

**UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
CENTRO DE INVESTIGACIONES**

RESUMEN ANALÍTICO

A. TIPO DE DOCUMENTO

Proyecto de grado

B. TIPO DE IMPRESIÓN

Procesador de texto

C. NIVEL DE CIRCULACIÓN

Biblioteca de la Universidad Cooperativa de Colombia.

2. TITULO

Prototipo de un Sitio web para empresas comercializadoras de autos y repuestos.

3. AUTOR

Esmer Rojas Rubriche.

4. PUBLICACIÓN

Bucaramanga, Universidad Cooperativa de Colombia, 2003, 170 páginas.

5. UNIDAD PATROCINANTE

Recursos propios.

6. TEMAS RELACIONADOS

Comercio electrónico, atención al cliente, pedidos en línea, mejoramiento continuo, cultura organizacional, mercadeo.

6.1 PALABRAS CLAVES

Cliente, comercio electrónico, repuestos, vehículos, facturas, pedidos, correo electrónico, interactuar.

7. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto fue realizado por un alumno de décimo semestre de la facultad de Ingeniería de Sistemas aplicado a empresas dedicadas a la venta y comercialización de autos y repuestos, con el objeto de buscar el beneficio económico y de posicionamiento en el mercado para estas.

De igual forma beneficiar a sus clientes en la prestación del servicio pues tendrán disponible la empresa las 24 horas del día a través de Internet.

8. FUENTES

Observación directa en las diferentes áreas de una empresa dedicada a la venta y comercialización de autos y repuestos, especialmente en el departamento comercial y realizando consultas a sus vendedores.

9. CONTENIDOS

9.1 JUSTIFICACION

Con el objeto de consolidar y mejorar la razón de ser de las Empresas comercializadoras de autos y repuestos surge la necesidad de desarrollar un sitio Web donde en cualquier momento del día el cliente pueda recibir atención ya sea para conocer y detallar las marcas y las clases de los vehículos, solicitar pedidos de repuestos, conocer la empresa, vincularse como un nuevo cliente para poder hacer pedidos o simplemente contactar para hacer sugerencias.

Con la implantación de este sitio Web, se busca solucionar el problema de tiempo y desplazamiento en el que los clientes se ven afectados al visitar la empresa, para solicitar cualquier clase de servicio.

Desde el punto de vista económico, se proyecta que las Empresas registraran un aumento y mejora en la capacidad de atención y prestación del servicio ya que virtualmente se hará más personalizada, con la opción de que los clientes hagan sus pedidos ya sea de día o de noche y esto como tal redundara en utilidades.

Al inyectar esta clase de Tecnología, estas Empresas estarán a la vanguardia para poder competir utilizando una herramienta que brinde la capacidad de poder hacer negocios en Internet y a su vez adquirir un mejor posicionamiento en el mercado.

9.2 ANTECEDENTES Y FORMULACION DEL PROBLEMA

En estos tiempos en que el país vive una etapa de crisis económica, y de reestructuración, la competencia en el mercado se hace más difícil y las empresas que no generen nuevas políticas de calidad y mejoramiento continuo para alcanzar sus objetivos y metas tienden a mediano plazo a desaparecer, pues cada día los mercados se hacen más poblados y las oportunidades son escasas, esta situación no es ajena para las Empresas que comercializan autos y repuestos pues de igual forma son tocadas por la crisis obligándolas a innovar e inyectar tecnología para así lograr mantenerse activas dentro del mercado.

Actualmente estas Empresas brindan atención a los clientes en sus instalaciones y en algunos casos utilizando el teléfono para realizar algunos contactos, esto hace que la atención al cliente se limite solo durante la jornada de trabajo, haciendo que en ocasiones los clientes no puedan visitar la empresa porque no les quedo tiempo o simplemente porque no se pudieron trasladar hasta ella.

Desarrollando un sitio Web interactivo, estas Empresas pueden transformar estos problemas e inconvenientes en nuevas oportunidades y fortalezas, ya que podrán interactuar con sus clientes, conocer y brindar una solución a sus quejas, reclamos o recibir sus sugerencias con el objeto de mejorar y de esa forma poder hacer negocios en cualquier instante del día, con lo que se verán beneficiados tanto la empresa como los clientes.

9.3 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Con el objeto de recopilar y conocer experiencias vividas, en el desarrollo de proyectos de páginas Web interactivas, se consultaron dos proyectos de grado que por su funcionalidad y estructura ubican e ilustran en la forma de mostrar e intercambiar información, así de como hacer negocios en Internet, tales proyectos son:

Automatización del Proceso de Matricula y Consulta académica de la UNAB a través de Internet, realizado en la Universidad Autónoma de Bucaramanga en 1999, este proyecto fue creado para facilitar a los estudiantes y a la universidad el proceso de matricula apoyándose en Internet y sirve como guía el proyecto ya que apreciamos una forma concreta de generar e intercambiar información en Internet.

Comercio electrónico aplicado al Front Store, en el ámbito de los Hipermercados. Caso practico grupo Carrefour de México, realizado en la Universidad Autónoma de Bucaramanga en el año 2001, este proyecto sirve de soporte, ya que consiste en trasladar una venta normal y convertirla en línea para mejorar el servicio a los clientes mediante sistemas de pago y facturación a través de la Web, es decir realizar negocios en Internet.

En cuanto a fundamentación teórica se consultaron los siguientes autores: Bobadilla Sancho Jesús. Active Server Page: iniciación y referencia, Dominguez Alconchel José. Visual fox pro 3 para windows: paso a paso,

Cornell, Gary. Visual Basic 6.0: manual de referencia y Cook, David. inicie su negocio en web, entre otros.

9.4 METODOLOGIA

El sitio Web para Empresas comercializadoras de autos y repuestos se desarrollara y diseñara mediante los parámetros que contiene la estructura del ciclo de vida del desarrollo de sistemas aplicando la técnica en espiral.

Para desarrollar el ciclo de vida del proyecto se abordaron paso a paso las etapas que este contiene (planeación, análisis, diseño, desarrollo e implementación), ya que por la estructura del prototipo es necesario estar desarrollando y realizando pruebas constantemente, y en base a resultados hacer modificaciones y arreglos necesarios.

9.5 DESCRIPCION DEL DESARROLLO DEL PROTOTIPO

9.5.1 Sitio Web. Cuando se accede a nuestro sitio, por defecto aparece la página Index.asp a partir de esta podemos navegar por las demás páginas. En la parte superior izquierda observamos tres gráficos los cuales nos permiten tener acceso en su orden a la página que muestra la información corporativa, a la página de contacto con los clientes y a la página que nos muestra la información legal del sitio. En la parte inferior central se muestran unos logotipos generados por una consulta dinámica a la base de datos de las marcas de autos que existen en el momento y que nos permite conocer la página de cada marca y detallar las diferentes clases de autos que a su vez contiene dicha marca. En la parte inferior derecha se encuentra una gráfica de un repuesto, la cual es un acceso a la pagina de repuestos donde podemos conocer y hacer pedidos de repuestos.

9.5.2 Mantenimiento de la base de datos. El formulario principal del sistema posee una barra que contiene los menús del sistema tales como Archivo, Ver, Mantenimiento, Sistema y ayuda cada uno de estos con diferentes opciones para que el administrador realice el mantenimiento a la base de datos, copias de seguridad, informes del sistema tales como pedidos, vehículos, repuestos etc..., además contiene una barra de herramientas que con los botones de Nuevo, Grabar; Modificar y Eliminar con los que el usuario interactúa con el sistema para realizar dicho mantenimiento.

9.6 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Durante el desarrollo del prototipo se realizaron múltiples pruebas a los diferentes módulos que este contiene tales como el modulo de mantenimiento a la base de datos y la realización de pedidos en línea especialmente al igual que el diseño de las diferentes pantallas que interactúan con los clientes y usuarios del sistema hasta lograr cumplir con los objetivos propuestos, para finalmente colocarlos a evaluación por parte del Ingeniero Omar Vivas (Asesor del proyecto) y del Ingeniero de la empresa Sanautos s.a.

9.7 CONCLUSIONES

Ser competitivo en un mercado global y agresivo implica no solo estrategias de reingeniería a nivel interno en los diferentes procesos sino de inyectar tecnología como mecanismo para mantenerse y ser líder, además de esta forma buscar nuevos mecanismos de vender y tener virtualmente la empresa abierta todo el día, lo cual redundara en nuevos ingresos económicos para esta.

10. LUGAR

Se contó con la colaboración especial de la empresa Sanautos s.a., que sirvió como referencia general para el desarrollo del prototipo.

REVISOR : Ingeniero Luis Alberto Martínez.

FECHA : Julio de 2003.