

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENE MORENO

**FACULTAD DE INGENIERÍA EN CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN Y
TELECOMUNICACIONES**

INGENIERÍA EN SISTEMAS



**IMPLEMENTACIÓN DE UNA APLICACIÓN WEB DE VENTAS
EN LÍNEA PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA
DISTRIBUCIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS EN LA
EMPRESA TÈNTA**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
CORRESPONDIENTE AL PROGRAMA “DESARROLLO DE SOFTWARE CON METODOLOGÍAS
AGILES”

AUTOR:

Edwin Ruben Pinheiro Sossa

Septiembre 2019
Santa Cruz de la Sierra – Bolivia

DEDICATORIA

A:

*A mis Padres el esfuerzo y apoyo constante, refleja la dedicación,
el amor que invierten sus padres en sus hijos. Gracias a mis padres son
quien soy, orgullosamente y con la cara muy alto agradezco a
Benjamín Siles y Elena Cruz, mi mayor inspiración, he concluido con mi meta.
A mis hermanos Juan, Paulo, Ronald, Rosario y Javier por su cariño y
apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en
todo momento.*

Edwin Ruben Pinheiro Sossa

AGRADECIMIENTO

A:

A la Facultad de Ingeniería en Ciencias de la Computación y Telecomunicaciones

por ser la sede de todo el conocimiento adquirido en estos años.

Agradezco a mis docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo,

motivaron a desarrollarme como persona y profesional.

Asimismo, agradezco infinitivamente a mis Padres y Hermanos que con sus palabras me

hacían sentir orgulloso de lo que soy y de lo que puedo enseñar. Ojalá algún

día yo me convierta en su fuerza para que puedan seguir avanzando en su

camino

RESUMEN

La evolución de la tecnología ha guiado al comercio por nuevos caminos y horizontes, abriéndose paso dentro del internet, revolucionando la forma de comprar y vender, mediante este ámbito surgió el e-Commerce (comercio electrónico).

Por ello este trabajo investigativo tiene como objetivo la implementación de una tienda virtual, con el propósito de mejorar la forma de mostrar los productos de una tienda física; mejorando la productividad en la distribución de electrodomésticos de la empresa TënTa. La cual va a estar en mejores condiciones que una tienda física; el cual busca la comodidad de la empresa tanto como la del cliente, acortando distancias, disminuyendo costos y ofreciendo todo tipo de productos electrodomésticos, lo cual incrementará la confianza y el flujo de comercio en la red.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----------|
| CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1. ANTECEDENTES | 1 |
| 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.3. OBJETIVOS | 2 |
| 1.3.1. <i>Objetivo general</i> | 2 |
| 1.3.2. <i>Objetivos específicos</i> | 2 |
| 1.4. ALCANCE | 3 |
| 1.5. METODOLOGÍA | 3 |
| CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO | 4 |
| CAPÍTULO III PROPUESTA DEL VALOR | 5 |
| CONCLUSIONES | 6 |
| RECOMENDACIONES | 7 |
| BIBLIOGRAFÍA | 8 |
| ANEXOS | 9 |

TABLA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: VENTA DE COMERCIO ELECTRÓNICO9

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1.Antecedentes

La empresa TënTa fue creada en enero del 2014 en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra como resultado de una idea personal de dos familiares, el Lic. Miguel Ángel Chávez Añez y el Dr. Fernando Limpas Cuellar, quienes en su afán de aprovechar el crecimiento del rubro de ventas de electrodomésticos y con el aumento de las restricciones, es que deciden iniciar este emprendimiento.

Se abre ante los emprendedores la posibilidad de explorar nuevas formas de negocio: el comercio electrónico es una fórmula que beneficia tanto a vendedores ya sea de una empresa independiente o un negocio propio, así como compradores.

Según un estudio reciente, el comercio electrónico es un sector en alza en todos los países de América Latina: en tan solo 6 años se a incrementado las ventas en 84,750 millones de dólares americanos véase (Ilustración 1: Venta de comercio electrónico). La curva ascendente de beneficios es digna de consideración y debería hacer pensar en la posibilidad de invertir en este campo.

La falta de interés por parte de las empresas de nuestro país en realizar Comercio Electrónico llevaría consigo tener un comercio tradicionalista y poco tecnológico, esto hace que la empresa TënTa no sea muy reconocida y tenga bajos índices de ventas generando los siguientes problemas:

- Existe una falta de promociones y facilidades de pago por parte de la empresa generando que las personas elijan otro lugar donde comprar y que las ventas disminuyan.

- Por otra parte, la falta de personal debidamente capacitado dentro de la empresa hace que ellas tengan personal que simplemente cumplen sus actividades y no dan el valor agregado al trabajo, ni tampoco den más de lo que deben dar.

1.2.Planteamiento del problema

¿Cómo mejorar la productividad en la distribución de electrodomésticos para que sean más reconocidos y con ello aumenten sus niveles de comercialización en la empresa TënTa?

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Implementar una aplicación web de ventas en línea la cual mejore la productividad en la distribución de electrodomésticos para que sean más reconocidos y con ello aumenten sus niveles de comercialización en la empresa TënTa.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un análisis comparativo entre una tienda de electrodomésticos y una tienda en línea.
- Diseñar la arquitectura de un sitio web, el cual contenga un diseño estándar de una tienda virtual en línea, el cual nos permitirá realizar una visita virtual a la tienda o al espacio donde se desea colocar la presentación de los productos o stock a ofrecer.
- Aplicar una arquitectura de software (Modelo Vista Controlador) en Php, utilizando un motor de plantillas.
- Intercambiar opiniones e información con clientes sobre los productos.
- Mantener los catálogos de productos almacenados en una Base de Datos MySql.

1.4.Alcance

Este trabajo será un prototipo que dará una visión muy clara de los grandes beneficios y atribuciones de esta nueva forma de hacer comercio electrónico.

La aplicación, mantendrá una Base de Datos con el inventario de todos los productos, que serán comercializados y promocionados a través del sitio Web.

Implementar una tienda en línea, en la que se visualicen electrodomésticos, tales como: televisores heladeros, lavadoras, aires acondicionados, etc.; incluyendo el proceso de compra mediante un carrito de compras en el cual se irán colocando los posibles productos a comprar y como proceso final generar una factura en la cual el cliente elegirá su forma de pago preferida; además de incluir una descripción detallada de cada uno de los productos con el precio correspondiente.

Los usuarios podrán acceder a una cuenta de usuario para comprar los electrodomésticos.

1.5.Metodología

La metodología a utilizar para este proyecto será Scrum la cual es un proceso de gestión que reduce la complejidad en el desarrollo de productos para satisfacer las necesidades de los clientes. La gerencia y los equipos de Scrum trabajan juntos alrededor de requisitos y tecnologías para entregar productos funcionando de manera incremental usando el empirismo.

Scrum es un marco de trabajo simple que promueve la colaboración en los equipos para lograr desarrollar productos complejos. (Francia, Joel, 2017)

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO III

PROPUESTA DEL VALOR

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

Brahms, Johannes. (2019). Ventas de comercio electrónico. *statista*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2019, de <https://es.statista.com/estadisticas/637442/latinoamerica-ventas-de-comercio-electronico-minorista-de--a-2019/>

Francia, Joel. (27 de Septiembre de 2017). *Srum.org*. Obtenido de Srum.org: <https://www.srum.org/resources/blog/que-es-srum>

ANEXOS

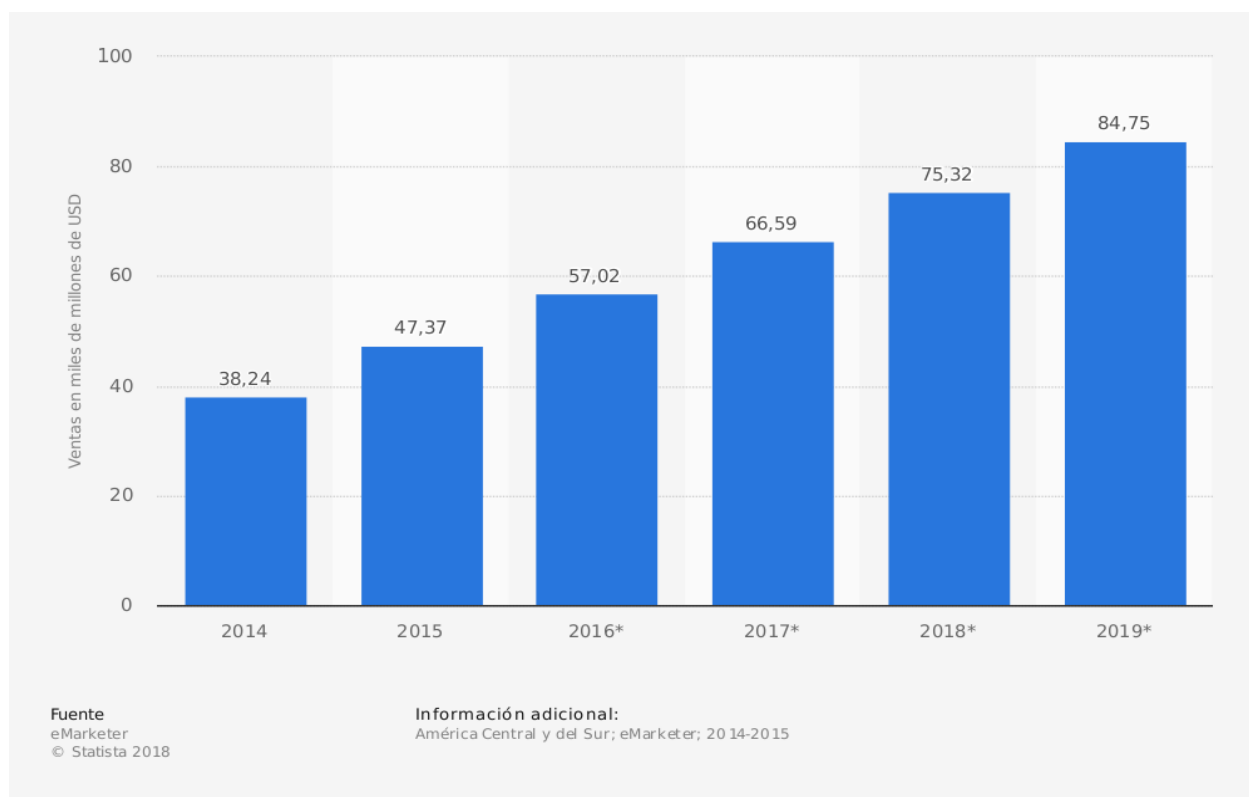


Ilustración 1: Venta de comercio electrónico
Fuente: (Brahms, Johannes, 2019)