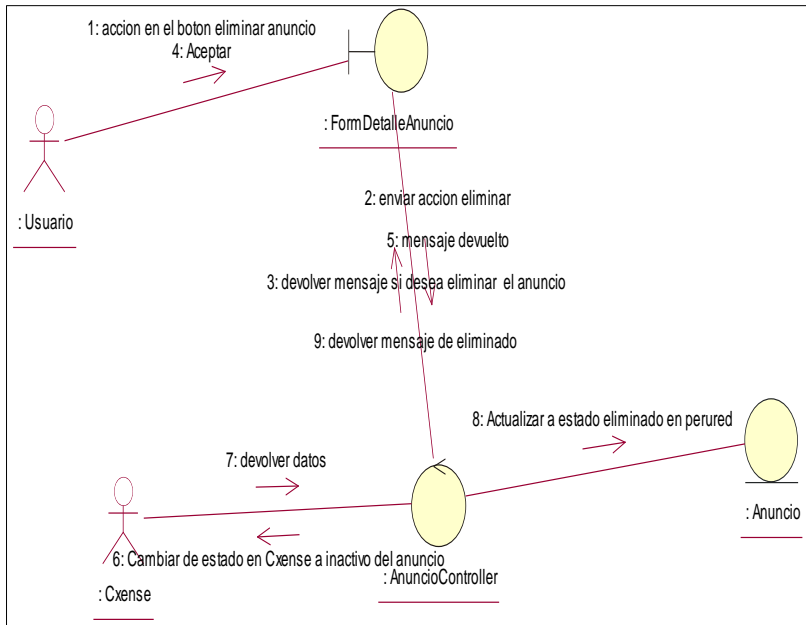


Gráfico Nº 52. Diagrama de colaboración Eliminar Anuncio

3.2.1.2.2.15. Diagrama de colaboración Suspender Campaña

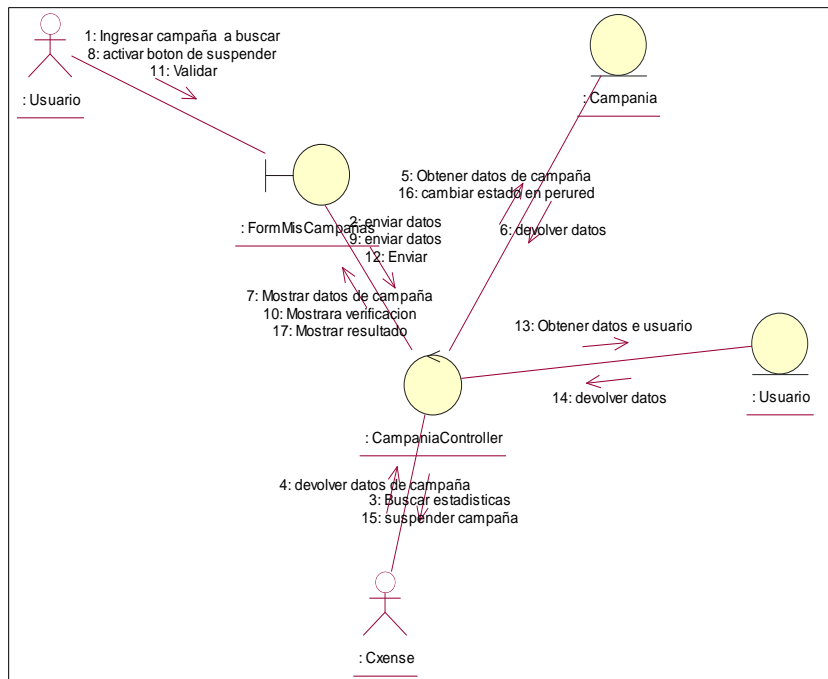


Gráfico Nº 53. Diagrama de colaboración Suspender Campaña

3.2.1.2.2.16. Diagrama de colaboración Activar Campaña

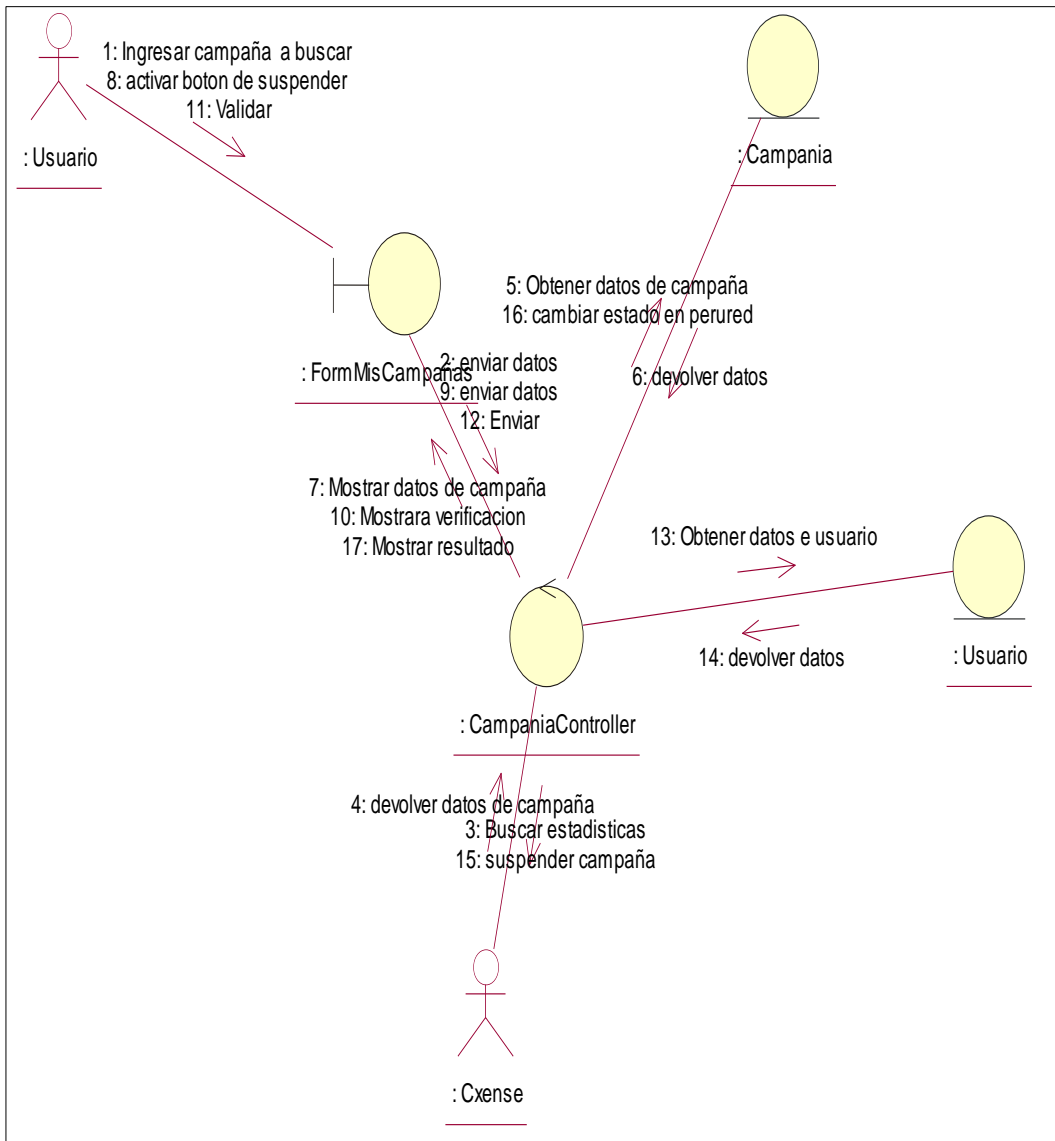


Gráfico Nº 54. Diagrama de colaboración Activar Campaña

3.2.1.3. Dominio de Clases Entidad

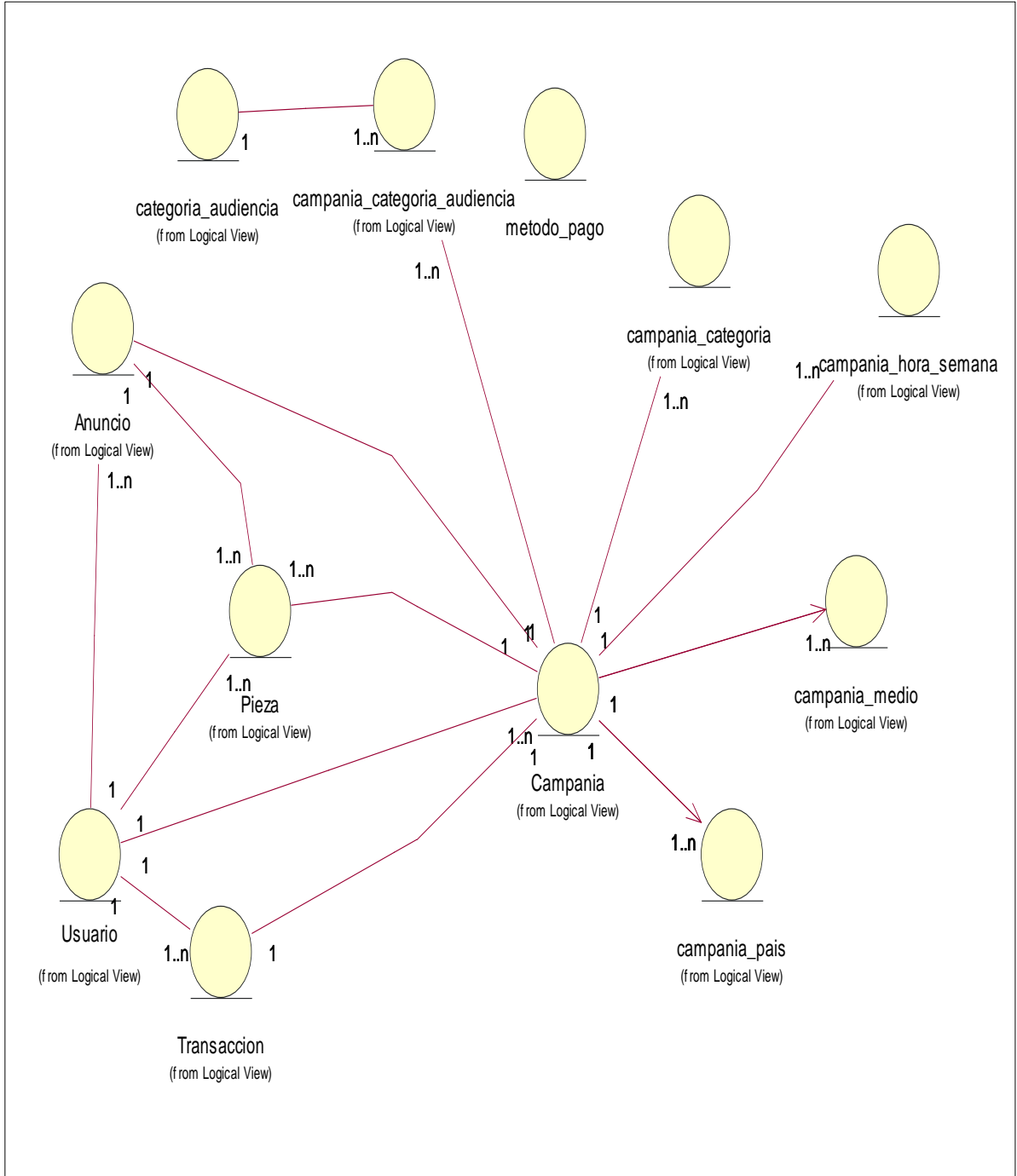


Gráfico Nº 55. Dominio de Clases Entidad

3.2.2. Diseño De Sistemas

En esta etapa del sistema de información, se debe contar con una descripción detallada de la manera en la que el sistema debe funcionar en su parte interna, todo esto; con el objetivo de cumplir con los requisitos descritos en el capítulo anterior y se debe establecer la estructura del software de toda la aplicación que se está diseñando, a través de la realización del modelo de diseño del sistema propuesto, el diseño de la base de datos, el diseño de la interfaz de usuario, representar las diferentes operaciones y actividades que realizará el sistema como las relaciones existentes entre ellas. El diseño deberá implementar todos los requisitos explícitos del modelado de análisis.

3.2.2.1. Diseño de la Arquitectura

De acuerdo con capítulos anteriores la arquitectura está orientada a entornos Web. Bajo este diseño las tareas se ejecutan por el lado del servidor, evitando delegar tales responsabilidades hacia las máquinas clientes desde los navegadores.

Es así como el diseño debe garantizar un óptimo aprovechamiento de las capacidades propias de los sistemas Web satisfaciendo adecuadamente los requisitos no funcionales del producto. Entre las fortalezas exigidas a la arquitectura se encuentra que la arquitectura respetará el paradigma de programación orientado a objetos.

Esta característica si bien depende del lenguaje de programación utilizado, la propuesta de diseño debe asegurar la manipulación de los datos y operaciones de manera encapsulada a través de clases y objetos interrelacionados entre sí por invocaciones a los métodos respectivos. El manejo de cambios en el producto se logra modificando las características de un número determinado de componentes sin comprometer el funcionamiento del resto de módulos

La arquitectura seleccionada para el sistema es una arquitectura basada en 3 capas con el patrón de arquitectura MVC (Modelo Vista Controlador) es un patrón

que define la organización independiente del Modelo (Objetos de Negocio), la Vista (interfaz con el usuario u otro sistema) y el Controlador (controlador del workflow de la aplicación).

Este patrón se acomoda a Zend Framework que es un framework de código abierto para desarrollar aplicaciones web y servicios web con PHP 5. ZF es una implementación que usa código 100% orientado a objetos. Y con la arquitectura MVC.

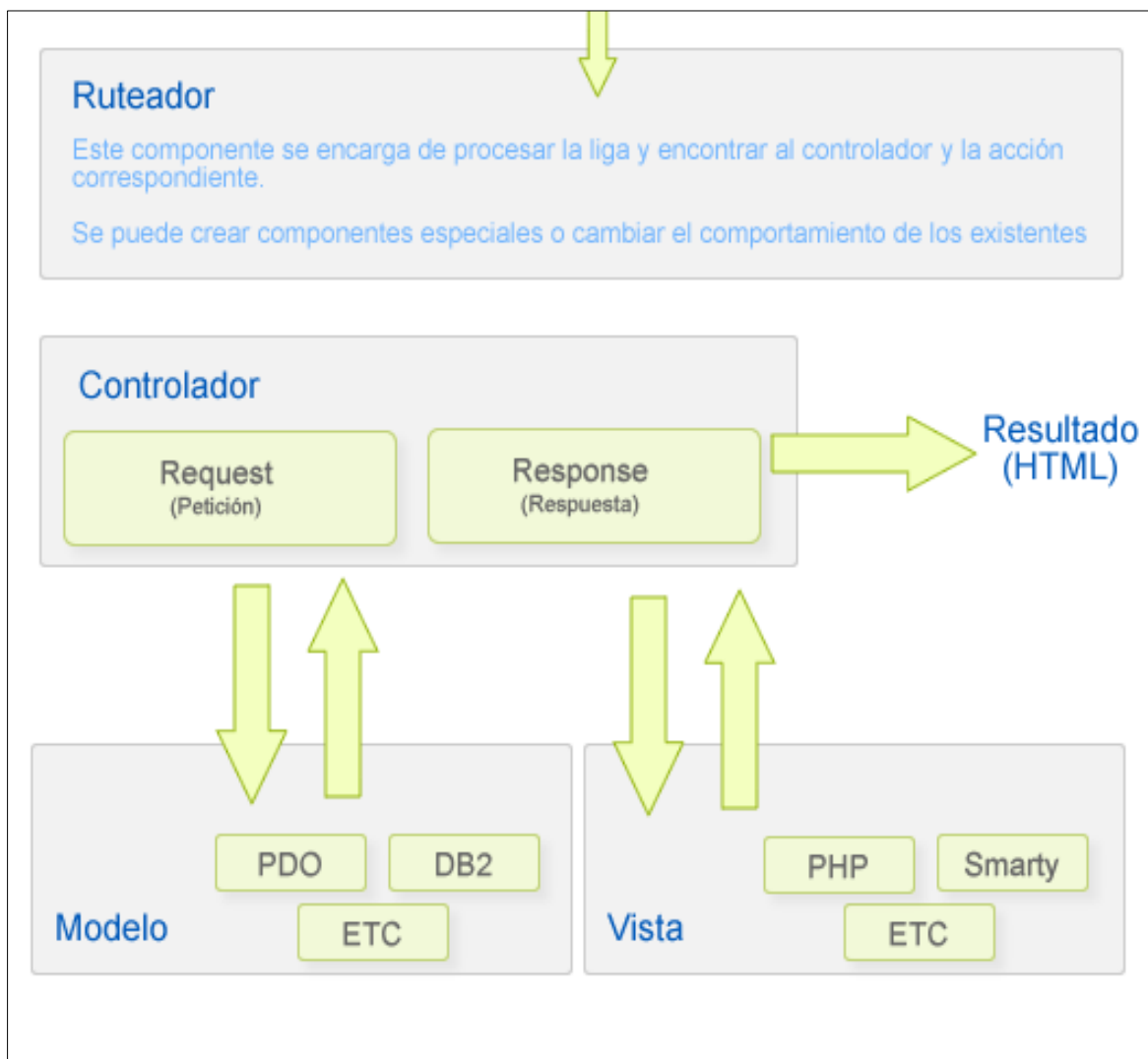


Gráfico Nº 56. Diseño de la Arquitectura

3.2.2.2. Diseño de casos de uso del sistema

3.2.2.2.1. Diagrama de clases del diseño

3.2.2.2.1.1. Diagrama de Clases de Diseño Crear Cuenta

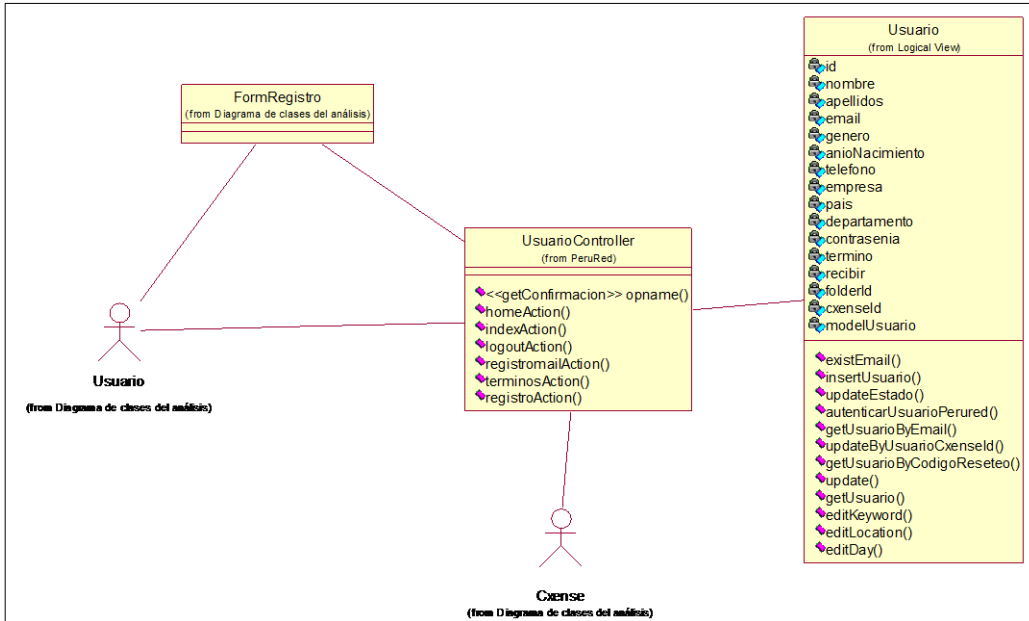


Gráfico Nº 58. Diagrama de Clases de Diseño Crear Cuenta

3.2.2.2.1.2. Diagrama de Clases de Diseño Validar Cuenta

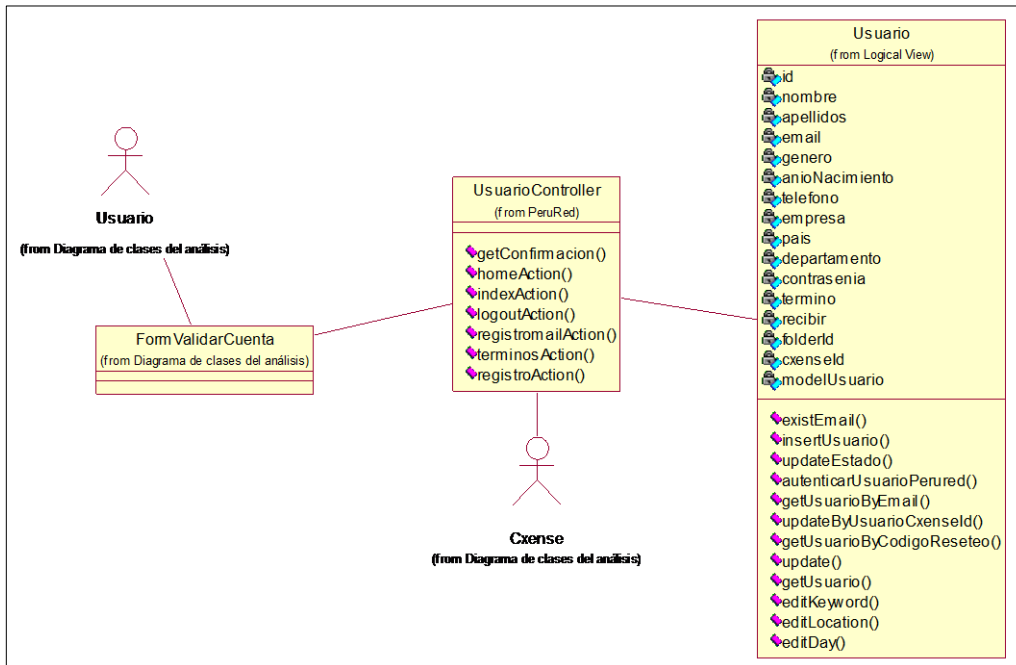


Gráfico Nº 59. Diagrama de Clases de Diseño Validar Cuenta

3.2.2.2.1.3. Diagrama de Clases de Diseño Recuperar Contraseña

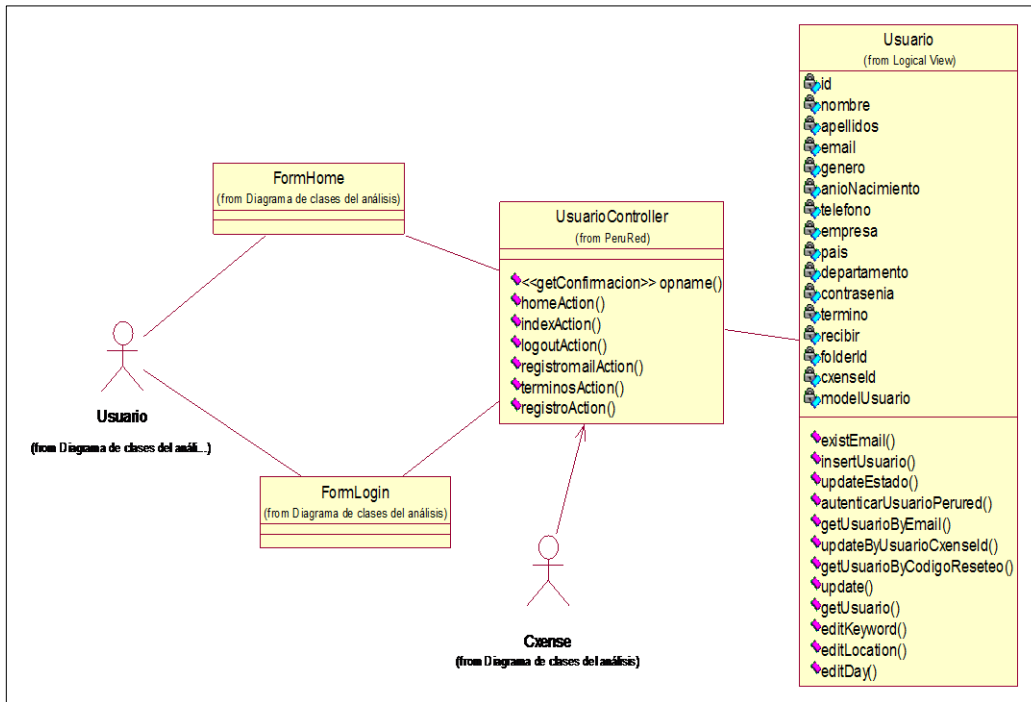


Gráfico Nº 60. Diagrama de Clases de Diseño Recuperar Contraseña

3.2.2.2.1.4. Diagrama de Clases de Diseño Login

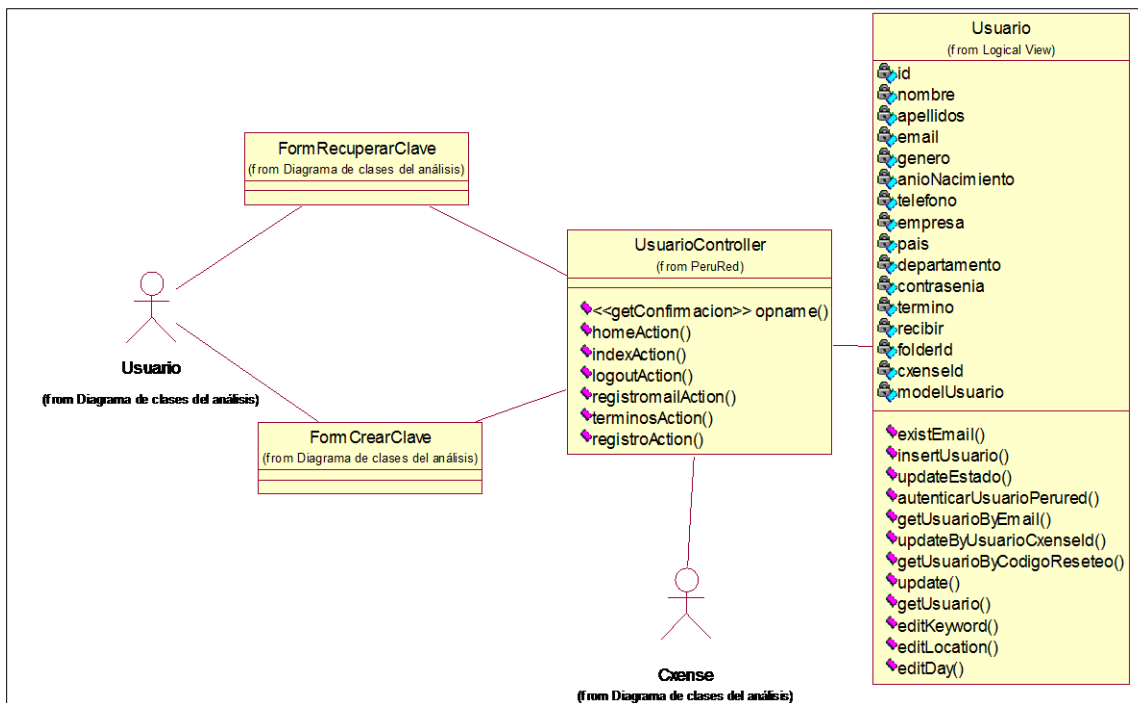


Gráfico Nº 61. Diagrama de Clases de Diseño Login

3.2.2.2.1.5. Diagrama de Clases de Diseño Crear Campaña

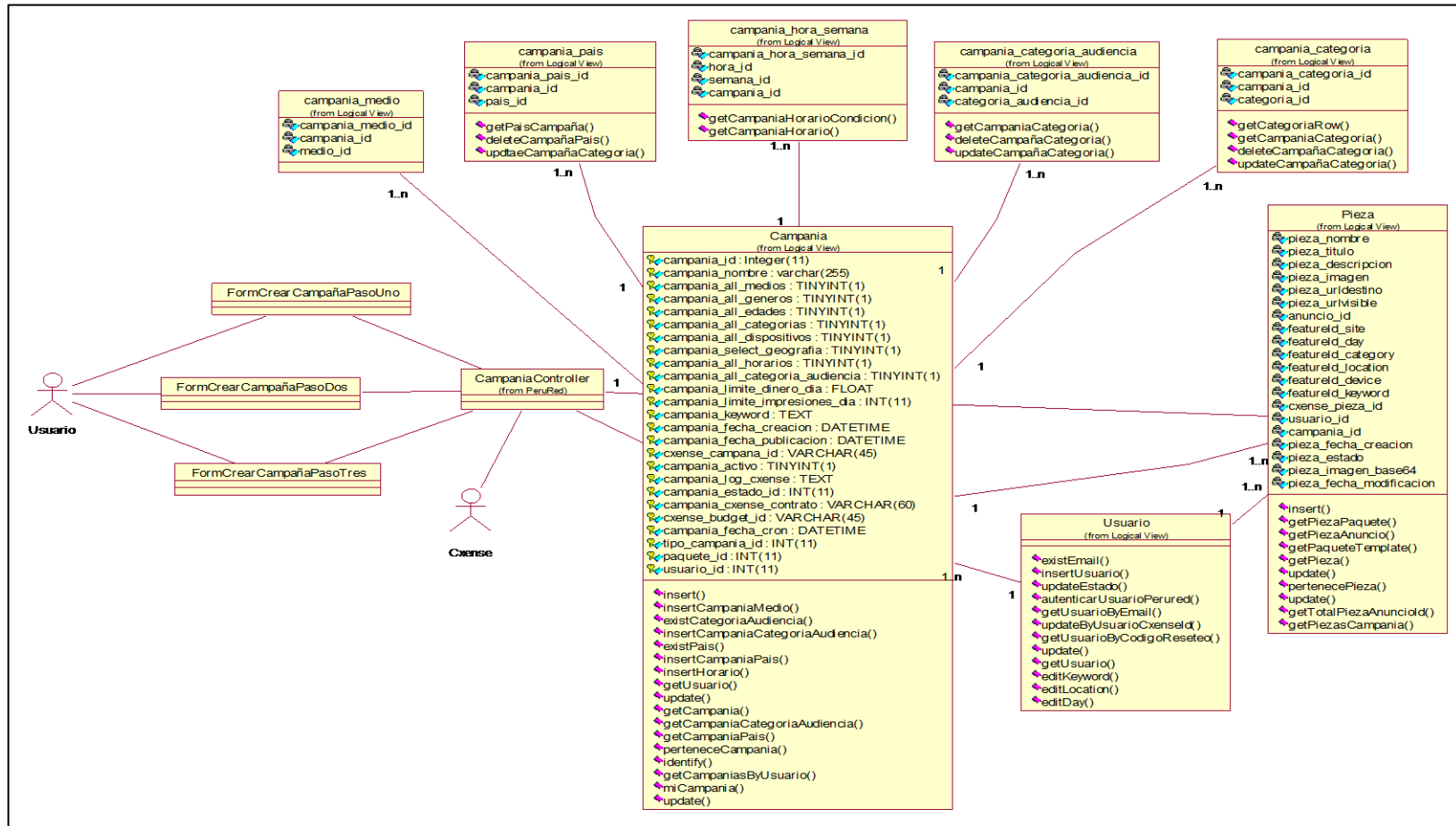


Gráfico N° 62. Diagrama de Clases de Diseño Crear Campaña

3.2.2.2.1.6. Diagrama de Clases de Diseño Pago Efectivo

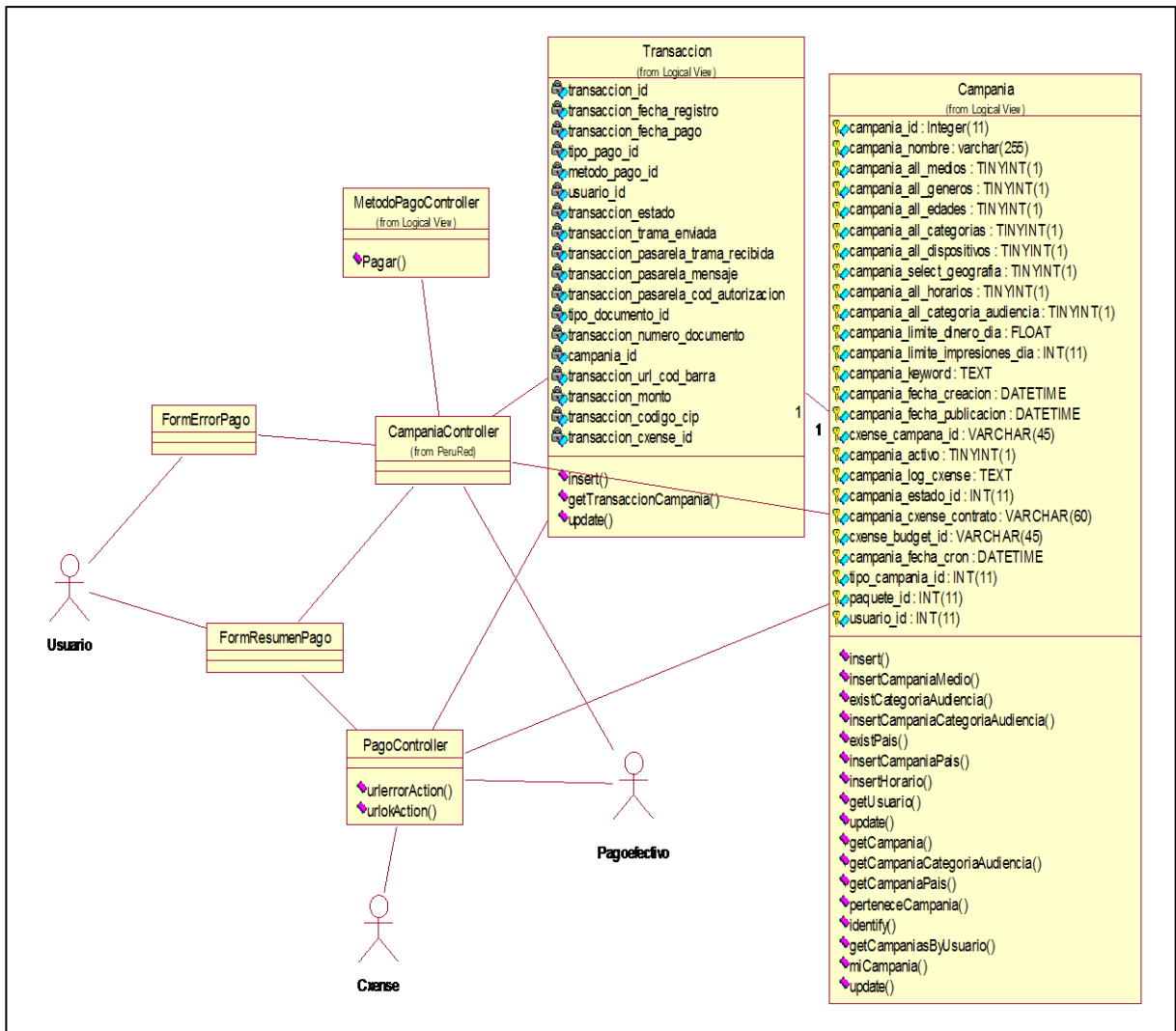


Gráfico N° 63. Diagrama de Clases de Diseño Pago Efectivo

3.2.2.2.1.7. Diagrama de Clases de Diseño Pasarela de Pago

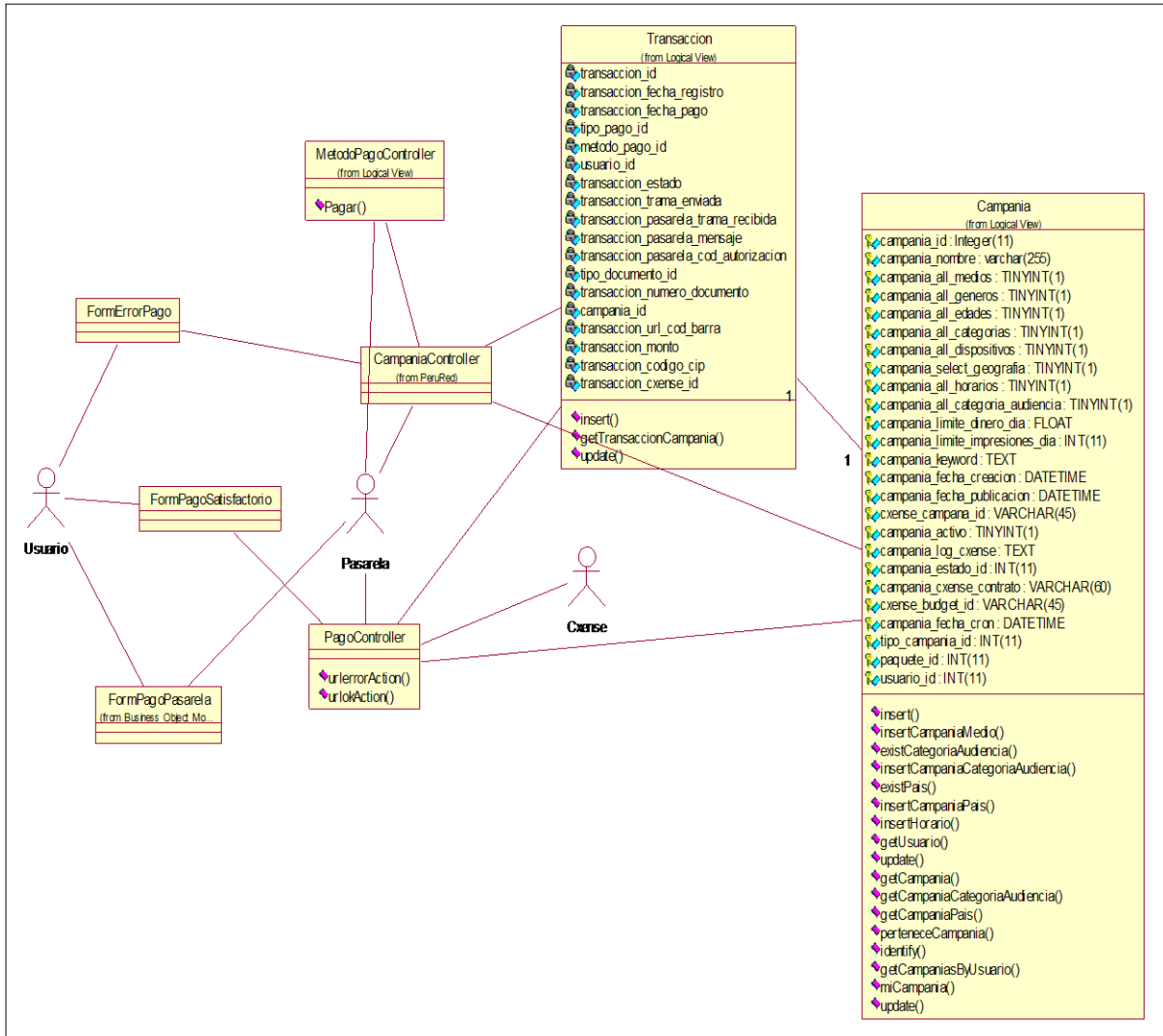


Gráfico Nº 64. Diagrama de Clases de Diseño Pasarela de Pago

3.2.2.2.1.8. Diagrama de Clases de Diseño Agregar Anuncio

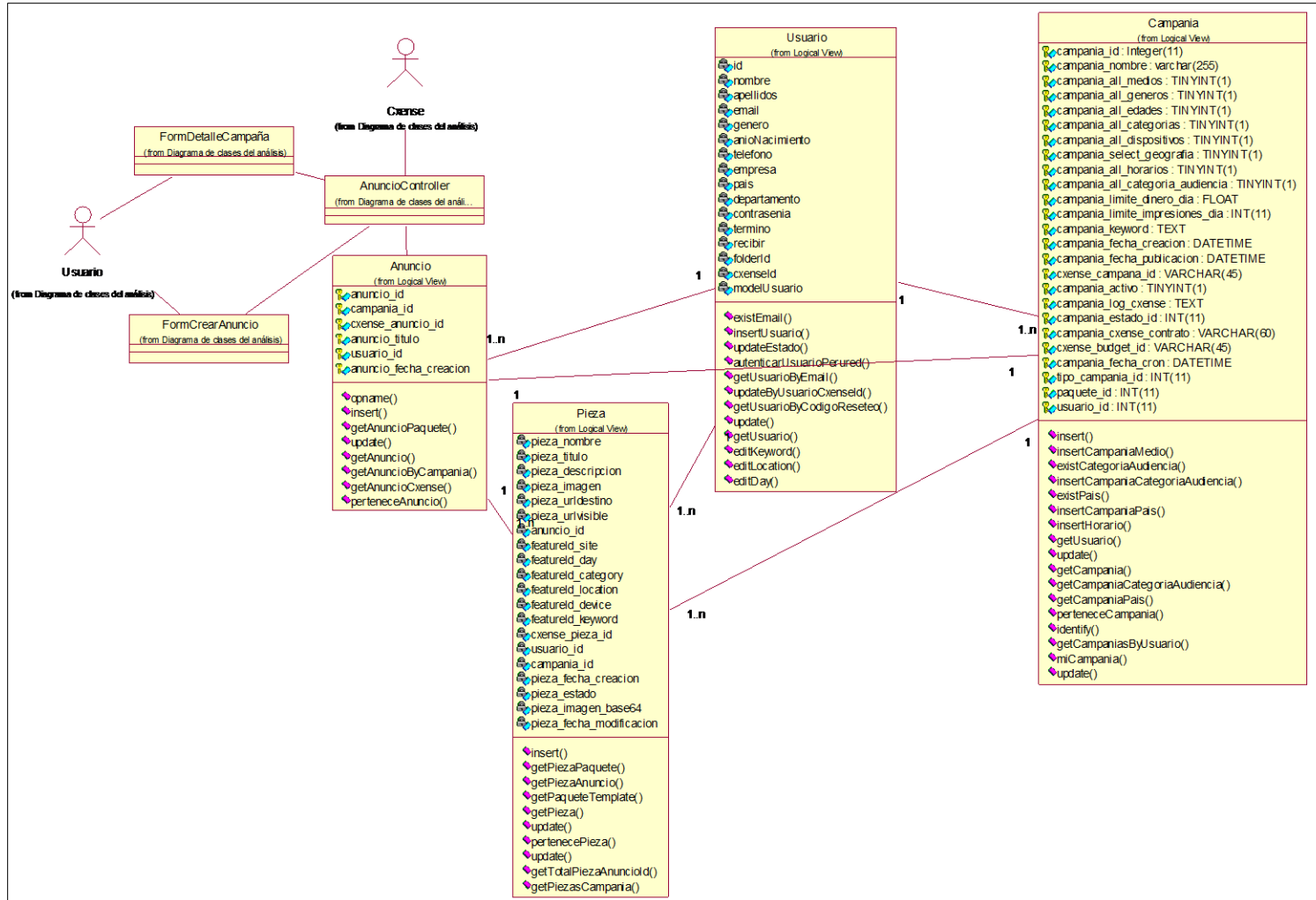


Gráfico Nº 64. Diagrama de Clases de Diseño Agregar Anuncio

3.2.2.2.1.9. Diagrama de Clases de Diseño Editar Anuncio

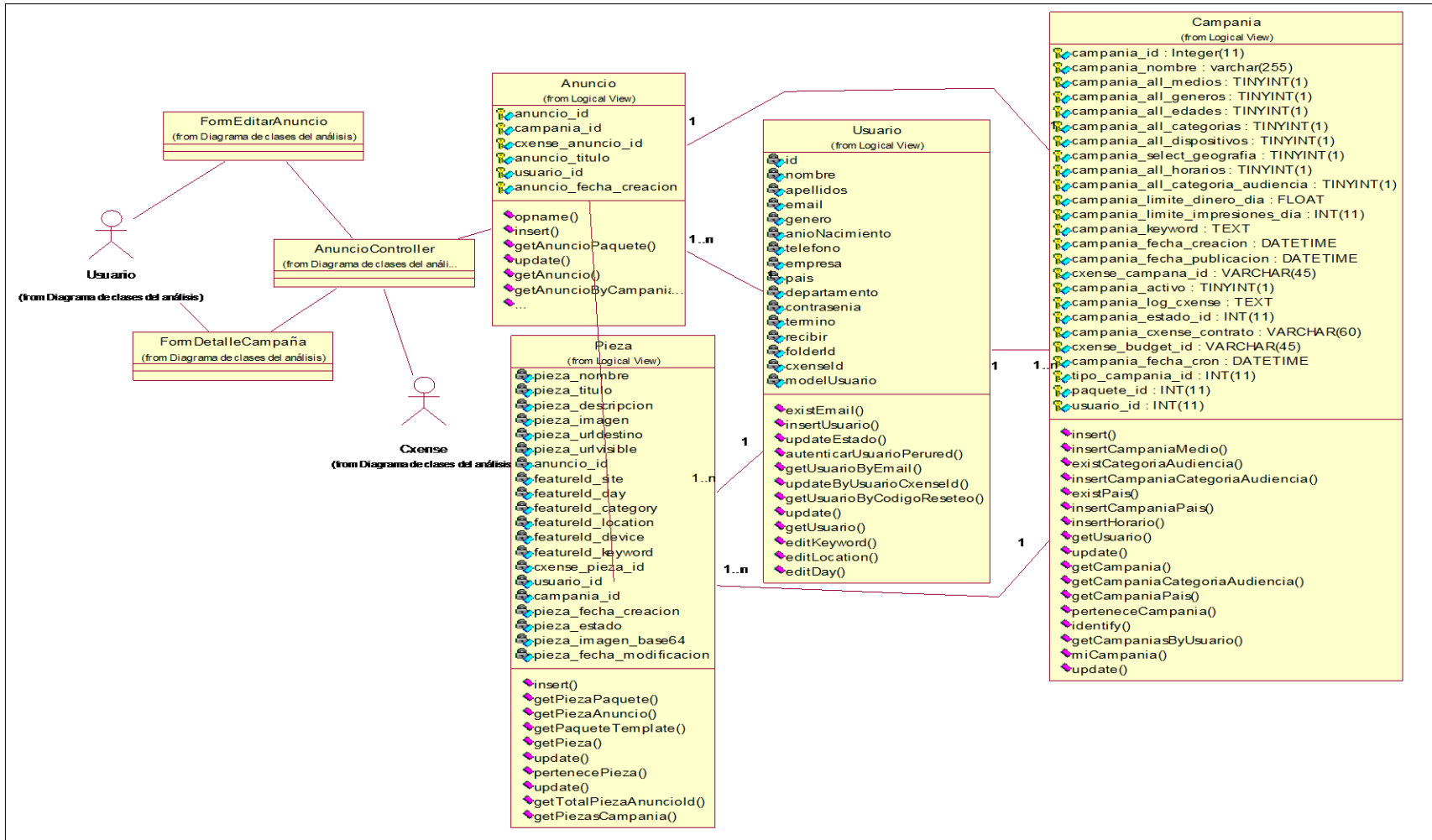


Gráfico Nº 65. Diagrama de Clases de Diseño Agregar Anuncio

3.2.2.2.1.10. Diagrama de Clases de Diseño Editar Target

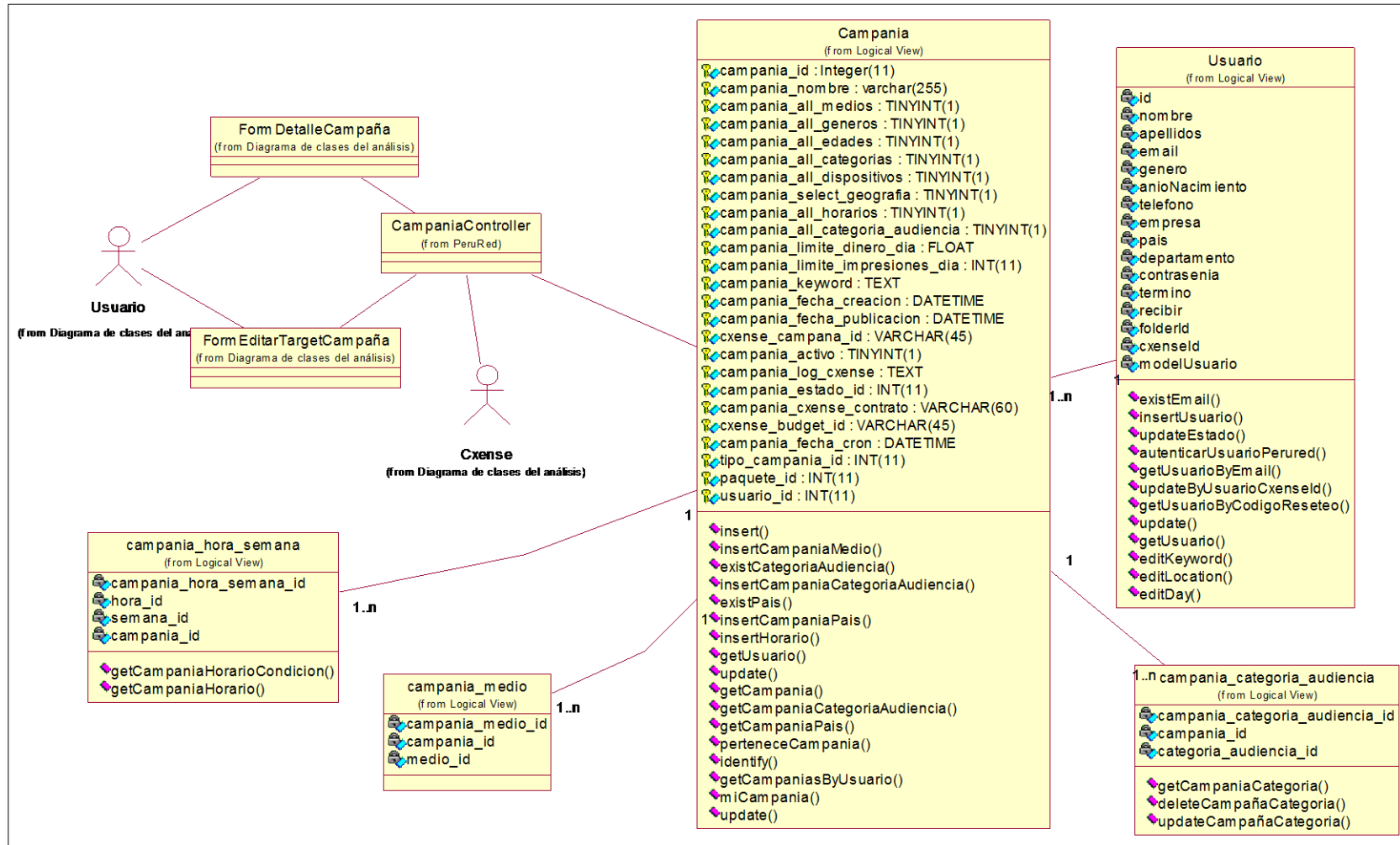


Gráfico Nº 66. Diagrama de Clases de Diseño Editar Target

3.2.2.2.1.11. Diagrama de Clases de Diseño Ver Detalle Anuncio

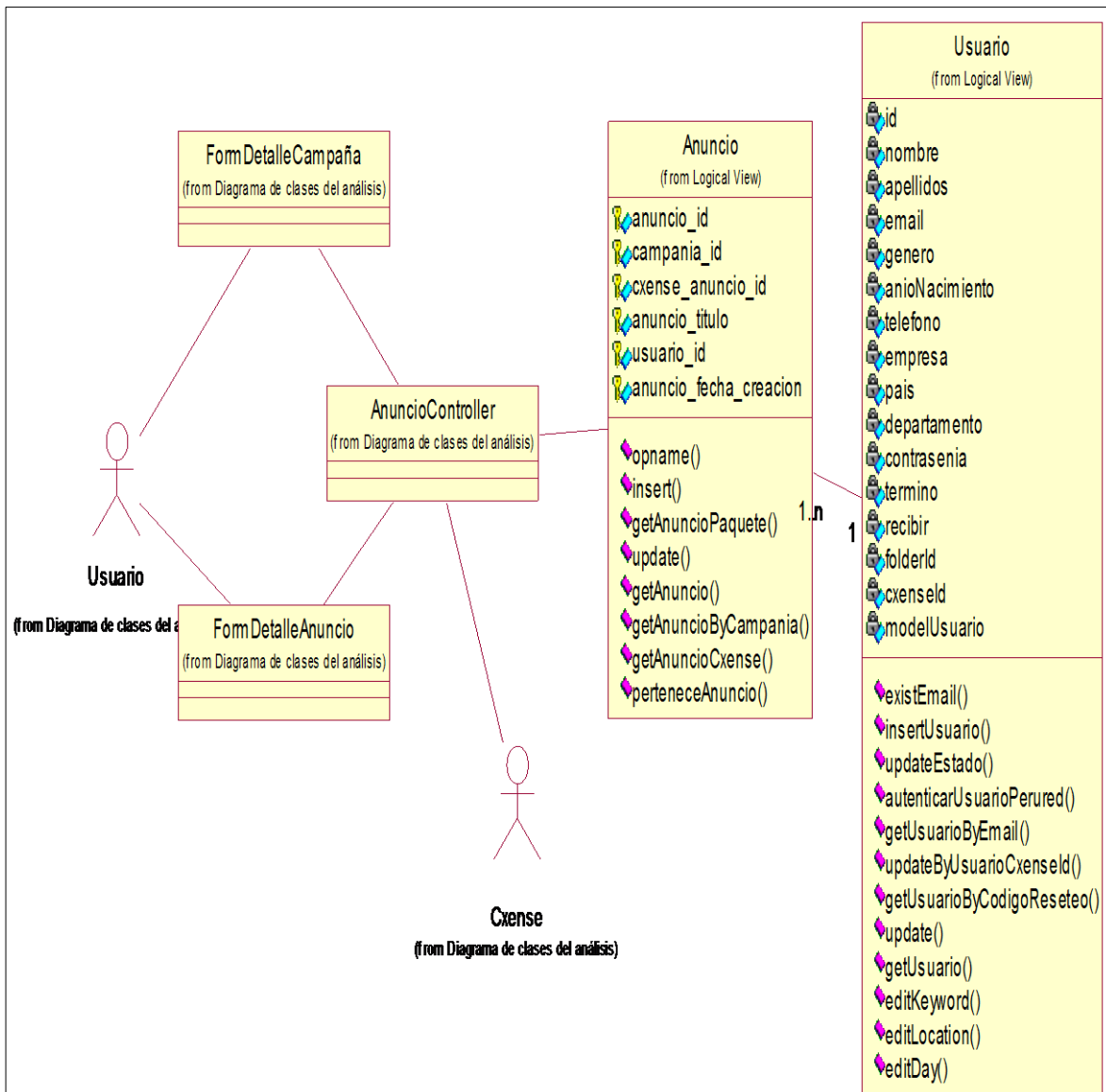


Gráfico Nº 67. Diagrama de Clases de Diseño Ver Detalle Anuncio

3.2.2.2.1.12. Diagrama de Clases de Diseño Ver Detalle Campaña

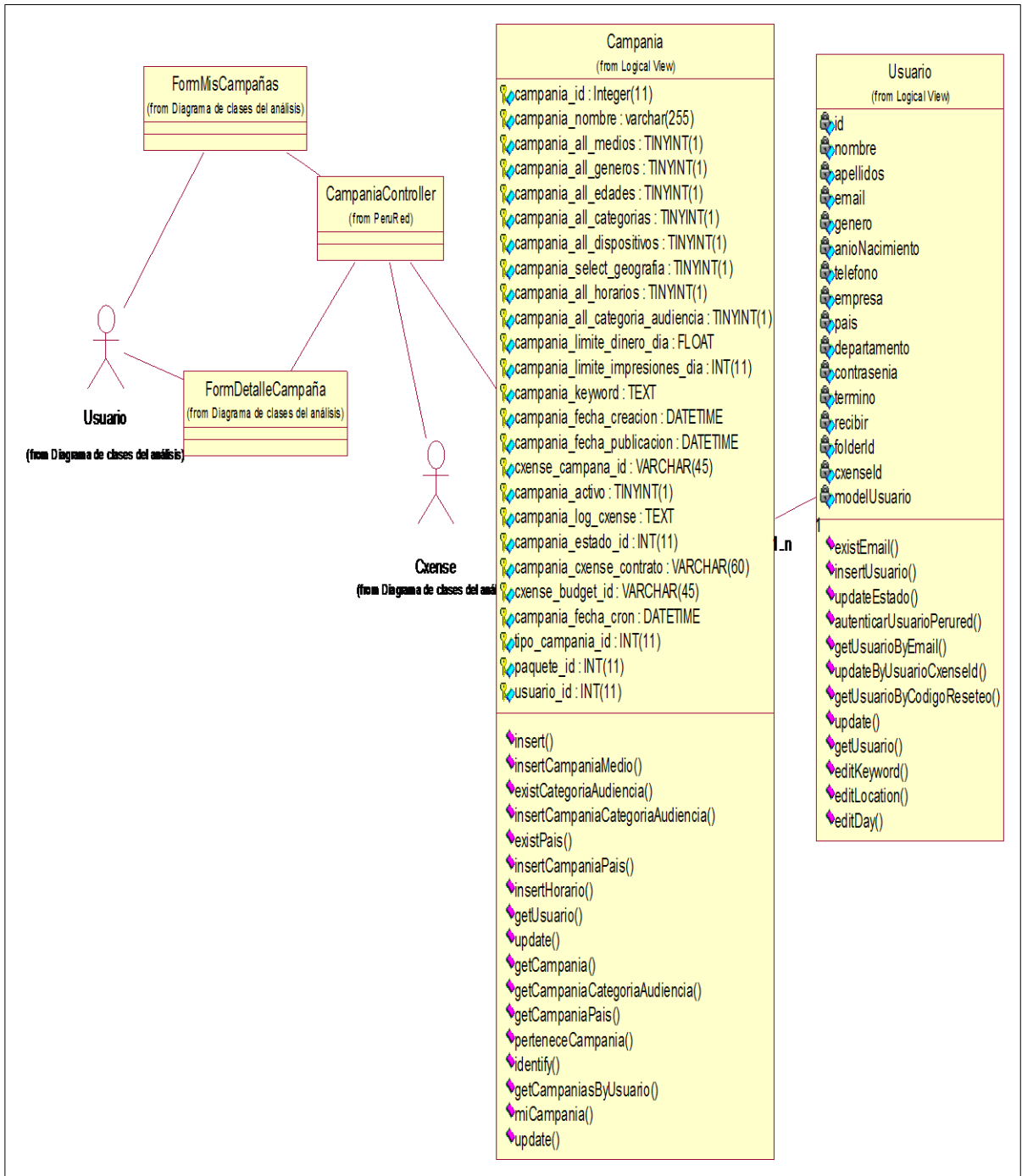


Gráfico Nº 68. Diagrama de Clases de Diseño Ver Detalle Campaña

3.2.2.2.1.13. Diagrama de Clases de Diseño Buscar Campaña y Buscar Paginado Campaña

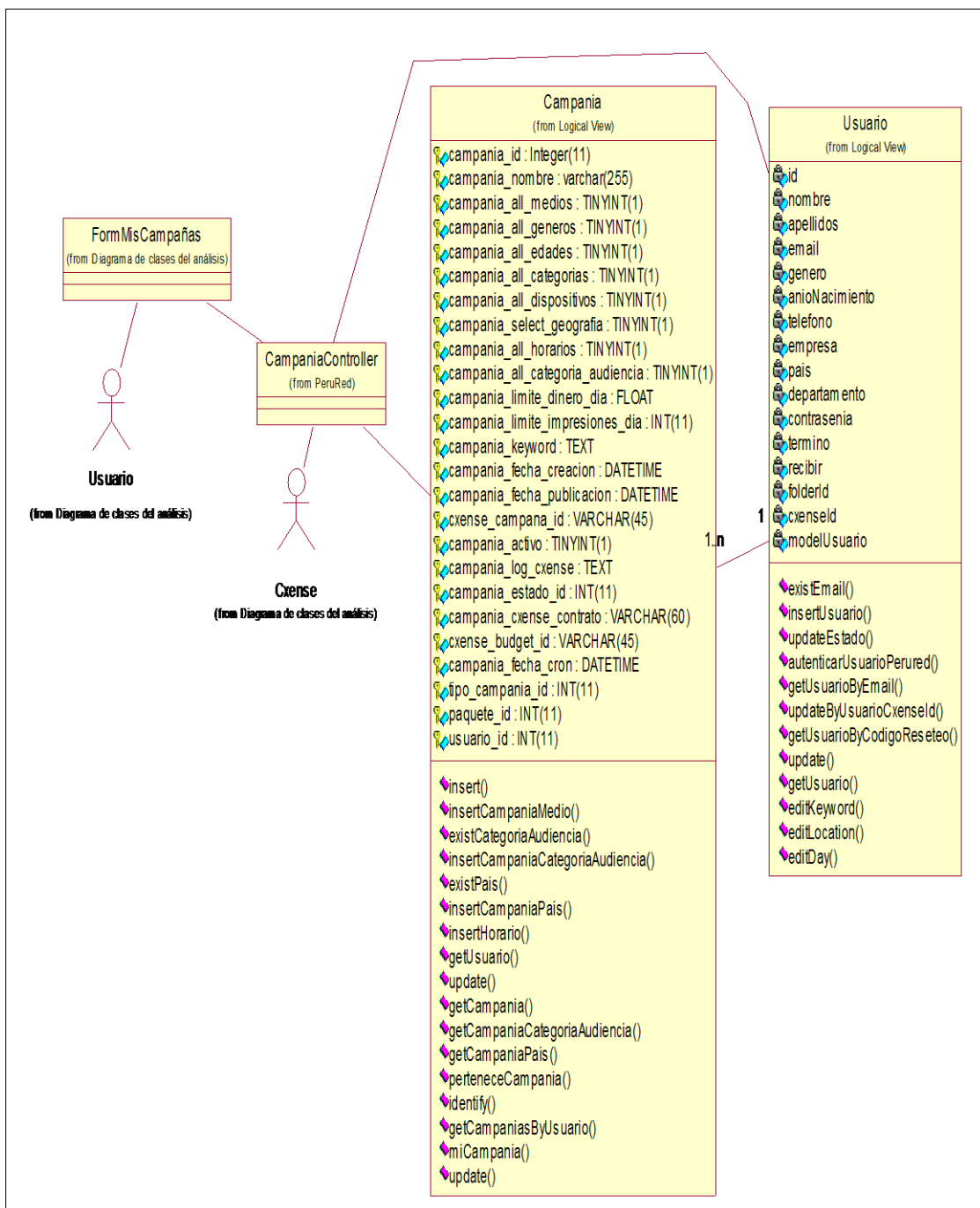


Gráfico N° 69. Diagrama de Clases de Diseño Buscar Campaña

3.2.2.2.1.14. Diagrama de Clases de Diseño Activar Campaña / Suspende Campaña

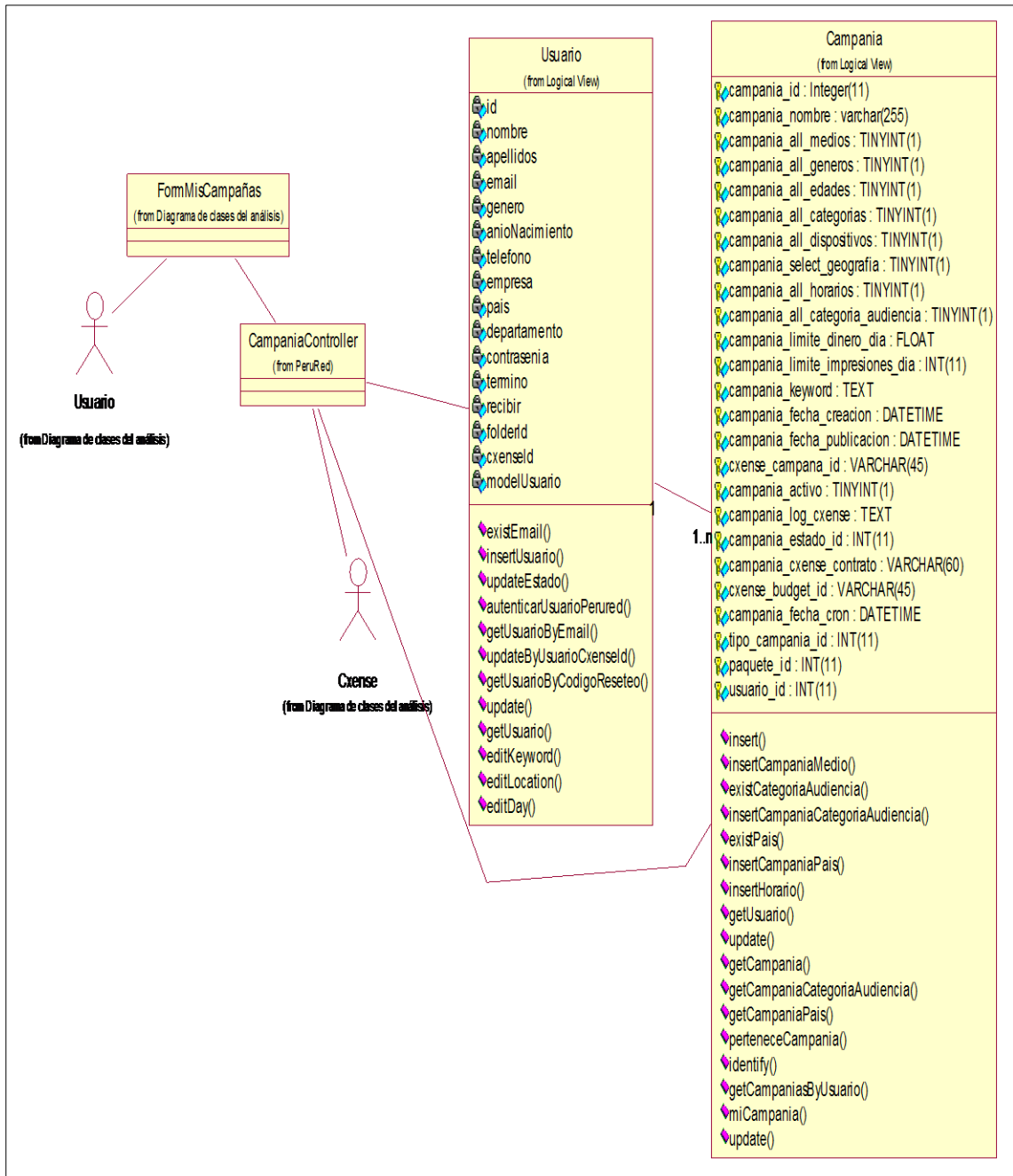


Gráfico N° 70. Diagrama de Clases de Diseño Activar Campaña/Suspende Campaña

3.2.2.2. Diagramas de interacción de objetos del diseño

3.2.2.2.1. Diagramas de Secuencia Crear Cuenta

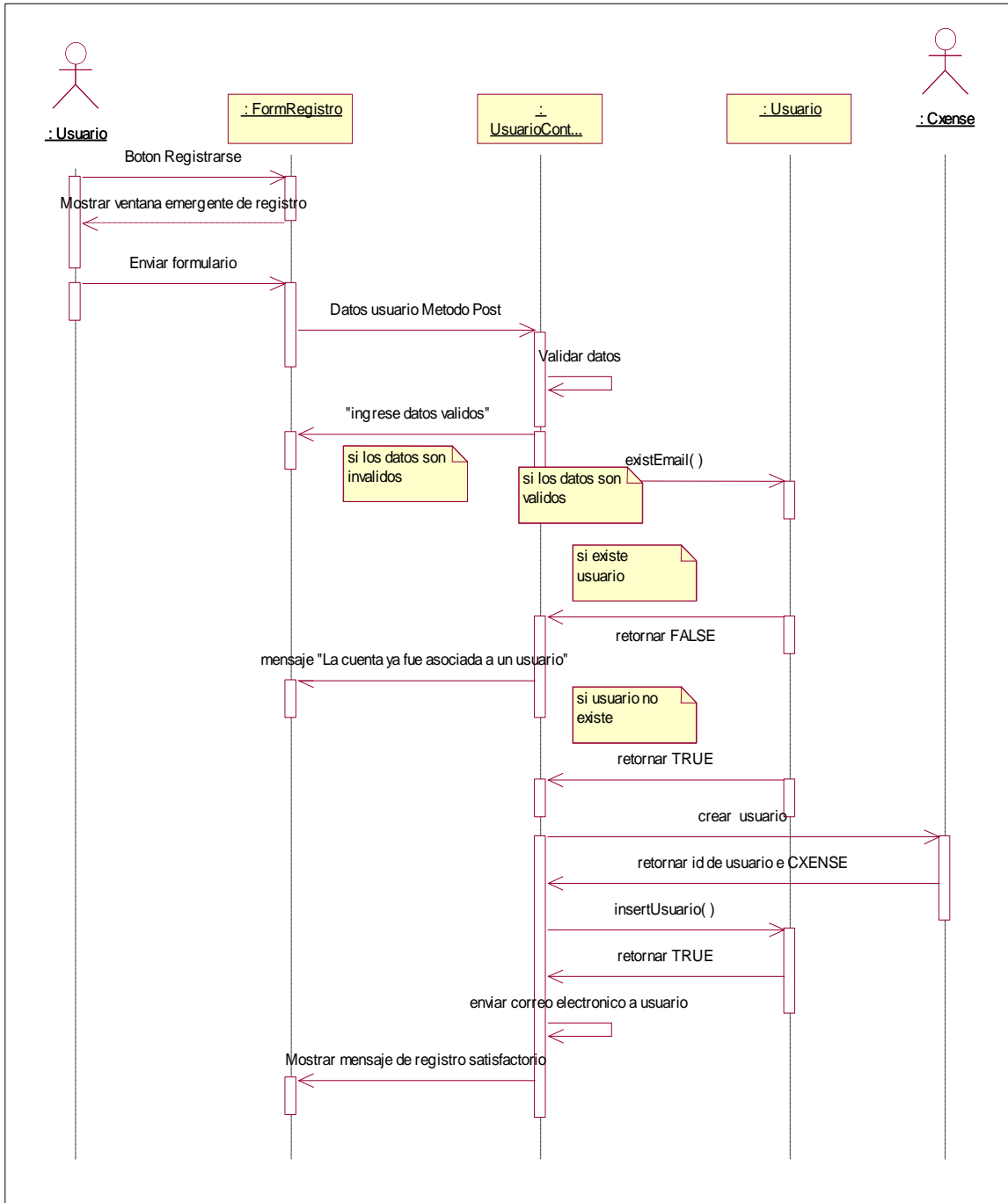


Gráfico Nº 71. Diagrama de Secuencia Crear Cuenta

3.2.2.2.2. Diagramas de Secuencia Validar Cuenta

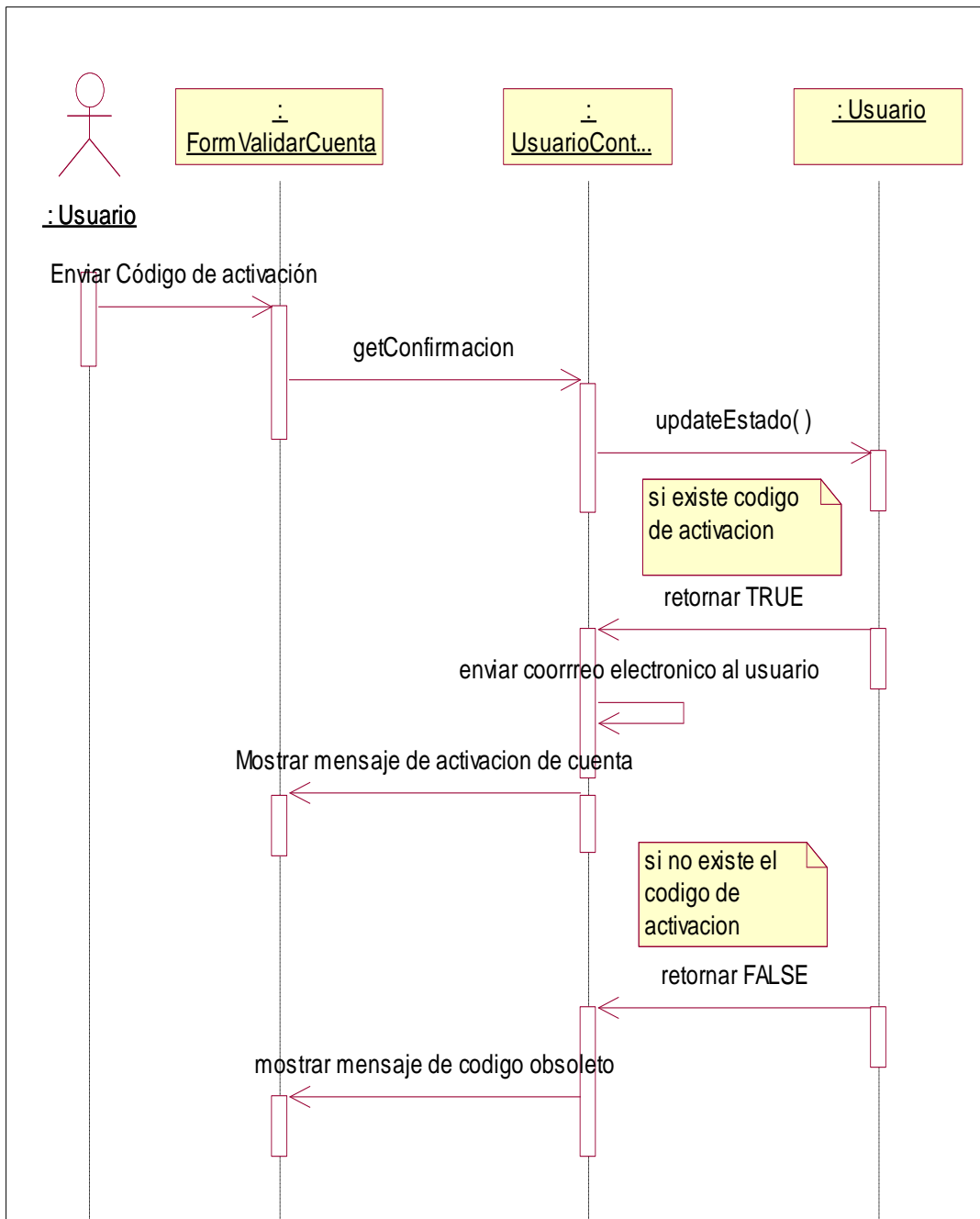


Gráfico Nº 72. Diagrama de Secuencia Validar Cuenta

3.2.2.2.3. Diagrama de Secuencia Login

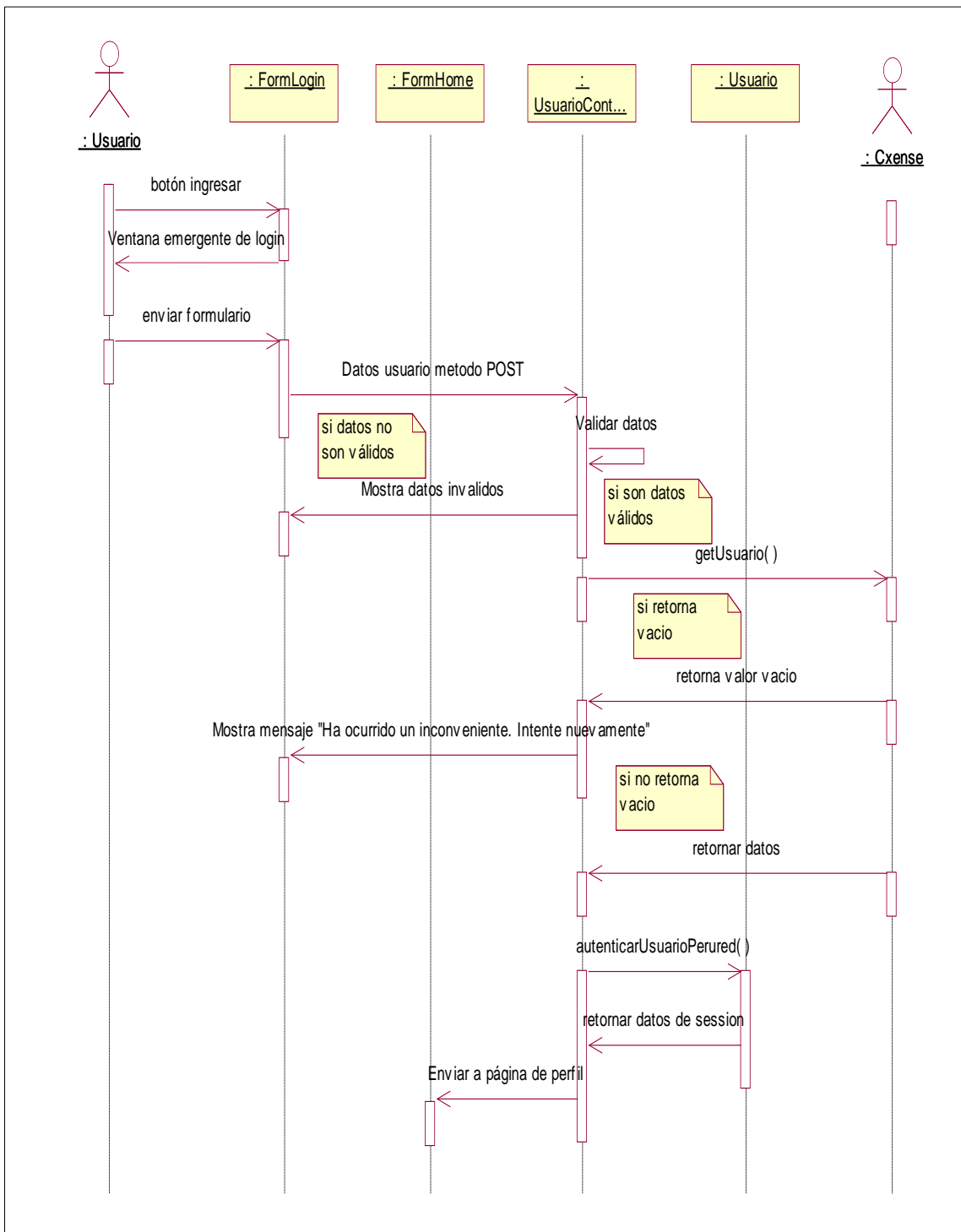


Gráfico Nº 73. Diagrama de Secuencia Login

3.2.2.2.4. Diagrama de Secuencia Recuperar Contraseña

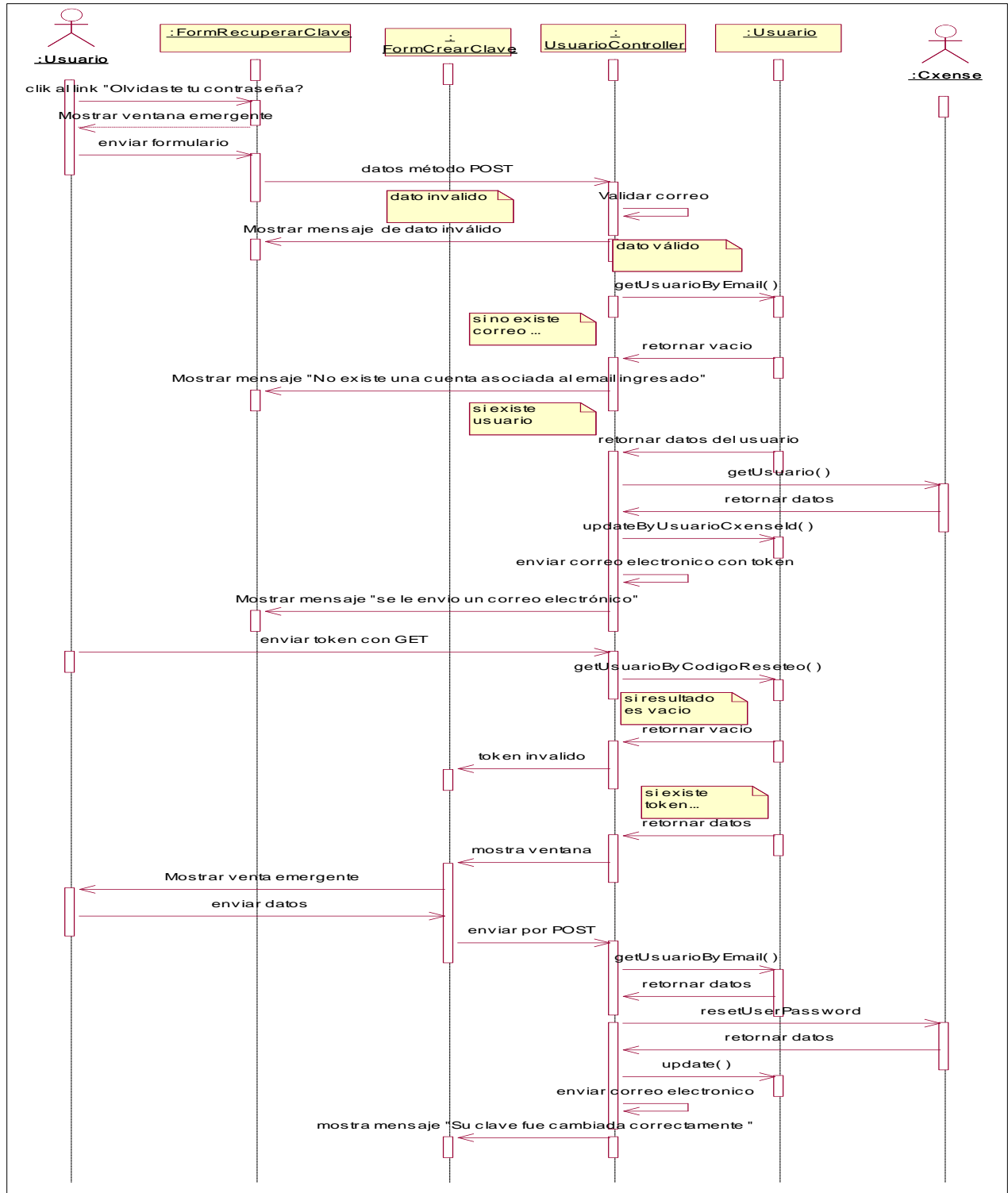


Gráfico N° 74. Diagrama de Secuencia Recuperar Contraseña

3.2.2.2.5. Diagrama de Secuencia Crear Campaña

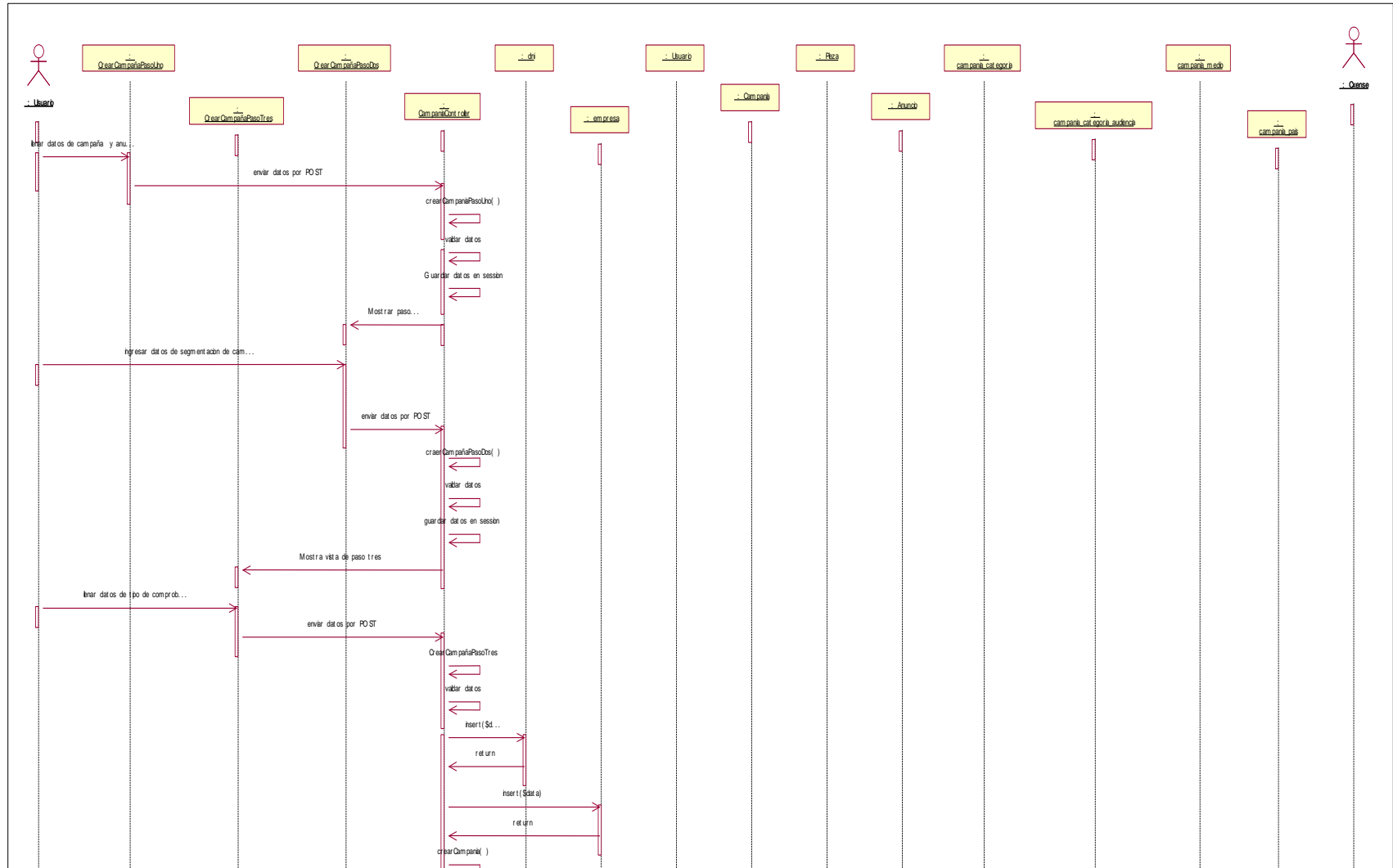


Gráfico Nº 75. Diagrama de Secuencia Crear Campaña

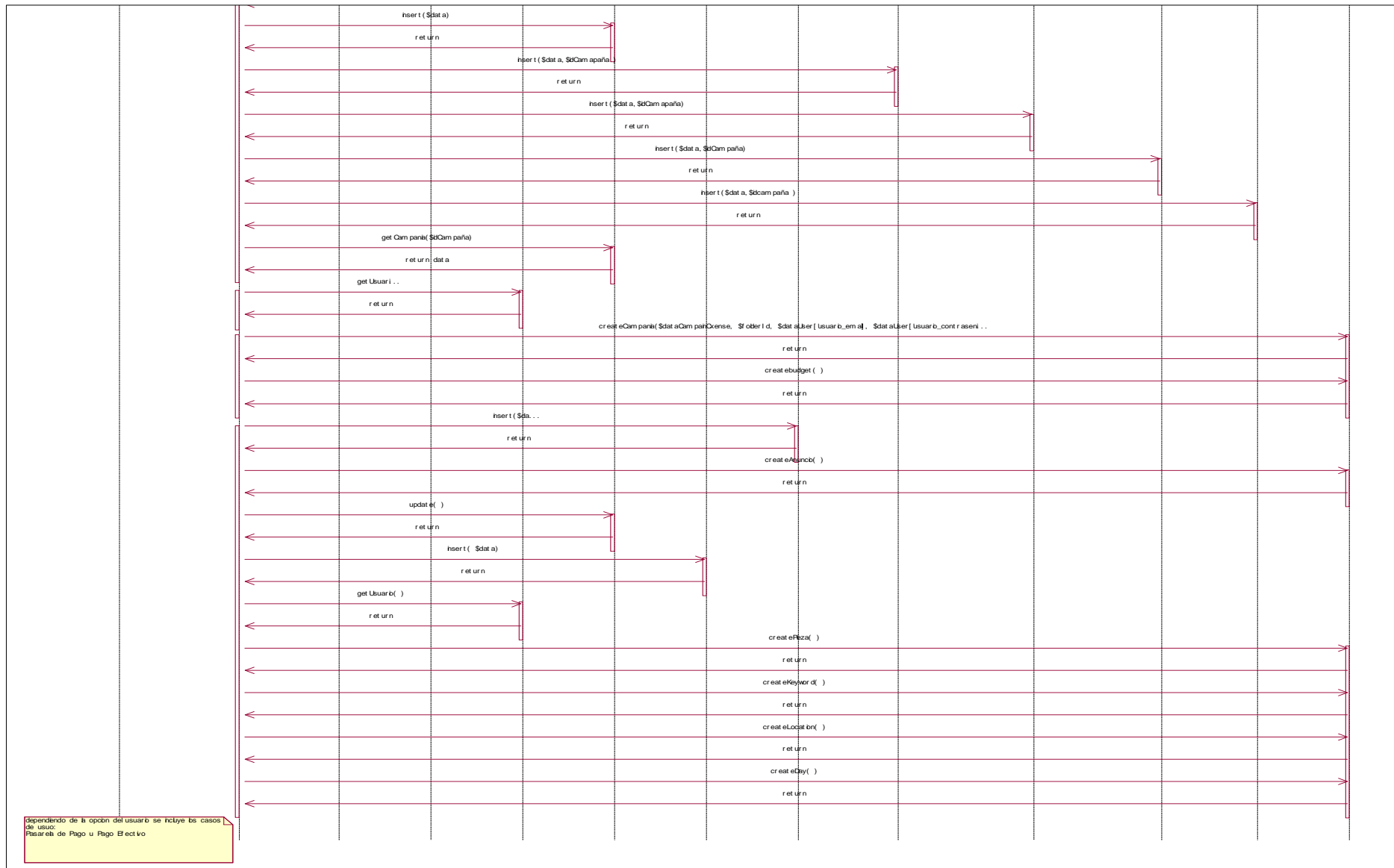


Gráfico Nº 76. Diagrama de Secuencia Crear Campaña

3.2.2.2.6. Diagrama de Secuencia Pago Efectivo

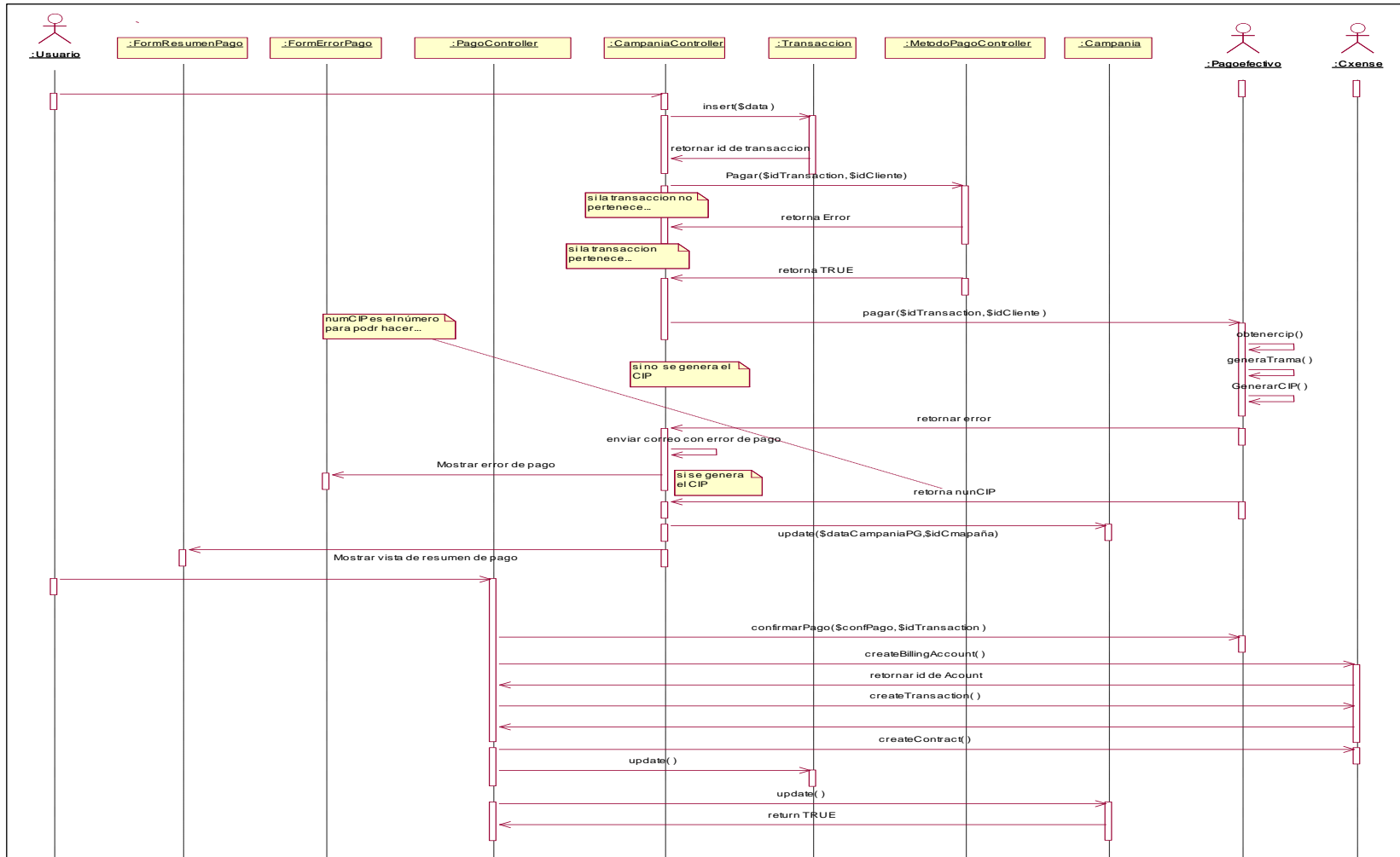


Gráfico Nº 77. Diagrama de Secuencia Pago Efectivo

3.2.2.2.7. Diagrama de Secuencia Pasarela De Pago

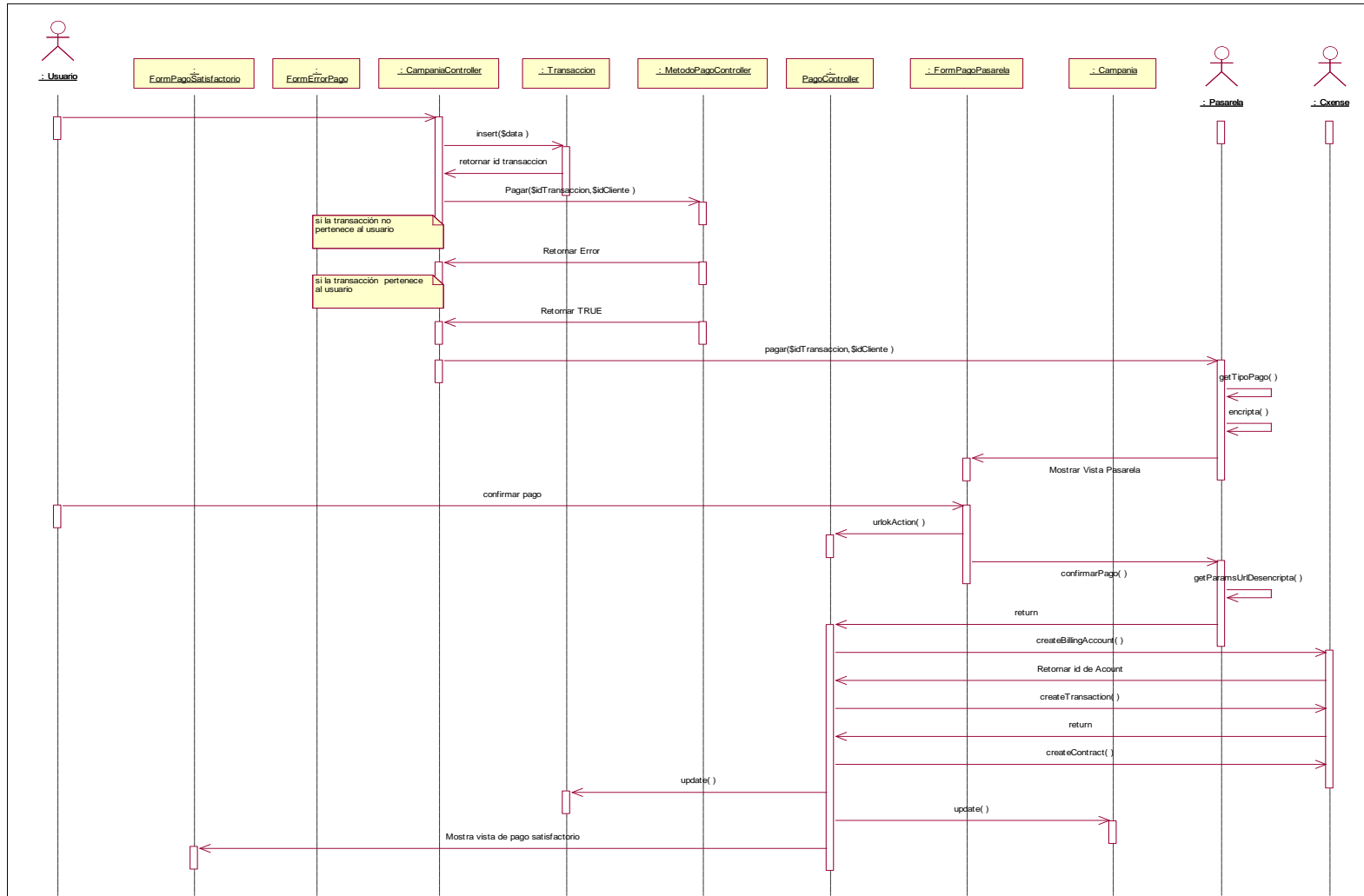


Gráfico Nº 78. Diagrama de Secuencia Pasarela De Pago

3.2.2.2.8. Diagrama de Secuencia Crear Anuncio

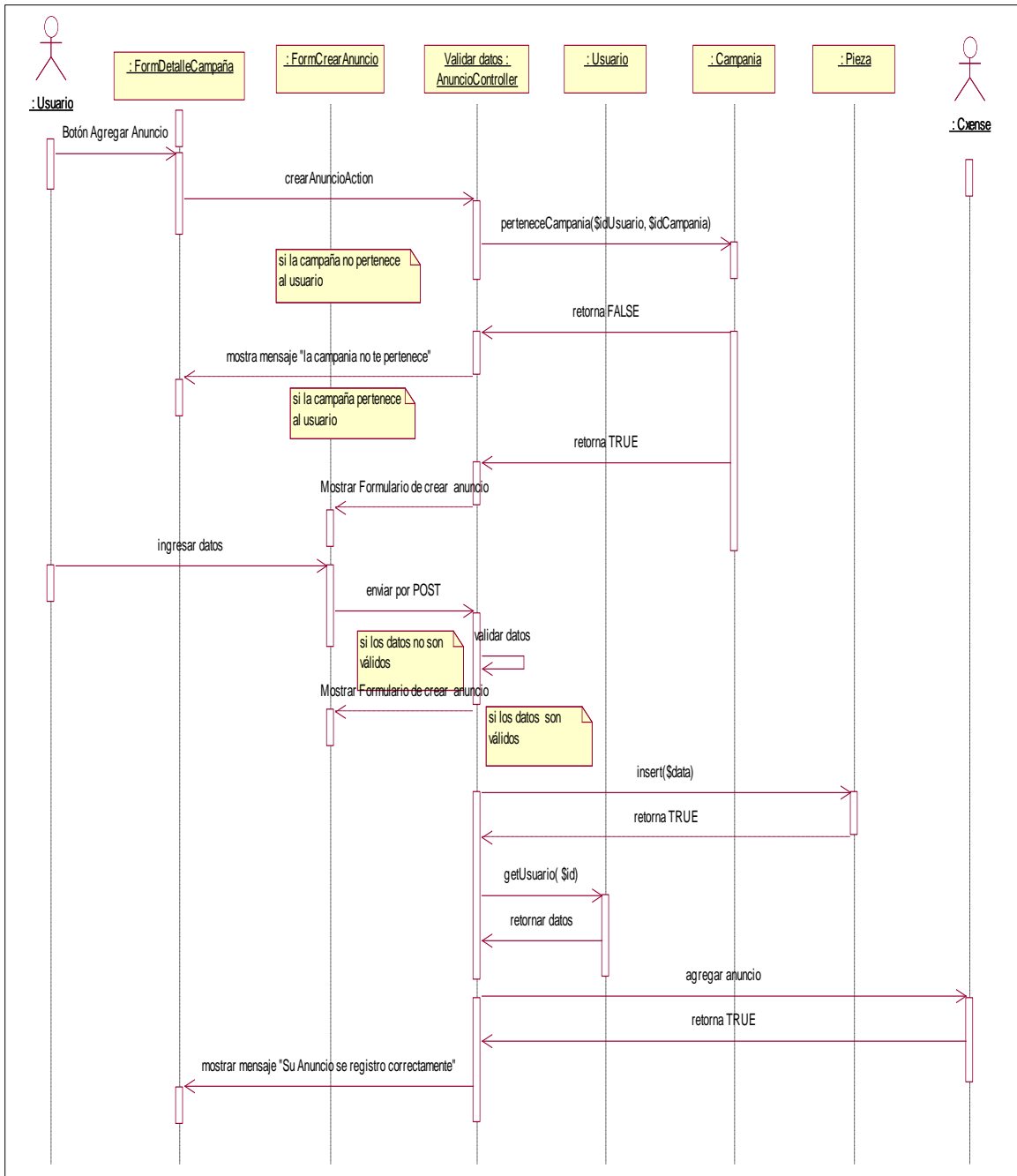


Gráfico N° 79. Diagrama de Secuencia Crear Anuncio

3.2.2.2.9. Diagrama de Secuencia Editar Anuncio

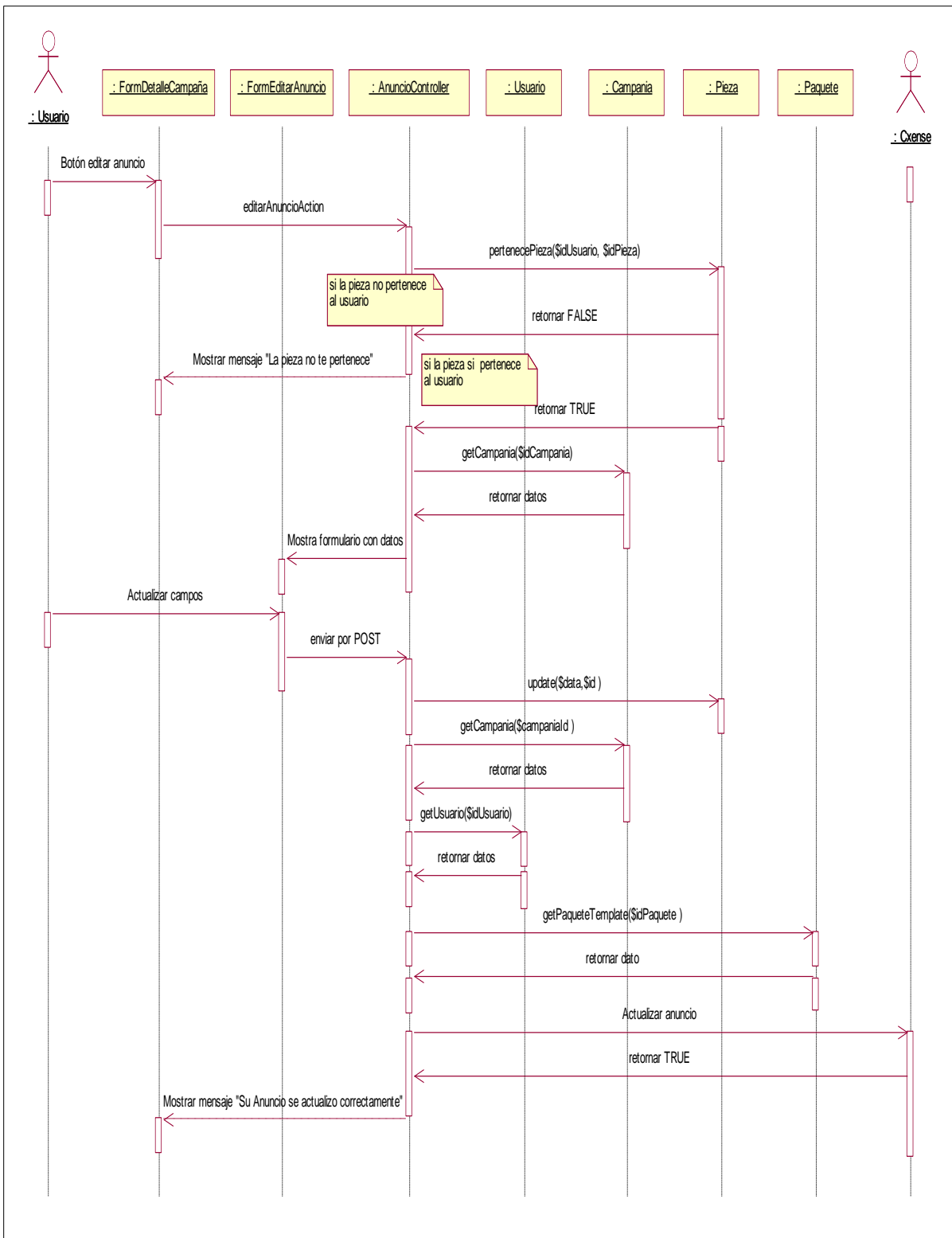


Gráfico N° 80. Diagrama de Secuencia Editar Anuncio

3.2.2.2.10. Diagrama de Secuencia Eliminar Anuncio

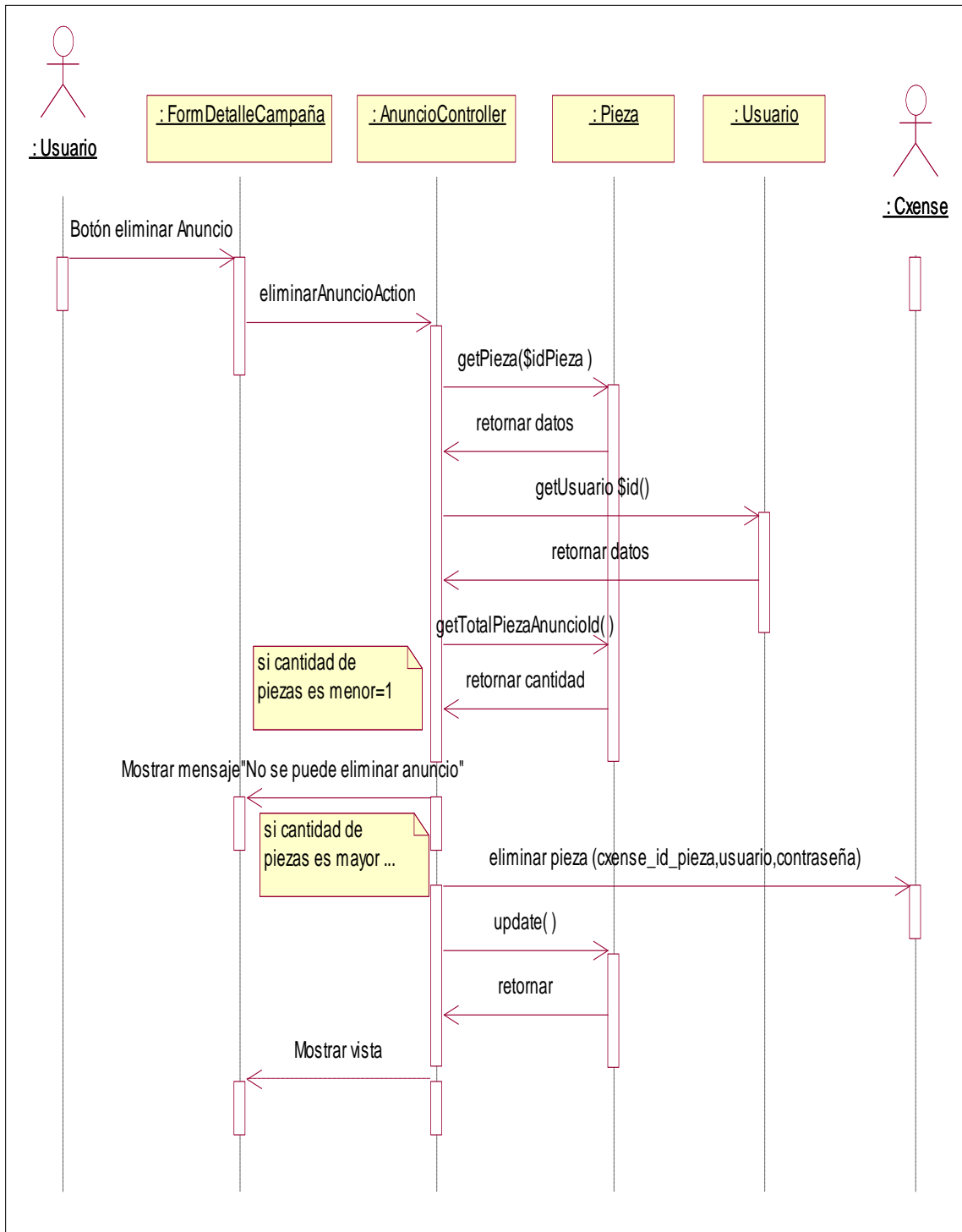


Gráfico Nº 81. Diagrama de Secuencia Eliminar Anuncio

3.2.2.2.11. Diagrama de Secuencia Buscar Campaña

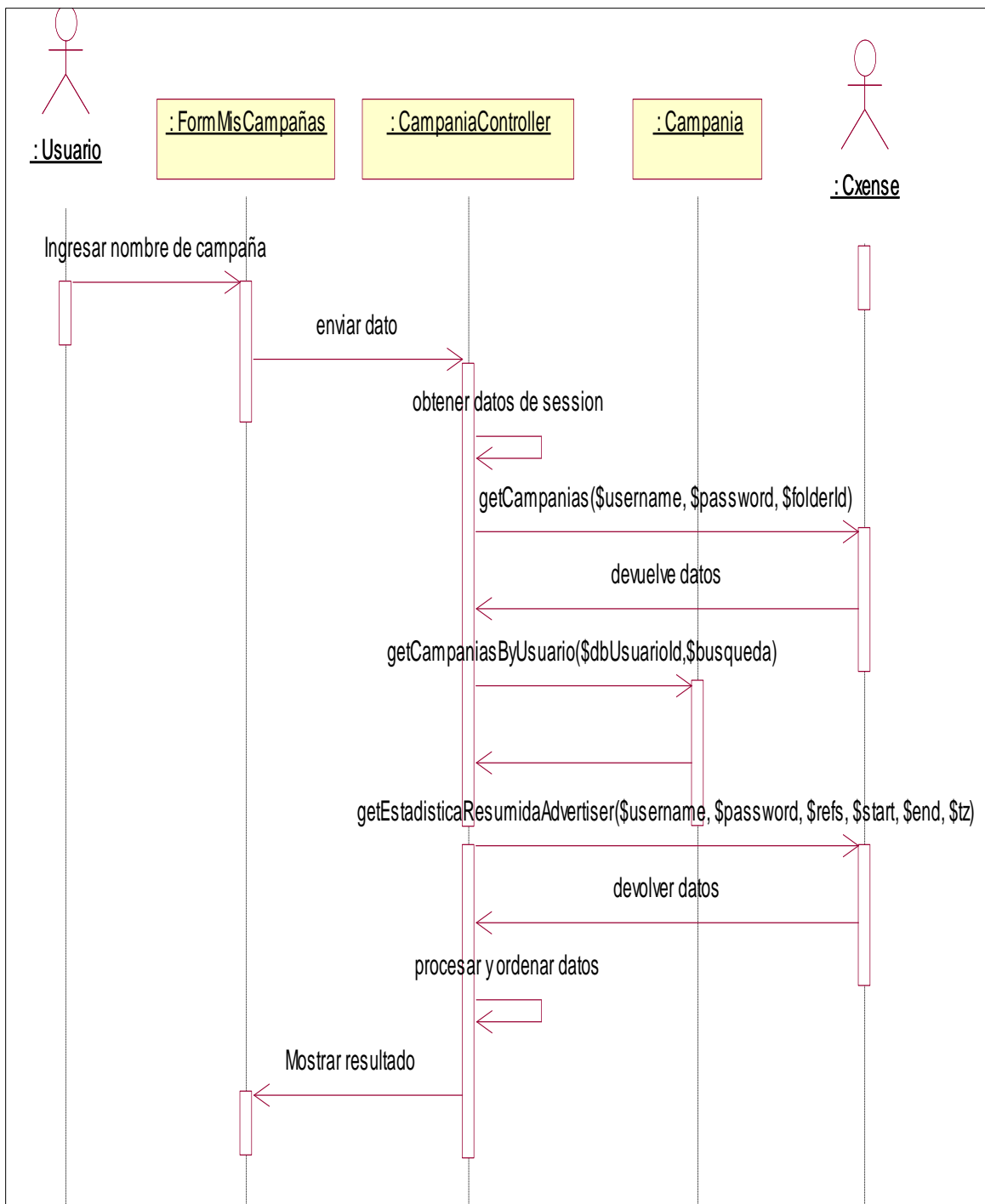


Gráfico N° 82. Diagrama de Secuencia Buscar Campaña

3.2.2.2.12. Diagrama de Secuencia Detalle Campaña

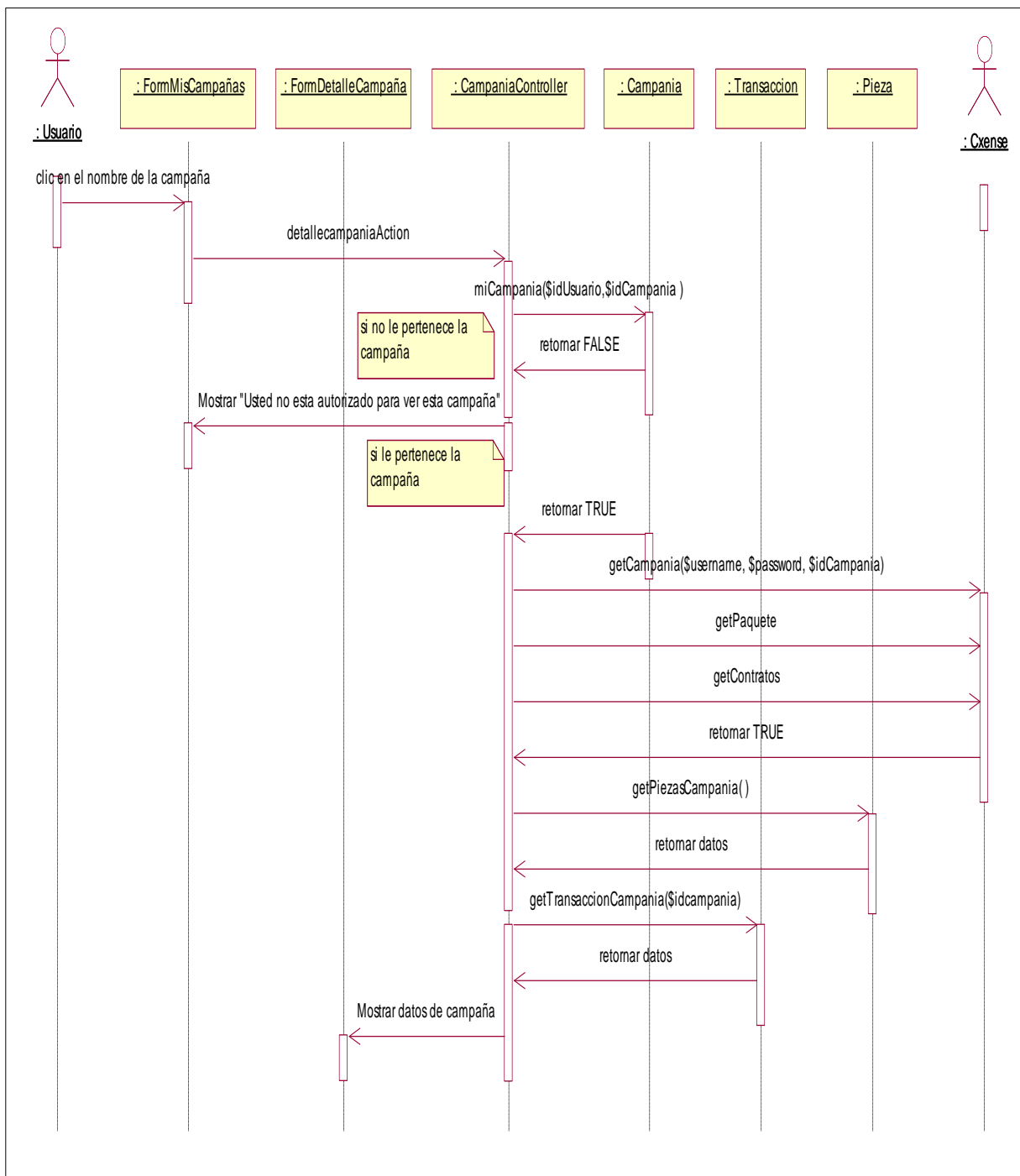


Gráfico N° 83. Diagrama de Secuencia Detalle Campaña

3.2.2.2.13. Diagrama de Secuencia Suspende/ Reactivar Campaña

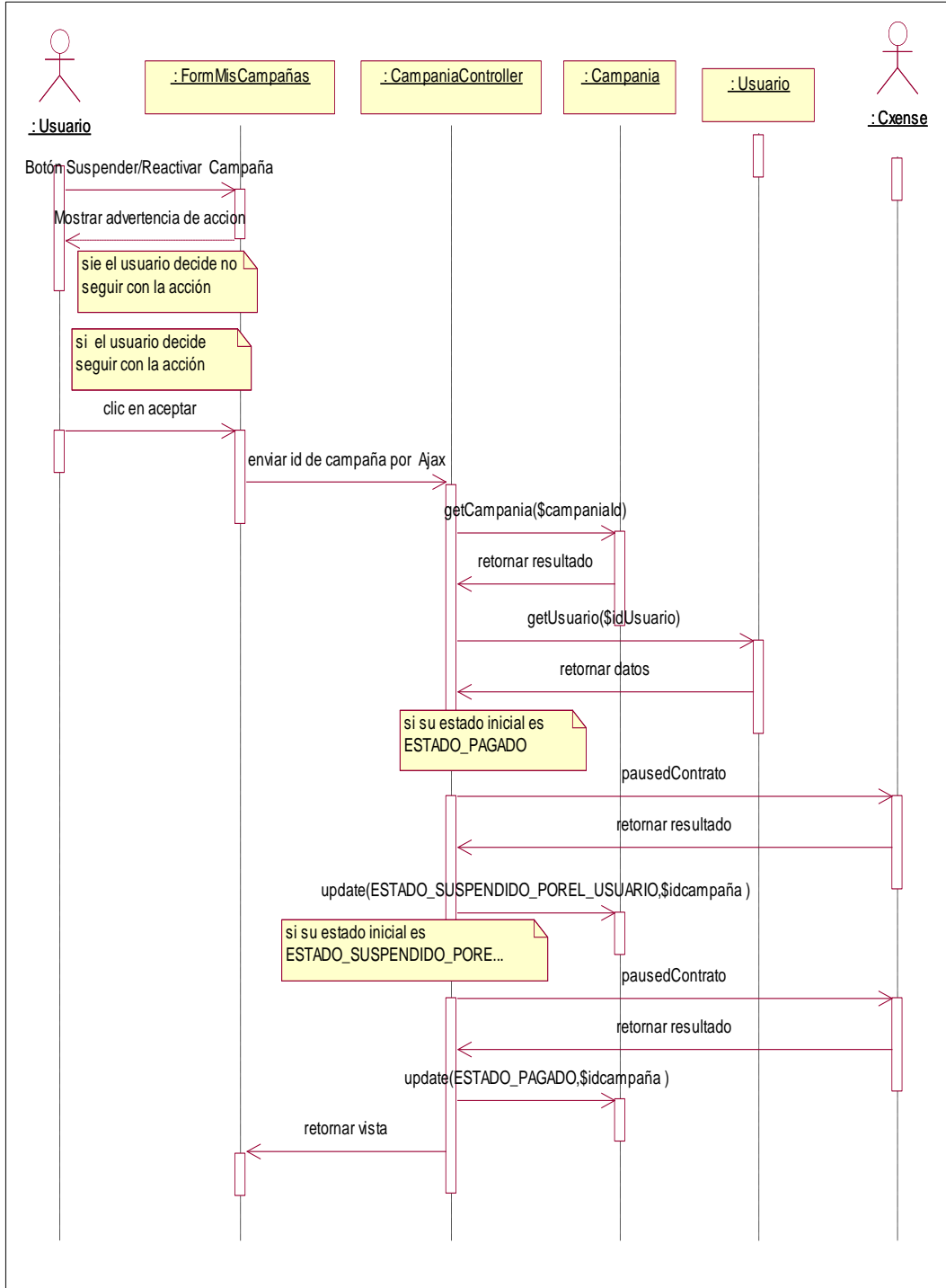


Gráfico Nº 84. Diagrama de Secuencia Suspende/Reactivar Campaña

3.2.2.2.14. Diagrama de Secuencia Editar Target

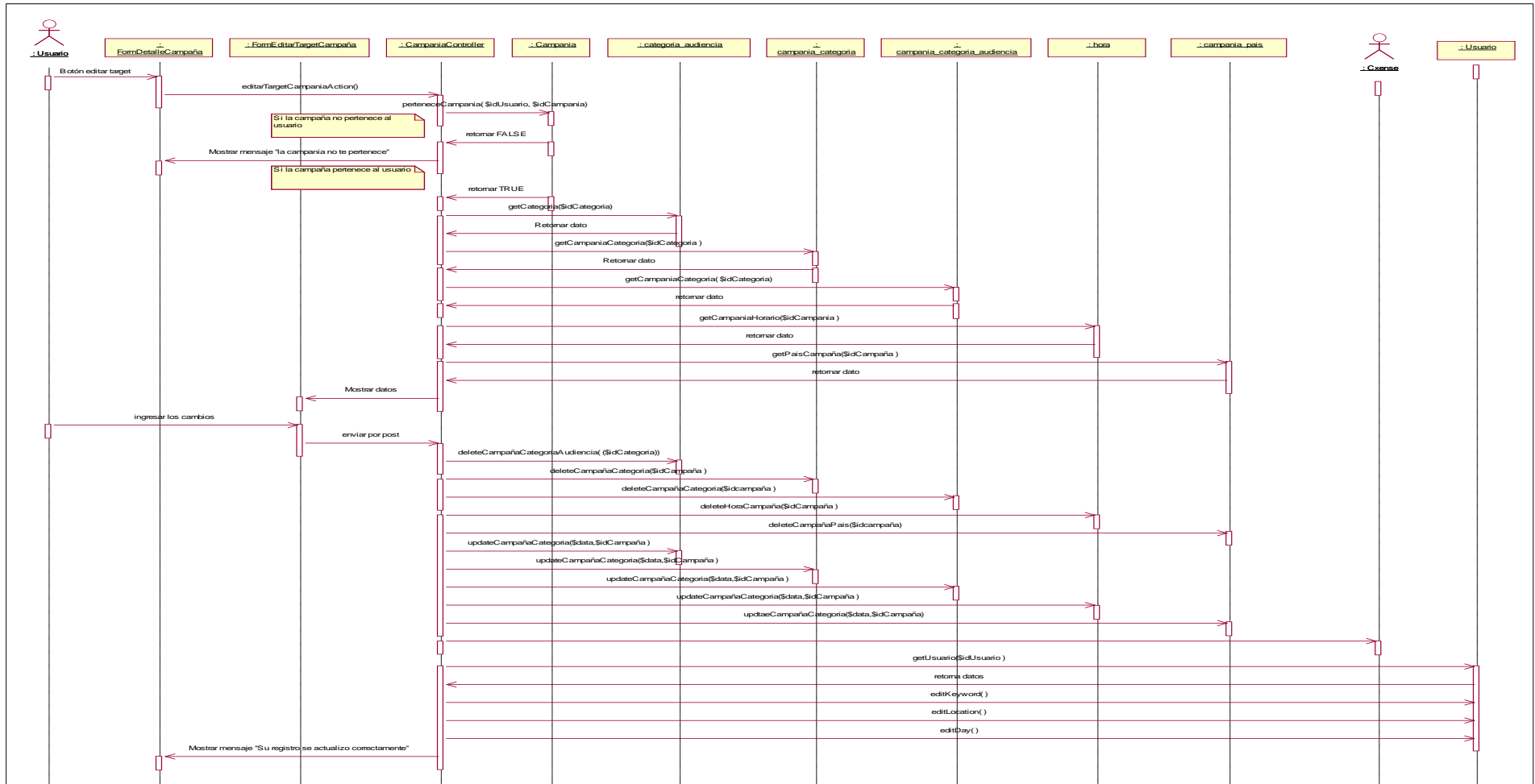


Gráfico N° 85. Diagrama de Secuencia Editar Target

3.2.2.3.2. Modelo lógico de datos

Grafo Relacional

- Usuario(`usuario_id`, `usuario_nombre`, `usuario_apellidos`, `usuario_email`, `usuario_genero`, `usuario_ano_nacimiento`, `usuario_telefono`, `usuario_empresa`, `usuario_pais`, `usuario_departamento`, `usuario_contrasenia`, `usuario_termino`, `usuario_recibir`, `folderId`, `usuario_cxense_id`, `usuario_estado`, `usuario_codigo_confirmacion`, `usuario_cxense_billing`, `usuario_codigo_reseteo`)
- campania (`campania_id`, `campania_nombre`, `usuario_id`, `campania_all_medios`, `campania_all_generos`, `campania_all_edades`, `campania_all_categorias`, `campania_all_dispositivos`, `campania_select_geografia`, `campania_all_horarios`, `campania_all_categoria_audiencia`, `tipo_campania_id`, `paquete_id`, `campania_limite_dinero_dia`, `campania_limite_impresiones_dia`, `campania_keyword`, `idioma_id`, `campania_fecha_creacion`, `campania_fecha_publicacion`, `producto_id`, `cxense_campana_id`, `transaction_id`, `campania_activo`, `campania_log_cxense`, `campania_estado_id`, `campania_cxense_contrato`, `cxense_budget_id`, `campania_fecha_cron`)
- campania_categoria(`campania_categoria_id`, `campania_id`, `categoria_id`)
- campania_categoria_audiencia(`campania_categoria_audiencia_id`, `campania_id`, `categoria_audiencia_id`)
- campania_edad(`campania_edad_id`, `campania_id`, `edad_id`)
- campania_hora_semana(`campania_hora_semana_id`, `hora_id`, `semana_id`, `campania_id`)
- campania_marca(`campania_marca_id`, `campania_id`, `marca_id`)
- campania_medio(`campania_medio_id`, `campania_id`, `medio_id`)

- `campania_pais(`campania_pais_id`, `campania_id`, `pais_id`)`
- `categoria(`categoria_id`, `categoria_nombre`, `categoria_activo`, `cxense_categoria_id`)`
- `categoria_audiencia(`categoria_audiencia_id`, `categoria_audiencia_nombre`, `categoria_audiencia_cxense`)`
- `dni(`dni_id`, `dni_numero`, `dni_nombres`, `dni_apellidos`, `dni_domicilio`, `dni_activo`, `pais_id`, `departamento_id`, `ciudad_id`, `usuario_id`, `dni_fecha_creacion`)`
- `Edad(`edad_id`, `edad_nombre`, `edad_desde`, `edad_hasta`, `cxense_edad_id`)`
- `Hora(`hora_id`, `hora_nombre`, `hora_desde`, `hora_hasta`, `hora_activo`)`
- `Medio(`medio_id`, `medio_nombre`, `medio_descripcion`, `medio_activo`, `medio_url`, `medio_logo`)`
- `País(`pais_id`, `pais_nombre`, `cxense_pais_id`, `pais_registro`, `pais_target`, `pais_pago`, `pais_cod_adecsys`)`
- `Paquete(`paquete_id`, `paquete_nombre`, `tipo_campania_id`, `paquete_impresiones`, `paquete_precio`, `paquete_descripcion`, `paquete_cxense_id`, `paquete_flag_descuento`, `paquete_estado`, `paquete_cpc`, `paquete_clic`, `paquete_tipo`, `paquete_value`)`
- `Pieza(`pieza_id`, `pieza_nombre`, `pieza_titulo`, `pieza_descripcion`, `pieza_imagen`, `pieza_urldestino`, `pieza_urlvisible`, `anuncio_id`, `featureId_site`, `featureId_day`, `featureId_category`, `featureId_location`, `featureId_device`, `featureId_keyword`, `cxense_pieza_id`, `usuario_id`, `campania_id`, `pieza_fecha_creacion`, `pieza_estado`, `pieza_imagen_base64`, `pieza_fecha_modificacion`)`
- `Transaccion(`transaccion_id`, `transaccion_fecha_registro`, `transaccion_fecha_pago`, `tipo_pago_id`, `metodo_pago_id`, `usuario_id`, `transaccion_estado`, `transaccion_trama_enviada`, `transaccion_pasarela_trama_recibida`, `transaccion_pasarela_mensaje`, `transaccion_pasarela_cod_autorizacion`, `tipo_documento_id`, `transaccion_numero_documento`, `campania_id`, `transaccion_url_cod_barra`, `transaccion_monto`, `transaccion_codigo_cip`, `transaccion_cxense_id`)`
- `Anuncio(`anuncio_id`, `campania_id`, `cxense_anuncio_id`, `anuncio_titulo`, `usuario_id`, `anuncio_fecha_creacion`)`

3.2.2.4. Diseño de la interfaz gráfica de Usuario (GUI)

La interfaz de usuario permite la interacción entre los usuarios y el sistema, de una forma fácil, eficaz, eficiente y amigable, lo que debe permitir que el usuario tenga acceso a la información que prestará el sistema con mayor rapidez y sin complejidad.

Lo más importante a la hora de diseñar una interfaz son los usuarios, puesto que es a estos a quienes se les dirige el diseño. El usuario al trabajar con el sistema, el acceso debe ser de la forma más fácil y sencilla posible, si el diseño se percibe de esta forma el usuario verá el manejo de la misma manera.

El diseño de la interfaz de usuario para la aplicación web de creación y segmentación de anuncios de campañas publicitarias online, se planteó bajo el formato de una funcionalidad intuitiva para el usuario.

El diseño implica la elaboración de la interfaz, que es la imagen que percibe el usuario para interactuar con el sistema. A continuación se presentaran algunas de las interfaces propuestas.

3.2.2.4.1. Crear Cuenta



The image shows a registration form for PeruRed. At the top left is the logo "perú red .pe". Below it, the text "Regístrate o [Ingresar](#)" is displayed. A note states: "Los campos marcados con (*) son obligatorios". The form contains the following fields and values:

- * Nombre: Josmel Noel
- * Apellidos: Yupanqui Huaman
- * Email: noel_1702@hotmail.com
- Teléfono: 993321240
- * Empresa: Online studio Productions
- * País: Perú (dropdown menu)
- * Contraseña: [masked with dots]

Below the fields are two checked checkboxes:

- He Leído y acepto los [Términos y condiciones](#)
- Estoy de acuerdo en recibir información o mensajes sobre servicios, promociones y novedades de PeruRed

A red button labeled "Registrarme" is located at the bottom center of the form.

Gráfico Nº 88. Formulario de Registro



Gráfico Nº 89. Aviso de registro de cuenta

3.2.2.4.2. Validar Cuenta

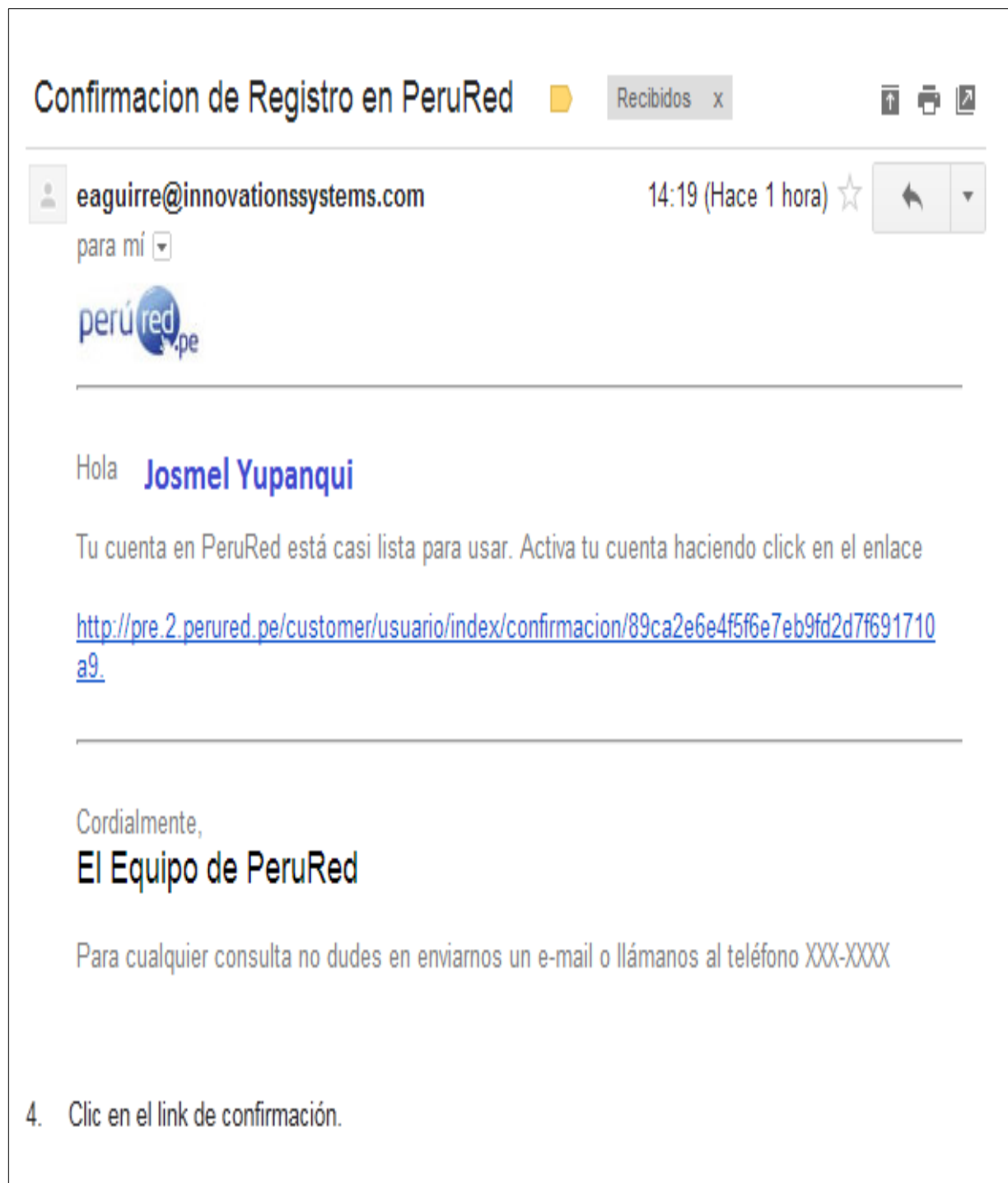


Gráfico N° 90. Mail de confirmación de registro

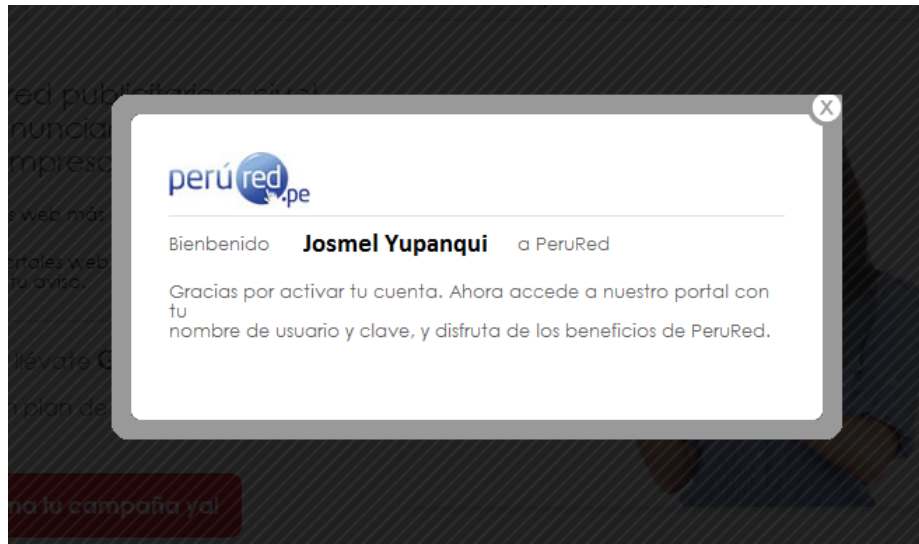


Gráfico N° 91. Mensaje de confirmación de registro



Gráfico N° 92. Diseño del correo enviado una vez activada tu cuenta

3.2.2.4.3. Recuperar contraseña



The screenshot shows a web browser window with the PerúRed logo at the top left. The main heading is "Recuperar tu clave". Below it, a message reads: "Para recuperarla ingrese el email con el que se registró". There is an input field labeled "Email:". At the bottom, there is a red button labeled "Enviar" and a link labeled "o Ingresar".

Gráfico Nº 93. Formulario de recuperación de contraseña

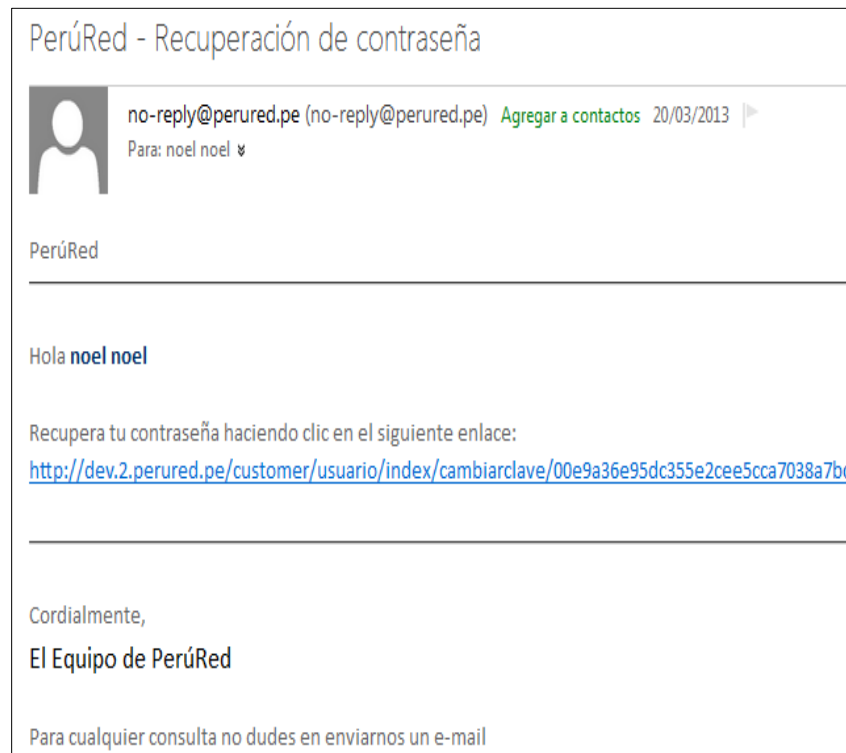


Gráfico Nº 94. Correo electrónico de recuperación de contraseña

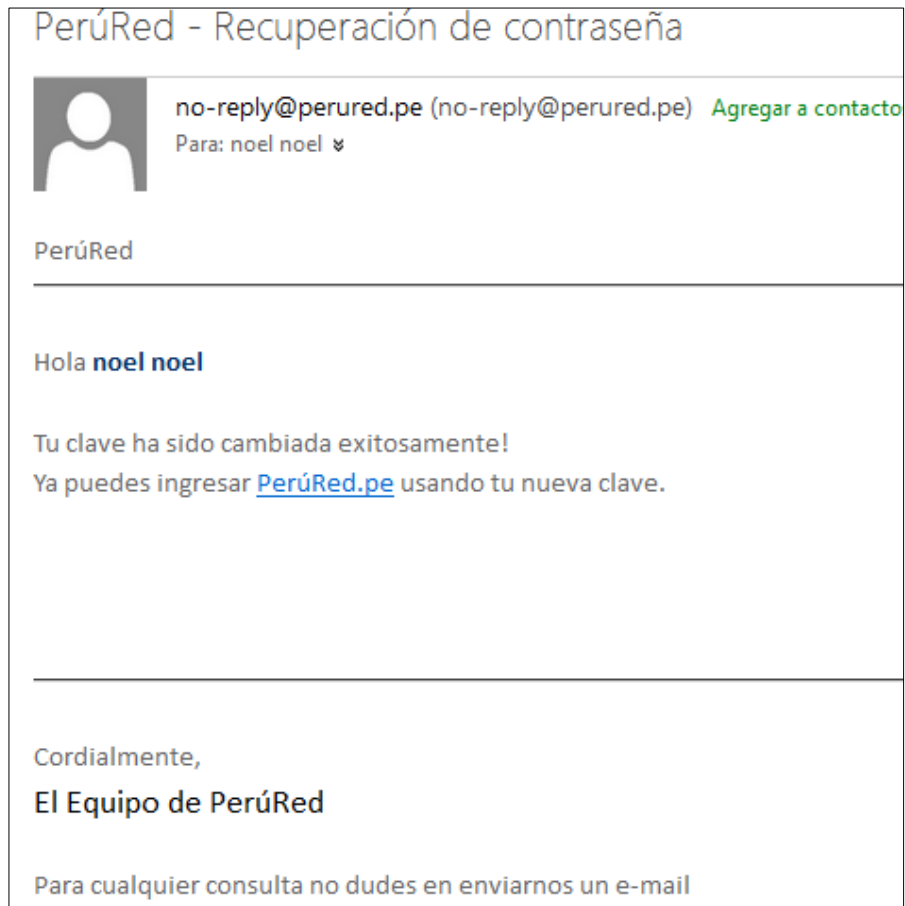


Gráfico Nº 95. Correo electrónico de verificación de contraseña

3.2.2.4.4. Login



perú red .pe

Ingresa a tu cuenta ¿Aún no tienes cuenta? [Regístrate](#)

E-mail:

Clave:

[¿Olvidaste tu contraseña?](#)

Ingresar

Gráfico Nº 96. Formulario de Login



perú red .pe

Ingresa a tu cuenta ¿Aún no tienes cuenta? [Regístrate](#)

E-mail:

Clave:

[¿Olvidaste tu contraseña?](#)

Ingresar

Ha ocurrido un inconveniente. Intente nuevamente

Gráfico Nº 97. Validación de datos

[Mis campañas](#) [Crear campaña](#) [Contáctenos](#)

Mis campañas
(16)

Gestiona
tus ventas



Crear campaña

Incrementa
tus posibilidades



Contáctenos



Más información

- [Como anunciar](#)
- [Tarifas y medios de pago](#)
- [Red de portales](#)

Central de ayuda



Tienes alguna duda o consulta,
estamos para ayudarte

[Click Aquí](#)

- Preguntas Frecuentes
- Contáctanos vía email
- Envíenos su sugerencia

Gráfico N° 98. Página de Perfil de usuario

3.2.2.4.5. Crear Campaña

Paso 1: Crea tu campaña

Ingresar los datos necesarios para crear tu producto

Datos de Campaña Target de Anuncio Confirmación

Datos de campaña

- Nombre de campaña
- Tipo
- Selecciona tu paquete
Paquete 1 Imagen + texto 20,000 impresiones - **GRATIS**
Paquete 1 Imagen + texto 20,000 impresiones - GRATIS
Paquete 1 Imagen + texto 20,000 impresiones - \$/. 177.00
Paquete 2 Imagen + texto 50,000 impresiones - \$/. 443.00
Paquete 3 Imagen + texto 100,000 impresiones - \$/. 885.00
- Límite dinero por día
- Límite impresiones por día

Consejo para formato

- Puedes seleccionar Banner - Link texto, que consta de datos exclusivamente con texto sin imagen.
- Puedes seleccionar Banner - JPG, que consta de datos exclusivamente con texto e imagen.

Gráfico N° 99. Pantalla de registro de campaña

Datos del anuncio

- Título
- Descripción
Te quedan 180 caracteres
- Subir imagen **Examinar**
- URL destino
Te quedan 500 caracteres
- URL visible
Te quedan 49 caracteres
- Vista previa

Avisos PERÚRED[Anuncia aquí](#)

Cancelar **Continuar**

Gráfico N° 100. Pantalla de registro de anuncio

🏠 Paso 2: Target del anuncio

Ingresa los datos necesarios para el target de tu anuncio

Datos de Campaña
Target de Anuncio
Confirmación

Medio

• Seleccione el Medio o Medios para segmentar su audiencia

Mostrar en todos los medios que pertenecen PerÓRed.

Seleccionar solo algunos medios de PerÓRed.

Audiencia

• Seleccione los filtros para la segmentación de tu público objetivo (sexo y edad)

• Seleccione la audiencia o las audiencias que más se acerquen a su público objetivo.

Que naveguen en Audiencias de :

Todas las Audiencias

Seleccionar Audiencias específicas

Keywords

• Los keywords le permiten dirigirse a audiencias específicas.

Descripción

Recomendaciones para ingresar tus keywords

• Utilizar palabras que tengan relación con el anuncio a publicar, esto ayudará a segmentar de manera más precisa tu anuncio.

Geografía

• Seleccione la zona geográfica para difundir su anuncio

Gráfico N° 101. Formulario de Target

🏠 Paso 3: Confirmación

Confirma los datos de tu campaña

Datos de Campaña Target de Anuncio Confirmación

Datos del anuncio

Campaña de prueba

Es una campaña de prueba

<http://www.elpais.com>

Tipo de Comprobante

Desea una:

Boleto

Factura

Lista de R.U.C. utilizados

- R.U.C.
- Razón Social
- Domicilio
- País
- Departamento

Target de anuncio

Audiencia Todas las Audiencias

Geografía Mostrar sólo en Perú

Método de Pago

Pagar sin Tarjeta de Crédito

Compra con PagoEfectivo y paga a través de Internet o en cualquier oficina del BCP, BBVA, Scotiabank, Interbank y en establecimientos autorizados que tengan el logo de PagoEfectivo y/o RUTCargo.

¿Qué es PagoEfectivo?

Pagar con Tarjeta de Crédito

Pago con tarjeta de crédito

Pago con tarjeta de crédito Mastercard Se aceptan tarjetas Curacao, Casa, Ace Home Center, Ripley y afiliados

Datos de la campaña

Nombre de campaña:
campaña de prueba

CPC Pack1:
100 Clics por \$/260 (Sales Peruanas) CPC Pack1

Total: \$/. 260.00

Puede cancelar el monto del aviso hasta antes de la fecha de cierre (y menos de 48h) / 200 g/m. Pasado esta fecha la publicación se editará la siguiente semana. Una vez efectuado el pago el aviso no está sujeto a cambios.

Pagar

Gráfico Nº 102. Formulario de Pago

3.2.2.4.6. Mis Campañas

perú red .pe Bienvenid@josmel | [Salir](#)

[Inicio](#) [Cómo anunciar](#) [Tarifas y medios de pago](#) [Red de portales](#) [Promociones](#) [Mi cuenta](#)

[Mis campañas](#) [Crear campaña](#) [Contáctenos](#)

Mis Campañas (16)

Primerο | < Anterior | Siguiente > | Ultimo

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	▶
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
16/05/2013	cpcl y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	▶
09/05/2013	campana1597	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸
30/04/2013	taxonomica	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸

Primerο | < Anterior | Siguiente > | Ultimo

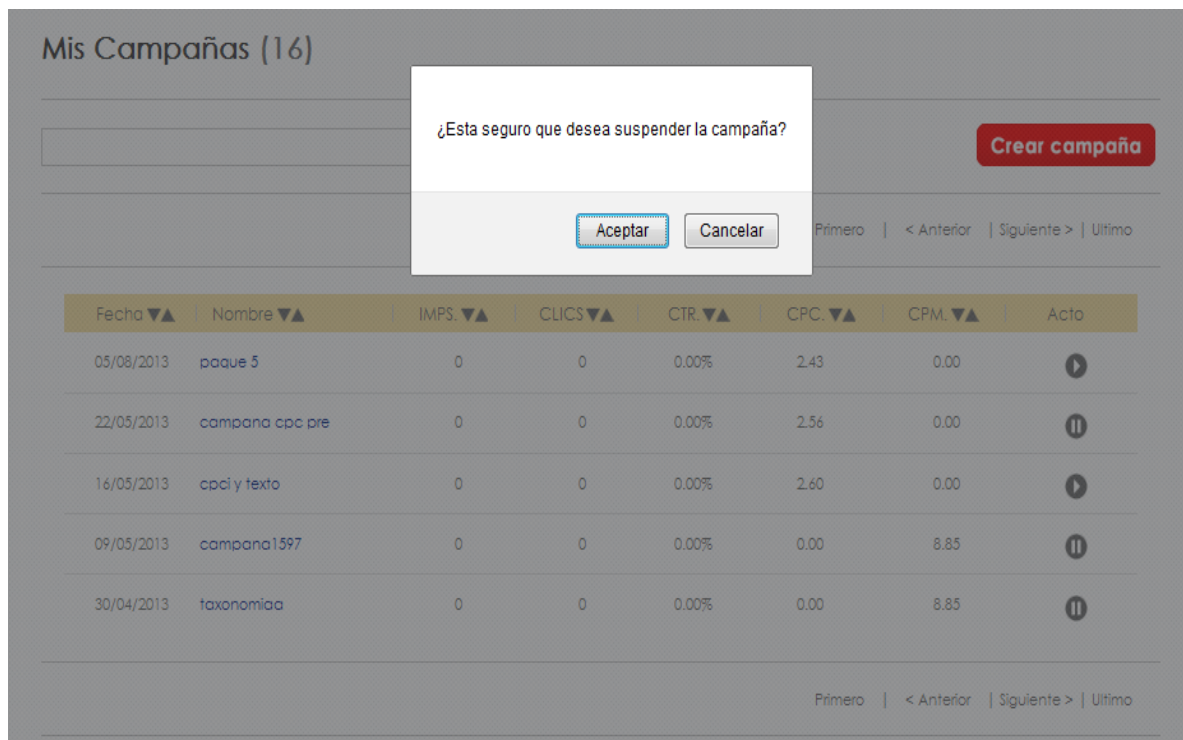
Gráfico N° 103. Formulario de mis campañas

3.2.2.4.7. Suspender Campaña



Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	▶
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
16/05/2013	cpcl y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	⏸

Gráfico Nº 104. Suspender Campaña



Mis Campañas (16)

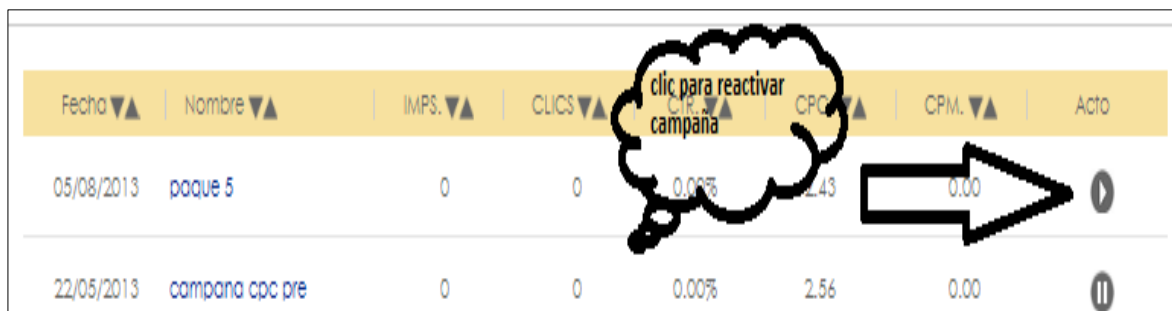
¿Esta seguro que desea suspender la campaña?

Crear campaña

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	▶
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
16/05/2013	cpcl y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	▶
09/05/2013	campana 1597	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸
30/04/2013	taxonomia	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸

Gráfico Nº 105. Validación de suspender campaña

3.2.2.4.8. Reactivar Campaña



Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR ▼▲	CPC ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	

Gráfico Nº 106. Reactiva campaña

Mis Campañas (16)

¿Esta seguro que desea reactivar la campaña?

[Crear campaña](#)

Primero | < Anterior | Siguiente > | Ultimo

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR ▼▲	CPC ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	
16/05/2013	cpci y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	
09/05/2013	campana1597	0	0	0.00%	0.00	8.85	
30/04/2013	taxonomiaa	0	0	0.00%	0.00	8.85	

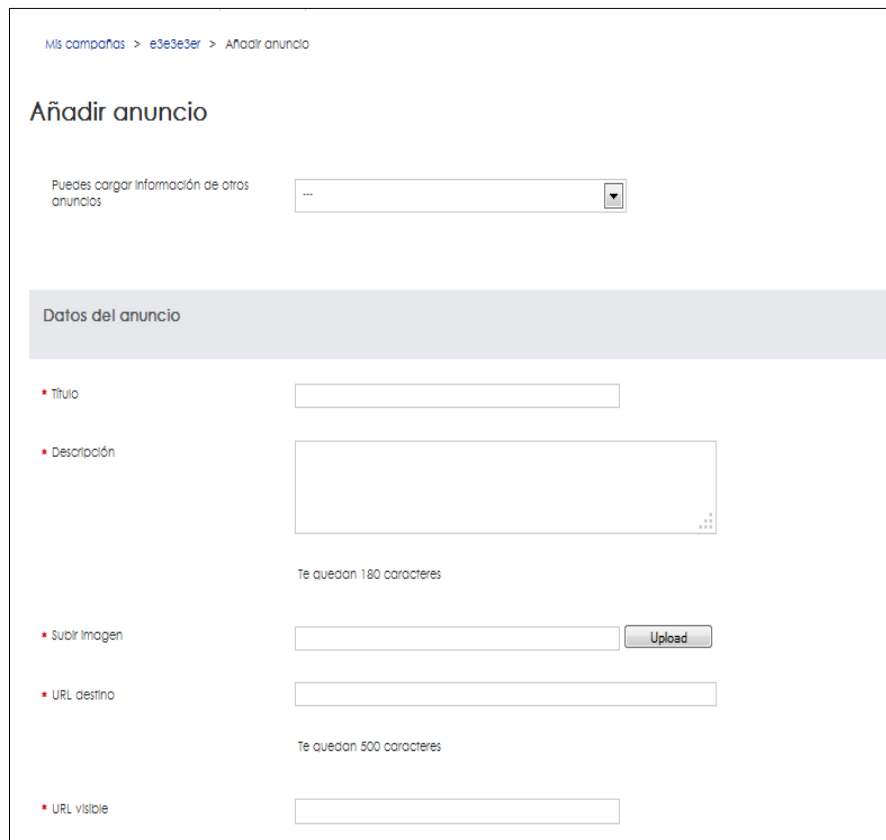
Primero | < Anterior | Siguiente > | Ultimo

Gráfico Nº 107. Validación de reactivar campaña

3.2.2.4.9. Agregar Anuncio



Gráfico N° 108. Botón agregar anuncio

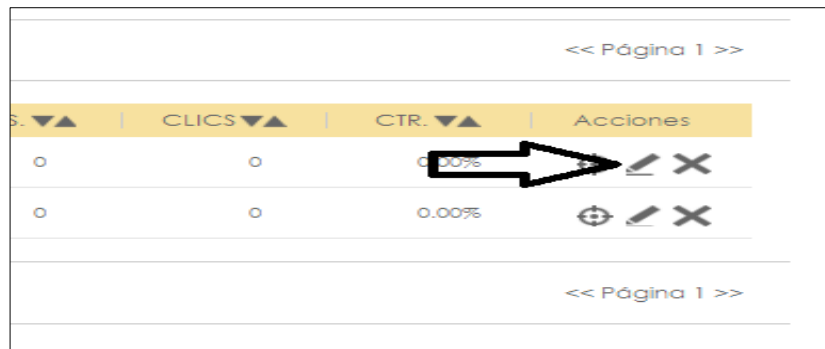


The screenshot displays the "Añadir anuncio" form. At the top, there is a breadcrumb trail: "Mis campañas > e3e3e3er > Añadir anuncio". The main heading is "Añadir anuncio". Below this, there is a text prompt "Puedes cargar información de otros anuncios" followed by a dropdown menu. The form is organized into a section titled "Datos del anuncio" which contains several fields:

- Título:** A single-line text input field.
- Descripción:** A multi-line text area with a character count below it: "Te quedan 180 caracteres".
- Subir imagen:** A file upload input field with an "Upload" button.
- URL destino:** A single-line text input field with a character count below it: "Te quedan 500 caracteres".
- URL visible:** A single-line text input field.

Gráfico N° 109. Formulario a anuncio

3.2.2.4.10. Editar Anuncio








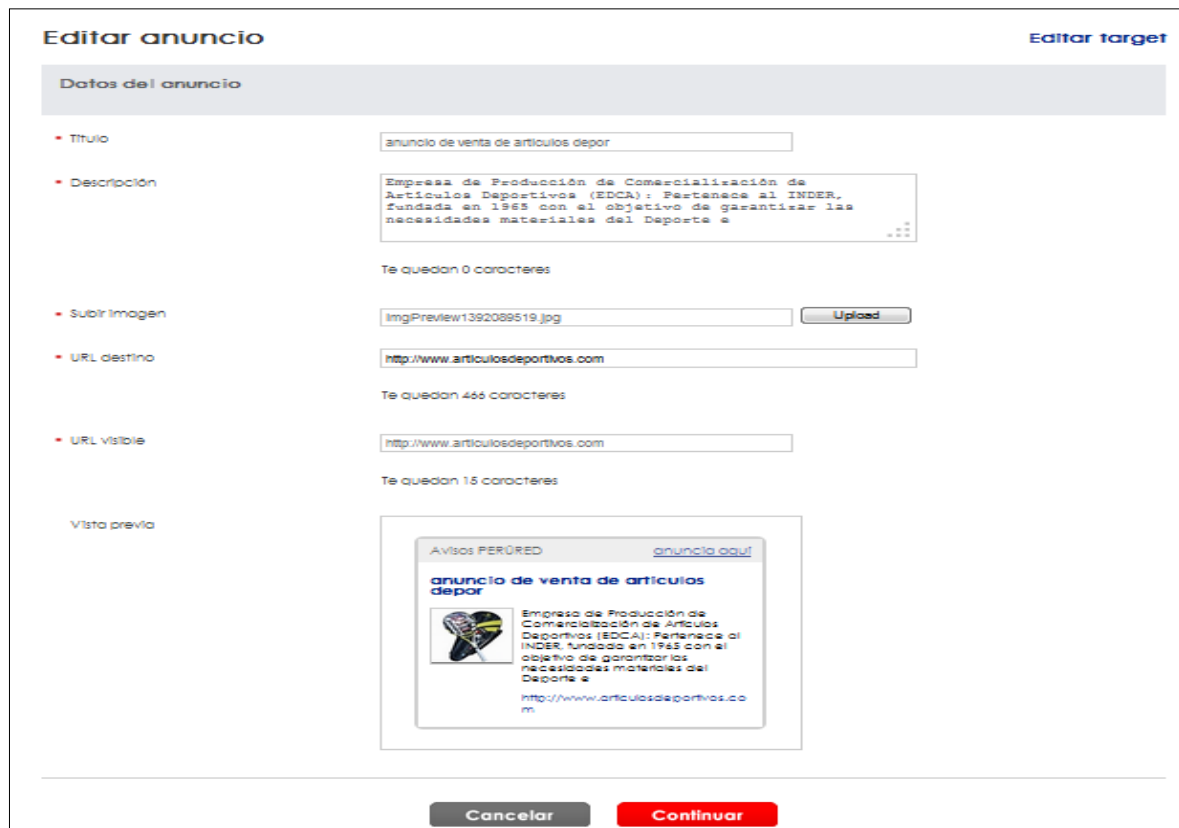
S. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	Acciones
o	o	0.00%	 
o	o	0.00%	  

Gráfico Nº 110. Botón editar anuncio



Editar anuncio Editar target


Datos del anuncio

- **Título**: anuncio de venta de articulos depor
- **Descripción**: Empresa de Producción de Comercialización de Artículos Deportivos (EDCA): Pertenece al INDER, fundada en 1965 con el objetivo de garantizar las necesidades materiales del Deporte e
Te quedan 0 caracteres
- **Subir Imagen**: imgPreview1392089519.jpg
- **URL destino**: http://www.articulosdeportivos.com
Te quedan 466 caracteres
- **URL visible**: http://www.articulosdeportivos.com
Te quedan 15 caracteres

Vista previa

Avisos PERÚRED [anuncio aauf](#)

anuncio de venta de articulos depor

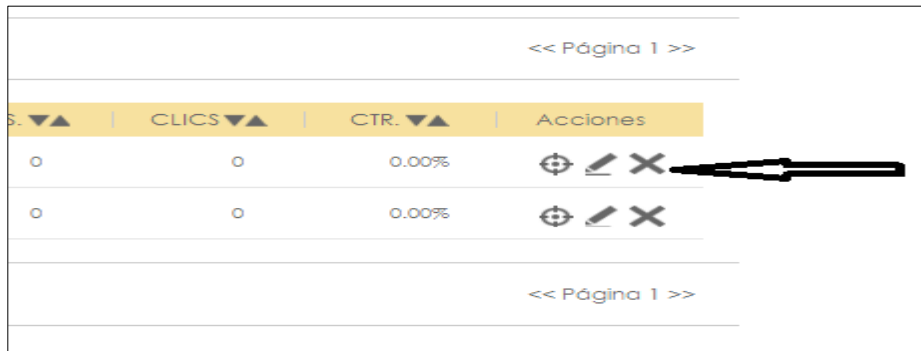


Empresa de Producción de Comercialización de Artículos Deportivos (EDCA): Pertenece al INDER, fundada en 1965 con el objetivo de garantizar las necesidades materiales del Deporte e

<http://www.articulosdeportivos.com>

Gráfico Nº 111. Formulario editar anuncio

3.2.2.4.11. Eliminar Anuncio



The screenshot shows a table with columns for 'S.', 'CLICS', 'CTR.', and 'Acciones'. The 'Acciones' column contains three icons: a target, a pencil, and an 'X'. A black pen is pointing to the 'X' icon in the first row. The table is on page 1 of 1.

S. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	Acciones
0	0	0.00%	🎯 ✎ ✕
0	0	0.00%	🎯 ✎ ✕

Gráfico Nº 112. Botón eliminar anuncio

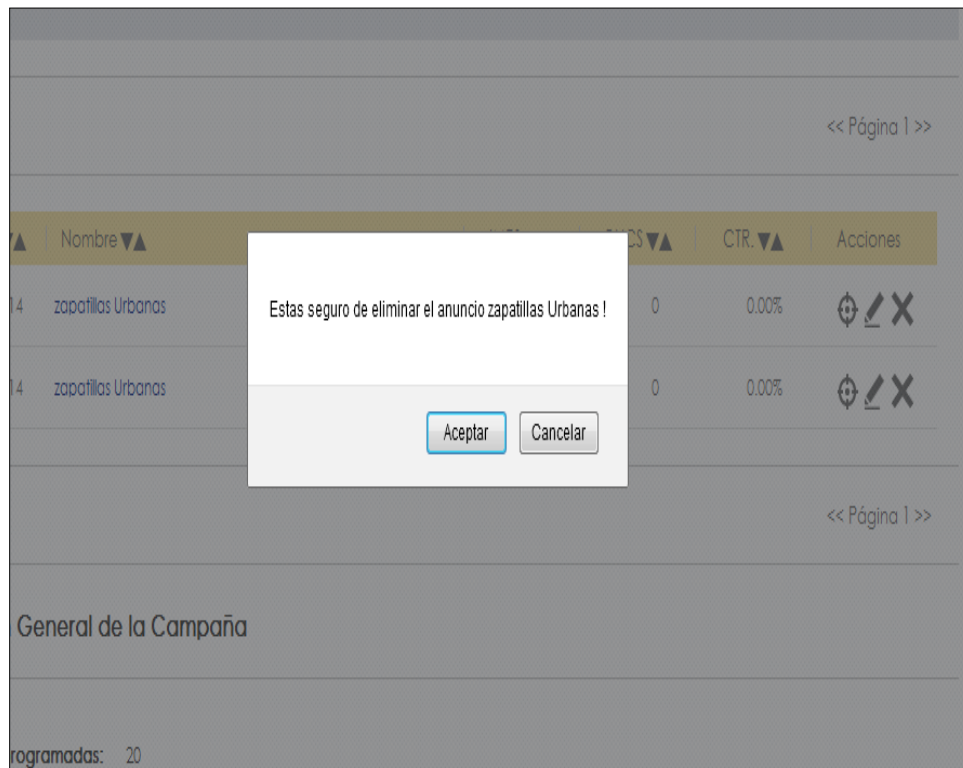
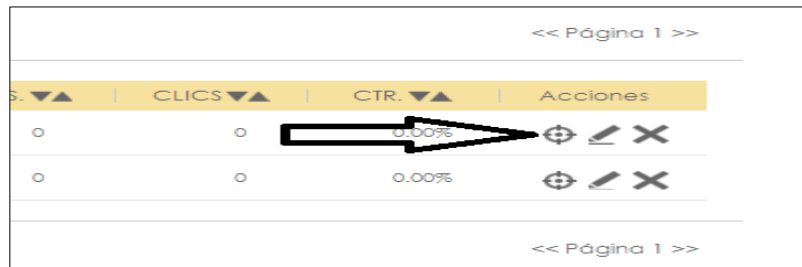






Gráfico Nº 113. Validación eliminar anuncio

3.2.2.4.12. Editar Target

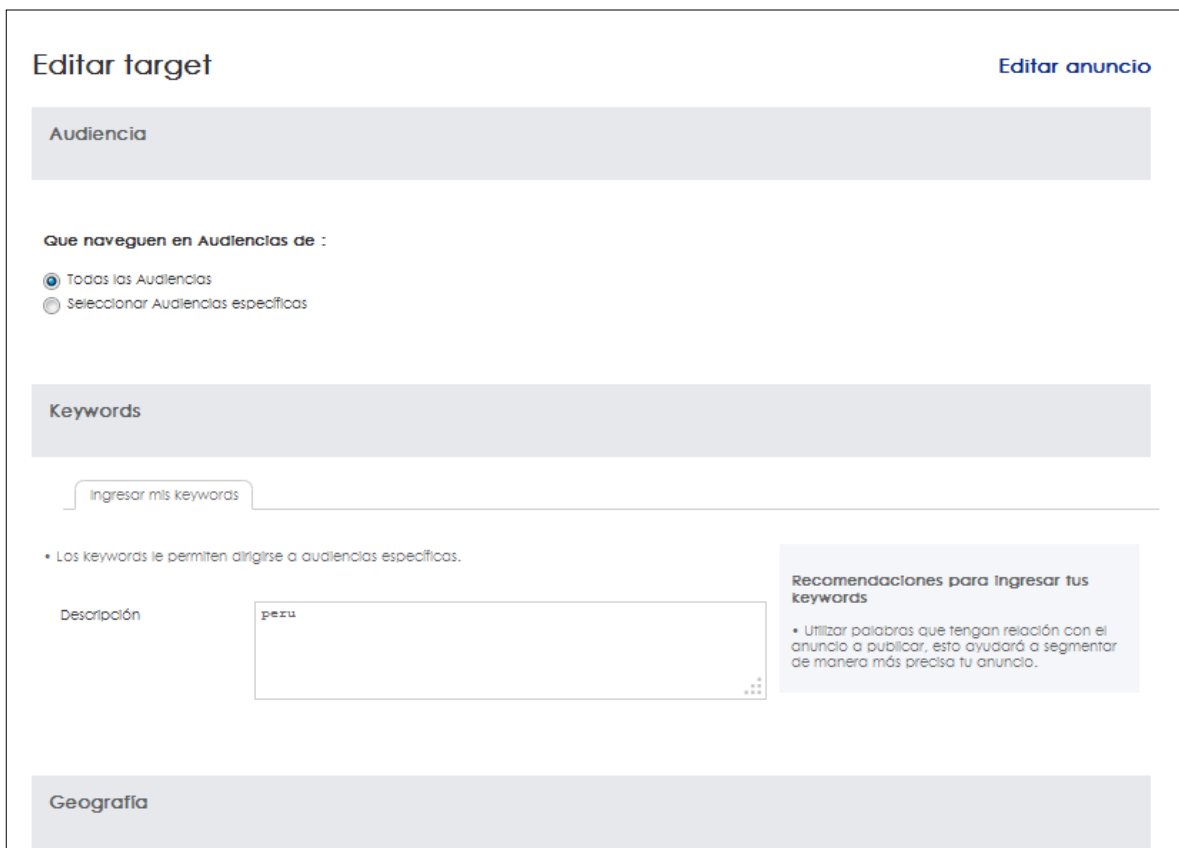


The screenshot shows a table with the following structure:

<< Página 1 >>			
...	CLICS	CTR.	Acciones
o	o	0.00%	 
o	o	0.00%	 

A black arrow points to the 'Editar' icon in the first row of the table.

Gráfico N° 114. Botón editar target



The screenshot shows the 'Editar target' form with the following sections:

- Audiencia**
- Que naveguen en Audiencias de :**
 - Todas las Audiencias
 - Seleccionar Audiencias específicas
- Keywords**
 - Input field: Ingresar mis keywords
 - Text: Los keywords le permiten dirigirse a audiencias específicas.
 - Text: Descripción: peru
 - Text box: **Recomendaciones para Ingresar tus keywords**
 - Utilizar palabras que tengan relación con el anuncio a publicar, esto ayudará a segmentar de manera más precisa tu anuncio.
- Geografía**

Gráfico N° 115. Formulario editar target

3.2.2.4.13. Buscar Campaña

Mis Campañas (16)

[Primero](#) | [< Anterior](#) | [Siguinte >](#) | [Ultimo](#)

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	⏸
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
16/05/2013	cpcl y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	▶

Gráfico N° 116. Buscar Campaña

3.2.2.4.14. Buscar Paginación Campaña

[Primero](#) | [< Anterior](#) | [Siguinte >](#) | [Ultimo](#)

Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	⏸
campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
cpcl y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	▶
campana1597	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸
comiaa	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸

[Primero](#) | [< Anterior](#) | [Siguinte >](#) | [Ultimo](#)

Gráfico N° 117. Buscar paginación Campaña

3.2.2.4.15. Detalle de Campaña

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲
05/08/2013	paque 5	0
22/05/2013	campana cpc pre	0
16/05/2013	cpci y texto	0
09/05/2013	campana1597	0
30/04/2013	taxonomia	0

Gráfico N° 118. Link detalle campaña

e3e3e3er Datos de la campaña [Suspender](#)

Anunciante: Jasmel yupanqui

Nombre de la Campaña: e3e3e3er

Descripción: 20 impresiones por \$/. 30.00 (Soles Peruanos)
Promo Pymes2.Imagen

Fecha de Pago: 12/04/2013 | 18:52:34

Estado: EN EJECUCIÓN

Anuncios (2)
Agregar anuncio

<< Página 1 >>

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	Acciones
11/02/2014	zapatillas Urbanas	0	0	0.00%	
02/02/2014	zapatillas Urbanas	0	0	0.00%	

<< Página 1 >>

Información General de la Campaña

Impresiones programadas:	20
Impresiones cumplidas:	0
Clícs cumplidos:	0
Impresiones restantes:	20
Fecha de alta:	12/04/2013 18:52:34
Cantidad de anuncios:	2

Gráfico N° 119. Detalle de campaña

3.3. FASE DE CONSTRUCCION

En esta fase se desarrolla el 50 % del tiempo de proyecto, en la cual se basará en una iteración

3.3.1. Implementación del Sistema

3.3.1.1. Diagrama de Componentes

En la tabla siguiente se describen los elementos que pueden utilizarse en un diagrama de componentes junto con sus propiedades principales. Para obtener una lista completa de las propiedades de los elementos,

En el presente diagrama de componentes se propone la interacción del usuario desde su navegador mediante http a la aplicación web, la cual interactúa mediante mensajes SOAP y respuestas en formato XML con la Web Services Cxense, con pasarela de pagos y pago efectivo.

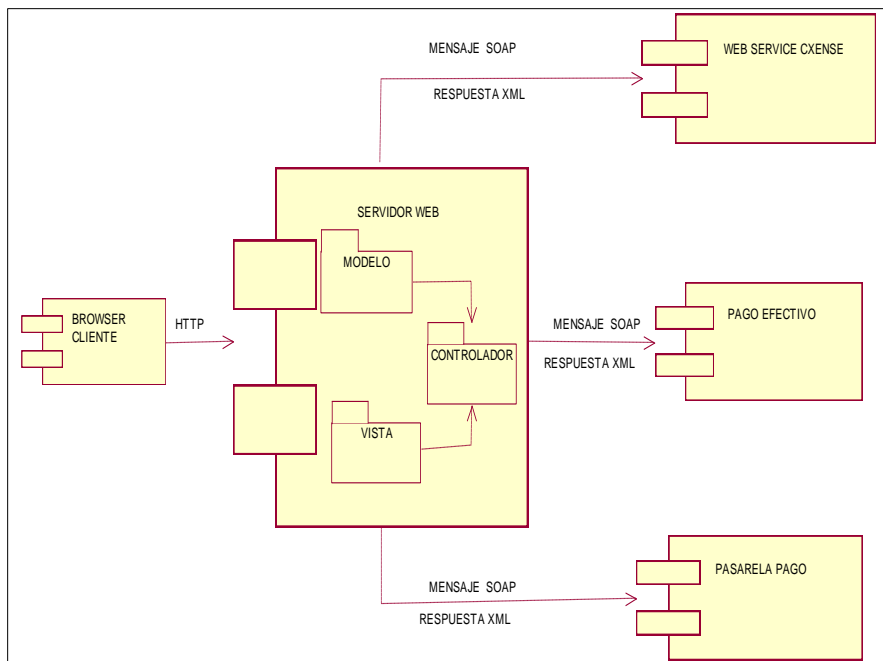


Gráfico Nº 120. Diagrama de Componentes

3.3.1.3. Codificación de requerimientos funcionales

Se programó con PHP 5 utilizando Zend Framework 1 (ZF), el cual es un framework de código abierto para desarrollar aplicaciones web y servicios web con PHP 5. ZF es una implementación que usa código 100% orientado a objetos. En la estructura de los componentes de ZF; cada componente está construido con una baja dependencia de otros componentes.

```
if(isset($_POST["btnEnviar"]))
{
    if ($this->getRequest()->isPost()) {
        $params = $this->_getAllParams();
        if($formRegistro->isValid($params)) {
            $usuario = new Application_Entity_Usuario();
            if($usuario->existEmail($params['email']))
            {
                $dataxml='<?xml version="1.0"?>
                <cx:newUser xmlns:cx="http://cxense.com/cxad/api/cxad">
                <cx:user>
                <cx:username>'. $params['email']. '</cx:username>
                <cx:password><![CDATA['. $params['pass']. ']]></cx:password>
                <cx:firstName>'. $params['name']. '</cx:firstName>
                <cx:surname>'. $params['apellido']. '</cx:surname>
                <cx:email>'. $params['email']. '</cx:email>
                <cx:question>perured</cx:question>
                <cx:answer>perured</cx:answer>
                <cx:openIdUrl>http://www.domain.com/profiles/111222333444555666777</cx:openIdUrl>
                <cx:signUpDate>2012-10-31T02:24:36.203Z</cx:signUpDate>
                <cx:signUpIpAddress>127.0.0.1</cx:signUpIpAddress>
                </cx:user>
                <cx:groups>
                <cx:group>SELFSESVAD</cx:group>
                </cx:groups>
                <cx:sendEmailNotification>>false</cx:sendEmailNotification>
                </cx:newUser>;
```

Gráfico Nº 122. Código de Creación de usuario

```

public function prepararCampania($numeroDocumento, $tipoDocumeto,$sidPaqueteGratis= null) {
    $idCliente = $this->_identity->usuario_id;
    if (!isset($this->_sessionCustomer->pasoDos) ||
        !isset($this->_sessionCustomer->pasoUno)) {

        $this->_redirect('/customer/campania');
    }
    $campania = new Application_Entity_Campania();
    $campania->setPropertie('_usuario', $this->_identity->usuario_id);
    $campania->setPropertie('_nombre', $this->_sessionCustomer->pasoUno['nombre']);
    $campania->setPropertie('_tipo', $this->_sessionCustomer->pasoUno['tipoCampania']);
    $campania->setPropertie('_paquete', $this->_sessionCustomer->pasoUno['paquete']);
    $campania->setPropertie('_fechaInicio', $this->_sessionCustomer->pasoUno['fechaInicio']);
    $campania->setPropertie('_limiteDineroDia', $this->_sessionCustomer->pasoUno['limiteDineroDia']);
    $campania->setPropertie('_limiteImpresionesDia', $this->_sessionCustomer->pasoUno['impresionesDia']);
    $campania->setPropertie('_allMedios', $this->_sessionCustomer->pasoDos['selectAllMedios']);
    $campania->setPropertie('_medios', $this->_sessionCustomer->pasoDos['medios']);
    $campania->setPropertie('_allGeneros', '0');//$this->_sessionCustomer->pasoDos['selectAllGeneros']
    $campania->setPropertie('_generos', $this->_sessionCustomer->pasoDos['generos']);
    $campania->setPropertie('_allEdades', '0');//$this->_sessionCustomer->pasoDos['selectAllRandoEdad']
    $campania->setPropertie('_edades', $this->_sessionCustomer->pasoDos['edades']);
    $campania->setPropertie('_allCategorias', $this->_sessionCustomer->pasoDos['selectAllCategorias']);
    $campania->setPropertie('_categorias', $this->_sessionCustomer->pasoDos['categorias']);
    $campania->setPropertie('_selectGeografia', $this->_sessionCustomer->pasoDos['geografia']);
    $campania->setPropertie('_paises', $this->_sessionCustomer->pasoDos['paises']);
    $campania->setPropertie('_keyword', str_replace(' ', '$this->_sessionCustomer->pasoDos[keywords]'));
    $campania->setPropertie('_idioma', $this->_sessionCustomer->pasoDos['idioma']);
    $campania->setPropertie('_allDispositivos', $this->_sessionCustomer->pasoDos['allDispositivos']);
}

```

Gráfico Nº 123. Código de creación de campaña

```

public function prepararAnuncioAction() {
    if (empty($this->_identity->usuario_id)) {
        $this->_redirect('/');
        exit;
    }
    $form = new Application_Form_RegistrarAnuncio();
    $campania = new Application_Entity_Campania();
    $this->view->CrearAnuncioTePertenece = true;
    if (!$campania->perteneceCampania($this->_identity->usuario_id, $this->_getParam('campania'))) {
        echo '<center>la campania no te pertenece</center>';
        $this->view->CrearAnuncioTePertenece = false;
        return 0;
    }

    $campania->identify($this->_getParam('campania'));
    $anuncios = $campania->getAnuncios();
    $this->view->nombreCampania = $campania->getPropertie('_nombre');
    $this->view->tipo = $campania->getPropertie('_tipo');
    $this->view->cxenseCampanaId = $campania->getPropertie('_cxenseCampanaId');
    $this->view->headScript()->appendScript('
        $(document).ready(function(){
            r button = $("#upload_button"), interval;
            new AjaxUpload("#upload_button", {
                action: "/customer/campania/upload-img-ajax",
                onSubmit : function(file , ext){

```

Gráfico Nº 124. Código de creación de anuncio

```

public function editarAnuncioAction() {

    if (empty($this->_identity->usuario_id)) {
        $this->_redirect('/');
        exit;
    }

    $form = new Application_Form_RegistrarAnuncio();
    $pieza = new Application_Entity_Pieza();
    $this->view->EditarAnuncioTePertenece = true;
    if (!$pieza->pertenecePieza($this->_identity->usuario_id, $this->_getParam('pieza'))) {
        echo '<center>el pieza no te pertenece</center>';
        $this->view->EditarAnuncioTePertenece = false;
        return 0;
    } else {
        $pieza->identify($this->_getParam('pieza'));
        $campania = new Application_Entity_Campania();
        $campania->identify($pieza->getPropertie('_campaniaId'));
        $this->view->nombreCampania = $campania->getPropertie('_nombre');
        $this->view->idCampania = $campania->getPropertie('_id');
        $this->view->idPieza = $this->_getParam('pieza');
        $this->view->tipo = $campania->getPropertie('_tipo');
        $this->view->cxenseCampanaId = $campania->getPropertie('_cxenseCampanaId');

        $this->view->headScript()->appendScript('
            $(document).ready(function() {
                $("#vista_descripcion").text($("#descripcion").text());
            });
        ');
    }
}

```

Gráfico Nº 125. Código de edición de anuncio

```

    }
}
else
{
    $AllCategoriasAudiencia = Core_Utils::fetchPairs(Application_Entity_CategoriaAudiencia::getCategorias());
    foreach ($AllCategoriasAudiencia as $keyCategory => $valueCxenseRoot) {
        $dataCategoriaAudiencia=$modelCategoriaAudiencia->getCategoriaRow($keyCategory);
        $keywordDataTaxonomia=$keywordDataTaxonomia. '<cx:keywordData>
            <cx:text>'. $dataCategoriaAudiencia['categoria_audiencia_cxense']. '</cx:text>
            <cx:keywordMatchType>PHRASE</cx:keywordMatchType>
            <cx:language>ES</cx:language>
            <cx:bid_currencyCode="PEN" value="'. $dataPaqueteTipo['paquete_value']. '</cx:bid_currencyCode>
            <cx:state>ACTIVE</cx:state>
            </cx:keywordData>';
    }
}

$dataXmlKeyword = '<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
    <cx:keyword xmlns:cx="http://cxense.com/cxad/api/cxad">
        <cx:templateId>'. $templateKeywordId. '</cx:templateId>
        <cx:keywordData>'. $keywordDataTaxonomia. '
    </cx:keyword>';

$resultKeywordCxense=$Cxense->createKeyword($dataXmlKeyword,$adId, $dataUser['usuario_email'], $dataUser['usuario_email']);
$modelPieza->update(array('featureId_keyword'=>$resultKeywordCxense['cx:keyword']['cx:featureId'], $dataPieza['p']);
Core_Log::errorCxense('Crear keyword:'. print_r($resultKeywordCxense,true));

Core_Log::errorCxense('Crear keyword xml :'. print_r($dataXmlKeyword,true));
}

```

Gráfico Nº 126. Código de campaña en Cxense

```

public function eliminarAnuncioAction() {
    $piezaeliminar = new Application_Entity_Pieza();
    $piezaeliminar->eliminar();
    $this->flashMessenger->success('Su Anuncio se elimino correctamente');
    $this->_redirect('/customer/campania/detallecampania/id/' . $piezaeliminar->getPropertie('_cxenseCampanaId'));
}

public function crearAnuncioAction() {
    if (empty($this->_identity->usuario_id)) {
        $this->_redirect('/');
        exit;
    }
    $form = new Application_Form_RegistrarAnuncio();
    $campania = new Application_Entity_Campania();
    $this->view->CrearAnuncioTePertenece = true;
    if (!$campania->perteneceCampania($this->_identity->usuario_id, $this->_getParam('campania'))) {
        echo '<center>la campania no te pertenece</center>';
        $this->view->CrearAnuncioTePertenece = false;
        return 0;
    }
}

```

Gráfico Nº 127. Código de eliminación de anuncio

```

<?php
class Pagos_PagoefectivoController extends Core_Controller_ActionAdmin {

    public function init() {
        parent::init();
        $this->_helper->layout()->disableLayout();
        $this->_helper->viewRenderer->setNoRender();
    }

    public function urlokAction() {
        $pago = new Application_Entity_Pago(Application_Entity_Pago::TIPOPAGOPAGOEFECTIVO);
        $pago->confirmarPago(
            Application_Entity_Pago::CONFAGOOK,
            $this->_getParam('transaccion'));
    }

    public function urlerrorAction() {
        $pago = new Application_Entity_Pago(Application_Entity_Pago::TIPOPAGOPAGOEFECTIVO);
        $pago->confirmarPago(
            Application_Entity_Pago::CONFAGOERROR,
            $this->_getParam('transaccion'));
        $config = array('port' => CORREO_PORT);
        $str = new Zend_Mail_Transport_Smtp(CORREO_IP, $config);
        Zend_Mail::setDefaultTransport($str);
        $mail = new Zend_Mail();
        $mail->setFrom(CORREO_FROM);
        $mensaje = '<h3>Error Pagoefectivo</h3><p>';
        $mensaje .= '<p>Mensaje Error: Error al ejecutarse el pago';
    }
}

```

Gráfico Nº 128. Código de pago efectivo


```

<?php
class Pagos_PasarelaController extends Core_Controller_ActionAdmin {

    public function init() {
        parent::init();
        $this->_helper->layout()->disableLayout();
        $this->_helper->viewRenderer->setNoRender();
    }

    public function urlokAction() {

        $this->view->headScript()->appendScript("
            var cX = cX || {}; cX.callQueue = cX.callQueue || [];
            cX.callQueue.push(['setAccountId', '9222268904439147011']);
            cX.callQueue.push(['setSiteId', '9222307045490772953']);
            cX.callQueue.push(['setCustomParameters', { cxad_trail: 'conversion', cxad_ad_folder: '00000000013d83ef', cxad_campaign: '00000001
            cX.callQueue.push(['sendPageViewEvent']);

            (function() { try { var scriptEl = document.createElement('script'); scriptEl.type = 'text/javascript'; scriptEl.async = 'async';
            scriptEl.src = ('https:' == document.location.protocol) ? 'https://sodn.cxense.com/cx.js' : 'http://cdn.cxense.com/cx.js';
            var targetEl = document.getElementsByTagName('script')[0]; targetEl.parentNode.insertBefore(scriptEl, targetEl); } catch (e) {});
            ");

            $arrayTipoPasarela = array(
                '1' => Application_Entity_Pago::TIPOPAGOVISA,
                'A' => Application_Entity_Pago::TIPOPAGOMASTERCARD);
            $tipoPago = $arrayTipoPasarela[$this->getParam('egg_est')];
            $pago = new Application_Entity_Pago($tipoPago);
            $page->confirmarPago(Application_Entity_Pago::CONFIRMAR_PAGO, $this->getParam('egg_est'));

```

Gráfico Nº 129. Código de pasarela de pago

```

<?php
class Application_Model_Pieza extends Core_Model {

    protected $_tablePieza;
    protected $_tableCampania;
    protected $_tableAnuncio;
    public function __construct() {
        $this->_tablePieza = new Application_Model_DbTable_Pieza();
        $this->_tableCampania = new Application_Model_DbTable_Campania();
        $this->_tableAnuncio = new Application_Model_DbTable_Anuncio();
    }

    /**
     * metodo getPieza(), devuelve todos los datos de un Pieza
     * @param $idPieza id de la Pieza
     * @return array devuelve un array asociativo con las columnas y su respe
     */
    function getPieza($idPieza) {
        $smt = $this->_tablePieza->select()
            ->where('pieza_id =?', $idPieza)
            ->query();
        $result = $smt->fetch();
        $smt->closeCursor();
        return $result;
    }

    function getPiezaCampania($idCampania) {
        $smt = $this->_tablePieza->select()
            ->where('campania_id =?', $idCampania)
            ->query();

```

Gráfico Nº 130. Código de modelo de pieza

3.4. FASE DE TRANSICION

Esta fase contempla el 20% del tiempo del proyecto, en el cual se traslada el sistema a la comunidad de usuarios del entorno web. Una vez que el sistema ha sido instalado en el entorno del usuario se realiza la verificación de la versión

Se verificará que sistema esté completo, en un nivel aceptable de calidad.

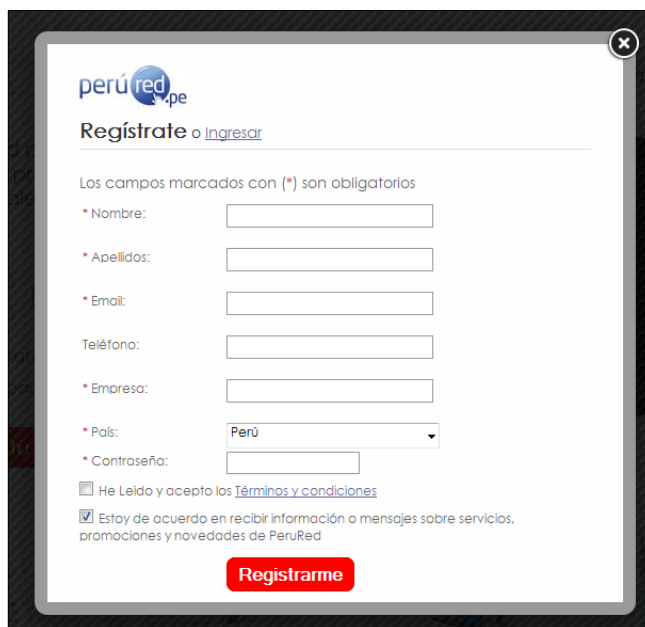
3.4.1. Pruebas del Sistemas

En esta fase se verificará cada uno de los casos de uso para ver su comportamiento en un entorno de producción.

3.4.1.1. Modelo de Casos de Uso de Pruebas del Sistema

3.4.1.1.1. Crear Cuenta

Esta opción le mostrará el formulario completo de registro donde se pedirá los datos de nombre, apellido, email, empresa, contraseña, teléfono y país.



The image shows a registration form for PeruRed.pe. At the top left is the logo 'perú red .pe'. Below it are the links 'Regístrate' and 'Ingresar'. A note states: 'Los campos marcados con (*) son obligatorios'. The form contains the following fields: 'Nombre:' (required), 'Apellidos:' (required), 'Email:' (required), 'Teléfono:', 'Empresa:' (required), 'País:' (dropdown menu with 'Perú' selected), and 'Contraseña:' (required). Below the fields are two checkboxes: 'He Leído y acepto los [Términos y condiciones](#)' and 'Estoy de acuerdo en recibir información o mensajes sobre servicios, promociones y novedades de PeruRed'. At the bottom center is a red button labeled 'Regístrate'.

Gráfico N° 131. Formulario de Registro

Una vez realizado el registro, el sistema mostrará un mensaje donde le avisará al usuario que su cuenta está casi lista para usar y que se le envió un email a la cuenta de correo ingresada con un enlace para proceder a activar su cuenta.

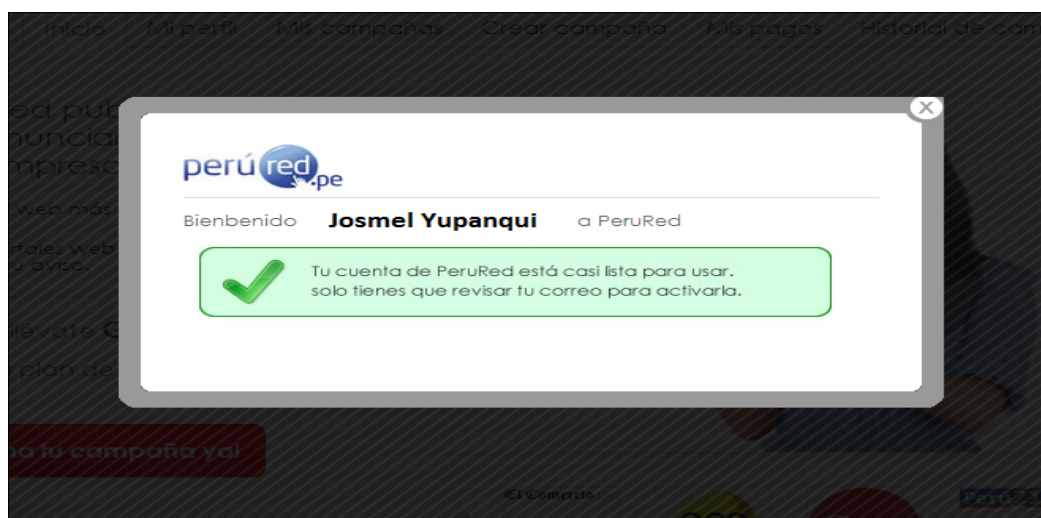


Gráfico N° 132. Aviso de registro de cuenta

3.4.1.1.2. Validar Cuenta

En el correo de confirmación de registro se adjuntará un enlace para la activación de la cuenta. Cuando el usuario le dé clic a dicho enlace, se le re direccionará a una ventana de confirmación en el portal de PerúRed donde se le informará que su cuenta está activa; desde ese momento ya puede hacer uso de todas las opciones de su panel

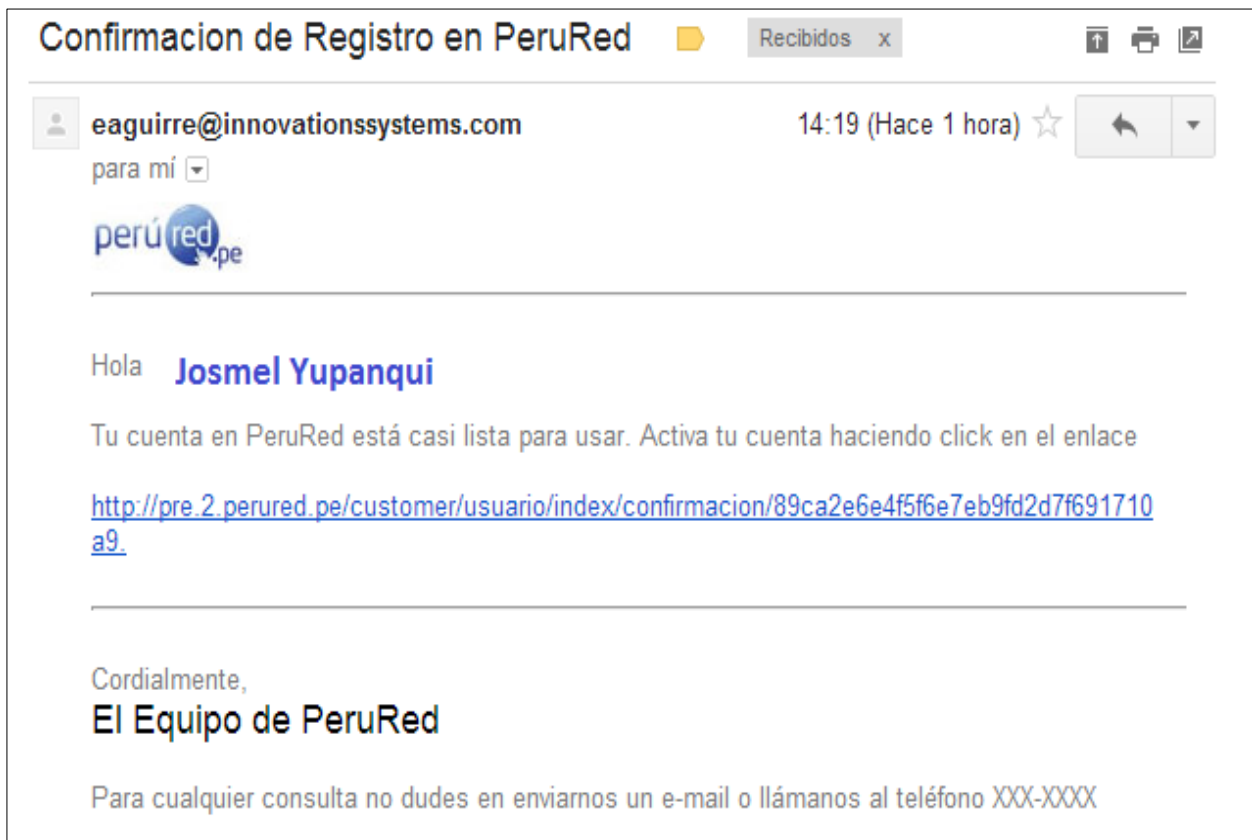


Gráfico N° 133. Mail de confirmación de registro

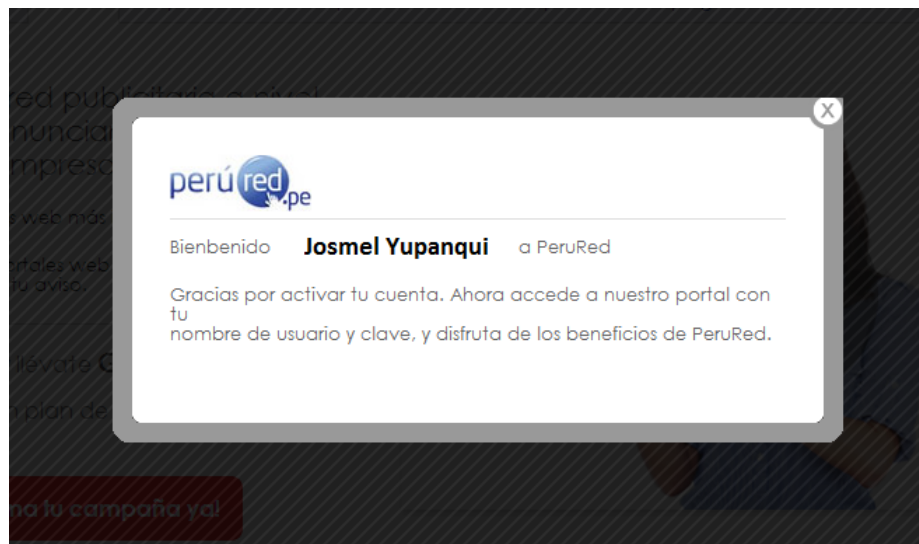


Gráfico N° 134. Mensaje de confirmación de registro

Al momento de confirmar el registro se enviará un nuevo correo al usuario en el cual se le informará que se le otorga un pack de regalo de 177 soles (20,000 impresiones), el cual podrá ser utilizado para la creación de una campaña y a su vez en el mismo correo se le informará los pasos que debe realizar para utilizar dicho paquete



Gráfico Nº 135. Diseño del correo enviado una vez activada tu cuenta

3.4.1.1.3. Recuperar contraseña

El usuario deberá ingresar su correo electrónico para poder proceder a recuperar su contraseña



The screenshot shows a web browser window with the PerúRed logo at the top left. The main heading is "Recuperar tu clave". Below it, a message reads: "Para recuperarla ingrese el email con el que se registró". There is an "Email:" label followed by a text input field. At the bottom, there are two buttons: a red "Enviar" button and a blue "Ingresar" button with a small "o" between them.

Gráfico N° 136. Formulario de recuperación de contraseña

El sistema generará una Url la cual será enviada al correo electrónico del usuario para poder cambiar su contraseña.

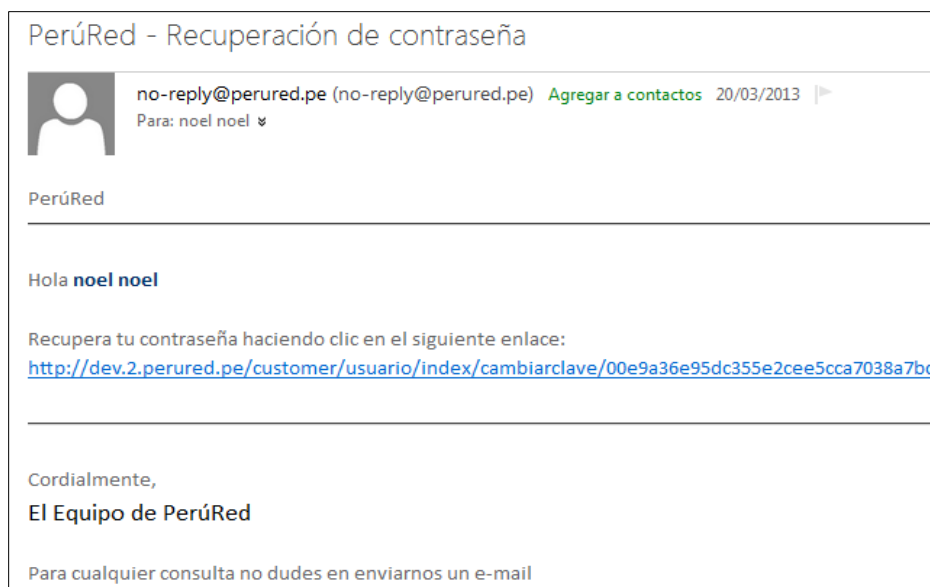


Gráfico N° 137. Correo electrónico de recuperación de contraseña

Una vez que el usuario cambie la contraseña, el sistema le enviará un correo electrónico informativo indicándole que su contraseña ha sido cambiada exitosamente.



Gráfico Nº 138. Correo electrónico de verificación de contraseña

3.4.1.1.4. Login

En el Proceso de Login, el usuario ingresa su correo electrónico (User) y su contraseña (la cual debe tener como mínimo 6 caracteres)

The image shows a login form for PerúRed. At the top left is the "perú red .pe" logo. Below it is the text "Ingresa a tu cuenta" with a link "¿Aún no tienes cuenta? Regístrate". There are two input fields: "E-mail:" containing "noel_1705@hotmail.com" and "Clave:" containing six dots. Below the password field is a link "¿Olvidaste tu contraseña?". At the bottom is a red button labeled "Ingresar". The form is enclosed in a grey border with a close button in the top right corner.

Gráfico Nº 139. Formulario de Login

Si los datos ingresados son erróneos o el usuario no existe en el sistema, se muestra el siguiente mensaje.



Gráfico Nº 140. Validación de datos

Si los datos ingresados son correctos, el sistema muestra la cuenta del usuario.

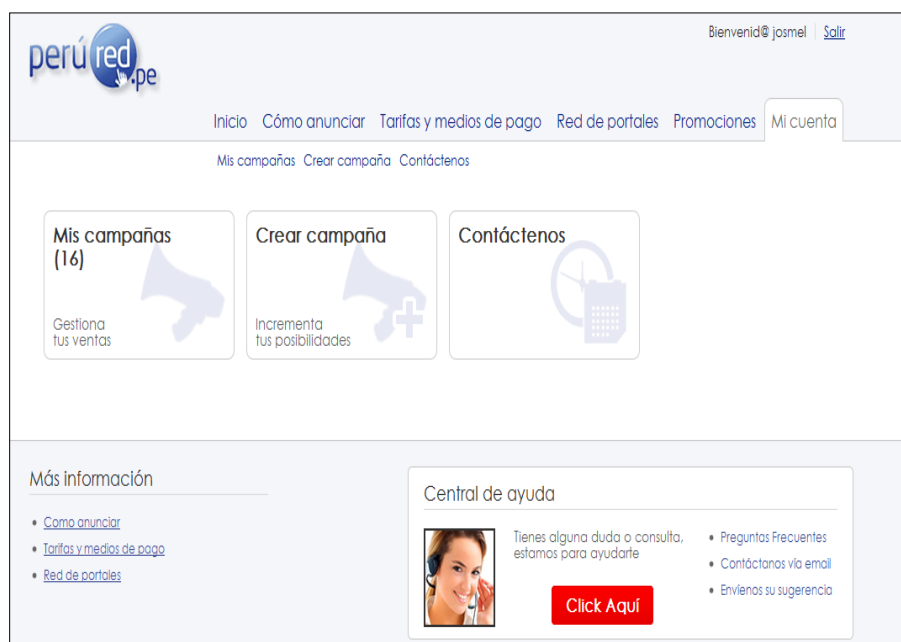


Gráfico Nº 141. Página de Perfil de usuario

3.4.1.1.5. Crear Campaña

Los pasos a seguir por el usuario para usar su cupón de descuento son los siguientes:

- Crear campaña
- Crear anuncio
- Crear segmentación del anuncio
- Finalizar campañas creada

Si el usuario accede directamente desde el enlace enviado a su cuenta de correo o ingrese directamente desde el portal, la interface de creación de campañas, se visualizará de la siguiente manera:

Paso 1: Crea tu campaña

Datos de Campaña Target de Anuncio Confirmación

Ingresar los datos necesarios para crear tu producto

Datos de campaña

- Nombre de campaña
- Tipo
- Selecciona tu paquete
Paquete 1 Imagen + texto 20,00 impresiones - **GRATIS**
Paquete 1 Imagen + texto 20,000 impresiones - GRATIS
Paquete 1 Imagen + texto 20,000 impresiones - \$/ 177.00
Paquete 2 Imagen + texto 50,000 impresiones - \$/ 443.00
Paquete 3 Imagen + texto 100,000 impresiones - \$/ 885.00
- Límite dinero por día
- Límite impresiones por día

Consejo para formato

- Puedes seleccionar Banner - Link texto, que consta de datos exclusivamente con texto sin imagen.
- Puedes seleccionar Banner - JPG, que consta de datos exclusivamente con texto e imagen.

Gráfico N° 142. Pantalla de registro de campaña

En el combo de paquetes se podrá visualizar todos los paquetes existentes y el paquete de regalo se mostrará con un texto “Gratis” al lado derecho el cual le permitirá identificar al usuario cuál es su pack de regalo.

Cabe mencionar que en el combo de paquetes los datos se mostrarán con un texto “Gratis” debido a que se validará si el usuario tiene un pack gratuito, para ello se consultará la tabla “pack_gratuito” el cual a su vez me permitirá saber si el paquete otorgado al usuario ya fue utilizado.

Una vez que el usuario haya utilizado su paquete de regalo el texto “Gratis” ya no deberá mostrarse.

The image shows a web form titled "Datos del anuncio" (Advertisement Data). The form contains several input fields and a preview section:

- Título**: A single-line text input field.
- Descripción**: A multi-line text input field with a character count below it: "Te quedan 180 caracteres".
- Subir imagen**: A file upload input field with an "Examinar" button to its right.
- URL destino**: A single-line text input field with a character count below it: "Te quedan 500 caracteres".
- URL visible**: A single-line text input field with a character count below it: "Te quedan 49 caracteres".
- Vista previa**: A preview window showing a placeholder for an advertisement. The placeholder has a header "Avisos PERÚRED" and a link "Anuncia aquí".

At the bottom of the form, there are two buttons: "Cancelar" (grey) and "Continuar" (red).

Gráfico N° 143. Pantalla de registro de Anuncio

Una vez creada la campaña y el anuncio, se procederá a crear la segmentación del anuncio el cual podrá especificar la audiencia a la cual desea llegar en base a los criterios de segmentación ofrecidos.

Paso 2: Target del anuncio

Datos de Campaña Target de Anuncio Confirmación

Ingresar los datos necesarios para el target de tu anuncio

Medio

• Seleccione el Medio o Medios para segmentar su audiencia.

Mostrar en todos los medios que pertenecen PerÚRed.

Seleccionar solo algunos medios de PerÚRed.

Audiencia

• Seleccione los filtros para la segmentación de tu público objetivo (sexo y edad).

• Seleccione la audiencia o las audiencias que más se acerquen a su público objetivo.

Que naveguen en Audiencias de :

Todas las Audiencias

Seleccionar Audiencias específicas

Keywords

Ingresar mis keywords

• Los keywords le permiten dirigirse a audiencias específicas.

Descripción

Recomendaciones para Ingresar tus keywords

• Utilizar palabras que tengan relación con el anuncio a publicar, esto ayudará a segmentar de manera más precisa tu anuncio.

Geografía

• Seleccione la zona geográfica para difundir su anuncio.

Gráfico N° 144. Formulario de Target

Finalizar campaña creada

Una vez creada la segmentación, el usuario procederá a presionar el botón “Continuar” y se visualizará la ventana que corresponde al tercer paso, en el cual se podrá visualizar en la parte inferior un restante que corresponde a la bonificación otorgada al usuario; para finalizar con el tercer paso solo deberá de presionar el botón “Finalizar”, una vez hecho esto se mostrará un mensaje el cual le indicará que su campaña fue creada de forma satisfactoria

Paso 3: Confirmación

Confirma los datos de tu campaña

Datos de Campaña Target de Anuncio Confirmación

Datos del anuncio

Campaña de prueba
Es una campaña de prueba
<http://www.ingles.com>

Target de anuncio

Audiencia: Todas las Audiencias
Geografía: Mataró en Perú

Datos de la campaña

Nombre de campaña:
campaña de prueba

CPC Pack1:
100 Cils por S/.260(Soles Peruanos) CPC Pack1

Total: S/. 260.00

Puede cancelar el monto de aviso hasta antes de la fecha de cierre (viernes a las 23:59 pm). Pasado esta fecha, la publicación se realizará la siguiente semana. Una vez efectuado el pago el aviso no está sujeto a reembolso.

Tipo de Comprobante

Desea una:

Boleta
 Factura

Lista de R.U.C. Utilizados

• R.U.C.

• Razón Social

• Domicilio

• País

Departamento

Método de Pago

Pagar sin Tarjeta de Crédito

PAGO Efectivo Compra con PagoEfectivo y paga a través de Internet o en cualquier oficina del BCP, BBVA, Scotiabank, Interbank y en establecimientos autorizados que tengan el logo de PagoEfectivo y/o FullCargo.
[¿Qué es PagoEfectivo?](#)

Pagar con Tarjeta de Crédito

VISA Paga con tarjeta de crédito VERIFIED by VISA

MasterCard Paga con tarjeta de crédito Mastercard. Se aceptan tarjetas Curacao, Casa, Ace Home Center, Ripley y afiliados.

Pagar

Gráfico Nº 145. Formulario de Pago

3.4.1.1.6. Mis Campañas

Para que el usuario visualice sus campañas creadas, estas deben de estar pagadas. El usuario debe acceder a la pestaña “Mis campañas”

El usuario podrá visualizar todas sus campañas creadas

perú red .pe

Bienvenid@ jsmel | [Salir](#)

[Inicio](#) [Cómo anunciar](#) [Tarifas y medios de pago](#) [Red de portales](#) [Promociones](#) [Mi cuenta](#)

[Mis campañas](#) [Crear campaña](#) [Contáctenos](#)

Mis Campañas (16)

[Buscar](#) [Crear campaña](#)

[Primero](#) | [< Anterior](#) | [Siguiente >](#) | [Ultimo](#)

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	
16/05/2013	cpci y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	
09/05/2013	campana1597	0	0	0.00%	0.00	8.85	
30/04/2013	taxonomiaa	0	0	0.00%	0.00	8.85	

[Primero](#) | [< Anterior](#) | [Siguiente >](#) | [Ultimo](#)

Gráfico N° 146. Formulario de mis campañas

3.4.1.1.7. Suspender Campaña

El usuario podrá suspender su campaña, haciendo clic al ícono que se muestra en la imagen



Primero | < Anterior | Siguiente > | Ultimo

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.45	0.00	⏸
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
16/05/2013	cpcl y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	⏸

Clic para suspender campaña

Gráfico Nº 147. Suspender Campaña

El sistema mostrará la alerta, para verificar la acción de suspender campaña



Mis Campañas (16)

¿Esta seguro que desea suspender la campaña?

Crear campaña

Primero | < Anterior | Siguiente > | Ultimo

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	▶
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
16/05/2013	cpcl y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	▶
09/05/2013	campana1597	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸
30/04/2013	taxonomia	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸

Primero | < Anterior | Siguiente > | Ultimo

Gráfico Nº 148. Validación de suspender campaña





Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	

Gráfico N° 149. Campaña suspendida

3.4.1.1.8. Activar Campaña

El usuario podrá reactivar su campaña, haciendo clic al ícono que se muestra en la imagen.

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	

clic para reactivar campaña →

Gráfico N° 150. Reactiva campaña

El sistema mostrará la alerta, para verificar la acción de reactivar campaña

The screenshot shows a web interface titled "Mis Campañas (16)". A modal dialog box is centered on the screen, asking "¿Esta seguro que desea reactivar la campaña?" with "Aceptar" and "Cancelar" buttons. In the background, a table lists campaigns with columns for Fecha, Nombre, IMPS, CLICS, CTR, CPC, CPM, and Acto. A red "Crear campaña" button is visible in the top right.

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	▶
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
16/05/2013	opci y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	▶
09/05/2013	campana1597	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸
30/04/2013	taxonomias	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸

Gráfico Nº 151. Validación de reactivar campaña

This is a close-up view of the table from the previous screenshot, focusing on the 'Acto' column. The first two rows show pause icons (⏸), indicating that the campaigns are currently inactive.

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	⏸
22/05/2013	campana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸

Gráfico Nº 152. Campaña reactivada

3.4.1.1.9. Agregar Anuncio

El usuario podrá agregar un nuevo anuncio en su campaña haciendo clic al ícono “Agregar anuncio”.



Gráfico Nº 153. Botón agregar anuncio

El sistema mostrará el formulario para registrar un nuevo anuncio.

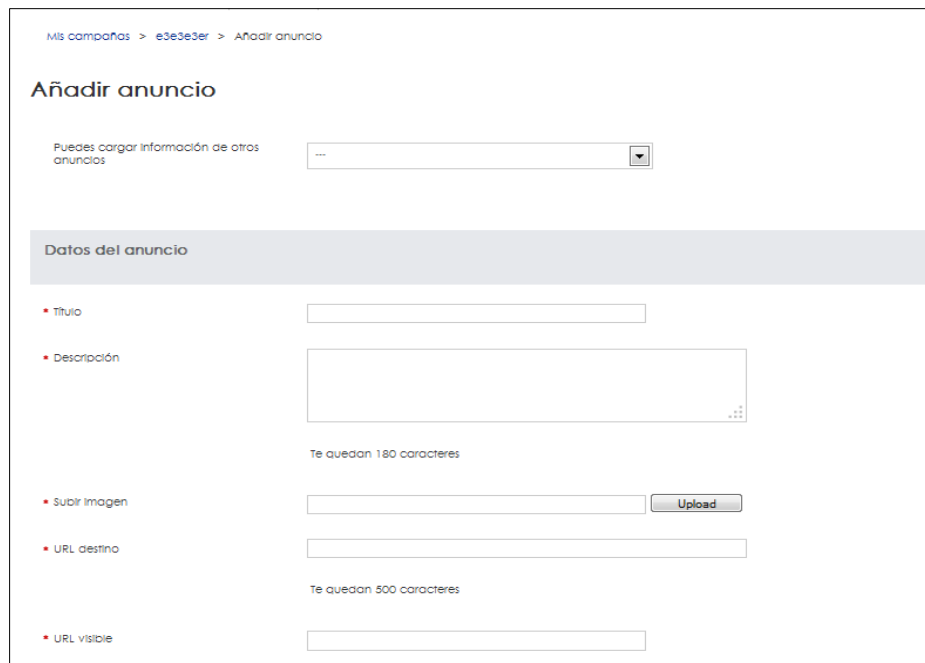
A screenshot of a web form titled 'Añadir anuncio'. The form is part of a campaign management system, as indicated by the breadcrumb 'Mis campañas > e3e3e3e3 > Añadir anuncio'. The form includes a dropdown menu for selecting other ads. Below this, there is a section titled 'Datos del anuncio' with several input fields: 'Título' (Title), 'Descripción' (Description) with a character count of 'Te quedan 180 caracteres', 'Subir imagen' (Upload image) with an 'Upload' button, 'URL destino' (Destination URL) with a character count of 'Te quedan 500 caracteres', and 'URL visible' (Visible URL).

Gráfico Nº 154. Formulario a anuncio

Si el anuncio se crea correctamente, el sistema muestra el siguiente mensaje.

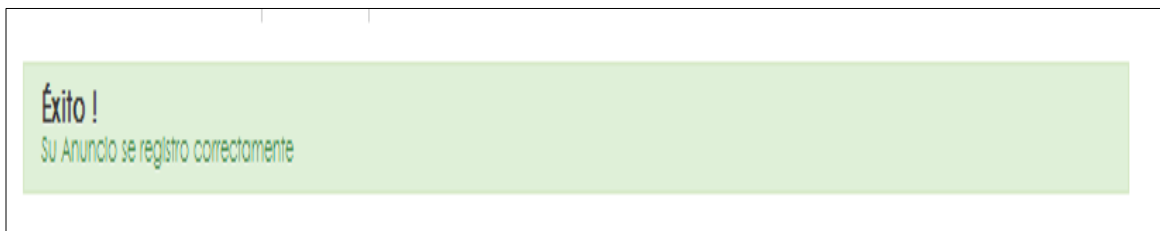


Gráfico N° 155. Mensaje de éxito

3.4.1.1.10. Editar Anuncio

El usuario podrá editar su anuncio haciendo clic en la imagen siguiente.

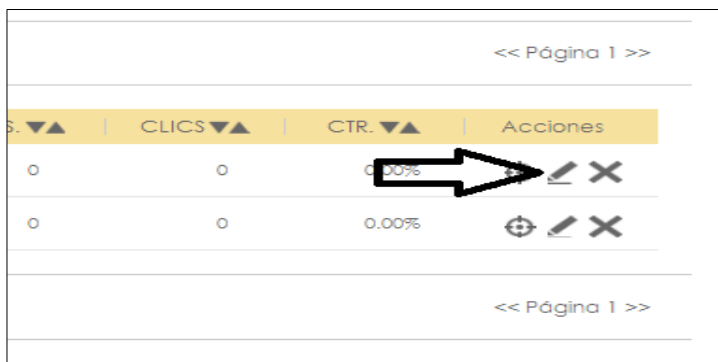


Gráfico N° 156. Botón editar anuncio

Se le mostrará el formulario con los datos de su anuncio.

Editar anuncio [Editar target](#)


Datos del anuncio

- Titulo**
- Descripción**
Te quedan 0 caracteres
- Subir imagen**
- URL destino**
Te quedan 466 caracteres
- URL visible**
Te quedan 15 caracteres

Vista previa

Avisos PERÚRED [anuncia aquí](#)

anuncio de venta de articulos depor



Empresa de Producción de Comercialización de Artículos Deportivos (EDCA): Pertenece al INDER, fundada en 1965 con el objetivo de garantizar las necesidades materiales del Deporte e

<http://www.articulosdeportivos.com>

Gráfico Nº 157. Formulario editar anuncio

Si los cambios fueron guardados correctamente, el sistema mostrará el siguiente mensaje.

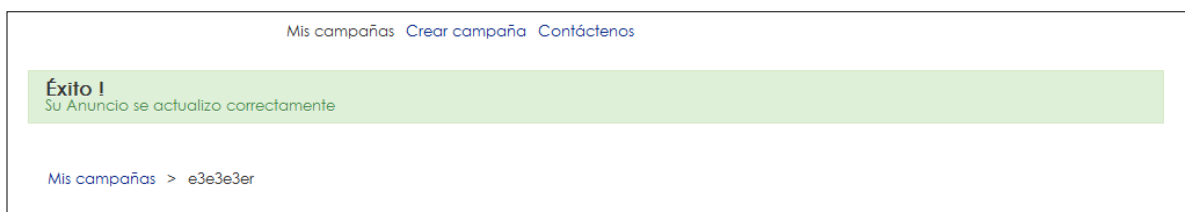
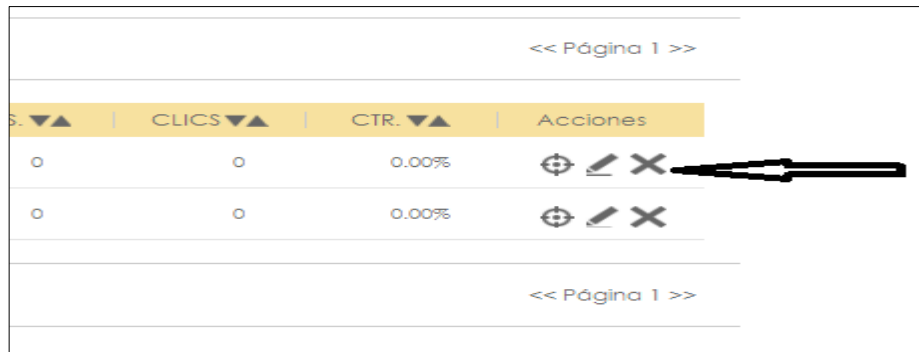


Gráfico Nº 158. Mensaje de éxito

3.4.1.1.11. Eliminar Anuncio

El usuario podrá eliminar su anuncio haciendo clic en la imagen siguiente.



The screenshot shows a table with columns for 'S.', 'CLICS', 'CTR.', and 'Acciones'. The 'Acciones' column contains three icons: a plus sign, a pencil, and an 'X'. A black pen is pointing to the 'X' icon in the first row. The table is surrounded by navigation arrows labeled '<< Página 1 >>'.

S. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	Acciones
0	0	0.00%	⊕ ✎ ✕
0	0	0.00%	⊕ ✎ ✕

Gráfico N° 159. Botón eliminar anuncio

El sistema mostrará mensaje de conformidad de la acción.

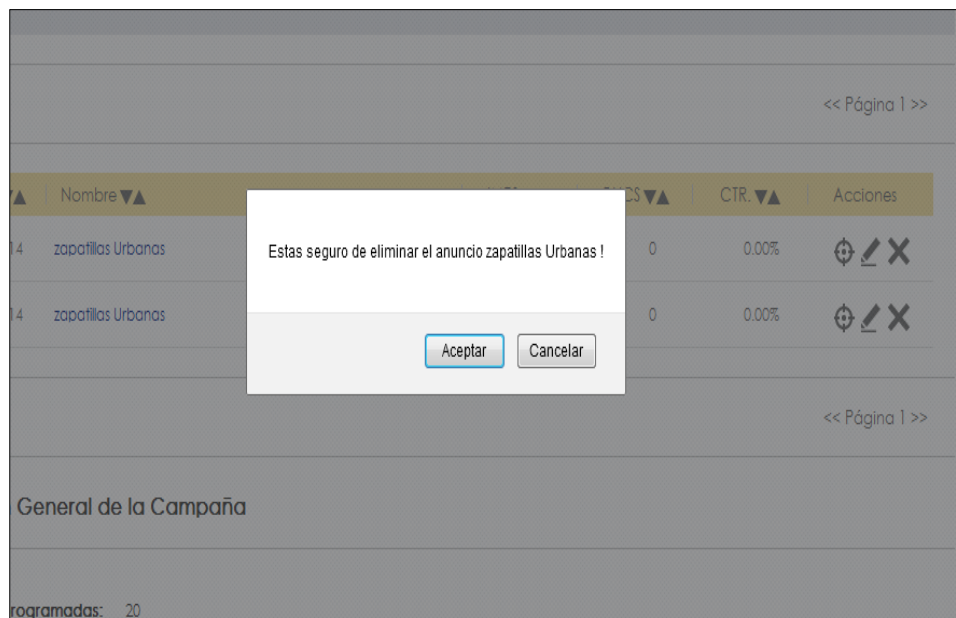
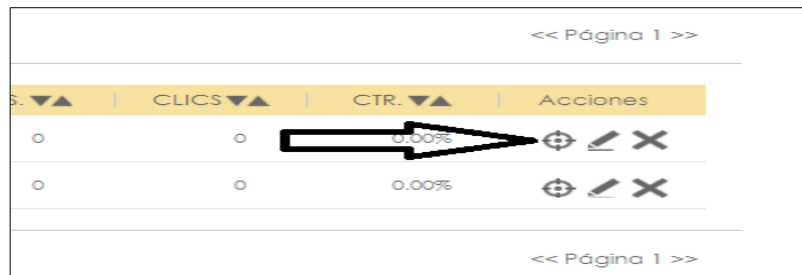


Gráfico N° 160. Validación eliminar anuncio

3.4.1.1.12. Editar Target

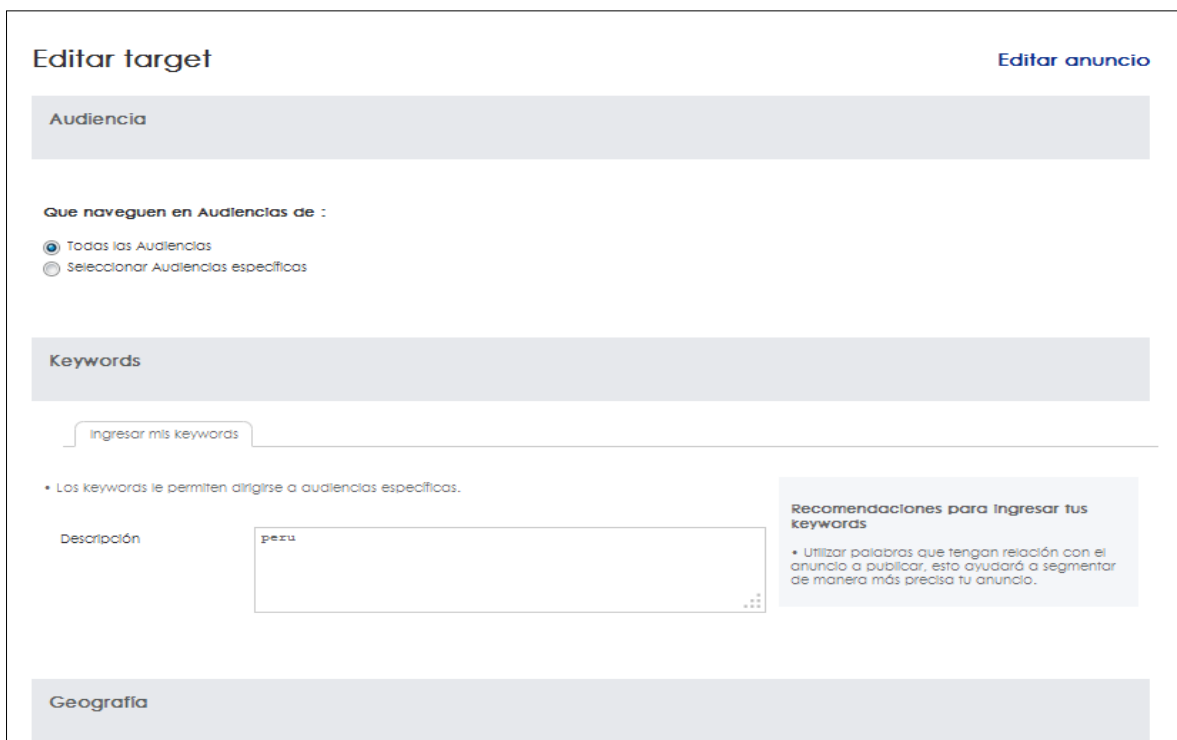
El usuario podrá editar el target (segmentación) de su campaña haciendo clic en la imagen siguiente.



<< Página 1 >>			
S. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	Acciones
o	o	0.00%	🔍 ✎ ✕
o	o	0.00%	🔍 ✎ ✕

Gráfico N° 161. Botón editar target

El usuario podrá cambiar los datos de su target.



Editar target [Editar anuncio](#)

Audiencia

Que naveguen en Audiencias de :

Todas las Audiencias

Seleccionar Audiencias específicas

Keywords

Ingresar mis keywords

• Los keywords le permiten dirigirse a audiencias específicas.

Descripción: peru

Recomendaciones para Ingresar tus keywords

- Utilizar palabras que tengan relación con el anuncio a publicar, esto ayudará a segmentar de manera más precisa tu anuncio.

Geografía

Gráfico N° 162. Formulario editar target

Si los cambios se desarrollan correctamente, el sistema muestra el siguiente mensaje

Éxito !
Su registro se actualizo correctamente

Mis campañas > e3e3e3er > zapatillas Urbanas

Gráfico N° 163. Mensaje de éxito de editar target

3.4.1.1.13. Buscar Campaña

El usuario podrá buscar una campaña por el nombre del mismo.

Mis Campañas (16)

Primero | < Anterior | Siguiente > | Ultimo

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
05/08/2013	paque 5	0	0	0.00%	2.43	0.00	⏸
22/05/2013	campana cpc.pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
16/05/2013	cpci y texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	▶

Gráfico N° 164. Buscar Campaña

3.4.1.1.14. Buscar Paginación Campaña

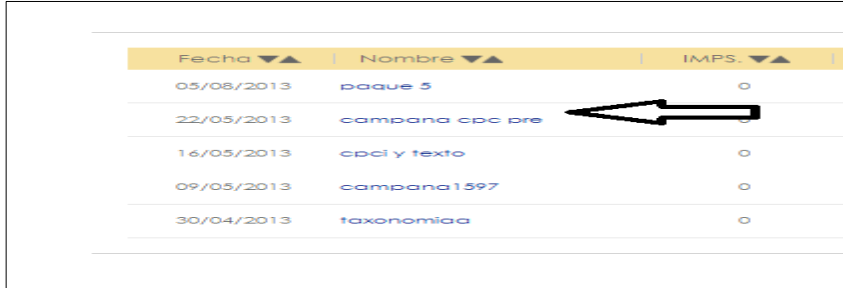
El usuario podrá navegar por las campañas que se encuentran paginadas en cantidades de cinco.

Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	CPC. ▼▲	CPM. ▼▲	Acto
5	0	0	0.00%	2.43	0.00	⏸
ana cpc pre	0	0	0.00%	2.56	0.00	⏸
texto	0	0	0.00%	2.60	0.00	▶
ana1597	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸
omíaa	0	0	0.00%	0.00	8.85	⏸

Gráfico Nº 165. Buscar Paginado Campaña

3.4.1.1.15. Detalle de Campaña

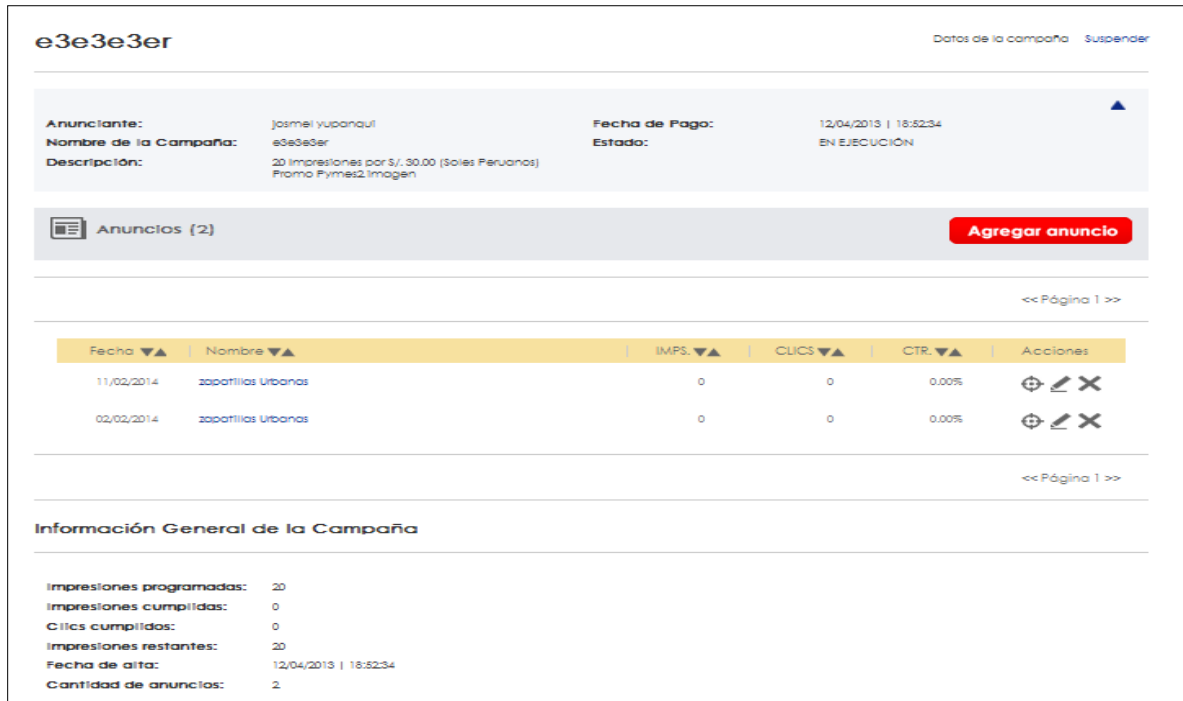
Para poder ver el detalle de la campaña, se tendrá que hacer clic al link de la imagen.



Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲
05/08/2013	paque 5	0
22/05/2013	campana cpc pre	0
16/05/2013	cpcl y texto	0
09/05/2013	campana1597	0
30/04/2013	taxonomia	0

Gráfico N° 166. Link detalle campaña

El sistema mostrará el detalle de la campaña, estadísticas generales, así como los anuncios que están asociados a la campaña.



e3e3e3er Datos de la campaña [Suspender](#)

Anunciante: Josmel yubanaul **Fecha de Pago:** 12/04/2013 | 18:52:34
Nombre de la Campaña: e3e3e3er **Estado:** EN EJECUCIÓN
Descripción: 20 Impresiones por \$./, 30.00 (Soles Peruanos)
Promo Pymes2.Imagen

Anuncios [2] Agregar anuncio

<< Página 1 >>

Fecha ▼▲	Nombre ▼▲	IMPS. ▼▲	CLICS ▼▲	CTR. ▼▲	Acciones
11/02/2014	zapafillas Urbanas	0	0	0.00%	+ ✎ ✕
02/02/2014	zapafillas Urbanas	0	0	0.00%	+ ✎ ✕

<< Página 1 >>

Información General de la Campaña

Impresiones programadas: 20
Impresiones cumplidas: 0
Clícs cumplidos: 0
Impresiones restantes: 20
Fecha de alta: 12/04/2013 | 18:52:34
Cantidad de anuncios: 2

Gráfico N° 167. Detalle de campaña

CAPTITULO IV

4.1. REVISION Y CONSOLIDACION DE RESULTADOS

En este capítulo se mostrará los resultados que se obtienen una vez publicadas las campañas, la web service Cxense permite publicar los anuncios en los portales más importantes del país

A continuación se mostrarán algunos portales en donde se muestran los anuncios creados por el sistema.

4.1.1. El comercio.pe

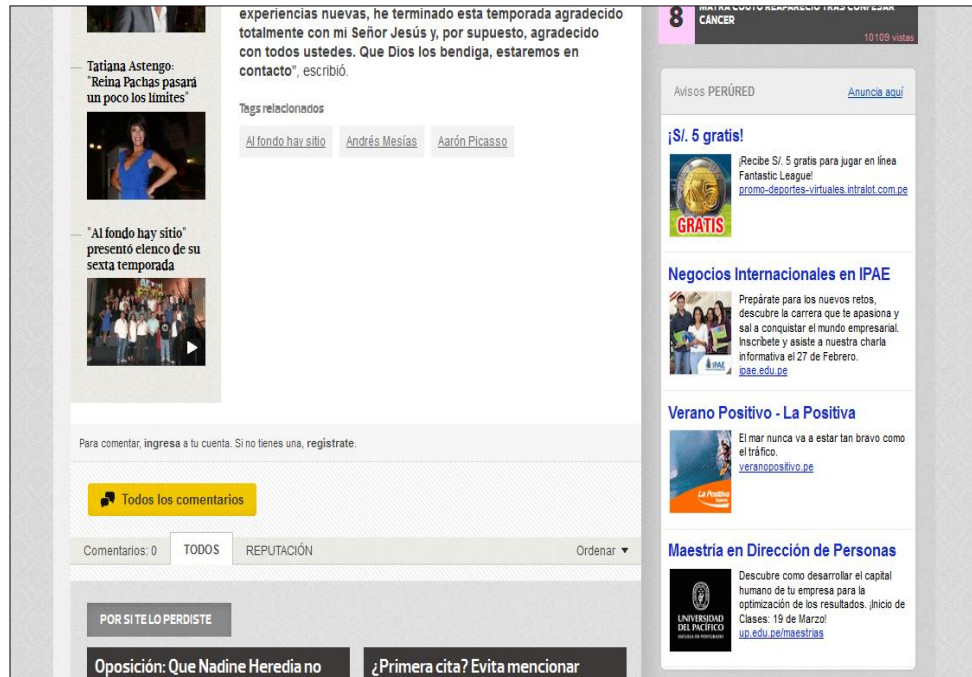


Gráfico Nº 168. El Comercio.pe

4.1.2. Planeta.com.pe



Gráfico Nº 169. Planeta.com.pe

4.1.3. Trome.pe

Walter Williams comenzó a patear la bolsa negra en la que se hallaba, para sorpresa de todos. Video: Wapt.com

Grande fue la sorpresa que se llevaron los embalsamadores de una funeraria cuando descubrieron que uno de sus 'clientes' estaba vivo y se movía en una bolsa para cuerpos. El hecho ocurrió en el distrito de Lexington, en el estado de Mississippi, [Estados Unidos](#).

El 'fallecido', identificado como **Walter Williams**, fue trasladado a la funeraria 'Porter y Hermanos' en la noche de ayer cuando los paramédicos, que fueron a su casa, lo declararon muerto de manera oficial al no sentir el pulso.

La incredulidad de los presentes fue considerado luego como un milagro. Según indicó [Wapt](#), el sobrino de Williams, llamado Eddie Hester, dijo que él mismo fue quien observó cómo **su tío era introducido en las conocidas bolsas negras para cadáveres y era trasladado a la funeraria**.

De vuelta a la vida

Luego de llegar a la funeraria 'Porter y Hermanos', ubicado en la calle Yazzo de la misma comuna, el médico forense avisó a los trabajadores

1690619/noticia-dragon-ball-resolvemos-10-dudas-serie-78-años-su-primera-transmisión...

Avisos PERÚRED [Anuncia aquí](#)

¡Sí! 5 gratis!
Recibe Sí! 5 gratis para jugar en línea Fantasic League!
[promo-deportes-virtuales.intralot.com.pe](#)

Administración Turística en IPAE
Decide qué carrera estudiar! Descubre todo lo que necesitas saber sobre el mundo del Turismo en IPAE. Inscríbete y asiste a nuestra charla el 27 Febrero.
[ipa.edu.pe](#)

Verano Positivo - La Positiva
El mar nunca va a estar tan bravo como el tráfico.
[veranopositivo.pe](#)

Maestría en Gerencia Pública
Entrate de la Maestría en Gerencia Pública de la Universidad Continental. Infórmate aquí.
[http://maestriasenperu.com/](#)

LAS MÁS LEÍDAS | COMENTADAS | VALORADAS

1 Dragon Ball: Resolvemos 10 dudas de

Gráfico Nº 170. trome.pe

4.1.4. Peru21.pe

El look boho chic también tiene sus piezas fundamentales. (USI)

Compartir [Recomendar](#) [Twitter](#) (8) [+1](#) (0) [Pinterest](#) [Enviar](#)

- SOMBRERO**
Según Giuliana Bernaola, autora del blog The Art Sartorialist ([www.theartsartorialist.com](#)), es un elemento clave. Ella sugiere los sombreros cómodos y versátiles. Su elegido: el Panama Hat.
- MAXI FALDA**
Una gran alternativa para quienes no gustan de las faldas ni shorts pequeños. Bernaola aconseja usar las maxi faldas vaporosas y hechas con materiales ligeros.
- PAÑUELOS**
Son prendas que pueden usarse de diferentes maneras. Por ejemplo, pueden servir para usarlos en la cabeza, para amarrar el cabello, o también en el cuello.
- COLLARES Y PULSERAS**
Aportan el toque de distinción. La bloguera sugiere que sean de un estilo rústico. Que llamen un poco la atención, pero no tanto.
- SANDALIAS GLADIADORAS**
Es un calzado fresco y propicio para el verano. Sobre todo si usted piensa caminar y no quiere tener percances con las sandalias normales, siempre propensas a salirse.

Avisos PERÚRED [Anuncia aquí](#)

Administración en IPAE
¿Ya te decidiste que carrera estudiar?
En Ipae encontrarás todo lo que necesitas para conocer el mundo empresarial. Charla informativa 27 de Febrero.
[ipa.edu.pe](#)

¡Sí! 5 gratis!
Regístrate y gana saldo virtual para jugar Fantasic League!
[promo-deportes-virtuales.intralot.com.pe](#)

Verano Positivo - La Positiva
El mar nunca va a estar tan bravo como el tráfico.
[veranopositivo.pe](#)

Maestría en Dirección de Personas
Descubre como desarrollar el capital humano de tu empresa para la optimización de los resultados. Inicio de Clases: 19 de Marzo!
[up.edu.pe/maestrias](#)

Gráfico Nº 171. Peru21.pe

4.1.5. Depor.pe

The screenshot shows the Depor.pe website interface. At the top, there is a navigation bar with categories: FÚTBOL PERUANO, FÚTBOL INTERNACIONAL, FULL DEPORTES, COPA PICHANGA CRISTAL, ESTADÍSTICAS, DIOSAS, and ÍNDICE. Below the navigation bar, the page is dated 'Viernes 28 de febrero del 2014 | 08:45'. The main headline is 'Brasil 2014: Argentina y su lista casi definitiva para el Mundial'. A sub-headline reads 'Alejandro Sabella presentó la nómina de convocados que enfrentarán a Rumania en amistoso el 5 de marzo y que tienen un lugar en Brasil.' Below the text is a photograph of three Argentine football players in their light blue and white striped jerseys, celebrating on the field. To the right of the main content is a sidebar with several advertisements: 'Avisos PERÚRED', 'Diplomado en Contratación Pública', '¡Sí! 5 gratis!', 'Administración Logística en IPAE', and 'Verano Positivo - La Positiva'.

Gráfico Nº 172. depor.pe

4.1.6. Rpp.com.pe

The screenshot shows the Rpp.com.pe website. At the top, there is a video player showing a scene from space with a person floating. Below the video player, there is a credit line: 'Créditos: Captura YouTube: Linh Mai'. A caption below the video reads: 'Se trata de una 'versión recargada' de la misma hazaña de Van Damme realizada en tierra con dos camiones.' Below the video player are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and YouTube. Underneath, there is a section titled 'Temas relacionados:' with tags for 'van damme', 'aplit', 'espacio', 'camiones', 'Lima', and 'Famosos'. Below this, there is a text block: 'Jean Claude Van Damme vuelve a sorprender con un spot donde se lo ve abriendo las piernas en el espacio, maniobra conocida como "Split". En vez de dos camiones, ahora son dos satélites.' To the right of this text is a small video player showing two trucks. Below the text, there is another text block: 'Como se recuerda Van Damme hizo lo mismo el 2013, pero sobre dos camiones de la marca Volvo que avanzaban en retroceso.' Below this, there is a text block: 'La acrobacia generó tanto impacto que muchos intentaron recrearla. Es así que salieron...'. To the right of the main content is a sidebar with several advertisements: 'Avisos PERÚRED', 'Administración en IPAE', '¡Sí! 5 gratis!', 'Verano Positivo - La Positiva', and 'Maestría en Dirección de Personas'.

Gráfico Nº 173. Rpp.com.pe

4.1.7. Capital.com.pe

The screenshot displays the layout of the Capital.com.pe website. It features a grid of news articles on the left, categorized by 'Escenarios', 'Panorama', 'Tecnología', and 'Tendencias'. To the right is a 'Contáctanos' section with contact numbers for general inquiries, emergencies, and public relations. Below the articles is a 'Comentarios' section with a text input field and a 'Comentar' button. Further right are promotional banners for Audi, advertising special prices, and for Radio Capital, advertising a 'CABINAS' campaign. The footer contains navigation links like 'RSS', 'Contáctenos', and 'Anuncia aquí', along with legal notices and logos for APDAYC, Certifca.com, and iab.

o FOTOS: Alumnos que protestaron el año pasado siguen sin recibir ayuda

o VIDEO: Miley Cyrus besó a Katy Perry en pleno concierto

o Killary fue pifiada por el 'monstruo' de Viña del Mar

Escenarios

o Vaticano: Papa Francisco crea el 'ministerio de Economía'

o Ucrania: designan presidente interino tras caída de gobierno

o La 'U' es blanco de memes tras derrota ante Los Calmanes

Tecnología

o Lo que debes saber de Telegram, el nuevo rival de WhatsApp

o Miles de usuarios se quejan de caída de WhatsApp

Tendencias

o Ojo: errores comunes que tal vez cometes cuando te bañas

o ¡Depresión y paranoia a causa de los 'selfies'?

Contáctanos

Para opinar:
(511) 222-0575
(511) 222-0580
(511) 222-0711

Para Emergencia:
(511) 421-0900

Para Publicidad:
(511) 215-0203

Línea gratuita provincias:
0800-24802

Por correo electrónico:
Escribanos

Comentarios

Comentar

Avisos PERÚRED [Anuncia aquí](#)

¡Audi a precios sorprendentes!

El momento para comprar un Audi es hoy. Todas las unidades de fabricación 2013 a precios especiales. No pierdas esta oportunidad. Visítanos en nuestros concesionarios www.audi.com.pe

Campanas

CABINAS
¡La cabina de Radio Capital llegó a Independencia para escuchar tu opinión!

CABINAS
Radio Capital escuchó la opinión de los vecinos de Santa Anita

RSS Contáctenos Anuncia aquí Aviso legal Solución de quejas SNRTV Código de Ética

© GRUPORPP S.A.C. - Licenciado por Apdayc

Usando por APDAYC Certifca.com iab

Gráfico Nº 174. Capital.com.pe

CONCLUSIONES

- Para el diseño del sistema se utilizó como herramienta UML, que a través de sus diagramas se pudo crear la estructura del software del sistema. Con los modelos de caso de uso se representó la forma de cómo el usuario interactúa con el sistema y todas las operaciones que el usuario necesita que éste haga. Así como también, los de análisis y colaboración muestran las relaciones entre los roles de los objetos y, los de diseño que ayudaron a determinar los atributos, método y relaciones entre los objetos que operan en el sistema.
- A través del modelo relacional para el diseño de las bases de datos se definen todas las entidades que conforman el sistema y sus atributos. Estos atributos contienen una serie de información que permite la relación e intercambio de información entre las entidades.
- El diseño de la interfaz de usuario ofrece un bosquejo de la aplicación final, sin embargo, durante el desarrollo de la etapa de implementación se puede presentar la necesidad de realizar algunas modificaciones
- La elaboración de una interfaz gráfica de usuario muy intuitiva, lo que le da al sistema mayor ductibilidad.
- La utilización de la metodología RUP, resulta ser muy eficiente eficiente cuando existe la participación y motivación de todo el equipo, que incluye a los usuarios y encargados del desarrollo, como sucedió en el presente proyecto.

RECOMENDACIONES

- Este proyecto fue concebido con el objetivo de integrar en una herramienta Web todas las funcionalidades y tareas afines a un E-Commerce, con Integración a un Web Service.
- Como proyectos furos que involucren pasarela de pago y Web Service es necesario la implementación del protocolo de capa de conexión segura SSL.
- Frente a posibles proyectos de integración donde es indispensable el intercambio de información (por ejemplo, mediante servicios Web) se recomienda su implementación desde la capa de Aplicación. Dado el alto flujo de información circulante entre los especialistas y el sistema
- Es muy importante definir los requerimiento y el alcance que se pretende lograr en la fase inicial, ya que si se plantean nuevos requerimientos en fases posteriores como en la fase de construcción, el costo es muy elevado y puede poner en riesgo los tiempos estimados.
- Es muy importante la implementación de pruebas unitarias al término de cada tarea realizada por el grupo de programadores.

BIBLIOGRAFIA

1. "Publicidad en medios digitales de América Latina está en expansión". *El Comercio*. Lima, 21 de mayo. Disponible en <http://elcomercio.pe/economia/mundo/publicidad-medios-digitales-america-latina-esta-expansion-noticia-1579275> : [Consultado 10 Ene 2014].
2. "Publicidad digital avanzó 20% el primer semestre, pero crecerá más". *El Comercio*. Lima, 14 de Noviembre. Disponible en <http://elcomercio.pe/economia/mundo/publicidad-medios-digitales-america-latina-esta-expansion-noticia-1579275> : [Consultado 11 Ene 2014].
3. Tuba y vergara jl. Desarrollo de una aplicación web para el control de avances académicos y asistencia de docentes. Ecuador: universidad estatal de quevedo, Ecuador-quevedo; 2010.
4. Brito rico oj, hernández marín m. Incidencia de la publicidad online para las empresas del siglo xxi. Cumaná: universidad de oriente núcleo de sucre escuela de administración departamento de administración; Venezuela-Cumaná; 2012 ,p 10.
5. Torres torres ge, ruiz villacres v, sánchez vélez la. Proyecto de inversión para la creación de una empresa que desarrolle el marketing y la publicidad online en la ciudad de guayaquil. Escuela superior politécnica del litoral facultad de economía y negocios , Ecuador-guallaquil; 2009.
6. López Quevedo LM. Marketing por Internet: Tecnologías en el Posicionamiento de Marcas. Universidad Tecnológica Israel, Ecuador-Quito; 2010.
7. Definición de aplicación web, alegsa.com.ar: Disponible en: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/aplicacion%20web.php>: [Consultado 11 Ene 2014].
8. Publicidad en Internet. Media Versión accesible: <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque8/pag12.htm>: [Consultado 18 Ene 2014].

9. Cursos de Publicidad y Marketing Digital. Cursos de Publicidad y Marketing Digital: <http://cursopublicidad.es/tag/campana-publicidad-internet/> [Consultado 19 Ene 2014].
10. Aportaciones de la Web. English as a Second or Foreign Language: http://www.isabelperez.com/taller2/web_2_0.htm : [Consultado 19 Ene 2014].
11. ¿Que son los Web Services? . Tecnologías de Información y Gestión de Procesos de Negocios (BPM) <http://msaffirio.wordpress.com/2006/02/05/%C2%BFque-son-los-web-services/> . [Consultado 19 Ene 2014].
12. Diseño de Sistemas. Diseño de Sistemas. http://azorock.blogspot.com/2013_09_24_archive.html [Consultado 20 Ene 2014].
13. Ingeniería Ensayos de Colegas. Ensayos de Calidad. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ingenieria/26107463.html> [Consultado 20 Ene 2014].

ANEXOS

DICCIONARIO DE DATOS

RELACIÓN DE TABLAS:

Nombre	Código	Comentario
Anuncio	<i>anuncio</i>	Tabla que contiene los datos de los anuncios de cada campaña
Campania	<i>Campania</i>	Tabla que contiene los datos de las campañas
Campania_categoria	<i>Campania_categoria</i>	Tabla que contiene el target categoría de las campañas (deportes,Entretenimiento,Actualidad, etc.)
Campania_estado	<i>campania_estado</i>	Tabla descriptiva de los estados de las campañas (pendiente de pago, ejecución, etc.)
campania_genero	<i>campania_genero</i>	Tabla que contiene el target género de las campañas (masculino, femenino)
campania_hora_semana	<i>campania_hora_semana</i>	Tabla que contiene el target horario de las campañas
campania_marca	<i>campania_marca</i>	Tabla que contiene las marcas del target de Dispositivos Móviles (Samsung, Nokia, Apple, etc.) de las campañas
campania_medio	<i>campania_medio</i>	Tabla que contiene el target Medios (aja.pe, capital.pe, etc.) de las campañas
campania_pais	<i>campania_pais</i>	Tabla que contiene el target Geografía (países) de las campañas
campania_plataforma	<i>campania_plataforma</i>	Tabla que contiene las plataformas (Pc/laptop, Tablet ,Smart Phone) del target Dispositivos Móviles de las campañas
<i>campania_sistema_operativo</i>	<i>campania_sistema_operativo</i>	Tabla que contiene el target los sistemas operativos (Linux, Symbian ,Windows) del target Dispositivos Móviles de las campañas
<i>campania_sitio</i>	<i>campania_sitio</i>	
<i>categoria_audiencia</i>	<i>categoria_audiencia</i>	Tabla que contiene los keywords para cpc
<i>categoria</i>	<i>categoria</i>	Tabla que contiene las categorías del target Categoría (Actualidad, Deportes, Entretenimiento , etc.) de las campañas
ciudad	<i>ciudad</i>	Tabla que contiene la relación de ciudades (Lima, Barranca, Huaraz, Buenos Aires)
cliente	<i>cliente</i>	Tabla creada, pero no se usa
credencial	<i>credencial</i>	Tabla creada, pero no se usa
departamento	<i>departamento</i>	Tabla que contiene los departamentos

dia_semana	<i>dia_semana</i>	Tabla que contiene los días de la semana
dni	<i>dni</i>	Tabla que contiene los datos del dni del usuario
edad	<i>edad</i>	Tabla que contiene los rangos de edad (15-24,25-44) TARGET
empresa	<i>empresa</i>	Tabla que contiene los datos de la empresa del usuario
genero	<i>genero</i>	Tabla que contiene los generos
hora	<i>hora</i>	Tabla que contiene los rango de horarios
idioma	<i>idioma</i>	Tabla que contiene los idiomas
keyword	<i>keyword</i>	
marca	<i>marca</i>	Tabla que contiene las marcas
medio	<i>medio</i>	<i>Tabla que contiene los medios</i>
metodo_pago	<i>metodo_pago</i>	<i>Tabla que contiene los métodos de pago</i>
pack_gratuito	<i>pack_gratuito</i>	<i>Tabla que contiene los pack gratuitos de los usuarios</i>
pais	<i>pais</i>	<i>Tabla que contiene los paises</i>
paquete	<i>paquete</i>	<i>Tabla que contiene los diferentes paquetes</i>
pieza	<i>pieza</i>	<i>Tabla que contiene las piezas de las campañas</i>
plataforma	<i>plataforma</i>	<i>Tabla que contiene las pataformas</i>
select_geografia	<i>select_geografia</i>	<i>Tabla que contiene las posibiidades de selección de localizacion</i>
sistema_operativo	<i>sistema_operativo</i>	<i>Tabla que contiene los sistemas operativos</i>
template	<i>template</i>	<i>Tabla que contiene los template de los diferentes target</i>
test	<i>test</i>	
tipo_campania	<i>tipo_campania</i>	<i>Tabla que contiene los tipos de campaña(Imagen y texto, Texto)</i>
tipo_documento	<i>tipo_documento</i>	<i>Tabla que contiene los tipos de documento(dni, pasaporte)</i>
tipo_pago	<i>tipo_pago</i>	<i>Tabla que contiene los tipos de pago(Visa, Mastercard, Pagoefectivo)</i>
transaccion	<i>transaccion</i>	<i>Tabla que contiene los datos de transaccion de las campañas</i>
usuario	<i>usuario</i>	<i>Tabla que contiene los datos del usuario registrado</i>

DETALLE DE TABLAS:

Transacción	
Transaccion_id	Número único que identificará una transacción
Transaccion_fecha_registro	Indica la fecha de registro de la transacción
Transaccion_fecha_pago	Indica fecha pago de la transacción
Transaccion_estado	Indica el estado que se encuentra la transacción.
Transaccion_trama_enviada	Indica la trama enviada Ejm: Versión="1.0" encoding ="utf-8"
Transaccion_pasarela_mensaje	Muestra mensaje pasarela Ejm : Contactar con el emisor
Transaccion_pasarela_cod_autorizacion	Indica Código Autorización pasarela
Transaccion_numero_documento	Muestra numero documento sea Dni- Ruc del usuario
Transaccion_url_cod_barra	Indica la url + el código de barra de la transacción
Transaccion_monto	Indica monto transacción
Transaccion_codigo_cip	Muestra el código cip de la transacción
Transaccion_cxense_id	Indica el id de cxense

Pieza	
Nombre Pieza	Muestra nombre de la pieza (Nombre del anuncio)
Pieza Título	Muestra nombre de la pieza (Nombre del anuncio)
Pieza Descripción	Descripción del anuncio
Pieza_imagen	Indica imagen que será mostrada en el anuncio
Pieza_urlDestino	Indica url donde se encuentra el anuncio
Pieza_urlVisible	Muestra la url que se vitalizará
Anuncio_id	Número Único del anuncio
FeatureId_site	Numero Único site
FeatureId_category	Numero Único Category
FeatureId_day	Numero Único daycxense
FeatureId_location	Numero Único locationcxense
FeatureId_device	Numero único devicecxense
FeatureId_keyword	Numero único keywordcxense
Cxense_pieza_id	Número Único Pieza Id
Pieza_id	Numero Único Pieza
Pieza_fecha_creacion	Fecha Creación de la pieza
Estado_pieza	Estado Activo=2 Estado Inactivo = 1 Estado Eliminado = 4

Usuario

Usuario_id	Numero único del Usuario
Usuario_Nombre	Nombre del Usuario
Usuario_Apellidos	Apellido del Usuario
Usuario_email.	Email del Usuario
Usuario_Genero	Usuario genero 0 o 1 Femenino o Masculino
Usuario_Año_Nacimiento	Año de nacimiento del usuario
Usuario_telefono	Teléfono del usuario
Usuario_empresa	Empresa del Usuario
Usuario_pais	País del Usuario
Usuario_Departamento	Departamento donde reside el Usuario
Usuario_Contraseña	Contraseña del Usuario
Usuario_Termino	Termino Condiciones del Registro del Usuario 0 o 1 1 : cuando acepta las condiciones
Usuario_recibir	Indica que acepto recibir notificaciones el usuario (1)
Folder_id	Folder id cxense del usuario
Usuario_cxense_id	Número Único cxense id usuario
Usuario_estado	Estado Usuario cuando creo un usuario su estado es = 0 y cuando confirmo su estado se vuelve a 1
Usuario_codigo_confirmacion	Muestra código de confirmación cuando el usuario se registra.
Usuario_cxense_billing	Muestra cxensebilling
Usuario_codigo_reseteo	Muestra código reseteo

Paquete	
Paquete_id	Numero único del paquete
Paquete_nombre	Nombre Paquete
Paquete_impresiones	Numero de impresiones del paquete 20 , 200, 2000,20000...
Paquete_precio	Precio del paquete 30, 200,2000 ...
Paquete_descripcion	Descripción del paquete
Paquete_cxense_id	Numero único Paquete cxense
paquete_flag_descuento	Contiene el estado de paquete gratuito Pack gratuito =1 Pack no gratuito=0
paquete_cpc	Contiene el precio del paquete tipo cpc
paquete_clic	Contiene la cantidad de clics que tiene el paquete cpc
paquete_tipo	Contiene el tipo del paquete Cpc Cpm

paquete_value	Contiene el value del paquete cpc
---------------	-----------------------------------

Anuncio	
Anuncio_id	Numero único del Anuncio
Cxense_anuncio_id	Numero Unico del anuncio Cxense
Anuncio_titulo	Título del anuncio
Anuncio Fecha Creacion	Fecha Creación del anuncio

Dni	
<u>Dni_id</u>	<u>Numero único dni</u>
<u>Dni_numero</u>	<u>Numero dni</u>
<u>Dni_nombres</u>	<u>Nombre del usuario del dni</u>
<u>Dni_apellidos</u>	<u>Apellido del usuario del dni</u>
<u>Dni_domicilio</u>	<u>Dni del usuario del domicilio</u>
<u>Dni_activo</u>	<u>Indica 1 dni activo</u>
<u>1Dni_fecha_creacion</u>	<u>Fecha creación</u>

Empresa	
Empresa_id	Numero único empresa id
Empresa_ruc	Numero ruc de la empresa
Empresa_razon_social	Nombre de la empresa
Empresa_domicilio	Dirección de la empresa
Empresa_activo	1 Empresa creada
Empresa_fecha_creacion	Fecha creación de la empresa

Medio	
Medio_id	Numero único medio_id
Medio_nombre	Nombre del Medio
Medio_descripción	Descripción Medio
Medio_activo	1 :Medio creado

Categoría	
Categoria_id	Numero Único de Categoría
Categoria_nombre	Nombre Categoría (Actualidad, Deportes,Mundo
Categoria_activo	1: todas las categorías
Cxense_Categoria_id	Numero único de Categoría cxense

categoria_audiencia	
categoria_audiencia_id	Numero único de categoría audiencia
categoria_audiencia_nombre	Nombre de la categoría audiencia Ejem: noticia
categoria_audiencia_cxense	Numero único de Categoría audiencia cxense. Ejem: root/noticia

Departamento	
Departamento_id	Numero único departamento
Departamento_descripcion	Nombre del Departamento

Ciudad	
Ciudad_id	Numero único ciudad
Ciudad_nombre	Nombre Ciudad

Pais	
Pais_id	Numero único país
Pais_nombre	Nombre País
Cxense_pais_id	Numero único país cxense
Pais_registro	En la sección registro aparece 1: aparece
Pais_target	En en bloque target aparece 1: aparece
Pais_pago	En el bloque pago aparece 1: aparece
Pais_cod_adecsys	

Campaña	
Campaña_id	Número único campaña Id
Campaña_nombre	Nombre de la campaña
Campaña_all_medio	Indica el tipo de medios 0 o 1 :0 cuando selecciona todos y 1 cuando selecciona algunos
Capaña_all_generos	Indica el tipo de géneros 0 o 1: 0 cuando selecciona todos y 1 cuando selecciona algunos.
Campaña_all_categorias	Indica el tipo de géneros 0 o 1: 0 cuando selecciona todos
Campaña_all_dispositivos	Indica el tipo de géneros 0 o 1: 0 cuando selecciona todos
Campaña_select_geografía	Muestra el número según país que seleccione
Campaña_all_horarios	Muestra 0 cuando selecciona todos 1 cuando selecciona solo algunos
Campaña_limite_dinero_dia	Muestra el numero límite del día
Campaña_limite_impressiones_dia	Muestra el número de impresiones que se realizaran en el día
Campaña_keyword	Muestra el nombre del keyword de la campaña
Campaña_fecha_creacion	Fecha que es creada la campaña

Campania_fecha_publicacion	Fecha que es publicada la publicación
producto_id	Número de producto
Cxense_campania_id	Número único de campaña
Campania_activo	Indica 1 en livecxense o pago funcionado o cuando campaña gratis. Indica 2 en el caso de suspendido,finalizado,error, o cualquier otra razón.
Campania_log_cxense	Muestra el error generado por cxense
Campania_estado_id	indica estado de la campaña estado_pendiente_pago = 1 estado_pagado = 2; estado_eliminado_error_cxense = 3; estado_eliminado_porel_usuario = 4; estado_suspendido_porel_usuario = 5; estado_creado = 6; estado_finalizado=7; estado_pendiente_publicacion=8;
Campania_cxense_contrato	Indica el id de contrato en cxense.
cxense_budget_id	Indica el id del Budget en cxense.
campania_fecha_cron	Fecha de actualización del cron

pack_gratuito	
pack_gratuito_id	Número único pack gratuito Id
Cupon_descuento	
monto	Monto del pack gratuito
Tipo	Tipo de pack gratuito, en este caso solo existe un tipo
Estado	Estado del pack gratuito
Usuario_id	Id del usuario de referencia
Paquete_id	Id del paquete de referencia

Método_pago	
Método_pago_id	Número único Método pago Id
Método_pago_nombre	Nombre del método de pago

tipo_pago	
Tipo_pago_id	Número único tipo de pago Id
Tipo_pago_nombre	Nombre del tipo de pago
Tipo_pago_valor	3=visa 4=MasterCard 5=pago Efectivo

tipo_documento	
Tipo_documento_id	Número único tipo de documento Id
Tipo_documento_nombre	Nombre del tipo de documento

tipo_campania	
Tipo_campania_id	Número único tipo de campaña Id

Tipo_campania_nombre	Nombre del tipo de campaña
----------------------	----------------------------

test	
id	Número único tipo de test
val	Valor del test

sistema_operativo	
Sistema_operativo_id	Número único del sistema operativo Id
Sistema_operativo_nombre	Nombre del sistema operativo

select_geografia	
select_geografia_id	Número único de la selección de geografía Id
select_geografia_nombre	Nombre de la selección de geografía

plataforma	
plataforma_id	Número único de la plataforma Id
plataforma_nombre	Nombre de la plataforma

marca	
marca_id	Número único de la marca Id
marca_nombre	Nombre de la marca
Marca_activo	Estado de la marca

idioma	
idioma_id	Número único del idioma Id
idioma_nombre	Nombre del idioma

hora	
hora_id	Número único del hora Id
hora_nombre	Nombre del idioma
Hora_desde	Hora de inicio
Hora_hasta	Hora final
Hora_activo	Estado de la hora

genero_id	
------------------	--

genero_id	Número único del genero Id
genero_nombre	Nombre del genero
Cxense_genero_id	Indica el id de genero en cxense.

edad	
edad_id	Número único de la edad Id
edad_nombre	Nombre de la edad
edad_desde	Rango inicial de la edad
edad_hasta	Rango final de la edad
cxense_edad_id	Indica el id de la edad en cxense.

dia_semana	
Dia_semana_id	Número único del día de la semana id
Dia_semana_nombre	Nombre del día de la semana
Dia_semana_activo	Estado del día de la semana

campania_sistema_operativo	
campania_sistema_operativo	Número único del día del campania_sistema_operativo id
Campania_id	Id de la campania de referencia
Sistema_operativo_id	Id del sistema operativo de referencia

campania_pais	
campania_sistema_operativo	Número único de la campania_sistema_operativo id
campania_id	Id de la campania de referencia
plataforma_id	Id del sistema campania_sistema_operativo de referencia

campania_medio	
campania_medio_id	Número único de la campania_sistema_operativo id
campania_id	Id de la campania de referencia
medio_id	Id del sistema campania_sistema_operativo de referencia

campania_marca	
campania_marca_id	Número único de la campania id
campania_id	Id de la campania de referencia
marca_id	Id del sistema campania_sistema_operativo de referencia

campania_hora_semana	
campania_pais_id	Número único de la campania_hora_semanaid
campania_id	Id de la campania de referencia
pais_id	Id del pais de referencia

campania_genero	
campania_genero_id	Número único de la campania_genero id
campania_id	Id de la campania de referencia
genero_id	Id del genero de referencia

campania_estado	
campania_estado_id	Número único de la campania_estado id
campania_estado_nombre	Nombre de la campaña estado

campania_edad	
campania_edad_id	Número único de la campania_edad id
campania_id	Nombre de la campaña estado
Edad_id	Id de la edad de referencia

campania_categoria	
campania_categoria_id	Número único de la campania_categoria id
campania_id	Nombre de la campaña estado
categoria_id	Id de la categoria de referencia