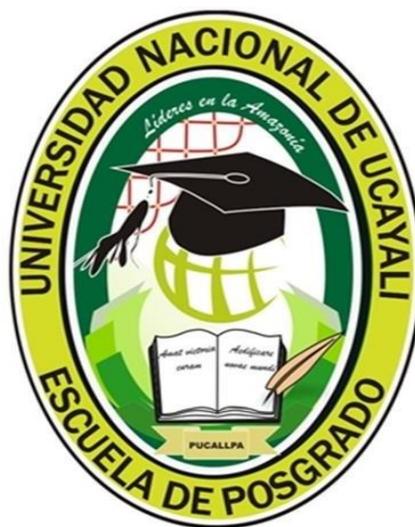


UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
POSTGRADO DE MAESTRIA EN GESTION DE TECNOLOGIAS DE
INFORMACION



PROYECTO DE E-BUSINESS
“IMPLEMENTACIÓN DE E-BUSINESS PARA
INCREMENTAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA INSANITY
DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L.”

ALUMNOS: -MARIN ROQUE JORGUE LUIS
-BARDALES HARO LETCER ABRAHAM
-HUAMANI ALFARO ELIAQUIM
-PEREZ REATEGUI ULISES FERNANDO

DOCENTE: ING. HUGO ENRIQUE QUIJANDRIA MELENDEZ

PUCALLPA – PERÚ

2020

INDICE

CARÁTULA	1
INDICE	2
AGRADECIMIENTOS	5
GLOSARIO DE TERMINOS	6
LISTA DE ABREVIATURAS	7
INDICE DE ILUSTRACIONES	8
INDICE DE TABLAS	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
EXECUTIVE SUMMARY	10
INTRODUCCION	11
1. DESCRIPCION DEL SISTEMA BAJO ESTUDIO	12
1.1. Descripción de la Entidad	12
1.2. Razón Social	12
1.3. Misión	13
1.4. Visión	13
1.5. Organigrama actual	13
1.6. Marco Legal	16
1.7. Cartera de Servicios	18
1.8. La Dinámica del Sector	18
2. EL PROBLEMA, OBJETIVOS Y SU IMPORTANCIA	20
2.1. El Problema	20
2.2. Delimitación del Problema	20
2.3. Objetivo General	21
2.4. Objetivo Especifico	21
2.5. Importancia	21
3. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	23
3.1. Antecedentes	23
3.1.1. Generales	23

3.1.2. Específicos_____	26
3.2. Importancia del Sector_____	29
3.3. Áreas de Conocimiento con el PMBOK _____	29
3.3.1. Áreas del conocimiento de la Administración del proyecto _____	29
3.3.2. Definición de FODA_____	33
3.3.3. Diseño de identificación de los elementos del análisis _____	34
3.3.4. La Matriz FODA_____	35
3.3.5. Estrategias (DA-DO-FA-FO) _____	35
4. DIAGNOSTICO_____	37
4.1. Análisis de la situación actual_____	37
4.1.1. Estándares existentes _____	37
4.1.2. Herramientas _____	37
4.1.3. Capacitación _____	37
4.1.4. Organización y Recursos Humanos_____	37
4.2. Diagnóstico para el desarrollo de gestión de proyectos _____	37
4.3. Tipo de Investigación_____	37
4.3.1. Instrumentos y técnicas para la recolección de información _____	37
4.3.2. Fuentes primarias y secundarias _____	37
4.4. Técnicas de recopilación de información _____	37
4.4.1. Documentación _____	37
4.4.2. Diseño de formatos de entrevistas_____	37
4.4.3. Entrevista_____	37
4.5. Técnica de análisis de la información _____	37
4.6. Conclusiones del diagnóstico_____	37
5. PROYECTO _____	38
5.1. Definición, áreas del conocimiento y grupos del proceso _____	38
5.1.1. Procesos (Inicio, Planificación, Control y Cierre) _____	38
5.1.2. Áreas del conocimiento (Integración, alcance, tiempo, costos, calidad, recursos humanos, comunicaciones, riesgos, adquisiciones, interesados)	
38	
5.2. Procesos y herramientas que requiere la empresa_____	38
5.2.1. Integración_____	38
5.2.2. Dirigir y gestionar la ejecución_____	38
5.2.3. Monitorear y controlar el trabajo y los cambios _____	38
5.2.4. Terminación del proyecto_____	38

5.3. Áreas del conocimiento de la gestión del proyecto (Integración, alcance, recurso, tiempo, costo, calidad, riesgo, adquisición, comunicación, partes integradas).	38
5.4. Resumen de los procesos de Gestión de Proyecto.	38
6. CONCLUSION	39
7. RECOMENDACION	40

AGRADECIMIENTOS

A nuestros estimados docentes que son como guías o incluso padres que nos orientan por el camino hacia la elaboración de nuestras metas y proyectos y, mediante éstas, a la concreción de nuestros sueños, nuestras soluciones y la formación de nuestro perfil profesional y nuestro carácter asertivo, cooperativo y comprometido con el conocimiento y el progreso de nuestra sociedad.

GLOSARIO DE TERMINOS

e-BUSINESS .— Conjunto de líneas de negocio canalizadas a través de Internet.

e-COMMERCE (comercio electrónico).— Comercio entre empresas y clientes que se realiza a través de Internet.

LISTA DE ABREVIATURAS

e-BUSINESS

e-COMMERCE

INDICE DE ILUSTRACIONES

INDICE DE TABLAS

RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día se ha visto por conveniente que toda empresa, tiene que estar a la vanguardia en el uso de las tecnologías de información para agilizar los procesos de negocio y cumplir con las metas. La empresa INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L, se crea con el propósito de brindar servicios de asesoramiento en la creación de diseños personalizados de ilustraciones, tarjeta de presentación, folletos, volantes, gigantografías, logotipo, branding, estampados e impresiones, etc.

El presente proyecto E-BUSINESS que lleva por título “IMPLEMENTACION DE E-BUSINESS PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L”, tiene como objetivo incrementar las ventas mediante el uso de una tienda virtual que permitirá automatizar las ventas online, hacer visible el amplio catálogo de productos y servicios, estar disponible las 24 horas de los 365 días del año.

Mediante el diagnóstico de la situación actual de la empresa se observó que muchos de los pedidos a través de las redes sociales o llamadas telefónicas se tiene que concretar de manera presencial, no se cuenta con un sitio web, la gestión de ventas se realiza de manera presencial para emitir comprobantes y la falta de conocimiento para sumergirse y adquirir ventaja en el mercado electrónico.

En el proceso de selección de la herramienta OPEN SOURCE se optó por PRESTASHOP, ya que tiene un amplio número de opciones y es el que más se adapta en cuanto a tamaño de negocio y costo de inversión para su implementación.

EXECUTIVE SUMMARY

Today it has been seen as convenient that every company has to be at the forefront in the use of information technology to streamline business processes and meet goals. The company INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L, was created with the purpose of providing advisory services in the creation of custom designs of illustrations, business card, brochures, flyers, billboards, logo, branding, prints and prints, etc.

The present E-BUSINESS project entitled "IMPLEMENTATION OF E-BUSINESS TO INCREASE THE SALES OF THE COMPANY INSANITY DISEÑO GRAPHICS EIRL", aims to increase sales through the use of a virtual store that will automate online sales, make The wide catalog of products and services is visible, being available 24 hours a day, 365 days a year.

Through the diagnosis of the current situation of the company, it was observed that many of the orders through social networks or telephone calls have to be completed in person, there is no website, sales management is carried out in a face-to-face to issue vouchers and lack of knowledge to dive and gain an advantage in the electronic market.

In the process of selecting the OPEN SOURCE tool, PRESTASHOP was chosen, since it has a wide number of options and is the one that best adapts in terms of business size and investment cost for its implementation

INTRODUCCION

1. DESCRIPCION DEL SISTEMA BAJO ESTUDIO

1.1. Descripción de la Entidad

La empresa Insanity Diseño Graphics E.I.R.L, fue creada el 02 de marzo de 2018 en la ciudad de Pucallpa, con el propósito de brindar servicios de asesoramiento en la creación de diseños personalizados de ilustraciones, tarjeta de presentación, folletos, volantes, gigantografías, logotipo, branding, estampados e impresiones, etc. Y está formada por un grupo de profesionales comprometidos en plasmar de la mejor manera las ideas del cliente. También cuenta con el ambiente adecuado para el tipo de negocio y se encuentra ubicado en buena zona comercial, cuenta con una estructura de cableado de red, equipos informáticos, máquinas de impresión, y otros dispositivos que permite realizar el producto y servicio que desea el cliente.

1.2. Razón Social

Nombre del RUC: 20602966454 - INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L.

Fecha de inicio de actividades: 02/03/2018.

Dirección del domicilio fiscal: Jr. Tarapacá #325 – Coronel Portillo – Callería.

Actividad Principal: Código 1811 – impresión.

Actividad secundaria: Código 9609 – NCP. Código 4630 – venta de bebidas y alimentos.

Dueño: André Alvarado La Torre

Socio: José Morí La Torre

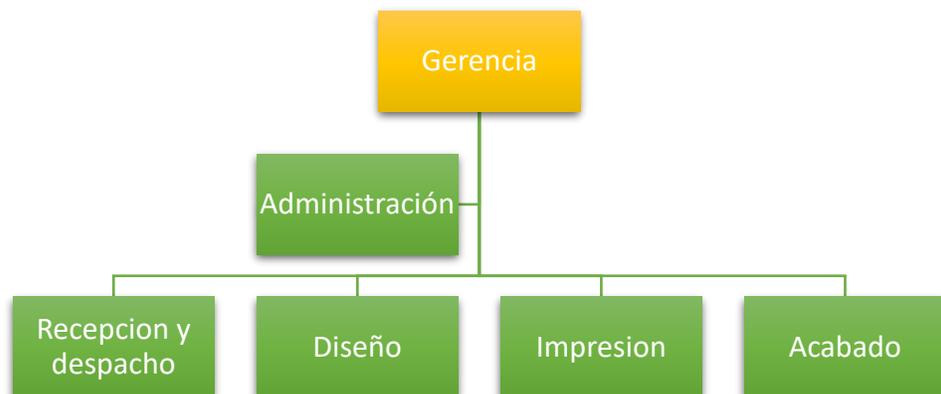
1.3. Misión

Crear los mejores diseños gráficos personalizados para el cliente, a través del asesoramiento y tecnología adecuada que genere valor y haga la diferencia.

1.4. Visión

Ser la empresa líder en diseños gráficos, y ser reconocida como modelo de empresa eficiente y responsable.

1.5. Organigrama actual



La empresa Insanity Diseño Graphics E.I.R.L. se estructura en los siguientes órganos:

A. Gerencia.

El gerente André Alvarado La Torre cumple las siguientes funciones:

- planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.

- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

B. Administración.

El administrador José Morí La Torre cumple las siguientes funciones:

- Representar al Gerente General durante su ausencia, teniendo control, conocimiento y coordinación con las áreas.
- Velar y garantizar el cumplimiento de las normas y políticas de la empresa.
- Controlar el buen uso de los recursos de la empresa.
- Coordinar el cumplimiento de los reportes de desempeño de cada área (Área de recepción y despacho, Área de diseño, Área de acabados y almacén).
- Administrar el flujo de caja. Revisar y aprobar la planilla de Remuneraciones.

C. Área Recepción y despacho.

La recepcionista Udaly Martin Fano cumple las siguientes funciones:

- Recibir al cliente de forma hospitalaria.
- Atender a sus necesidades de manera profesional.
- Mantener un orden y limpieza en el local.
- Llenar mediante proformas las peticiones del cliente.

- Administrar el flujo de caja y emitir boleta o factura si el cliente lo solicita.
- Atender las llamadas.
- Atender los mensajes en las redes sociales.
- Entregar los productos terminados.

D. Área Diseño.

Los diseñadores Tony Jorman Vela Monsalve, Jonathan Malakian Arriga y Cristian Nixon Galan cumplen las siguientes funciones:

- Asistir al cliente en sus peticiones para determinar los objetivos de los proyectos.
- Crear ilustraciones, logotipos, folletos, gráficos para páginas web, señalización y muchas otras formas de comunicación visual. Para obtener consejos sobre la ejecución de los tipos de proyectos que los diseñadores gráficos producen, consulta la sección de Recursos.

E. Área Impresión.

El maquinista Kevin Fernández Malca cumple con las siguientes funciones:

- Recibir todos los diseños con su respectiva proforma para ser cargados a la máquina de impresión.
- Supervisar y hacer mantenimiento al plotter de impresión y al plotter de cortes.

F. Área Acabado.

El señor Max Hernández Portocarrero cumple con las siguientes funciones:

- Recibir los los diseños impresos y de hacer los acabados, de mantener el control de los insumos y supervisar el ingreso y salida de estos mismos.

1.6. Marco Legal

Formas o modalidades para operar. Licencias y permisos para iniciar la operación del negocio.

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política.

La microempresa está contemplada en el artículo 43.1.a) de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado, con personalidad de servicio y patrimonio propios, adscrito al Ministerio de la Presidencia, cuya finalidad es el estudio y la investigación de los sistemas sociales, políticos, constitucionales y administrativos, manteniendo a tales efectos las oportunas relaciones con las instituciones propias de los países iberoamericanos. En el año 1997 y según Real Decreto 1269/1997, de 24 de julio, se regula la organización y funcionamiento del Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

ASPECTO LEGAL DEL DISEÑO GRÁFICO

Según la organización mundial de la propiedad (OMPI) La propiedad intelectual es un derecho patrimonial de carácter exclusivo que otorga el Estado por un tiempo determinado para usar o explotar en forma industrial y comercial las invenciones o innovaciones, tales como un producto técnicamente nuevo, una mejora a una máquina o aparato, un diseño original para hacer más útil o atractivo un producto o un proceso de fabricación novedoso; también tiene que ver con la capacidad creativa de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y privilegios.

El titular de la propiedad intelectual tiene la facultad para evitar que cualquier persona tenga acceso o haga uso de su propiedad sin su consentimiento.

Los derechos de propiedad intelectual que otorga cada país son independientes entre sí, por lo que una misma idea, invención, obra o carácter distintivo puede ser objeto de protección en una pluralidad de Estados, existiendo tantos títulos de protección como Estados que la hayan otorgado. (Melgar, 2005)

La propiedad intelectual se clasifica en dos categorías: Propiedad industrial y Derechos de autor.

MARCO NORMATIVO PARA PROMOVER EL DESARROLLO E INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EN LA REGIÓN ANDINA

TÍTULO II: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DE LAS PYMES Y SU INTERNACIONALIZACIÓN

Entre los principales ejes o lineamientos de política pública que se requieren implementar para enfrentar los nuevos retos de las PYMES, podemos destacar políticas de integración, coordinación horizontal y vertical, sostenibilidad y medición, formalización e Innovación.

LEY SOBRE EL DERECHO DE AUTOR SEGÚN INDECOPI, TENEMOS: DECRETO LEGISLATIVO N° 822 (*) - TITULO I - DEL OBJETO DEL DERECHO DE AUTOR

Artículo 4.- El derecho de autor es independiente y compatible con: (*)

(*) Párrafo modificado por el Artículo 3 de la Ley N° 29316, publicada el 14 enero 2009, cuyo texto es el siguiente:

Artículo 4.- Independencia del derecho de autor

El derecho de autor es independiente y compatible con:

- a. Los derechos de propiedad industrial que puedan existir sobre la obra.
- b. Los derechos conexos y otros derechos intelectuales reconocidos en la presente ley.

1.7. Cartera de Servicios

Branding:

- Negocio.
- producto.

Creación de diseños personalizados:

- Gigantografías
- Folletos
- Volantes
- tarjeta de presentación
- logotipos

Impresión:

- tamaños personalizados.

1.8. La Dinámica del Sector

La empresa insanity diseño graphics, se crea en Pucallpa con el propósito de brindar servicios de creación de diseños personalizados para diferentes fines. Prácticamente el sector en la que se encuentra la empresa está en condiciones de ofrecer tanto nuevas formas de comunicar visualmente, permitiendo experiencias únicas en los clientes.

Los avances en el campo del marketing y publicidad son muy rápidos y están en constante evolución, lo que funciona muy bien hoy, puede no hacerlo igual de bien el día de mañana. Los hábitos de los clientes cambian y también debe hacerlo la forma en que las marcas se

relacionan con ellos. Los avances tecnológicos y la digitalización están llegando a todos los sectores e impactando en sus modelos de negocio. Es cierto que la competencia o empresas que se dedican al mismo rubro aquí en la ciudad de Pucallpa también utilizan estrategias que permiten distribuir el mercado.

2. EL PROBLEMA, OBJETIVOS Y SU IMPORTANCIA

2.1. El Problema

En la actualidad, las empresas viven un contexto muy distinto al que vivían a mediados del siglo pasado y que se mantuvo hasta hace unas décadas. Es a partir de este punto, que surgen dos características principales en esta nueva época para las empresas: competencia agresiva y alta exigencia por parte del cliente, ambas sumergidas en un entorno dinámico y muy variado. Es en base a estas referencias que surge una problemática en la empresa Insanity Diseño Graphics EIRL;

- Las ventas se realizan de manera presencial a todo público en general.
- No se cuenta con una tienda virtual.
- Muchos de los pedidos a través de las redes o llamadas telefónicas, se tiene que concretar de manera presencial.
- Falta de conocimiento de cómo sumergirse y adquirir ventaja en el mercado electrónico.
- la gestión de la información se realiza de manera física ya sea en cuaderno, boleta de venta, y sin el soporte o uso de un sistema informático para el registro, control y protección de la información.

Así mismo es necesario presentar una propuesta que permita solucionar los puntos mencionados para garantizar la integridad, accesibilidad de la información que es vital importancia para el manejo administrativo, logístico, reportes y consultas.

2.2. Delimitación del Problema

El problema surge en el área de ventas porque no hay un sitio web que permita la comercialización electrónica de los productos y servicios que

ofrece la empresa INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L, el cual contará con la participación del personal que labora, el gerente y los interesados en la realización del proyecto que tendrá una duración de 6 semanas, iniciando el 09/11/2020. Las metodologías y herramientas que se utilizará para el presente proyecto será la guía del PMBOK para la documentación del proyecto, plataformas virtuales OPEN SOURCE y equipos o dispositivos informáticos. Pues si una empresa no está en capacidad de adaptarse a dichos cambios, será fácilmente superada por aquella que sí lo haga, entendiendo por ello la pérdida de clientes, ventas y por ende ganancia.

2.3. Objetivo General

Implementación de E-BUSINESS para incrementar las ventas de la empresa INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L.

2.4. Objetivo Especifico

- ✓ Diagnosticar la situación actual del negocio, los productos y servicios que ofrece, para incrementar las ventas de la empresa INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L.
- ✓ Evaluar las necesidades primordiales para elegir la plataforma virtual OPEN SOURCE que permita incrementar las ventas de la empresa INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L.
- ✓ Proponer la implementación de la tienda virtual que permita incrementar las ventas de la empresa INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L.

2.5. Importancia

Es de suma importancia que hoy en día las empresas estén en la capacidad de responder a dichas necesidades y exigencias del cliente, es por eso que el presente proyecto relacionado a E-BUSINESS

permitirá el uso de una herramienta de código libre por parte de la empresa INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L, para la creación de una tienda virtual que ayude a automatizar los pedidos, incrementar las ventas y poner a disposición la tienda las 24 horas del día al cliente.

3. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

3.1. Antecedentes

3.1.1. Generales

Imprenta

La evolución de la imprenta se produjo en distintos lugares del mundo y en diferentes épocas.

Desde las civilizaciones egipcia, griega y romana y las copias manuscritas mediante pluma o pincel hasta la prensa moderna han sido muchos los factores que han influenciado favorablemente.

En China gracias a la difusión de la religión Budista y a la necesidad de confeccionar copias de las oraciones esta evolución tuvo una gran influencia. También lo fue la búsqueda de materiales de escritura más adecuados ya que el papiro y el pergamino resultaban demasiado frágiles y finos.

Entre 1436 y 1450 se sabe con seguridad que Gutenberg (inventor de la imprenta) construyó un aparato que permitía fundir las letras metálicas satisfactoriamente. Y sería en 1455 cuando inauguraría la industria editorial con "La Biblia de Gutenberg". La expansión del invento llegó a Italia y a Roma y sería en 1464 cuando en Francia emplearon la técnica y posteriormente en Oxford en 1479.

Diseño gráfico

La definición de la profesión del diseñador gráfico es más bien reciente, en lo que se refiere a su preparación, su actividad y sus objetivos. Aunque no existe consenso sobre una fecha exacta en la que nació el diseño gráfico, algunos lo datan durante el

período de entre guerras. Otros entienden que comienza a identificarse como tal para finales del siglo XIX.

Puede argumentarse que comunicaciones gráficas con propósitos específicos tienen su origen en las pinturas rupestres del Paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio a. C. Pero las diferencias de métodos de trabajo, ciencias auxiliares y formación requerida son tales que no es posible identificar con claridad al diseñador gráfico actual con el hombre de la prehistoria, con el xilógrafo del siglo XV o con el litógrafo de 1890.

La diversidad de opiniones responde a que algunos consideran como producto del diseño gráfico a cualquier manifestación gráfica y otros solamente a aquellas que surgen como resultado de la aplicación de un modelo de producción industrial; es decir, aquellas manifestaciones visuales que han sido "proyectadas" contemplando necesidades de diversos tipos: productivas, simbólicas, ergonómicas, contextuales, entre otros.

PMI Y PMBOK

El Project Management Institute (PMI) es fundado en 1969, en un intento por documentar y estandarizar información y prácticas generalmente aceptadas en la gestión de proyectos crea la guía de PMBOK. La primera edición fue publicada en 1987, en los 80's. La segunda versión es publicada, basándose en los cometarios de los miembros de PMBOK entre 1996-2000.

Es reconocida como estándar por el American National Standards Institute (ANSI) en 1998, y más adelante el Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE), std1490-2003.

El PMBOK® Guide 7 no estará estructurada en áreas de conocimiento, sino en 12 principios rectores. Estos conforman “un conjunto de declaraciones que resumen mejor las acciones y comportamientos generalmente aceptados en la práctica de la gestión de proyectos, independientemente del enfoque de desarrollo”. El lanzamiento del PMBOK 7 está previsto para principios del año 2021. Si bien, el PMI no ha anunciado aún una fecha concreta, ya que la actual situación marcada por la pandemia de COVID-19 puede generar cambios.

ODOO

OpenERP S.A (actualmente Odoo S.A) se funda en marzo de 2002 por Fabien Pinckaers, su actual CEO. La compañía belga desarrolló un sistema ERP de código abierto (Open Source).

Sus versiones son:

Nombre del Programa	Versión	Fecha lanzamiento	Cambios Significativos	Tipo licencia de Software
Tiny ERP	1.0	Febrero de 2005	Primera versión	GNU GPL
	2.0	Mayo de 2005		GNU GPL
	3.0	Septiembre de 2005		GNU GPL
	4.0	Diciembre de 2006		GNU GPL
OpenERP	5.0	Abril de 2009		GNU GPL
	6.0	Enero de 2011	Primer cliente web	GNU AGPL ⁷
	6.1	Febrero de 2012	Primer cliente web Ajax, se descontinúa cliente GTX	GNU AGPL
	7.0	22 de diciembre de 2012	Se mejora el cliente web y la usabilidad	GNU AGPL
Odoo	8.0	18 de septiembre de 2014	Soporte para CMS: Generador de sitios web, comercio electrónico (e-commerce), puntos de venta e Inteligencia de negocio (business intelligence)	GNU AGPL
	9.0	1 de octubre de 2015	Edición comunitaria ⁸	GNU LGPL v3
	9.0	1 de octubre de 2015	Edición Empresarial ⁹	Odoo Enterprise Edition License v1.0 ⁹
	10.0	5 de octubre de 2016	Community Edition ¹⁰	GNU LGPL v3 ⁹
	10.0	5 de octubre de 2016	Edición Empresarial ⁹	Odoo Enterprise Edition License v1.0 ⁹
	11.0	5 de octubre de 2017	Community Edition ¹¹	GNU LGPL v3 ⁹
	11.0	5 de octubre de 2017	Edición Empresarial ¹²	Odoo Enterprise Edition License v1.0 ⁹
	12.0	3 de octubre de 2018	Community Edition ¹³	GNU LGPL v3 ⁹
	12.0	3 de octubre de 2018	Edición Empresarial ¹⁴	Odoo Enterprise Edition License v1.0 ⁹
	13.0	5 de octubre de 2019 ¹⁵	Edición Empresarial	Odoo Enterprise Edition License v1.0x
	13.0	5 de octubre de 2019	Community Edition	GNU LGPL v3
	14.0	Octubre de 2020	Community Edition	GNU LGPL v3

■ Versiones antiguas
■ Estables versión todavía con soporte
■ Última versión
■ Futura versión

3.1.2. Específicos

Tienda Virtual

A principios de la década de los 1970, surgieron las primeras relaciones comerciales que usaban un ordenador para transmitir datos. Este tipo de intercambio de información incluía entre otros la transferencia de documentos, como facturas y órdenes de compra. Como resultado, se experimentaron grandes mejoras en este tipo de empresas.

A mediados de los años 1980, surgió la venta por catálogo o venta directa. De esta manera, los productos eran mostrados con mayor realismo, y con la posibilidad de exhibirlos al público, resaltando sus características. La venta se solía realizar mediante un teléfono, mientras el pago era realizado mediante una tarjeta de crédito.

En 1989 aparece un nuevo servicio, la WWW (World Wide Web). Cuatro años después las empresas y el público en general se dan cuenta de su potencial. No fue hasta mediados de la década de 1990 que se inauguraron las primeras tiendas en línea, entre ellas Amazon e eBay. A finales de la década, la oferta de comercio electrónico creció de manera muy considerable, incluso por encima de lo que el mercado daba de sí y, tras un repentino retroceso durante lo que se conoció como el estallido de la burbuja punto com (años 2000-2003), continuó ininterrumpidamente su crecimiento durante la década siguiente y hasta la actualidad.

Como dato anecdótico, en 2012 la empresa Pickbe instaló dos tiendas virtuales en las estaciones de La Sagrera y Diagonal del metro de Barcelona, para que los viajeros pudieran comprar en

línea todo tipo de productos y servicios con el uso del teléfono móvil.

En 2014, y de acuerdo con datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, la facturación de las tiendas en línea en España crece a niveles que rondan el 25 % interanual, y alcanzó en el tercer trimestre de 2014 una facturación de 4100 millones de euros.

Una tienda en línea (también conocida como tienda online, tienda virtual o tienda electrónica) se refiere a un tipo de comercio que usa como medio principal para realizar sus transacciones un sitio web o una aplicación conectada a Internet. Constituye la herramienta principal del comercio electrónico.

Los vendedores de productos y servicios ponen a disposición de sus clientes una página web (o aplicación informática) en la que se pueden observar imágenes de los productos, leer sus especificaciones y finalmente, adquirirlos. Este servicio le da al cliente rapidez en la compra, la posibilidad de hacerlo desde cualquier lugar del mundo y a cualquier hora del día. Algunas tiendas en línea incluyen dentro de la propia página del producto los manuales de usuario de manera que el cliente puede darse una idea de antemano de lo que está adquiriendo. Igualmente, muchas tiendas en línea ofrecen a los compradores la posibilidad de calificar y evaluar el producto. Estas valoraciones se pueden llevar a cabo a través de la propia página o a través de aplicaciones de terceros, estando siempre visibles para cualquier visitante de la web.

Típicamente estos productos se pagan mediante tarjeta de crédito, servicios de pagos como PayPal y más recientemente Bitcoin, para posteriormente enviarlos al cliente por correo o

agencia de transporte, aunque según el país y la tienda pueden haber otras opciones, como recoger en la tienda, la transferencia bancaria o el pago contra reembolso (pago en destino al recibir el pedido). Este último suele llevar asociada una comisión en la mayor parte de las tiendas en línea que lo ofrecen. También suelen ofrecerse métodos de pago alternativos más actuales como la transferencia directa bancaria que ofrecen las soluciones Sofort o Trustly, así como los sistemas que permiten realizar los pagos a plazos como Pagamastarde o Aplázame.

La inmensa mayoría de tiendas en línea requieren la creación de un usuario en el sitio web a partir de datos como nombre, dirección y correo electrónico. Este último a veces es utilizado como medio de validación.

Datos y cifras

- ✓ Amazon es la principal aplicación móvil de compras en línea.
- ✓ -El 43% de los compradores del mundo lleva a cabo una investigación de los productos en línea a través de las redes sociales.
- ✓ La ropa es el líder de las compras online.
- ✓ Los hombres gastan un 68% más que las mujeres.
- ✓ En 2018, las ventas de e-commerce fueron de un 11.9% de todas las ventas al por menor mundialmente.
- ✓ El 65% de los consumidores buscan comparaciones de precio en el móvil mientras están en la tienda física.
- ✓ El 60% de los usuarios abandonan los carritos de compra por los gastos extra de envío inesperados.

3.2. Importancia del Sector

El diseño gráfico ayuda a optimizar la comunicación de la marca; es decir, busca la mejor manera de comunicar.

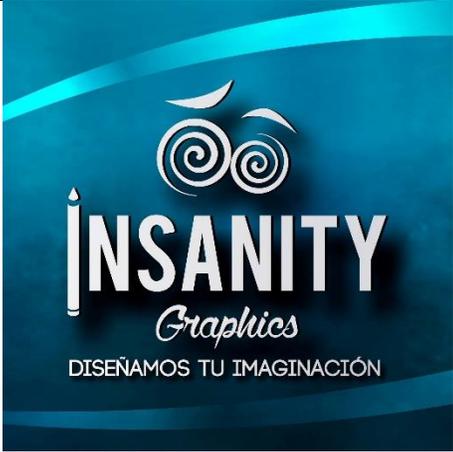
Si tienen en cuenta la sección de beneficios que el diseño gráfico aporta, resulta bastante evidente la importancia que puede tener en las empresas. Mas, independientemente de estos puntos positivos, también es importante la identidad corporativa que es la que confecciona la primera impresión que el cliente tiene de tu negocio. Un diseño atractivo o intuitivo y certero puede influir de manera altamente significativa en el éxito de la imagen web y otros aspectos de la empresa en la mente de las personas.

3.3. Áreas de Conocimiento con el PMBOK

3.3.1. Áreas del conocimiento de la Administración del proyecto

A. Gestión de la integración

ACTA DE CONSTITUCIÓN

	PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DE E-BUSINESS PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA INSANITY DISEÑO GRAPHICS E.I.R.L.
	DOCUMENTO: Acta de Constitución
	FECHA DE CREACION: 05/11/2020
	PREPARADO POR: <ul style="list-style-type: none">✓ Letcer Abraham Bardales Haro✓ Eliaquin Huamani Alfaro✓ Jorge Luis Marin Roque
	REVISADO POR: <ul style="list-style-type: none">✓ Ulises Fernando Perez Reategui

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

En la actualidad, las empresas viven un contexto muy distinto al que vivían a mediados del siglo pasado y que se mantuvo hasta hace unas décadas. Es a partir de este punto, que surgen dos características principales en esta nueva época para las empresas: competencia agresiva y alta exigencia por parte del cliente, ambas sumergidas en un entorno dinámico y muy variado. Es en base a estas referencias es que surge una problemática en la empresa Insanity Diseño Graphics EIRL, sobre cómo estar en la capacidad de responder a dichas necesidades y exigencias del cliente en el momento oportuno y adquirir ventaja en este mercado cada vez más competitivo.

La empresa Insanity Diseño Graphics EIRL, maneja todos sus procesos de manera empírica y la gestión de la información se realiza de manera física ya sea en cuaderno, boleta de venta, y sin el soporte o uso de un sistema informático para el registro, control y protección de la información que permita garantizar la integridad, accesibilidad de la información que es vital importancia para el manejo administrativo, logístico, reportes y consultas.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Se va a implementar el ERP ODOO, la cual es una solución integral, que tiene un bajo costo de implementación y es escalable.

Donde la empresa podrá unificar todos sus procesos y tendrá beneficios de mayor control, trazabilidad y mejor rentabilidad.

OBJETIVOS:

- ✓ Diagnosticar la situación actual de los procesos para mejorar la gestión de la información de la empresa insanity diseño graphics EIRL.
- ✓ Evaluar las necesidades primordiales para elegir los módulos necesarios en la aplicación de odoo que permita mejorar la gestión de la información de la empresa insanity diseño graphics EIRL.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proponer el uso de una herramienta Open Source que permita mejorar la gestión de la información de la empresa insanity diseño graphics EIRL.
<p>CRITERIOS DE ÉXITO</p>
<p>Requisitos de aprobación del proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El ERP ODOO debe ser amigable y modificable a medida. ✓ El ERP ODOO debe estar disponible las 24 horas del día y debe dar todas las facilidades al personal de la empresa para su acceso a través de un equipo electrónico con acceso a internet
<p>Finalidad del proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Demostrar la eficiencia y eficacia del ERP ODOO en la empresa INSANITY. ✓ Demostrar que ODOO es adaptable a las pymes.
<p>ENTREGABLES PRINCIPALES:</p>
<p>GESTIÓN DEL PROYECTO</p> <p>Proceso de Iniciación:</p> <p>Gestión de Integración:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acta de constitución del proyecto. Gestión de Comunicaciones: - Registro de Interesados <p>Proceso de Planificación:</p> <p>Gestión de Integración:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Plan para la Dirección del Proyecto <p>Gestión del Alcance:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de Gestión del Alcance. -Plan de gestión de requisitos. -Declaración de alcance del proyecto. -Estructura de Desglose de Trabajo - EDT.
<p>JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO</p> <p>El presente proyecto ha sido concebido dada la necesidad en el mercado de que las empresas en general, y del Estudio Grafico y Publicitario para el caso específico, pueda alcanzar sus objetivos de negocio mediante el uso estratégico de los sistemas de información para cubrir la brecha entre su situación actual y</p>

aquella situación futura deseada, de tal manera que puedan mejorar el posicionamiento en el mercado frente a sus competidores.
PRINCIPALES INTERESADOS Gerente de la empresa INSANITY y sus colaboradores
RIESGOS INICIALES: Amenazas Dificulta en el manejo del ERP ODOO Tiempo de demora de implementación del ERP Oportunidades Aprovechar el uso de la tecnología para el crecimiento de la empresa. Optimizar tiempos Enlazar todos los procesos de la empresa.
DURACIÓN E HITOS <ul style="list-style-type: none"> • Aprobación del documento acta de constitución. • El inicio de la etapa de implementación será dos meses después de iniciar el proyecto. • El personal que trabajará en la empresa deber estar al 100% para ser capacitados, una semana antes del inicio de ejecución del ERP. • La fase de implementación y arranque del Sistema, durará 1mes con todas las pruebas.
PRESUPUESTO: EL costo del proyecto será asumido al 100% por la empresa INSANITY
Sponsor:
Director del proyecto: Ing. Ulises Fernando Perez Reategui

B. Gestión del alcance

Se recopilará los requisitos, se definirá el alcance y se creara el EDT.

C. Gestión del tiempo

Se definirá las actividades, secuencias actividades, estimar duración de actividades y desarrollar cronograma.

D. Gestión del costo

Se estimará los costos y se determinará el presupuesto

E. Gestión de la calidad

Gestión y control de la calidad de los productos y servicios

F. Gestión Recursos Humanos

Estimar recursos de actividades de la empresa

G. Gestión comunicaciones

Planificación de gestión de las comunicaciones

H. Gestión de riesgos

Identificar riesgos, análisis cuantitativo y cualitativos de riesgos y plan de respuesta de riesgos.

I. Gestión adquisiciones

Planificar gestión de adquisición

J. Gestión interesados

Planificar el involucramiento de los interesados.

3.3.2. Definición de FODA

El análisis FODA nos permite realizar una evaluación interna y externa de la organización donde sus 4 factores que son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas exponen su situación competitiva. Con este análisis la empresa puede plantearse estrategias que mejoren sus fortalezas y oportunidades, mientras que neutralizan y disminuyen sus debilidades y amenazas.

3.3.3. Diseño de identificación de los elementos del análisis

El análisis FODA se realizará a la empresa INSANITY para conocer todo el entorno que rodea a la empresa, con ello podremos analizar y ver que estrategias podemos aplicar mejor sus oportunidad y fortalezas, y tomar medidas preventivas para las posibles amenazas.

A. Fortalezas

- Diversidad de servicios
- Apertura amplia a la innovación publicitaria de parte del equipo.
- Visión creativa.
- Profesional especializado
- Instalaciones Adecuadas
- Buena convivencia en el círculo de trabajo.

B. Oportunidades

- Ubicación Céntrica
- Participar o crear eventos publicitarios.
- Generación de ejemplos.
- Capacitación de nuevos talentos en la publicidad.
- Estabilidad económica

C. Debilidades

- Capacidad de gestion
- Equipo de trabajo integrado por pocas personas.
- No tienen una portal o tienda virtual

D. Amenazas

- Crecimiento elevadode empresas del mismo rubro
- Poca difusión publicitaria.
- Competencia desleal.

- Eventos similares.
- Situación económica actual del País
- Situación sanitaria actual del País.

3.3.4. La Matriz FODA



3.3.5. Estrategias (DA-DO-FA-FO)

Estrategia DA

DA1: Majorar la capacidate de gestion para competir con el crecimeinto elevado de empresas del mismo rubro

DA2: Incremento de personal para majorar la situación econômica de la empresa

DA3: Implementacion de una tienda virtual para aumentar difusión publicitaria y mejorar la situacion econômica de la empresa.

Estrategia DO:

DO3: Implementacion de una tienda virtual mejora la estabilidad económica

Estrategia FA:

FA1: Aplicacion de la vision creativa aumenta la difusion publicitaria

FA2: Aumento de profesionales capacitados disminuye una competencia desleal

FA3: Instalaciones y protocolos adecuadas disminuyen el riesgo de contagios

Estrategia FO

FO1: Diversidad de servicios y una ubicacion Centrica mejoran la situacion economica de la empresa

FO2: Vision creativa genera mas eventos publicitarios.

4. DIAGNOSTICO

4.1. Análisis de la situación actual

4.1.1. Estándares existentes

4.1.2. Herramientas

4.1.3. Capacitación

4.1.4. Organización y Recursos Humanos

4.2. Diagnóstico para el desarrollo de gestión de proyectos

4.3. Tipo de Investigación

4.3.1. Instrumentos y técnicas para la recolección de información

4.3.2. Fuentes primarias y secundarias

4.4. Técnicas de recopilación de información

4.4.1. Documentación

4.4.2. Diseño de formatos de entrevistas

4.4.3. Entrevista

4.5. Técnica de análisis de la información

4.6. Conclusiones del diagnóstico

5. PROYECTO

5.1. Definición, áreas del conocimiento y grupos del proceso

5.1.1. Procesos (Inicio, Planificación, Control y Cierre)

5.1.2. Áreas del conocimiento (Integración, alcance, tiempo, costos, calidad, recursos humanos, comunicaciones, riesgos, adquisiciones, interesados)

5.2. Procesos y herramientas que requiere la empresa

5.2.1. Integración

5.2.2. Dirigir y gestionar la ejecución

5.2.3. Monitorear y controlar el trabajo y los cambios

5.2.4. Terminación del proyecto

5.3. Áreas del conocimiento de la gestión del proyecto (Integración, alcance, recurso, tiempo, costo, calidad, riesgo, adquisición, comunicación, partes integradas).

5.4. Resumen de los procesos de Gestión de Proyecto.

6. CONCLUSION

7. RECOMENDACION