

**EL USO DE UN SISTEMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO y LAS VENTAS EN LA EMPRESA TEXTIL ARTESANAL “GALINDO”**

**AUTOR**

TRIGOSO GUTIERREZ, LUISCARLOS ANDRES

**ICA-2021**

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN LUIS GONZAGA DE ICA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA DE COMPUTACION Y SISTEMAS**



**PROYECTO FINAL**

**CURSO**

[METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA](http://aulavirtual.unica.edu.pe/web/course?s=03d3f463-f4c2-4e14-a420-08d7bbe2d148)

**TEMA**

EL USO DE UN SISTEMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO y LAS VENTAS EN LA EMPRESA TEXTIL ARTESANAL “GALINDO”

**ICA – PERÚ**

**2021**

**INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto es el desarrollo de un sistema de Tienda Online para la venta de productos. Desarrollado para la empresa Textil Galindo, la cual, requiere de este sistema para apoyar a su negocio. Para el desarrollo de este proyecto se estudió la forma de crear un software de Tienda Online, para la cual se realizaron toma de requisitos, permitiendo el análisis, diseño, desarrollo y pruebas del sistema para la creación.

La empresa de Confecciones y Textiles Galindo. Realiza sus principales actividades como venta de productos al por mayor y menor, por lo cual es importante buscar diversas oportunidades en el mercado, ya sea en organizaciones estatales o privadas.

El sistema de ventas brindará una solución integral, gestionando todo el proceso de elaboración de una propuesta desde su concepción como oportunidad hasta la fase de proyecto, monitoreando su desarrollo con el fin que alimentar la experiencia de la empresa a través de una base de datos la cual nos permite realizar búsquedas rápidas digitalizando todos los documentos requeridos.

1. **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION**
   1. **Realidad problemática**

La cultura del comercio electrónico cada día está tomando mayor fuerza en todo el mundo debido a las diferentes bondades que ofrece el Comercio electrónico (E-Commerce): comodidad, agilidad, seguridad, facilidad de pago, evita desplazamiento, restricción de horarios, filas, aglomeraciones que suelen ser incómodas y estresantes, significando una optimización del tiempo y reducción de costos, la realización de los negocios depende cada vez más de los sistemas informáticos; el mundo globalizado y su vertiginosa competitividad y la rapidez para concretar negocios han impulsado el desarrollo del comercio electrónico, modificando la forma de vender y comprar productos o servicios en Internet. Sin embargo, es lo mismo que el intercambio de productos en la época antigua, solo que ahora han cambiado las variables de espacio y tiempo, sin intermediarios. Teniendo como ventajas la rebaja en el precio de venta, donde es posible adquirir productos de cualquier lugar del mundo sin salir de casa.

Dicho lo anterior indagamos en que actualmente la empresa no cuenta con sistemas de información o nuevos modelos de negocio que le permitan vender sus productos y comercializarlos en la web, para incrementar sus ventas frente a la competencia. No se aplica una gestión adecuada en los procesos de ventas y esto se da por los siguientes motivos:

- No se tienen definidas las funciones exactas del personal asignado al área de ventas, esto trae consigo demora en los procesos de la elaboración e impide la venta en los plazos indicados.

- El proceso de búsqueda de productos es en forma manual pues no se cuenta con un sistema el cual permita la consulta en una base de datos.

- No se cuenta con una base de datos donde podamos clasificarlos por tipo, y no hay un orden establecido en la documentación de la venta, estas están desactualizadas o inexistentes.

* 1. **FORMULACION DE PROBLEMAS.**
     1. **PROBLEMA GENERAL.**

¿De que manera el uso de un sistema electrónico influye en las ventas de la empresa TEXTIL ARTESANAL “GALINDO”?

* + 1. **PROBLEMAS ESPECIFICOS.**

1. ¿De que manera el uso de un sistema electrónico influye en el avance financiero de la empresa TEXTIL ARTESANAL “GALINDO”?
2. ¿De que manera el uso de un sistema electrónico influye en las ventas de la empresa TEXTIL ARTESANAL “GALINDO”?
   1. **DELIMITACION DEL PROBLEMA.**
      1. **DELIMITACION ESPACIAL O GEOGRAFICA.**

Su ubicación es:

Domicilio Legal: Dirección Legal: av. México 2da cuadra - La Tinguiña, Ica, Perú.

Con el dato anterior la empresa textil se limita en términos de aferrarse a un solo punto de producción lo cual impide que muchos de los interesados de sus productos puedan ejercer un pedido por lo cual el proyecto del comercio electrónico sería una forma de romper esa limitación.

* + 1. **DELIMITACION TEMPORAL.**

Dado que la investigación para la implementación de un comercio electrónico para la empresa textil artesanal “GALINDO” se debe tomar con cuidado y de manera seguro sin apresurar ningún aspecto se daría un tiempo de 4 a 6 meses de investigación y muestra de del proyecto a la empresa.

* + 1. **DELIMITACION SOCIAL.**

El punto de estudio seria las anteriores personas que compraron un producto en esta empresa y ver si esta satisface sus necesidades básicas, conforme a esta investigación se mostrara el tipo de personas a las cuales puede interesarles los productos de la empresa y así poder aplicar un punto de recomendación hacia los posibles candidatos.

* + 1. **DELIMITACION CONCEPTUAL.**
  1. **JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION.**
     1. **JUSTIFICACION.**

La investigación se justifica teóricamente ya que al conocer los beneficios de Implementar el comercio electrónico en la Empresa textil artesanal “GALINDO” se podrá generar nuevos conocimientos lo que permitirá un mejor desarrollo de dicha empresa, lo que implica que servirá como fuente para futuras investigaciones.

* + 1. **IMPORTANCIA.**

La importancia del desarrollo de la implementación para la Empresa textil artesanal “GALINDO” será la base para muchas empresas similares tomen de ejemplo lo realizado y tomen la iniciativa de avanzar junto a las diferentes formas de innovación.

1. **MARCO TEORICO.** 
   1. **ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION.**
      1. **ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL.**

En una investigación sobre el comercio electrónico en diferentes empresas nos presenta como objetivo general determinar cómo afecta el conocimiento sobre comercio electrónico al desarrollo comercial de las Pequeñas y Medianas empresas; la metodología utilizada fue aplicada descriptiva, teniendo como resultado que las PYMES de servicio poseen Internet en sus negocios, mientras que empresas dedicadas a actividades de comercio al por mayor y menor no poseen computadores en sus negocios por ende no existe acceso a Internet, o si lo tienen no tienen página web. Llegando a la conclusión que las PYMES tienen altas posibilidades de ingreso al mundo de los negocios online, lo único que falta es determinación por parte de las mismas y vencer el temor hacia lo desconocido, mediante un plan estratégico que les permita incursionar en los negocios online. Mediante la realización de la investigación se determinó que las Pymes no utilizan internet como herramienta para realizar sus negocios, ya que tienen escaso conocimiento de cómo funciona el comercio electrónico y de lo beneficioso que sería incursionar por este nuevo modelo de negocio electrónico que facilita el intercambio comercial, además de eliminar intermediarios, ganar nuevos clientes y conservar los que ya se tiene.

Tuvo un aporte para la presente investigación; que los avances tecnológicos han contribuido al desarrollo comercial de muchos países y es necesario que las PYMES consideren ingresar al mundo de los negocios online para que estas no se queden estancadas, sino que se expandan agilizando sus sistemas de producción y la distribución de sus productos. Toda empresa por más pequeña está conectada con los diversos países ya que todas poseen un sistema de comunicas sea fax, teléfono, correo electrónico, que les permite interactuar con sus clientes.

Sanca, en su investigación denominada “Comercio electrónico y pago mediante tarjeta de crédito en el ordenamiento jurídico” desarrolla la metodología aplicada descriptiva, teniendo como objetivo general la creación de nuevas entidades de pago que, sin perjuicio de que cumplan importantes exigencias y garantías para su funcionamiento, puedan representar una ampliación de los proveedores de servicios de pago, dicha investigación concluye que la falta de cultura bancaria por una buena parte de la población, así como el bajo nivel de desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, aspectos que pueden dificultar e impedir el desarrollo del comercio electrónico y el pago mediante tarjeta de

crédito en Internet y la introducción de otras modalidades de medios de pago electrónico. La implantación del comercio electrónico y el pago mediante tarjeta de abrirán una nueva oportunidad de intercambio para los futuros proveedores de bienes o servicios y los consumidores. Por lo que su implementación debe estar orientada a garantizar la seguridad en las transacciones electrónicas. Además, debe estar inspirada en los principios universales del derecho del comercio electrónico.

Teniendo como aporte a la presente investigación que la implementación de comercio electrónico en una empresa permite aprovechar mayores y mejores oportunidades en el entorno tanto nacional como internacional.

Valencia (2015 - 2020), en su investigación denominada “Estudio exploratorio de la oferta de comercio electrónico en un conjunto de micro y pequeñas empresas (MYPES) localizadas en diversos distritos de Lima metropolitana”; desarrolla la metodologia exploratoria, asimismo, teniendo como objetivo en los últimos años, el creciente acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC’s) y a Internet no solo ha reducido las brechas digitales entre las personas y sociedades, sino que también ha cambiado la forma en que las empresas hacen negocios. Así, los cambios que el entorno exige, en la organización interna de las empresas y sus procesos comerciales, han facilitado el desarrollo del comercio electrónico.

El aporte fue que el sentido, el uso de internet aplicado a un ámbito comercial, ofrece a los empresarios una gama de posibilidades, tales como disminuir las barreras de entrada al mercado, alcanzar cierto grado de difusión publicitaria y ampliar su mercado relevante, debido a que los límites de tiempo y espacio se disipan.

Musayon y Vasquez (2011 - 2018), en su investigación denominada “Implementación de un sistema de información utilizando tecnología web y basado en el enfoque de gestión de recursos empresariales aplicado al proceso de comercialización para la empresa MBN Exportaciones S.R.L. & Cia de la ciudad de Lambayeque”; desarrolla la metodologia aplicada, presenta como objetivo general el Implementar un Sistema de Información utilizando tecnología web y basado en el enfoque de gestión de recursos empresariales aplicado al proceso de comercialización para la empresa MBN Exportaciones S.R.L & CIA de la ciudad de Lambayeque, dicha investigación concluye que se logró implementar un sistema que tiene capacidad para dar soporte y almacenamiento a la información de los diferentes establecimientos, automatizando los procesos manuales que se venían realizando, logrando así mayor eficiencia en la distribución de los recursos empresariales. La herramienta de modelamiento Rational Rose Enterprise Edition, que ha permitido capturar cada uno de los requerimientos reales de las áreas, lo cual ha permitido reordenar los procesos desarrollados y sobre todo integrarlos para optimizar la gestión de dichas áreas y la toma de decisiones.

La utilización e implementación de herramientas tecnológicas modernas de desarrollo del comercio electrónico permite tener un mejor control de los procesos, eliminando errores y un mejor funcionamiento de la empresa generando mayores ganancias económicas.

* + 1. **ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL.**

Maldonado (2014 – 2019). en su investigación denominada “Aprovechamiento de las oportunidades de mercado mediante el comercio electrónico para los productos tradicionales de la ciudad de Lamas”; desarrolla la metodología aplicada, presenta como objetivo general desarrollar un modelo de comercio electrónico para los productos tradicionales de Lamas que permita aprovechar las oportunidades negocio, dicha investigación concluye la mayoría de empresas que comercializa sus productos con muy bajas utilidades por el escaso conocimiento de las metodologías para el desarrollo de planes comerciales y el uso del comercio electrónico. Se determinó que las oportunidades de negocio en el extranjero y a través del internet son inmensas, siendo el mayor mercado Estados Unidos, cuyo crecimiento de ventas por internet es mayor a 16% respecto al año anterior y en los países latinoamericanos es mayor a 30%. Además, los costos de transporte no representan un obstáculo sino nos dirigimos al mercado continental.

Aportó saber que la falta de conocimiento de nuevas herramientas como el comercio electrónico por parte de empresas genera un desaprovechamiento de un mercado potencial y se perdería una oportunidad de negocio.

Becerra (2011), en su investigación denominada “Diseño de un Supermercado virtual para hacer comercio Electrónico en internet”; desarrolla la metodologia aplicativa, presenta como objetivos generales realizar un modelo en donde se desarrolla un supermercado, diseñar un sistema computacional para comercializar productos de un supermercado por internet, diseñar un sistema computacional de mantenimiento y monitoreo del supermercado en internet, dicha investigación concluye que desde el punto de vista del cliente, o usuario del sistema, la compra puede ser más sencilla y cómoda ya que puede acceder a realizar una compra durante las 24 horas del día durante los 365 días del año lo que le da una flexibilidad que no puede encontrar en un negocio tradicional además de no tener que realizar colas de espera para pagar. Desde el punto de vista de la empresa un sitio en internet le permite llegar a más potenciales clientes o pensar en internet como un medio más de marketing de sus productos. Esto puede llevar a una disminución de precios debido al menor costo que puede implicar vender un producto por internet que en una tienda física. Para obtener provecho de los beneficios y recompensas del comercio electrónico se requiere más que contratar una consultoría y realizar un trato con una empresa de reparto para desarrollar y poner en marcha un sitio en internet. Para desarrollar un negocio electrónico exitoso y eficaz es necesario comprender la forma que debe tener la organización, como mantener contentos a los clientes y como ha cambiado el modelo tradicional de negocios en internet. El comercio electrónico es muy rápido y extremadamente volátil. Hay que estar atento a percibir los cambios antes que la competencia lo haga, efectuarlos con rapidez y tener la capacidad de hacer cambios significativos en el modelo de negocio. La agilidad es una característica importante, la empresa debe ser capaz de satisfacer las necesidades del mercado sin costos excesivos, demoras innecesarias, interrupciones en la organización o pérdida de desempeño; debe mantener el paso de los deseos de los clientes: variedad, precio, calidad y entrega rápida.

Saber a cerca de la implementación del comercio electrónico en una empresa le permitirá estar al alcance de sus potenciales clientes las 24 horas del día, acelerando las compras, mejorando la atención al cliente, reduciendo posibles inconvenientes.

* + 1. **ANTECEDENTES A NIVEL LOCAL.**

Empresa textil artesanal “GALINDO”, en el entorno referente del distrito de Tinguiña hay diferentes empresas textiles ubicada en diferentes zonas las cuales tomas como iniciativa la venta de productos de necesidad diaria, nosotros somos una empresa que promovemos productos de uso diario, escolar y vestimenta formal; buscamos ser una empresa líder en textiles reconocida por su innovación, calidad y servicio a nivel nacional, promoviendo siempre como una oportunidad para asociarse con cualquier industria.

Elaborar productos textiles e innovadores de alta calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, brindando siempre un servicio de excelencia, capacitando y desarrollando las competencias de nuestro equipo de trabajo orientando la mejora continua en nuestros procesos para así lograr la rentabilidad que permita el crecimiento de nuestra empresa como el de nuestros colaboradores.

* 1. **BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACION.**
     1. **Teoría del Comercio Electrónico.**
        1. **Herramientas tecnológicas.**

Son programas y aplicaciones (software) que pueden ser utilizadas en diversas funciones fácilmente y sin pagar un solo peso en su funcionamiento. Estas herramientas están a disposición de la comunidad solidaria para ofrecer una alternativa libre de licencias a todos aquellos usuarios que quieran suplir una necesidad en el área informática y no dispongan de los recursos para hacerlo.

* + - 1. **El Internet y las TIC´s.**

El internet es básicamente un espacio virtual en donde se concentran millones de agentes para transferir información. Más formal y académicamente, podemos definir la internet como “una red interconectada por miles de redes conectadas y computadores uniendo negocios, instituciones educacionales, agencias del gobierno e individuos” (Wolton, 2000).

El uso del internet para este caso, lo enfatizaremos en la aportación de beneficios y en el planteamiento de cómo se puede utilizar el internet para realizar actividades de comercialización, desde un plan de e-marketing, pasando por un proceso de e-Commerce, hasta desarrollar un concepto íntegro de e-Business con diferentes herramientas y elementos

* + - 1. **Concepto de Tecnologías de la Información y**

**Comunicación TIC.**

En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que

es más significativo de manera interactiva e Inter conexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas.

Podríamos definir las TIC como: Tecnologías para el almacenamiento, recuperación, proceso y comunicación de la información.

* 1. **MARCO LEGAL.**
     1. **Comercio Electrónico (e-commerce)**
* Ley Nº 27291, que modifica el Código Civil permitiendo la utilización de los medios
* electrónicos para la manifestación de voluntad y la utilización de la firma electrónica.
* Artículo 1374.- Conocimiento y contratación entre ausentes
* TLC Perú/USA - Capítulo de Comercio Electrónico
* TLC Perú/Canadá - Capítulo de Comercio Electrónico
* TLC Perú/Singapur - Capítulo de Comercio Electrónico
* TLC Perú/Corea del Sur - Capítulo de Comercio Electrónico
  + 1. **Accesibilidad**
* Ley 28530 - Ley de Promoción de Acceso a Internet para personas con discapacidad y de adecuación del espacio físico en cabinas públicas de internet.
* RM 126-2009-PCM - Aprueban lineamientos para Accesibilidad a páginas web y Aplicaciones para telefonía móvil para instituciones públicas del Sistema Nacional de Informática.
  + 1. **Control de Contenidos.**
* Ley Nº 28119, que prohíbe el acceso de menores de edad a páginas web de contenido pornográfico
* Ley Nº 28681, que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas
* Ley Nº 29139, que modifica Ley Nº 28119, que prohíbe el acceso de menores de edad a páginas web de contenido pornográfico
* Ley Nº 29719, que promueve la convivencia sin violencia en las instituciones educativas.
  1. **MARCO FILOSOFICO.**
  2. **MARCO CONCEPTUAL.**

1. **HIPOTESIS Y VARIABLES.**
   1. HIPOTESIS DE INVESTIGACION.
      1. HIPOTESIS GENERAL O PRINCIPAL.
      2. HIPOTESIS ESPECIFICAS.
   2. VARIABLES DE INVESTIGACION.
      1. IDENTIFICACION DE VARIABLES.

* **Variable Independiente (X): E-commerce**

E-commerce o Comercio Electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.

* **Variable Dependiente (Y): Comercialización**

Comercialización es la acción y efecto de comercializar poner a la venta un producto darle las condiciones y vías de distribución para su venta

* **Variable Independiente (X):**

E-commerce

* **Variable Dependiente (Y):**

Comercialización

(falta variable interviniente)

* + 1. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.
* **Variable Independiente (X):**

E-commerce

* **Variable Dependiente (Y):**

Comercialización

(falta Cuadros de especificación)

1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.
   1. **Objetivo general**

Desarrollar el sistema de comercio electrónico business to consumer (B2C) en el proceso de venta de productos artesanales de la empresa TEXTIL ARTESANAL “GALINDO” ara iniciar la comercialización al mercado electrónico de Tinguiña.

* 1. **Objetivos específicos**
* Identificar las características del sistema de comercio electrónico en el proceso de ventas de productos artesanales.
* Analizar el proceso de las ventas de los últimos cuatro años. Del periodo 2016 hasta el 2020.
* Establecer los requisitos tecnológicos para la implementación del sistema de comercio electrónico B2C.
* Realizar la propuesta del diseño de la plataforma E-commerce en base al tipo de comercio electrónico B2C.
* Conocer usos, hábitos y preferencias de los clientes frecuentes que adquieren textiles artesanales a través de plataformas virtuales o tienen costumbres de compra online.

1. **ESTRATEGIA DE METODOLOGICA.**
   1. **TIPO, NIVEL Y DICEÑO DE INVESTIGACION.**
      1. **Tipo de investigación.**

**Básica:** La investigación básica también llamada pura o fundamental tiene como propósito la aportación de elementos teóricos al conocimiento científico sin la intención de su corroboración directa en un campo concreto de aplicación.

* + 1. **Nivel de la investigación.**
       1. **Investigación descriptiva.**

Buscamos especificar propiedades, características y rasgos importantes de la Empresa Artesanal “GALINDO” a su vez buscamos analizar como es y como se manifiesta sus componentes.

* + 1. **Diseño de investigación.**
       1. **Descriptiva**

La investigación es una forma de estudio para saber, quien, donde, cuando, como y el porqué del sujeto de estudio en otras palabras la información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización al consumidor, objetos, conceptos. Se usa diseño de una investigación cuando el objetivo es describir las características de ciertos grupos. (Mohammad, 2005)

* + - 1. **No experimental**

Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. La investigación no experimental no es posible asignar aleatoriamente a los participantes o tratamientos. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. (Gómez, 2006)

* 1. **POBLACION Y MUESTRA.**
     1. **Población.**
* La empresa textil artesanal “GALINDO” de la ciudad de Tinguiña.
* Clientes de Tinguiña.
* Expertos
  + 1. **Muestra.**

No Probabilística, ya que consideramos que este estudio se realizaró solo a la empresa textil artesanal “GALINDO”, ubicada en la ciudad de Tinguiña considerando la oportunidad de crecimiento hacia el mercado nacional.

* 1. **OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.**
  2. **TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS.**
  3. **INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.**
  4. **TECNICAS DE PROCESAMIENTO, ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS**