

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA
DE SISTEMAS**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE COMERCIO
ELECTRÓNICO PARA LA GESTIÓN DE VENTAS DE LA EMPRESA
"COMISESA" DE TARAPOTO**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO DE SISTEMAS**

AUTORAS:

**ROJAS HUAMÁN, IRIS YESENIA
SHUPINGAHUA GUTIÉRREZ, KRYSTEL**

ASESOR:


Ing. LÓPEZ RODRÍGUEZ CARLOS ENRIQUE

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMAS**

TARAPOTO - PERÚ

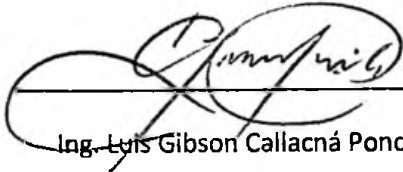
2014

**Implementación de un Sistema de Comercio Electrónico para la Gestión
de Ventas de la Empresa COMISESA de Tarapoto**



Ing. Walter Montenegro León

Presidente



Ing. Luis Gibson Callacná Ponce

Secretario



Ing. Cristian Werner García Estrella

Vocal

AGRADECIMIENTO

Para poder realizar la tesis de la mejor manera posible fue necesario del apoyo muchas personas las cuales quisiéramos agradecer; nunca hubiéramos tenido éxito sin la ayuda de estas personas:

A Dios, que nos da la vida y la salud para poder servirle y ser cada vez mejores personas, y así poder esforzarnos para alcanzar nuestros objetivos.

A nuestros Padres, por haberme dado su amor, apoyo y continuo respaldo en nuestra educación, además por habernos transmitido de la fuerza y el ejemplo necesario para conseguir nuestros objetivos.

Al administrador de la Empresa Comisesa de Tarapoto, por su confianza y cooperación brindada en todo momento durante el desarrollo de la presente investigación.

Al Ingeniero Carlos Enrique López Rodríguez, por su constante asesoramiento, paciencia, tiempo, sus consejos y correcciones, que fueron siempre oportunos y precisos.

Al Lic. Tomás Carrasco Manríquez, por su continua motivación y respaldo, además de haber compartido todos los conocimientos, contribuyendo de esta manera en nuestra formación profesional y en el desarrollo del proyecto.

Los Autores

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.

Yo, ROJAS HUAMAN IRIS YESENIA con DNI N° 45631568 y SHUPINGAHUA GUTIERREZ KRYSTEL, con DNI N° 46237056, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela de Ingeniería de Sistemas, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

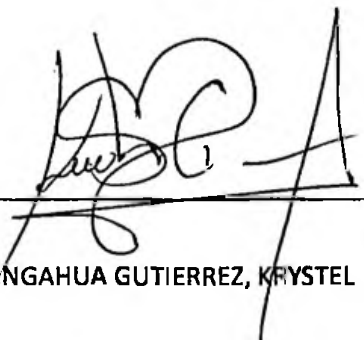
Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, Diciembre del 2014



ROJAS HUAMAN, IRIS YESENIA



SHUPINGAHUA GUTIERREZ, KRYSTEL

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado Calificador; cumpliendo con las disposiciones establecidas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo; pongo a vuestra consideración el presente proyecto de investigación titulado **“Implementación de un Sistema de Comercio Electrónico para la Gestión de Ventas de la Empresa COMISESA de Tarapoto”** con la finalidad de optar el título de Ingeniero de Sistemas.

La presente Tesis es el resultado de los conocimientos adquiridos durante los años de formación como alumno, así como indagación y consulta en fuentes bibliográficas.

Aprovecho la oportunidad para expresar mi más sincero reconocimiento a Uds. señore:s miembros de jurado y plana docente quienes durante mi formación académica, supieron brindarme su apoyo, contribuyendo así a mi formación profesional.

Espero que mi proyecto de investigación sea de consideración y de guía para otras tesis futuras.

Tarapoto, Diciembre del 2014

Los Autore:s

RESUMEN

La presente tesis constituye el resultado de la investigación aplicada a solucionar el problema de gestión de ventas en el área comercial de la Empresa COMISESA de la ciudad de Tarapoto empleando tecnologías de información innovadoras como es el comercio electrónico, las cuales claro está persiguen hacer de los procesos organizacionales actividades de eficacia y eficiencia en su desarrollo. COMISESA es una empresa posicionada en el mercado local que se dedica a la comercialización de productos y servicios a grandes, medianas y pequeñas empresas así como clientes particulares. Siendo un factor clave optimizar su gestión comercial para lo cual se contó con el apoyo del Administrador, empleados y clientes que forman parte de su cartera registrada. Quienes con la información brindada y opiniones hicieron posible el planteamiento de mejoras en este proyecto.

El Informe se encuentra organizado por capítulos siendo la primera parte la contextualización del estudio como es la revisión de antecedentes, bases teóricas, formulación, hipótesis y objetivos del estudio. Ya en la segunda parte corresponde al marco metodológico determinando las variables, la población y muestra de estudio representativa para el trabajo de campo. En el Tercer Capítulo corresponde la ejecución de resultados donde se recolectó, analizó y evaluó la información de diferentes fuentes institucionales para poder obtener los requerimientos de información a automatizar en el nuevo sistema. Esta fue elevada a dos niveles: Información Operativa e Información Gerencial, siendo esta última muy importante en el cumplimiento del objetivo de esta investigación. Este capítulo culmina con la construcción de la aplicación a medida del negocio, que generó una vez implantada buenos resultados. Luego en el resto de capítulos se sustentan la discusión, conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

Gracias a esta propuesta tecnológica se optimizó el proceso de gestión de ventas de dicha empresa con lo que permitirá a su personal administrativo encaminar mejor la toma de decisiones.

ABSTRACT

This thesis is the result of research applied to solve the problem of sales management in the commercial area of the COMISESA Company Tarapoto using innovative information technologies such as e-commerce, which is pursuing make clear the organizational processes effectiveness and efficiency activities in their development. COMISESA is a company positioned in the local market dedicated to marketing products and services to large , medium and small businesses and individual customers . Being a key factor to optimize your business management for which he was supported by the Administrator , employees and customers as part of their portfolio recorded. Those with information provided and opinions made possible the approach of improvements in this project.

The report is organized by chapters being the first part of the study contextualization as is the background check , theoretical bases, formulation, hypotheses and study objectives. In the second part corresponds to the methodological framework by identifying variables , population and sample representative study for the fieldwork. In the Third Chapter is responsible for implementing results where it was collected , analyzed and evaluated information from different institutional sources to obtain information requirements automate the new system. This was raised at two levels: Operational Information and Management Information , the latter being very important in meeting the objective of this research . This chapter ends with the construction of the application as business , which generated once implanted successfully . Then in the remaining chapters discussion , conclusions and recommendations of the research conducted is based.

Thanks to this technological proposal management process sales of that company which will allow its administrative staff better routing decisions are optimized.



ÍNDICE

	PÁGINA
I. INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES.....	1
MARCO TEÓRICO	7
• COMERCIO ELECTRÓNICO.....	7
• DEFINICIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO.....	8
• TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO.....	9
• FORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO.....	13
• VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	14
• DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	15
• COMO FUNCIONA EL COMERCIO.....	17
• SEGURIDAD EN COMERCIO ELECTRÓNICO.....	17
• PROTOCOLO DE SEGURIDAD SSL.....	18
• PROTOCOLO DE SEGURIDAD STT.....	19
• PROTOCOLO SHTTP.....	19
• DEFINICION DE MERCADO	20
• TIPOS DE MERCADO	20
• DEFINICION DE SEGMENTO DE MERCADO.....	24
• EXPANSIÓN DE MERCADO	24
• DEFINICION DE CLIENTE	24
• MARKETING ELECTRÓNICO	25
• PORTAL DE INTERNET	26
• SITIO WEB	26
• PAGINA WEB.....	27
• METODOLOGÍA	28
MARCO CONCEPTUAL	28
JUSTIFICACIÓN	33
1.1. PROBLEMA.....	34
1.2. HIPÓTESIS	35



1.3.	OBJETIVOS	35
1.3.1.	OBJETIVO GENERAL	35
1.3.2.	OBJETIVO ESPECÍFICO	35
II.	MARCO METODOLÓGICO	36
2.1.	VARIABLES	36
2.2.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	36
2.3.	METODOLOGÍA	38
2.4.	TIPOS DE ESTUDIO	38
2.5.	DISEÑO	38
2.6.	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	39
2.7.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	41
2.8.	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	42
III.	RESULTADOS.....	43
3.1.	REALIZAR EL DIAGNÓSTICO PARA LA IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS REQUERIMIENTOS DE IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO.	43
3.1.1.	RESULTADOS DEL ANÁLISIS DOCUMENTAL	43
3.1.2.	RESULTADOS DE LA ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR Y EMPLEADOS.	44
3.1.3.	RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LAS POSIBILIDADES DEL E-COMMERCE	49
3.2.	ELABORAR LA ARQUITECTURA DEL SISTEMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO MEDIANTE EL PROCESO DE DESARROLLO UNIFICADO (RUP) Y PLATAFORMA WEB EN SOFTWARE LIBRE.	61
3.3.	EVALUAR LA INFLUENCIA DEL SISTEMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE ACUERDO A LAS NECESIDADES PREVIAMENTE IDENTIFICADAS EN LA GESTIÓN DE VENTAS DE LA EMPRESA.	74
IV.	DISCUSIÓN	83
V.	CONCLUSIONES.....	85
VI.	RECOMENDACIONES.....	87
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
VIII.	ANEXOS	91



ÍNDICE DE TABLAS

	Páginas
Tabla N° 01: Variable Independiente e Indicadores.....	36
Tabla N° 02: Variable Dependiente e Indicadores.....	37
Tabla N° 03: Población de Clientes Potenciales.....	39
Tabla N° 04: Muestra Estratificada de Unidad de Análisis.....	40
Tabla N° 05: Unidad de Análisis.....	41
Tabla N° 06: Resultado de análisis documental.....	43
Tabla N° 07: Grado de Cobertura de Ventas.....	44
Tabla N° 08: Grado de toma de decisiones.....	45
Tabla N° 09: Calificación Nivel de uso de comercio por Internet.....	46
Tabla N° 10: Nivel de Rotación de Stock.....	47
Tabla N° 11: Tiempo para procesamiento de ventas.....	48
Tabla N° 12: Utilización de Internet.....	49
Tabla N° 13: Compras por Internet.....	50
Tabla N° 14: Medio de Pago por Internet.....	51
Tabla N° 15: Medio de Pago por Internet.....	52
Tabla N° 16: Nivel de Seguridad de las compras por Internet.....	53
Tabla N° 17: Frecuencia de compras por Internet.....	54
Tabla N° 18: Fuentes de anuncio de comercio por Internet.....	55
Tabla N° 19: Influencia del Diseño de un sitio web a la hora de Compras.....	56
Tabla N° 20: Tiempo de uso de Internet.....	57
Tabla N° 21: Tipo de conexión a Internet.....	58
Tabla N° 22: Intención de compras por Internet.....	59
Tabla N° 23: Atractivo del comprar por Internet.....	60
Tabla N° 24: Facilidad de uso del Sistema E-Commerce.....	71
Tabla N° 25: Funcionalidad para gestionar ventas.....	72
Tabla N° 26: Grado de Cobertura de Ventas.....	74
Tabla N° 27: Grado de toma de decisiones.....	75
Tabla N° 28: Calificación Nivel de uso de comercio por Internet.....	76



Tabla N° 29: Nivel de Rotación de Stock.....	77
Tabla N° 30: Tiempo para procesamiento de ventas.....	78
Tabla N° 31: Tiempo de proceso de venta mediante el sistema E-Commerce.....	79