

INGENIERIA EN DESARROLLO DE SOFTWARE

Nombre del alumno: Omar Juárez Carmona.

Numero de empleado: 98585703.

Nombre de la empresa donde aplica el proyecto: Coppel Canadá 0962.

Nombre del proyecto: Escasez de teléfonos celulares Telcel Coppel 0962.

Área de trabajo: Muebles Coppel 0962.

Puesto: Asesor de telefonía Telcel.

Correo electrónico: juareztrucha12@gmail.com

Teléfono celular: 233 107 55 20.

Nombre del asesor: Ing. Felipe Araux López.

INDICE

INTRODUCCION	3
DESCRIPCION	6
JUSTIFICACION	7
EMPRESA.....	9
FICHA TECNICA.....	9
Razón Social.....	9
Dirección.....	9
HISTORIA.....	9
DESCRIPCION DEL PROCESO PRINCIPAL.....	14
DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRINCIPAL.....	16
PRINCIPALES CLIENTES Y PROVEEDORES.....	17
PLANEACION DEL PROYECTO.....	17
ANTECEDENTES.....	17
DEFINICION DEL PROBLEMA.....	17
DIAGNOSTICO.....	18
MARCO REFERENCIAL.....	18
PROPUESTA DE SOLUCION.....	19
CONCLUSION	20
REFERENCIAS.....	21
LINK DE GITHUB.....	21

INTRODUCCION

En un entorno empresarial caracterizado por la creciente dependencia de la tecnología, la escasez de celulares en la tienda 0962 puede representar un desafío significativo que afecta tanto a la operación interna como a la satisfacción del cliente. La realización de un anteproyecto para abordar este problema no solo implica restablecer la disponibilidad de productos, sino también mejorar los procesos internos para garantizar una gestión eficiente del inventario. Esta introducción destaca la importancia de este anteproyecto y presenta los pasos iniciales para su desarrollo.

1.- Contextualización del problema.

La escasez de celulares en la tienda 0962 no solo impacta las ventas directas, sino que también puede afectar la percepción del cliente y la reputación del negocio. La creciente demanda de dispositivos móviles, combinada con la rápida evolución tecnológica, resalta la necesidad urgente de abordar esta situación. En este contexto, se hace imperativo desarrollar estrategias efectivas para optimizar la gestión del inventario y asegurar un suministro constante de productos.

2.- Objetivos del anteproyecto.

Los objetivos de este anteproyecto van más allá de simplemente restablecer la disponibilidad de celulares en la tienda. Se busca implementar mejoras tecnológicas que permitan:

- Mejorar la eficiencia en los procesos de pedido y reposición.
- Incrementar la satisfacción del cliente mediante una oferta constante de productos actualizados.

3.- Análisis de necesidades.

Se deben identificar las causas subyacentes de la escasez, evaluar la demanda del mercado y considerar factores externos que puedan influir en la disponibilidad de celulares.

4.- Evaluación de soluciones tecnológicas.

Explorar tecnologías avanzadas que puedan contribuir a la mejora de los procesos. Esto incluye herramientas de análisis predictivo y soluciones de seguimiento de pedidos en tiempo real. La elección de tecnologías debe estar alineada con las necesidades específicas de la tienda y su capacidad financiera.

5.- Planificación y cronograma.

Elaborar un plan detallado que abarque desde la implementación de nuevas tecnologías hasta la capacitación del personal. Establecer hitos alcanzables y un cronograma realista que permita una transición fluida sin interrupciones significativas en las operaciones diarias.

6.- Presupuesto.

Desarrollar un presupuesto que considere tanto la inversión inicial en tecnología como los posibles costos operativos. Se debe evaluar cuidadosamente el retorno de inversión (ROI) para garantizar la viabilidad financiera a largo plazo.

7.- Evaluación de riesgos.

Identificar posibles obstáculos y riesgos asociados con la implementación de nuevas tecnologías, como resistencia al cambio, problemas de integración o posibles interrupciones en el servicio.

8.- Comunicación y aprobación.

Establecer un plan de comunicación claro para informar a los stakeholders internos y externos sobre los cambios planificados. Obtener la aprobación y el respaldo de la dirección y demás involucrados para asegurar una implementación exitosa.

Este anteproyecto busca no solo abordar la escasez actual de celulares en la tienda 0962, sino también sentar las bases para una gestión de inventario eficiente y sostenible, aprovechando las ventajas de las tecnologías modernas para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la posición competitiva del negocio en el mercado.

(*ChatGPT*, s.f.)

DESCRIPCION

Contextualización:

En este curso se continuará con el desarrollo del proyecto de la asignatura Seminario de Investigación donde se identificó la existencia de un problema real o necesidad en una empresa seleccionada. Con base en lo anterior, es el turno de desarrollar un anteproyecto, este documento se deberá entregar para el registro a las prácticas profesionales que se realizan en el onceavo periodo, estas mismas serán evaluadas con el desarrollo de la solución tecnológica propuesta en esta asignatura Proyecto de desarrollo tecnológico.

Ahora es el turno de darle seguimiento a lo que fuera la materia previa a esta llamada Seminario de investigación. En esta actividad inicial de nuestro anteproyecto, daremos paso a la creación o estructuración de lo que será nuestro proyecto para nuestras prácticas profesionales.

En esta primera actividad tendremos temas relacionados a la historia de nuestro problema encontrado en nuestra área de trabajo, en ella asentaremos datos importantes que por así llamarlo, son el origen de nuestra mejora tecnológica en nuestra área de trabajo.

Datos como la ficha técnica de nuestro trabajo, la historia de la misma institución en la cual haremos la implementación de la mejora tecnológica, la descripción del proceso principal, su diagrama del proceso principal, principales clientes y de igual manera proveedores.

Planearemos nuestro anteproyecto para irle dando forma de poco en poco, en donde en ello asentaremos los antecedentes de esta área de oportunidad, plasmaremos la descripción del problema, haremos un diagnóstico, y propondremos la mejora de solución para esta problemática observada en nuestra área laboral.

Ya tenemos en mente nuestra problemática, ahora comencemos a crear una mejora tecnológica con un apartado donde podamos revertir esta área de oportunidad y podamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes para una mayor ganancia a Coppel.

JUSTIFICACION

La realización de un anteproyecto para una mejora tecnológica es un paso esencial en el proceso de implementar cambios significativos en una organización. Esta etapa inicial cumple varias funciones importantes que contribuyen al éxito y eficacia de la mejora tecnológica. Comencemos por presentar algunas de ellas para tener más en claro el panorama.

1. Identificación de necesidades y problemas.

- El anteproyecto permite realizar un análisis exhaustivo del estado actual de la organización. Esto incluye la identificación de necesidades y problemas específicos que la mejora tecnológica busca abordar. Al comprender a fondo estas áreas de mejora, se pueden diseñar soluciones más efectivas.

2. Definición de objetivos claros.

- Ayuda a establecer objetivos claros y medibles para la mejora tecnológica. La definición precisa de metas proporciona un marco de referencia para evaluar el éxito del proyecto y orienta las acciones y decisiones futuras.

3. Justificación y beneficios.

- El anteproyecto proporciona una plataforma para justificar la necesidad de la mejora tecnológica. Al identificar los beneficios esperados, ya sea en términos de eficiencia operativa, productividad, calidad o competitividad, se construye un caso sólido para la inversión y el esfuerzo requerido.

4. Análisis de alternativas.

- Permite explorar y evaluar diferentes alternativas para abordar las necesidades identificadas. Esto incluye la investigación de soluciones tecnológicas disponibles en el

mercado, comparando costos, beneficios y requisitos técnicos para tomar decisiones informadas.

5. Planificación estratégica.

- Facilita la creación de un plan estratégico detallado para la implementación de la mejora tecnológica. Esto implica la identificación de los pasos a seguir, los recursos necesarios, el cronograma de ejecución y la asignación de responsabilidades.

6. Estimación de costos y recursos.

- Proporciona una estimación detallada de los costos asociados con la mejora tecnológica, incluyendo tanto los costos directos como los indirectos. Esta información es esencial para la planificación financiera y para garantizar la viabilidad económica del proyecto.

7. Gestión de riesgos.

- Ayuda a anticipar posibles desafíos y riesgos que podrían surgir durante la implementación. La identificación temprana de estos riesgos permite desarrollar estrategias de mitigación y prepararse para posibles obstáculos.

8. Obtención de aprobaciones y apoyo.

- Facilita la obtención de aprobaciones necesarias por parte de los stakeholders y la alta dirección. Presentar un anteproyecto sólido respaldado por datos y análisis aumenta las posibilidades de obtener el apoyo necesario para llevar a cabo la mejora tecnológica.

La realización de un anteproyecto para una mejora tecnológica es esencial para planificar y ejecutar de manera efectiva cambios en una organización. Proporciona la base para la toma de decisiones informadas, la asignación adecuada de recursos y la maximización de los beneficios derivados de la implementación tecnológica.

Ahora que ya conocemos lo benéfico de la generación de un anteproyecto, continuemos con el desarrollo del mismo.

EMPRESA

FICHA TECNICA.

Razón Social.

Coppel S.A de C.V

Dirección.

Calle 16 de Septiembre Numero 5 Colonia Centro, Zacapoaxtla Puebla.

HISTORIA.

ANTECEDENTES:

Un poco de la historia de Coppel la teníamos escrita en el Manual Nosotros Somos Coppel; sin embargo, con los cambios que se han hecho últimamente con respecto a los manuales, hemos dividido esta parte para dejarla exclusivamente aquí.

DECISIONES TOMADAS:

1. La Dirección ha decidido dar a conocer con más detalle la Historia de Coppel, por lo que a continuación la damos a conocer.

PARTE I: DE 1939 a 1980.

El fundador de Coppel es don Enrique Coppel Tamayo. Nació en Mazatlán, Sinaloa. Al terminar la primaria, trabajó tres años en una imprenta y en 1939, a la edad de 17 años, abrió su primera tienda llamada "El Regalo". Su madre le aportó el capital inicial de \$5,000 pesos, producto de la herencia de una tía. Al principio vendía cristalería, pañuelos y artículos para regalo. Sus dos hermanas le ayudaban, y su hermano, quien trabajaba en un banco, era el contador. Se acostumbraba en esos tiempos que los clientes decían "apártemelo", y don Enrique, en una bicicleta se encargaba de ir a cobrar los vales.

A los 2 o 3 años una tía lo invitó a ir a Culiacán a poner ahí una tienda igual. Se estaba construyendo la primera presa del estado y se iba a abrir al riego una gran superficie, por lo que se esperaba mucha prosperidad. Así, don Enrique fue a Culiacán, rentó un local por la calle Rosales e inició su segunda tienda. Antes todo lo que vendía se lo

enviaban de México, pero estando aquí empezó a ir hasta Dallas, Texas a comprar mercancía. Le fue bien en esta segunda tienda y se quedó a vivir en Culiacán. Cerró la tienda de Mazatlán, pues no la podía atender bien. En 1947 se casó y dos años después invitó a su padre, don Luis, a que le ayudara con la tienda ya que le iba muy bien. Don Luis fue comerciante toda su vida, trabajó en una casa alemana en Mazatlán, era muy buen administrador y su orden le ayudó mucho.

La tienda de Culiacán vendió al principio regalos, después ultramarinos (latas, comestibles, fruta, jamones, etc.) hasta tortas, que entregaba a las oficinas personalmente. Un tiempo la tienda se habilitó como imprenta y luego vendió equipos de oficina marca Remington. Hasta entonces el crédito que daba era de un mes, pero con la distribución de los radios Philco empezó a dar un año, mismo que le daba el fabricante. Luego, con el mismo sistema de abonos, empezó a vender relojes Haste y Steelco, bicicletas y muebles, los cuales recibía por tren de México y Guadalajara.

Se cambió a un local un poco más amplio por la calle Ángel Flores, cerca de Catedral. A los años, decidió remodelarlo y rentó por mientras otro local por la misma calle, a dos cuadas. Pero en tanto que realizaba los arreglos a su local, se dio cuenta de que el local nuevo vendía bien y tenía muchos clientes nuevos, así que, haciendo caso a su clientela, decidió quedarse con las dos tiendas.

Dice don Enrique que él se fijaba mucho en la competencia; los observaba y les copiaba muchas cosas que hacían bien, y así fue mejorando su negocio. Luego abrió una tercera y cuarta tienda hasta llegar a siete en la misma ciudad. Sentía que, si ahí había mercado y cosas por mejorar para atender a su clientela, no necesitaba abrir en otra ciudad. Además, cada tienda le traía una clientela nueva.

Al principio le daba crédito a los conocidos, luego a los no tan conocidos. Con el tiempo a todo mundo. Se dio cuenta de que la gente de menos recursos pagaba mejor y era más agradecida que la clase alta, así que se enfocó cada vez más en este mercado. Muy rara vez usaba a un abogado para cobrar una cuenta. Normalmente, si alguno no podía pagar, le pedía el artículo de vuelta. Se usaba que todos dieran aval, pero el aval nunca

pagaba, solo ayudaba a localizar al cliente en caso de que se extraviara.

La gente de escasos recursos pagaba bien, era más cumplida y responsable; aun así, nadie le daba crédito. Entonces se convertían en sus clientes de crédito de por vida, ya que les era muy difícil ahorrar para comprar de contado. La disciplina del ahorro era escasa. Don Enrique no pedía requisitos, confiaba en las personas y probaba a ver si pagaban bien.

Don Enrique disfrutaba mucho su trabajo, el detalle al acomodar, las pláticas con los vendedores, con los proveedores, ponía mucho esmero en la limpieza.

Su férrea disciplina y estrategia lo llevaron a crecer a un ritmo acelerado, pero la falta de financiamiento lo limitaba; ese fue su gran problema muchos años. Los banqueros eran muy duros. Veían que el negocio tenía gran potencial de crecimiento en ventas, pero aun así lo limitaban. Con el tiempo fue creando unos ahorros y llegó después de muchos años a no deber. Dice que eso lo hizo muy feliz.

En 1970 ya era el principal mueblero de la ciudad y decidió incursionar en la ropa. Diseñaron un sistema muy novedoso, que prácticamente es el mismo hasta la fecha. Dieron tarjetas de crédito a los clientes usando computadoras PC para llevar el control (fue de los primeros en el mundo en hacerlo) y abrieron en la tienda 2 la primera tienda de ropa de Coppel. Con los años se fueron ampliando las demás tiendas para venta de ropa.

Don Enrique es una persona muy disciplinada, trabajadora, muy recta, muy consciente y es muy sensato. Con base en el esfuerzo y sacrificio creó los cimientos del negocio. Una de sus cualidades más destacadas es su guerra contra la soberbia. Siempre está en guardia. Nunca se ha creído más, ni se ha “sentado en sus laureles”, ni presume, ni deja que presuman. Para él las cosas nunca son perfectas, siempre les falta algo, siempre se pueden hacer mejor, pero hay que buscarlo todos los días, todos los meses, todos los años.

PARTE II: DE 1980 AL 2000.

En 1981 don Enrique decide pasar la propiedad y el mando del negocio a sus hijos. Decisión sumamente difícil, pero acertada. Nombró a su hijo Enrique Director, quién ya venía trabajando en Coppel desde 1970.

Con el apoyo de sus hermanos, Enrique inicia el crecimiento. En 1980 Coppel tenía 11 tiendas; para 1990 ya tenía 30 tiendas; y para el 2000 ya eran más de 100. La situación del país en esos 20 años fue muy cambiante; iba de crisis en crisis, lo cual afectaba tremendamente al negocio. Pero gracias a los cimientos que dejó don Enrique y a la estrategia del nuevo director, el negocio progresó a pesar de las adversidades. Pero también gracias al equipo de personas que formaban la empresa.

Al principio de los ochenta no había seguridad ni experiencia en el éxito del concepto Coppel en nuevas ciudades. Primero se probó en ciudades chicas, después en medianas y hasta los noventa en ciudades grandes. Afortunadamente hubo muy buena aceptación.

Poco a poco se fueron formalizando las políticas y procesos, tomando como base las enseñanzas de don Enrique, y fue cobrando forma la estructura que actualmente se tiene. Todo ha sido creación de la experiencia del personal, quienes han inventado, probado y decidido nuevos métodos, formas de hacer mejor las cosas, siempre buscando la mayor satisfacción del cliente.

No todo marchó bien siempre. La crisis del 94-95 fue muy fuerte y el negocio perdió dinero ahí; además porque se habían disparado los gastos a niveles fuera de control, desviaciones que se tardaron muchos años en corregir. También las devaluaciones obligaban al negocio a moverse con rapidez en la incertidumbre. En el negocio de crédito una devaluación es una pérdida mayúscula. Muchos competidores quebraron y otros dejaron de vender de crédito.

Enrique ha sido un muy buen director, ha llevado el negocio a un tamaño considerable, los resultados han sido muy buenos. Y estos no surgen solos; si pudiéramos resumir diríamos que los factores fundamentales del director son:

- 1) Un enfoque claro hacia el mercado popular. No lo pierde de vista.
- 2) Una austeridad permanente en todas las áreas. No hay lujos.
- 3) Un esfuerzo y sacrificio constante, de él y de todo el personal, buscando cada día hacer mejor cada aspecto del negocio.

También se pudiera mencionar que su estrategia siempre es prudente, y en su oportunidad toma las mejores decisiones sin dejarse llevar por la moda pasajera o por la soberbia.

PARTE III: 2001 AL PRESENTE.

Para continuar con su crecimiento, Coppel adquiere la cadena de zapaterías Canadá, con 149 puntos de venta en el 2002.

Después, en el 2006, Afore Coppel inicia operaciones, dando pie a nuestros servicios financieros para sus Clientes mediante la administración de sus fondos para el retiro; y un año más tarde, BanCoppel se une al grupo buscando ser uno de los principales operadores de servicios financieros para el mercado popular mexicano.

En enero de 2008, Enrique y su hermano, Agustín Coppel Luken, deciden que es momento de que el hermano menor sea el nuevo Director General de Grupo Coppel.

Como parte de la estrategia de crecimiento en el 2010, Coppel entra en el mercado de Argentina y Brasil; y en el 2011 Grupo Coppel cumplió 70 años mejorando la vida de millones de mexicanos.

En 2013, Coppel celebra la inauguración de su Tienda 1000 en México.

En el presente, Coppel continuará buscando ser la tienda favorita del mercado popular.

(Jose Luis Ramirez, 2021)

DESCRIPCION DEL PROCESO PRINCIPAL.

A continuación se plasmara la descripción del proceso principal del área donde me encuentro actualmente laborando para describir mejor el estudio de mí ante proyecto.

1. Llega cliente a la tienda.

- El cliente llega a la tienda y se dirige hacia la sección de electrónicos, donde están ubicados nuestros celulares.

2. Recepción por parte del personal.

- Un empleado de la tienda saluda al cliente y se ofrece a ayudarlo. Puede preguntar al cliente si está buscando algún modelo específico o si necesita asesoramiento para elegir un teléfono.

3. Exploración de opciones.

- Cliente comienza a explorar las diferentes opciones de celulares disponibles en la tienda. Puede examinar los dispositivos en exhibición, revisar las especificaciones técnicas y comparar características entre diferentes modelos.

4. Consulta con el personal.

- Si el cliente tiene preguntas o necesita más información sobre algún teléfono en particular, puede solicitar la asistencia de un empleado. El personal de la tienda está disponible para brindar orientación sobre las características, funciones y precios de los celulares.

5. Pruebas y demostraciones:

- Tienda ofrece la posibilidad de probar los celulares en exhibición. El cliente puede experimentar con los dispositivos, revisar la calidad de la pantalla, probar la cámara, entre otras funciones, para tomar una decisión informada.

6. Cliente insatisfecho.

- Cliente se molesta por que no encuentra en tienda el modelo que venía buscando, y además de ofrecerle alternativas, no decide comprar nada.

7. Quejas y sugerencias.

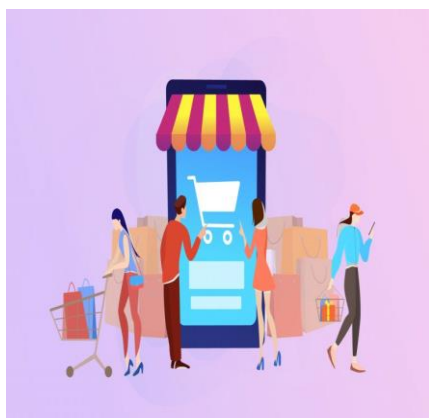
- Cliente da sugerencias y comentarios a personal del área de telefonía para poder tener variedad de artículos y disponibilidad de ellos para tener a cliente mayormente satisfecho.

8. Salida de la tienda:

- Una vez mostrados los artículos, cliente se retira de tienda molesto por que no busco lo que encontraba.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRINCIPAL.

Cliente llega a tienda y es
recibido por personal.



Explora opciones y
consulta con el personal.



Pruebas y demostraciones
de artículo elegido.



Cliente insatisfecho.
Quejas y sugerencias.

PRINCIPALES CLIENTES Y PROVEEDORES.

Actualmente nuestra tienda Coppel recibe diariamente al público en general.

Llámesen niños, hasta personas adultas de la tercera edad en género masculino y femenino.

Coppel cuenta con aproximadamente con más de 3 700 proveedores, del cual el 55 por ciento son empresas mexicanas.

(*ChatGPT*, s.f.)

PLANEACION DEL PROYECTO

ANTECEDENTES.

Surgida la necesidad de poder solucionar mediante el desarrollo de una mejora tecnológica y el desarrollo e implementación de un proyecto tecnológico, se crea una problemática detectada en Coppel Canadá 0962 en el área de muebles, en el rubro de telefonía celular Telcel, en donde hemos notado la molestia de parte de clientes al momento de querer realizar compras de equipos celulares en tienda, ya que es muy notable por clientes y colaboradores que no se cuenta con suficientes modelos en equipos disponibles, ni con suficiente stock en telefonía Telcel.

Se presentan en esta actividad las definiciones básicas para dar inicio a la creación de dicho anteproyecto, las cuales tienen como objetivo dar el seguimiento necesario para poder implementar dicha una mejora tecnológica en el área de oportunidad detectada.

DEFINICION DEL PROBLEMA.

La escasez de teléfonos celulares en tienda se refiere a la situación en la que la oferta de dispositivos móviles disponibles para la venta en el establecimiento es insuficiente para satisfacer la demanda de los clientes. Esta escasez se manifiesta en la falta de diversidad de modelos, la limitada disponibilidad de inventario y la dificultad para adquirir los productos deseados por parte de los clientes.

Actualmente grupo Coppel en general no cuenta con un área en específico para poder visualizar y realizar pedidos de teléfonos celulares para satisfacer un stock necesario a tienda de tecnología en ellos, llámese algún portal de teléfonos en general (novedades), donde colaborador tenga acceso a poder observar todos los equipos disponibles para su venta al público en general, y de ahí mismo poder realizar pedidos de los mismos, para así poder satisfacer sus necesidades que cliente busca al momento de visitar Coppel 0962.

DIAGNOSTICO.

De acuerdo a la herramienta de trabajo utilizada (Lluvia de ideas), hemos planteado un par de supuestos para la mejora de ésta.

1.- La necesidad de poder desarrollar una página web o aplicación exclusivamente para colaboradores de grupo Coppel, donde se pueda visualizar y realizar un pedido de equipos celulares para satisfacer stock y variedad de equipos en tienda.

2.- Actualmente la falta de coordinación de Coppel con proveedores, no es nada positivo para la satisfacción de clientes.

3.- Se prevé que la página web o aplicación de mejores resultados para satisfacer clientes y obtener mayor demanda en mercado para incrementar ganancias.

MARCO REFERENCIAL.

Se desarrollara dicho ante proyecto en un lapso aproximado de 4 meses (prácticas profesionales), encaminándose a los objetivos que nos proporciona el método S.M.A.R.T, con la única finalidad de poder mantener una guía en dicha ejecución para con ello poder tener una mayor eficiencia al momento de poder realizar nuestro proyecto.

Para la creación de este ante proyecto, empleare lenguajes de programación orientados al desarrollo de esta plataforma web. Dentro de ellos están contemplados los códigos HTML y PHP, lo que permitirá hacer uso de las herramientas que brindan estos lenguajes para la creación de dicho contenido en la web.

Adicional a todo ello, se implementara una base de datos con el Sistema de Administración de Bases de Datos Relacional (MySQL), para hacer gestión a la información a manipular por dichos usuarios.

PROPUESTA DE SOLUCION.

Crear una plataforma web accesible, dinámica, ágil y por supuesto segura, que permita al colaborador(es) navegar por las diferentes opciones de esta misma. Donde al momento de poder ingresara ella, ofrezca una variedad de artículos (celulares) para poder visualizar características, precio y stock disponible en bodega.

Con ello colaborador podrá informarse de los equipos y novedades que tiene Coppel y sus proveedores para nuestra clientela, y así mismo poder realizar un pedido especial de los equipos que no tenemos en tienda y que podemos ofrecerle a nuestro cliente para poder satisfacer sus necesidades en sus visitas a tienda.

Se contara con un amplio catálogo con todos los equipos celulares disponibles, desde básicos, hasta lo más novedoso en gama media – alta, donde colaborador tendrá la opción de poder visualizar los equipos con mayor demanda en el mercado y con ello poder realizar el pedido de celulares disponibles para mantener siempre surtido y con stock disponible el área de telefonía Telcel en tienda.

Se contara con una base de datos que día a día se actualizara con todos los equipos que vayan surgiendo en el mercado para su venta al público en general y así mismo actualización de stock disponible para poder generar pedidos de equipos celulares.

También contará dicha plataforma con un usuario y una contraseña exclusiva para colaboradores de tienda, y así poder brindar mayor seguridad a dicha plataforma y no se hagan pedidos innecesarios por personal ajeno a esta área.

Con ello se espera obtener mejores resultados para satisfacer gustos de cliente y al mismo tiempo generar mayores ingresos para colaborador y para tienda, para así tener mayor demanda en el mercado con las recomendaciones de cliente satisfecho.

CONCLUSION

Estamos en el proceso de realización de nuestro ante proyecto, en donde hemos comenzado a realizar los requisitos básicos para el desarrollo de un proyecto tecnológico detectado en nuestra área de trabajo

En esta actividad número uno, estamos haciendo mención que los requisitos básicos para el desarrollo de un proyecto tecnológico son fundamentales para garantizar el éxito y la efectividad del proyecto. Estos requisitos proporcionan una base sólida sobre la cual se pueden construir soluciones innovadoras y tecnológicas que aborden las necesidades específicas de la organización o del cliente.

Antes de comenzar a desarrollar nuestra ante proyecto, es crucial definir claramente los objetivos del proyecto tecnológico. Esto nos ayudará a establecer metas relevantes y alineadas con la misión del proyecto, también comenzar a utilizar metodologías como SMART (específicas, medibles, alcanzables, realistas y relevantes) para definir los objetivos, y así mismo explorar las diferentes soluciones tecnológicas disponibles.

En base a lo anterior, tenemos que el cumplimiento de estos requisitos básicos sientan las bases para el desarrollo exitoso de un proyecto tecnológico, asegurando que se entreguen soluciones efectivas y de alta calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de los usuarios finales.

REFERENCIAS

ChatGPT. (n.d.). Openai.com. Retrieved March 11, 2024, from <https://chat.openai.com/>

(N.d.). Retrieved March 14, 2024, from

[http://file:///C:/Users/juare/OneDrive/Desktop/Proyecto%20de%20desarrollo%20tecnologico/Actividad 1 Proyecto de Desarrollo Tecnologico V4.1 PHS.docx.pdf](http://file:///C:/Users/juare/OneDrive/Desktop/Proyecto%20de%20desarrollo%20tecnologico/Actividad%201%20Proyecto%20de%20Desarrollo%20Tecnologico%20V4.1%20PHS.docx.pdf)

LINK DE GITHUB

[Omarsitho1988 \(github.com\)](https://github.com/Omarsitho1988)