



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
DEL LITORAL**
**Facultad de Ingeniería en Electricidad y
Computación**



Tema:

**Plan de Negocios, Análisis, Diseño e Implementación de un
Sitio Web para Personalización de Catálogos y Gestión de
Pedidos en línea.**

Integrantes:

Cecilia Bunces Cárdenas¹

Helen Guerrero²

Douglas Neira Márquez³

Larry Suárez Luzardo⁴

Lsi. Jorge Olaya⁵

¹Licenciado en Sistemas de información 2003.

²Licenciado en Sistemas de información 2003.

³Licenciado en Sistemas de información 2003.

⁴ Licenciado en Sistemas de información 2003.

⁵Director de Tópico, Título de Pregrado: 1984-1990 Escuela Superior Politécnica del Litoral: Ingeniero en Computación. 1998-2000 Escuela Superior Politécnica del Litoral: Maestría Sistemas de Información Gerencial. En proceso, Escuela Superior Politécnica del Litoral: Maestría de Administración de Empresas.

RESUMEN

La acelerada y constante renovación en el ámbito de los negocios y la creciente competencia que dinamizan el mercado, nos obligan a hacer cada vez mejores y buscar nuevas formas de establecer relaciones comerciales. Por esta razón hemos acogido el concepto de *e-commerce* y damos a conocer nuestra propuesta de negocios denominada “**Pedidos Online**”, la misma que permitirá a nuestros clientes personalizar sus catálogos a nivel de producto y gestionar pedidos en línea.

Nuestro objetivo primordial es proveer a las empresas dedicadas a la comercialización o distribución de productos tangibles, un servicio que les brinde la oportunidad de ampliar su accionar de ventas, así como también incrementar sus portafolios de clientes y proveedores.

En la primera parte de este documento se especifican el análisis y los fundamentos teóricos y técnicos para el desarrollo de nuestra propuesta. Posteriormente se realizará el diseño y la presentación de los pasos que se siguieron para la elaboración.

INTRODUCCIÓN

Conjugando el creciente y renovado avance tecnológico y aprovechando las bondades que éste ofrece, es necesario y ventajoso estar presentes en un medio de gran acogida pública a nivel general, como es la **Internet**. Esto constituye la apertura a puertas de negocio relativamente nuevas en nuestro medio, por esta razón presentamos nuestro trabajo para brindar a las empresas interesadas una alternativa nueva, rentable y ventajosa para expandir sus ventas.

Por lo tanto, hemos podido desarrollar esta idea, presentando y exponiendo los diferentes detalles y necesidades de cada una de nuestras fuentes de información(empresas dedicadas a la distribución y comercialización de productos tangibles y similares).

A continuación se presenta un marco teórico en el que se exponen las necesidades, seguridades, soluciones y beneficios de nuestra propuesta.

CONTENIDO

1. Necesidades

Una vez finalizado el estudio de mercado correspondiente a las empresas dedicadas a la comercialización y distribución de productos tangibles y similares, así como la necesidad y capacidad de compra de las personas, hemos identificado las siguientes necesidades:

1.1. Necesidades de Personas (compradores)

Disponer de rutas o canales de comercialización que les permitan adquirir productos de diversa índole, esperando contar con características que le permitan:

- ✓ Poder realizar la compra cómodamente
- ✓ Evitar el riesgo de asalto en la compra en caso de no poseer vehículo
- ✓ Ver catálogos sin necesidad de manipular grandes volúmenes de páginas
- ✓ Hacer compras sin necesidad de escuchar o recibir malos tratos de parte de un dependiente de mostrador
- ✓ Tener la posibilidad de comprar sin exigencias de horarios de atención

1.2. Necesidades de las Empresas comercializadoras y distribuidoras de productos tangible o similares (vendedores)

La mayor parte de sus necesidades radican en extender su alcance de ventas incurriendo en costos mínimos de implementación. Se podrían mencionar:

- ✓ Mayor campo de acción en las ventas
- ✓ Tener ventaja con respecto a la competencia
- ✓ Ofrecer a sus clientes una nueva alternativa para realizar compras de una manera cómoda e innovadora
- ✓ Poder gestionar las ventas sin limitaciones de horario
- ✓ Reducir los costos de ventas
- ✓ Mejorar las relaciones comerciales y de servicio con clientes y proveedores

2. Solución y Beneficios.

2.1 Solución.

Gracias al constante cambio tecnológico y grandes avances en las telecomunicaciones, y principalmente haciéndonos eco de las necesidades de las personas para comprar un producto y de las empresas dedicadas a la comercialización y distribución de los mismos, hemos desarrollado bajo un esquema innovador de tiendas virtuales un servicio dinámico que permite a las empresas (nuestros clientes) personalizar sus catálogos de productos y a los compradores (usuario final) realizar la gestión de pedidos sobre dichos catálogos, favoreciendo de esta manera a ambos segmentos.

Luego de haber analizado las necesidades anteriormente mencionadas y la información relacionada a los procesos de compra (venta virtual de productos tangibles), presentamos la siguiente solución:

Diseñar e Implementar un sitio web que permita; mediante una consola de administración (Panel de Control), personalizar catálogos de productos para las

empresas que utilicen nuestro servicio, y una tienda virtual que permita la gestión de pedidos mediante navegación por catálogo haciendo uso de un carro de compras destinado para el usuario final (comprador). Adicionalmente, esta misma tienda tiene la finalidad de ser la carta de presentación de la empresa vendedora en la Internet, expandiendo su alcance y disponibilidad en un medio electrónico de gran acogida como es la Internet.

En conjunto, la Consola de Administración y la Tienda Virtual permitirán:

- ✓ Personalizar y publicar Catálogos de Productos
- ✓ Navegar por las Categorías de Productos definidas por la empresa vendedora
- ✓ Hacer uso de un Carro Virtual de compras para el usuario final (comprador)
- ✓ Gestionar Pedidos, los cuales se enviarán automáticamente vía e-mail a la empresa vendedora (aquella que utiliza nuestro servicio)
- ✓ Notificar tanto a la empresa (vendedora) como al usuario final (comprador) del estado de los Pedidos realizados

2.2. Beneficios.

Luego de haber planteado una la solución para las empresas de comercialización y distribución de productos tangibles o similares, y para los usuarios finales (compradores) al momento de querer adquirir un producto, podemos enumerar los siguientes beneficios que obtendrán con nuestro servicio:

Beneficios para las empresas de comercialización y distribución de productos:

- ✓ Lograr una ventaja competitiva con respecto a otras empresas de su género
- ✓ Ampliar campo de ventas

- ✓ Brindar a los clientes una nueva forma de realizar sus compras de manera mas dinámica y rápida

Beneficios para los usuarios finales (compradores):

- ✓ Ahorrar tiempo al comprar un producto(mediante la gestión del pedido).
- ✓ Disminuir significativamente los riesgos de asaltos
- ✓ Poseer varias alternativas al momento de categorizar el producto que se desee
- ✓ Tener total comodidad al momento de efectuar sus pedidos

3. Seguridad.

Es importante señalar que el ambiente de seguridad que deben tener sitios como el nuestro en la Internet debe ser múltiple y confiable, debido a esto, hemos elegido varias herramientas para lograr este objetivo y entre ellas se pueden mencionar:

- ✓ Microsoft ISA Server, utilizado como muralla de fuego (firewall) y representa la primer puerta de control a los recursos de nuestras aplicaciones y recursos expuesto a la Internet
- ✓ Internet Information Server (IIS), para la publicación de contenido Web y brindar el segundo nivel control para los recursos de la aplicación web que hemos planteado
- ✓ Secured Socket Layer (SSL), representa uno de los controles de datos más importantes al permitir la encriptación de la información que transita entre el Servidor Web y los diferentes clientes (estaciones) en la Internet
- ✓ Seguridades propias de la plataforma, representan cada uno de los niveles disponibles en las capas de servicios implementados, entre ellos: Sistema

Operativo de Red, .NET Framework, Base de Datos y Servidor de Aplicaciones

Además, para poder realizar la personalización y publicación de los catálogos de productos, las empresas deberán ser clientes nuestros y sólo pueden iniciar una sesión si están debidamente registrados. Para este efecto se les dará un usuario y contraseña correspondientes.

Una vez realizados los Pedidos, la empresa (vendedora) se encarga de gestionarlo, quedando fuera de responsabilidad de **Virtual Net** el éxito o fracaso de la gestión administrativa.

CONCLUSIONES

Las Empresas, frente a los avances tecnológicos como es la “Internet”, ven la oportunidad de satisfacer la necesidad de incursionar en una nueva forma de hacer negocios, más rápida y directa con los futuros y potenciales clientes. El presente trabajo ha sido desarrollado con el propósito de suplir esta necesidad para ambos segmentos del mercado “**vendedor – comprador**”.

“**Pedidos OnLine**” tiene como propósito cumplir con todas las expectativas planteadas a lo largo de este documento, enfocado como un servicio adaptable a las necesidades que demanda la Gestión de Pedidos por Internet.

OBJETIVOS GENERALES

- ✓ Crear un sitio Web que le permita a cualquier empresa afiliada la personalización de sus catálogos de productos.
- ✓ Ofrecer una ventaja muy competitiva frente a otras empresas del mismo género.
- ✓ Lograr que el servicio ofrecido por “**Pedidos OnLine**” se convierta en un accionar cada vez más amplio y conocido tanto por compradores o vendedores y; al momento de querer realizar transacciones de compra, éste sea el primer servicio virtual que tenga en mente el futuro comprador o vendedor.

REFERENCIAS

a) Tesis

1. C. Bunces, H. Guerrero, D. Neira, L. Suárez, “Plan de Negocios, Análisis, Diseño e Implementación de un Sitio Web para Personalización de Catálogos y Gestión de Pedidos en línea”, (Tesis, Licenciatura en Sistemas de Información, Facultad de Ingeniería Eléctrica y Computación, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2003).

b) Sitios Web y Documentación utilizados como referencia en el Diseño de nuestra propuesta

1. [http:// www.gap.com](http://www.gap.com) (Diseño)
2. <http://www.victoriassecret.com> (Diseño)
4. <http://www.tommy.com> (Diseño)
5. <http://www.machinerytrader.com> (Diseño y conceptos del negocio)

Lsi. Jorge Olaya, M.S.I.G

Director de Tesis