



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

**Tema:**

**Sistema de Gestión para Vendedores.**

**Integrantes:**

Jorge Elías Espinoza Andaluz <sup>1</sup>

Patricia Alexandra Román Céleri<sup>2</sup>

MSIG. Carlos Martín<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Analista de Sistemas 2005.

<sup>2</sup>Analista de Sistemas 2004.

<sup>3</sup>Director de Tópico. Master en Sistemas de Información Gerencial 2005

## **RESUMEN**

Las necesidades de una relación más estrecha y ágil entre las compañías hacen que estas vean de forma más atractiva las características que ofrecen el comercio electrónico y el Internet. Poco a poco varias de estas, empresa grandes y medianas, basan sus servicios informáticos páginas Web personalizadas o portales Web; para facilitar sus operaciones.

Es por todo esto, que se busca que las PYMEs, o pequeñas y medianas empresas, conozcan de los beneficios de obtener un dominio en el Internet, y, por consiguiente, una forma más rápida de mejorar sus expectativas de ganancias, optando por un nuevo mercado: La Comunidad De Empresas En Línea. Para esto, se ha creado el Sistema de Gestión de Vendedores, o SGV, que controla las múltiples actividades de los vendedores de una empresa, ya sea de ventas al por mayor y menor, de productos de consumo masivo.

Desarrollado en la plataforma de Microsoft: Famework .Net, el sistema esta basado en los estándares de desarrollo de aplicaciones Web que la comunidad actual exige: XML, Servicios Web, HTML; y desarrollado con la arquitectura de N-capas lo cual nos permite la escalabilidad, mantenimiento y gran facilidad de adaptarse a los cambios de este mercado dinámico. El SGV pretende ser la solución para las gestiones de ventas de nuestras empresas.

## **SUMMARY**

The necessity of an agile and strengthen relation between companies make them look in a more attractive way the characteristics that offers the e-commerce and the Internet. Some of them, between medium and large-sized companies, gradually, base their informatics' services in personalized Web pages or Web portals, to make possible their operations.

It's because all of this, that is important that the PYMEs or little and medium-sized companies, get to know the benefits that is to obtain a public site on the Internet, resulting this a much rapid way to improve their profits' expectations, changing for a new market: The On-Line Companies' Community. For this, it has been created the Sellers Management System, or SGV, that controls the multiple activities that sellers do in a company, most of all, bigger and lesser sales of massive-consume products.

Built in the Microsoft Framework Platform .NET, this system its' based on the development standards of the Web applications that the actual community demand: XML, Web Services, HTML, and develop with the n-tiers architecture which brings scalability, maintenance and an easy adaptation to changes in this dynamic market. The SGV pretends to be the solution to the sales' management of our companies.

## **INTRODUCCIÓN**

Tomando en cuenta los problemas que enfrentan las empresas de venta de productos, y en conjunto con los avances en la tecnología de Información y el acceso a la Web, se ha creado el Sistema de Gestión para vendedores, para mejorar y estandarizar los procesos de ventas que suplirían los procesos existentes tanto para vendedores como para clientes.

Lo que se presenta en el siguiente documento podrá explicar en visualizando, a nivel macro, el proyecto completo, desde su análisis hasta las seguridades implementadas para el mismo.

# **CONTENIDO**

## **1. Necesidades.**

Basándonos en el análisis que se realizó para la contemplación de este proyecto, revisando los procesos indicados por medianas y pequeñas empresas con sus respectivos clientes, sobre el proceso de ventas, se obtuvo las siguientes necesidades de clientes:

### **1.1. Necesidades Básicas de las Empresas.**

Las necesidades que se expusieron del actual manejo de las ventas fueron las siguientes:

- Re-estructurar el manejo y entrega de los pedidos.
- Control de información e historial de clientes con sus respectivos pedidos
- Control de movilización de los vendedores para una llegada efectiva a los clientes potenciales
- Manejo de clientes por una zonificación establecida.
- Mejorar la comunicación y la eficiencia de los vendedores implantando metas alcanzadas por productos vendidos

### **1.2. Necesidades Básicas de los Clientes.**

Las necesidades básicas que requieren los clientes del proceso de venta son las siguientes:

- Mejor comunicación con el distribuidor o empresa que vende
- Constancia en los pedidos reales realizados
- Mejor calidad en la distribución de los productos

## **2. Solución y Beneficios.**

### **2.1 Solución.**

La razón fundamental para el cambio que se quiere realizar entre estos tres personajes básicos, a nivel de la comunicación y la interacción que tienen, es para implementar nuevas herramientas, como lo es proyecto SGV, que se basa en una aplicación Web, orientado a manejar los procesos fundamentales para registros de clientes, itinerarios, pedidos y metas establecidas. No se pretende ser la panacea de todos los problemas que sostienen; es claro que todo proceso tiene sus falencias y deben ser corregidas con el tiempo. Por otro lado, solucionando uno de los problemas, y complementando un mejor manejo de los datos, este es el mejor comienzo para las empresas y, paulatinamente, los clientes se irán acoplado a la tecnología que es lo que se trata la implementación de este proyecto como un objetivo macro.

El proyecto fue creado bajo la metodología de Orientación a objetos para aplicaciones Web, contando con todos los estándares de las empresas que distribuyen productos a nivel más bajo, el cual es a nivel de negocios pertenecientes a clientes registrados, hasta la distribución internacional, controlando el País, la provincia o estado en que se encuentra y la ciudad o distrito al cual perteneciera la zona.

El proyecto, entonces, abarcaría lo siguiente:

- ❖ Registro de clientes vía telefónica por parte del vendedor, guardando los datos correctamente en la base de datos.

- ❖ Asignar carteras de clientes a vendedores específicos, con zonas establecidas y de fácil acceso, al encontrarse conectadas entre sí, para mejorar el desenvolvimiento del vendedor.
- ❖ Generar itinerarios de visita a clientes para los vendedores, dependiendo del día de visita que haya sido solicitado por el cliente, para recobrase la confianza y la comunicación perdida entre la empresa y el negocio.
- ❖ Registrar pedidos vía telefónica por parte del vendedor, obteniendo los productos que necesita en cliente, y dejándolos listos para ser despachados, en menos tiempo, agilizando la venta y la satisfacción del cliente.
- ❖ Consulta por parte del cliente, acerca de sus pagos realizados vía telefónica con ayuda del vendedor.
- ❖ A nivel de procesos, registrar las metas obtenidas por los vendedores, para ser así casos de consultas para un control efectivo de comisiones en ventas.

## **2.2. Beneficios.**

Este análisis fue contemplado para que las empresas que existen dentro de regulaciones básicas de manejo de pedidos de clientes, ya sean distribuidoras de consumo masivo (productos perecibles) u otros tipos de productos, puedan utilizar el proyecto como ayuda para un mejor control, y mantener información importante guardada dentro de un servidor simple, pero confiable.

Implementando este sistema, el cliente sentirá la necesidad de interactuar más con el Internet, creando un nuevo camino para dar el siguiente paso en el mejoramiento del proyecto, el cual es acomodarse a la satisfacción del cliente y al beneficio de la empresa.

Corrigiendo el problema de la pérdida de los datos y mayor seguridad para los datos, las empresas podrán realizar su crecimiento gradual, llevándolo a tener una mayor confianza en las aplicaciones orientadas a la Web, como base a un mejoramiento en el marketing estratégico: posicionamiento, análisis de la competencia, marca, políticas de precios, plan de comunicación, etc., adicionando a esto, mejorando la gestión de la fuerza de ventas, tanto interna como externa.

### **3. Seguridad.**

Existen datos relevantes que no deben ser vistos por cualquier usuario en general. Aunque, dentro del proyecto, no se maneja información que comprometa la seguridad de pérdida para el usuario o para el personal (números de tarjetas de crédito, números de cuentas bancarias, etc.), ciertos datos se manejan de forma encriptada, es decir, al momento de ser registrada la información a la base de datos, se encripta para que solo pueda ser manejada por el programa, y si existen problemas en la base de datos, al acceder a la misma no se podrán observar campos con datos verdaderos. (Ej. Contraseña para usuarios)

El manejo de los permisos para los usuarios se lo manejó por el simple hecho de que no todos los usuarios pueden acceder a los componentes dentro de la aplicación. Estos permisos solo podrán ser colocados por el Administrador del sistema, que a su vez, tiene acceso a toda la aplicación.

## **CONCLUSIONES**

El propósito principal de la creación de proyectos como el Sistema de Gestión para Vendedores, es para implementar una base para las empresas en general, que aún manejan sus procesos de forma manual y las cuales quieran acoplarse a el, ya conociendo del medio. La introducción de estas aplicaciones orientadas a la Web es solo un paso más para la comunicación efectiva entre las empresas y sus clientes, tratando que sean eficientes y no se maximice los objetivos planteados.

El análisis que se planteó al principio fue el comienzo de la creación del proyecto, tratando de satisfacer al máximo las necesidades que se presentaban de ambos lados. No obstante, hay que tener en cuenta que la aplicación debe también ajustarse a las crecientes demandas del mercado nacional.

## **REFERENCIAS**

### **Artículos y Libros en línea basados en el mejoramiento de procesos de venta y aplicaciones en la arquitectura .NET**

<http://www.monografias.com>

<http://www.microsoft.com/spanish/msdn/spain/default.msp>

<http://www.willydev.net/DesktopDefault.Aspx>

[http://www.improven-consultores.com/paginas/documentos\\_gratuitos/documentos.php](http://www.improven-consultores.com/paginas/documentos_gratuitos/documentos.php)

<http://www.fismat.umich.mx/~elizalde/tesis/node22.html>

<http://sopa.dis.ulpgc.es/diplomatura/practic9798/ipc/interc04.htm#Heading19>

---

Ing. Carlos Martín, M.S.I.G

**Director de Tópico**