**DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE SOFTWARE PARA EL MANEJO Y GESTIÓN DE UN PEQUEÑO ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO O TAMBIÉN LLAMADO TIENDA DE BARRIO (TIENDA FÁCIL)**

CAMILA VALENTINA CASTILLO LOPEZ, NICOLAS DAVID MARTINEZ CRISTANCHO, JULIAN ANDRES QUINTERO,EDUAR YOSME PARDO GAMBOA, LUIS FERNANDO MEDINA LOPEZ

GRUPO 5

ARIEL VILLARREAL S.

Docente

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

MISIÓN TIC 2022

DESARROLLO DE SOFTWARE

SEPTIEMBRE, 2021

**ÍNDICE**

1. INTRODUCCIÓN…………………………………………………………………3
2. MUNDO DEL PROBLEMA……………………………………………………...4
3. OBJETIVO………………………………………………………………………...5

3.1 General………………………………………………………………………..5

3.2 Específicos……………………………………………………………………5

4.CARACTERIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.Misión………………………………………………………………………….6

4.2.Visión…………………………………………………………………………..6

4.3.Logo……………………………………………………………………………6

5.JUSTIFICACIÓN………………………....………………………………………….7

6. REQUERIMIENTOS……………………………………………………………..…8

6.1 Funcionales……………………………………………………………..….....8

6.2 No Funcionales…………………………………………………………...…..9

7.ROLES……………………………………………………...…………………….....10

**1.INTRODUCCIÓN**

En el 2019 según Tienda Registrada se estimaba que en el país existían unos 266,000 pequeños establecimientos o tiendas de barrio, los cuales representan alrededor del 52% del mercado de consumo masivo[[1]](#footnote-1).

El poseer y manejar información es hoy por hoy, el activo más valioso para toda persona, puesto que de ella depende la toma de diferentes decisiones que son parte de la vida cotidiana, más aún si se cuenta con un negocio en el cual sus decisiones son fundamentales para el crecimiento administrativo y operativo de dicho negocio.

Ahora bien, el creciente desarrollo de las tiendas o pequeños negocios de barrio, ha hecho necesario el diseño de mecanismos más efectivos a la hora de comercializar víveres y abarrotes, el propietario de estos requiere conocer la situación económica de su negocio. En esta actividad podemos encontrar varios factores que confluyen, como son la necesidad de conocer la viabilidad económica, el stock de productos y las necesidades de los clientes.

**2.MUNDO DEL PROBLEMA**

Aunque en nuestro país existen muchas tiendas de barrio, es evidente cada vez que compramos en una de ellas, el manejo informal de su administración, la mayoría no parece poseer un sistema que permita poder analizar ciertos elementos esenciales y conocer cómo es la gestión y el manejo de su tienda.

Es para nosotros habitual acercarnos diariamente a las tiendas de barrio o establecimientos comerciales pequeños a adquirir nuestros productos de primera necesidad de manera directa, por lo que se espera contar con una atención más ágil y efectiva, ya que al ir a almacenes de grandes superficies implica, tener un buen tiempo tanto para escoger los bienes a comprar, así como para hacer las largas filas para pagar los artículos.

Estos establecimientos pequeños, que venden al menudeo y que son una solución inmediata para muchas familias, no poseen un control adecuado de los inventarios, ya que sin notarlo al instante, ofrecen productos que ya no tienen ó que no es la marca que el cliente desea, o que por su desorden o falta de conocimiento para clasificar los artículos, no se encuentran en adecuadas condiciones y los exhiben con otros que son para usos diferentes, como combinar elementos de aseo con víveres, y en muchas ocasiones venden productos que están vencidos, generando molestia entre los clientes y haciendo que con el tiempo no se vuelva sostenible ni rentable dicho negocio.

Debemos destacar que la esencia de todo negocio que para el presente proyecto es la tienda de barrio,es la buena atención a sus clientes así como el manejo adecuado del stock de almacén; actualmente los propietarios de dichos negocios presentan inconvenientes con el manejo de sus mercancías, ven como al final sus ventas no son las ideales, generando problemas económicos a sus negocios y hasta el cierre de estos por el no manejo adecuado de su información.

¿Cómo ayudaríamos como desarrolladores de software al dueño de una tienda de barrio a manejar y controlar mejor la administración de una tienda?

**3. OBJETIVOS**

**3.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una herramienta utilizando los conceptos de Desarrollo de Programación que le permita a los propietarios de tiendas y pequeños negocios, la administración, el control y el análisis de su negocio.

**3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

* Identificar las herramientas básicas y funcionalidades requeridas por un software, mediante la observación de las tiendas de barrio y pequeños negocios, que permitan su correcta administración.
* Crear un esquema general del programa por medio de los conocimientos adquiridos en desarrollo de software con el fin de la implementación de dicho aplicativo en la vida real.
* Implementar el programa mediante un entorno simulado de una tienda de barrio que permita la validación del funcionamiento de todas sus herramientas y características.

**4.CARACTERIZACIÓN DEL PROYECTO**

**4.1.MISIÓN**

Este proyecto tiene como misión montar una herramienta de software que sea útil y eficaz, manejando el concepto de calidad total, lo anterior con el apoyo de su entorno, logrando así que el propietario tenga control óptimo sobre las ventas, inventario y clientes.

**4.2.VISIÓN**

La visión de este proyecto es el de brindarle una herramienta al cliente que le facilite el manejo de su negocioy le brinde un mayor control sobre sus productos y economía.

**4.3.LOGO**



**5.JUSTIFICACIÓN**

Nuestra motivación del presente proyecto, tiene su origen en diversos aspectos de la cotidianidad; uno de ellos radica en el hecho de que debido al amplio desarrollo de Internet y de las aplicaciones Web, así como de la redes sociales, existen multitud de herramientas de desarrollo libre, con los cuales se pueden montar multitudes de aplicativos sin costo.

Este proyecto consiste en el análisis y desarrollo de una herramienta digital, que permite conocer hasta dónde podría llegar los propietarios de las tiendas de barrio a controlar inventarios de forma sencilla y rápida mediante un software que muestre de manera ágil los productos, así como el comportamiento de estos para la toma de decisiones.

Por otra parte, se debe tener en cuenta que, al montar el presente proyecto es facilitar al propietario del negocio, el manejo óptimo digital de sus inventarios. Por lo que la herramienta permitiría tener control de la cantidad de dichos inventarios, además de darles una clasificación, para que a su vez el propietario y administrador del negocio pueda contar con informes en menor tiempo, para la correcta toma de decisiones.

Es de destacar que la demanda del sector informal viene creciendo día a día, convirtiéndose en una fuente de ingresos para las familias que de una u otra manera logran montar sus negocios, por lo que es de nuestra parte un aporte importante para la sociedad, que estos negocios ingresen a la era tecnológica, manejando esta herramienta útil fruto del presente proyecto.

**6.REQUERIMIENTOS**

A continuación, se realizará una lista de requerimientos funcionales y no funcionales y se explicará en breve detalle la función de cada uno:

**6.1. FUNCIONALES:**

Describe el comportamiento particular de nuestro sistema de software cumpliendo las siguientes condiciones:

* El programa permitirá crear, editar y borrar categorías de artículos de la tienda.
* El programa tendrá la opción de agregar, modificar y eliminar las características de los productos, precio, cantidades, valor bruto, valor neto, fecha de vencimiento.
  + El propietario de la tienda podrá ver el stock de los productos.[[2]](#footnote-2)
  + La herramienta de software debe llevar el manejo de un stock mínimo y máximo de elementos.
  + El propietario de la tienda podrá sacar informes de su inventario, así como las ventas y ganancias.
  + La herramienta de software debe contar con un historial en cada uno de sus productos (Vendedor, precio, cantidad, ganancia en pesos y en porcentaje, fecha de vencimiento con el lote del producto).
  + El sistema debe ordenar el inventario de acuerdo con diferentes opciones como su categoría, nombre, precio.
  + El cliente debe ver los productos que se encuentran disponibles, así como los precios.

**6.2. NO FUNCIONALES:**

Esto hace referencia a los siguientes atributos de calidad:

* + Se establecerá una seguridad con el cliente aplicando la ley de protección de datos (Ley 1581 del 2012) y la normatividad legal vigente, en lo referente al presente tema, para así crear una relación de confianza con el cliente
  + Realizar un mantenimiento periódico a fin de dar una mejora continua al aplicativo, teniendo en cuenta las sugerencias propuestas por el cliente.
  + Se le garantiza al cliente que el software que se brinda tendrá compatibilidad con el sistema operativo Windows.

**7. ROLES Y FUNCIONES**

En lo referente a este ítem, se trabajará con la metodología SCRUM, por lo que a continuación se detallan los roles y quienes los integrarán:

* **Product Owner**:

**Función**: Encargado de liderar el proyecto, desde la perspectiva del cliente, y será la persona encargada de supervisar que se lleve a cabo el proyecto de tal forma que cumpla las expectativas del cliente.

**Alumno**: EDUAR YOSME PARDO GAMBOA

* **Scrum Master.**

**Función**: Es el líder de cada una de las reuniones, ayuda en la resolución de los problemas, jugando un rol de “facilitador” para minimizar los obstáculos. El Scrum Master debe ser una persona con conocimientos técnicos de los lenguajes de programación, bajo los cuales se llevará a cabo el proyecto; de lo contrario, no tendría como ayudar a solucionar problemas.

**Alumno**:LUIS FERNANDO MEDINA LOPEZ

* **Scrum Team.**

**Función**: Es el equipo de desarrollo y núcleo de la metodología Scrum. Se encarga de la codificación del software y de cumplir los objetivos o metas propuestas por el ProductOwner.

**Alumno**: CAMILA VALENTINA CASTILLO LOPEZ

**Alumno**: NICOLAS DAVID MARTINEZ CRISTANCHO

* **Cliente**.

**Función**: Tiene la capacidad de influir en el proceso debido a que conoce la lógica del negocio. El cliente puede proponer nuevas ideas y hacer comentarios de retroalimentación

**Alumno**: JULIAN ANDRES QUINTERO.

1. PORTAFOLIO. (21 de agosto de 2029). Tiendas de barrio representan el 52% del mercado de consumo masivo. https://www.portafolio.co/economia/tiendas-de-barrio-representan-el-52-del-mercado-de-consumo-masivo-532791 [↑](#footnote-ref-1)
2. Stock: análisis de oferta y demanda de los productos dentro de la tienda [↑](#footnote-ref-2)