**TESIS**

Villegas, Carla & Romero, Edwin (2010). *Sistema E-Commerce para la gestión de ventas para la empresa CallCell. Facultad de Ingeniería en Sistemas e Informática.* Ambato, Ecuador: ESPE, Sede SANGOLQUÍ . Obtenido de http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/338/1/T-ESPE-029757.pdf

**El problema de la investigación:**

La Empresa CallCell, es una entidad comercial orientada a la venta de equipos móviles, nueva tecnología y accesorios adicionales, como: celulares, audífonos, tarjetas de memoria, etc. Dichas ventas pueden ser al por mayor y menor, con clientes frecuentes y de oportunidad dentro de Quito, Ambato y Riobamba.

CallCell realiza el control de inventario en archivos de texto o archivos físicos sin tener una base de datos de productos comprados o vendidos durante un período de tiempo; de la misma manera realizan el registro de sus clientes frecuentes.

Uno de sus mayores problemas es la pérdida o extravío de archivos (facturas, pedidos de productos, etc.), en otras ocasiones el traspaso de la información al computador no es el correcto, lo cual no permite un control exacto de los productos vendidos o comprados. Otro problema es la pérdida de clientes debido a la falta de control y pérdida de registros de los mismos, a los cuales se desea ofrecer promociones y enviar información de nuevos productos, además la ampliación de su mercado a diferentes compradores en otras ciudades se ha visto limitada por razones varias, como es el arriendo de otros locales o la compra de mostradores para los productos.

**La solución propuesta:**

La solución es implementar un sistema e-Commerce para la gestión de ventas para la Empresa CallCell, utilizando la metodología UWE.

Automatizar y agilitar el proceso de Ventas de la Empresa CallCell por medio del Internet.

Mantener a los visitantes continuamente informados sobre productos, noticias, eventos y promociones de la empresa.

Desarrollar un espacio de “Contáctenos” para que las personas puedan comunicarse con la empresa.

Publicitar la imagen de CallCell, y dar a conocer los servicios que presta a sus usuarios.

Validar al sistema con las pruebas que sean necesarias para verificar la calidad del mismo.

Utilizar la metodología UWE (UML-Based Web Enginering, UWE).

La Ingeniería Web basada en UML (UML - Based Web Enginering, UWE), es un proceso de desarrollo para aplicaciones Web enfocado sobre el diseño sistemático, personalización y generación semiautomática de escenarios que guíen el proceso de desarrollo de una aplicación Web, las cuales permiten una adecuada planificación del proyecto servicio facilitará el control del inventario de la empresa para evitar errores, pérdidas y fallas de productos que son adquiridos por la empresa y aquellos que son entregados al cliente.

Gracias a todas estas características, el sistema permitirá mostrar una imagen moderna de la empresa, y asimismo poder estar un paso adelante de otras empresas en ventas, y obteniendo un control de inventario en tiempo real y dando como resultado la expansión nacional y reducción de gastos de oficina

**ARTICULO**

Mendoza, Jorge (2000). Ventas por Internet y Tiendas en Línea. *Milenium Network*. Obtenido de: http://www.informaticamilenium.com.mx/es/articulos/internet/21-ventas-por-internet-y-tiendas-en-linea.html

**Resumen:**

“Al igual que hace veinte años, la industria de cómputo está a la expectativa de otro gran cambio: Internet ha entrado a su etapa de madurez y permite ahora con relativa facilidad la ejecución de operaciones comerciales en línea”.

El objetivo de este artículo es darle una definición a un término que se ha puesto muy de moda, es el del Comercio Electrónico (e-Commerce, B2C), que es la compra y venta de bienes y servicios a través de Sitios Web en el Internet. Este concepto, junto con el término de comercio entre empresas (e-Business, B2B) son usados indistintamente con mucha frecuencia para referirse al mismo concepto, aun cuando su aplicación es muy diferente. En general, e-Commerce se refiere a operaciones comerciales directamente con el consumidor final, mientras que e-Business tiene que ver más bien con la automatización de las transacciones comerciales entre empresas.

Como muchos otros términos que surgen día con día, el del Comercio Electrónico tiene un significado distinto para cada gente. La definición que se considera la más apropiada para fines de introducción al tema es la siguiente:

"El Comercio Electrónico es la aplicación de avanzadas tecnologías de información para incrementar la eficiencia y efectividad de las relaciones de negocios entre socios comerciales"

**TESIS**

Diaz, Alejandro & Oropeza, Carlos (2008). *Sistema de gestión de ventas a una empresa comercializadora de artículos de oficina y soluciones.* Barcelona, Venezuela: Universidad de Oriente Núcleo de Anzoátegui Escuela de Ingeniería y ciencias aplicadas departamento de computación y sistemas. Obtenido de: http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/1116/1/Tesis.SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N.pdf

**El problema de investigación:**

Actualmente en el mercado existen variedad de empresas que ofrecen y proporcionan soluciones en materia de tecnología a las empresas que así lo requieran, este es el caso de Ofimarket, C.A. una empresa fundada en la ciudad de Puerto La Cruz - Venezuela en el año 2001, donde se encuentra actualmente su sede principal, con el objetivo de abastecer y equipar todo tipo de oficina que opere dentro de la región oriental del país, con productos originales de las marcas de mayor prestigio en el mercado tales como Lenovo, Siragon, Epson, Alpes, Pentel, Solita, Norma, Canon. Hoy en día contando 6 años de experiencia la empresa ha experimentado un exitoso crecimiento, el cual le ha permitido posicionarse como la empresa líder en distribución de consumibles HP dentro de la zona, según el galardón que le ha otorgado dicho proveedor certificándola como “Socio de Negocios en el año 2004” y elevando la categoría como canal de distribución a “Canal Directo”. Todo este crecimiento ha permitido consolidar una infraestructura de almacenaje y transporte que, apoyada con los recursos gerenciales, tecnológicos y humano permiten dar respuesta inmediata a las necesidades de sus clientes actuales y potenciales. Ofimarket, C.A. ofrece a sus clientes una variedad de artículos de diversas marcas agrupándose en líneas de productos, siendo estas las siguientes:

* Consumibles.
* Soluciones tecnológicas.
* Artículos de Oficina.
* Papelería.
* Misceláneos.

En la actualidad la empresa se ha planteado una meta anual para el Departamento de Ventas a alcanzar de 14.781.250 bolívares fuertes, sin embargo, esta meta no se logró debido a que solo se obtuvo un total de 14.261.439 bolívares fuertes, representando esta suma el 96.48%, a diferencia del año anterior en el cual la meta fijada fue superada en un 4,60%. Estas metas fueron fijadas por la gerencia de ventas considerando las variables macroeconómicas que afectan la economía nacional. Esta situación es preocupante para los directivos de la empresa puesto que temen que se genere este incumplimiento en años futuros ocasionando una crisis financiera. Las posibles causas que generaron estos resultados en el año 2007, fueron expuestas a través de diversas visitas y entrevistas realizadas a los vendedores y directivos de la empresa, así como también haciendo un seguimiento de las actividades que se llevan a cabo dentro del Departamento de Ventas, resultando como focos problemáticos los siguientes:

Falta de indicadores que permitan evaluar los factores más relevantes que afecten el desempeño de cada uno de los empleados que conforman el Departamento de Ventas. Falta de motivación de los empleados los cuales no se sienten comprometidos con las metas de la empresa. Retraso del transporte, ocasionando molestias a los clientes. Retraso de los procesos administrativos. Retraso de las actualizaciones del sistema, tales como: precios e información relevante al producto.

Falta de capacitación del personal que labora en la empresa, lo cual genera desconocimiento de nuevos productos en el mercado y del sistema de ventas. Bajo nivel de inventario en artículos de gran demanda. Ausencia de información en el portal Web de la empresa sobre productos que ofrece la misma. Toda esta serie de problemas evidencia una ausencia de un adecuado control sobre el proceso de comercialización y la aplicación de estrategias que garanticen la obtención de los resultados esperados.

**Solución de la problemática:**

La solución a esta problemática es la formulación de un sistema de gestión, que permita medir el funcionamiento del Departamento de Ventas estableciendo la dirección a tomar para el cumplimiento de los objetivos, así mismo, se formulará un plan estratégico que será la base para el establecimiento de indicadores. Para obtener los resultados esperados, se realizó un diagnóstico de la situación actual de la empresa con el fin de recopilar toda la información necesaria para conocer los componentes del sistema, y de esta manera poder establecer la visión, misión y los objetivos de la empresa.

Una vez establecidos los objetivos se formularon estrategias para alcanzarlos, y el sistema de indicadores que permitirá medir el avance de las estrategias seleccionadas. Con este estudio, el Departamento de Ventas logrará obtener un mayor control de las actividades claves del proceso de ventas, a través del sistema de medición que reflejará los resultados de los indicadores considerados, permitiendo medir el avance y cumplimiento de los objetivos de la empresa y así poder conocer si la misma está orientada hacia el logro de lo contemplado en la misión y visión. El alcance de este proyecto es el desarrollo de un sistema de medición, para lo cual es necesario contar con un plan que contenga los objetivos, metas y estrategias bien definidos para poder establecer los aspectos claves a ser medidos y establecer un adecuado sistema de indicadores para el Departamento de Ventas. La originalidad de este estudio se basa en la incorporación del Balance Scorecard al proceso de planificación estratégica, desde la formulación de la misión hasta la elaboración de estrategias. Cabe destacar que es el primer estudio realizado en esta empresa y que podrá servir de guía para futuros estudios dentro de la misma.

**TESIS**

Vásquez, J. (2014). *Diseño de un sistema basado en tecnología we para el control y gestión de venta de unidades móviles.* Huancayo, Perú: Facultad de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Nacional del Centro del Perú. Obtenido de: http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1153/DISE%c3%91O%20DE%20UN%20SISTEMA%20BASADO%20EN%20TECNOLOG%c3%8dA%20WEB.pdf?sequence=1&isAllowed=y

**El problema de Investigación:**

En la agencia de ventas “Corporación Telenegocios Perú SA·C”, existen diferentes áreas donde existen varias funciones que realizan los trabajadores de forma manual y otros en archivos Word y Excel.

Al momento de realizar una venta el personal del área de ventas muestra la lista de los equipos disponibles al cliente para que elija, después que el cliente ha realizado la elección del equipo el vendedor solicita las series de los equipos y Tarjeta SIM a almacén genera una hoja venta con los datos del cliente, tipo de plan, series del equipo y tarjeta SIM para entregar al activador para que realice la activación del equipo y tarjeta SIM además de asignar un número telefónico, cuando el cliente realiza el pago se le entregara un comprobante de pago y guía de remisión los cuales entrega al vendedor para que pueda recoger de almacén los equipos y hacerle la entrega al cliente después de hacerle firmar el contrato de servicio.

El área de almacén tiene las siguientes funciones: decepcionar y llevar un control de los equipos y tarjetas SIM, realizar los picking de los pedidos, brindar las series de los equipos tarjetas SIM a los vendedores, entregar los equipos y tarjetas SIM activados, realizar stock de equipos e inventarios periódicamente, reingresar equipos y tarjetas SIM que fueron anulados y otros.

Cabe destacar que las áreas no realizan las asignaciones de activos con un orden especifico, por tanto se puede causar el descontento e inconformidad de los clientes, provocando demora, incomodidad en varias oportunidades por falta de un monitoreo constante que permita conocer cuáles son las atenciones pendientes, además de esto no se cuenta con un sistema de inventario que actualice periódicamente lo existente en el área de almacén, lo que ocasiona falta de información precisa de lo que se tiene, gastos excesivos de tiempo y dificultad para llevar el seguimiento y control de los activos y sus asignaciones.

En vista de lo descrito, se analizarán las necesidades generales de las áreas a fin de determinar los requerimientos reales del sistema que se desea crear, diseñar, desarrollar e implantar, usando una metodología de apoyo. El desarrollo de este proyecto se realizará siguiendo las normativas para la creación de aplicaciones, la cual exige el uso de herramientas libres a fin de cumplir con lo establecido, entre estas se puede mencionar: Sistema manejador de Base de Datos MySQL y Java como lenguaje de programación de código abierto.

**Solución de la problemática:**

La solución es mejorar el control y gestión de venta de unidades móviles, mediante el diseño un Sistema basado en Tecnología Web creando un sistema web para el control y gestión de ventas de unidades móviles.

El desarrollo del sistema web para el control y gestión de ventas de unidades móviles en línea permitirá la accesibilidad desde cualquier punto de internet, permitirá mayor dinamismo en cualquier operación de la agencia de ventas, ya que el proceso de ventas ya no sería centralizada sino que podría hacerse a través de cualquier punto con acceso a Internet y en cualquier parte de la agencia de ventas o donde se encuentre el vendedor, lo que permitirá las siguientes mejorías: El tiempo que lleva hacer el proceso de relleno del registro de ventas se disminuiría considerablemente, revisar el stock disponible de los productos en la agencia de ventas, revisar las cantidades de ventas del vendedor.

Por lo tanto, materializar dicho proyecto resultaría necesario e importante para los trabajadores de la agencia de ventas, así mismo estar a la vanguardia de la tecnología presente en todo el mundo. Además, el desarrollo de sistema aportará gran cantidad de beneficios, entre los cuales se encuentran:

* Agilizar los procesos de registro y control de los activos por parte del Departamento de Almacén.
* Garantizar el manejo de la información y la generación a tiempo de reporte sobre dichos activos.
* Consultar el estado de las ventas registradas para un mejor servicio a los clientes.
* Evitar la pérdida de información debido a que esta, estará almacenada en una base de datos confiable que permitirá centralizar toda la información.