



## Proyecto Integrador 2021-1 Proyecto Final

<b>Nombre:</b> <b>Sebastian Villa Ávila</b> <b>Jhon Sebastian Ijaji Ortiz</b> <b>Alejandro Arce Rendón</b> <b>Alexander Samacá Burbano</b>	<b>Código:</b> A00361589 A00362423 A00358633 A00362108
<b>Profesor:</b> <b>Juan Manuel Reyes</b>	

### Enunciado

TODO EN UNO, es una empresa que surgió de una idea familiar, su actividad inicial se basó en la venta de productos de utensilios para el hogar, idea que con el tiempo fue desarrollándose, logrando posicionar la marca y su participación en el mercado en el municipio de Santiago de Cali.

La dedicación y la constante búsqueda de satisfacción al cliente ha permitido la expansión de su catálogo de productos, ya que ahora ofrece productos como accesorios electrónicos, accesorios de moda, alimentos y bebidas, productos de salud y belleza, utensilios de hogar y estilo de vida y equipo de deportes y viajes. Esta labor le ha facilitado a la empresa expandirse alrededor del país con tres importantes sedes que generan múltiples ventas e ingresos.

Por tal motivo, lo han contratado a usted y su grupo de ingenieros para clasificar la información de la base de datos de las ventas de la empresa de manera que dada la sede, la ciudad donde se ubica, tipo de cliente (con o sin membresía) y el género del comprador, sea posible predecir a qué categoría pertenecen los productos en dicha venta y en cual sede se vende más.

Para realizar dicho trabajo la empresa le ha brindado el conjunto de datos correspondiente a las ventas que ha registrado en sus 3 sucursales durante los últimos 3 meses. Dicha información debe ser registrada en la base de datos. Así como también se deben presentar reportes gráficos estadísticos y añadir una opción de filtrado que permita obtener los datos de forma categórica o en intervalos numéricos.

### Método de la Ingeniería

#### Fase 1:

## Fase 2: Recopilación de Información

### Conceptos:

- **Línea de Producto:** Una línea de productos es, en su aspecto más general, una agrupación de productos que se relacionan entre sí por algunas de sus características, ya sea por su razón de uso, por su distribución, por su segmentación o su precio.
- **Sede:** Lugar donde tiene su domicilio una entidad económica, literaria, deportiva, etc.
- **Ventas:** Se trata de todas las actividades que llevan al intercambio de un bien o servicio por dinero. Las empresas cuentan con organizaciones de ventas que se dividen en diferentes equipos, que se suelen fijar en la región a la que se dirigen, el producto o servicio que venden y el cliente objetivo.
- **Mercado:** El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio. Es decir, hay mercado mientras haya intenciones de comprar y de vender; y los participantes estén de acuerdo en efectuar los intercambios, a un precio acordado.
- **Expansión del mercado:** Durante toda la vida de la empresa tiene lugar en la misma un proceso continuo de desarrollo que tiene como objetivo aprovechar las oportunidades de negocio que surgen en el mercado para obtener mayores beneficios expandiendo sus productos o servicios.
- **Membresía:** Es el término con el que se define a ese procedimiento a través del que un usuario decide pasar parte de un grupo selecto de consumidores a ojos de una empresa, recibiendo información sobre sus servicios y/o productos, así como algún tipo de bonificación especial
- **Base datos:** Una base de datos es una colección organizada de información estructurada, o datos, típicamente almacenados electrónicamente en un sistema de computadora.

### Contexto General

El problema planteado anteriormente, tiene como objetivo la expansión de la empresa. Por tal motivo, se contextualiza cuales son los métodos de expansión de empresas que pueden aplicar:

- **Aumento de la cuota de mercado.** Se realiza mediante técnicas de marketing que tienen por objetivo aumentar los clientes y, por lo tanto, las ventas.
- **Búsqueda de un nuevo mercado.** Se trata de buscar nuevos mercados para los productos que vende la empresa generalmente en otros países, es lo que se denomina internacionalización.

- Innovación en los productos. Otra forma de expansión de una empresa consiste en desarrollar alguna innovación sobre un producto ya existente para que se adapte a las nuevas necesidades de los clientes.

Por otro lado, una vez se aplicó el concepto de expansión. Ahora es necesario predecir cuál es el producto más vendido, a qué categoría pertenece y demás características de este. Esta información será tomada y estudiada de la base de datos brindada correspondiente a las ventas realizadas en un lapso de tiempo en las tres sucursales de la empresa.

### **Fase 3: Generación de ideas creativas**

#### **Referencias:**

- GestioPolis.com Experto. (2002, abril 17). ¿Qué es una línea de productos?. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-linea-de-productos/>
- HubSpot. (2021, 04 13). hubspot.es. Retrieved from ¿Qué son las ventas?: <https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas>
- Oracle. (2021, 04 13). *Oracle.com*. Retrieved from Base de datos: <https://www.oracle.com/co/database/what-is-database/>
- RAE. (2021, 04 13). rae.es. Retrieved from sede: <https://dle.rae.es/sede#otras>
- Myriam Quiroa (04 de noviembre, 2019). *Mercado*. Economipedia.com
- NeoAttack. (s.f.). Membresía. Obtenido de <https://neoattack.com/neowiki/membresia/>
- BBVA. (s.f.). Las estrategias de expansión y diversificación de una empresa. Obtenido de <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/expansion-diversificacion.html>