**ACTIVIDAD N°2 FORMATIVA– Unidad 01**

**SEMANA EN QUE SE REALIZA ESTA ACTIVIDAD:** 2

**CASO 1. “TOCOMOCHO RACER”**

Descripción del Problema:

Don Carlos Mardones, es dueño de una tienda de venta de productos de automóvil, su tienda se llama “Tocomocho Racer”, la cual últimamente ha bajado bastante las ventas de productos, cabe destacar que es una empresa que posee gran variedad de neumáticos, siendo el fuerte de sus ventas. Debido a los últimos sucesos ocurridos en el país y el mundo, su tienda ha reducido sus horarios de atención por lo que esta acción le ha generado bajas ventas y sobre todo ha ido perdiendo clientela.

Todos estos factores han aportado para que don Carlos de un giro a su negocio incursionando en las ventas web.

Algunos antecedes a considerar en el desarrollo de esta solución, son los siguientes: actualmente realiza ventas con talonarios impresos de boleta, el registro de stock de productos lo hace a través de una planilla Excel, también comenta que tiene muchos productos pasados de moda, muchos productos en stock que no tienen salida, su bodega no tiene un orden, el bodeguero solo guarda y saca los productos que están más a la mano.

También comenta que los vendedores muchas veces no tienen conocimiento de los productos que venden, por lo que le gustaría hacer algún tipo de manual virtual con las características más detalladas de cada producto. Con la finalidad que los vendedores puedan acceder a esa información en cualquier momento y desde cualquier equipo, incluso desde sus dispositivos móviles.

Otro punto que comenta no posee un sistema contable por lo tanto el calcula al “ojo” cuanto es su ganancia aproximada. Lo que genera errores de cálculos en los sueldos, ´por lo que le gustaría llevar un registro de las entradas y salidas de sus trabajadores, calcular sus comisiones de ventas, porcentaje y margen de ganancias.

Don Carlos, solicita que el sitio web muestre todos los productos que tiene en stock en su tienda y se puedan comprar directamente por la página a través de Redcompra; también solicita que el sistema y pagina web estén funcionando para la temporada alta de su negocio que es próxima a fiestas patrias, ahí es cuando se elevan las ventas de manera considerable.

**CASO 2. JETSMART**

Descripción del Problema:

JetSmart es una nueva línea aérea creada por Indigo Partners, fondo privado de inversión que tiene más de 15 años de experiencia desarrollando exitosamente aerolíneas Ultra Low Cost a nivel mundial. En Chile, JetSmart ha tenido un crecimiento exponencial el último tiempo.

La aerolínea JetSmart al ser una aerolínea de bajo costo creada recientemente, viene presentando una situación de atraso tecnológico en la facturación de pasajes en la implementación de ventas a bordo de los aviones, por ejemplo, los tiempos de espera de los clientes, desde el momento que entregan la información para compra del pasaje, hasta que es generado el boleto, son bastante amplios, lo que provoca que se dupliquen asientos, que los horarios se confundan, etc.

El otro problema que presenta esta aerolínea es en los procesos y cálculos manuales de entrada y salida de productos de abastecimientos a bordo, debido al avance prácticamente a diario de la aplicación de la tecnología a los negocios, se hace necesario que la aerolínea actualice sus mecanismos para gestionar, administrar y controlar el producto de ventas algunas de las mejoras casi inmediatas como eliminar los procesos y cálculos manuales, el manejo eficiente en el momento de facturar las ventas de productos a pasajeros, la gestión de garantías, la automatización del proceso de facturación, capacidad y otros mecanismos de pago, como efectivo con otras monedas y tarjetas de crédito, el control automático de los pagos, la administración de indicadores financieros, la generación de reportes y estadísticas, y en general todo el almacenamiento de la base de datos del producto de ventas.

La solución para esta aerolínea es diseñar un sistema de información para el producto de facturación y ventas a bordo en la aerolínea JetSmart, con la idea de agilizar sus procesos de facturación, disminuyendo los tiempos para mejorar el servicio a sus clientes, ya que, al momento de generar una factura, esta acción le toma mucho tiempo desde la compra hasta que se entrega al cliente, además de ofrecer calidad en la gestión de ventas a bordo y manejo de inventarios de productos, administrar el producto, controlar y agilizar los procesos de abordaje y compra de productos, y de esta manera generar reportes de ventas exactas para la aplicación de inteligencia de negocios, que posibiliten el fortalecimiento de las ventas a bordo y el posicionamiento de la empresa dentro de las aerolíneas de bajo costo.

Esta propuesta actualiza a la aerolínea y le proporciona herramientas de inteligencia de negocios para poder destacarse dentro de su mercado, avanzar y crecer teniendo en cuenta que las ventas a bordo representan el 10% de los ingresos de la compañía por esta razón debe existir un control de estas ventas. La propuesta se desarrollará por fases y todo el desarrollo obedecerá a las necesidades de operación de cada uno de los vuelos.