Trabajo fase 4 proyecto de grado

Presentado por:

ANDRES FELIPE GARCIA BASTIDAS

Presentado a:

OSE ALFAIR MORALES BARRERA

Escuela ebitci

Programa: ingeniería de sistemas

Universidad abierta y a distancia unad

27/11/2023

Resumen

La creación de una aplicación para la compra de productos en Olímpica del sur de Neiva es un proyecto que busca modernizar la experiencia de compra de los clientes en el supermercado. La aplicación ofrecerá un catálogo completo y actualizado de productos, múltiples opciones de pago, entrega a domicilio eficiente y atención al cliente en línea. Además, promoverá ofertas y descuentos exclusivos para fidelizar a los usuarios. El objetivo es mejorar la eficiencia operativa, aumentar las ventas y fortalecer la presencia de Olímpica en el mercado local, adaptándose a las tendencias de compras en línea y brindando comodidad a los clientes.

Introducción

Se trata de una aplicación que desbloquear los trámites y los modos de venta de las personas que viven en el sur con una aplicación móvil que hará que los productos lleguen a todas las personas y de esa manera disminuir las colas en la olímpica del sur con sus clientes felices disfrutando de sus productos

Planteamiento del problema

1. Cambio en los hábitos de compra: La sociedad está experimentando un cambio significativo en la forma en que las personas hacen sus compras, con un aumento en la preferencia por las compras en línea y la conveniencia que ofrecen las aplicaciones móviles. Sin una presencia en línea, Olímpica puede perder clientes que buscan una experiencia de compra más cómoda y moderna.

2. Accesibilidad limitada: Los clientes que desean comprar en Olímpica del sur de Neiva a menudo deben desplazarse físicamente hasta la tienda, lo que puede ser inconveniente, especialmente en situaciones de tráfico, climáticas o de salud pública, como la pandemia de COVID-19.

3. Limitación geográfica: Los clientes que viven fuera de la zona sur de Neiva pueden tener dificultades para acceder a los productos de Olímpica de manera eficiente. Esto limita el alcance del supermercado y su capacidad para atraer a una base de clientes más amplia.

4. Ineficiencia en la gestión de inventario: La falta de una plataforma digital dificulta la gestión de inventario en tiempo real y la planificación de reposición de productos, lo que puede llevar a la falta de disponibilidad de ciertos artículos y a la insatisfacción de los clientes.

5. Falta de datos de comportamiento del cliente: Sin una plataforma en línea, Olímpica carece de datos valiosos sobre las preferencias de compra, el comportamiento del cliente y las tendencias del mercado, lo que dificulta la toma de decisiones informadas y la adaptación a las necesidades cambiantes de los consumidores.

En resumen, el problema principal radica en la necesidad de adaptarse a los cambios en los hábitos de compra de los clientes y en la falta de una presencia en línea que limite la accesibilidad, la eficiencia operativa y la capacidad de satisfacer las demandas de un mercado cada vez más digital. La creación de una aplicación móvil para la venta de productos de Olímpica en el sur de Neiva busca abordar estas problemáticas y mejorar la experiencia de compra de los clientes mientras fortalece la posición del supermercado en el mercado local.

Objetivos

General

Desarrollar una aplicación móvil de compra de productos para el supermercado Olímpica con el fin de modernizar y mejorar la experiencia de compra de los clientes, aumentar la eficiencia operativa y fortalecer la presencia de Olímpica en el mercado de la zona sur de Neiva.

Específicos

Crear una plataforma intuitiva y fácil de usar: Desarrollar una aplicación móvil que sea amigable para el usuario, permitiendo una navegación sencilla, búsqueda de productos eficiente y una experiencia de compra sin complicaciones.

Brindar atención al cliente en línea: Ofrecer soporte y atención al cliente a través de la aplicación para resolver consultas, gestionar devoluciones y proporcionar asistencia en tiempo real.

Mejorar la rentabilidad del negocio: Aumentar las ventas y reducir los costos operativos mediante la eficiencia en la gestión de pedidos y entregas, lo que contribuirá a la rentabilidad general del supermercado.

Justificación

La idea de negocio de una aplicación para la compra virtual de productos en el supermercado Olímpica del sur de Neiva se justifica por diversas razones que benefician tanto a los clientes como al propio supermercado:

Cambio en los hábitos de compra: La creciente tendencia hacia las compras en línea y la conveniencia que ofrecen las aplicaciones móviles para hacer compras son evidentes en la sociedad actual. Ofrecer una plataforma de compra virtual se alinea con estas tendencias y satisface la demanda de consumidores que buscan alternativas más cómodas y eficientes para hacer sus compras de supermercado.

Accesibilidad y comodidad: La aplicación permite a los clientes realizar compras desde la comodidad de sus hogares o cualquier lugar, lo que es especialmente relevante en situaciones como la pandemia de COVID-19, donde se busca minimizar la interacción física en espacios comerciales.

Variedad y actualización de productos: La aplicación puede mostrar un catálogo completo y actualizado de productos disponibles en el supermercado, lo que facilita a los clientes encontrar lo que necesitan, conocer las ofertas y explorar nuevas opciones sin tener que recorrer físicamente los pasillos del supermercado.

Horarios flexibles: Los clientes pueden realizar compras en cualquier momento, incluso fuera de los horarios de operación regulares del supermercado, lo que amplía la accesibilidad y flexibilidad para aquellos con horarios ocupados.

Facilidad de seguimiento de gastos: La aplicación proporciona una forma fácil de llevar un registro de los gastos de compra, lo que puede ayudar a los clientes a administrar su presupuesto familiar de manera más efectiva.

Ahorro de tiempo: Evitar las filas en cajas y el tiempo de desplazamiento hasta el supermercado ahorra tiempo valioso a los clientes, lo que puede ser especialmente beneficioso en una sociedad cada vez más ocupada.

Fidelización de clientes: La aplicación puede implementar programas de lealtad, ofertas exclusivas y descuentos personalizados para incentivar a los clientes a seguir comprando en Olímpica, lo que contribuye a la fidelización de clientes y al aumento de las ventas.

Mejora de la eficiencia del supermercado: La aplicación puede ayudar a Olímpica a gestionar de manera más eficiente su inventario y planificar las entregas, lo que puede reducir los costos operativos y mejorar la satisfacción del cliente al garantizar la disponibilidad de productos.

Datos y análisis: La aplicación proporciona datos valiosos sobre el comportamiento de compra de los clientes, lo que permite a Olímpica tomar decisiones informadas para mejorar sus servicios y adaptarse a las preferencias del mercado.

En resumen, la idea de negocio de una aplicación para la compra virtual en Olímpica del sur de Neiva se justifica por la creciente demanda de compras en línea, la conveniencia que ofrece a los clientes **y los** beneficios potenciales para el supermercado en términos de eficiencia operativa y fidelización de clientes. Esta iniciativa se adapta a las necesidades cambiantes de los consumidores y puede

Delimitación

Se estructurara el proyecto para la comuna 8 de Neiva de los barrios acacias timanco Canaima con más de 300 habitantes a los cuales les servirá la aplicación para la compra del olímpica del sur esto hará que las personas pidan sus productos con pagos electrónicos desde la comodidad de sus casas

Marcos

Marco Teórico:

Comercio Electrónico (e-commerce): El comercio electrónico se refiere a la compra y venta de productos o servicios a través de Internet. La app de compra de productos se basa en los principios del e-commerce para permitir transacciones en línea.

Experiencia del Usuario (UX): La experiencia del usuario es fundamental en el diseño de la app. Se refiere a cómo los usuarios interactúan con la aplicación, incluyendo la navegación, usabilidad y diseño de interfaces para garantizar una experiencia satisfactoria.

Seguridad en las Transacciones: La seguridad es un aspecto crítico en las aplicaciones de compra. Se basa en la encriptación de datos y la autenticación para proteger la información financiera y personal de los usuarios.

Gestión de Inventarios: La app debe integrar un sistema de gestión de inventarios para rastrear la disponibilidad de productos en tiempo real y evitar la venta de productos agotados.

Pago en Línea: La app debe ofrecer múltiples opciones de pago en línea, como tarjetas de crédito, débito, transferencias bancarias y billeteras digitales, asegurando la seguridad de las transacciones.

Marco Conceptual:

Catálogo de Productos: El catálogo de productos es la base de la app, donde se listan todos los productos disponibles para su compra.

Carrito de Compras: El carrito de compras es una función esencial que permite a los usuarios agregar y gestionar los productos que desean comprar antes de finalizar la compra.

Proceso de Pago: El proceso de pago implica seleccionar los productos del carrito, ingresar la información de pago y confirmar la compra.

Entrega a Domicilio: La entrega a domicilio es una característica importante que permite a los usuarios recibir los productos en la ubicación de su elección.

Atención al Cliente: La atención al cliente en línea proporciona asistencia a los usuarios, responde preguntas y resuelve problemas relacionados con sus compras.

Promociones y Descuentos: La app puede ofrecer promociones, descuentos y ofertas especiales para incentivar las compras y fidelizar a los clientes.

Análisis de Datos: La app recopila datos sobre el comportamiento de los usuarios, como las preferencias de compra y las tendencias, que pueden ser analizados para tomar decisiones informadas y mejorar la oferta de productos.

Seguimiento de Pedidos: Los usuarios pueden realizar un seguimiento en tiempo real del estado de sus pedidos, lo que proporciona transparencia y seguridad en el proceso de entrega

Marco normativo

El presente artículo tomará como referencia o punto de partida el contexto que la denominada economía naranja nos otorga en la actualidad nacional colombiana.

Dicha economía creativa ha permitido que las ideas, la innovación y el emprendimiento se materialicen en beneficios, bienes y servicios que se ven reflejados en las diferentes actividades desplegadas por el ser humano en los ámbitos de su vida cotidiana, tales como la cultura, el diseño, la publicidad, la arquitectura, la música, el cine, siendo la más destacada en la era moderna, la tecnología1.

Mencionada tecnología específicamente aplicada a los dispositivos móviles, a través de su parte lógica e intangible como lo son las llamadas Apps o Aplicaciones móviles serán el eje central del presente documento, en el que se propenderá por su estudio desde el punto de vista del ordenamiento jurídico colombiano y la normatividad andina supranacional que protege dichas creaciones, los bienes y los servicios que se derivan de estas.

Marco tecnológico

El desarrollo de aplicaciones móviles es el conjunto de procesos y procedimientos involucrados en la escritura de software para dispositivos informáticos pequeños e inalámbricos, como teléfonos inteligentes y otros dispositivos portátiles.

Al igual que el desarrollo de aplicaciones web, el desarrollo de aplicaciones móviles tiene sus raíces en el desarrollo de software más tradicional. Sin embargo, una diferencia fundamental es que las aplicaciones móviles a menudo se escriben específicamente para aprovechar las características únicas de un dispositivo móvil en particular. Por ejemplo, se podría escribir una aplicación de juegos para aprovechar el acelerómetro del iPhone o se podría escribir una aplicación de salud móvil para aprovechar el sensor de temperatura de un reloj inteligente.

Hoy en día, las dos plataformas móviles más destacadas son iOS de Apple y Android de Google. Los teléfonos y tabletas de Apple vienen precargados con aplicaciones esenciales, incluido un navegador web completo y la App Store de Apple. Los dispositivos Android también vienen precargados con aplicaciones similares y puedes instalar más usando Google Play Store.

Metodología

1. Definición de Objetivos y Alcance:

Identifica los objetivos específicos de la aplicación, como mejorar la experiencia del cliente, aumentar las ventas o fortalecer la presencia en línea de Olímpica.

Define el alcance del proyecto, incluyendo las características clave, el público objetivo y la ubicación geográfica de servicio.

2. Investigación de Mercado:

Realiza un análisis de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los clientes en la zona donde operará la aplicación.

Estudia la competencia y las tendencias en aplicaciones de compra similares.

3. Diseño de la Experiencia del Usuario (UX):

Crea un diseño de la interfaz de usuario que sea intuitivo y fácil de usar, asegurando una navegación clara y una experiencia de compra agradable.

Diseña prototipos y realiza pruebas de usabilidad para obtener retroalimentación temprana de los usuarios.

4. Desarrollo de la Aplicación:

Selecciona la plataforma de desarrollo (iOS, Android o ambas) y elige las tecnologías adecuadas.

Desarrolla las funciones esenciales de la aplicación, como el catálogo de productos, el carrito de compras, el proceso de pago y la gestión de pedidos.

Integra sistemas de seguridad para proteger los datos de los usuarios y las transacciones.

5. Gestión de Inventarios y Logística:

Implementa un sistema de gestión de inventario en tiempo real para mantener un registro actualizado de los productos disponibles.

Establece un proceso de logística eficiente para la entrega de productos, si se ofrece este servicio.

6. Implementación de Pagos:

Integra múltiples opciones de pago en línea, como tarjetas de crédito, débito y billeteras digitales, asegurando la seguridad de las transacciones.

7. Pruebas y Calidad:

Realiza pruebas exhaustivas de la aplicación para identificar y corregir errores o fallos.

Asegúrate de que la aplicación funcione sin problemas en diferentes dispositivos móviles y sistemas operativos.

8. Lanzamiento y Promoción:

Lanza la aplicación en las tiendas de aplicaciones (App Store y Google Play) después de obtener la aprobación.

Implementa estrategias de marketing para promocionar la aplicación y atraer a los usuarios, como campañas publicitarias en línea, redes sociales y colaboraciones con Olímpica.

9. Atención al Cliente y Soporte:

Proporciona un sistema de atención al cliente en línea para resolver consultas, problemas o reclamos de los usuarios.

Ofrece soporte técnico para garantizar una experiencia sin problemas.

10. Evaluación y Mejora Continua:

Recopila datos sobre el comportamiento de los usuarios y realiza análisis para evaluar el rendimiento de la aplicación.

Realiza actualizaciones periódicas para agregar nuevas características y mejorar la aplicación en función de la retroalimentación de los usuarios.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES** | | | | | | | | | | | | |
| **ACTIVIDAD** | **MES 1** | **MES 2** | **MES 3** | **MES 4** | **MES 5** | **MES 6** | **MES 7** | **MES 8** | **MES 9** | **MES 10** | **MES 11** | **MES 12** |
| Idea de crear la aplicación | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Programación de la aplicación |  | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Implementación magnética de la propuesta |  | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Manejo de la aplicación por los clientes | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Recursos

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RECURSO** | **DESCRIPCIÓN** | **PRESUPUESTO** |
| 1. **Equipo Humano** | Programadores de app | 60.000.00 |
| 1. **Equipos y Software** | Software para programar la aplicación | 12.000.000 |
| 1. **Viajes y Salidas de Campo** | - |  |
| 1. **Materiales y suministros** | 5 Computadores de alta generación | 28.000.000 |
| 1. **Bibliografía** | Libros de consulta | 600.000 |
| **TOTAL100.600.000** | | |

Resultados

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RESULTADO/PRODUCTO ESPERADO** | **INDICADOR** | **BENEFICIARIO** |
| Que más personas compren desde la comodidad de su casa los productos de olímpica | Clientes | cliente |
| Entrada y validación de los clientes electrónicamente | Agrupamiento de ventas en la app | supermercado |
| Mas ventas más entradas económicas para el olímpica al sur de Neiva | Crecimiento económico por ventas en el olímpica del sur | Inversionistas de olímpica |
| - | - | - |

Bibliografía

consulty, t. (20 de 03 de 2023). *pagina principal de tragam*. Obtenido de https://tangramconsulting.es/noticias/como-crear-una-aplicacion-movil-para-vender-mis-productos

olimpica. (20 de 03 de 2023). *pagina de compras*. Obtenido de <https://www.olimpica.com/>

Autor(es): Sommerville, I. Título: Software Engineering Año de publicación: 2016 Editor: Addison-Wesley ISBN: 978-0133943030

Autor(es): Martin, R. C. Título: Clean Architecture: A Craftsman's Guide to Software Structure and Design Año de publicación: 2017 Editor: Prentice Hall ISBN: 978-0134494166

Autor(es): Gamma, E., Helm, R., Johnson, R., & Vlissides, J. Título: Design Patterns: Elements of Reusable Object-Oriented Software Año de publicación: 1994 Editor: Addison-Wesley

ISBN: 978-0201633610

consulty, t. (20 de 03 de 2023). *pagina principal de tragam*. Obtenido de https://tangramconsulting.es/noticias/como-crear-una-aplicacion-movil-para-vender-mis-productos

olimpica. (20 de 03 de 2023). *pagina de compras*. Obtenido de <https://www.olimpica.com/>

Autor(es): Pressman, R. S. Título: Ingeniería del Software: Un enfoque práctico Año de publicación: 2014 Editor: McGraw-Hill ISBN: 978-607-15-0654-7