



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE
SISTEMAS**

**PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE
GESTIÓN DE VENTA DE LA EMPRESA JAPAN MOTORS
DIESEL E.I.R.L. - PIURA; 2023.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERA DE SISTEMAS**

AUTORA

BRAN SALAZAR, JHOSELINE LISSET

ORCID: 0000-0001-6956-1998

ASESORA

SUXE RAMIREZ, MARIA ALICIA

ORCID: 0000-0002-1358-4290

Chimbote – Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

ACTA N° 0053-108-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **09:08** horas del día **21** de **Agosto** del **2023** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **INGENIERÍA DE SISTEMAS**, conformado por:

OCAÑA VELASQUEZ JESUS DANIEL Presidente
TORRES CELEN CARMEN CECILIA Miembro
ANCAJIMA MIÑAN VICTOR ANGEL Miembro
Dr(a). SUXE RAMIREZ MARIA ALICIA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE VENTA DE LA EMPRESA JAPAN MOTORS DIESEL E.I.R.L. - PIURA; 2023.**

Presentada Por :
(0809161008) **BRAN SALAZAR JHOSELINE LISSET**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Ingeniera de Sistemas**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

OCAÑA VELASQUEZ JESUS DANIEL
Presidente

TORRES CELEN CARMEN CECILIA
Miembro

ANCAJIMA MIÑAN VICTOR ANGEL
Miembro

Dr(a). SUXE RAMIREZ MARIA ALICIA
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE VENTA DE LA EMPRESA JAPAN MOTORS DIESEL E.I.R.L. - PIURA; 2023. Del (de la) estudiante BRAN SALAZAR JHOSELINE LISSET, asesorado por SUXE RAMIREZ MARIA ALICIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 09% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 07 de Setiembre del 2023

Mg. Roxana Torres Guzmán
Responsable de Integridad Científica

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Jhoseline Lisset Bran Salazar

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar, a cada uno de los que son parte de mi familia a mi padre Jose Alberto Bran García, mi madre, mi segunda madre mi abuela, mi tercera madre y no menos importante, mi tía, y a todos mis tíos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último, a mis compañeros de tesis porque en esta armonía grupal lo hemos logrado ya mi director de tesis quién nos ayudó en todo momento.

Jhoseline Lisset Bran Salazar

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de tabla.....	X
Índice de figura.....	XII
Resumen	XIV
Abstract.....	XV
<i>I.Planteamiento del problema de investigación.....</i>	<i>1</i>
1.1.Descripción del problema	1
1.1.1.Caracterización del Problema.....	2
1.1.2.Formulación del Problema	2
1.2.Justificaciones.....	2
1.2.1.Justificación Académica	2
1.2.2.Justificación Operativa	2
1.2.3.Justificación Económica	3
1.2.4.Justificación Tecnológica	3
1.2.5.Justificación Institucional	3
1.2.6.Alcance de la Investigación	3
1.3.OBJETIVOS..	4
1.3.1.Objetivo general	4
1.3.2.Objetivos específicos.....	4
II.MARCO TEÓRICO	5
2.1.Antecedentes.....	5
2.1.1.Antecedentes a nivel internacional.....	5
2.1.2.Antecedentes a nivel nacional	6
2.1.3.Antecedentes a nivel regional.....	8

2.2.Bases teóricas.....	10
2.2.1.El rubro de la empresa	10
2.2.2.La empresa investigada.....	10
2.2.3.Hardware	14
2.2.4.Software.....	15
2.2.5.Las tecnologías de la información y comunicaciones	15
2.2.6.Tecnología de la investigación	17
2.2.6.1.Sistema de Gestión.....	17
2.2.6.2.Gestión de Ventas.....	17
2.2.6.3.Sistema Comercial de ventas.....	19
2.2.7.Metodología del desarrollo de Software	20
2.2.7.1.Definición de la Metodología SCRUM	20
2.2.7.2.Fases de la Metodología Scrum	21
2.2.7.3.Características <i>del Scrum</i>	21
2.2.7.4.Valores de Scrum	22
2.2.8.Lenguajes de programación.....	23
2.3.Hipótesis.....	24
2.3.1. Hipótesis general	24
2.3.2.Hipótesis específicas	24
III.METODOLOGÍA.....	25
3.1.Nivel, tipo y diseño de la investigación.....	25
3.2.Población y muestra.....	26
3.3.Variable. Definición y operacionalización	27
3.4.Técnicas e instrumentos de recolección de información	29

3.5.Método de análisis de datos	29
3.6.Aspectos éticos	29
IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN	31
4.1. Resultados	31
4.1.1. Resultados de la dimensión 1: Nivel de satisfacción con respecto al Sistema de Ventas	31
4.1.2. Resultados de la dimensión 2: Conocimientos sobre sistemas informáticos.	35
4.1.3. Resultados de la dimensión 3: Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas.....	40
4.1.4 Resultados por dimensión	44
4.1.4.1 Resultado general de la dimensión 1	44
4.1.4.2. Resultado general de la dimensión 2.....	45
4.1.4.3. Resultado general de la dimensión 3.....	46
4.1.5. Resumen General	46
4.2.Discusión	48
4.3.Propuesta de mejora.....	50
4.3.1.Modelado Actual	51
4.3.1.1.Requerimientos funcionales	52
4.3.1.2.Requerimientos no funcionales	52
4.3.1.3.Requerimientos de software.....	53
4.3.1.4.Estudio de viabilidad.....	53
4.3.1.5.Métodos y procedimientos.....	56
4.3.1.5.1.Diagramas de Caso de Uso.....	56
4.3.1.6.Especificaciones de Caso de Uso.....	60
4.3.1.7.Diagramas de Secuencia.....	74
4.3.1.8.Modelo físico de base de datos	81
4.3.1.9.Prototipos del Sistema de Control de Inventario	82

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 <i>Hardware</i>	14
Tabla 2 <i>Software</i>	15
Tabla 3 Tardará el pedido por el medio de un sistema de ventas.....	31
Tabla 4 <i>Considera suficientes del sistema actual</i>	31
Tabla 5 <i>Facilita este sistema de ventas</i>	32
Tabla 6 <i>Tardan en llegar el producto</i>	32
Tabla 7 <i>Control de compra y venta de sus productos</i>	32
Tabla 8 <i>Cubre todas las necesidades de la empresa..</i>	33
Tabla 9 <i>Óptima y segura para el beneficio de los clientes</i>	33
Tabla 10 <i>Recursos económicos para la implementación de un sistema de control de ventas e inventario</i>	33
Tabla 11 <i>Generar eficiencia y eficacia</i>	34
Tabla 12 <i>Utilizado alguna vez un sistema informático de ventas</i>	34
Tabla 13 <i>Resuelven habitualmente su consulta en la misma llamada</i>	35
Tabla 14 <i>Buscar información en tu sitio web</i>	35
Tabla 15 <i>Alta calidad en el sistema de ventas</i>	36
Tabla 16 <i>Sistema de ventas en dicha empresa</i>	36
Tabla 17 <i>Sistema beneficiará en la rentabilidad económica de la empresa</i>	37
Tabla 18 <i>Brindará mayor eficiencia en la atención</i>	37
Tabla 19 <i>Implementar un sistema de ventas</i>	38
Tabla 20 <i>Disminuirá los errores en el control de ventas</i>	38
Tabla 21 <i>Agilizar y controlar las ventas de la empresa</i>	39
Tabla 22 <i>Sistema optimizará de manera eficiente los procesos que realiza la empresa</i>	39
Tabla 23 <i>Sistema de gestión de ventas en la empresa</i>	40
Tabla 24 <i>Sistema de gestión de ventas ayudaría al manejo de datos de la empresa</i>	40

Tabla 25	Gestión de ventas cumple con las expectativas de mejora para la empresa	41
Tabla 26	Gestión de ventas cumple con las expectativas de mejora para la empresa	41
Tabla 27	Sistema de gestión de ventas mantendrá la información segura	41
Tabla 28	Tecnología permitirá tener una mejor gestión de ventas	42
Tabla 29	Gestión de ventas cree usted que permitirá cautelar los bienes de la empresa....	42
Tabla 30	Stock de los repuestos para la eficiente atención a los clientes.....	42
Tabla 31	Gestión de ventas permitirá tener un mejor control de los procesos	43
Tabla 32	Gestión de ventas se reducirá el tiempo en la búsqueda de información	43
Tabla 33	<i>Nivel de satisfacción con el sistema actual</i>	44
Tabla 34	<i>Conocimientos sobre sistemas informáticos</i>	45
Tabla 35	Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas.....	46
Tabla 36	<i>Resumen general de dimensiones</i>	47
Tabla 37	<i>Requerimientos funcionales</i>	52
Tabla 38	<i>Requerimientos de software</i>	53
Tabla 39	<i>Viabilidad Económica</i>	55
Tabla 40	<i>Caso de Uso Acceso al sistema</i>	60
Tabla 41	<i>Caso de Uso Registrar y listar proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas</i>	61
Tabla 42	<i>Caso de Uso Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería</i>	62
Tabla 43	<i>Caso de Uso Registro de ventas</i>	63
Tabla 44	<i>Caso de Uso Registro de compras</i>	64
Tabla 45	<i>Caso de Uso Inventario de productos</i>	65
Tabla 46	<i>Caso de Uso Abastecimiento de mercaderías</i>	66

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 01 <i>Organigrama de la empresa “Japan Motors Diesel EIRL”</i>	14
Figura 02 <i>Resultado general de la dimensión 1</i>	44
Figura 03 <i>Resultado general de la dimensión 2</i>	45
Figura 04 <i>Resultado general de la dimensión 3</i>	46
Figura 05 <i>Resumen general de las dimensiones</i>	48
Figura 06 <i>Diagrama Caso de Uso Acceso al sistema</i>	56
Figura 07 <i>Diagrama Caso de Uso Registrar y listar, proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas</i>	56
Figura 08 <i>Diagrama Caso de Uso Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería</i>	57
Figura 09 <i>Diagrama Caso de Uso Registro de ventas</i>	57
Figura 10 <i>Diagrama Caso de Uso Registro de Compras</i>	58
Figura 11 <i>Diagrama Caso de Uso Inventario de productos</i>	58
Figura 12 <i>Diagrama Caso de Uso Abastecimiento de mercadería</i>	59
Figura 13 <i>Diagrama de Actividades Acceso al sistema</i>	66
Figura 14 <i>Diagrama de Actividades Registrar y listar proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas</i>	67
Figura 15 <i>Diagrama de Actividades Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería</i>	68
Figura 16 <i>Diagrama de Actividades Registro de ventas</i>	69
Figura 17 <i>Diagrama de Actividades Registro de Compras</i>	70
Figura 18 <i>Diagrama de Actividades Inventario de productos</i>	71
Figura 19 <i>Diagrama de Actividades Abastecimiento de mercadería</i>	72
Figura 20 <i>Diagrama de Secuencia Acceso al sistema</i>	73
Figura 21 <i>Diagrama de Secuencia Registrar y listar proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas</i>	74

Figura 22 <i>Diagrama de Secuencia Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería..</i>	75
Figura 23 <i>Diagrama de Secuencia sistema de ventas</i>	76
Figura 24 <i>Diagrama de Secuencia sistema de compras</i>	77
Figura 25 <i>Diagrama de Secuencia Inventario de productos</i>	78
Figura 26 <i>Diagrama de Secuencia Abastecimiento de mercadería</i>	79
Figura 27 <i>Modelo Físico de Base de Datos Sistema de Control de Inventario</i>	80
Figura 28 <i>Interfaz Acceso al sistema</i>	81
Figura 29 <i>Interfaz menú principal del sistema</i>	82
Figura 30 <i>Registrar Productos</i>	83
Figura 31 <i>Caja</i>	84

RESUMEN

La presente tesis se desarrolló bajo la línea de investigación en Sistemas de información y comunicaciones, para la mejora continua de la calidad de las organizaciones del Perú de la escuela profesional de Ingeniería de sistemas, la cual estuvo basada en realizar una propuesta de implementación de un sistema de gestión de venta de la empresa Japan Motors Diesel; 2023. El tipo de la investigación fue no experimental, descriptiva y de corte transversal, teniendo como objetivo general la implementación de un sistema de gestión de ventas para Japan Motors Diesel, lo cual permitirá optimizar el proceso de ventas. Con una población muestral de 15 trabajadores. Los resultados obtenidos para el primer nivel de satisfacción con respecto al actual sistema de ventas, el 66.67% de los encuestados manifestaron que, no están satisfechos con el sistema de gestión de ventas actual, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron que, si están satisfechos con el sistema actual. En el segundo nivel correspondiente a los Nivel de conocimiento del sistema actual, 60% de los encuestados manifestaron que, si tienen conocimientos sobre sistemas actual, por otro lado, el 40.00% de los encuestados manifestaron que, no tienen conocimientos sobre sistemas actual, respecto a la dimensión. En el tercer nivel de propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas, el 100% de los encuestados manifestaron que, si están de acuerdo con la propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas.

Palabras claves: Empresa, Gestión, Implementación, Proceso, Sistema, Ventas.

ABSTRACT

This thesis was developed under the line of research in Information and Communication Systems, for the continuous improvement of the quality of the organizations of Peru of the professional school of Systems Engineering, which was based on making a proposal for the implementation of a sales management system of the company Japan Motors Diesel; 2023. The type of research was non-experimental, descriptive and cross-sectional, with the general objective of implementing a sales management system for Japan Motors Diesel, which will optimize the sales process. With a sample population of 15 workers. The results obtained for the first level of satisfaction with respect to the current sales system, 66.67% of the respondents stated that they are not satisfied with the current sales management system, while 33.33% of the respondents stated that, if they are satisfied with the current system. In the second level corresponding to the Level of knowledge of the current system, 60% of the respondents stated that, if they have knowledge about current systems, on the other hand, 40.00% of the respondents stated that they do not have knowledge about current systems, regarding to dimension. I

Keywords: Company, Management, Implementation, Process, System, Sales.

I. Planteamiento del problema de investigación

1.1.Descripción del problema

En cuanto a temas a nivel internacional, según Haughton (2019), las empresas cuyos productos y servicios han sido entregados en más tiempo del esperado y cuya calidad es cuestionable son las mismas que han acumulado quejas y devoluciones de mercancías. Los costos y precios son muy altos para trabajar allí, pero estos se van a ir. Por lo tanto, si las empresas quieren sobrevivir y superar a sus competidores, deben aprender a adaptarse a la velocidad de las necesidades cambiantes del mercado y reinventar sus modelos de negocio.

En cuanto a temas a nivel nacional, Guzmán (2019) afirma que en el Perú el mercado actual ya no es suficiente para ofrecer a los consumidores solo productos que satisfagan sus necesidades, y ya no salen de sus casas para encontrar lo que buscan. Más bien, el mercado necesita saber cómo llegar allí y crear la necesidad de llegar allí. Navegar con éxito por este cambio requiere que se tomen las decisiones correctas en toda la organización, pero estas decisiones deben estar bien respaldadas sobre una base confiable y segura.

A nivel local, Cruz (2020) afirma que en nuestra Región el empleo de estrategias de marketing digital no está muy difundido, sobre todo en el sector de la mediana y pequeña empresa, los clientes y consumidores requieren cada vez mayor información sobre los productos ofertados por las empresas y la rapidez con la que consiguen dicho dato, eso ha pasado a convertirse en un factor muy importante para su satisfacción. Ello ha obligado a las empresas a desarrollar inclusive App's o sea aplicaciones móviles que faciliten dicho acceso a la información, de esta manera ser más competitivos.

1.1.1. Caracterización del Problema

La empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. se encuentra en la ciudad de Piura, su giro de negocio es la venta de repuestos para vehículos de todas las marcas, actualmente las operaciones acarrean el negocio se realizan manualmente.

Cuando un cliente solicita un repuesto de una marca determinada, el vendedor la busca en un catálogo de piezas, si este es dedicado luego se verifica su existencia en los estantes, hay oportunidades en que este producto se ha agotado lo que genera incomodidad al solicitante de igual se ha generado pérdida de tiempo.

1.1.2. Formulación del Problema

¿De qué manera la propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas para la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. Piura; 2023, mejorará la atención de los clientes?

1.2. Justificaciones

1.2.1. Justificación Académica

Se prueba que, en el transcurso de tiempo, los conocimientos obtenidos a través de las enseñanzas en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Filial Piura, nos servirá para medir todos los pasos que se van a seguir para el desarrollo del proyecto de investigación.

1.2.2. Justificación Operativa

Al implementar un proyecto, se espera que los procesos funcionales de la empresa estén correctamente cubiertos, lo que permitirá la adaptación al cambio, la centralización de la información, asegurando el retorno de la inversión y la mejora de la

organización a través de la implementación. Lograr utilidades de la empresa. compañía.

1.2.3. Justificación Económica

Esto se basa en que la introducción de sistemas distribuidos acorta los tiempos de ejecución de los procesos, lo que se traduce en un ahorro progresivo de capital. De manera similar, las empresas pueden responder a la información oportuna y requerida y lograr ahorros de costos en términos de recursos manuales y precisión de datos para diferentes requisitos.

1.2.4. Justificación Tecnológica

En la actualidad la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. no cuenta con un sistema que procese datos de las ventas y productos por lo que la implementación de un sistema de ventas que se plantea permitirá optimizar notablemente los procesos de los datos e información y por tanto se obtendrá un buen servicio dentro y fuera de la empresa acompañado de la precisión de datos para sus clientes.

1.2.5. Justificación Institucional

La justificación de esta investigación se fundamenta en que las entidades en general para que sus procesos se ejecuten de manera eficaz deben aprovechar el uso de las tecnologías que son de gran utilidad para el desarrollo de su empresa, lo que conlleva claramente a un buen control de información, buen ambiente laboral.

1.2.6. Alcance de la Investigación

El resultado de la presente investigación contribuirá con la implementación de un sistema de venta de ventas de repuestos para el área de los clientes, tomando como actividades el registro de ventas,

para la empresa de repuestos Japan Motors Diésel E.I.R.L, con la finalidad de optimizar procesos en la empresa, siendo de alcance general para este tipo de empresas.

1.3.OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Proponer la implementación de un sistema de gestión de ventas para mejorar la atención de los clientes de la empresa Japan Motors Diésel E.I.R.L. Piura; 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Analizar la situación problemática del sistema de gestión de ventas de la empresa Japan Motors Diesel. E.I.R.L.
2. Implementar una metodología de ventas que permita reducir el tiempo de atención de los clientes
3. Diseñar una base de datos control que permita reducir la pérdida de información de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes a nivel internacional

Según Tupiza(2020) en su tesis titulada “Análisis, diseño e implementación de un sistema de ventas y control de inventario de insumos de terapia física caso de estudio: fisiodaec”, cuya problemática se centra en el uso de un sistema de ventas de forma manual. El objetivo general del proyecto fue la de desarrollar un sistema de ventas y control de inventario de insumos de rehabilitación de terapia física. La metodología que se desarrolla permite llevar a cabo el levantamiento de los requerimientos respectivos de acuerdo a las funcionalidades del sistema, con esta información obtenida y el uso de la metodológica que mejor se acopla a los requerimientos del sistema para la implementación del mismo, nos permitió visualizar como está compuesto el sistema, generándose así el diseño y llevándose a cabo el desarrollo del sistema teniendo en cuenta los requerimientos establecidos. Este proyecto finalmente concluye en que la aplicación de una metodología ágil como XP permitió desarrollar de manera intuitiva y organizada el sistema propuesto para la clínica fisiodaec.

Según Jarín(2020) en su tesis titulada “Análisis, desarrollo e implementación de un sistema de gestión de fuerza de ventas. caso de estudio: gapro”, aborda la problemática donde las actividades de ventas, se ha identificado que la productividad del área de ventas no es lo esperado. El objetivo fue desarrollar un sistema para administrar y controlar, con suficiente detalle, permitiendo evaluar y mejorar el rendimiento de la administración y vendedores en su horario laboral. El proyecto propone la implementación de las tecnologías de la información, con esto se logra controlar las operaciones y procesos realizados, por lo que la información juega un papel vital en la toma de decisiones. Por otro lado, permite alcanzar los niveles de productividad y con esto, con la ayuda de inteligencia empresarial, conseguir los

objetivos planteados. Finalmente se concluye que los sistemas de manejo de información y control de empleados de campo ha permitido que la empresa pueda mantener un orden en los procesos de almacenado de información y reportes.

Según Nejer (2019) en su tesis, titulada “Desarrollo e implementación de un sistema web en línea para la promoción de talleres y venta de artesanías. caso de estudio: El rincón de vero”. El objetivo planteado fue la de plantearse el proceso de desarrollo de software que nos permita realizar un proyecto de forma organizada y jerárquica, ayudándonos a reducir los costos optimizando el tiempo, igualmente nos agiliza el mantenimiento del sistema. Las entidades pueden tener una existencia concreta, si sus atributos pueden percibirse por los sentidos y por lo tanto son medibles y una existencia abstracta si sus atributos están relacionados con cualidades inherentes o propiedades de un concepto. Los atributos determinan las propiedades de una entidad al distinguirlas por la característica de estar presentes en una forma cuantitativa o cualitativa. las relaciones determinan la asociación natural entre dos o más entidades o entre sus atributos. estas relaciones pueden ser estructurales, si tratan con la organización, configuración, estado o propiedades de elementos, partes o constituyentes de una entidad y son funcionales, si tratan con la acción propia o natural mediante la cual se le puede asignar a una entidad una actividad en base a un cierto objetivo o propósito, de acuerdo con sus aspectos formales (normas y procedimientos) y modales (criterios y evaluaciones). Finalmente se concluye que las funciones del sistema lo pueden desarrollarnos una sola persona, pudiendo analizar y procesar información.

2.1.2. Antecedentes a nivel nacional

Según Jiménez (2020) en su tesis, titulada “Control interno y la gestión de inventarios en los almacenes de la empresa MAGENSA Materiales Generales SAC, 2018” de Lima, sosteniendo que la empresa

no ha crecido en el último año, como tampoco se evidencian procedimientos organizativos que le permitan tener un sistema de control interno bien definido, que le garantice el adecuado manejo y uso del inventario en los almacenes. La presente tesis tuvo como objetivo principal establecer si el control interno se relaciona con la gestión de inventarios en los almacenes de la empresa MAGENSA Materiales Generales S.A.C. La metodología empleada fue descriptiva, correlaciona, deductiva y cuantitativa, se utilizó como instrumento la encuesta que estuvo conformada por 27 preguntas divididas en 13 ítems con escala de Likert y 14 ítems sin escala, la muestra fue de 15 trabajadores de la empresa “MAGENSA Materiales Generales”. Finalmente, se llegó a la conclusión de que el control Interno contribuirá positivamente en la gestión de inventarios en los Almacenes de la Empresa MAGENSA Materiales Generales S.A.C.

Según Carbajal (2019) en su tesis titulada “Implementación de un sistema web para el control de ventas e inventario en la farmacia San Felipe – Casma; 2019.” Chimbote, propone implementar un sistema web que ayude a mejorar el control de la información y garantizar un buen servicio. Debido a la problemática identificada, se planteó la siguiente interrogante: ¿De qué manera la implementación de un sistema web mejorará el control de las ventas y el inventario de la farmacia San Felipe – Casma?. El objetivo: Realizar la implementación de un sistema web, con el fin de mejorar el control de las ventas y el inventario de la farmacia San Felipe – Casma. La investigación fue de tipo descriptivo, su nivel de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, de corte transversal. La población se delimitó a 21 trabajadores de la empresa y la muestra se seleccionó en base a la totalidad de la población; para la recolección de datos se utilizó el instrumento del cuestionario, mediante la técnica de la encuesta. Finalmente concluye que la implementación de un sistema web mejoró el control de las ventas y el inventario de la farmacia San Felipe – Casma.

Según Egoavil (2019) en su tesis titulada “Diseño e implementación de un sistema de información para la gestión de servicios de inventario en la empresa POLISHOES S.R.L. Ate Vitarte - Lima, 2019”, cuyo objetivo fue la de plantear un proyecto con la finalidad de diseñar e implementar un sistema web de información para mejorar la gestión de servicios de inventario, para el mejor control de los productos en base de los resultados que serán desarrollados a corto plazo en la empresa POLISHOES S.R.L. al conseguir el control exacto de la cantidad de materia prima y productos terminados, le fue posible a la empresa evitar confusiones e inconformidades, tanto con los proveedores como los clientes, el control adecuado que minimice los costos totales del inventario y maximice la rentabilidad para la gestión de inventario en almacén. el objetivo general de la presente tesis es el diseño e implementación un sistema de información que mejora la gestión de servicios de inventario en la empresa POLISHOES S.R.L., año 2019. la metodología empleada tiene un enfoque de investigación cuantitativo, cuya implementación de un sistema de información mejoró significativamente en la gestión de inventario. finalmente se concluye los resultados obtenidos en esta investigación demuestran que el uso de un sistema de información en la empresa POLISHOES S.R.L. mejora el fácil acceso a la información y de manera oportuna en los procesos de control de inventario, entradas y salidas.

2.1.3. Antecedentes a nivel regional

Según Socola (2020) en su tesis para optar el título de ingeniero de sistemas, titulada “implementación de un sistema control de almacén en la ferretería Tomasini – Piura; 2020.”. el proyecto presenta una problemática, ya que la empresa no tiene un control preciso de su inventario, además sus registros son majeados manualmente y apuntados en hojas de cuaderno causando pérdida de información. el objetivo principal estuvo centrado en la implementación de un sistema control de almacén, la cual permita mejorar el ingreso, salida y registro

de materiales: la metodología de esta investigación es tipo cuantitativa de nivel descriptiva, diseño no experimental de corte transversal. finalmente, la tesis concluye que el sistema podrá ayudar a los trabajadores a tener un mejor registro y seguimiento de la información manejada en la ferretería, aumentando la productividad de los procesos y otorgar una mejor atención al cliente.

Según Varhen (2021) en sus tesis, titulada “Propuesta de implementación del sistema de inventario en comercial Vargas, Talara - Piura; 2021”, cuyo objetivo general del presente proyecto de tesis consistió en proponer la implementación del sistema de inventario en comercial Vargas, Talara - Piura; 2021, para optimizar el control de ingreso y salida de productos del almacén, así como también los procesos operativos en el área logística. la metodología empleada es de tipo: cuantitativo nivel: descriptivo diseño: no experimenta de corte transversal. los resultados, de la encuesta nos permiten comprobar la aceptación de la implementación del proyecto. finalmente, la tesis concluye la necesidad de implementación del sistema de control de inventario.

Según Palacios (2021) en su tesis, titulada “ Implementación de un sistema informático de control de inventario y facturación del grupo forestal San Juan SAC” de Piura, trabajo con la metodología scrum, enfoque estudio cualitativo, diseño no experimental, tipo descriptivo, teniendo como objetivo general implementar un sistema informático para el control del inventario y facturación del grupo forestal San Juan SAC y concluye que el proyecto nos ha permitido desarrollar los módulos de inventario y facturación de manera rápida, resultados tenemos más del 90% de aceptación del sistema por parte de los trabajadores se recomienda se debe contar con equipos informáticos necesarios para el mejor manejo y funcionamiento del sistema y control de inventario, logrando así mejores resultados.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. El rubro de la empresa

Somos una empresa, dedicada al rubro de la importación y venta de repuestos de autopartes de automóviles de diferentes marcas. La empresa Japan Motor Diésel E.I.R.L. se desempeñó desde sus inicios brindando servicios de diagnóstico, mantenimiento preventivo y reparación de los sistemas de inyección en vehículos diésel. Poco a poco fue ganando trayectoria y fidelidad de sus clientes lo que se produjo que posteriormente, debido a la demanda y las necesidades de los clientes, se incorpore la atención de otros sistemas automotrices como sistema eléctrico, sistemas de inyección electrónica, reparación de motor, embragues y frenos.

En general la empresa brinda servicios y venta de productos multimarca, es por ello que actualmente atiende a un grupo muy variable y cambiante de clientes que pertenecen a los segmentos A, B y C. Estas unidades son en mayor proporción vehículos livianos.

2.2.2. La empresa investigada

- Información general

- Nombre: Japan Motors Diesel E.I.R.L.

- Dirección: Av. Bolognesi N.º 312 Piura.
- Teléfono: 969531970

- Correo: japanmotorsdiesel@hotmail.com

- Historia de la empresa Japan Motor Diésel E.I.R.L.

La empresa de venta de repuestos “Japan Motors Diésel E.I.R.L.”, se fundó 02 de febrero del año 2009, con el objetivo de abastecer el mercado de repuestos para automóviles, su propietario y creador Sofía Diana Salazar Jiménez teniendo una experiencia en el

mercado automotriz, tuvo la idea de establecer una empresa de su propiedad con fines lucrativos en la cual pudiese poner en práctica toda su capacidad administrativa. Al principio empieza con tres trabajadores. solo se ocupaba de la venta de repuestos para los vehículos y que se encuentra ubicada en la Av. Bolognesi N.º 312-piura.

Debido a la apertura económica y al crecimiento del parque automotriz, se vio en la necesidad de ampliar la cobertura y maximizar el mercado motivó por el cual amplio la compra y venta de repuestos de más marcas tales como marcas Toyota, Mitsubishi, Daihatsu, Suzuki, etc; pero siempre conservando cuando iniciaron la ruta turística japonesa.

- **Objetivos organizacionales**

Misión

Nuestra misión es resolver las necesidades de servicio de una empresa dedicada a atender las necesidades de repuestos y servicios en el mercado automotor a través del mejor equipo humano, brindando un excelente servicio de venta, post venta y mantenimiento a nuestros clientes. Somos distribuidores de repuestos originales y alternativos de calidad a precios competitivos.

Visión

Ser la empresa importadora y comercializadora de repuestos automotrices en el Perú, brindando un excelente servicio en venta y posventa, por medio de un sistema de ventas generando valor agregado para nuestros clientes y la sociedad.

Valores Institucionales

- **Respeto:** Guiados por el respeto mutuo y la dignidad de cada uno de los componentes de la empresa: socios, trabajadores, clientes y sociedad en general.

- **Compromiso:** Para nosotros la clave es la alta vocación de servicio, ofreciendo lo mejor de cada uno de nosotros y la satisfacción de servir al cliente.
 - **Honestidad:** Brindar a nuestros clientes lo mejor y de calidad, dándoles los repuestos que se ofrecen con total honestidad y transparencia.
 - **La excelencia:** Desarrollamos siempre los mejores estándares de desempeño, donde nuestros trabajadores y colaboradores desempeñan sus habilidades y conocimientos, trabajando en equipo para lograr la excelencia.
- **Funciones**

La empresa, en general tiene dos funciones la compra y la venta de los productos automotrices.

Adquisiciones: la gestión optimizada de adquisiciones reduce los costos operativos de consumo, reduce los niveles de inventario, reduce los costos de entrega y acorta los plazos de entrega. En general, esta capacidad de administrar las adquisiciones de manera eficaz es importante porque lo que se pierde generalmente se pierde, y no hay nada peor que las compras urgentes o urgentes que le cuestan mucho a una empresa. Por ello, trata de minimizar al máximo los procesos logísticos, haciéndolos más rápidos, sencillos, cómodos y económicos, utilizando la menor cantidad de recursos posible. El proceso de compras es una de las bases a nivel de la cadena de valor de la empresa, ya que está directamente involucrado en procesos operativos como el mantenimiento y reparación de vehículos. Todas las piezas, suministros y materiales deben llegar a tiempo para cumplir de manera eficiente cualquier orden de servicio, brindar productos de calidad a bajo costo y cumplir con las especificaciones técnicas requeridas por los expertos para garantizar resultados óptimos y la satisfacción del cliente.

Venta: La venta de repuestos se inicia a pedido de las necesidades del cliente, es decir, si no existen piezas dañadas o defectuosas que afecten directamente a sus vehículos, o su reposición. El proceso inicia con una solicitud de cotización donde el cliente indica que repuestos necesita, para esto el vendedor solicita al cliente información importante sobre el vehículo como: marca, modelo, año, modelo de motor y cilindrada donde sea posible. determinar el código de pieza solicitado. Si el vendedor tiene la información necesaria para hacer una oferta con respecto al código de pieza exacto, también verifica el inventario y luego hace una oferta. Si el vendedor no tiene la información necesaria sobre el código de producto correcto, lo anota y lo envía a la gerencia, quien revisa el pedido y solicita una compra. Esta función se realiza ingresando a un sistema Organigrama especial propiedad de la empresa.

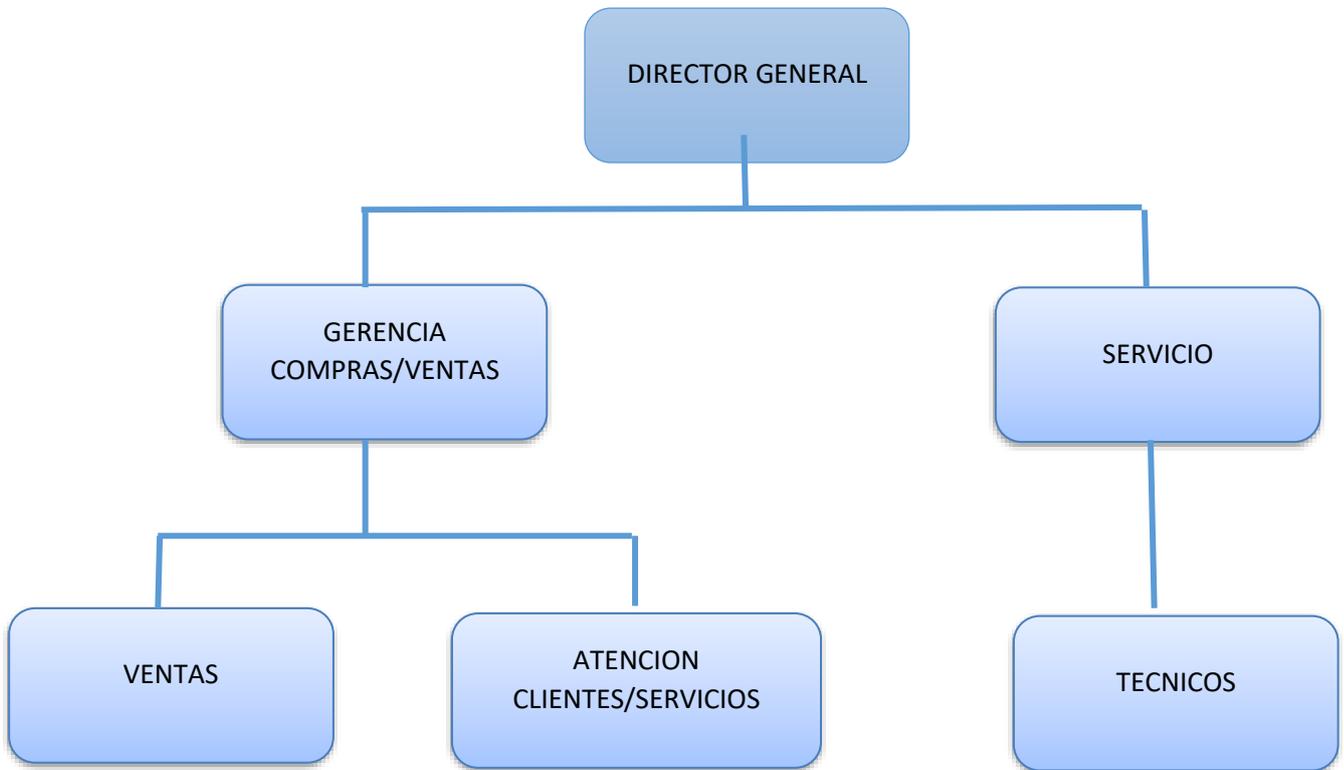
- **Organigrama**

La empresa está formada por 15 colaboradores socios divididos en 03 estructuras principales: administración, compras y gestión de ventas y servicios, esta última a cargo del personal técnico.

La estructura orgánica de la empresa se divide en: Dirección: director general, dirección de compras y ventas, que a su vez se divide en ventas y atención al cliente y servicios.

Figura 1

Organigrama de la empresa “Japan Motors Diesel EIRL”



Nota. Organigrama de la empresa

- **Infraestructura tecnológica existente**

2.2.3. Hardware

Tabla 1

Hardware

HARDWARE	
Descripción	Cantidad
PC de Escritorio	1
Impresora	2
Laptops	1

Nota. Implementación de componentes

2.2.4. Software

Tabla 2

Software

Sistema	Descripción
Antivirus	Antivirus Panda licenciado

Nota. Software de Antivirus

2.2.5. Las tecnologías de la información y comunicaciones

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se desarrollan a partir de los avances científicos que se dan a nivel mundial, producidos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones. Es el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido, video). El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es el ordenador y más específicamente, Internet. Como indican diferentes autores, internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre. El uso de las TIC y la evolución en el acceso y uso de internet afecta la forma en que las empresas realizan sus negocios, impulsando el comercio electrónico y la interacción con las administraciones públicas (Ayala ,2023).

Historia

Los últimos 30 años se han caracterizado por un aumento exponencial de las comunicaciones, donde aparecen tres términos muy similares en el uso común, pero diferentes al momento de analizar su función, estos son; Red, Internet y Web. Mientras el primero permite establecer una comunicación entre diferentes artefactos comunes (Computadores, módem, switch, router y otros), el segundo es un protocolo de comunicación (TCP/IP, WAP, Wifi entre otros) y el tercero son páginas de documentos e hipertextos o hipermedios escritas

en diferentes lenguajes (HTML, php, entre otros) accesibles a través del protocolo internet (Calandra,2023).

Las TIC más utilizadas en la Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.

El uso de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC), en la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L., es de vital importancia por la relación entre vendedor-cliente, cuyo sistema de control y automatización se hace cada vez más necesaria para el manejo del conocimiento como una herramienta vital para generar la cadena de valor.

Podemos apreciar en la empresa el uso de los siguientes tipos de TIC que se utilizan con mayor frecuencia, estas son:

- Teléfonos móviles y convencionales tanto para la comunicación con los Vendedores y directivos de la empresa como los agentes externos de la empresa (Clientes).
- WhatsApp utilizado para la comunicación con proveedores y clientes, intercambiando fotos relacionadas con los productos, proveyendo precios y stock.
- Ordenadores de escritorio utilizados para la organización de la información de la empresa y la realización de transacciones a través del internet y correo electrónico, que se realizan, estas tecnologías solamente son utilizadas por el director de la empresa. Es importante mencionar que los colaboradores o empleados manifiestan que el acceso a estas tecnologías facilitaría mucho más su trabajo
- Calculadoras manuales para calcular y verificar las cuentas ya sea

las que van a pagar los clientes como las que ellos cancelan a los proveedores.

- Las tecnologías que utilizan los colaboradores son:
 - Celulares
 - Calculadoras Red social
 - WhatsApp

En la empresa los colaboradores coinciden que las tecnologías facilitan y agilizan los procesos tales como venta y compra.

2.2.6. Tecnología de la investigación

2.2.6.1. Sistema de Gestión

Es una estructura probada para la gestión y mejora continua de las políticas, los procedimientos y procesos de la organización. Un Sistema de gestión es un conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan, para establecer la política y los objetivos, y para lograr dichos objetivos (Fraguela,2023).

Un Sistema de gestión integrada, posibilita y simplifica la implantación de un único sistema de gestión eficaz, adecuado para la empresa (Fraguela ,2023).

2.2.6.2. Gestión de Ventas

Según (Quiroa,2023) “La gestión de ventas es un proceso mediante el cual se coordina un grupo de personas y recursos para alcanzar las metas de ventas de una empresa. Involucra una serie de políticas y procedimientos que sirven de guía para poder realizar toda esta serie de acciones. Evidentemente, las políticas y procedimientos determinan la forma de cómo reclutar, seleccionar, supervisar, motivar y evaluar a la fuerza de ventas. La fuerza de venta es la encargada de realizar la gestión de venta.

Una adecuada gestión de ventas deberá encontrar nuevas oportunidades, hacer previsiones de venta, gestionar informes y técnicas. Todas estas tareas ayudarán a los involucrados a lograr sus objetivos.

No obstante, la gestión de ventas debe involucrar varios procesos y actividades. Si estos se realizan de manera eficiente, ayudará a que la empresa crezca y obtenga mayores beneficios” (Quiroa,2023).

El convenio del crecimiento de ventas es la escala pasos que las personas deben efectuar para puntualizar un traspaso efectivo. Este crecimiento se inicia desde que se capta la curiosidad de un cliente facultad y termina en el entusiasmo concreto de un traspaso de los fondos y mingitorio que ofrece una empresa.

Para efectuar el convenio del crecimiento de traspaso, se requiere:

- **Conocer el producto:** Básicamente se necesita conocer qué es el producto, para qué sirve y que significa para el cliente.
- **Prospección del cliente:** Se debe poder identificar al conjunto de clientes cuyas necesidades puede satisfacer el producto que se vende.
- **Contacto con el cliente:** Consiste en otorgamiento comparecer con el cliente y mantener un primer acercamiento.
- **Identificar la necesidad:** El ósculo con el cliente permite identificar su micción. Es urgente atender al cliente para que exprese cuál tonada sus micción y problemas.

- **Presentación del producto:** Solo cuando se conocen la micción se endeudamiento presentar el producto, explicando lo que el producto puede realizar por ellos (los clientes).
- **Cierre de traspaso:** El cerrojo de traspaso se produce posteriormente de que se aclaran las objeciones del cliente, el cual acepta pescar el producto.

2.2.6.3.Sistema Comercial de ventas

El sistema de gestión comercial es una herramienta principal, para lograr una eficaz gestión y control de las áreas del negocio (almacén, inventarios, facturación y varios procesos que implican la gestión comercial) en forma computarizada, en red y con Base de datos centralizada.

El sistema de gestión facilita la administración del negocio, en forma centralizada, mediante un servidor con base de datos relacional, automatizando el servicio de atención al cliente en forma distribuida; por consiguiente, este sistema permite controlar:

- Cotizaciones
- Ventas y Control de Caja.
- Inventarios y Control de Stocks.
- Compras.
- Movimientos
- Compras a Proveedores.

Ventas de la Empresa

- Controla la apertura del día por cajero, caja, turnos de trabajo.
- Define los trabajadores para las áreas del sistema.
- Permite realizar cuadros de caja de las ventas por cajero,

caja, turno.

- Emite Órdenes de despacho a impresoras remotas para su despacho.
- Listar la cartera por vendedor.
- Efectuar cotizaciones y cruzarlas con un pedido o factura.
- Generar un registro de Ventas en formato SUNAT.
- Análisis de cumplimiento de Metas.

2.2.7. Metodología del desarrollo de Software

Para poder obtener el resultado esperado, se debe seguir una metodología, unos pasos que sin el correcto orden los resultados no se darían, por lo que es importante el vínculo que debe haber entre el desarrollador y la idea.

Para el desarrollo de este sistema en nuestro caso se usará la metodología *Scrum*, una de las metodologías ágiles más conocidas en la actualidad y que se adapta a nuestro proyecto, el mismo que es apoyado en interacciones cortas conocidas como Sprints.

2.2.7.1 Definición de la Metodología SCRUM

Scrum es una metodología de desarrollo ágil que tiene como base la idea de creación de ciclos breves para el desarrollo, que comúnmente se llaman interacciones y que el SCRUM se llamara “Sprints”. (Trigas ,2012).

Scrum es un proceso en el que se aplican de manera regular un conjunto de buenas prácticas para trabajar colaborativamente, en equipo, y obtener el mejor resultado posible de un proyecto. Estas prácticas se apoyan unas a otras y su selección tiene origen en un estudio de la manera de trabajar de equipos altamente productivos.

2.2.7.2 Fases de la Metodología Scrum

La metodología SCRUM se divide en cinco fases:

1. **Sprint planning.** La planificación del sprint es la primera fase de SCRUM donde se describe qué tareas se asignan a cada miembro del grupo de trabajo, así como el tiempo que necesita para concluirse.
2. **Scrum team meeting.** Suelen ser diarias y cortas que realizan los equipos de trabajo para evaluar el trabajo realizado, el que se va a abordar en el día y qué problemas se han presentado o se intuye que se van a presentar.
3. **Backlog refinement.** Es un repaso de las tareas y su evolución por parte del *Product Owner* con el fin de evaluar el tiempo y esfuerzo empleado en cada tarea y para resolver cualquier inconveniente encontrado en el camino.
4. **Sprint Review.** Son reuniones donde participa también el cliente, y que tienen como objetivo mostrar los resultados obtenidos. La presencia del cliente es fundamental para conseguir un feedback real y de calidad y para crear una relación más cercana y productiva.
5. **Retrospective.** Es una reunión final tras concluir el proyecto donde se revisa todo lo que ha ocurrido durante el sprint (qué se hizo bien y qué se hizo mal, y cuáles fueron las principales dificultades a las que hubo que enfrentarse). El objetivo es adquirir conocimientos para mejorar en futuros proyectos

2.2.7.3 Características del Scrum

De todas las metodologías ágiles, Scrum es única porque introduce la idea del control empírico de los procesos. Esto

significa que Scrum utiliza el progreso real de un proyecto para planificar y concertar los lanzamientos. En Scrum, los proyectos se dividen en ritmos de trabajo breves, conocidos como sprints. Normalmente, tienen una, dos o tres semanas de duración. Al final de cada sprint, el cliente y los miembros del equipo se reúnen para evaluar el progreso del proyecto y planear los siguientes pasos a seguir. Esto permite que la dirección del proyecto se ajuste o se reoriente una vez finalizado el trabajo, sin especulaciones ni predicciones (Urteaga ,2015).

2.2.7.4 Valores de Scrum

El uso exitoso de Scrum depende de que las personas sean más competentes en vivir cinco valores: Compromiso, Enfoque, Apertura, Respeto y Coraje El equipo de Scrum se compromete a lograr sus objetivos y apoyarse mutuamente. Su enfoque principal es el trabajo del Sprint para hacer el mejor progreso posible hacia estos objetivos. El equipo de Scrum y sus partes interesadas están abiertos sobre el trabajo y los desafíos. Los miembros del equipo de Scrum se respetan mutuamente para ser personas capaces e independientes, y son respetados como tales por las personas con las que trabajan. Los miembros del equipo de Scrum tienen el valor de hacer lo correcto y de trabajar en problemas complejos. Estos valores dan dirección al equipo de Scrum con respecto a su trabajo, acciones y comportamiento. Las decisiones que se toman, las medidas tomadas y la forma en que se utiliza Scrum deben reforzar estos valores, no disminuirlos o socavarlos. Los miembros del equipo de Scrum aprenden y exploran los valores mientras trabajan con los eventos y artefactos de Scrum. Cuando estos valores son asimilados por el equipo de Scrum y las personas con las que trabajan, los pilares empíricos de Scrum de transparencia, inspección y adaptación cobran vida construyendo confianza. (Schwaber & Sutherland , 2020)

2.2.8. Lenguajes de programación

Un lenguaje de programación consiste en un conjunto de comandos o comandos que describen un proceso deseado. cada idioma tiene su propio conjunto de instrucciones e instrucciones verbales combinadas en un programa de computadora (Programación ,2023)

a. JavaScript

Como cualquier lenguaje de programación, JavaScript tiene algunas características. Detalles: sintaxis, modelo de objeto, etc. Revelado: todo lo que marca la diferencia de un idioma a otro. También es fácil ver que JavaScript es un lenguaje. El enfoque de las cosas es relativamente especial. esta parte es importante Tanto si eres un programador novato como si ya conoces el idioma Programación con diferencias con otros lenguajes de programación Muchos (Barzanallana,2023).

b. HTML

HTML son las siglas de HyperText Markup Language, que significa Lenguaje de Marcas de Hipertexto en español. Un lenguaje de sintaxis muy simple que permite la creación de páginas web (Hueyo,2015).

c. CSS

CSS es un lenguaje de estilo utilizado para definir la presentación, el formato y la apariencia de HTML, XML y otros documentos de marcado. Normalmente se utiliza para dar formato visual a los documentos. (Guapi, 2018)

d. PHP

PHP ahora se considera uno de los lenguajes más flexibles, potentes y de mayor rendimiento jamás conocidos, lo que atrae el interés de los sitios web de alto tráfico (Tijero,2017)

2.3. Hipótesis

2.3.1. Hipótesis general

La propuesta de la implementación de un sistema de gestión de ventas en la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. Piura; 2023, influye en la mejora de la atención de los clientes.

2.3.2. Hipótesis específicas

1. El análisis de la situación problemática del sistema de gestión de ventas, influye significativamente en la toma de decisiones de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. Piura; 2023.
2. La utilización de una metodología de ventas mejora la reducción de tiempo de atención de los clientes de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.
3. El diseño de una base de datos de control influye en la reducción de la pérdida de información de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel, tipo y diseño de la investigación

La investigación de enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías, es decir, esta investigación tiene como objetivo obtener respuestas de la población a preguntas específicas (Baptista ,2017).

Tipo

Por las características de la investigación será de un tipo de la investigación es Descriptiva.

Según (Sabino,1992) “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos.

Según (Tamayo ,1999) “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente.”

Diseño de la investigación

Por las características de la investigación tiene un diseño No experimental y por las características de su ejecución, de corte transversal.

La investigación de diseño No experimental, porque se basan en hechos y variables que ya ocurrieron, además son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (Baptista ,2017).

Según (Baptista ,2017) el diseño de corte transversal la recolección de datos es en solo momento, en tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar la incidencia e interrelación en un momento dado.

3.2.Población y muestra

Según (Arias,2006) define como “Población a un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”.

La población universal del estudio, está representada por 15 trabajadores de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L – Piura. para efecto del estudio como población universo, se analizó la población total de trabajadores que se encuentra laborando en la empresa Japan Motors Diésel E.I.R.L.

La muestra del estudio está conformada por la misma cantidad de trabajadores de la empresa que constituye la población universo, con un margen de error de 0%.

3.3.Variable. Definición y operacionalización

Título	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala medición
Propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura; 2023.	Gestión de ventas	<p>Gestión: Según (Chiavenato,2023)</p> <p>La Gestión es la realización de acciones, con el objeto de obtener ciertos resultados, de manera más eficaz y económica posible. Se trata siempre de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - SI - NO 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de Satisfacción con respecto al sistema de ventas - Conocimientos sobre sistemas informáticos 		Ordinal

		<p>escoger las acciones en función del resultado que se espera obtener y de los medios de que se dispone; es decir, de asegurar la utilización óptima de los recursos.</p> <p>Ventas:</p> <p>Según (Foster,2023)</p> <p>“Se refiere a cualquier esfuerzo o proceso cuyo objeto primordial es otorgar un producto o servicio a cambio de papel moneda”</p>	-	<p>- Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas.</p>		
--	--	---	---	--	--	--

Nota. Variable. Definición y operacionalización

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Encuesta

Es una técnica que se lleva a cabo a través de la aplicación de un cuestionario a través de un entrevistador, el cual hace preguntas, de manera que se obtiene datos proporcionando una información. Las preguntas deben ser cortas y claras ya que en base a las repuestas se obtendrá el resultado que se espera.

Cuestionario

Esta técnica o instrumento que se usa para recoger los datos de cierta información de interés, mediante cuestionarios, en base a estas preguntas el sujeto podrá obtener el conocimiento del grupo que ha seleccionado.

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo (García ,2023).

3.5. Método de análisis de datos

Para el análisis de datos, se transcribieron todos los datos obtenidos en una hoja de cálculo del programa Microsoft Excel 2016, y de esta manera se realizaron cuadros y gráficos que permiten el entendimiento del entorno. Se tabularon y analizaron los datos permitiendo así asumir los datos en un gráfico estadístico que muestra el impacto. El plan de análisis se aplicó para poder determinar cómo funcionan la actual gestión de ventas de la empresa y para ello se analizó las encuestas realizadas, obteniendo datos que arrojan las perspectivas de las personas involucradas que ayudaran a la mejora de la actual gestión de ventas de la empresa.

3.6. Aspectos éticos

Durante la presente investigación denominada “Propuesta de implementación de un sistema de gestión de venta de la empresa Japan Motors - Piura”, se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos, del código de

ética para la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, de forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan afianzar la autenticidad de la investigación. Estos son:

Protección de la persona: Se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión. Este principio no sólo implica que las personas que son sujeto de investigación, sino que también deben protegerse sus derechos fundamentales si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Libre participación y derecho a estar informado. Los participantes tienen el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan; y tienen la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia.

Beneficencia y no balance riesgo-maleficencia: Se refiere a que se debe tener un beneficio positivo y justificado, para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación.

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad. Se refiere a que se debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y las plantas, por encima de los fines científicos.

Justicia.: La justicia y el bien común antes que el interés personal. Así como, ejercer un juicio razonable y asegurarse que las limitaciones de su conocimiento o capacidades, o sesgos, no den lugar a prácticas injustas.

Integridad científica: El investigador tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación.

IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Resultados de la dimensión 1: Nivel de satisfacción con respecto al Sistema de Ventas

Tabla 3

Tardará el pedido por el medio de un sistema de ventas.

Alternativa	n	%
Si	7	46.67
No	8	53.33
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, no están satisfechos con el modo actual en el que se realiza en el pedido por el medio de un sistema de ventas, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron que, si están de acuerdo con el sistema actual del sistema de ventas.

Tabla 4

Considera suficientes del sistema actual.

Alternativa	n	%
Si	4	26.67
No	11	77.33
Total	15	100.00.

Nota. Se observa que, el 77.33% de los encuestados manifestaron que, no es suficiente el sistema actual, mientras que, el 26.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 5*Facilita este sistema de ventas.*

Alternativa	n	%
Si	7	46.67
No	8	53.33
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, no facilita este sistema de ventas, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 6*Tardan en llegar el producto.*

Alternativa	n	%
Si	7	46.67
No	8	53.33
Total	15	100.00.

Nota. Se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, no están satisfechos por que tardan en llegar el producto, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 7*Control de compra y venta de sus productos.*

Alternativa	n	%
Si	5	33.33
No	10	67.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 66.67% de los encuestados manifestaron que, no cuenta con ningún sistema informático, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 8*Cubre todas las necesidades de la empresa.*

Alternativa	n	%
Si	5	53.33
No	10	46.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, si cubre todas las necesidades de la empresa, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 9*Óptima y segura para el beneficio de los clientes.*

Alternativa	n	%
Si	2	13.33
No	13	86.33
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 86.33% de los encuestados manifestaron no lo creen que sea óptima y segura para el beneficio de los clientes, mientras que, el 13.33% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 10*Recursos económicos para la implementación de un sistema de control de ventas e inventario.*

Alternativa	n	%
Si	8	46.67
No	7	33.33
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 46.67% de los encuestados manifestaron que, si cuenta con los recursos económicos para la implementación de un sistema de control de ventas e inventario, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 11*Generar eficiencia y eficacia.*

Alternativa	n	%
Si	8	46.67
No	7	66.33
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 66.33% de los encuestados manifestaron su aceptación, que si se debería mostrar información del proceso de ventas al instante para mejorar la atención, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 12*Utilizado alguna vez un sistema informático de ventas.*

Alternativa	n	%
Si	5	33.33
No	10	66.67
Total	15	100.00.

Nota. Se aprecia que, el 66.67% de los encuestados manifestaron que, No están han utilizado en ninguna oportunidad un sistema informático de ventas, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

4.1.2. Resultados de la dimensión 2: Conocimientos sobre sistemas informáticos.

Tabla 13

Resuelven habitualmente su consulta en la misma llamada.

Alternativa	n	%
Si	6	40.00
No	9	60.00
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 60% de los encuestados manifestaron que, no le resuelven habitualmente su consulta en la misma llamada, mientras que, el 40% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 14

Buscar información en tu sitio web.

Alternativa	n	%
Si	8	53.33
No	7	46.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, si les resulta sencillo realizar una buscar información en tu sitio web, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 15

Alta calidad en el sistema de ventas.

Alternativa	n	%
Si	8	53.33
No	7	46.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, si brinda un servicio de alta calidad en el sistema de ventas, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 16

Sistema de ventas en dicha empresa.

Alternativa	n	%
Si	8	53.33
No	7	46.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, si tiene ventajas el sistema de ventas en dicha empresa, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 17

Sistema beneficiará en la rentabilidad económica de la empresa.

Alternativa	n	%
Si	5	33.33
No	10	66.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 66.67% de los encuestados manifestaron que, no beneficiara la rentabilidad económica de la empresa con la implementación del sistema, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 18

Brindará mayor eficiencia en la atención.

Alternativa	n	%
Si	6	40.00
No	9	60.00
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 60% de los encuestados manifestaron que, no se beneficiará la empresa con el uso de la tecnología, ya que no será más eficiente en la atención, mientras que, el 40% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 19*Implementar un sistema de ventas.*

Alternativa	n	%
Si	8	53.33
No	7	46.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, si tienen conocimiento que es un sistema web y s tiene la necesidad de implementar este sistema, porque mejoría la atención, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 20*Disminuirá los errores en el control de ventas.*

Alternativa	n	%
Si	8	53.33
No	7	46.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 53.33 % de los encuestados manifestaron que, si creen que, con la implementación del sistema, disminuirá los errores en el control de ventas, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 21

Agilizar y controlar las ventas de la empresa.

Alternativa	n	%
Si	8	53.33
No	7	46.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, si se implementa ayudaría a agilizar y controlar las ventas de la empresa, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla 22

Sistema optimizará de manera eficiente los procesos que realiza la empresa.

Alternativa	n	%
Si	5	33.33
No	10	66.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 66.67% de los encuestados manifestaron que, no creen que optimizará de manera eficiente los procesos que realiza la empresa, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

4.1.3. Resultados de la dimensión 3: Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas.

Tabla 23

Sistema de gestión de ventas en la empresa.

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si es están de acuerdo con la implementación de un sistema de gestión de ventas en la empresa, por que ayudaría a los procesos.

Tabla 24

Sistema de gestión de ventas ayudaría al manejo de datos de la empresa.

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100 % de los encuestados manifestaron que, si ayudaría al manejo de datos de la empresa, con la implementación del sistema.

Tabla 25*Gestión de ventas cumple con las expectativas de mejora para la empresa.*

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si cumple con las expectativas de mejora, con la implementación del sistema gestión de ventas.

Tabla 26*Gestión de ventas cumple con las expectativas de mejora para la empresa.*

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si se da la implementación del sistema de gestión de ventas, vs a permitir ubicar en forma rápida y oportuna los repuestos, mejorando la calidad de atención a los clientes.

Tabla 27*Sistema de gestión de ventas mantendrá la información segura.*

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
N	-	-
Total	31	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si es necesario realizar un sistema de gestión de ventas, porque esta mantendrá la información segura.

Tabla 28*Tecnología permitirá tener una mejor gestión de ventas.*

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si es necesario realizar una propuesta tecnológica ya que permitirá tener una mejor gestión de ventas

Tabla 29*Gestión de ventas cree usted que permitirá cautelar los bienes de la empresa.*

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si es necesario realizar una gestión de ventas cree usted que permitirá cautelar los bienes de la empresa.

Tabla 30*Stock de los repuestos para la eficiente atención a los clientes.*

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si es necesario tener un stock de los repuestos para la eficiente atención a los clientes.

Tabla 31

Gestión de ventas permitirá tener un mejor control de los procesos.

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si es necesario realizar una gestión de ventas, esta permitirá tener un mejor control de los procesos.

Tabla 32

Gestión de ventas se reducirá el tiempo en la búsqueda de información.

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si es necesario realizar una gestión de ventas, porque su implementación reducirá el tiempo en la búsqueda de información.

4.1.4 Resultados por dimensión

4.1.4.1 Resultado general de la dimensión 1

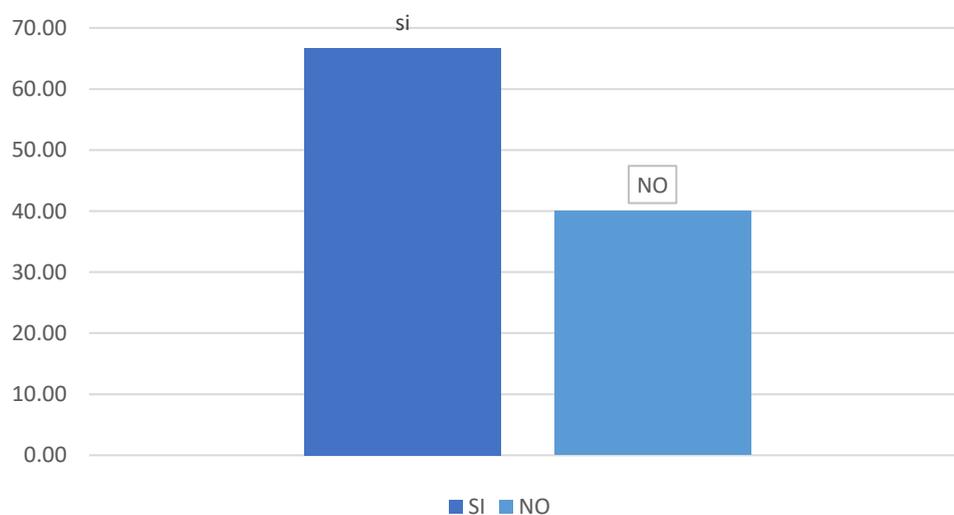
Tabla 33

Nivel de satisfacción con el sistema actual.

Alternativa	n	%
Si	5	33.33
No	10	67.67
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 67.67% de los encuestados manifestaron que, No están de acuerdo con el sistema manual actual de gestión de ventas, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron que, Si están satisfechos con el sistema actual.

Figura 02 *Resultado general de la dimensión 1*



Nota. Representación gráfica de los resultados de la Dimensión 1, Obtenidos de la Tabla 33

4.1.4.2. Resultado general de la dimensión 2

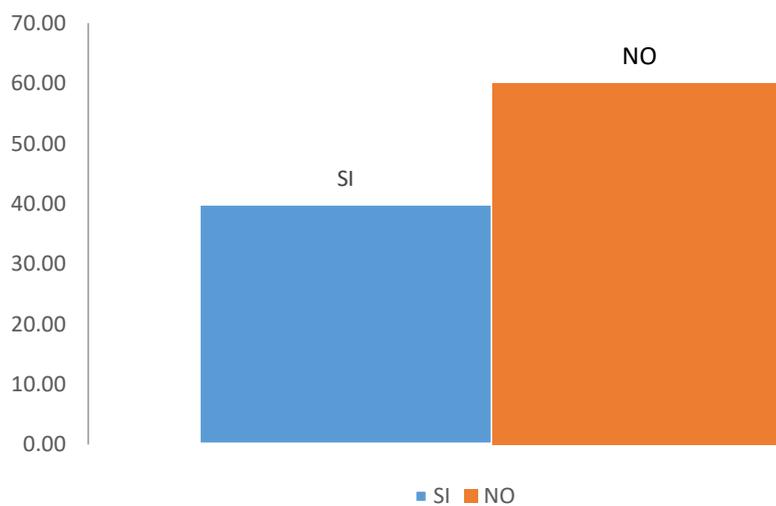
Tabla 34

Conocimientos sobre sistemas informáticos.

Alternativa	n	%
Si	6	40.00
No	9	60.00
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 60% de los encuestados manifestaron que, no tienen conocimientos sobre sistemas informáticos mientras que, el 40% de los encuestados manifestaron que, si tienen conocimientos sobre sistemas informáticos.

Figura 3 Resultado general de la dimensión 2



Nota. Representación gráfica de los resultados de la Dimensión 2, Obtenidos de la Tabla 34

4.1.4.3. Resultado general de la dimensión 3

Tabla 35

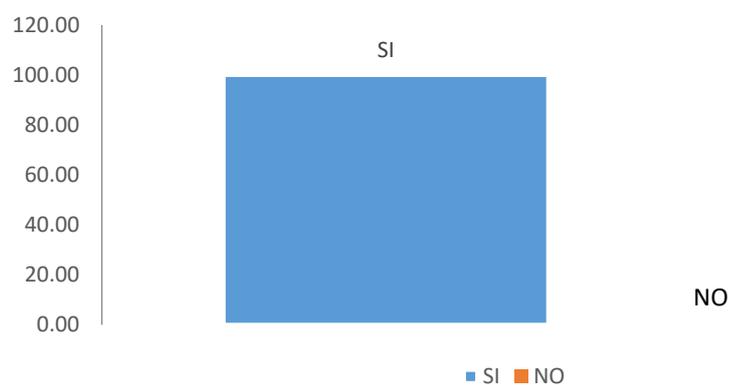
Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas.

Alternativa	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Nota. Se observa que, el 100% de los encuestados manifestaron que, si están de acuerdo con la propuesta de la implementación de un sistema de gestión de ventas

Figura 4

Resultado general de la dimensión 3



Nota. Representación gráfica de los resultados de la Dimensión 3, Obtenidos de la Tabla 35

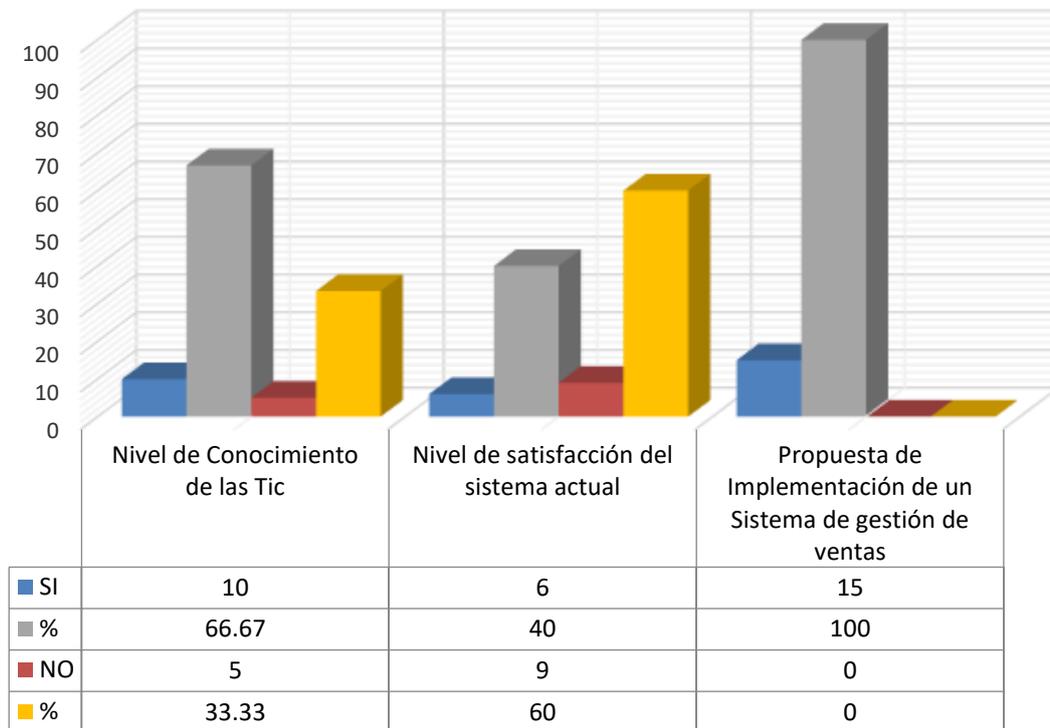
4.1.5. Resumen General

Tabla 36*Resumen general de dimensiones*

Dimensión	ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS				MUESTRA	
	Si	%	No	%	n	%
Nivel de Conocimiento del sistema	10	66.67	5	33.33	15	100
Nivel de satisfacción del sistema actual	6	40.00	9	60.00	15	100
Propuesta de Implementación de un Sistema de gestión de ventas	15	100	-	-	15	100

Nota. Una vez obtenidos los resultados, en la Tabla Nro.36, respecto a la dimensión 1:Nivel de satisfacción del sistema actual , se observa que, el 60% de los encuestados manifestaron que, no tienen conocimientos sobre el sistema actual, por otro lado, el 40.00% de los encuestados manifestaron que, si tienen conocimientos sobre sistemas actual, en lo que respecta a la dimensión 2: Nivel de conocimiento del sistema actual, el 66.67% de los encuestados manifestaron que, si están de acuerdo con la propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron que, no están de acuerdo ya que están satisfechos con el sistema actual, y, respecto a la dimensión 3: Necesidad de propuesta de mejora, el 100 % de los encuestados manifestaron que, si están de acuerdo con la “propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas de la empresa Japan Motors Diesel”.

Figura 5 Resumen general de las dimensiones



Nota. Representación gráfica resumen general de las dimensiones, Obtenidos de la Tabla 36

4.2. Discusión

La encuesta administrada estaba estructurada en tres temas en función de la temática abordada. Los temas son los siguientes: a) Nivel de satisfacción con respecto al sistema de ventas; b) Conocimientos sobre sistemas informáticos; c) Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas.

Sobre esta primera parte del estudio Dimensión N° 1: Nivel de satisfacción con respecto al sistema de ventas se puede concluir que existe un alto nivel de insatisfacción con respecto al sistema de ventas actual, esto está reflejado por el alto porcentaje (67.67%) de las respuestas expresaron estar en desacuerdo con sistema manual actual de gestión de ventas. Este resultado tiene semejanza con los resultados obtenidos en la investigación de Castillo (2011) titulada "Implementación de un sistema web de compra y venta para la distribuidora Salas - Huarmey; 2017.", quien en su respectivo trabajo indicó que, el 70% de los empleados encuestados NO están satisfechos con el sistema de actual; mientras el 30% manifestaron todo lo contrario.

Con respecto a la segunda dimensión: Conocimientos sobre sistemas informáticos, se puede afirmar que existe un 60% de encuestados que manifestaron que No tienen conocimientos en sistemas informáticos de gestión de ventas, esto se refleja sobre todo en las pequeñas empresas, a diferencia de estrategia comercial entre las grandes empresas y medianas empresas, que son mucho más planificadas y sistemáticas en su manera de vender y utiliza los sistemas informáticos, acorde con la tecnología actual. Esta situación representa un alto porcentaje de desconocimiento por parte del personal encuestado, sobre todo en épocas actuales donde los medios de información juegan un papel importante en los actuales momentos que se viven (Pandemia), sin embargo se aprecia que el personal carece de capacitaciones en el campo que desarrollan, este resultado tiene semejanza con lo obtenido en la investigación de Castillo (2021) en su tesis, titulada “propuesta de implementación del sistema de inventario en comercial Vargas, Talara - Piura; 2021”, quien en su trabajo determinó que un alto porcentaje no tienen conocimientos sobre sistemas de información, un 85% de los encuestados no tienen conocimientos sobre sistemas de información, esto coincide con el autor Santana, Pérez y Abreu (2019), en una investigación, nos indican que la automatización de los procesos optimizan los procedimientos de trámite documentario y representa un importante avance tecnológico, pues entre un 25% y un 35% de las entidades públicas han automatizado este proceso en Europa y en Estados Unidos. Con respecto al nivel de conocimientos al uso de las TICs, según los resultados se determina que el 58.06% de encuestados, expresan desconocer la tecnología de la información en el campo en los sistemas de procesos de trámites documentarios y menos aún los sistemas administrativos automatizados; lo que representa un alto porcentaje de desconocimiento por parte del personal encuestado, que si bien es cierto muchos del personal carecen de capacitaciones vigentes, estos resultados se obtuvieron por que los encuestados trabajadores están optando por el uso de nueva tecnología de la información, que ayude a mejorar sus sistemas.

Con respecto a la dimensión 3: Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas, el 100 % de los trabajadores encuestados, están de acuerdo con la implementación de un nuevo sistema de gestión de ventas, este resultado se asemeja

con los resultados obtenidos en la investigación de Palacios (2017) quien en su respectivo análisis de resultados se obtuvo que más del 90% de los encuestados aceptan su implementación del sistema por lo que se recomienda se debe contar con equipos informáticos necesarios para el mejor manejo y funcionamiento del sistema y control de inventario, logrando así mejores resultados, esto coincide con el autor, Quiroa (2023) el cual manifiesta que la gestión de ventas es un proceso mediante el cual se coordina un grupo de personas y recursos para alcanzar las metas de ventas de una empresa. Involucra una serie de políticas y procedimientos que sirven de guía para poder realizar toda esta serie de acciones. Evidentemente, las políticas y procedimientos determinan la forma de cómo reclutar, seleccionar, supervisar, motivar y evaluar a la fuerza de ventas, estos resultados se obtuvieron porque los trabajadores encuestados están apostando por utilizar un sistema de gestión de ventas acorde con la tecnología, ya que ofrece muchos beneficios para el desarrollo de la empresa, el mismo que redundara en los usuarios.

En vista de los resultados obtenidos en la presente investigación, podemos observar que las fuerzas de ventas se concentran en la venta de productos más fáciles, lo que no necesariamente tiene que ver con las necesidades reales de sus clientes, como tampoco con la rentabilidad para la empresa.

4.3. Propuesta de mejora

En la empresa Japan Motors E.I.R.L, se debe implementar el sistema de ventas, con el fin, de mejorar los procesos mencionados. Teniendo en cuenta el análisis de resultados anteriormente, para la empresa. se programa la utilización de la metodología RUP, ya que nos brindara una mejor estructuración del sistema, dando así a los usuarios un proceso de adaptación fiable, dentro de los requerimientos de un software de calidad.

Para la presente investigación se ha considerado sugerir como propuesta de mejora lo siguiente:

- Utilizar la herramienta Start UML, considerando la metodología RUP así como también el modelado UML quien va a modelar los procesos de la empresa, diseñando el modelo del sistema web de Compra y venta.
- Realizar el diseño del sistema web de compra y venta, que especifica todos los procesos requeridos por la empresa.

4.3.1. Modelado Actual

En esta parte de la investigación se plantea proponer demostrar a la empresa Japan Motors Diesel donde se va a proponer el sistema; brindando el modelamiento del negocio mediante diagramas de casos de uso el que va a reflejar de manera gráfica el funcionamiento del sistema en la empresa Japan Motors Diesel.

Como actores principales dentro del sistema para la farmacia tenemos:

- **Gerente Japan Motors Diesel:** Cuya función como actor principal es el control de productos en el almacén ya sea ingreso, salida y registro de estos.
- **Administrador de Campo:** Abastece de productos a los clientes u empresas.
- **Almacenero:** Es el actor fundamental el cual compra y adquiere servicios de la empresa.

4.3.1.1. Requerimientos funcionales

Tabla 37

Requerimientos funcionales

Código	Detalle
RF01	Gestionar compra
RF02	Gestionar ventas
RF03	Gestiona salidas
RF04	Gestionar kardex
RF05	Gestionar cliente
RF06	Gestionar usuario
RFO7	Gestionar productos

Nota. Requerimientos funcionales.

4.3.1.2. Requerimientos no funcionales

- **Seguridad:** Personal encargado que ingrese al sistema, deberá ingresar su código de usuario y clave, la cual será reconocido por el sistema, permitiendo acceso de acuerdo al perfil de usuario que tenga asignado. Se procesadora al guardado y el respaldo de base de datos.
- **Disponibilidad:** El sistema estará operando las 24 horas del día.
- **Estabilidad:** El sistema está conectado para que el personal encargado interactúe a la vez sin producirse ningún tipo restricciones.
- **Portabilidad:** El sistema trabajará en base de un 99% con herramientas, así podrá ser cambiado o actualizado de acuerdo a los requerimientos de la empresa.
- **Rendimiento:** El sistema permite un servicio de calidad, en un ambiente agradable, permitiendo al personal encargado sentir más seguro.
- **Usabilidad:** El sistema debe tener una interfaz que permita ser

amigable ante el personal.

4.3.1.3. Requerimientos de software.

Tabla 38

Requerimientos de software

Descripción	Software
Windows 10.	Sistema operativo.
Gantt.	Programador de actividades.
ArgoUML.	Editor de diagramas UML.
SQL Server.	Servidor Local.
JavaScript.	Lenguaje de programación.
Sublime Text.	Editor Html5.
Excel.	Visualizar reportes de sistema.
Firefox.	Navegador web.

Nota. Requerimientos de software.

4.3.1.4. Estudio de viabilidad

a. Viabilidad Técnica

La Empresa Japan Motors Diesel, cuenta con personal que no está Capacitado para el manejo de las TIC, para lo cual es necesario capacitar al personal y mostrarle el manejo del sistema para su total funcionamiento.

Contamos que la empresa Japan Motors Diesel tenga los medios necesaria para un adecuado funcionamiento del sistema.

La empresa que cuente con estas características cumple los requisitos para el funcionamiento del sistema, que se ha propuesto.

b. Viabilidad Operacional

La propuesta cuenta con la aprobación de la empresa Japan Motors Diesel; el mismo que tendrá un sistema adecuado y que cumpla con la característica que se requiere para su operación.

c. Viabilidad Económica

Sabiendo que un sistema va a ayudar a la mejora del sistema de compra y venta dentro de la empresa Japan Motors Diesel, este, puede llegar a ser útil para la empresa.

Este trabajo de investigación sobre la propuesta de implementación de un sistema de control de compra y ventas; se pondrá en desarrollo del sistema y tendrá costo para la empresa, pero como es un trabajo de investigación, ya que todos los datos detallados por la empresa a continuación serán reconocidos por el presente trabajo de tesis.

Tabla 39
Viabilidad Económica

N°	Tipo	Características		Cantidad	Precio (S/)		
1er Costo	Recurso Humano	Jefe y Auxiliar del Proyecto		1	2500.00		
		Ing. de Sistemas Especialista en Análisis		1	1850.00		
		Ing. de Sistemas Especialista en Diseño Web		1	2100.00		
		Especialista en Marketing		1	600.00		
TOTAL, 1ER COSTO					S/ 7,050.00		
2do Costo	Recursos Técnicos	Software	S.O Windows 10 64 bits	1	180.00		
			Rational Rose Enterprise UML	1	60.00		
			Gantt Project	1	0.00		
			Gestor de Base de Datos MySQL	1	0.00		
			Sublim Text	1	0.00		
			Hojas de estilo CSS	1	200.00		
			Dominio / Servidor en Línea	1	100.00		
		TOTAL, SOFTWARE					S/ 540.00
		Hardware	Computadoras de Escritorio Marca HP	2	3500.00		
			Servidor de Datos	1	900.00		
Total					4400.00		

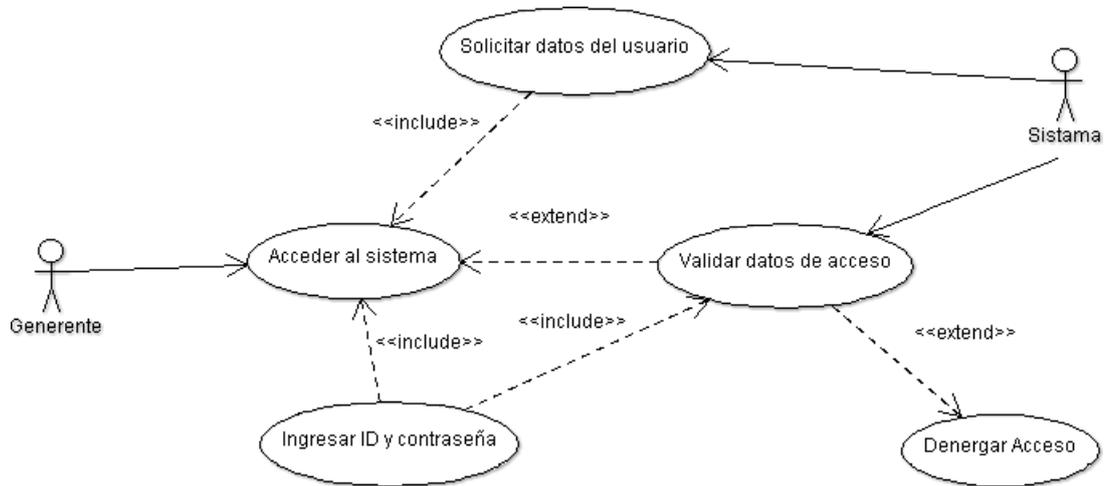
Nota. Viabilidad Económica.

4.3.1.5. Métodos y procedimientos

4.3.1.5.1. Diagramas de Caso de Uso

Figura 6

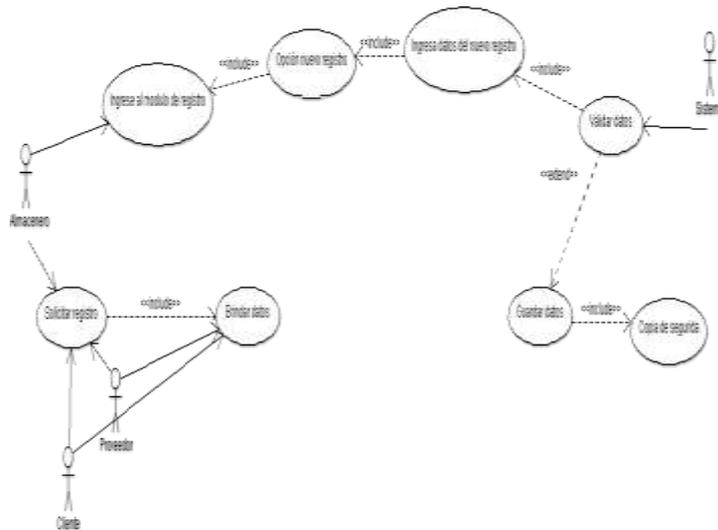
Diagrama Caso de Uso Acceso al sistema



Nota. Diagrama Caso de Uso Acceso al sistema.

Figura 7

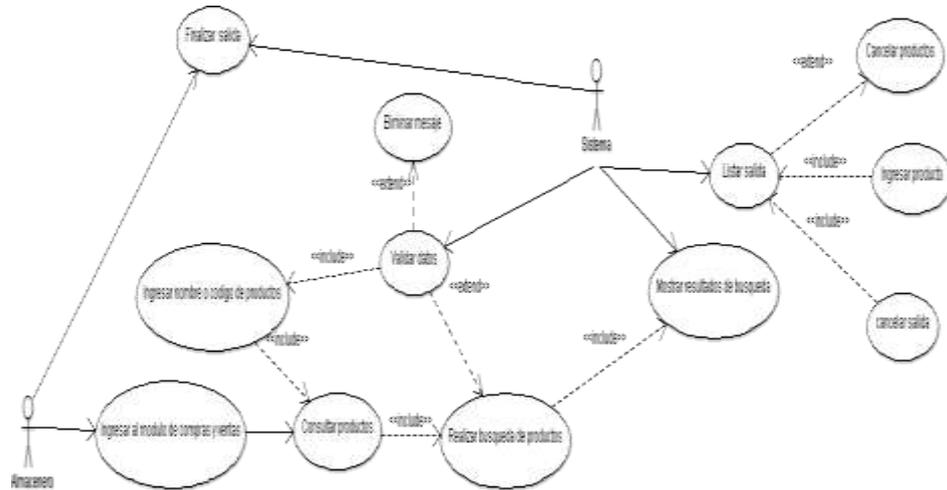
Diagrama Caso de Uso Registrar y listar, proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas



Nota. Diagrama Caso de Uso Registrar y listar, proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas.

Figura 8

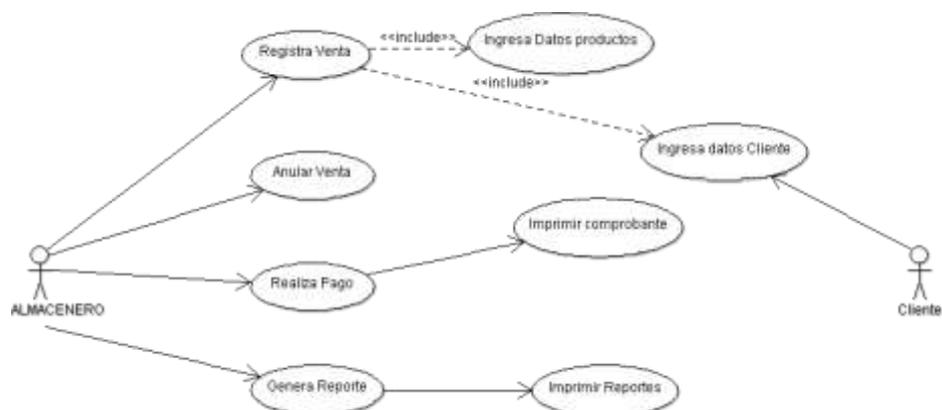
Diagrama Caso de Uso Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería



Nota. Diagrama Caso de Uso Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería

Figura 9

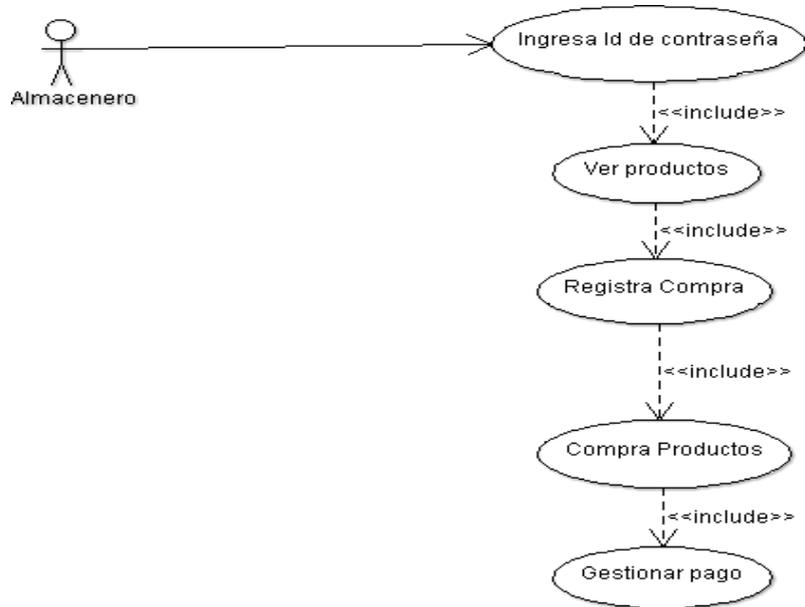
Diagrama Caso de Uso Registro de ventas



Nota. Diagrama Caso de Uso Registro de ventas.

Figura 10

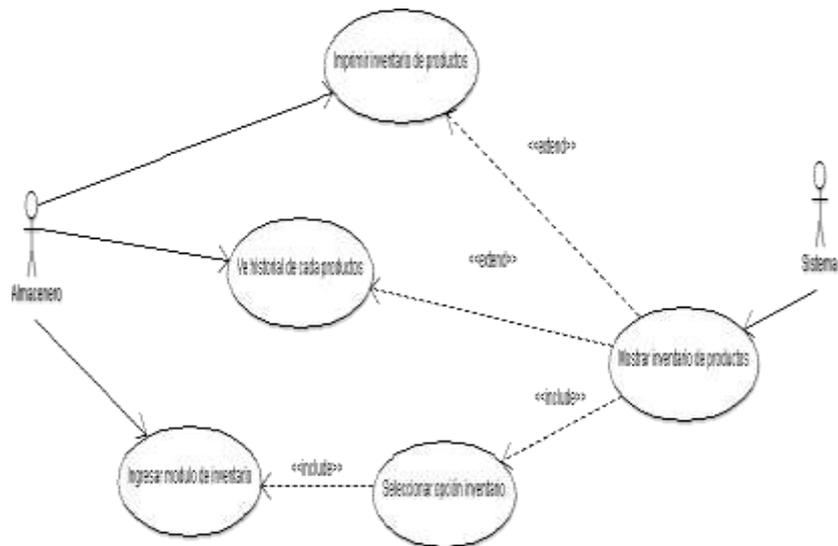
Diagrama Caso de Uso Registro de Compras



Nota. Diagrama Caso de Uso Registro de Compras.

Figura 11

Diagrama Caso de Uso Inventario de productos



Nota. Diagrama Caso de Uso Inventario de productos.

4.3.1.6. Especificaciones de Caso de Uso

Tabla 40

Caso de Uso Acceso al sistema

Nombre de caso de Uso	acceso al sistema.
Tipo de caso de Uso	Primario.
Actor Primario	Almacenero.
Actor Secundario	Ninguno.
Pasos	<ul style="list-style-type: none">• El almacenero ingresa al sistema.• Ingresa su contraseña. • Solicita datos del usuario• Validad datos de acceso• Denegad Acceso
Requisitos específicos	Ninguno.

Nota. Caso de Uso Acceso al sistema.

Tabla 41

Caso de Uso Registrar y listar proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas

Nombre de caso de Uso	Permitir registro y listado de clientes, proveedores, productos, categorías, abastecimientos, salidas.
Tipo de caso de Uso	Primario
Actor Primario	Almacenero.
Actor Secundario	Ninguno
Pasos	<ul style="list-style-type: none">• El almacenero ingresa al módulo de compra y ventas.• Consulta los productos.• Realiza búsqueda de productos.• Validar datos• Elimina datos.• Muestra resultados.
Requisitos específicos	Ninguno

Nota. Caso de Uso Registrar y listar proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas

Tabla 42

Caso de Uso Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería

Nombre de caso de Uso	Permitir búsqueda y registro de mercancías.
Actor Principal	Almacenero
Actor Secundario	Ninguno
Pasos	<ul style="list-style-type: none">• Actor ingresa al módulo de compras y ventas.• Consulta productos.• Ingresa el nombre o código de productos.• Valida los datos. • Mostrar resultado de búsqueda.
Requisitos específicos	Ninguno.

Nota. Caso de Uso Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería.

Tabla 43

Caso de Uso Registro de ventas

Nombre de caso de Uso	Mostrar registro de ventas.
Actor Principal	Almacenero.
Actor Secundario	Cliente.
Pasos	<ul style="list-style-type: none">• El almacenero registrar la venta.• El almacenero anula la venta.• Realiza el pago. • El almacenero genera reporte.• Imprime reporte. • Imprime comprobante
Requisitos específicos	Ninguno.

Nota. Caso de Uso Registro de ventas

Tabla 44*Caso de Uso Registro de compras*

Nombre de caso de Uso	Registro de compras.
Actor Principal	Almacenero.
Actor Secundario	Ninguno.
Pasos	<ul style="list-style-type: none">• Ingresar su contraseña.• Registrar compra.• Ver productos.• Comprar productos.• Gestionar pago
Requisitos específicos	Ninguno

Nota. Caso de Uso Registro de compras.

Tabla 45*Caso de Uso Inventario de productos*

Nombre de caso de Uso	Mostrar inventario de producto.
Actor Principal	Almacenero.
Actor Secundario	Ninguno.
Pasos	<ul style="list-style-type: none">• Imprime inventario de productos.• Ver historial de cada producto.• Ingresa al módulo de inventario.• Selecciona opción de• inventario.• Mostrar inventario de productos.
Requisitos específicos	Ninguno.

Nota. Caso de Uso Inventario de productos.

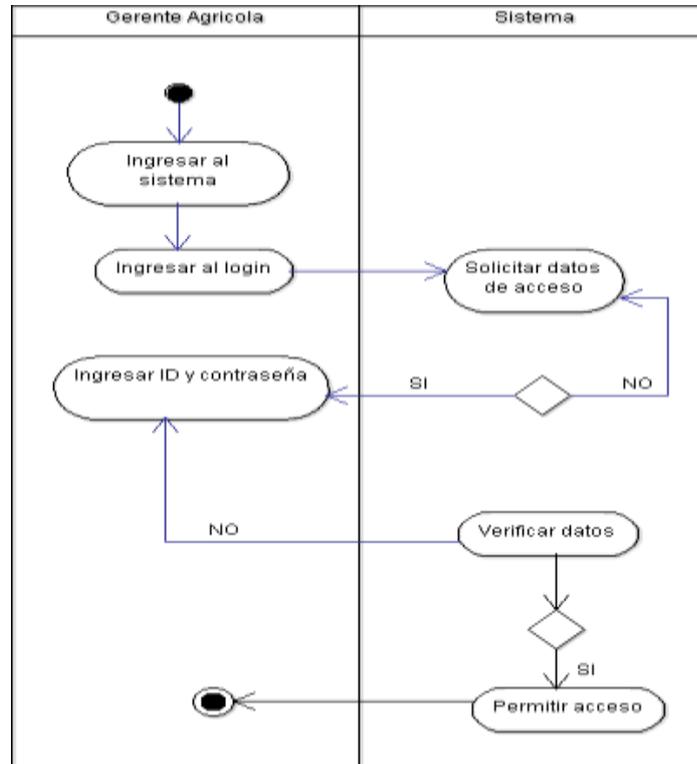
Tabla 46*Caso de Uso Abastecimiento de mercaderías*

Nombre de caso de Uso	Permitir abastecimiento de mercaderías.
Actor Principal	Almacenero.
Actor Secundario	Ninguno.
Pasos	<ul style="list-style-type: none">• Ingresar al módulo de Inventario.• Elegir la opción abastecer• Consultar productos.• Registrar búsqueda de productos.• Ingresar cantidad de productos.• Salir del sistema
Requisitos específicos	Ninguno

Nota. Caso de Uso Abastecimiento de mercaderías.

Figura 13

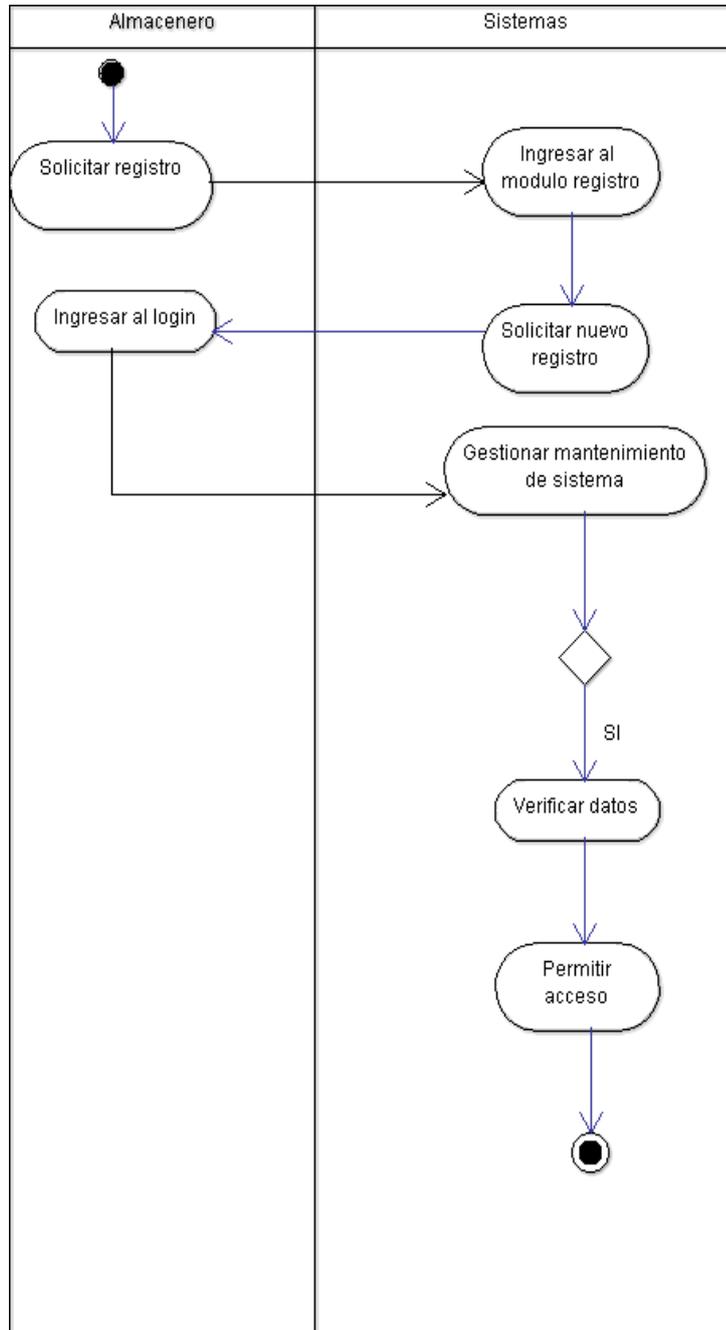
Diagrama de Actividades Acceso al sistema



Nota. Diagrama de Actividades Acceso al sistema

Figura 14

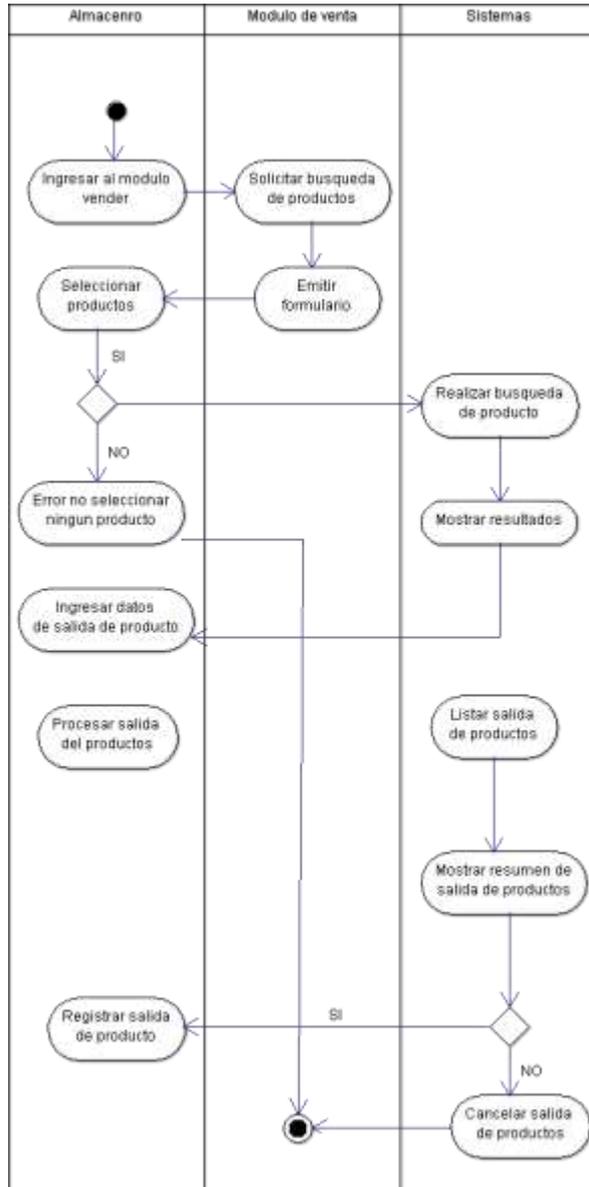
Diagrama de Actividades Registrar y listar proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas



Nota. Diagrama de Actividades Registrar y listar proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas

Figura 15

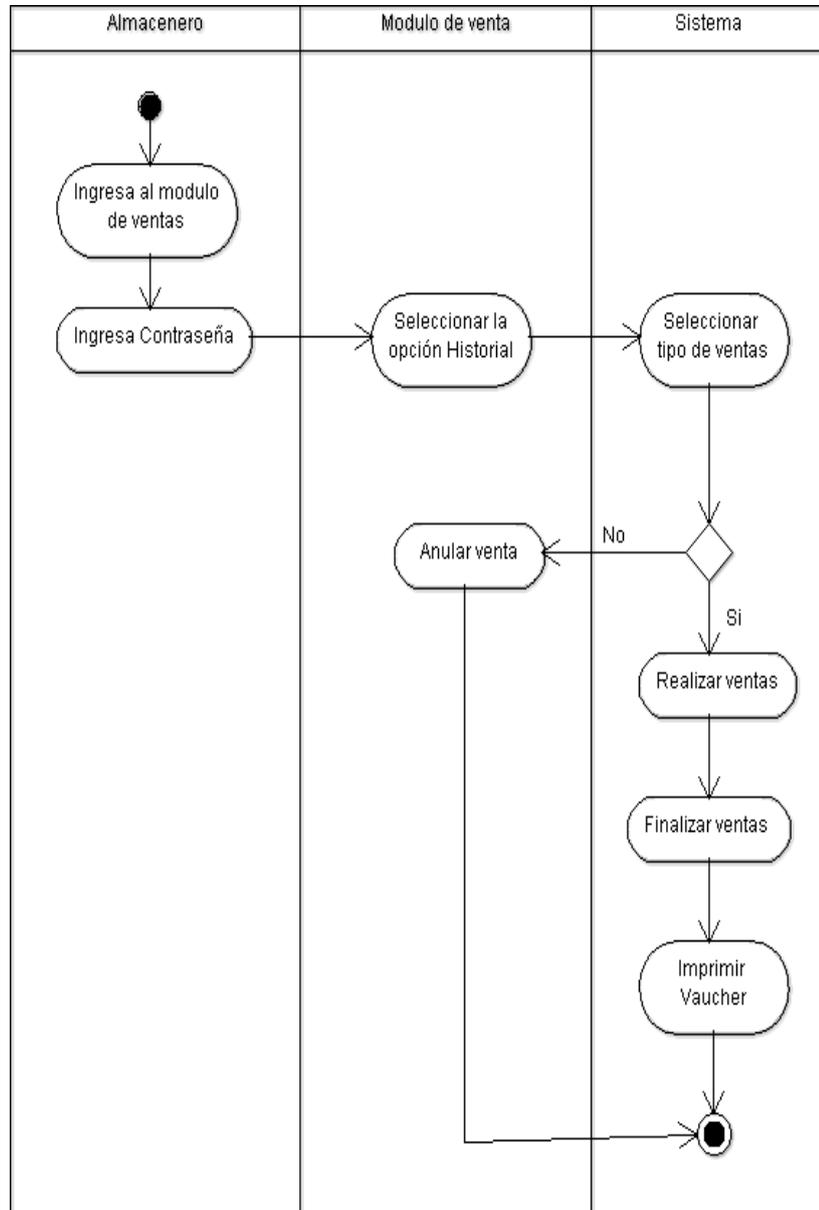
Diagrama de Actividades Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería



Nota. Diagrama de Actividades Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería

Figura 16

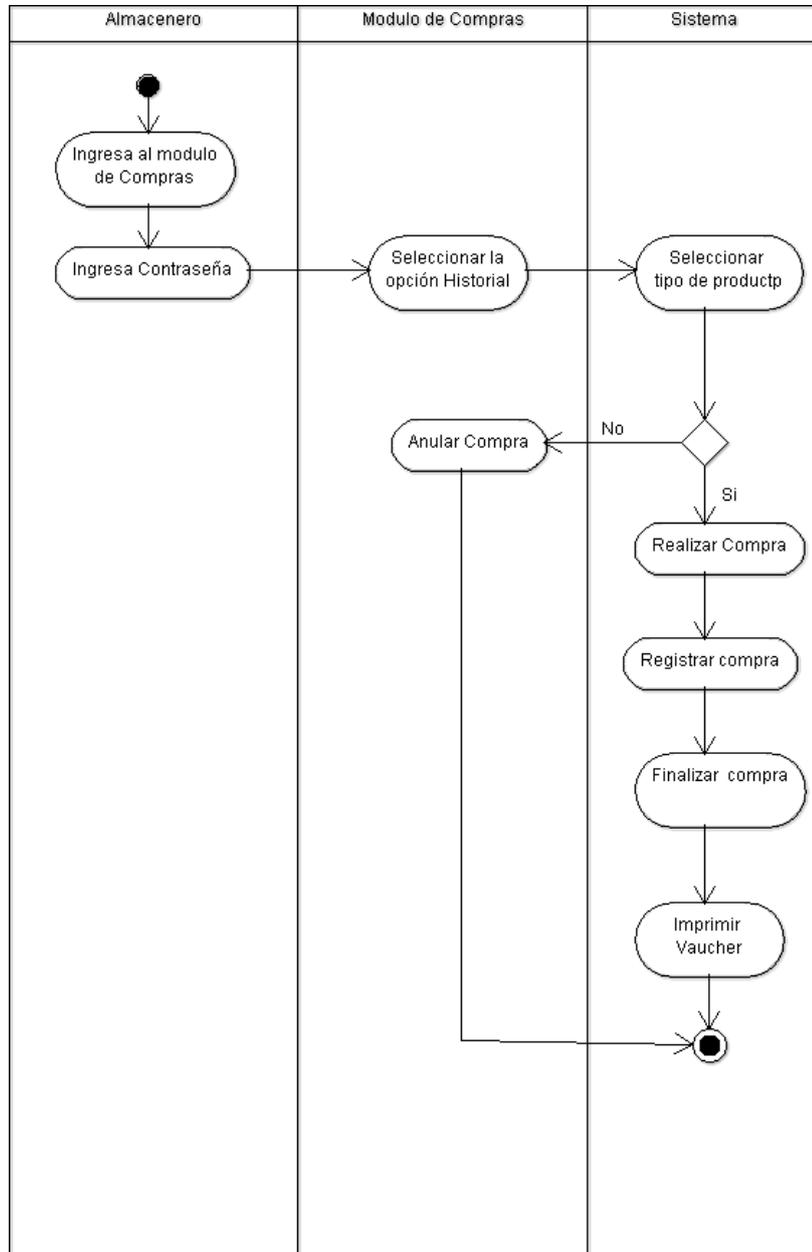
Diagrama de Actividades Registro de ventas



Nota. Diagrama de Actividades Registro de ventas

Figura 17

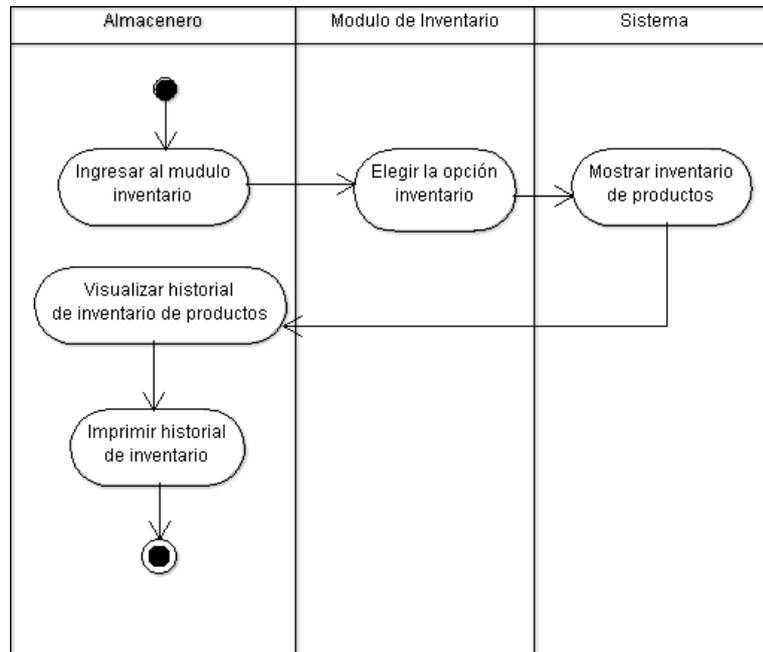
Diagrama de Actividades Registro de Compras



Nota. Diagrama de Actividades Registro de Compras

Figura 18

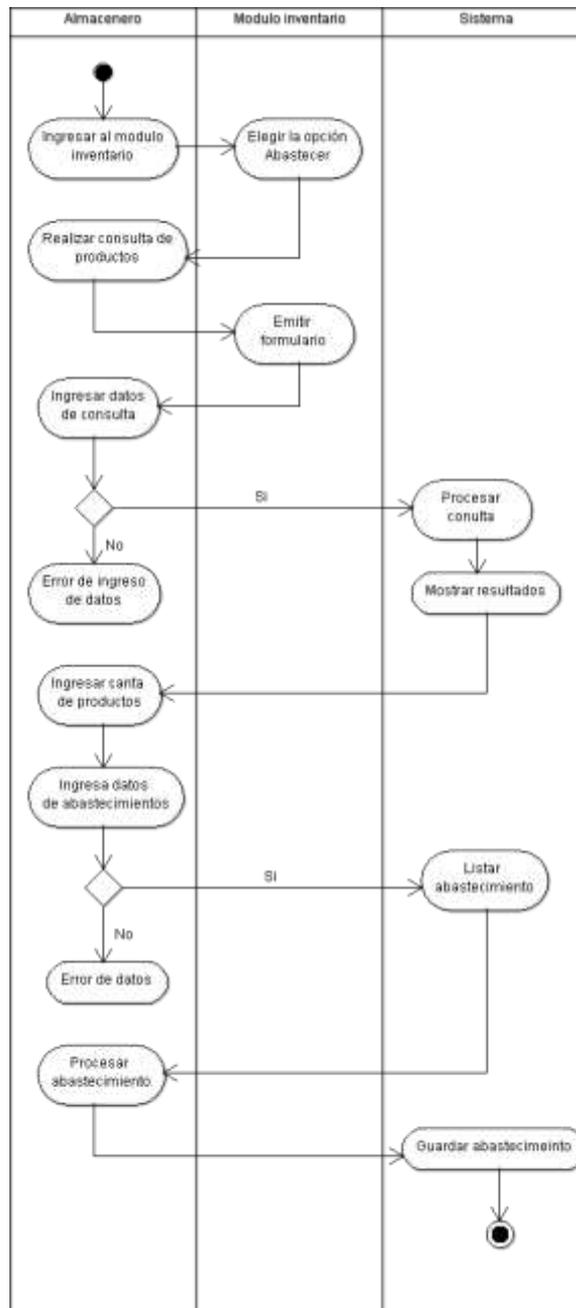
Diagrama de Actividades Inventario de productos



Nota. Diagrama de Actividades Inventario de productos.

Figura 19

Diagrama de Actividades Abastecimiento de mercadería

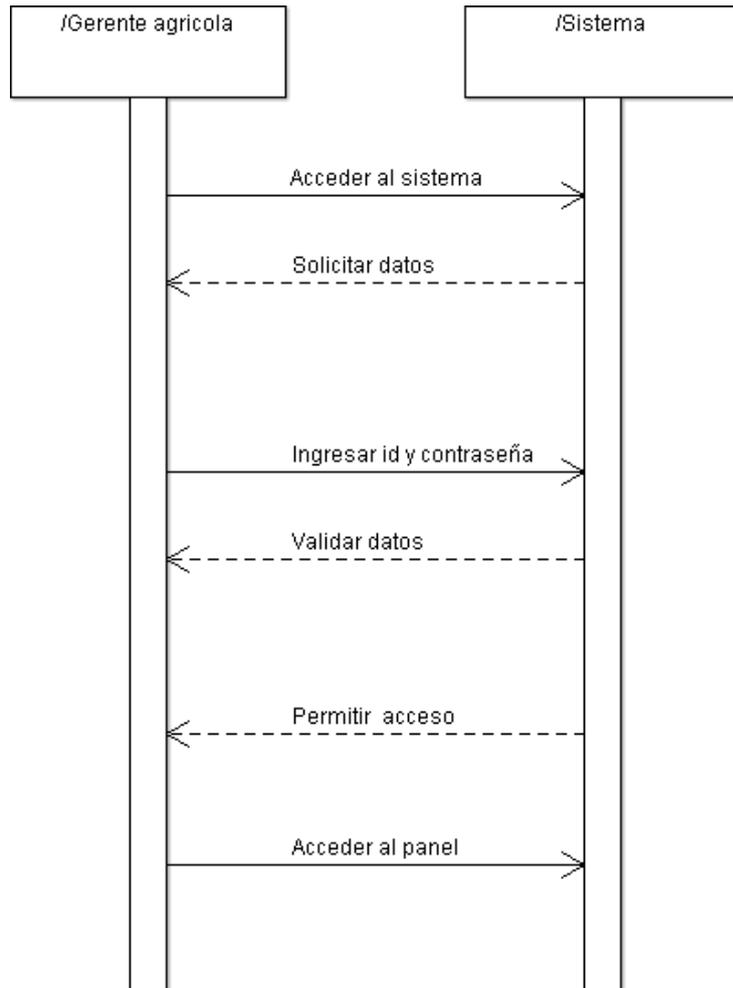


Nota. Diagrama de Actividades Abastecimiento de mercadería.

4.3.1.7. Diagramas de Secuencia

Figura 20

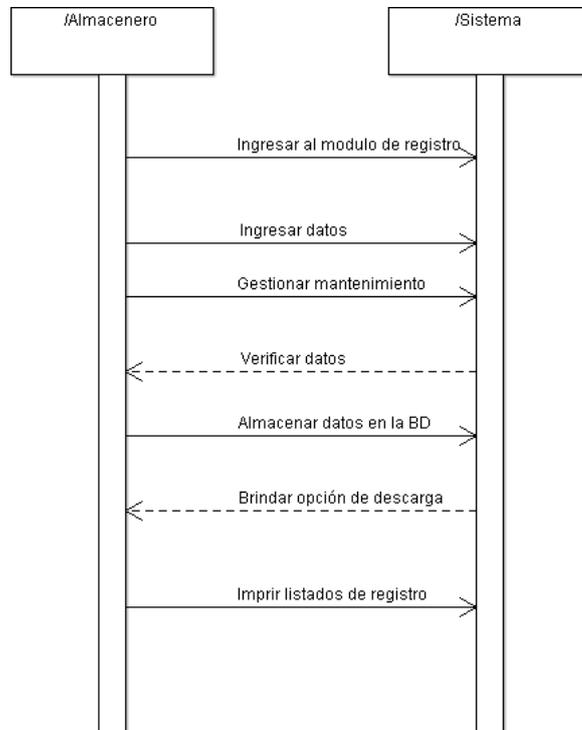
Diagrama de Secuencia Acceso al sistema



Nota. Diagrama de Secuencia Acceso al sistema.

Figura 21

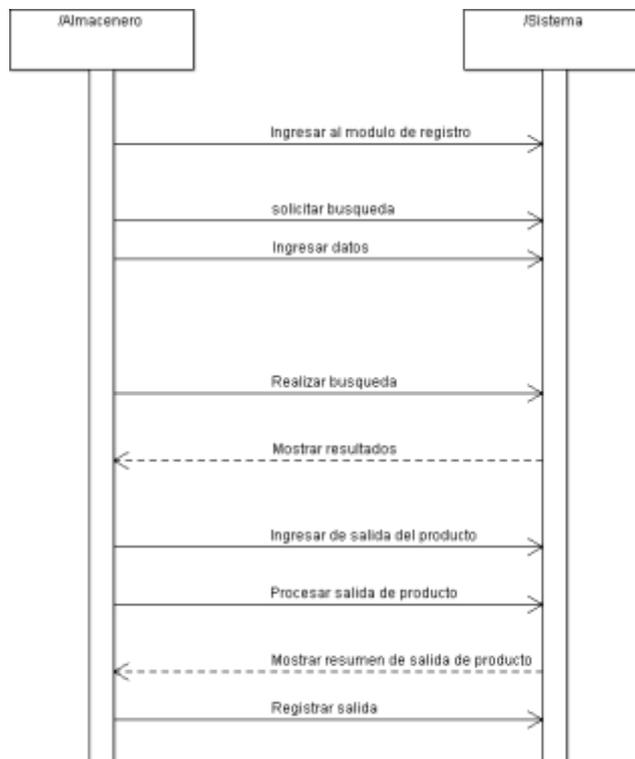
Diagrama de Secuencia Registrar y listar proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas



Nota. Diagrama de Secuencia Registrar y listar proveedor, cliente, producto, categoría, abastecimientos, salidas.

Figura 22

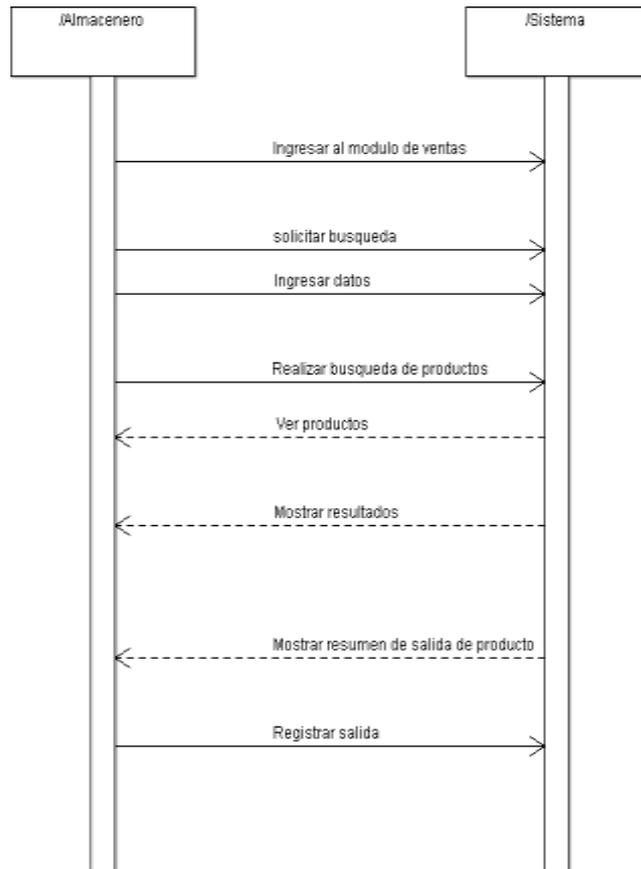
Diagrama de Secuencia Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería



Nota. Diagrama de Secuencia Búsqueda de Producto y Registro de Salida de Mercadería.

Figura 23

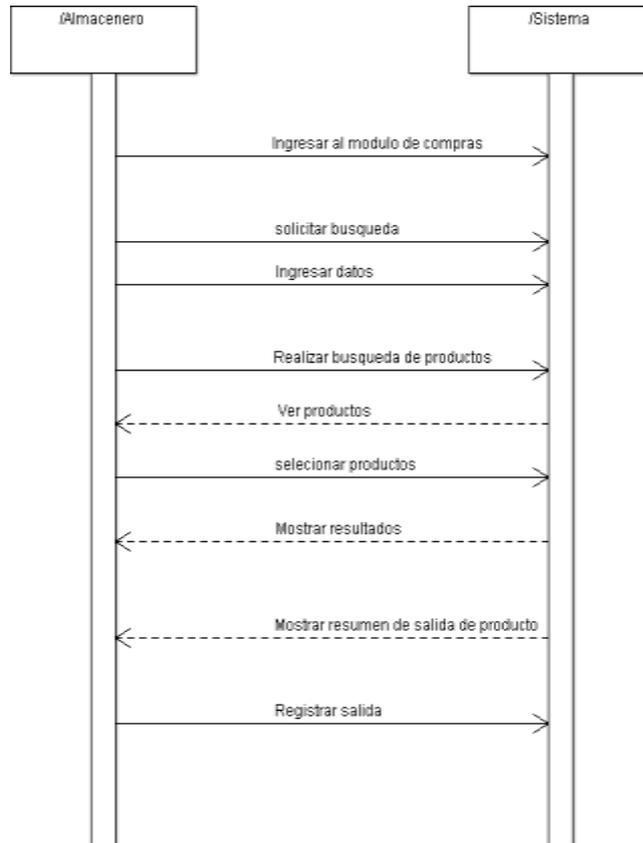
Diagrama de Secuencia sistema de ventas



Nota. Diagrama de Secuencia sistema de ventas

Figura 24

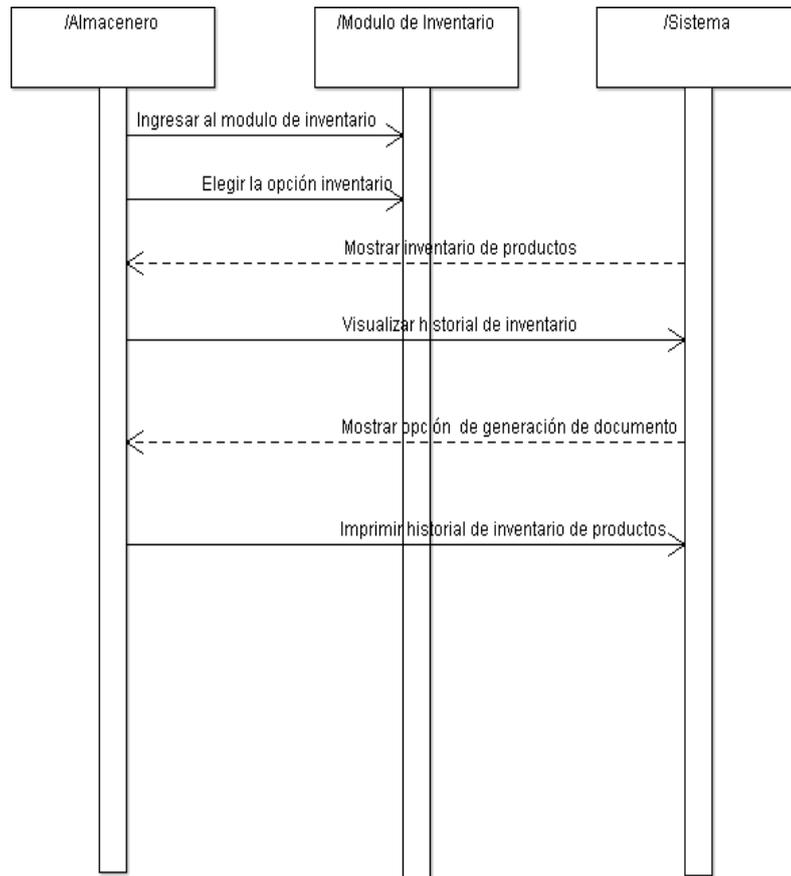
Diagrama de Secuencia sistema de compras



Nota. Diagrama de Secuencia sistema de compras

Figura 25

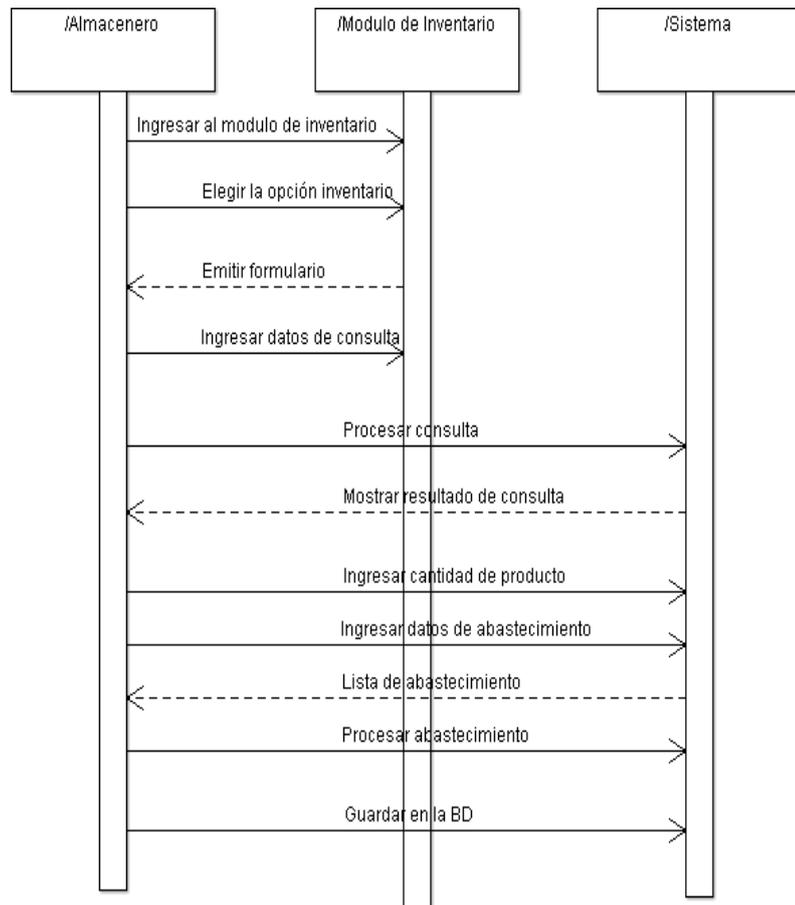
Diagrama de Secuencia Inventario de productos



Nota. Diagrama de Secuencia Inventario de productos.

Figura 26

Diagrama de Secuencia Abastecimiento de mercadería



Nota. *Diagrama de Secuencia Abastecimiento de mercadería.*

4.3.1.8. Modelo físico de base de datos

Figura 27

Modelo Físico de Base de Datos Sistema de Control de Inventario



Nota. Modelo Físico de Base de Datos Sistema de Control de Inventario.

4.3.1.9. Prototipos del Sistema de Control de Inventario

Figura 28

Interfaz Acceso al sistema

Bienvenido de nuevo 😊

Nombre de usuario

admin

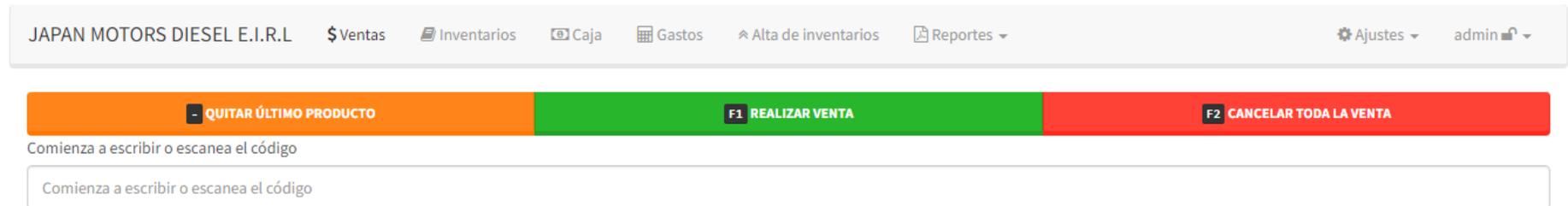
Contraseña

INICIAR SESIÓN

Nota. Interfaz Acceso al sistema.

Figura 29

Interfaz menú principal del sistema



Aquí aparecerán los productos que agregues



Nota. Interfaz menú principal del sistema.

Figura 30
Registrar Productos

Registrar nuevo producto

Id del producto

Nombre del producto

Precio de compra

Precio de venta

Inventario inicial

Cantidad en stock

Familia o proveedor

GUARDAR

Buscar producto por id o nombre

Código	Nombre	Precio de compra	Precio de venta	Utilidad	Existencia	Existencia mínima	Familia	Opciones
1	REPUESTO	\$15.00	\$25.00	\$10.00	2.00	11.00	promart	⋮

← PRODUCTOS NUEVOS
PRODUCTOS ANTERIORES →

Nota. Registrar Productos.

Figura 31

Caja

JAPAN MOTORS DIESEL E.I.R.L \$ Ventas  Inventarios  Caja  Gastos  Alta de inventarios  Reportes ▾  Ajustes ▾ admin  ▾

Cantidad de dinero a guardar:

Ingresar dinero a la caja

Nota. Caja.

V. CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos, analizados e interpretados, se determina que existe la necesidad de realizar la implementación del sistema de gestión esto va a mejorar las ventas de productos que se ofrece la empresa, debido a la insatisfacción de los trabajadores de las áreas de ventas, personal administrativo. Por lo que de acuerdo a lo planteado en la hipótesis general de esta investigación en que la implementación de un sistema de gestión de ventas para la empresa Japan Mortors Diesel S.R.L – Piura; 2022, mejorara la gestión de las ventas de productos, en tal sentido hipótesis general queda aceptada.

En consecuencia, teniendo en cuenta las hipótesis específicas se llega a las siguientes conclusiones específicas.

1. Se logró identificar la problemática, donde el 66.67% de los trabajadores encuestados mostraron su insatisfacción con respecto al proceso actual de gestión de venta. Lo que ha permitido identificar los requerimientos que necesita la empresa, por lo que resulta necesario la implementación de la propuesta de un sistema de gestión de venta de ventas de productos para acelerar la atención al cliente, como aporte se tiene la automatización de los procesos de ventas y stock de materiales y como valor agregado se le brindara una capacitación al personal de ventas y administrativo.
2. Se realizó el diseño de la arquitectura del sistema haciendo uso de la metodología de desarrollo de software RUP, y los estándares de lenguaje UML, se utilizó como herramienta de análisis el programa Rational Rose. Como aporte a la investigación se pudo detectar las necesidades de los clientes y trabajadores en referencia a los procesos de la tienda que se presentaban con frecuencia, y como valor agregado se solicitó implementar un sistema web para que haya facilidades en el trabajo dentro y fuera de la tienda.

VI. RECOMENDACIONES

1. Es importante dar a conocer a la gerencia y se le sugiere que el desarrollar del sistema cumpla con todas las necesidades y requerimientos la cual ayudará a gestionar las ventas y el stock de producto.
2. La gerencia y la empresa se le recomienda que deben tomar como referencia la línea de investigación realizada sobre el sistema de gestión de ventas, que se considere la oportunidad de integrar en su plan de trabajo.
3. Es importante que el sistema de gestión ayudara al propietario o gerente como a los clientes en agilizar sus ventas respectivamente, cabe mencionar que la persona encargada del manejo del sistema se le sugiere que debe ser capacitada para que brinde una mejor atención a los clientes.
4. Finalmente, se le sugiere a la empresa evaluar la posibilidad de hacer uso de un servidor hosting y domino propio a fin de mantener disponible la información del sistema y que puedan acceder desde lugar o dispositivo diferentes ya que esto quita la limitación de ubicación que se tiene al trabajar con un servidor local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias. (2006). *Metodologia De La Investigacion*.
- Ayala. (2023). *Tecnologias De Informacion Y De Comunicacion*.
- Baptista. (2017). *Metodologia De La Investigacion*.
- Barzanallana Asensio, R. M. (05 De 06 De 2023). *Javascript*. Javascript:
<https://www.um.es/Docencia/Barzana/Daweb/Lenguaje-De-Programacion-Javascript-1.Pdf>
- Calandra. (2023). *Conociendo Las Tic*.
- Carbajal. (2019). *Implementación De Un Sistema Web Para El Control De Ventas E Inventario En La Farmacia San Felipe – Casma; 2019*.
- Chiavenato. (2023). *Introduccion A La Teoria General De La Administracion*. 7ma.
- Cruz Ramos, K. G. (2020). “*Estrategias De Marketing Digital Para Mejorar Las Ventas De La Empresa Dysmar E.I.R.L. Piura, Año 2019*”.
- Diaz Ortega, A. L., & Contreras Falcón, C. Y. (2009). *Reingenieria De Una Red De Datos De Servicio*. [Http://www.ptolomeo.unam.mx:8080:/jspui/bitstream/132.248.52.100/1536/1/Tesis.Pdf](http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/jspui/bitstream/132.248.52.100/1536/1/Tesis.Pdf)
- Egoavil. (2019). “*Diseño E Implementación De Un Sistema De Información Para La Gestión De Servicios De Inventario En La Empresa Polishoes S.R.L. Ate Vitarte - Lima, 2019*”.
- Enriquez, P. (2015). *Roa Asociados*. Chimbote: Huguito.
- Foster. (2023). *Ventas Y Mercadotecnia*.
- Fraguela. (2023). *La Integracion De Los Sistemas De Gestion*.
- Garcia. (2023). *El Cuestionario Como Instrumento De Inbvestigacion*.
- Guapi Auquilla, M. J. (2018). *Unach*.
[Http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5163/1/Unach-Fceht-Ds%C3%91-Grf-2018-000018.Pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5163/1/Unach-Fceht-Ds%C3%91-Grf-2018-000018.Pdf)

- Guzmán. (2019).
- Haughton, J. Y. (2019).
- Hueyo Chino, M. C., & Velázquez Medina, R. (10 De 02 De 2015). *Benemérita Universidad Autónoma De Puebla*.
<https://www.fcfm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/maticas/Rosavelazquezmedina.pdf>
- Jarin. (2020). *Repositorio Tesis Y Posgrado*.
- Jiménez. (2020). *Control Interno Y La Gestion De Inventarios En Los Almacenes De La Empresa Magensa Materiales Generales,2018*.
- Nejer. (2019).
- Palacios. (2021). “ *Implementación De Un Sistema Informático De Control De Inventario Y Facturación Del Grupo Forestal San Juan Sac*” De Piura.
- Programación, L. D. (05 De 06 De 2023). *Informativa Iv*.
http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/informatica_4.pdf
- Quiroa. (2023). *Gestion De Ventas* .
- Sabino. (1992). *Proceso De Investigacion*.
- Schwaber , K., & Sutherland , J. (2020). *La Guia Scrum*.
- Socola. (2020). “*Implementación De Un Sistema Control De Almacén En La Ferretería Tomasini – Piura; 2020*.”.
- Subía Coro, M. (2012). *Auditoría De Gestión A La Aplicación De La Iso 14*. Tesis Pre-Grado, Escuela Politécnica Del Ejército, Departamento De Ciencias Económicas, , Sangolquí, .
- Tamayo. (1999). *La Investigacion*.
- Tijero Fuentes, W. S., & Yuca Garcia, J. C. (2017). *Análisis De Los Framework Codeigniter Php Y Twitter Bootstrap Para El Desarrollo De Aplicaciones Web, Caso: Sistema De Gestión De Nichos Para El Cementerio Parque Del Reencuentro*”.
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/879/Julio_Wilbert_Tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=3&isallowed=Y

Trigas Gallego, M. (2012). *Metodologia Scrum*.

Tupiza. (2020). *Analisis, Diseño E Implementacion De Un Sistema De Ventas Y Control De Inventario De Insumos De Terapia Fisica Caso De Estudio*.

Uladech. (03 De 06 De 2023). *Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote*. Uladech: <https://web2020.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/Reglamento-Instituto-Investigacion-V006.pdf>

Urteaga Pecharroman, A. (2015). *Aplicacion De Una Metodologia De Desarrollo Agil Scrum Para El Desarrollo De Un Sistema De Gestion De Empresa*. Madrid.

Varhen. (2021). *“Propuesta De Implementación Del Sistema De Inventario En Comercial Vargas, Talara - Piura; 2021”*.

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
Propuesta de Implementación de un sistema de gestión de venta de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura; 2023.	¿De qué manera la propuesta de implementación de un Sistema de gestión de ventas en la empresa Japan Motors Dise E.I.R.L., contribuye a aumentar los índices de ventas en dicha Empresa?	Proponer la implementación de un sistema de gestión de ventas mejorara en forma significativa a aumentar los índices de ventas en la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.	La propuesta de la implementación de un sistema de gestión de ventas en la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. Piura; 2023, influye en la mejora de la atención de los clientes.	V. Independiente Gestión de ventas V. Dependiente Servicios	Tipo: Descriptiva Nivel: Cuantitativa Diseño: No experimental y de corte transversal
		Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
		1. Analizar la situación problemática de las ventas de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.	1. El análisis de la situación problemática del sistema de gestión de ventas, influye significativamente en la toma de decisiones de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. Piura; 2023. 2. La utilización de una metodología de ventas mejora		

		<p>2. Implementación de una metodología de ventas que permita reducir el tiempo de atención de los clientes.</p> <p>3. Diseño de una base de datos de Control que permita reducir la pérdida de información de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L .</p>	<p>la reducción de tiempo de atención de los clientes de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.</p> <p>3. El diseño de una base de datos de control influye en la reducción de la pérdida de información de la empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.</p>		
--	--	---	--	--	--

Nota. Matriz de consistencia.

Anexo 02. Instrumento de recolección de información

TITULO: PROPUESTA DE UN SISTEMA DE VENTA DE LA EMPRESA JAPAN MOTORS E.I.R.L - PIURA; 2023.

TESISTA: JHOSELINE LISSET BRAN SALAZAR

El presente instrumento forma parte del actual trabajo de investigación; por lo que se solicita su participación, respondiendo a cada pregunta de manera objetiva y veraz. La información a proporcionar es de carácter confidencial y reservado; y los resultados de la misma serán utilizados sólo para efectos académicos y de investigación.

1.1. INSTRUCCIONES:

A continuación, se le presenta una lista de preguntas, agrupadas por dimensión, que se solicita que responda, marcando con una sola alternativa con un aspa (“X”) en el recuadro correspondiente (SI o NO) según considere su alternativa.

Dimensión N° 01: Nivel de Satisfacción con respecto al sistema de ventas			
Nro.	Pregunta	SI	NO
1	¿Usted cree con el actual sistema de gestión de ventas permite atender el pedido rápidamente?		
2	¿Está Usted satisfecho con el sistema actual de gestión de ventas?		
3	¿Cómo empresa te facilita este sistema de ventas?		
4	¿Está satisfecho con el tiempo que tardan en llegar los productos?		
5	¿Actualmente la empresa Japan Motors cuenta con algún sistema informático para el control de compra y venta de sus productos?		
6	¿El sistema de ventas que se propone implementar cubre todas las expectativas de la empresa?		

7	¿Cree Ud. que el manejo de las ventas se realiza de una manera óptima y segura para el beneficio de los clientes?		
8	¿Considera que la empresa Japan Motors cuenta con los recursos económicos para la implementación de un Sistema de control de Ventas?		
9	¿Cree que el sistema debe mostrar información del proceso de ventas en tiempo real, para generar eficiencia y eficacia?		
10	¿El sistema de gestión de ventas actual permite satisfacer las expectativas de los clientes?		
Dimensión N° 02: Conocimientos sobre sistemas informáticos			
11	¿Le resuelven habitualmente su consulta en la misma llamada?		
12	¿A los clientes les resulta sencillo buscar información en tu sitio web?		
13	¿Brinda un servicio de alta calidad en el sistema de ventas?		
14	¿Qué ventajas tiene el sistema de ventas en dicha empresa?		
15	Considera que la implementación de un sistema beneficiará en la rentabilidad económica de la empresa.		
16	Considera que el uso de la tecnología en la empresa brindará mayor eficiencia en la atención.		
17	Considera que la empresa tiene la necesidad de implementar un sistema de ventas		
18	Considera que proponer la implementación de un sistema de gestión de ventas disminuirá los errores en el control de ventas.		

19	El sistema de gestión de ventas ayudara a agilizar y controlar las ventas de la empresa.		
20	Considera que la propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas optimizará de manera eficiente los procesos que realiza la empresa		
Dimensión N° 03: Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas			
21	¿Estás de acuerdo con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas en la empresa?		
22	¿Consideras que con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas ayudaría al manejo de datos de la empresa?		
23	¿Cree usted que la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas cumple con las expectativas de mejora para la empresa?		
24	¿Está de acuerdo que, con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas, permitiría determinar en forma rápida y oportuna la ubicación de los repuestos para la mejor atención de los clientes?		
25	¿Cree Ud. que este nuevo sistema de gestión de ventas mantendrá la información segura?		
26	¿Estarías de acuerdo que con la implementación de la tecnología permitirá tener una mejor gestión de ventas?		
27	¿Con la implementación del sistema de gestión de ventas cree usted que permitirá cautelar los bienes de la empresa?		

28	¿Cree Ud. que con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas ayudará a tener reportes en forma oportuna para mantener el stock de los repuestos para la eficiente atención a los clientes?		
29	¿Cree Ud. que utilizando un sistema de gestión de ventas permitirá tener un mejor control de los procesos?		
30	¿Cree Ud. que con este sistema de gestión de ventas se reducirá el tiempo en la búsqueda de información?		

Nota. Instrumento de recolección de información

Anexo 03. Validez del instrumento

4.5 Formato para validación de instrumentos de recolección de información

4.5.1 Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: <i>Eddy Fabian Nizama Changanaque</i>	
N° DNI / CE: <i>71090039</i>	Edad: <i>27</i>
Teléfono / celular: <i>910682850</i>	
Email: <i>ednizochua@gmail.com</i>	

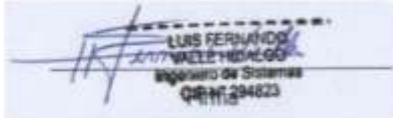
Título profesional: <i>Ingeniero de Sistemas</i>	
Grado académico: Maestría _____	Doctorado: _____
Especialidad:	
Institución que labora: <i>Independiente</i>	

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Título:	
Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura; 2023.	
Autor(es): JHOSELINE LISSET BRAN SALAZAR	
Programa académico: Ingeniería de Sistemas	

 ----- EDDY-FABIAN NIZAMA CHANGANAUQUE Ingeniero de Sistemas CIP N°302696 N.T.T.B.	 Huella digital

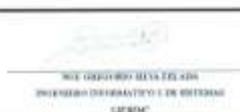
4.5.1 Formato para validación de instrumentos de recolección de información

4.5.2 Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: Luis Fernando Valle Hidalgo	
N° DNI / CE: 46300881	Edad: 30 AÑOS
Teléfono / celular: 968949204	
Email: Luis_valle_10@Outlook.com	
Título profesional: INGENIERO INFORMÁTICO Y DE SISTEMAS	
Grado académico: Maestría _____	Doctorado: _____
Especialidad:	
Institución que labora: Instituto Superior Abaco	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis:	
Título: Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura; 2023.	
Autor(es): JHOSELINE LISSET BRAN SALAZAR	
Programa académico: Ingeniería de Sistemas	
 Luis Fernando Valle Hidalgo Ingeniero de Sistemas Q981294823	 Huella digital

4.5.1 Formato para validación de instrumentos de recolección de información

4.5.2 Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: NOÉ GREGORIO SILVA ZELADA	
N° DNI / CE: 32983395	Edad: 45 AÑOS
Teléfono / celular: 963873067	
Email: noesilvaze@gmail.com	
Título profesional: INGENIERO INFORMÁTICO Y DE SISTEMAS	
Grado académico: Maestría <input checked="" type="checkbox"/>	Doctorado: <input checked="" type="checkbox"/>
Especialidad: MAGISTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN	
Institución que labora:	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis:	
Título:	
Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura, 2023.	
Autor(es): JHOSELINE LISSET BRAN SALAZAR	
Programa académico: Ingeniería de Sistemas	
 NOÉ GREGORIO SILVA ZELADA INGENIERO INFORMÁTICO Y DE SISTEMAS CIPROM	
Firma	Huella digital

Anexo 04 Confiabilidad del instrumento

4.54 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura; 2023.								
	Variable 1:	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	Dimensión 1: Nivel de Satisfacción con respecto al sistema de ventas ¿Usted cree con el actual sistema de gestión de ventas permite atender el pedido rápidamente?	X		X		X		
2	¿Está Usted satisfecho con el sistema actual de gestión de ventas?	X		X		X		
3	¿Cómo empresa te facilita este sistema de ventas?	X		X		X		
4	¿Está satisfecho con el tiempo que tardan en llegar los productos?	X		X		X		

5	¿Actualmente la empresa Japan Motors cuenta con algún sistema informático para el control de compra y venta de sus productos?	X		X		X		
6	¿El sistema de ventas que se propone Proponer cubre todas las expectativas de la empresa?	X		X		X		
7	¿Cree Ud. que el manejo de las ventas se realiza de una manera óptima y segura para el beneficio de los clientes?	X		X		X		
8	¿Considera que la empresa Japan Motors cuenta con los recursos económicos para la implementación de un Sistema de control de Ventas?	X		X		X		
9	¿Cree que el sistema debe mostrar información del proceso de ventas en tiempo	X		X		X		

	real, para generar eficiencia y eficacia?						
10	¿El sistema de gestión de ventas actual permite satisfacer las expectativas de los clientes?	X		X		X	
	Dimensión 2: Conocimientos sobre sistemas informáticos						
1	¿Le resuelven habitualmente su consulta en la misma llamada?	X		X		X	
2	¿A los clientes les resulta sencillo buscar información en tu sitio web?	X		X		X	
3	¿Brinda un servicio de alta calidad en el sistema de ventas?	X		X		X	
4	¿Qué ventajas tiene el sistema de ventas en dicha empresa?	X		X		X	

5	Considera que la implementación de un sistema beneficiará en la rentabilidad económica de la empresa.	X		X		X		
6	Considera que el uso de la tecnología en la empresa brindará mayor eficiencia en la atención.	X		X		X		
7	Considera que la empresa tiene la necesidad de implementar un sistema de ventas	X		X		X		
8	Considera que proponer la implementación de un sistema de gestión de ventas disminuirá los errores en el control de ventas.	X		X		X		

9	El sistema de gestión de ventas ayudara a agilizar y controlar las ventas de la empresa.	X		X		X		
10	Considera que la propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas optimizará de manera eficiente los procesos que realiza la empresa	X		X		X		
	Dimensión 3: Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas							
1	¿Estás de acuerdo con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas en la empresa?	X		X		X		
2	¿Consideras que con la propuesta de implementación del sistema de gestión de	X		X		X		

	ventas ayudaría al manejo de datos de la empresa?						
3	¿Cree usted que la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas cumple con las expectativas de mejora para la empresa?	X		X		X	
4	¿Está de acuerdo que, con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas, permitiría determinar en forma rápida y oportuna la ubicación de los repuestos para la mejor atención de los clientes?	X		X		X	
5	¿Cree Ud. que este nuevo sistema de gestión de ventas mantendrá la información segura?	X		X		X	

6	¿Estarias de acuerdo que con la implementación de la tecnología permitirá tener una mejor gestión de ventas?	X		X		X		
7	¿Con la implementación del sistema de gestión de ventas cree usted que permitirá cautelar los bienes de la empresa?	X		X		X		
8	¿Cree Ud. que con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas ayudará a tener reportes en forma oportuna para mantener el stock de los repuestos para la eficiente atención a los clientes?	X		X		X		

9	¿Cree Ud. que utilizando un sistema de gestión de ventas permitirá tener un mejor control de los procesos?	X		X		X	
10	¿Cree Ud. que con este sistema de gestión de ventas se reducirá el tiempo en la búsqueda de información?	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable () Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg *Eddy Fabian Nizama Changuaroux* DNI 71090029.


 EDDY FABIAN NIZAMA CHANGUAROUX
 Ingeniero de Sistemas
 CIP 17500296

 Firma


 Huella digital

4.5.4 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura; 2023.								
	Variable 1:	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	Dimensión I: Nivel de Satisfacción con respecto al sistema de ventas. ¿Usted cree con el actual sistema de gestión de ventas permite atender el pedido rápidamente?	X		X		X		
2	¿Está Usted satisfecho con el sistema actual de gestión de ventas?	X		X		X		
3	¿Cómo empresa te facilita este sistema de ventas?	X		X		X		
4	¿Está satisfecho con el tiempo que tardan en llegar los productos?	X		X		X		

5	¿Actualmente la empresa Japan Motors cuenta con algún sistema informático para el control de compra y venta de sus productos?	X		X		X		
6	¿El sistema de ventas que se propone Proponer cubre todas las expectativas de la empresa?	X		X		X		
7	¿Cree Ud. que el manejo de las ventas se realiza de una manera óptima y segura para el beneficio de los clientes?	X		X		X		
8	¿Considera que la empresa Japan Motors cuenta con los recursos económicos para la implementación de un Sistema de control de Ventas?	X		X		X		
9	¿Cree que el sistema debe mostrar información del proceso de ventas en tiempo	X		X		X		

	real, para generar eficiencia y eficacia?						
10	¿El sistema de gestión de ventas actual permite satisfacer las expectativas de los clientes?	X		X		X	
	Dimensión 2: Conocimientos sobre sistemas informáticos						
1	¿Le resuelven habitualmente su consulta en la misma llamada?	X		X		X	
2	¿A los clientes les resulta sencillo buscar información en tu sitio web?	X		X		X	
3	¿Brinda un servicio de alta calidad en el sistema de ventas?	X		X		X	
4	¿Qué ventajas tiene el sistema de ventas en dicha empresa?	X		X		X	

5	Considera que la implementación de un sistema beneficiará en la rentabilidad económica de la empresa.	X		X		X		
6	Considera que el uso de la tecnología en la empresa brindará mayor eficiencia en la atención.	X		X		X		
7	Considera que la empresa tiene la necesidad de implementar un sistema de ventas	X		X		X		
8	Considera que proponer la implementación de un sistema de gestión de ventas disminuirá los errores en el control de ventas.	X		X		X		

9	El sistema de gestión de ventas ayudara a agilizar y controlar las ventas de la empresa.	X		X		X		
10	Considera que la propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas optimizará de manera eficiente los procesos que realiza la empresa	X		X		X		
	Dimensión 3: Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas							
1	¿Estás de acuerdo con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas en la empresa?	X		X		X		
2	¿Consideras que con la propuesta de implementación del sistema de gestión de	X		X		X		

	ventas ayudaría al manejo de datos de la empresa?						
3	¿Cree usted que la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas cumple con las expectativas de mejora para la empresa?	X		X		X	
4	¿Está de acuerdo que, con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas, permitiría determinar en forma rápida y oportuna la ubicación de los repuestos para la mejor atención de los clientes?	X		X		X	
5	¿Cree Ud. que este nuevo sistema de gestión de ventas mantendrá la información segura?	X		X		X	

6	¿Estarias de acuerdo que con la implementación de la tecnología permitirá tener una mejor gestión de ventas?	X		X		X		
7	¿Con la implementación del sistema de gestión de ventas cree usted que permitirá cautelar los bienes de la empresa?	X		X		X		
8	¿Cree Ud. que con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas ayudará a tener reportes en forma oportuna para mantener el stock de los repuestos para la eficiente atención a los clientes?	X		X		X		

9	¿Cree Ud. que utilizando un sistema de gestión de ventas permitirá tener un mejor control de los procesos?	X		X		X		
10	¿Cree Ud. que con este sistema de gestión de ventas se reducirá el tiempo en la búsqueda de información?	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg LUIS FERNANDO VALLE HIDALGO DNI 46300881




4.5.4 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel								
E.I.R.L. - Piura; 2023.								
	Variable 1:	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	Dimensión 1: Nivel de Satisfacción con respecto al sistema de ventas. ¿Usted cree con el actual sistema de gestión de ventas permite atender el pedido rápidamente?	X		X		X		
2	¿Está Usted satisfecho con el sistema actual de gestión de ventas?	X		X		X		
3	¿Cómo empresa te facilita este sistema de ventas?	X		X		X		
4	¿Está satisfecho con el tiempo que tardan en llegar los productos?	X		X		X		

5	¿Actualmente la empresa Japan Motors cuenta con algún sistema informático para el control de compra y venta de sus productos?	X		X		X		
6	¿El sistema de ventas que se propone Proponer cubre todas las expectativas de la empresa?	X		X		X		
7	¿Cree Ud. que el manejo de las ventas se realiza de una manera óptima y segura para el beneficio de los clientes?	X		X		X		
8	¿Considera que la empresa Japan Motors cuenta con los recursos económicos para la implementación de un Sistema de control de Ventas?	X		X		X		
9	¿Cree que el sistema debe mostrar información del proceso de ventas en tiempo	X		X		X		

	real, para generar eficiencia y eficacia?						
10	¿El sistema de gestión de ventas actual permite satisfacer las expectativas de los clientes?	X		X		X	
	Dimensión 2: Conocimientos sobre sistemas informáticos						
1	¿Le resuelven habitualmente su consulta en la misma llamada?	X		X		X	
2	¿A los clientes les resulta sencillo buscar información en tu sitio web?	X		X		X	
3	¿Brinda un servicio de alta calidad en el sistema de ventas?	X		X		X	
4	¿Qué ventajas tiene el sistema de ventas en dicha empresa?	X		X		X	

5	Considera que la implementación de un sistema beneficiará en la rentabilidad económica de la empresa.	X		X		X		
6	Considera que el uso de la tecnología en la empresa brindará mayor eficiencia en la atención.	X		X		X		
7	Considera que la empresa tiene la necesidad de implementar un sistema de ventas	X		X		X		
8	Considera que proponer la implementación de un sistema de gestión de ventas disminuirá los errores en el control de ventas.	X		X		X		

9	El sistema de gestión de ventas ayudara a agilizar y controlar las ventas de la empresa.	X		X		X		
10	Considera que la propuesta de implementación de un sistema de gestión de ventas optimizará de manera eficiente los procesos que realiza la empresa	X		X		X		
	Dimensión 3: Propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas							
1	¿Estás de acuerdo con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas en la empresa?	X		X		X		
2	¿Consideras que con la propuesta de implementación del sistema de gestión de	X		X		X		

	ventas ayudaría al manejo de datos de la empresa?						
3	¿Cree usted que la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas cumple con las expectativas de mejora para la empresa?	X		X		X	
4	¿Está de acuerdo que, con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas, permitiría determinar en forma rápida y oportuna la ubicación de los repuestos para la mejor atención de los clientes?	X		X		X	
5	¿Cree Ud. que este nuevo sistema de gestión de ventas mantendrá la información segura?	X		X		X	

6	¿Estarias de acuerdo que con la implementación de la tecnología permitirá tener una mejor gestión de ventas?	X		X		X		
7	¿Con la implementación del sistema de gestión de ventas cree usted que permitirá cautelar los bienes de la empresa?	X		X		X		
8	¿Cree Ud. que con la propuesta de implementación del sistema de gestión de ventas ayudará a tener reportes en forma oportuna para mantener el stock de los repuestos para la eficiente atención a los clientes?	X		X		X		

9	¿Cree Ud. que utilizando un sistema de gestión de ventas permitirá tener un mejor control de los procesos?	X		X		X	
10	¿Cree Ud. que con este sistema de gestión de ventas se reducirá el tiempo en la búsqueda de información?	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg NOÉ GREGORIO SILVA ZELADA DNI 32983395


NOÉ GREGORIO SILVA ZELADA
 INGENIERO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN
 UPEL
 Firma



Anexo 05 Formato de Consentimiento Informado

4.5.3 Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister/ Doctor: EDDY FABIAN NIZAMA CHANGANAQUE

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Jhoseline Lisset Bran Salazar estudiante / egresado del programa académico de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura; 2023." y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,



Firma de estudiante

DNI: 71426510

4.5.3 Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: LUIS FERNANDO VALLE HIDALGO

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Jhoseline Lisset Bran Salazar estudiante / egresado del programa académico de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura; 2023." y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,



Firma de estudiante

DNI: 71426510

4.5.3 Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: NOÉ GREGORIO SILVA ZELADA

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Jhoseline Lisset Bran Salazar estudiante / egresado del programa académico de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L. - Piura; 2023." y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,



Firma de estudiante

DNI: 71426510

Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Piura, 29 de diciembre del 2022

Carta N°02 JLBS-ULADECH

Sra.

Sofía Diana Salazar Jiménez

Gerente De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.

ASUNTO:

se solicita Autorización para elaboración de Tesis: “**Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.**”.

Por medio de la presente reciba el saludo de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Filial Piura y a la vez manifestarle que dentro del curso de Tesis de la facultad de ingeniería de sistemas vengo elaborando el Anteproyecto de la Tesis denominado: “**Propuesta De Implementación De Un Sistema De Gestión De Venta De La Empresa Japan Motors Diesel E.I.R.L.**”, para lo cual se requiere la respectiva Autorización de la Junta que Usted dignamente dirige, para el desarrollo de la misma.

Sin otro particular, esperando su aceptación, me despido de Usted, no sin antes expresarle la muestra de mi consideración y estima personal.

Atentamente

Jhoseline Lisset Bran Salazar

DNI: 71426510

JAPAN MOTOR S DIESEL E.P.R.L.
Sofía Diana Salazar Jiménez
GERENTE GENERAL

Anexo 07. Evidencias de ejecución





