

Estudiantes: Alban Richard, Llumiguin Daniel, Yanez Miechelle

TALLER 2

Proceso: Tienda virtual de equipos electrónicos.

1. Antecedentes:

- **INFORMACIÓN GENERAL**

El proceso se centra en la gestión eficiente de la adquisición, importación y venta de productos tecnológicos en una tienda física y virtual en Ecuador. Incluye la coordinación con proveedores nacionales e internacionales, el control de calidad de los productos, la exhibición en las plataformas físicas y virtuales, y la atención personalizada a los clientes. Todo esto se lleva a cabo en un entorno que busca cumplir con las normativas locales y reducir riesgos asociados al negocio.

Campo específico: Comercio Electrónico de Productos Tecnológicos en Ecuador.

Usuarios: Clientes, administradores, personal de ventas, y proveedores.

Funcionalidad principal: Optimización de procesos desde la adquisición de productos hasta la satisfacción del cliente final.

Nombre de la Empresa: JUVY EXPRESS S:A:S.

Objetivo: Optimizar integralmente los procesos de adquisición, importación y venta de productos tecnológicos en la tienda, garantizando una gestión eficiente que reduzca tiempos y costos, eleve la satisfacción del cliente y asegure el cumplimiento de estándares de calidad, minimizando los riesgos en cada fase del proceso.

2. Desarrollo

1. ANÁLISIS SITUACIONAL – FODA -

Mediante reuniones virtuales junto con todos los interesados en el proyecto, se elabora el FODA, que se expone a continuación:

FORTALEZAS	
F1	Red de proveedores confiable y diversificada, que garantiza la disponibilidad de productos.
F2	Sistemas de gestión de inventario eficientes con herramientas tecnológicas actualizadas.
F3	Personal capacitado en ventas, atención al cliente y manejo de inventarios.

F4	Presencia tanto física como virtual, aumentando el alcance de mercado.
DEBILIDADES	
D1	Dependencia de proveedores internacionales, lo que puede causar retrasos por logística global.
D2	Costos elevados en transporte e importación que afectan el margen de ganancia.
D3	Limitaciones en las políticas de devoluciones, afectando la percepción del cliente.
D4	Vulnerabilidad ante fallas en el sistema de inventario o la plataforma virtual.

OPORTUNIDADES	
O1	Crecimiento del mercado tecnológico en Ecuador debido al incremento del teletrabajo y educación virtual.
O2	Posibilidad de alianzas con fabricantes locales para reducir costos de transporte.
O3	Implementación de análisis de datos para mejorar la toma de decisiones comerciales.
O4	Oportunidad de alianzas con fabricantes de tecnología para mejorar el inventario y competitividad de la tienda.
O5	Expansión de la tienda virtual a otros países de la región.
AMENAZAS	
A1	Competencia intensa en el mercado de productos electrónicos, que puede requerir inversiones adicionales en marketing.
A2	Cambios en las regulaciones de comercio, como políticas de protección de datos o impuestos a productos importados, que puedan afectar el negocio.
A3	Vulnerabilidades de seguridad en el manejo de datos que podrían poner en riesgo la información de los clientes y la integridad del sistema.
A4	Dependencia de la disponibilidad de productos tecnológicos que podría verse afectada por interrupciones en la cadena de suministro o problemas de stock.
A5	Cambios en las preferencias de los consumidores, lo que podría requerir ajustes continuos en el catálogo y estrategias de fidelización.

2. Determinar las partes interesadas

2.1 Clientes: Personas que visitan la tienda en busca de productos tecnológicos.

2.2 Administrador: Persona encargada de gestionar el inventario y coordinar con proveedores.

2.3 Personal de Ventas: Equipo que ayuda a los clientes en sus decisiones de compra.

2.4 Proveedores de productos electrónicos

2.5 Reguladores de Comercio: Autoridades que supervisan las normativas aplicables al comercio de productos electrónicos.

3. Presentar el alcance de su sistema de gestión.

Objetivo general: Desarrollar una plataforma de comercio electrónico enfocada en productos tecnológicos, ofreciendo una experiencia de usuario optimizada y una administración eficiente de productos y categorías.

Objetivos específicos y estrategias:

Ofrecer una plataforma segura para el comercio electrónico.

- **Estrategia 1.1:** Implementar controles de acceso y medidas de seguridad en la tienda.
- **Estrategia 1.2:** Asegurar la protección de los datos de los clientes y cumplir con las normativas de protección de datos.

Optimizar la experiencia del cliente mediante una interfaz intuitiva y navegación por categorías.

- **Estrategia 2.1:** Organizar los productos por categorías que faciliten la búsqueda.
- **Estrategia 2.2:** Capacitar al personal de ventas para asistir a los clientes de manera personalizada.

Ampliar el catálogo de productos y asegurar disponibilidad.

- **Estrategia 3.1:** Establecer acuerdos con proveedores de productos tecnológicos.
- **Estrategia 3.2:** Configurar un sistema de notificación de stock para reposiciones rápidas.

Desarrollar herramientas de análisis de ventas y comportamiento del usuario.

- **Estrategia 4.1:** Implementar un sistema de análisis de ventas para detectar tendencias de consumo.
- **Estrategia 4.2:** Utilizar los datos de ventas para optimizar la organización del inventario y promociones.

Garantizar la satisfacción del cliente mediante soporte y políticas de devolución claras.

- **Estrategia 5.1:** Crear un sistema de atención que permita el seguimiento de las consultas y la resolución de problemas.
- **Estrategia 5.2:** Implementar políticas de devolución y reembolso que generen confianza en los clientes.

4. Establezca un proceso

Proceso: Coordinación de Gestión de la Tienda de Aparatos Electrónicos

Descripción de una de sus funciones: Controlar y supervisar las tareas del administrador en la gestión de categorías y productos, así como asistir a los clientes en sus consultas y dudas respecto a los productos disponibles en la tienda.

1. Búsqueda de proveedores confiables.
2. Compra de mercadería y negociación de precios con proveedores.
3. Pago de impuestos de compra de productos electrónicos.
4. Recepción y traslado de la mercadería a la tienda.
5. Exhibición de productos en la tienda para facilitar la visualización al cliente.
6. Atención y contacto con el cliente interesado en adquirir productos.
7. Recepción de pagos en la tienda.
8. Entrega de productos a los clientes con orientación sobre su uso y mantenimiento.

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

PARTE INTERESADA	NECESIDADES	EXPECTATIVAS
Clientes	Productos de calidad, precios competitivos, experiencia de compra sencilla y confiable.	Experiencia de compra agradable y rápida, acceso a productos de calidad y asesoría en el punto de venta.
Administradores	Herramientas para gestionar categorías y productos, control de inventarios, seguridad en transacciones.	Interfaz de administración intuitiva, control de inventarios, seguridad en el sistema de autenticación.
Desarrolladores del proyecto	Acceso a recursos técnicos y documentación para actualizar sistemas internos de inventario y facturación.	Cumplimiento de cronogramas de desarrollo y optimización de sistemas en tienda.
Proveedores de productos tecnológicos	Canal de distribución en un mercado confiable y con alta demanda de productos electrónicos.	Incremento de ventas y fortalecimiento de la relación con la tienda física.
Reguladores de Comercio Electrónico	Cumplimiento de normativas de impuestos y seguridad de productos.	Transparencia en las transacciones y cumplimiento de leyes locales de comercio.