

UNIVERSIDAD PRIVADA FRANZ TAMAYO

FACULTAD DE INGENIERÍA

INGENIERÍA DE SISTEMAS



**SISTEMA WEB PARA LA GESTIÓN DE LAS OPERACIONES
COMERCIALES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE VENTA
DE ROPA EN CIUDAD DE LA PAZ, BOLIVIA**

AUTORES: Apaza Cori Nicole Alejandra
Fabiani Cortés Rafael Alejandro
Osinaga Barra Rafael

DOCENTES: Ing. Vasquez Duran Hilaria Adim
Ing. Eguivar Guerra Juan Mario
Ing. Fernandez Gisbert Edgar Crispin

LA PAZ-BOLIVIA

2023

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	4
1.2. Argumento de la importancia del objeto de estudio.....	5
2. Diseño teórico de la investigación.....	6
2.1. Problemas específicos.....	6
2.2. Formulación del problema.....	6
2.3. Objetivo general.....	6
2.4. Objetivos específicos.....	6
3. Justificación del proyecto.....	7
3.1. Justificación técnica.....	7
3.2. Justificación económica.....	7
3.3. Justificación social.....	7

1. Introducción

Antiguamente, los consumidores tenían que desplazarse a las tiendas físicas, navegar por los pasillos y seleccionar los productos que deseaban comprar, por esta razón las transacciones comerciales se llevaban a cabo principalmente en entornos físicos. Los vendedores dependían en gran medida de tiendas físicas, boutiques y centros comerciales para exhibir y vender sus productos. La competencia se centraba en la ubicación estratégica de las tiendas, la presentación de escaparates atractivos y la capacidad de atraer a compradores a sus puntos de venta. Las temporadas de rebajas y eventos promocionales eran momentos cruciales para impulsar las ventas, y las marcas dependían en gran medida de publicidad impresa, como folletos y anuncios en revistas, para llegar a su audiencia. La interacción directa con los clientes desempeñaba un papel fundamental, ya que permitía a los vendedores comprender las preferencias y necesidades de sus compradores para ajustar sus ofertas. Con la llegada del comercio electrónico, este proceso tradicional de compra y venta ha experimentado una transformación significativa.

En el actual panorama empresarial, la gestión eficiente de operaciones comerciales es un elemento crítico para el éxito de cualquier organización, incluyendo a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs). Entre las PYMEs que operan en La Paz, están aquellas dedicadas a la venta de ropa que requieren de una gestión eficaz de sus operaciones comerciales, como la venta, compra e inventario, por lo que un sistema web de gestión de dichas operaciones comerciales podría darles la oportunidad de optimizarlas y mejorar la eficacia en la administración de sus recursos.

La implementación de un sistema de gestión adecuado puede ofrecer numerosos beneficios para estas PYMEs, como la optimización de los procesos de compra y venta, la reducción de costos operativos, la mejora en la toma de decisiones basadas en datos, y la capacidad de ofrecer un mejor servicio a los clientes. Además, contribuirá a la competitividad y sostenibilidad de estas empresas en un mercado cada vez más competitivo y dinámico.

1.1. Antecedentes del problema de investigación

Bolivia desde junio de 2006, a través del Decreto Supremo 28761, prohibió la importación de ropa usada, pero a día de hoy podemos ver que nuestra ciudad se halla inundada de comercio informal que se dedica a la venta de estas prendas ya que después de la promulgación de dicho decreto, no hay ningún incentivo para abandonar esta actividad, sin embargo, la ropa no paga impuestos por venta, lo que abarata aún más su precio y lleva a la población a su preferencia sobre la ropa confeccionada localmente. Toda esta situación ha llevado a que las empresas de textiles cierren y este tipo de negocio prolifere.

Los inventarios tienen su origen en los egipcios y demás pueblos de la antigüedad, donde acostumbraban almacenar grandes cantidades de alimentos para ser utilizados en los tiempos de sequía o de calamidades. Es así como surge el problema de los inventarios, como una forma de hacer frente a los periodos de escasez. Estos permiten asegurar la subsistencia del negocio y el desarrollo de sus actividades operativas.

Asimismo, la gestión empresarial y la administración de inventario han experimentado transformaciones significativas en los últimos años a nivel global. Los sistemas de gestión empresarial (ERP) se han consolidado como herramientas integrales que permiten la gestión eficiente de diversas funciones, desde la contabilidad hasta la logística. Además, el auge del comercio electrónico y las compras en línea ha impulsado la necesidad de soluciones específicas para la gestión de pedidos y el inventario en línea.

En este contexto, el desarrollo de un Sistema Web de Gestión de operaciones comerciales dirigido a estas PYMEs se presenta como una respuesta necesaria para ayudarlas a competir eficazmente en un mercado en constante cambio y crecimiento.

1.2. Argumento de la importancia del objeto de estudio

TÍTULO	AUTOR	CASO	UNIVERSIDAD	AÑO
Sistema web para la venta de ropa de la boutique Girasoles Fashion Center, en la ciudad de Atacames	Moreira Plúa, Jefferson Patricio	Boutique Girasoles Fashion Center	Universidad Estatal Península de Santa Elena	2021
Desarrollo de sistema web y aplicación móvil de venta de ropa de segunda mano: desarrollo del frontend.	Jácome Angulo, Luis Antonio	-	Escuela Politécnica Nacional	2022
Desarrollo de sistema web y aplicación móvil de venta de ropa de segunda mano : desarrollo de una aplicación móvil.	Palomo Cajas, Wendy Gissel	-	Escuela Politécnica Nacional	2022

1.3. Novedad Científica

Lo que distingue a esta iniciativa es su capacidad para recopilar y procesar información detallada sobre cómo los usuarios interactúan con los perfiles de las empresas de venta de ropa. Esto abarca desde el seguimiento de la navegación de los usuarios hasta el análisis de sus acciones específicas, como la visualización de productos, la realización de compras, además de mantener un registro de inventarios de todas aquellas empresas que lo requieran.

2. Diseño teórico de la investigación

2.1. Problemas específicos

- Sobre stock o falta de productos en demanda por falta de información histórica de ventas.
- La falta de recopilación de datos de los compradores provoca que la toma de decisiones no alcance resultados óptimos en sus ganancias.
- Al comprar en otras plataformas en línea, no existe certeza de la autenticidad y existencia de la empresa, pudiendo ser algún vendedor fraudulento.
- Algunas empresas pueden no llegar a tener la visibilidad ni el alcance suficiente por diversos factores, lo que provoca que sus ventas se vean afectadas.
- En otras plataformas en línea, no se puede filtrar la ropa por tipo de estilo, acorde al gusto del comprador.

2.2. Formulación del problema

¿Cómo se puede mejorar la gestión eficaz de las operaciones comerciales en pequeñas y medianas empresas de venta de ropa en la ciudad de La Paz, Bolivia?

2.3. Objetivo general

Desarrollar un sistema web de gestión de operaciones comerciales de pequeñas y medianas empresas de venta de ropa en la ciudad de La Paz, Bolivia para facilitar las transacciones.

2.4. Objetivos específicos

- Analizar los requerimientos de las pequeñas y medianas empresas de ropa del departamento de La Paz, Bolivia.
- Sistematizar la obtención de información relevante para su posterior procesamiento.
- Gestionar los datos obtenidos de usuarios y empresas, para la personalización de la experiencia.

- Generar reportes sobre la interacción de los usuarios con el sistema para facilitar la toma de decisiones de las empresas.

3. Justificación del proyecto

3.1. Justificación técnica.

El stack de tecnologías estará formado por VUE.js para el desarrollo frontend, asp.NET core para el desarrollo backend y SQL Server como sistema gestor de base de datos.

3.2. Justificación económica

El sistema permitirá a los negocios conocer la manera en que sus ventas varían a través del tiempo, así como determinar la popularidad de algún producto en específico, lo que le permitirá a la empresa tomar decisiones más acertadas y con información histórica más completa como antecedente.

3.3. Justificación social.

Este sistema permitirá un mejor control de ventas, lo que implicaría una mejor toma de decisiones por parte de las empresas, así como un posible mejor manejo de capital y por consecuencia una mayor ganancia, así como permitirá a los compradores conocer distintas marcas de ropa y poder tener recomendaciones de acuerdo a sus gustos.