

“PORTAL DE COMPRAS ON-LINE PARA SOLNEGSA”

¹LToainga, ²GGalio

Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación, Licenciatura en Sistemas de Información

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 Vía Perimetral

Apartado 09-01-5863, Guayaquil - Ecuador

¹ltoainga@espol.edu.ec, ²ggalio@espol.edu.ec

Resumen

La vida moderna conlleva una vida agitada donde el aprovechamiento del tiempo es un reto y una necesidad que debe ser cubierta por las diferentes empresas que brindan servicios, en especial aquellos que son de concurrencia masiva. Uno de los lugares que presenta una demanda de tiempo considerable son los supermercados, especialmente al momento de realizar los pagos en las cajas. Los portales web que cuentan con comercio electrónico son la mejor alternativa a las compras de supermercado a nivel mundial. Este documento tiene como objetivo implementar un portal web de comercio electrónico para Solnegsa, una empresa que actualmente cuenta con una tienda departamental y decide implementar un portal web para brindar mayor comodidad a sus clientes al realizar sus compras cómodamente desde su hogar, evitando las largas colas de espera en caja y el molesto traslado de sus compras al hogar, evitando también el uso de dinero en efectivo y brindando la facilidad al cliente de escoger la fecha y hora de la entrega. Se presenta el análisis situacional, tecnológico y financiero del Proyecto donde se considera el desarrollo, implementación, publicidad, beneficios y propuesta económica.

Palabras Claves: *portal web, comercio electrónico.*

Abstract

The modern life is strong, the utilization of the time is a challenge and a need that it must be covered for the different companies that offer services, especially those that are of massive concurrence. One of the places that sues for considerable time they are the supermarkets, specially to the moment to realize the payments in the cashier. The website that is hability electronic commerce are the best alternative to the purchases of supermarket worldwide. This document has as aim implement a website of electronic commerce for Solnegsa, a company that nowadays have a departmental shop and decides to implement website to offer major comfort to its customers on having realized his purchases comfortably from his home, avoiding the long tails of wait in cashier and the annoying move from his purchases to the home, avoiding also the use of ready money and offering the facility to the client of choosing the date and hour of the delivery. One presents the situational, technological and financial analysis of the Project where it is considered to be the development, implementation, advertising, benefits and economic proposal.

Palabras Claves: *websites, electronic commerce*

1. Antecedentes.

“Compras Express Supermarket”, Solnegsa, es una empresa familiar dedicada al expendio de productos de consumo masivo y de actualidad, actualmente desea incursionar en el sector de comercio electrónico a través de la modalidad “supermercado en línea”, este reto nace ante la creciente demanda de los clientes de atención a domicilio que actualmente se da únicamente a clientes selectos, el desarrollo de este proyecto les permitirá incursionar en el comercio electrónico permitiéndoles crecer con la ayuda de la tecnología actual.

2. Situación actual.

Solnegsa necesita un portal Web que permita realizar sus operaciones diarias de ventas, teniendo el internet como el único medio de recepción de Órdenes de Compra, permitiendo al cliente indicar la fecha, hora y dirección de entrega; además de realizar su compra desde la comodidad de su hogar el cliente tenga la facilidad y seguridad de hacer su pago con tarjeta de crédito, Visa o Mastercard.

Los propietarios de Solnegsa han decidido que el nombre del proyecto es “Compras Express Online”, así lo referiremos en adelante.

Se ha realizado un contrato con Peopletech Ecuador para que se encargue de implementar una herramienta que permita a “Compras Express Online” entrar al comercio electrónico sin afectar los servicios que actualmente brinda a sus clientes.

3. Requerimientos.

3.1. Requerimientos Comerciales

La herramienta web debe reflejar la seguridad, el impulso de compra y la identificación con el producto:

1. El portal contiene un módulo de seguridad que permita al cliente registrar sus datos personales y password que le permiten autenticarse en el portal, contando con verificación de datos del cliente autenticando su identidad en el portal web. El Cliente puede realizar sus compras con la confianza y seguridad que los datos registrados en el portal no son públicos ni que cualquier persona pueda visualizarlos libremente en el portal.
2. La seguridad abarca la administración del portal, donde existen accesos a las opciones generales del portal con contraseña de seguridad y registro de las acciones que cada usuario realiza en el portal.

3. El portal monitorea el tiempo de inactividad que tiene un cliente en el portal luego de haber realizado LogIn, y terminarla cuando exceda un determinado tiempo, obligando al cliente a realizar nuevamente LogIn.
4. El portal está certificado con Pacificard, emisor de tarjetas de crédito, que proporciona la pasarela de pago en internet de todas las tarjetas de crédito marca Visa o Mastercard de cualquier país, devolviendo únicamente el código de autorización de la compra, mismo que es encriptado en la Base de Datos con criptografía AES.
5. El portal cuenta con la certificación SSL de sitio seguro adquirido en Verisign. Otorgándole más robustez en la seguridad transaccional del cliente.
6. Al imprimir la factura “Compras Express Online” genera un correo electrónico o mensaje SMS al cliente, confirmando la entrega de su compra, esta notificación tiene el objetivo de informar al cliente de la persona que realiza la entrega y así evitar que personas ajenas a Compras Express Online tomen el nombre de la empresa y simular la entrega del pedido con fines malintencionados.

3.2. Requerimientos Funcionales

“Compras Express Online” requiere que la funcionalidad de las páginas sean sencillas, tanto para el cliente interno y externo siendo sus principales enfoques en los siguientes aspectos:

1. La sesión de Administración de Productos permite seleccionar una imagen desde un repositorio determinado que será relacionado con el producto, al igual que toda la información respectiva de este producto, dicha información se muestra en el portal al momento de hacer la compra. Adicionalmente se clasifica el producto por categoría.
2. La sesión de Administración de Usuarios permite dar de alta/baja al cliente interno donde se asignan permisos de accesos a las sesiones de trabajo según sus funciones.
3. La factura se genera al momento de recibir la confirmación del POS electrónico, y es impresa posteriormente por el usuario interno.

3.3 Requerimientos Tecnológicos

El portal de “Compras Express Online” es desarrollado con herramientas tecnológicas que permitan establecer nexos con dispositivos móviles que no requieren características muy sofisticadas.

4. Estrategias del mercado.

4.1. Características del Producto

- Pasarela de pago con tarjeta de crédito
- Consulta histórica de compras por cliente
- Selección de fecha y hora de entrega de las compras.
- Resúmenes estadísticos de ventas.
- Envía notificaciones de entrega a los clientes

4.2. Presentación del producto

Este portal web tiene una presentación sobria, que incluye publicidad a terceros y descripción de productos.



Figura 1.- Logo del portal web

Promesa Básica

Compra segura en internet y entrega a tiempo.

4.3. Beneficios del producto

Los beneficios que ofrece el portal ComprasExpress:

- Elimina las molestosas colas del supermercado para cancelar en caja.
- Accesibilidad de compras sin barreras geográficas
- Procesar pagos con tarjetas de crédito.
- Evita el uso de efectivo
- Entrega de compras en el hogar.

4.4. Estrategia comunicacional

El principal objetivo de la estrategia comunicacional es dar a conocer el portal de compras "Compras Express Online" la información relevante para el cliente. Los recursos que forman parte del plan táctico para alcanzar esos objetivos son los siguientes:

- Telemarketing.
- Publicación anuncios en prensa escrita
- Volantesfull color

- Publicidad en redes sociales
- Insertos en estados de cuenta de tarjetas de crédito.

Dentro de contenido de la publicidad existe la dirección donde estamos ubicados invitándolos a que nos visiten y conozcan el almacén permitiéndoles conocer la seriedad de ComprasExpress.

Los servicios que ofrece son:

- Venta de productos por medio de internet.
- Recepción de Pago con tarjeta de crédito.
- Notificaciones al cliente de la próxima entrega de la compra realizada.
- Ayuda telefónica.

4.5. Estrategia promocional

El principal objetivo de la estrategia promocional es registrar a los usuarios en "Compras Express Online" y poder informarles de las diferentes promociones vigentes.

La estrategia consiste en incentivar al cliente al registro en "Compras Express Online" a través de sorteos de viajes, productos tecnológicos entre otros, donde al registrarse se asigna un código que es enviado a su correo electrónico, este es el número de participación en los sorteos que son realizados cada tres meses en la presencia de un notario en las oficinas de Solnegasa, a través de un ánfora con los números participantes, se le comunica al cliente vía electrónica y telefónicamente que ha ganado el sorteo, se hace énfasis en indicar que pasado dos meses de la fecha de sorteo pierde el premio si no es retirado.

4.6. Estrategia de fidelización

El objetivo de la estrategia de fidelización es que el cliente se sienta identificado con el portal web, y que sea su primera opción de compra aún cuando existan otras portales web de similares operaciones.

1. Acumulación de puntos por cada compra que el cliente realice a partir de la quinta compra, dichos puntos son utilizados como descuentos especiales en sus próximas compras. Donde, por cada Dólar comprado se asigna una cantidad determinada de puntos.
2. Promociones focalizadas según las preferencias de compra del cliente, donde se comunica al cliente a través del Call Center las promociones disponibles para cada cliente, considerando a los clientes con mayor promedio de ticket de compra.

3. Controlar las entregas con retraso, analizar los motivos y atacarlos para mermar su incidencia y así afirmar la aceptación del cliente del servicio de Compras Express Online.

5. Políticas

Es importante dar a conocer las políticas que rigen para los servicios ofrecidos por “Compras Express Online”

5.1. Costo de Servicio a domicilio

El costo de preparación y despacho del pedido tiene un valor de \$1,99 más IVA, con un pedido mínimo de \$30.

5.2. Tiempo de entrega

Cuando el cliente realiza la compra selecciona la fecha y hora de entrega de días laborables, considerando que haya disponibilidad de entrega en ese horario.

5.3. Devoluciones

Se acepta anulaciones de voucher cuando la mercadería haya sufrido daños durante el traslado hacia el cliente cuando la compra se haya realizado el mismo día de la entrega caso contrario se genera un crédito a favor del cliente si la compra.

5.4. Garantía

1. Tienen garantía los productos eléctricos y electrónicos que presenten daños de fábrica.
2. La garantía que se entrega al Cliente es la especificada por la fábrica según el caso.
3. La garantía queda inhabilitada si el cliente rompe los sellos de seguridad o incurre en revisiones de técnicas de terceros.
4. La garantía se ejecuta directamente al Cliente y no a terceros.

5.5. Cobertura

1. La cobertura de entrega es únicamente al cantón Guayaquil en zonas urbanizadas y provistas de todos los servicios básicos; además de las urbanizaciones vía Samborondon.
2. Las compras pueden originarse desde cualquier lugar siendo su lugar de entrega la ciudad de Guayaquil.

6. Estudio Financiero.

6.1. Proyección de ingresos

La proyección de ventas fue basada en términos anuales en periodo de 3 años. La información se detalla en la tabla siguiente, partiendo de nuestro mercado objetivo. Se ha considerado que el promedio de ticket de compra es de \$50 con ocurrencia diaria de 15 compras por día el primer año, con incremento de 60% en la incidencia de tickets de compra en el segundo año y 15% en tercer año y con un promedio de \$90 en ticket de compra-

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas(*)	270,000.00	450,000.00	730,800.00
Publicidad	12,000.00	18,000.00	18,000.00
Total Ingresos	282,000.00	468,000.00	748,800.00

Tabla 1.- Proyección de ingresos

6.2. Inversión inicial

Está conformada por \$92,000.00 obtenida de provisiones realizadas desde el año 2005 por \$12,000 por año y de un préstamo bancario de \$2,000.00 a dos años plazo.

6.3. Amortización de la deuda

Se ha realizado un préstamo de \$20,000.00 al Banco Bolivariano a dos años plazo, que servirá mayormente para la ejecución de la publicidad intensa durante el primer año, teniendo una cuota mensual de \$960.26.

6.4. Análisis

La TIR es de 73.48% lo cual hace viable el proyecto, esto es confirmado por el VPN de \$115,699.00 y de su tiempo de retorno de inversión de 2.63 años.

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

1. La utilización de tecnología de desarrollo web de Microsoft, genera un producto robusto que permite implementar seguridades y libertad de mantenimiento del portal web ya que la tecnología tiene amplio soporte a nivel nacional tanto en pequeñas o medianas empresas de Desarrollo.

2. El portal web ha sido concebido de tal manera que las seguridades están aplicadas al cliente interno y externo, generando confiabilidad a todo nivel.
3. La versatilidad en la creación de promociones es un firme soporte a las estrategias promocionales y de fidelización.
4. Por su concepción, cuando “Compras Express Online” amplíe sus operaciones de entrega a nivel nacional no tendrá que realizar cambio alguno.
5. Es prometedor el éxito de “Compras Express Online” ya que actualmente es conocido en un determinado sector de Guayaquil como una empresa seria y responsable, aproximadamente 300 clientes utilizan los servicios del Almacén.

- [2] Administración Financiera, Lawrence J. Gitman
- [3] www.wikipedia.com
- [4] Electronic commerce 2004, Turban
- [5] INEC www.inec.gov.ec.

M. Sc. Gustavo H. Galio Molina
Director del Proyecto

7.2. Recomendaciones

1. Mantener actualizadas las licencias de los paquetes tecnológicos que así lo demanden, ya que esto permite que los aplicativos y por ende las operaciones diarias se realicen con normalidad.
2. Mantener vigente el certificado SSL del portal web de “Compras Express Online”.
3. Realizar mantenimiento permanente del portal web ya que debe mantenerse en las tendencias en boga tanto en seguridad, diseño y accesibilidad.
4. Realizar respaldo permanente de las bases de datos en unidad de respaldo, el servidor adquirido está equipado con unidad de de respaldo, dichos respaldos deben almacenarse en un lugar seguro y libre de humedad.
5. El centro de servidores debe mantener una temperatura adecuada de 16 grados centígrados, estar provisto de extintores, UPS y un sistema eléctrico de respaldo. Todas estas características permiten mantener un lugar seguro para equipos y continuidad en el servicio.
6. “Compras Express Online” al tener experiencia en comercialización en Almacén debe expandir su cobertura de entrega a nivel nacional y así aprovechar sus recursos operativos y tecnológicos.

8. Referencias

- [1] L. Toinga Portal de compras on-line para solnegsa, (Tesis, Licenciatura en Sistemas de Información (LSI-FIEC), Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2009).