

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENE MORENO

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

INGENIERÍA EN SISTEMAS



**IMPLEMENTACION DE UNA APLICACIÓN WEB PARA LAS VENTAS DE
ELECTRODOMESTICOS EN LINEA**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
CORRESPONDIENTE AL PROGRAMA “COMERCIO ELECTRÓNICO”

AUTOR:

Edwin Ruben Pinheiro Sossa

Septiembre 2019
Santa Cruz de la Sierra – Bolivia

Resumen

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1. <i>Antecedentes</i>	1
1.1.2. <i>Situación problemática</i>	2
1.1.3. <i>Situación deseada</i>	2
1.2. OBJETIVOS	2
1.2.1. <i>Objetivo general</i>	2
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i>	2
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	3
CAPÍTULO III PROPUESTA DEL VALOR.....	3
CONCLUSIONES	3
RECOMENDACIONES	3
BIBLIOGRAFÍA	4
ANEXOS	5

TABLA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: COMERCIO ELECTRÓNICO EN BOLIVIA.....	5
ILUSTRACIÓN 2: CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN BOLIVIA	5

Capítulo I

Introducción e información general

1.1.Planteamiento del problema

1.1.1. Antecedentes

El comercio electrónico en Bolivia ha crecido a medida que la tecnología avanza, la transformación empresarial también va creciendo. Así lo demostraron 38 empresas digitales (Ilustración 1: Comercio electrónico en Bolivia) que quedaron entre las calificadas para pugnar por el máximo reconocimiento en el eCommerce Awards Bolivia 2019, que se realizó en Santa Cruz el pasado viernes 6 de julio. (Mendoza, 2019)

Entre los años 2014 y 2016 se registró un crecimiento del 5% del comercio electrónico en Bolivia (Ilustración 2: Crecimiento del comercio electrónico en Bolivia) de los consumidores digitales que rompieron las barreras de la desconfianza, oferta insuficiente y medios de pago.

A esa conclusión llegó el estudio sobre la Evolución del Consumidor Digital en Bolivia realizado por Captura Consulting en noviembre del año pasado mediante el cual se encuestó a 1.040 personas de entre 15 y 60 años en las ciudades de Santa Cruz, La Paz, El Alto y Cochabamba que se conectan a internet por lo menos una vez por semana.

Un 10% de los encuestados en 2016 afirmó haber comprado algún producto por Internet mientras que en 2014 (cuando se hizo similar estudio) solo un 5% dijo haber realizado una operación de comercio electrónico. Los equipos electrónicos, ropa y calzados son los productos que más compraron. (Copa & Vasquez, 2018)

1.1.2. Situación problemática

En la actualidad, las empresas de electrodomésticos en Bolivia para llegar a ser competitivas en el mercado tienen que pasar por una transición que les permita poner a disposición del consumidor sus productos y tener una mayor presencia en el mercado. Muchas de ellas ofrecen sus electrodomésticos de la manera tradicional haciendo presencia física de sus cosméticos, esto hace que algunos clientes busquen otros métodos de información acerca de electrodomésticos para su hogar, ya que las personas prefieren realizar sus compras desde la comodidad de su hogar sin tener que asistir a un lugar en específico, obligando a las empresas buscar otros métodos que pueden brindar una mejor atención a sus clientes.

1.1.3. Situación deseada

Con este estudio se pretende incrementar las ventas de electrodomésticos de las empresas en Bolivia por medio de las ventas en línea, evitando la pérdida de clientes insatisfechos, dando a conocer las nuevas tecnologías que pueden ofrecer.

1.2.Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Implementar una aplicación web para la venta de electrodomésticos en línea.

1.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Recopilar información necesaria respecto a aplicaciones similares de ventas en línea
- ✓ Analizar la información recabada utilizando herramientas de modelado
- ✓ Diseñar las funcionalidades que tendrá el módulo de ventas
- ✓ Implementar el modelo de ventas en línea demostrando su efectividad.

Capítulo II

Marco Teórico

Capítulo III

Propuesta del valor

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

- Copa, A., & Vasquez, M. (06 de Agosto de 2018). Compras el comercio vía web crece. *El Deber*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2019, de <https://www.eldeber.com.bo/dinero/Compras-el-comercio-via-web-crece-un-5--20170703-0097.html>
- Medina Candia, R. (16 de Julio de 2018). Compras en comercio electrónico se incrementan. *Los Tiempos*. doi:<https://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20180716/compras-comercio-electronico-se-incrementan-nueve-veces-10-anos>
- Mendoza, L. (31 de Julio de 2019). El comercio electronico en Bolivia. *Eju!*, págs. 30-58. Recuperado el 06 de Septiembre de 2019, de <https://eju.tv/2018/07/unas-40-empresas-en-bolivia-develan-la-tendencia-a-los-negocios-online/>

Anexos

COMERCIO ELECTRÓNICO EN BOLIVIA

FUENTE: Agetic
GRÁFICO: Los Tiempos / Wilson Cahuaya


Índice de comercio electrónico 2016



Ilustración 1: Comercio electrónico en Bolivia
Fuente: (Mendoza, 2019)

COMERCIO ELECTRÓNICO EN BOLIVIA

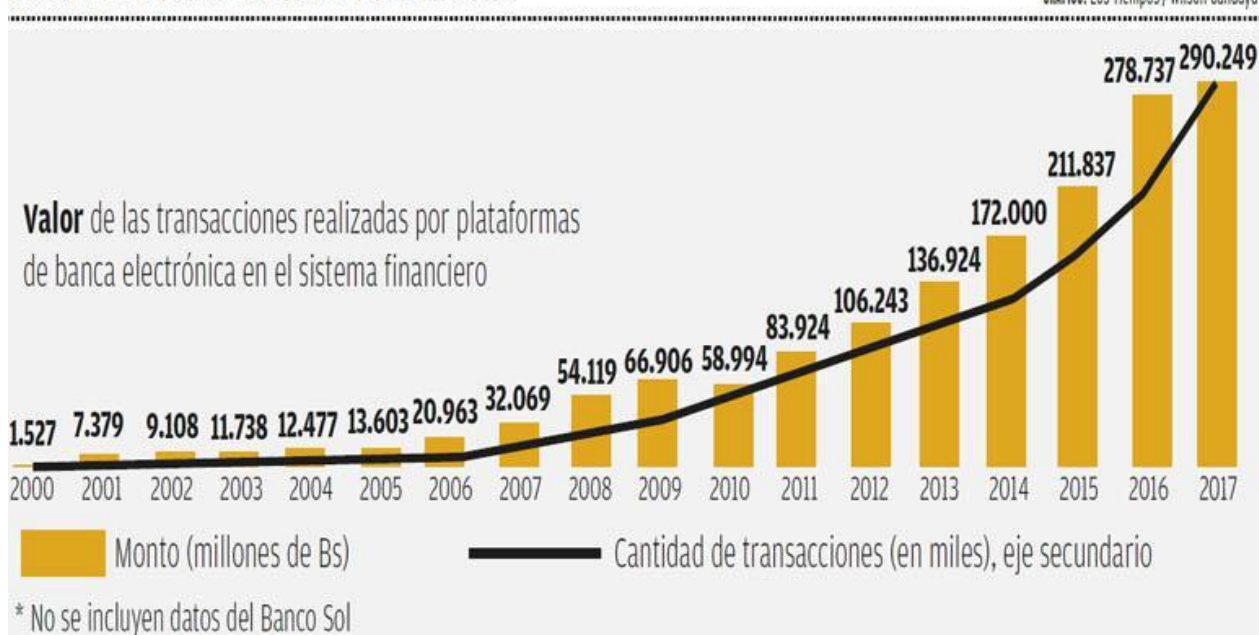
FUENTE: Agetic
GRÁFICO: Los Tiempos / Wilson Cahuaya


Ilustración 2: Crecimiento del comercio electrónico en Bolivia
Fuente: (Medina Candia, 2018)