

Instituto Tecnológico de Pabellón de Arteaga

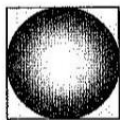
Desarrollo de aplicaciones de consulta SI

Tipos de Sistemas

Eduardo Flores Gallegos

**Alejandro Guevara de Luna
Ángel Issac Fonseca Gomez**

22 de agosto del 2024



LA E DE VITAMINA E SIGNIFICA COMERCIO ELECTRÓNICO

"Nuestras tiendas minoristas y nuestra división de ventas por correo son bastante prósperas", dice Bill Berry, uno de los propietarios de Marathon Vitamin Shops, "pero para luchar contra la competencia debemos establecer un sitio Web de comercio electrónico". Su padre, y copropietario, exclama: "Estoy de acuerdo, pero, ¿por dónde empezamos?" Por supuesto, el mayor de los Berry sabía que no se trataba tan sólo de establecer un sitio Web y pedirle a los clientes que envíen sus pedidos por correo electrónico a la tienda minorista. Identificó ocho partes diferentes para el comercio electrónico y se dio cuenta de que, en conjunto, conformaban un sistema más grande. En otras palabras, todas las partes tenían que funcionar juntas para crear un paquete sólido. La siguiente es su lista de elementos esenciales para el comercio electrónico:

1. Atraer a los clientes a un sitio Web de comercio electrónico.
2. Proporcionar información a los clientes acerca de los productos y servicios que se ofrecen.
3. Dar a los clientes la facilidad de personalizar productos en línea.
4. Completar las transacciones con los clientes.
5. Aceptar diversas formas de pago de los clientes.

6. Dará los clientes apoyo técnico a través del sitio Web, posterior a la venta.
7. Organizar la entrega de productos y servicios.
8. Personalizar la apariencia del sitio Web para los diversos clientes.

Bill Berry leyó la lista y la observó durante unos momentos. "Es evidente que el comercio electrónico es más complejo de lo que creí", dijo. Usted puede ayudar de las siguientes maneras a los propietarios de Marathon Vitamin ShopS:

1. Elabore una lista de los elementos que se interrelacionen o sean interdependientes.
2. Determine las fronteras del sistema. Es decir, redacté un párrafo con su opinión sobre cuáles elementos son críticos para Marathon Vitamin Shops y cuáles se pueden dejar para una posterior exploración.
3. Sugiera cuáles elementos deberían manejarse de manera interna y cuáles podrían subcontratarse a otra empresa que tenga mejores recursos para manejarlos. Justifique sus sugerencias en dos párrafos, uno para las áreas internas y otro para las subcontratadas.

1. Elabora una lista de los elementos que se interrelacionen o sean interdependientes:
 1. **Punto 1 y 2:** Una vez que los usuarios lleguen al sitio, necesitan información para explorar.
 2. **Punto 4 y 5:** Para completar las transacciones, es crucial ofrecer múltiples opciones de pago.
 3. **Punto 2 y 5:** Es útil informar a los clientes sobre las formas de pago aceptadas.
 4. **Punto 6 y 7:** Los problemas postventa a menudo están relacionados con la entrega del producto.
2. Determine las fronteras del sistema. Es decir, redacté un párrafo con su opinión sobre cuáles elementos son críticos para Marathon Vitamin Shops y cuáles se pueden dejar para una posterior exploración.

El sistema de comercio electrónico de Marathon Vitamin Shops deberá integrar y gestionar eficientemente varias funciones críticas para el éxito de la tienda en línea. En primer lugar, el alcance de las *operaciones en línea* se centrará en la presentación de productos, la personalización de ofertas, y el procesamiento de compras, permitiendo a los clientes navegar y comprar productos de manera intuitiva. Es esencial que el sistema esté claramente delimitado para manejar todo el flujo de compra desde la selección de productos hasta la confirmación del pedido, sin solapar funciones que se realizan fuera de línea.

Además, la *integración con otros sistemas internos*, como la gestión de inventarios, es crucial para mantener la precisión en la disponibilidad de productos y la actualización de los datos en tiempo real. Esta integración permitirá que el sistema de comercio electrónico funcione en conjunto con las operaciones físicas,

evitando discrepancias en el inventario y asegurando que la información sea consistente en todos los canales.

En cuanto a la *seguridad y privacidad de los datos*, el sistema debe establecer barreras sólidas que protejan tanto la información personal de los clientes como los detalles de las transacciones. Esto incluye la implementación de protocolos de cifrado y medidas de autenticación robustas para prevenir accesos no autorizados y posibles brechas de seguridad.

Por último, la *atención y soporte al cliente* será gestionada tanto a través del sitio web como mediante canales externos. El sistema web ofrecerá una base de conocimientos y un sistema de tickets para resolver problemas comunes, mientras que los casos más complejos serán escalados a centros de atención al cliente especializados. Esto asegurará que los clientes reciban soporte adecuado en cada etapa del proceso de compra y postventa.

3. Sugiera cuáles/elementos deberían manejarse de manera interna y cuáles podrían subcontratarse a otra empresa que tenga mejores recursos para manejarlos, Justifique sus sugerencias en dos párrafos, uno para áreas internas y otro para las subcontratadas

Manejo Interno:

Gestión del Contenido del Sitio Web: La creación y actualización del contenido del sitio web, como descripciones de productos, imágenes, precios y promociones, debe ser manejada internamente. Esto asegura que la marca mantenga un control total sobre la calidad y coherencia del contenido, alineado con la imagen y estrategia de la empresa.

Atención al Cliente y Soporte Técnico de Primer Nivel: El soporte al cliente, especialmente las interacciones directas a través del sitio web (como chat en vivo o sistemas de tickets), debe ser gestionado por personal interno. Esto permite una respuesta rápida y un manejo adecuado de las consultas y problemas específicos de los clientes.

Control de Inventarios y Logística de Pedidos: La gestión del inventario y el seguimiento de los pedidos deben estar integrados con los sistemas internos para asegurar precisión y eficiencia. Esto incluye el procesamiento de órdenes, la actualización en tiempo real del inventario y la coordinación con los almacenes y puntos de distribución.

Subcontratación:

Desarrollo y Mantenimiento de la Plataforma: Si Marathon Vitamin Shops no cuenta con un equipo técnico especializado, el desarrollo y mantenimiento técnico de la plataforma de comercio electrónico podría subcontratarse a una empresa con experiencia en soluciones e-commerce. Esto incluye el diseño, desarrollo y actualizaciones técnicas del sitio web.

Seguridad y Protección de Datos: La implementación y gestión de medidas de seguridad avanzadas, como el cifrado de datos y la protección contra ciberataques, puede ser subcontratada a proveedores de servicios de ciberseguridad especializados. Esto asegura que las últimas tecnologías y protocolos de seguridad se implementen sin requerir un equipo interno dedicado.

Servicios de Entrega y Logística: La entrega de productos a los clientes puede ser subcontratada a compañías de logística especializadas que ya tienen la infraestructura y experiencia necesarias para manejar envíos, devoluciones y la gestión de tiempos de entrega. Esto permite a Marathon Vitamin Shops centrarse en la venta y gestión de productos, mientras que un tercero maneja el cumplimiento logístico.