



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE
SISTEMAS**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL DE
VENTAS EN LA LIBRERÍA LA CASITA DEL REGALO –
TALARA; 2019.**

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

AUTORA

CHALEN ESPINOZA, WENDY TATIANA

ORCID: 0000-0002-3509-8672

ASESORA

SUXE RAMÍREZ, MARÍA ALICIA

ORCID: 0000-0002-1358-4290

CHIMBOTE – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Chalen Espinoza, Wendy Tatiana

ORCID: 0000-0002-3509-8672

Universidad Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Sullana, Perú.

ASESORA

Suxe Ramírez, María Alicia

ORCID: 0000-0002-1358-4290

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ingeniería, Escuela
Profesional de Sistema, Chimbote, Perú.

JURADO

Ocaña Velásquez Jesús Daniel

ORCID: 0000-0002-1671-429X

Sullón Chinga Jennifer Denisse

ORCID: 0000-0003-4363-0590

Castro Curay José Alberto

ORCID: 0000-0003-0794-2968

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

DR. JESÚS DANIEL OCAÑA VELÁSQUEZ

PRESIDENTE

MGTR. JENNIFER DENISSE SULLÓN CHINGA

MIEMBRO

MGTR. JOSÉ ALBERTO CASTRO CURAY

MIEMBRO

DRA. ING. CIP. MARÍA ALICIA SUXE RAMÍREZ

ASESORA

DEDICATORIA

A mi madre y hermano, por ser parte fundamental de mi vida, por inculcarme buenos valores, y brindarme una buena educación, por su apoyo incondicional, por el cual me ha permitido seguir adelante en mis estudios a pesar de las adversidades que se me presente, por hacerme una persona de bien y crecer con humildad y mucha valentía y por enseñarme a luchar día a día en lo que me proponga.

A toda mi familia, por brindarme su apoyo y poner toda su confianza en mí, por motivarme a lograr todos los objetivos trazados, gracias por cada palabra de aliento que me ha permitido vencer mis miedos y cumplir mis metas.

Wendy Tatiana Chalen Espinoza

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado fortaleza, salud, fe y sabiduría por llegar hasta éste momento importante de mi vida y por haber logrado uno de mis objetivos trazados.

Mi más sincero agradecimiento a los responsables de dirigir esta digna Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, por brindarme una excelente enseñanza, formándome en una buena profesional y por darme facilidades en todo este tiempo.

A la librería La Casita del Regalo, por la confianza, el apoyo y por brindarme información para la elaboración del Proyecto de Investigación.

Y un agradecimiento especial a mi asesora, la Ing. María Alicia Suxe Ramírez, por su paciencia y apoyo constante, por sus conocimientos brindados, asesoría y el dedicado tiempo brindado durante el desarrollo de la presente Investigación.

Wendy Tatiana Chalen Espinoza

RESUMEN

El presente trabajo ha sido desarrollado bajo la línea de investigación desarrollo de modelos y aplicación de las tecnologías de información y comunicaciones, de la escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; la Librería tuvo como problemática, no cuenta con un sistema de control de ventas y sus procesos son manuales tuvo como objetivo: Mejorar la atención a los clientes mediante la implementación de un sistema de control de ventas; la investigación fue de tipo descriptivo de nivel cuantitativa desarrollada bajo el diseño no experimental, transaccional. La población se delimitó a 10 trabajadores, y la muestra fue de 10; para la recolección de datos se utilizó el instrumento del cuestionario mediante la técnica de la encuesta, arrojaron los siguientes resultados: en la dimensión de Nivel de satisfacción con el Sistema Actual el 70.00% NO están satisfechos con el sistema, respecto a la segunda dimensión de Nivel de Conocimiento de las TIC el 60.00% NO tienen conocimiento sobre TIC, como tercera dimensión: Nivel de Satisfacción del Servicio de Atención al Cliente 60.00% SI están satisfechos con el servicio, como alcance será beneficiada directamente la Librería e indirectamente los clientes del AA.HH, con la finalidad de deducir las necesidades de los beneficiarios, para implementar un sistema y facilitar los procesos. Se concluye que existe la necesidad de implementar un sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo – Talara; 2019.

Palabras clave: Atención al Cliente, Sistema, TIC, Ventas.

ABSTRACT

This work has been developed under the line of research, development of models and application of information and communication technologies, of the Professional School of Systems Engineering of the Los Ángeles de Chimbote Catholic University; The bookstore had as a problem, it does not have a sales control system, and its processes are manual. Its objective was to: Improve customer service through the implementation of a sales control system; The research was descriptive at a quantitative level, developed under a non-experimental, transactional design. The population was limited to 10 workers, and the sample was 10; For data collection, the questionnaire instrument was used through the survey technique, which yielded the following results: in the dimension of Level of satisfaction with the Current System, 70.00% are NOT satisfied with the system, with respect to the second dimension of Level of Knowledge of ICT 60.00% do NOT have knowledge of ICT, as a third dimension: Satisfaction Level of Customer Service 60.00% IF they are satisfied with the service, as scope the Bookstore will be directly benefited and the AA customers indirectly .HH, in order to deduce the needs of the beneficiaries, to implement a system and facilitate processes. It is concluded that there is a need to implement a sales control system in La Casita del Regalo Bookstore - Talara; 2019.

Keywords: Customer Service, System, TIC, Sales.

ÍNDICE DE CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	4
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	6
2.1.3. Antecedentes Regionales.....	8
2.2. Bases Teóricas.....	11
2.2.1. Rubro de la Empresa.....	11
2.2.2. La Casita del Regalo.....	12
2.2.3. Las Tecnologías de la Información y Comunicación.....	16
2.2.4. Sistema de Ventas.....	18
III. HIPÓTESIS.....	29
3.1. Hipótesis General.....	29
3.2. Hipótesis Específicas.....	29
IV. METODOLOGÍA.....	30
4.1. Tipo y nivel de la investigación.....	30
4.2. Diseño de la investigación.....	31
4.3. Universo.....	31
4.4. Muestra.....	32
4.5. Definición operacional de las variables en estudio.....	32
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
4.6.1. Técnica.....	34

4.6.2. Instrumento	34
4.7. Plan de análisis	34
4.8. Matriz de consistencia.....	35
4.9. Principios éticos	37
V. RESULTADOS.....	40
5.1. Resultados	40
5.2. Análisis de resultados	62
5.3. Propuesta de mejora.....	64
VI. CONCLUSIONES	97
VII. RECOMENDACIONES	99
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100
ANEXOS	106
ANEXO NRO. 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	107
ANEXO NRO. 2: PRESUPUESTO	108
ANEXO NRO. 3: CUESTIONARIO	109
ANEXO NRO. 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO	111

INDICE DE TABLAS

Tabla Nro. 1: Hardware	16
Tabla Nro. 2: Software	16
Tabla Nro. 3: Operacionalización de variables	32
Tabla Nro. 4: Matriz de Consistencia	35
Tabla Nro. 5: Sistema de Ventas.....	40
Tabla Nro. 6: Tiempo de una Venta	41
Tabla Nro. 7: Eficiencia	42
Tabla Nro. 8: Conformidad de reportes de Ventas	43
Tabla Nro. 9: Beneficio de un Sistema de Venta.....	44
Tabla Nro. 10: Conocimientos Básicos de Ofimática	45
Tabla Nro. 11: Equipos Informáticos Adecuados.....	46
Tabla Nro. 12: Página o Sitio Web.....	47
Tabla Nro. 13: Tecnología.....	48
Tabla Nro. 14: Utilización de un Sistema	49
Tabla Nro. 15: Tipo de Servicio de Atención.....	50
Tabla Nro. 16: Atención al cliente	51
Tabla Nro. 17: Acceso a la Información.....	52
Tabla Nro. 18: Implementación de un Sistema de Ventas.....	53
Tabla Nro. 19: Facilitar el Proceso de Ventas	54
Tabla Nro. 20: Resumen de la Dimensión 1	55
Tabla Nro. 21: Resumen de la Dimensión 2	57
Tabla Nro. 22: Resumen de la Dimensión 3	59
Tabla Nro. 23: Resumen General.....	61
Tabla Nro. 24: Entregables de RUP	67
Tabla Nro. 25: Reglas de negocio	72
Tabla Nro. 26: Requerimientos funcionales del sistema	73
Tabla Nro. 27: Requerimientos no funcionales	74
Tabla Nro. 28: Caso de Uso - Gestionar Venta	79
Tabla Nro. 29: Caso de Uso - Gestionar Producto.....	80
Tabla Nro. 30: Caso de Uso - Generar Reportes	81
Tabla Nro. 31: Propuesta económica de software	96

Tabla Nro. 32: Propuesta económica de servicios	96
Tabla Nro. 33: Propuesta económica de materiales	96
Tabla Nro. 31: Propuesta económica final.....	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro. 1: Librería La Casita del Regalo	12
Gráfico Nro. 2: Ubicación Librería La Casita del Regalo	13
Gráfico Nro. 3: Organigrama de la Librería La Casita del Regalo	15
Gráfico Nro. 4: Resumen de la Dimensión 1	56
Gráfico Nro. 5: Resumen de la Dimensión 2	58
Gráfico Nro. 6: Resumen de la Dimensión 3	60
Gráfico Nro. 7: Resumen General.....	61
Gráfico Nro. 8: Casos de uso del Negocio	68
Gráfico Nro. 9: M.O.N – Gestionar Venta.....	69
Gráfico Nro. 10: M.O.N. – Gestionar Producto	70
Gráfico Nro. 11: M.O.N – Gestionar Reportes.....	71
Gráfico Nro. 12: Caso de Uso – Gestionar Venta.....	76
Gráfico Nro. 13: Caso de Uso – Gestionar Producto	77
Gráfico Nro. 14: Caso de Uso – Generar Reportes.....	78
Gráfico Nro. 15: Diagrama de Actividades – Gestión Venta	82
Gráfico Nro. 16: Diagramas de Actividades – Gestionar Producto	83
Gráfico Nro. 17: Diagrama de Clases – Gestionar Venta.....	84
Gráfico Nro. 18: Diagrama de Secuencia – Gestionar Venta	85
Gráfico Nro. 19: Diagrama de Secuencia – Gestionar Producto.....	86
Gráfico Nro. 20: Diagrama de Secuencia – Generar Reporte	87
Gráfico Nro. 21: Diagrama de Colaboración – Gestionar Venta	88
Gráfico Nro. 22: Diagrama de Colaboración – Gestionar Producto.....	89
Gráfico Nro. 23: Diagrama de Colaboración – Generar Reporte	90
Gráfico Nro. 24: Diagrama de Clases – Generar Venta	91
Gráfico Nro. 25: Interfaz – Acceso al sistema.....	92
Gráfico Nro. 26: Interfaz – Gestión Ventas	93
Gráfico Nro. 27: Interfaz – Gestión Productos.....	94
Gráfico Nro. 28: Diagrama de Actividades.....	95

I. INTRODUCCIÓN

Un sistema es un conjunto de componentes que interactúan entre sí para lograr un objetivo común. Los recursos acceden al sistema a través de los elementos de entrada para ser modificados en la sección de transformación. Una vez se ha llevado a cabo la transformación, el resultado sale del sistema a través de los elementos de salida (1).

En los últimos decenios muchas empresas utilizan este sistema como parte de su estrategia en un mercado global con el propósito de obtener mejores ventajas. Los sistemas de venta han demostrado mejores resultados para las empresas frente a los Sistemas Tradicionales Cliente/Servidor, un sistema de venta a medida le permitirá ahorrar costos, tiempo y Recursos Humanos (2).

La librería “La Casita del Regalo – Talara”, no dispone actualmente con un sistema en ventas por ello sus procedimientos en físico demoran un poco ya que son realizados manualmente, no utilizan formatos solo toman apuntes de las ventas hechas en el día través de la dueña o el personal encargado, utilizan calculadora para hacer los cálculos para realizar el llenado de estos mismos de forma manual y así realizar un control que pueda cumplir con los pagos respectivos. Entonces es por ello que la presencia de un sistema de control de ventas facilitará estos procesos y evitará futuros problemas que traen como consecuencia el mal uso y descontrol de esta información que es esencial en la librería como la anteriormente mencionada.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se propone el enunciado del problema: ¿De qué manera la implementación de un sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo – Talara; mejora la calidad de atención a los clientes?

Con el propósito de dar solución a esta situación se planteó el objetivo general: Proponer la Implementación de un sistema de Control de Ventas

en la Librería La Casita del Regalo – Talara; 2019, para mejorar la calidad de atención a los clientes.

En este sentido, para poder lograr el objetivo general, se ha creído convenientes considerar los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar la actual situación en que manejan el sistema físico con el objetivo de recolectar los datos necesarios para la implementación del sistema de control de ventas.
2. Diseñar el sistema de control de ventas, con las herramientas adecuadas, que sean fácil de comprender y de manejar para los usuarios de la parte Administrativa.
3. Utilizar los lenguajes de programación y gestor de base de datos para el desarrollo del sistema.

La presente Investigación tiene su justificación Académica, en vista de haber adquirido los conocimientos en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, nos servirá para que las empresas tengan en cuenta dos cosas investigador - empresa y viceversa es fundamental hoy en la actualidad con las nuevas tecnologías de información aplicadas. Como justificación Operativa, después de haber constatado la situación actual, la librería cuenta con un número minoritario de personal encargado de utilizar la información adecuada para mejorar el control en las actividades. Asimismo como justificación Económica, la implementación de sistema de ventas logrará el ahorro de tiempo y dinero, además automatizar la información de productos para las ventas y tener una visión de crecimiento empresarial. También se justifica Tecnológicamente, se cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para el desarrollo del sistema informático; y se podrá establecer mayor seguridad en datos y en la administración de ellos. Como justificación Institucional, aumentar la eficiencia y control de los servicios de la operación empresarial. El estudio de la investigación del sistema ayudará a mejorar y aumentar la eficiente y control de sus productos, para lograr mejoras, competitividad, así brindar servicios de

calidad para los clientes, y tener un mejor desarrollo de su empresa. La investigación tiene como alcance resolver los problemas que presenta la Librería La Casita del Regalo, con respecto a sus procesos de venta, beneficiando directamente la Librería ayudando al crecimiento y reconocimiento de esta misma, así mismo de beneficiará indirectamente a los clientes del AA.HH y así sus trabajadores puedan brindar un mejor servicio.

La presente investigación, utilizará una metodología del tipo descriptiva, y un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal.

De acuerdo a la encuesta se obtuvo resultados de acuerdo a la primera dimensión donde; el 70.00% no están satisfechos con el sistema actual y el 30.00% manifestaron que si existe la necesidad de implementar una sistema de ventas, en la segunda dimensión se observa que el 60.00% no tiene conocimiento en TIC y el 40.00% si tiene conocimiento de TIC, en la tercera dimensión se observa que el 60.00% si está satisfecho con el servicio de atención al cliente y el 40.00% no está satisfecho.

De acuerdo a los resultados obtenidos, interpretados y analizados, queda demostrado que existe un alto nivel de insatisfacción con el sistema actual por parte de los trabajadores, un bajo nivel de conocimiento TIC y un alto nivel de satisfacción del servicio al cliente, se requiere mejorar la calidad de atención a los clientes, Implementando un Sistema de Control de Ventas, con el fin de minimizar el tiempo que tardan los clientes en realizar una compra; por lo que se concluye que la hipótesis planteada es aceptada.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Martinez (3), en su trabajo de investigación titulado “Implementar un sistema de venta y administración de servicios pertenecientes a una cadena de cines - Ecuador”, en el año 2017, se ha visto en la necesidad de innovar en su tecnología y servicios para que los clientes cuenten con mayores beneficios y así afianzar su fidelidad. Dicha empresa de cines cuenta en la actualidad con un sistema que ha hecho sus procesos ineficientes, es por tal motivo que la gerencia tomó la decisión de efectuar el cambio de sistema. También se plantean los objetivos generales y específicos del proyecto, la problemática por la cual la empresa ha decidido cambiar el software que posee y la justificación de la implementación, tomando en consideración que al cambiar el software se requiere la compra de nuevos servidores y equipos más robustos. La metodología a usar para la implementación del sistema para cines se basa en la metodología documental, ya que se encarga de efectuar dicha documentación requerida para los requerimientos formales solicitados por los usuarios a desarrollar en el sistema. Se debe de limitar el proyecto con alcances que sean reales y alcanzables en el tiempo deseado. Después de la implementación se obtienen resultados positivos, la empresa cuenta con un sistema de ventas estable, los gerentes de los cines pueden llevar un inventario controlado, diariamente sacar el reporte y verificar su stock.

Echevarría y González (4), en su trabajo de investigación titulado “Sistema informático para la gestión de ventas e inventario de la empresa Karishmas - Chile”, en el año 2017, el sistema fue propuesto por uno de los integrantes del proyecto al dueño de la tienda para poder optimizar y automatizar las tareas,

las cuales eran realizadas de forma manual. Por lo tanto el objetivo general del sistema es automatizar y gestionar correctamente las tareas de venta, control de stock y registros de clientes, proveedores y productos, beneficiando la gestión y tiempo de respuesta para cualquier acción fundamental para el negocio. Para la construcción del sistema se utilizó como herramienta de desarrollo la edición Standard de Java Netbeans, especializada en herramientas de escritorio, y para la gestión de manejo de datos se utiliza SQL en la plataforma PhpMyAdmin de Xampp, el sistema cuenta con la gestión de 4 pilares fundamentales de funcionamiento que son: Gestión de ventas, control de productos o inventario, control de clientes y control de proveedores. Al finalizar el proyecto desarrollado a lo largo de toda la memoria, se observó que se han podido cubrir todos los requerimientos descritos al inicio de ésta y que presentaban un problema para la empresa en la cual se implementaría. Por desgracia el sistema no pudo ser implementado, porque la empresa Karishmas Importaciones LTDA, cerró para cambiar su rubro a perfumería.

Miranda (5), en la tesis titulada “Análisis, diseño e implementación de un sistema de gestión de ventas para la entidad almacenes Boyaca – Ecuador”, en el año 2017, La necesidad que tuvo la entidad Almacene Boyacá de contar con una herramienta propia donde se puedan gestionar eficientemente el proceso de gestión de ventas, es la razón por la cual se desarrolla este proyecto. El proyecto busca ofrecer una solución para la problemática tratada, análisis de la información necesitada y disponible modele la metodología que se aplicaría en el diseño de la herramienta que la institución requiere. La herramienta fue desarrollada en lenguaje JAVA, con interacción a la base de datos de MySQL y publicada gracias al servidor Apache Tomcat. Gracias a la Implementación de esta

herramienta se logró satisfacer las necesidades que la institución poseía anteriormente y que se transformaron en los objetivos básicos de este proyecto. Además, se deja la opción abierta para que esta herramienta crezca en su estructura, adoptando nuevos módulos que sirvan para futuros requerimientos y se transformen en la intranet principal de la entidad.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Espiritu (6), en la tesis titulada “Implementación de un sistema web para mejorar el servicio de venta y marketing de motos y accesorios en la empresa moto repuestos Ariza, Huarmey; 2017”, en el año 2018, nos describen que el objetivo principal ha sido realizar la implementación de un sistema web en la empresa “Moto Repuestos “ARIZA” – Huarmey; 2017, a fin de garantizar el marketing y llevar un mejor control en la venta de motos, repuesto y accesorios. La empresa en estudio tiene una población muestral de 35 trabajadores, constituida por personal administrativo de oficina y personal encargado del mantenimiento y ensamblaje de motos. La investigación tuvo un diseño de tipo no experimental porque se está proponiendo como alternativa de solución la implementación del sistema web para poder dar solución a los problemas que existen con el actual sistema que se realiza manualmente, el cual se obtuvo un grado de satisfacción con el sistema actual del 17% y el 83% no estas satisfechos como se viene trabajando, así mismo, hay una necesidad de propuesta de mejora del 94% de los encuestados; siendo el tipo de la investigación cuantitativo, descriptivo y explicativo, porque se aplicó un test haciendo una descripción y explicación del sistema manual contra la implementación de un sistema web.

Henostroza (7), en la tesis titulada “Implementación de un Sistema de Ventas para mejorar el servicio de atención al cliente

en la Empresa Consorcio Paredes - Huarmey”, en el año 2017, expone que tuvo como objetivo principal mejorar el servicio de atención al cliente mediante la implementación de un sistema de ventas en la Empresa Consorcio Paredes - Huarmey; 2017. El diseño de la investigación es un diseño no experimental de tipo descriptivo y documental. La población y muestra fue delimitada a 40 Clientes de los cuales distribuidos en 20 clientes para cada dimensión con su respectivo cuestionario, con lo que una vez que se aplicó el instrumento se obtuvieron los siguientes resultados: En lo que respecta a la dimensión: Necesidad de mejorar el servicio de atención al cliente en la Tabla Nro. 16 se ha podido interpretar que el 95.00% de los Clientes encuestados expresaron que si existe la necesidad de mejorar el servicio de atención y el proceso de ventas; mientras que el 5.00 % indicó que no es necesario. Estos resultados coinciden con las hipótesis específicas y en consecuencia confirmo la hipótesis general; por lo que estas hipótesis quedan demostrada y además queda debidamente justificada y aceptada. Concluye: en la necesidad que resulta beneficioso la Implementación del Sistema de Ventas para mejorar el servicio de atención al cliente en la Empresa Consorcio Paredes .

Rodriguez (8), en la tesis titulada Implementación de un sistema informático web para el control de ventas e inventario en la Empresa Calzados Winner E.I.R.L. - Trujillo; 2017, nos expone que esta tesis ha sido desarrollada bajo la línea de investigación: Implementación de las tecnologías de información y comunicación para la mejora continua de la calidad en las organizaciones del Perú, de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. La investigación tuvo un diseño no experimental de tipo descriptivo y documental. La población y muestra fue de 20 trabajadores; con lo que una vez que se aplicó el instrumento se

obtuvieron los siguientes resultados: En lo que respecta a la dimensión: Necesidad de implementación de un sistema informático web de ventas e inventario en la Tabla Nro. 16 y 18 se ha podido interpretar que el 80.00% y 95.00 de los trabajadores encuestados expresaron que si tienen la necesidad de la realización de implementación y manejo de un sistema informático web para los proceso de ventas e inventario; mientras que el 20.00% y 5.00% indicó que no perciben la necesidad de implementación y manejo de un sistema informático web. Finalmente, la investigación queda debidamente justificada en la necesidad de realizar de Implementación de un sistema informático web de ventas e inventario para la empresa investigada.

2.1.3. Antecedentes Regionales

Valles (9), en la tesis titulada “Diseño e implementación de un sistema de venta para la distribuidora Josymar”, en el año 2017, El objetivo general de la presente investigación fue: Realizar el diseño e implementación de un sistema de venta en la distribuidora Josymar Trujillo; 2017, con la finalidad de mejorar los procesos de venta y control de sus productos. Nos comenta que investigación tuvo un diseño no experimental y fue de tipo descriptiva y de corte transversal. La población fue delimitada en 20 trabajadores y la muestra fue seleccionada en su totalidad de su población; con lo que una vez que se aplicó el instrumento se obtuvieron los siguientes resultados: En lo que respecta a la dimensión: Si la empresa contaba con un sistema de ventas, se puede observar que el 100% de los trabajadores encuestados expresó que NO contaban con ningún sistema que permita llevar el control de sus ventas. En cuanto a la dimensión: Nivel de satisfacción con respecto al inventario de los productos del negocio, se puede observar que el 85% de los trabajadores encuestados expresaron que NO están satisfechos con el actual

inventario. En lo que respecta a la dimensión: Que debería hacer la distribuidora para mejorar sus servicios; se interpreta que el 100% de los trabajadores encuestados determinaron que SI es necesario tener un sistema que permita mejorar sus servicios. Estos resultados coinciden con las hipótesis específicas y en consecuencia con la hipótesis general; por lo que estas hipótesis quedan demostradas y la investigación queda justificada en la necesidad de implementar un sistema de venta para la distribuidora Josymar investigada .

Torres (10), en la tesis titulada “Implementación de un sistema de información para el restaurante cevichería Mary’s”, en el año 2017, nos plantea que esta investigación tuvo como objetivo realizar la implementación de un sistema de información para el control de ventas del Restaurante Cevichería Mary’s – Huaraz, con la finalidad de mejorar la gestión de los procesos de venta y el control de inventario, la investigación fue de nivel cuantitativo de diseño no experimental de tipo descriptiva. La población y muestra que se tomó para esta investigación fueron las 25 personas de los cuales 3 clientes y 22 empleados; para la recolección de datos se utilizó el instrumento del cuestionario mediante la técnica de la encuesta, los cuales arrojaron los siguientes resultados en la dimensión nivel de conocimiento de un sistema de información se observó que el 48%, NO tienen conocimiento sobre un sistema de información con respecto a la segunda dimensión necesidad de propuesta de implementación de un sistema de información se observó que el 88%, SI tiene la necesidad de implementación de un modelo de sistema de información que ayude a mejorar la gestión de la información. Estos resultados coinciden con las hipótesis específicas y en consecuencia confirma la hipótesis general, quedando así demostrada y justificada la investigación en el área de Ventas del Restaurante Cevichería Mary’s .

Aranda (11), en la tesis titulada “Implementación de un sistema informático para el área de ventas de la empresa Inversiones Castro - Huarney”, en el año 2017, tuvo como objetivo realizar la implementación de un sistema informático para el área de ventas en la empresa INVERSIONES CASTRO – Huarney; 2017, y de esta manera tener un mejor control de registros de ventas y reportes dentro de la empresa. Se tomó la población muestral constituido de 22 trabajadores, motivo por el cual el personal se encuentra inmerso en los procesos de ventas. El tipo de investigación fue cuantitativa y descriptiva, el diseño de la investigación fue no experimental y de corte transversal; con la finalidad de dar solución al sistema actual. Se utilizó la metodología híbrida ICONIX para el desarrollo de esta investigación por su robustez y acoplamiento a las necesidades. Así mismo se obtuvo como resultado del 59% de los encuestados no están satisfechos como se vienen trabajando con el sistema actual, ya que esto se hace en forma manual, motivo por el cual el 100% de los encuestados ven con urgencia la necesidad de una propuesta de mejora para la implementación de un sistema informático para el área de ventas para la empresa INVERSIONES CASTRO. En conclusión se permitirá lograr el objetivo general en estudio: Realizar la implementación de un sistema de informático para el área de ventas en la empresa INVERSIONES CASTRO – Huarney; 2017.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Rubro de la Empresa

Librería

Es una empresa que mayormente sus servicios es brindar aquellos materiales de escritura fabricados comercialmente, que incluyen papel cortado, sobres, implementos de escritura, papel continuo y otros suministros de oficina. Es una empresa en el cual brinda a sus clientes diferentes tipos de artículos de oficina, es una oportunidad que se le brinda a los clientes ya sea por un mejor productos y estimularla a que compre más. (12).

Historia de las librerías

Existen coleccionistas de objetos de papelería, promoción, acciones, etc. se venden para ese fin elementos de distintas empresa. No es común encontrar elementos de empresas del rubro curtidor, ya que por lo general no son conocidas por el público. Hay millones de personas que utilizan copias y diferentes artículos de oficina todos y cada uno de los días, hay muchísimas escuelas que necesitan una serie de materiales escolares y necesitan surtir sus listas de útiles escolares cada que entran los niños a la escuela, por lo tanto una librería es uno de los negocios que siempre van a existir. En los últimos años la librería ha sufrido en muchas áreas el embate de las nuevas formas de distribución que han equiparado al libro con otros productos, como las jugueterías que han introducido libros para niños, las tiendas de música y arte, etc (13).

Tipos de Librerías

Librería Corporativa

Los elementos básicos que una librería Corporativa puede brindar son: el papel de carta, el de albarán y factura, el sobre sin ventana para envíos corrientes y sobres de distintos tamaños

para envíos especiales. Otro de los elementos básicos que se engloban en la papelería es el sello de caucho, con el que se legitimarán todos los documentos de la empresa. (14).

Librería Administrativa

Los elementos básicos que una librería Corporativa puede brindar son: notas de entrega, formularios internos, presupuestos, fax, talonarios, etc. Todos estos elementos brindados por dichas librería mayormente son para uso de las empresas. (14).

2.2.2. La Casita del Regalo

Información General

La librería La Casita del Regalo, es una empresa que se desarrollará dentro de la rama de la venta, el cual esta librería está dedicada a la venta de útiles escolares, esta empresa ofrece a su clientela diferentes productos de útiles escolares y tiene una trayectoria de 14 años, está respaldado por un personal capacitado para brindar una buena atención hacia sus clientes.

Gráfico Nro. 1: Librería



Fuente: Librería La Casita del Regalo (15)

Ubicación

La librería La Casita del Regalo se encuentra ubicada en la Provincia de Pariñas de la Ciudad de Talara con dirección José Abelardo Quiñones K – 1 Talara Alta.

Gráfico Nro. 2: Ubicación Geográfica.



Fuente: Google Maps (16).

Historia

La librería “La Casita del Regalo”, representado por su dueña Denisse Karinne Saavedra Espinoza, es una empresa que fue constituida el 17 de marzo del 2006, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente.

Su actividad la desarrollará en los campos de la rama de la Venta. Esta librería se inició con la venta de lacitos, en el año ya mencionado que es el 2006 la dueña de la tienda en ese tiempo trabajaba en otra Empresa, pero participaba en lo que se le llama “juntas” y con ese dinero hizo un viaje a la ciudad de Chiclayo a traer más negocio para vender.

Los clientes fueron los que la incentivaron a traer más cosas como por ejemplo pequeños regalos, hilos, cintas, calzado, ropa, ellos fueron los que le sugirieron traer más cosas, y poco a poco

fue creciendo y se tuvo la idea de hacer vitrinas. Lo más fuerte que les paso es que la gente comenzó a pedirle útiles escolares, es ahí donde se invierte más y ahora lo más fuerte es la librería, claro que se vende de todo un poco pero ahora es la librería lo que más sobresale. Así con el tiempo fue creciendo mucho más la librería “La Casita del Regalo”.

Objetivos Organizacionales

- La librería sea reconocida dentro de la zona.
- Brindar una mejor atención al cliente.
- Incorporar nuevas tecnologías.
- Capacitar a nuestro personal para que tenga un mejor desarrollo dentro de la empresa.
- Analizar el mercado, para conocer la demanda y la oferta de los diferentes productos.
- Plantear estrategias para reducir costos, mejora la eficiencia y diversificar productos.

La visión y misión con que cuenta la empresa son las siguientes:

Misión

Es que el cliente esté satisfecho de lo que se le pueda brindar por ejemplo mejores copias, mejores impresiones, mejor tipo de cuaderno y que los precios estén al alcance de ellos, atender al cliente bien y tener cosas que estén de acuerdo a la economía de cada persona.

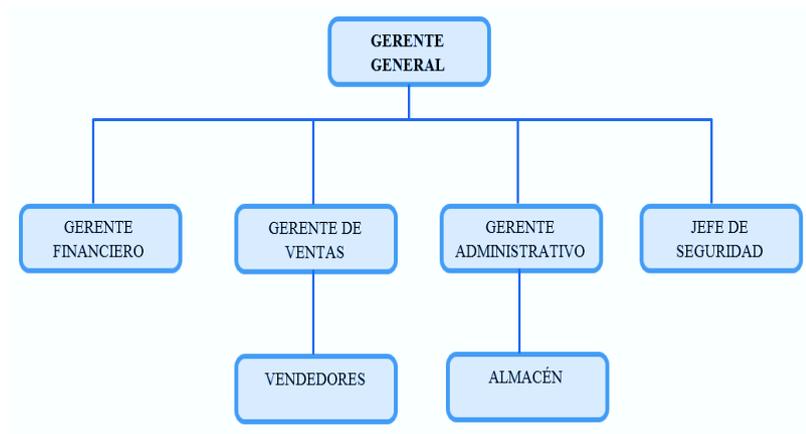
Visión

Es seguir creciendo cada vez más como empresa, extender los servicios pues las personas quieren más ya que sólo se vende lo básico. Desean crecer siempre con calidad, con esmero y con buena atención hacia el cliente, que el cliente se vaya satisfecho de que consiguió lo que necesitaba y aprovechar que son pocos los negocios que hay en esa zona de Talara Alta.

Organigrama

Actualmente la librería no posee un organigrama para saber cómo están distribuidas las posiciones jerárquicas de la empresa. Con la implementación a realizar se procede a crear un organigrama estructural de la Librería La Casita del Regalo.

Gráfico Nro. 3: Organigrama de la Librería



Fuente: Librería La Casita del Regalo (15).

Infraestructura Tecnológica

Tabla Nro. 1: Hardware

PRODUCTO	DESCRIPCION	CANT.
PC	Core2 Duo Monitor Led 19"	1
IMPRESORA	- Impresora multifunción láser- Samsung SL-M2078W/SEE, Wifi, NFC, Blanco. - PIXMA de la Serie G de Canon	2
Fotocopiadoras	- RICOH MP 201 - RICOH AFICIO MP 301 SPF - KONICA MINOLTA A COLOR C353	3

Fuente: Elaboración Propia

Tabla Nro. 2: Software

SOFTWARE	DESCRIPCION	CONDICION
Sist. Operativo	win 7 32bit	Licenciado
Antivirus	eset nod32	Licenciado
Memoria Ram	4gb	

Fuente: Elaboración Propia

2.2.3. Las Tecnologías de la Información y Comunicación

Son las herramientas informáticas, estas herramientas no facilitan el aprendizaje y el desarrollo de habilidades. Las TIC se habrían convertido fáciles de copiar y de extender, mientras seguían comprándose y pagándose como artículos de lujo. Amplían nuestras capacidades físicas, mentales y las posibilidades del desarrollo social. Procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan la información (17).

2.2.3.1. Tipos de TIC

Podemos hacer una clasificación general de las tecnologías de la información y comunicación en redes, terminales y servicios que ofrecen (18):

1. **Redes:** La telefonía fija, la banda ancha, la telefonía móvil, las redes de televisión o las redes en el hogar son algunas de las redes de TIC.
2. **Terminales:** Existen varios dispositivos o terminales que forman parte de las TIC. Estos son el ordenador, el navegador de Internet, los sistemas operativos para ordenadores, los teléfonos móviles, los televisores, los reproductores portátiles de audio y video o las consolas de juego.
3. **Servicios en las TIC:** Esta situación contrasta con revoluciones tecnológicas anteriores, que afectaron de una manera importante a las manufacturas, pero no a los servicios. Este hecho se debe en gran medida al carácter intangible de los servicios y al papel fundamental que la información y el conocimiento juegan en muchas de estas actividades.

2.2.3.2. Cómo trabajar en el mundo de las TIC

Comunity Manager

Tiene la responsabilidad de monitorear la marca en redes sociales, aprender lo que sucede con ella y posteriormente incorporar una estrategia influencia social (18).

SEO

Optimizar un sitio web para el visitante, en primer lugar, pero también para Google, se trata de un juego sutil que consiste en no pasarse del límite que ha fijado Google (19).

2.2.4. Sistema de Control de Ventas

Se entiende que un sistema de control de ventas es una tecnología diseñada para alinear las acciones de los vendedores con los objetivos organizacionales. Es una herramienta que ayuda a los gerentes a monitorear el desempeño del equipo, como la cantidad de oportunidades abiertas y de cierre de tratos (20).

Sistema

Un sistema es un conjunto de funciones que operan en armonía o con un mismo propósito, y que puede ser ideal o real. Sistema proviene de la conjunción de las palabras información y automatización, se puede decir que es la ciencia que estudia la transmisión, almacenamiento y análisis de datos (21).

Ventas

La venta es un canal de distribución y comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores. Se trata de un proceso de compra y venta cara a cara: Generalmente en los hogares del cliente, en el domicilio del vendedor o distribuidor, pero también en otro lugar tales como: una cafetería, una librería, etc. (22).

2.2.4.1. Tipos de Ventas

Venta Presencial

Este tipo de ventase produce cuando tanto el comprador se encuentra en el mismo lugar y momento y la venta representa una interacción entre ambas partes. Las principales clases de venta presencial son las siguientes (23):

- **Venta en Tienda:** El cliente es quien visita el establecimiento del vendedor.
- **Venta Ambulante:** El cliente es quien visita el lugar donde se encuentra el vendedor (por lo general, de manera no permanente).
- **Venta en ferias promocionales venta a domicilio:** El vendedor acude al domicilio del comprador.

Venta no Presencial

- **Venta Telefónica:** Es aquella en la que todo el proceso de venta, incluido el pago, se realiza a través del teléfono.
- **Venta por Catálogo:** Es al igual que la venta telefónica, una de las modalidades de las ventas a distancia. Es decir, se trata de una modalidad no presencial que consiste en que el cliente recibe por correo ordinario un catálogo de los productos de la empresa vendedora, rellena el formulario de pedido y complementa el apartado destinado a la elección de modalidad de pago.

- **El Telemarketing:** Es una forma de marketing directo en la que un asesor utiliza el teléfono o cualquier otro medio de comunicación para contactar con clientes potenciales y comercializan los productos y servicios.
- **Venta online:** El proceso de realiza a través de la página Web. Ya que internet está al alcance de cualquier cliente, la prospección y el acercamiento se limitarán a conseguir una mayor visibilidad de la web para los clientes a los que vaya dirigido el producto o servicio.

2.2.4.2. Comprobante de Venta

Boleta

Es un comprobante de pago que se emite en operaciones con consumidores o usuarios finales. Las boletas de venta tienen como objetivo acreditar la transferencia de bienes, entrega en uso o prestación de servicios en operaciones con consumidores finales, y en operación realizadas por personas con negocio (24).

Factura

Las facturas son comprobantes que se emiten en las operaciones entre empresas o personas que necesitan acreditar costos o gastos para efectos tributarios de su actividad, sustentar el pago del Impuesto General a las Ventas (IGV) por la operación efectuada y poder ejercer, de esta manera, el derecho al crédito Fiscal (beneficios como reducción de impuestos) (24).

2.2.4.3. Terminal de punto de Venta

Es un sistema informático que adapta la tecnología de tareas específicas de un entorno comercial.

PC

Es una opción al que habrá que incorporar el software necesario para su uso en el punto de venta (25).

Caja Registradora

Cuenta con posibilidades de conexión con otros equipos informáticos y con elementos que hacen posible una gestión comercial integrada (25).

Componente Software

Formato por programas comerciales, específicos o a medida para una empresa en concreto: -Sistema operativo + Software de Gestión de Front – Office y Back – Office + Antivirus (25).

2.2.4.4. Componentes de un punto de Venta

Lectores de códigos de Barras

Son dispositivos que permiten el operario escanear un código.

- De una Línea

Para leer el código el rayo láser cruza el código de forma perpendicular de lado a lado (26).

- Omnidireccional

Puede ser escaneado desde cualquier posición ya que el lector genera varios rayos láser en diferentes direcciones (26).

- **Impresora de recibos Boleta o Factura**

Sirve para expedir el ticket de compra o justificante para el cliente. Existen múltiples tipos de impresoras de boletas/facturas, con doble imprenta, o incluso impresoras que contemplan todas estas funciones a la vez (27).

- **Gaveta de Dinero**

Se conectan a un puerto que incorpora la propia impresora de tickets, el cajón se abre automáticamente en el momento del cobro (27).

2.2.5. Tipos de Software

Software de Sistemas

La forman todos aquellos programas necesarios para dar soporte a otros programas, como los sistemas operativos, los compiladores o los programas de gestión de redes (28).

Software de Aplicación

Son aplicaciones desarrolladas para resolver problemas específicos de los negocios. En esta categoría incluiríamos el software de gestión de los bancos o de las grandes empresas en general (28).

2.2.6. Diseño

2.2.6.1. UML

Es un lenguaje de modelado, no un método, es el sucesor de la ola de métodos de A y DOO que aparecieron a finales de los 80 y principios de los 90. UML puede ser utilizado en todos los niveles de abstracción, desde el nivel conceptual al nivel de implantación, siendo esta una de sus principales

ventajas, UML puede trabajar en tareas correspondientes al inicio del desarrollo del ciclo de vida de un programa software (29).

Diagramas de UML

- **Casos de Uso:** Es una técnica de modelado utilizada para describir lo que un nuevo sistema debe hacer o lo que un sistema existente ya hace. (30).

- **De Secuencia:** El diagrama de secuencia forma parte del modelado dinámico del sistema y es uno de los diagramas más efectivos para modelar la interacción entre los objetos que lo componen (31).

- **De Actividades:** Los diagramas de actividades combinan ideas procedentes de diferentes técnicas: diagramas de eventos de Jim Odell, técnicas de modelado de estado de SDL y redes de Petri (32).

- **De Clases:** Sirven para proporcionar una descripción de los tipos que se utilizan en un sistema y se pasan entre sus componentes que no tenga nada que ver con su implementación (32).

2.2.7. Base de Datos

Llamamos base de datos (o bases de datos) a un conjunto de datos dispuestos con el objetivo de proporcionar información a los usuarios y permitir transacciones como inserción, eliminación y actualización de datos (33).

Sistema de Base de Datos (SBD)

Es el nombre dado a un conjunto de programas informáticos que gestiona una base de datos. Su objetivo principal es evitar la manipulación directa por un usuario de una base de datos y establecer un marco estándar para que los datos sean organizados y manipulados y tengan una interfaz estándar para que otros programas puedan acceder a la base de datos (34).

Tipos de Base de Datos

- **Oracle:** Es un completo entorno de desarrollo rápido de aplicaciones web que viene pre-instalado en la base de datos Oracle y nos permite en forma gratuita diseñar, desarrollar e implementar aplicaciones responsive sobre la base de datos usando solo nuestro navegador web (35).
- **SQL Server:** Integra de manera nativa muchas herramientas que hacen que sea algo más que un simple servidor de base de datos relacionales. SQL Server Management Studio sigue siendo la herramienta principal de trabajo para la administración y el desarrollo de aplicaciones (36).
- **Mysql:** Es una base de datos relacional que utiliza el lenguaje SQL (Lenguaje de Consulta Estructurado). SQL es el nombre de un lenguaje desarrollado para la formulación de búsquedas en bases de datos (37).

Modelo de Base de Datos

- **Jerárquico**

Con estas bases de datos se resuelven los problemas de seguridad de acceso a los datos y la relación entre ellos. Pero por otra parte, los diferentes fabricantes han

desarrollado cada uno su motor de manera independiente (38).

- **Relacionales**

Se basa en una representación lógica de los datos que respeta el modelo relacional. Utilizan un lenguaje estandarizado y normalizado de acceso a datos (38).

- **En Red**

Es un conjunto de bases de datos relacionales, que se encuentran distribuidas entre diferentes ordenadores que están interconectados por una red de comunicación (39).

Objetivos de la Base de Datos

Una base de datos por lo general almacena la información esencial de una organización, tanto sobre su negocio como su estructura (40).

- La información esté protegida contra modificación incorrecta.
- La información está siempre disponible para su uso legítimo.
- Limita acceso a la información a las entidades autorizadas.
- Eliminar la redundancia e inconsistencia de datos.
- Minimizar problemas de seguridad.

Ventajas de la Base de Datos

- Disminuye los tiempos de diseño y programación.
- Disminución de la redundancia de datos.
- Coherencia de datos.
- Producción de información genérica.
- Globalización de datos organizacionales.
- Integridad de datos.
- Seguridad de datos.

Desventajas de la Base de Datos

- Costos de inversión de software.
- Complejidad de los sistemas.
- Costos de Actualización del Sistema de Información.
- Baja calidad del servicio.

2.2.8. Lenguaje de Programación

- **PHP:** Es un acrónimo recursivo para “PHP: Hypertext Preprocessor”, originalmente Personal Home Page, es un lenguaje interpretado libre, usado originalmente solamente para el desarrollo de aplicaciones presentes y que actuarán en el lado del servidor (41).
- **JAVA:** Es uno de los lenguajes de programación más poderoso y utilizados que existen hoy. Java fue diseñado para ser independiente de la plataforma, permitiéndote crear aplicaciones que corran en una variedad de sistemas operativos, incluyendo Windows, Mac, Solaris y Linux (42).
- **PYTHON:** Es un lenguaje de programación de alto nivel, interpretado, imperativo, orientado a objetos funcionales de tipeado dinámico y fuerte. Tiene un modelo de desarrollo comunitario, abierto y gestionado por la organización sin fines lucrativos Python Software Foundation (42).
- **RUBY:** Es una tecnología que permite desarrollar webs dinámicas orientadas a base de datos y aplicaciones para la web de forma semejante. Ruby está creciendo de forma asombrosa y ha llamado la atención de desarrolladores de todo el mundo debido a que permite aumentar la velocidad y facilidad en el desarrollo de proyectos (43).

2.2.9. Metodología RUP

RUP es un proceso de ingeniería de programación que busca asegurar la producción de software de alta calidad, satisfaciendo las necesidades del cliente, y con arreglo a un plan y presupuesto predecibles. Esta metodología está basada en un conjunto de actividades de la ingeniería de software, que transforman requisitos de usuario, para el análisis, implementación y documentación de sistemas. Es una metodología de desarrollo iterativo que es enfocada hacia: diagramas de los casos de uso, y manejo de los riesgos y el manejo de la arquitectura, como tal. (44).

2.2.9.1. Principales Características de RUP

- Forma disciplinada de asignar tareas y responsabilidades (quién hace qué, cuándo y cómo).
- Administración de requisitos.
- Uso de arquitectura basada en componentes.
- Control de cambios.
- Verificación de la calidad del software.

En esta metodología lo que pretende es el desarrollo de un software, en el cual se aplicará el PSP y el CMMI en todas sus fases, que estén en la realización de los procesos (44).

2.2.9.2. Fases del ciclo de vida de RUP

Esta metodología cuenta con tres fases fundamentales estas son (45):

Fase Inicial: Consiste en comprender los requerimientos en conjunto y determinar el alcance del esfuerzo a desarrollar.

Fase de desarrollo: Consiste en planear las actividades y recursos necesarios, se procede con el desarrollo de los componentes de la herramienta.

Fase de pruebas: Verifica su integridad y funcionalidad del software que esté disponible para los usuarios finales, ajusta errores y defectos encontrados.

III. HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

La Implementación de un sistema de Control de Ventas en la Librería “La Casita del Regalo – Talara”, mejora la calidad de atención a los clientes.

3.2. Hipótesis Específicas

1. La identificación de la situación actual en que manejan el sistema en físico, permitirá recolectar los datos necesarios para la implementación del sistema de control de ventas.
2. El diseño del sistema de control de ventas, con las herramientas adecuadas, serán fácil de comprender y manejar para los usuarios de la parte Administrativa.
3. La utilización de los lenguajes de programación y gestor de base de datos permitirá el desarrollo del sistema.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de la investigación

4.1.1. Tipo

Descriptivo

Esta investigación es descriptiva, ya que se analizó una problemática y partiendo de este análisis se realizó una interpretación de estos mismos resultados obtenidos.

Linas (46), indica que la investigación descriptiva, tiene como función el manejo de los datos recopilados en cuanto se refiere a su ordenación y presentación, para poner en evidencia ciertas características en la forma que sea más objetiva y útil.

Moncho (47), dice que es un conjunto de herramientas de análisis que le permiten resumir y describir la información sobre determinadas características de interés de los individuos o elementos objeto de estudio, así como inferir o extraer conclusiones sobre una población a partir de los resultados obtenidos en una muestra.

4.1.2. Nivel

Cuantitativo

La investigación presenta un tipo cuantitativo por lo que busca cuantificar los datos para obtener los resultados.

Según Caldas (48), sostiene que la investigación cuantitativa consiste en recoger información objetiva y medible que permita un tratamiento estadístico. El método de trabajo consiste en seleccionar a un grupo de personas, denominado muestra, que sean representativas de la población que se quiere estudiar.

Jensen (489), dice que la investigación cuantitativa se relaciona con los tipos importantes de medición y con los procedimientos para analizar las relaciones entre dichas mediciones. Una de las nociones centrales es la variable, que se relaciona con otros elementos fundamentales de las investigaciones cuantitativas como los conceptos y los constructos.

4.2. Diseño de la investigación

No experimental, por lo que no se manipulan las variables, se basa simplemente en la observación de fenómenos para analizarlos y por la característica de la ejecución es de corte transversal, permitiendo la recolección de datos en el momento, describe y analiza la incidencia en el momento.

Según Hernández (50), define este diseño se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

Según Dzul (51), Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos.

4.3. Universo

Según Díaz (52), el universo es aquel conjunto de individuo que tienen características (variables de estudio) que se desean estudiar.

El universo estará delimitada por 10 trabajadores, los cuales tienen conocimiento y hacen uso de la información de la librería “La Casita del Regalo – Talara”.

4.4. Muestra

La muestra es un subconjunto del universo de estudio, es el grupo de personas que realmente se estudiarán. Debe ser representativa del universo y para lograr esto se tiene que tener bien definido los criterios de inclusión y exclusión, así como la realización de una buena técnica de muestreo (53).

Por ser una población pequeña para desarrollar el proyecto de investigación la muestra estará conformada por las 10 personas delimitadas, con el fin de conseguir resultados mucho más precisos con respecto a las características especificadas en el planteamiento del problema.

4.5. Definición operacional de las variables en estudio

Tabla Nro. 3: Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional
Implementación de un Sistema de Control de Ventas.	<p>Sistema Según Arias (54), la Implementación de un Sistema debe ser entendida como una actividad que requiere análisis y planificación acordes con el impacto que esta actividad pueda implicar para la organización.</p> <p>Control de ventas Según Artal (55), el Control de Ventas implica actitudes de servicio al consumidor por parte de la totalidad de la empresa. Es la gestión, la colecta de datos y</p>	Nivel de satisfacción respecto al sistema actual.	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo de atención a los clientes. - Insatisfacción con el actual inventario - Toma de decisiones. - Mejor control en las ventas. - Acceso Oportuno a la información. 	<p>Una Implementación se refiere al proceso post-venta de guía de un cliente sobre el uso del software o hardware que el cliente ha comprado. Un control de venta consiste en hacer notar y señalar las desviaciones, determinando sus causas, y tomar las medidas correctivas adecuadas para enfrentar diferentes situaciones.</p>
		Nivel de conocimiento de TIC.	<ul style="list-style-type: none"> -Seguridad y exactitud en los datos. -Consultas sencillas y fáciles. -Generación de Reportes. 	

	monitoreo de todo lo que es vendido en una empresa.		<ul style="list-style-type: none"> - Confiabilidad. - Velocidad en el proceso de información 	
		Nivel de Satisfacción del Servicio de Atención al Cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo de espera. - Optimizar la atención al cliente. - Eficacia en el tiempo de atención. - Tener un mejor control de los bienes. - Eficiente manejo de datos en los registros. 	

Fuente: Elaboración Propia

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1. Técnica

La técnica a utilizar es la encuesta, es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Esta técnica es impersonal, porque la encuesta no debe llevar el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos (56).

4.6.2. Instrumento

Instrumento es el mecanismo que usa el investigador para recolectar y registrar los datos. El cuestionario representa la herramienta con la cual se va a recoger, filtrar y codificar los datos. Los instrumentos están en correspondencia con las técnicas de recolección de datos considerada, para determinado problema o evento de investigación (57).

4.7. Plan de análisis

Los datos obtenidos fueron codificados y luego ingresados en una hoja de cálculo del programa Microsoft Excel 2013. Además se procedió a la tabulación de los mismos. Se realizó el análisis de datos que sirvió para establecer las frecuencias y realizar el análisis de distribución de dichas frecuencias.

4.8. Matriz de consistencia

Tabla Nro. 4: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
¿De qué manera la Implementación de un sistema de control de ventas en la librería La Casita del Regalo - Talara; 2019, mejora la calidad de atención a los clientes?	<p>Objetivo General</p> <p>Proponer la Implementación de un sistema de control de ventas en la Librería “La Casita del Regalo” – Talara; 2019, para mejorar la calidad de atención a los clientes.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>1. Identificar la actual situación en que manejan el sistema físico con el objetivo de recolectar los datos necesarios para la implementación del</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La Implementación de un sistema de Control de Ventas en la Librería “La casita del Regalo-Talara”, mejora la calidad de atención a los clientes.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>1. La Identificación de la situación actual en que manejan el sistema en físico, permitió recolectar los datos necesarios para la implementación del sistema de control de ventas.</p>	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal</p>

	<p>sistema de control de ventas.</p> <p>2. Diseñar el sistema de control de ventas, con las herramientas adecuadas, que sean fácil de comprender y de manejar para los usuarios de la parte Administrativa.</p> <p>3. Utilizar los lenguajes de programación y gestor de base de datos para el desarrollo del sistema.</p>	<p>2. El diseño del sistema de control de ventas, con las herramientas adecuadas, serán fácil de comprender y manejar para los usuarios de la parte Administrativa.</p> <p>3. La utilización de los lenguajes de programación y gestor de base de datos permitirá el desarrollo del sistema.</p>	
--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

4.9. Principios éticos

Durante el desarrollo de la presente investigación denominada Propuesta de Implementación de un sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo - Talara; 2019 se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan asegurar la originalidad de la Investigación. Asimismo, se han respetado los derechos de propiedad intelectual de los libros de texto y de las fuentes electrónicas consultadas, necesarias para estructurar el marco teórico. Teniendo en cuenta los principios que rigen en la actividad investigadores tenemos (58):

- **Protección a la personas.** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.** Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar

daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.

- **Libre participación y derecho a estar informado.** Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

- **Beneficencia no maleficencia.** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia.** El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.
- **Integridad científica.** La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe

extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1. Resultados de la Dimensión 1: Nivel de Satisfacción con el Sistema Actual

Tabla Nro. 5: Sistema de Ventas

Distribución de frecuencia sobre creación del sistema actual, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	1	10.00
No	9	90.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Cuenta su empresa con un Sistema de Ventas?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 5, se observa que el 90.00 % de los trabajadores sostiene que NO cuenta con un Sistema de Ventas dentro de la Librería, mientras que el 10.00 % afirma que SI.

Tabla Nro. 6: Tiempo de una venta

Distribución de frecuencia sobre el tiempo de una venta, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	2	20.00
No	8	80.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Considera usted adecuado el tiempo utilizado para realizar una venta?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 6, se observa que el 80.00 % de los trabajadores sostiene que NO considera adecuado el tiempo para realizar una compra, mientras que el 20.00 % afirma que SI.

Tabla Nro. 7: Eficiencia

Distribución de frecuencia sobre la eficiencia en una venta, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	1	10.00
No	9	90.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Usted cree que hay eficiencia en los procesos de ventas?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 7, se observa que el 90.00 % de los trabajadores sostiene que NO hay eficiencia en las ventas, mientras que el 10.00 % afirma que SI.

Tabla Nro. 8: Conformidad de reportes de Ventas

Distribución de frecuencia sobre la conformidad de reportes de ventas, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	2	20.00
No	8	80.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Está conforme con la forma como generan las consultas y reportes de ventas?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 8, se observa que el 80.00 % de los trabajadores sostiene que NO están conformes con el reporte de las ventas, mientras que el 20.00 % afirma que SI.

Tabla Nro. 9: Beneficio de un Sistema de Venta

Distribución de frecuencia sobre el beneficio que tiene un Sistema de Venta, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	10	100.00
No	-	-
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Le gustaría utilizar y aprovechar los beneficios que ofrece un sistema de venta?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 9, se observa que el 100.00 % de los trabajadores sostiene que SI les gustaría aprovechar los beneficios de un sistema de venta.

5.1.2. Resultados de la Dimensión 2: Nivel de Conocimiento de las TIC

Tabla Nro. 10: Conocimientos básicos de Ofimática

Distribución de frecuencia sobre los Conocimiento básicos de Ofimática, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	4	40.00
No	6	60.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Tiene Usted conocimientos básicos de ofimática: Word, Excel, Paint, PowerPoint, etc.?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 10, se observa que el 60.00 % de los trabajadores sostiene que NO tiene conocimientos básicos de ofimática, mientras que el 40.00 % que SI.

Tabla Nro. 11: Equipos Informáticos Adecuados

Distribución de frecuencia sobre los equipos informáticos adecuados, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	2	20.00
No	8	80.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Cree que su empresa dispone de equipos informáticos adecuados para la implementación de un sistema de control de ventas?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 11, se observa que el 80.00 % de los trabajadores sostiene que NO dispone de equipos informáticos adecuados, mientras que el 20.00 % afirma que SI.

Tabla Nro. 12: Página o Sitio Web

Distribución de frecuencia sobre la página o Sitio Web, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	-	-
No	10	100.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Tiene su empresa página o sitio Web?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 12, se observa que el 100.00 % de los trabajadores sostiene que NO tiene la empresa página o sitio Web.

Tabla Nro. 13: Tecnología

Distribución de frecuencia sobre la Tecnología, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	10	100.00
No	-	-
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Considera Usted que la tecnología puede ayudar a que la empresa crezca?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 13, se observa que el 100.00 % de los trabajadores sostiene que SI considera que la tecnología ayudará a que la empresa crezca.

Tabla Nro. 14: Utilización de un Sistema

Distribución de frecuencia sobre la Utilización de un Sistema, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	3	30.00
No	7	70.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Ha utilizado alguna vez un sistema de control de ventas?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 14, se observa que el 70.00 % de los trabajadores sostiene que NO ha utilizado un sistema de ventas, mientras el 30.00 % afirma que SI.

5.1.3. Resultados de la Dimensión 3: Nivel de Satisfacción del Servicio de Atención al Cliente

Tabla Nro. 15: Tipo de Servicio de Atención

Distribución de frecuencia sobre el tipo de servicio de atención, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	7	70.00
No	3	30.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Está de acuerdo con el tipo de servicio de atención que presta actualmente su empresa?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 15, se observa que el 70.00 % de los trabajadores sostiene que SI están de acuerdo con el servicio de atención, mientras que el 30.00 % NO está de acuerdo.

Tabla Nro. 16: Atención al cliente

Distribución de frecuencia sobre la Atención al cliente, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	8	80.00
No	2	20.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Tiene problemas con sus clientes para ser atendido con facilidad y de manera puntual?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 16, se observa que el 80.00 % de los trabajadores sostiene que SI tiene problemas con sus clientes al hacer atendidos, mientras que el 20.00 % afirma que NO.

Tabla Nro. 17: Acceso a la Información

Distribución de frecuencia sobre el Acceso a la Información, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	6	60.00
No	4	40.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Está de acuerdo con el servicio de acceso a la información de sus productos?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 17, se observa que el 60.00 % de los trabajadores sostiene que SI está de acuerdo con el acceso a la información de los productos, mientras que el 40.00 % NO está de acuerdo.

Tabla Nro. 18: Implementación de un Sistema de Ventas

Distribución de frecuencia sobre la Implementación de un Sistema de Ventas, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	10	100.00
No	-	-
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Cree que es necesario implementar un sistema de ventas para mejorar el servicio de atención al cliente?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 18, se observa que el 100.00 % de los trabajadores sostiene que SI es necesario la implementación de un sistema de ventas.

Tabla Nro. 19: Facilitar el Proceso de Ventas

Distribución de frecuencia sobre Facilitar el Proceso de Ventas, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara ; 2019.

Alternativa	n	%
Si	-	-
No	10	100.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta ¿Cuenta con un sistema apropiado para facilitar el proceso de ventas de su empresa?

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 19, se observa que el 100.00 % de los trabajadores sostiene que NO cuenta con un sistema apropiado que facilite el proceso de las ventas.

Resumen de la Dimensión 1: Nivel de Satisfacción con el Sistema Actual

Tabla Nro. 20: Resumen de la Dimensión 1

Distribución de frecuencia de la Dimensión 1, Nivel de Satisfacción con el Sistema Actual, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	3	30.00
No	7	70.00
Total	10	100.00

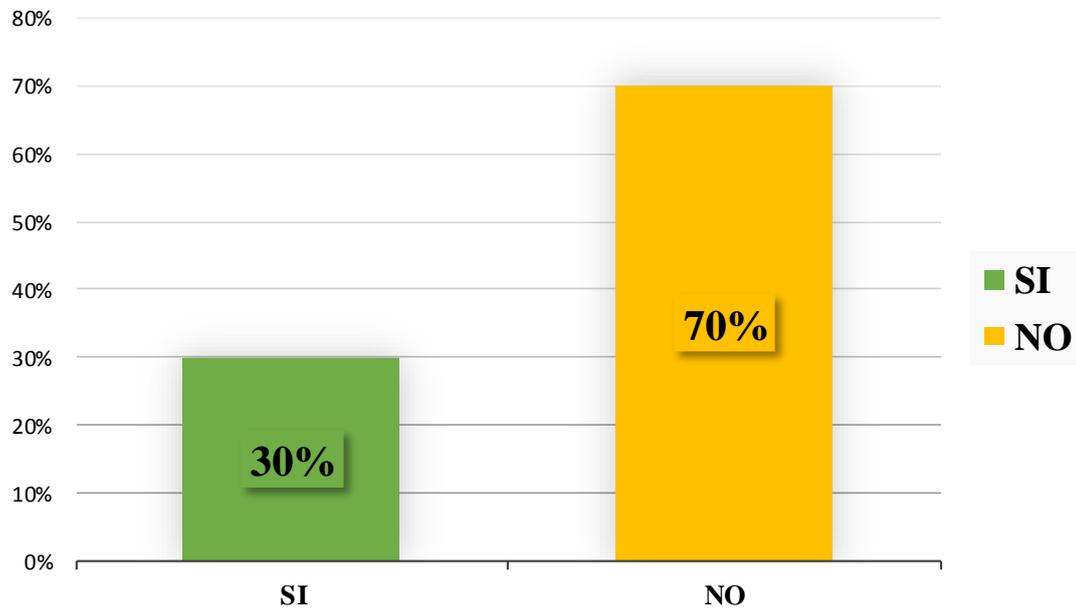
Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la Dimensión 1.

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 20, se observa que el 70.00 % de los trabajadores sostiene que NO está satisfecho con el Sistema Actual, mientras que el 30.00 % afirma que SI.

Gráfico Nro. 4: Resumen de la Dimensión 1

Dimensión 1, nivel de satisfacción del sistema actual, respecto a la Implementación de un Sistema de Control de Ventas en la Librería La Casita de Regalo de la ciudad de Talara; 2019.



Fuente: Tabla Nro. 20

Resumen de la Dimensión 2: Nivel de Conocimiento de las TIC

Tabla Nro. 21: Resumen de la Dimensión 2

Distribución de frecuencia de la Dimensión 2, Nivel de Conocimiento de las TIC, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	4	40.00
No	6	60.00
Total	10	100.00

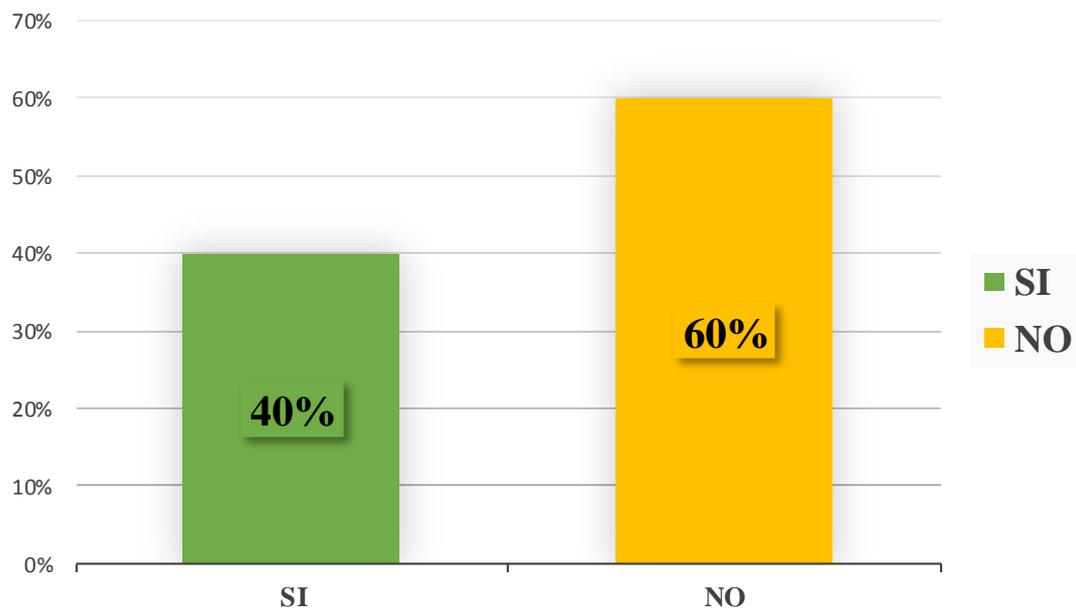
Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la Dimensión 2.

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 21, se observa que el 60.00 % de los trabajadores sostiene que NO tiene conocimientos de las TIC, mientras que el 40.00 % afirma que SI.

Gráfico Nro. 5: Resumen de la Dimensión 2

Dimensión 2, Nivel de conocimiento de las TIC, respecto a la Implementación de un Sistema de Control de Ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.



Fuente: Tabla Nro. 21

Resumen de la Dimensión 3: Nivel de Satisfacción del Servicio de Atención al Cliente

Tabla Nro. 22: Resumen de la Dimensión 3

Distribución de frecuencia de la Dimensión 3, Nivel de Satisfacción del Servicio de Atención al Cliente, respecto a la Implementación de un Sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.

Alternativa	n	%
Si	6	60.00
No	4	40.00
Total	10	100.00

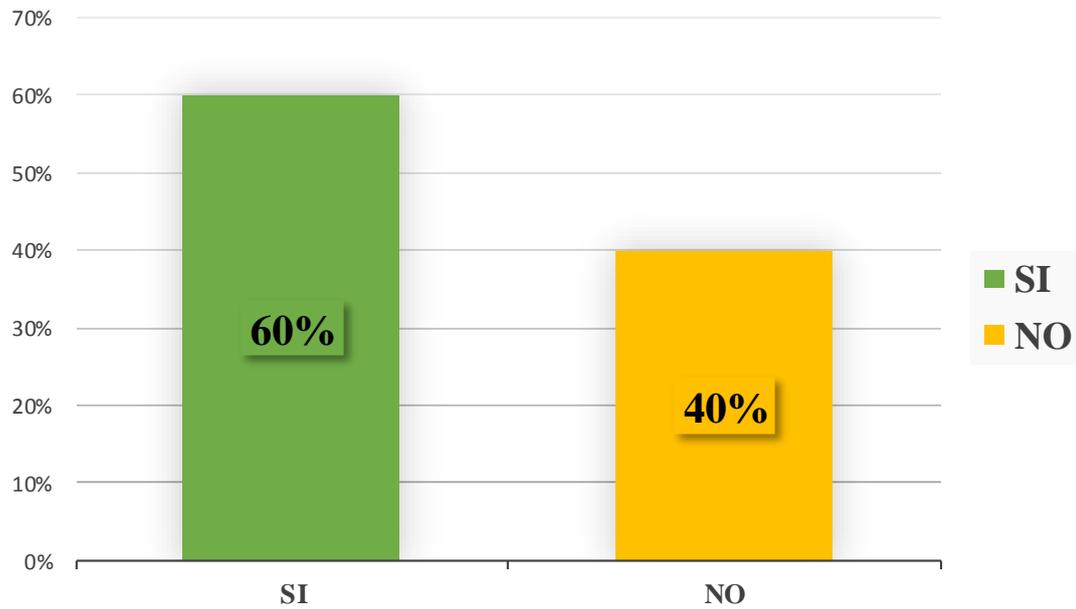
Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Librería La Casita del Regalo, respecto a la pregunta, respecto a la Dimensión 3.

Aplicado por: Chalen W. 2019.

En la tabla Nro. 22, se observa que el 60.00 % de los trabajadores sostiene que SI está satisfecho con el Servicio de Atención al Cliente, mientras que el 40.00 % NO está satisfecho.

Gráfico Nro. 6: Resumen de la Dimensión 3

Dimensión 3, Nivel de satisfacción del Servicio de Atención al cliente, respecto a la Implementación de un Sistema de Control de Ventas en la Librería la Casita del Regalo de la ciudad de Talara; 2019.



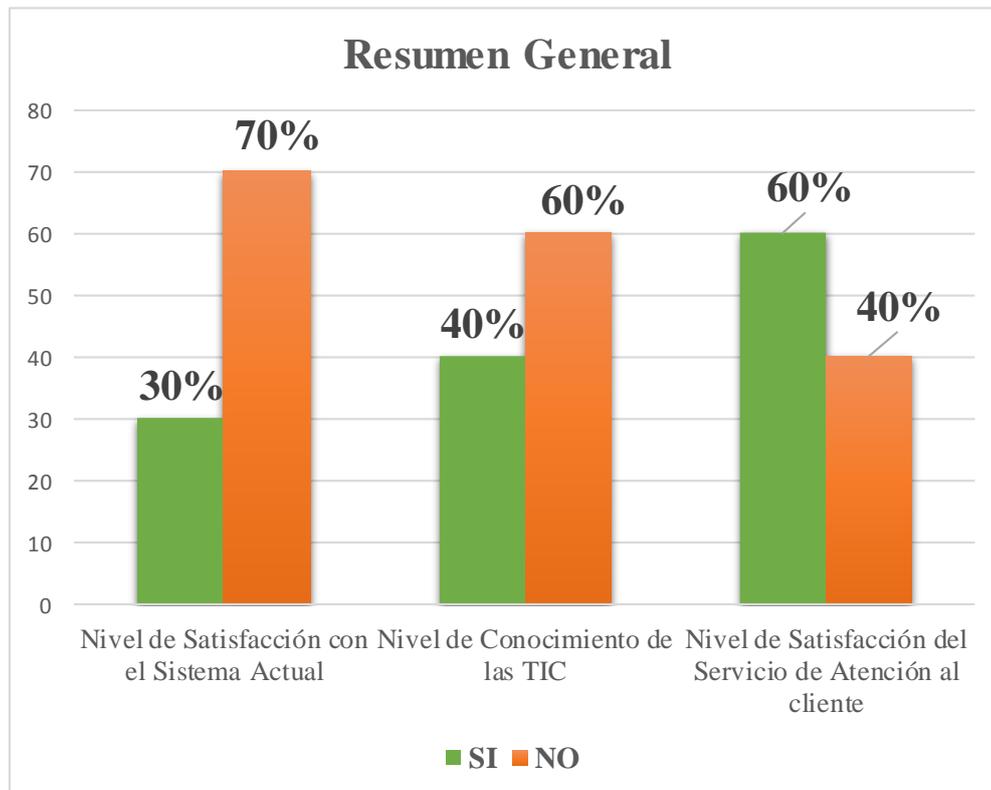
Fuente: Tabla Nro. 22

Resumen General

Tabla Nro. 23: Resumen General

	Si	%	No	%	TOTAL
Dimensión 1: Nivel de Satisfacción con el Sistema Actual	3	30.00	7	70.00	100.00
Dimensión 2: Nivel de Conocimiento de las TIC	4	40.00	6	60.00	100.00
Dimensión 3: Nivel de Satisfacción del Servicio de Atención al Cliente	6	60.00	4	40.00	100.00

Gráfico Nro. 7: Resumen General.



5.2. Análisis de resultados

La presente investigación tuvo como objetivo Proponer la Implementación de un sistema de control de ventas en la librería La Casita del Regalo – Talara; 2019, para mejorar la calidad de atención a los clientes, en el cual se ha procedido a realizar tres dimensiones que son Nivel de Satisfacción con el Sistema Actual, Nivel de Conocimiento TIC y Nivel de Satisfacción del Servicio de Atención al Cliente. Por lo consiguiente una vez interpretado dichos resultados se proceden a analizarlos detenidamente en los siguientes párrafos:

En lo que respecta a la dimensión: Nivel de Satisfacción con el Sistema Actual, la Tabla Nro. 20 nos muestra los resultados, en el cual se observa que el 70.00 % de los trabajadores encuestados expresaron que NO están satisfechos con el Sistema Actual. Este resultado tiene similitud al trabajo presentado por Espiritu (6), en la tesis titulada “Implementación de un Sistema Web para mejorar el servicio de Venta y Marketing de Motos y Accesorios en la Empresa Moto Repuestos Ariza, Huarney” en el año 2017, sostiene que tiene como objetivo principal realizar la Implementación a fin de garantizar el marketing y llevar un mejor control en la venta de motos, repuesto y accesorios. Para la investigación de este proyecto hicieron visitas al área de cobranza, donde el 83.00 % de los encuestados manifestaron NO estar satisfechos como se viene trabajando con el actual sistema, esto coincide con la autora Bermejo (16), el cual menciona que un Sistema es un conjunto de funciones que operan en armonía o con un mismo propósito, y que puede ser ideal o real. Los sistemas han evolucionado, los hay manuales, eléctricos o automáticos; cada vez son más eficientes y económicos en lo que influyen los materiales con los que se construyen, estos interactúan entre sí. Estos resultados se obtuvieron ya que la mayoría de los clientes se encuentran insatisfechos en cómo esta Librería viene trabajando con respecto al sistema actual, es por eso que

quieren aprovechar al máximo lo que les proporciona hoy en día la tecnología, para satisfacer las necesidades de sus clientes, maximizar la rapidez de sus procesos y generar ganancias.

En la segunda dimensión Nivel de Conocimiento TIC de la tabla Nro. 21, se observa que el 60.00 % de los trabajadores sostiene que NO tiene conocimientos de las TIC. Este resultado es similar al trabajo presentado por Rodríguez (8), en la tesis titulada “Implementación de un Sistema Informático Web para el control de Ventas e inventario en la Empresa Calzados Winner E.I.R.L. – Trujillo”, en el año 2017, sostiene que su investigación se fundamenta en una estrategia para la mejora continua de la calidad en las organizaciones del Perú. Para la Investigación de este proyecto se ha podido interpretar que el 20.00 % de los encuestados expresaron que NO perciben la necesidad de implementación y manejo de un sistema web, esto coincide con el autor Arias (40), quien menciona que las TIC son herramientas informáticas, estas herramientas nos facilitan el aprendizaje y el desarrollo de habilidades. Amplían nuestras capacidades físicas, mentales y las posibilidades del desarrollo social. Procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan la información. Estos resultados se obtuvieron a fin de que los trabajadores de dicha empresa, sean capacitados y orientados en modo de ayuda para tener un mejor rendimiento al momento de realizar los procesos de venta y tenga más conocimiento para emplear dichos elementos informáticos, ya que son herramientas de mucha ayuda tanto para la empresa como para las personas que lo manipulan y así poder llevar principalmente en el control de los productos existentes dentro de la empresa generando ahorro de tiempo y brindando un buen servicio a los clientes.

En la tercera dimensión Nivel de Satisfacción del Servicio de Atención al Cliente de la Tabla Nro. 22, se observa que el 60.00 % de los trabajadores sostiene que SI está satisfecho con el Servicio de Atención

al Cliente. Este resultado es similar al trabajo presentado por Henostroza (7), en la tesis titulada “Implementación de un Sistema de Ventas para mejorar el servicio de atención al Cliente en la Empresa Consorcio Paredes - Huarney”, en el año 2017, sostiene que su investigación es mejorar el servicio de atención al cliente. Para la investigación de este proyecto el 95.00 % de las personas encuestadas expresaron que SI es necesario mejorar el servicio de atención y el proceso de ventas, esto tiene similitud con el autor Dimes (41), quien menciona que los servicios en las TIC contrasta con revoluciones tecnológicas anteriores, que afectaron de una manera importante a las manufacturas, pero no a los servicios. Este hecho se debe en gran medida al carácter intangible de los servicios y al papel fundamental que la información y el conocimiento juegan en muchas de estas actividades. Estos resultados se obtuvieron gracias a que muchas personas son conscientes de que los clientes merecen un servicio de calidad y en óptimas condiciones, es por eso que siguen apostando por los sistemas dentro de los negocios locales, a su vez fomentan al uso de las tecnologías y colaboran con el desarrollo de los procesos optimizados.

5.3. Propuesta de mejora

Con los resultados y análisis obtenidos de la investigación, se procedió con la implementación de un sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo - Talara; 2019., en donde se plantea como propuesta de mejora lo siguiente: Implementar un sistema de control de ventas utilizando la metodología de desarrollo RUP, el lenguaje de programación JAVA, en un entorno de desarrollo NetBeans y el gestor de base de datos de MYSQL.

5.3.1. Propuesta Técnica

5.3.1.1. Fundamentación de la metodología

En esta investigación se empleó la metodología RUP, para la Implementación de un sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo - Talara; 2019., cuyo objetivo es ordenar y estructurar el desarrollo de software, dividiendo el proceso en cuatro fases: Inicio, elaboración, construcción y transición para el desarrollo de software.

Las principales razones del uso de un ciclo de desarrollo iterativo e incremental de tipo RUP para la ejecución de este proyecto son:

- Identifica tareas, escenarios y casos de uso, lo cual permite la interacción que tendrá cada interesado en el desarrollo del sistema de control de ventas.
- Hace uso de un diagrama de clases, en donde muestra los atributos y operaciones que caracterizan cada clase de objetos.
- En el desarrollo de cada fase específicamente en el análisis y diseño, el usuario es considerado un integrante fundamental en la validación del sistema de control de ventas.
- Propone un proceso predeterminado indicando actividades a realizar y los productos o resultados que se deben obtener en cada fase del desarrollo.

5.3.1.2. Desarrollo de la Metodología

Se decidió seleccionar la metodología de desarrollo de software RUP por ser la mejor alternativa ya que cumple con las necesidades de los usuarios y las funcionalidades de un software, con una planeación y presupuesto predecible, y también por ser la más empleada y conocida en la gestión de proyectos desarrollados en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Otras de las razones por las que se eligió la metodología de desarrollo de software RUP, son las siguientes:

- Realiza una forma disciplinada con el fin de asignar y lograr tareas y responsabilidades de una Librería que desarrolla software.
- Pretende que el proceso de desarrollo a implementar sea claro y accesible.
- Permite que el control de cambio sea adecuado a las necesidades de la Librería y del proyecto.
- Brinda una exhaustiva y detallada documentación de calidad.

Para la implementación del presente sistema de control de ventas aplicando la metodología de desarrollo de software RUP, se definieron los siguientes entregables para cada una de las etapas de esta metodología.

Tabla Nro. 24: Entregables de RUP

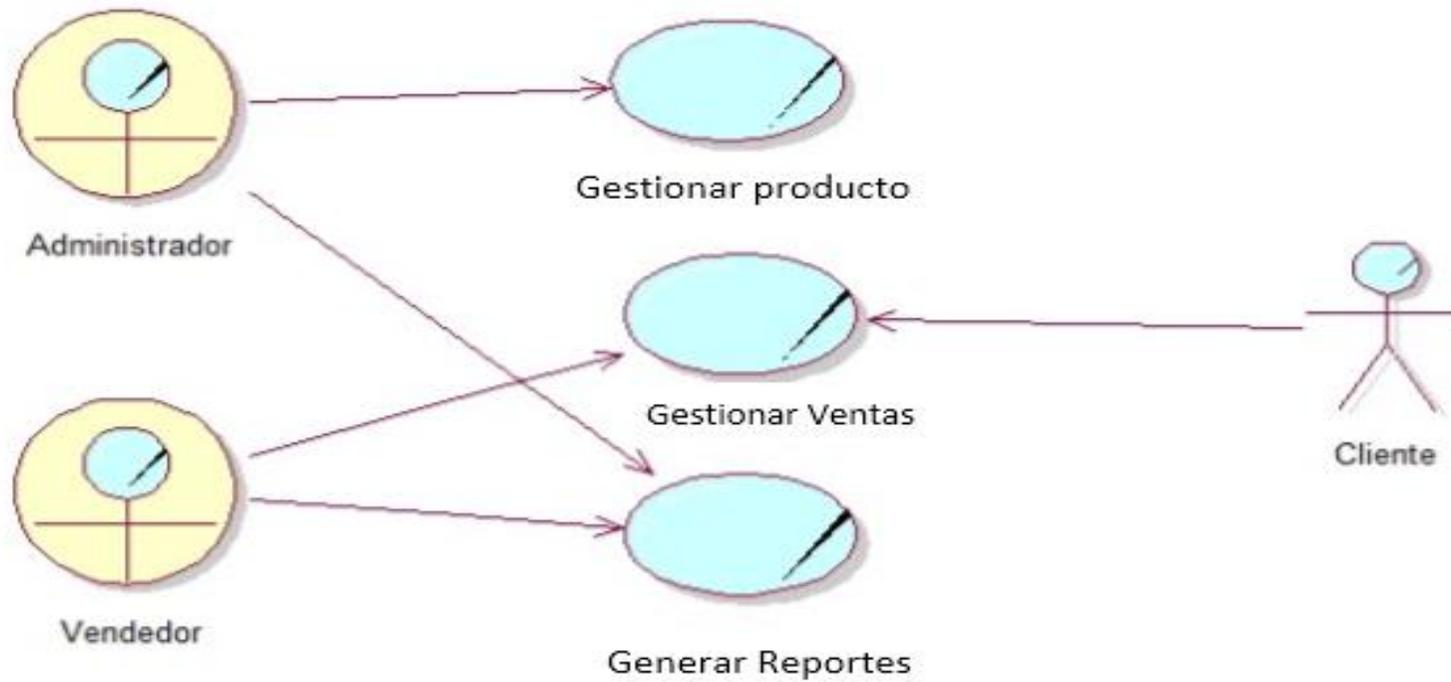
ETAPA	ENTREGABLE
MODELADO DE NEGOCIOS	Casos de uso del negocio
	Modelo de objeto del negocio.
	Reglas de negocio.
REQUERIMIENTOS	Propósito del sistema.
	Alcance del sistema
	Requerimientos funcionales.
	Requerimientos no funcionales.
ANÁLISIS Y DISEÑO	Definición de actores.
	Diagrama de casos de uso.
	Especificación de casos de uso.
	Diagrama de actividades.
	Diagrama de clases.
	Diagrama de interacción (Secuencia y Colaboración)
	Diseño de la Base de Datos.
IMPLEMENTACIÓN	Diseño del sistema
	Diseño de prototipos.
	Programación del sistema.
	Implementación del sistema web.

Fuente: Elaboración Propia

1. Modelado del negocios

a. Casos de uso del negocio

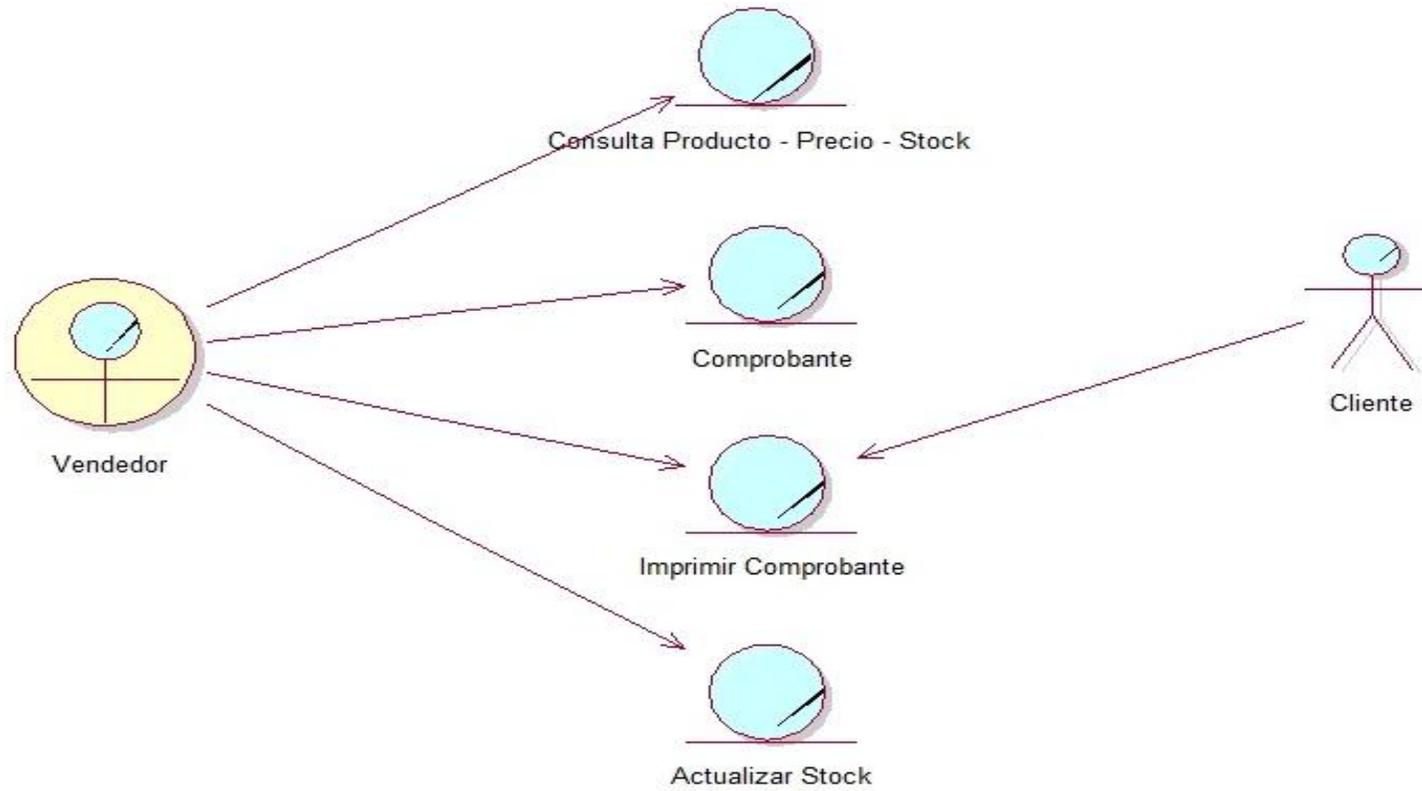
Gráfico Nro. 8: Casos de uso del Negocio



Fuente: Elaboración Propia

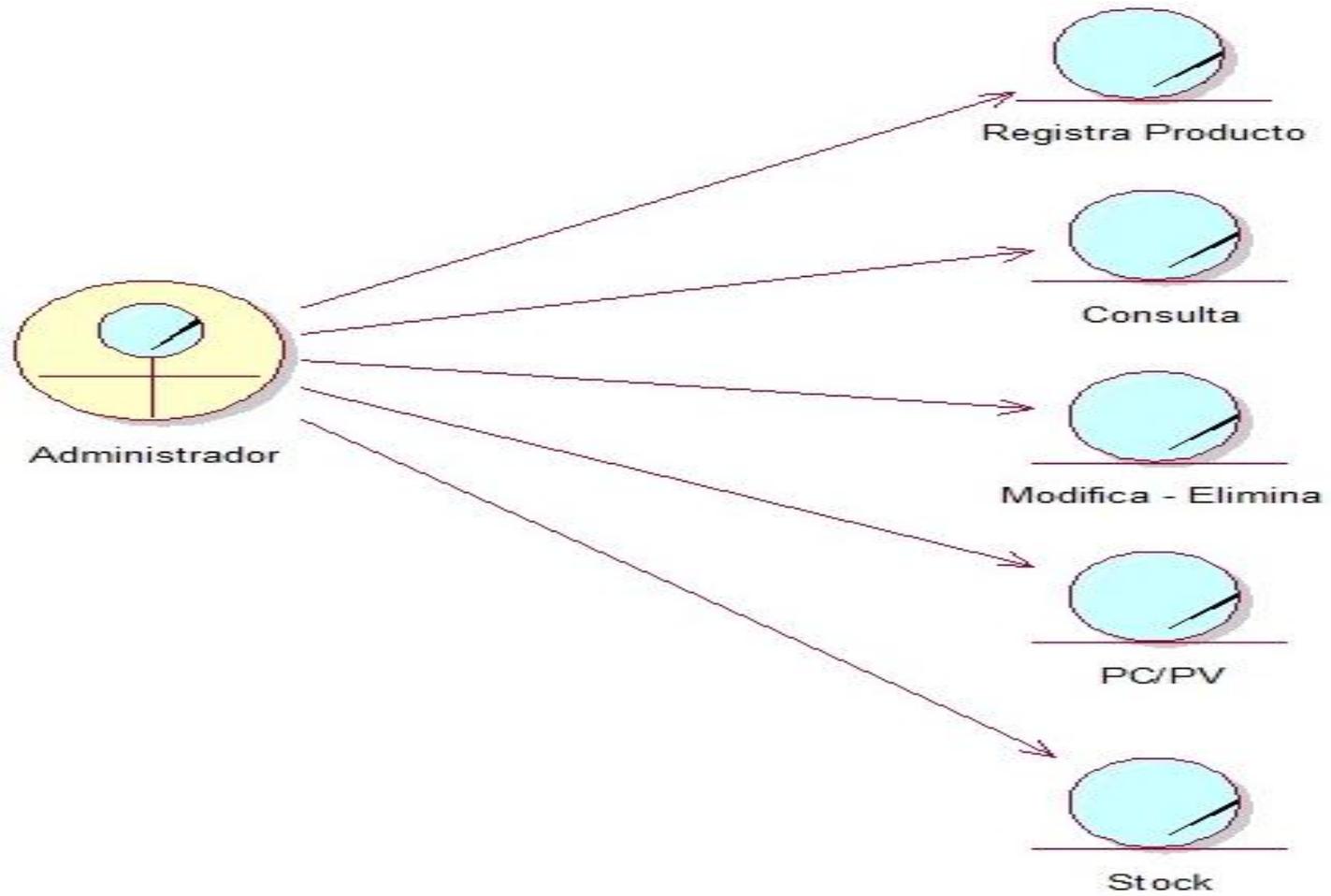
b. Modelo de objeto del negocio

Gráfico Nro. 9: M.O.N – Gestionar Venta



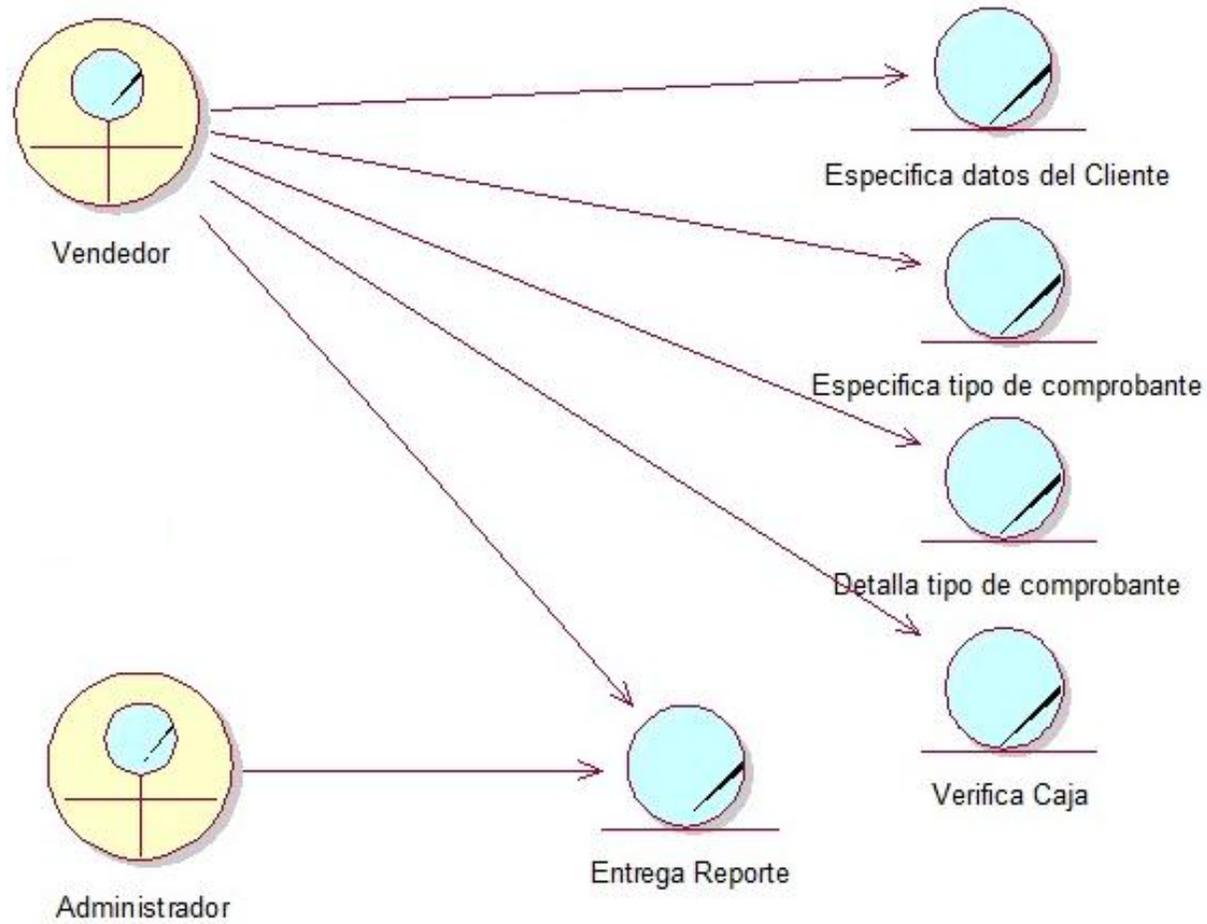
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico Nro. 10: M.O.N – Gestionar Producto



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico Nro. 11: M.O.N – Gestionar Reportes



Fuente: Elaboración Propia

c. Reglas del Negocio

Tabla Nro. 25: Reglas de negocio

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
RN01	El vendedor debe de registrar la venta de los clientes.
RN02	No se puede vender productos sin haber registrado los datos de los clientes.
RN03	Solo las personas que tengan acceso al sistema podrán utilizarla.

Fuente: Elaboración Propia.

2. Requerimientos

a. Propósito del Sistema

Mejorar la atención de los clientes de la Librería La Casita del Regalo - Talara, mediante la propuesta de implementación de un sistema de control de ventas.

b. Alcance del Sistema

Al personal de la Librería, a los clientes y a los procesos implicados en el procedimiento del desarrollo de la propuesta de implementación de un sistema de control de ventas en la Librería La Casita del Regalo - Talara; 2019, ya que les permite tener un mejor control de la información y así garantizar una buena atención a sus clientes.

c. Requerimientos Funcionales del Sistema

Tabla Nro. 26: Requerimientos funcionales del sistema

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
RF01	El sistema otorga el acceso únicamente el ingreso a los usuarios autorizados.
RF02	El sistema debe permitir al administrador gestionar usuarios (Registrar, actualizar y eliminar un usuario).
RF03	El sistema debe permitir únicamente al usuario administrador agregar, activar o desactivar a los usuarios que tendrán acceso al sistema.
RF04	El sistema debe permitir a los usuarios registrados gestionar clientes (mostrar, buscar, actualizar, eliminar y agregar cliente) al realizar una venta dentro de la Librería.
RF05	El sistema permite gestionar las categorías de los productos (mostrar, buscar, actualizar, eliminar y agregar nueva categoría).
RF06	El sistema debe permitir al administrador gestionar los productos (mostrar, buscar, actualizar, eliminar y nuevos productos).
RF07	El sistema al realizar una venta permite la búsqueda de los productos por código o nombre.
RF08	El sistema al realizar una venta permite la búsqueda del cliente por código o nombre.
RF09	El sistema imprimirá el comprobante de pago al momento de realizar una venta, al mismo tiempo se quedará grabado en el sistema.

RF10	El sistema debe permitir mostrar las ventas realizadas.
RF11	El sistema debe permitir controlar el reporte de los productos.
R12	El sistema debe permitir controlar las entradas y salidas de los productos.
RF13	El sistema debe permitir descargar los reportes del sistema.
RF14	El sistema debe permitir realizar reportes de ventas.

Fuente: Elaboración Propia

d. Requerimiento no Funcionales

Tabla Nro. 27: Requerimientos no funcionales

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
RNF01	El sistema será fácil y dinámico para que el personal encargado pueda adaptarse rápidamente.
RNF02	Se deben realizar las pruebas necesarias para ver la eficacia del sistema antes de su implementación.
RNF03	Facilidad para el desarrollador para realizar mantenimiento a futuro de nuevas implementaciones.
RNF04	El sistema de control de ventas debe contener expresiones y acciones permitidas.
RNF05	Las consultas que se hagan deben estar detallada.

Fuente: Elaboración Propia.

3. Análisis de Diseño

a. Identificación de actores

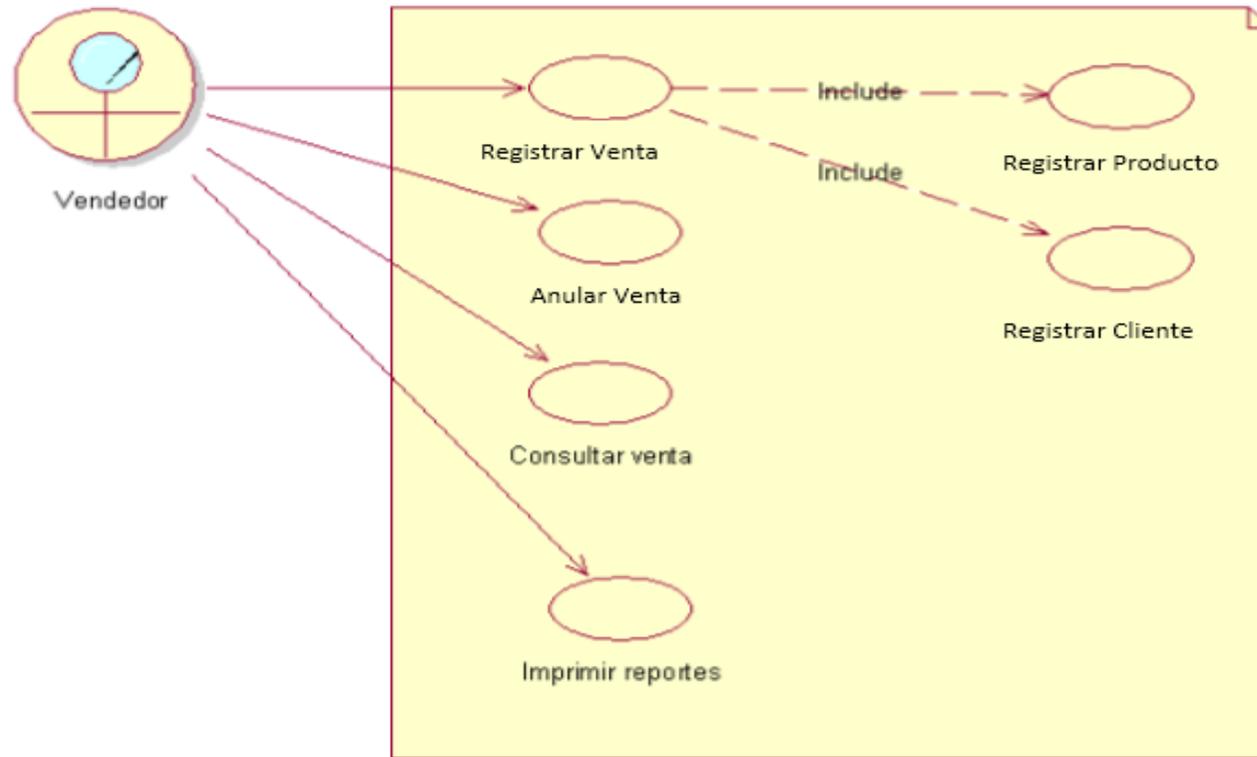
- Administrador: Persona encargada de gestionar los procesos de consultar, editar y eliminar información relacionada a la Librería dentro del sistema, además se encarga de gestionar productos y de generar reportes.

- Vendedor: Personas encargada y autorizada de generar los procesos, tales como Gestionar Ventas y Generar Reportes.

- Cliente: Es la persona (natural), que realiza los pasos necesarios para obtener el servicio de venta, es quien realiza la compra de los productos que ofrece la Librería.

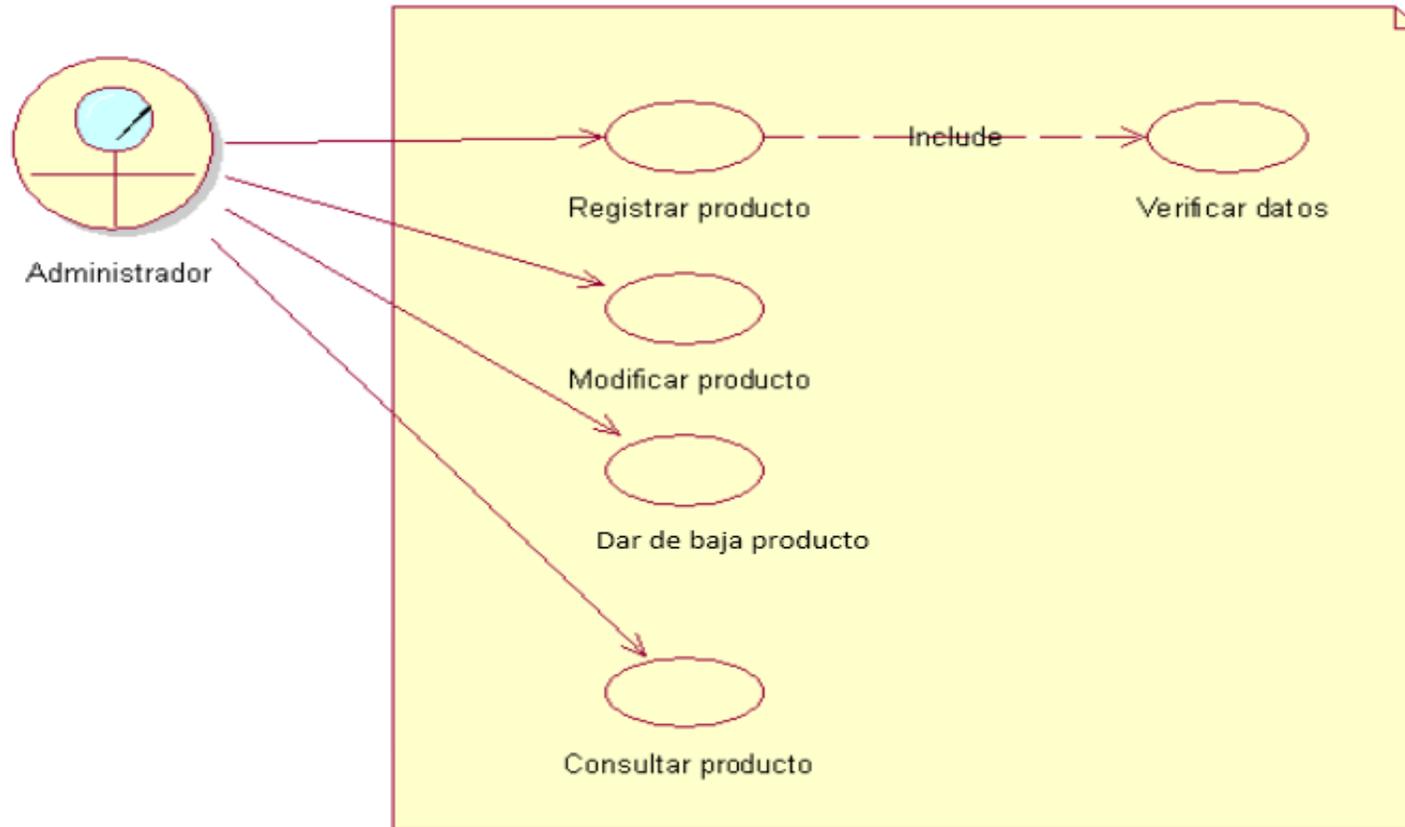
b. Diagrama de casos de uso del sistema

Gráfico Nro. 12: C.U – Gestionar Venta



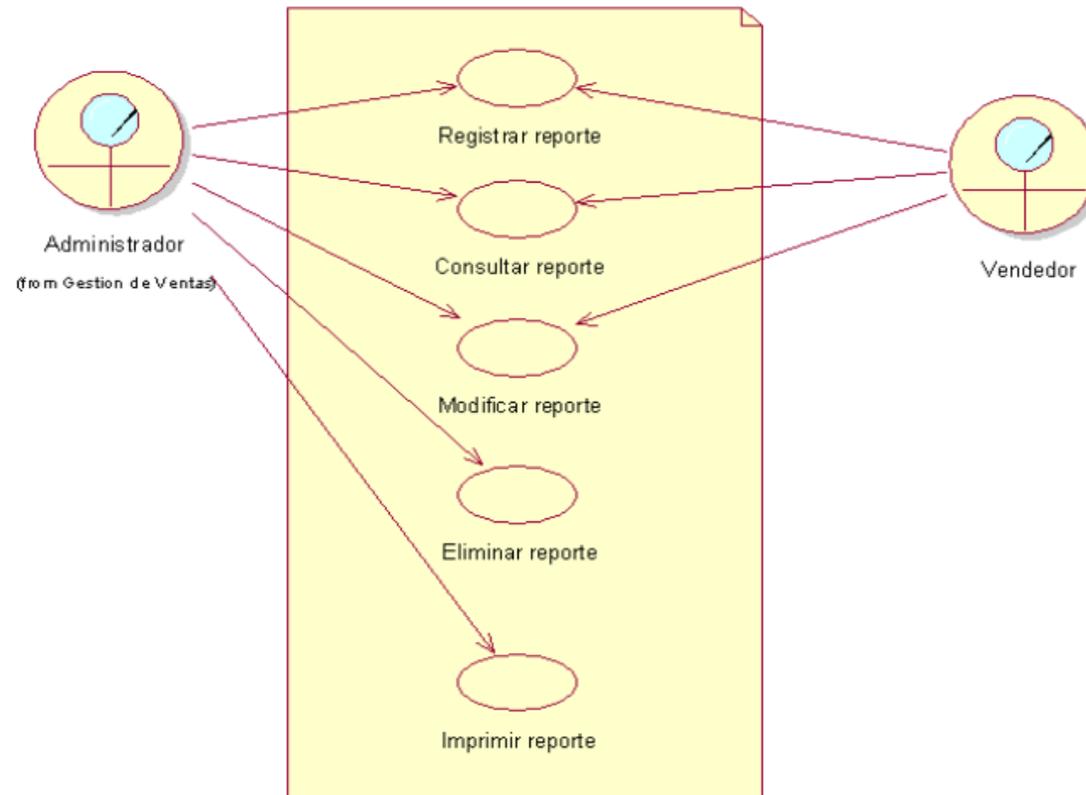
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico Nro. 13: C.U – Gestionar Producto



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico Nro. 14: C.U – Generar Reportes



Fuente: Elaboración Propia

c. Especificación de casos de uso

Tabla Nro. 28: Especificación de C.U – Gestionar Venta

Nombre de Caso de Uso	:	Gestionar Venta
Resumen	:	Validación de Gestionar Venta
Frecuencia	:	Cada vez que el usuario ingrese el sistema.
Pre Condición	:	El vendedor debe de haber ingresado correctamente al Sistema.
Actores	:	Vendedor
Descripción	:	El vendedor de La Librería La Casita del Regalo, registra los datos del cliente generando los datos para registrarlo en el Sistema.
FLUJO	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. El vendedor registra al nuevo cliente, verificando que no se encuentre anteriormente registrado. 2. El vendedor puede anular la venta en caso se requiera. 3. El vendedor puede Consultar Venta en caso lo requiera. 4. El vendedor Imprime el reporte, el cual será entregado al administrador.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla Nro. 29: Especificación de C.U – Gestionar Producto

Nombre de Caso de Uso	:	Gestionar Producto
Resumen	:	Se ingresan los productos que serán vendidos por la Librería, los cuales pueden ser modificados, eliminados y listados en una tabla.
Frecuencia	:	Cada vez que se ingrese u nuevo producto.
Pre Condición	:	El Administrador debe de haber ingresado correctamente al sistema.
Actores	:	Administrador
Descripción	:	El Administrador registra nuevos productos ingresados a la Librería La Casita del Regalo.
FLUJO	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. El administrador registra el producto verificando los datos respectivos. 2. El administrador puede modificar producto, consultar producto, y dar de baja al producto si así se requiera.

Fuente: Elaboración Propia.

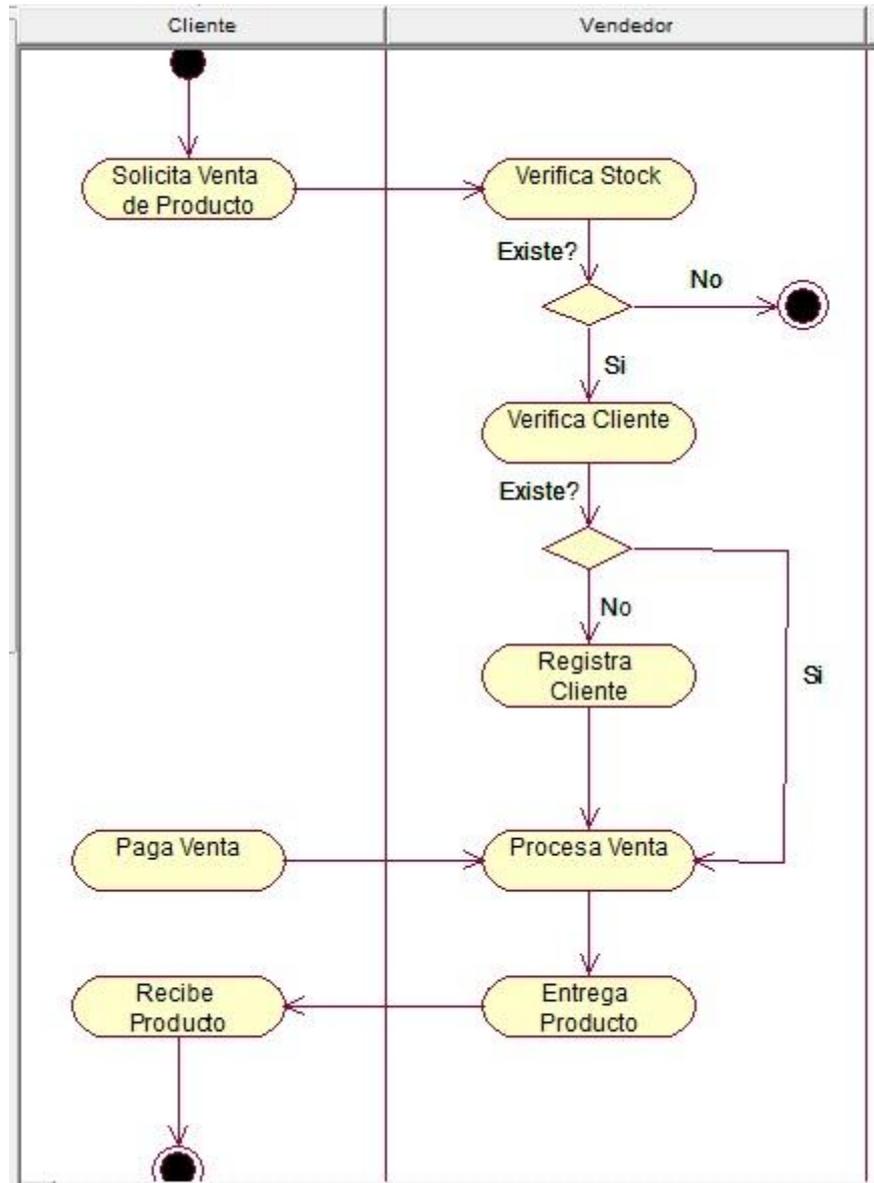
Tabla Nro. 30: Especificación de C.U – Generar Reportes

Nombre de Caso de Uso	:	Generar Reporte
Resumen	:	Generar los reportes de ventas.
Frecuencia	:	Cada vez que se solicite un reporte.
Pre Condición	:	El Vendedor debe de haber ingresado correctamente al Sistema.
Actores	:	Administrador, Vendedor.
Descripción	:	El Vendedor genera el Reporte del día, el cual va a servir para llevar un buen control en la Librería La Casita del Regalo.
FLUJO	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. El vendedor se encarga de registrar el reporte. 2. El vendedor puede consultar reporte. 3. El vendedor se encarga de entregar el reporte al Administrador.

Fuente: Elaboración Propia.

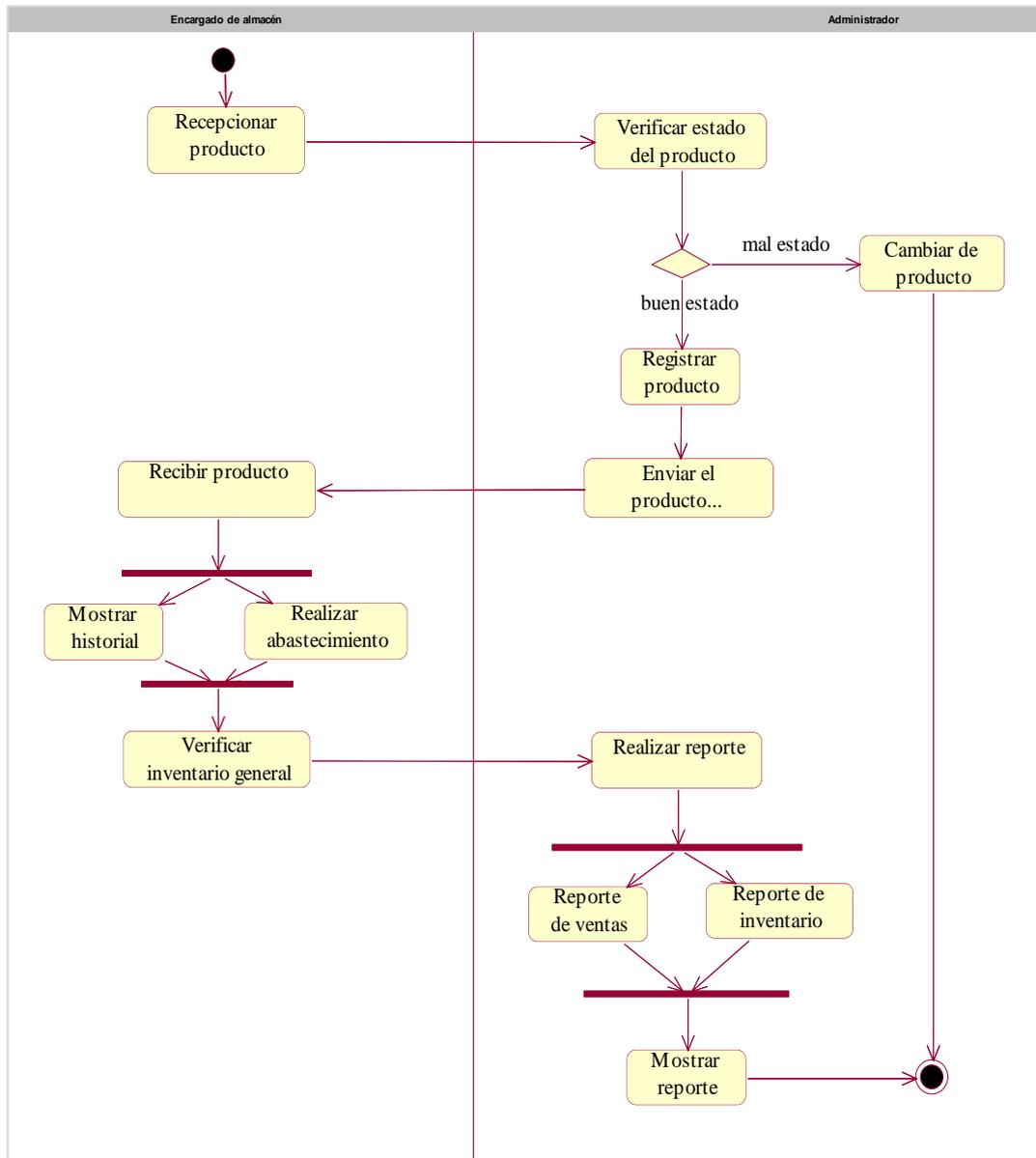
d. Diagrama de actividades

Gráfico Nro. 15: D.A – Gestionar Venta



Fuente: Elaboración Propia

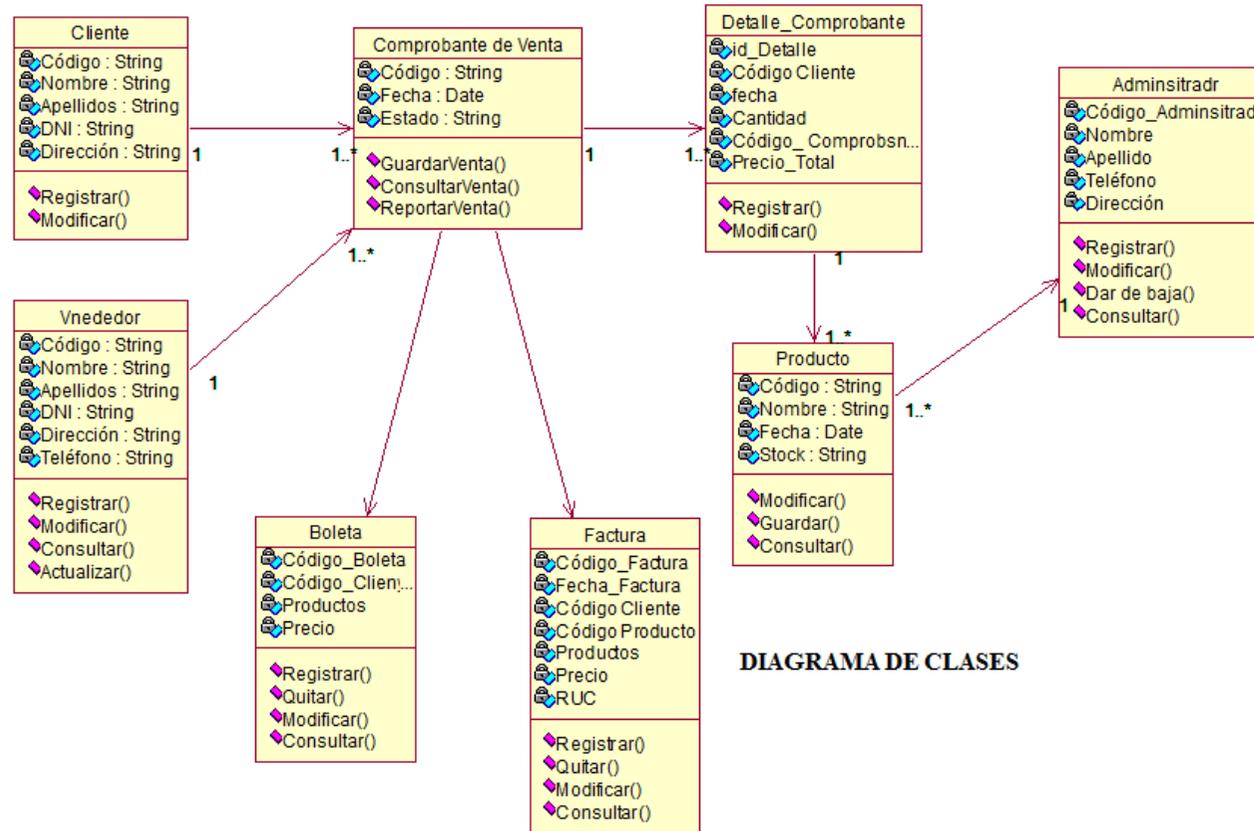
Gráfico Nro. 16: D.A – Gestionar Producto



Fuente: Elaboración Propia

e. Diagrama de clases

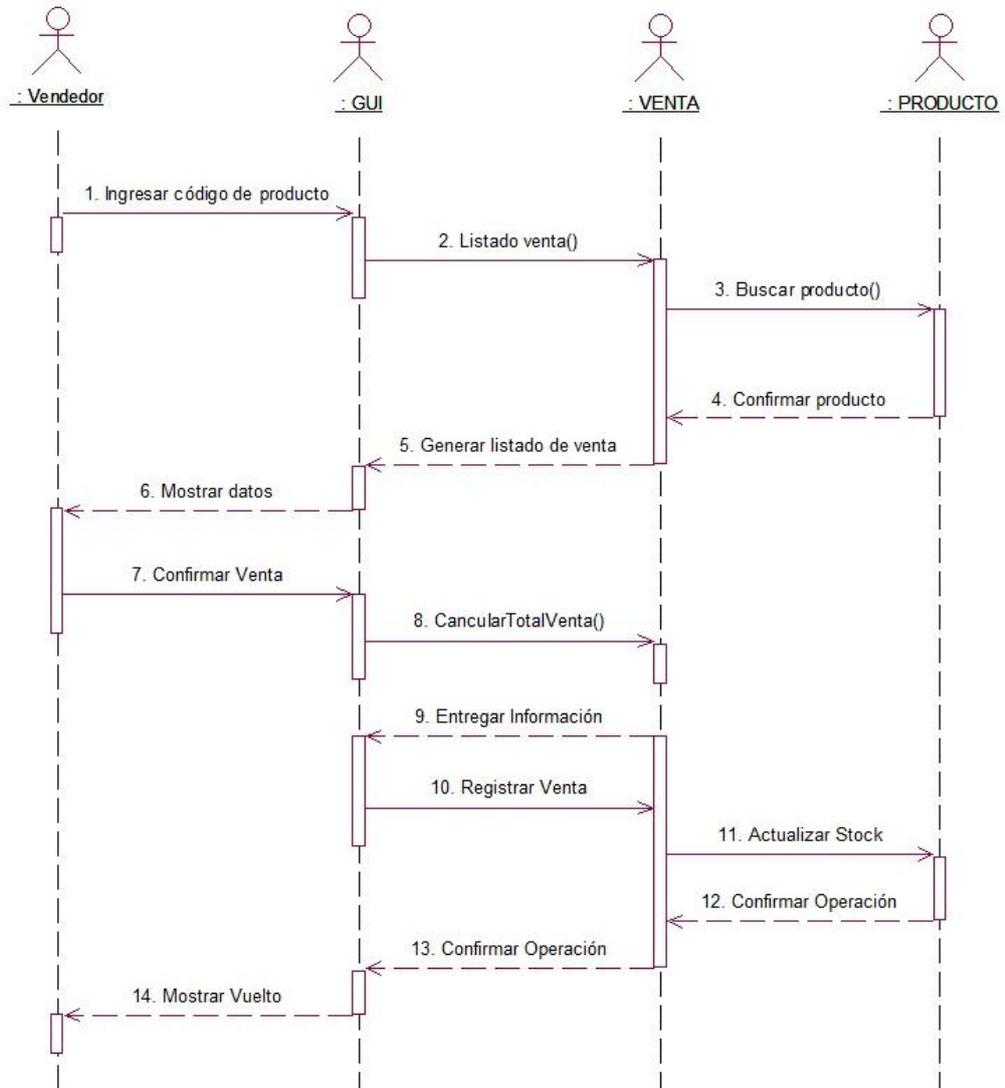
Gráfico Nro. 17: D.C – Gestionar Venta



Fuente: Elaboración Propia

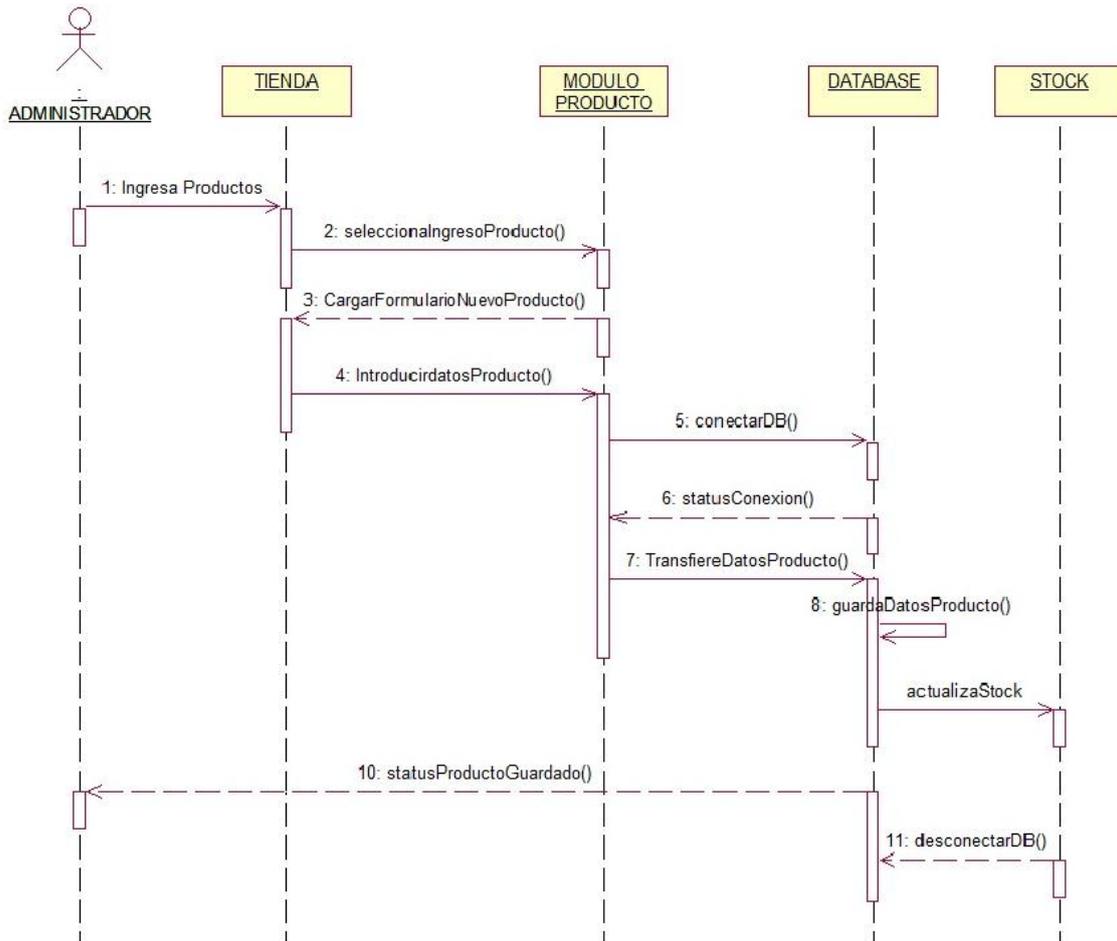
f. Diagrama de secuencia

Gráfico Nro.18: D.S – Gestionar Venta



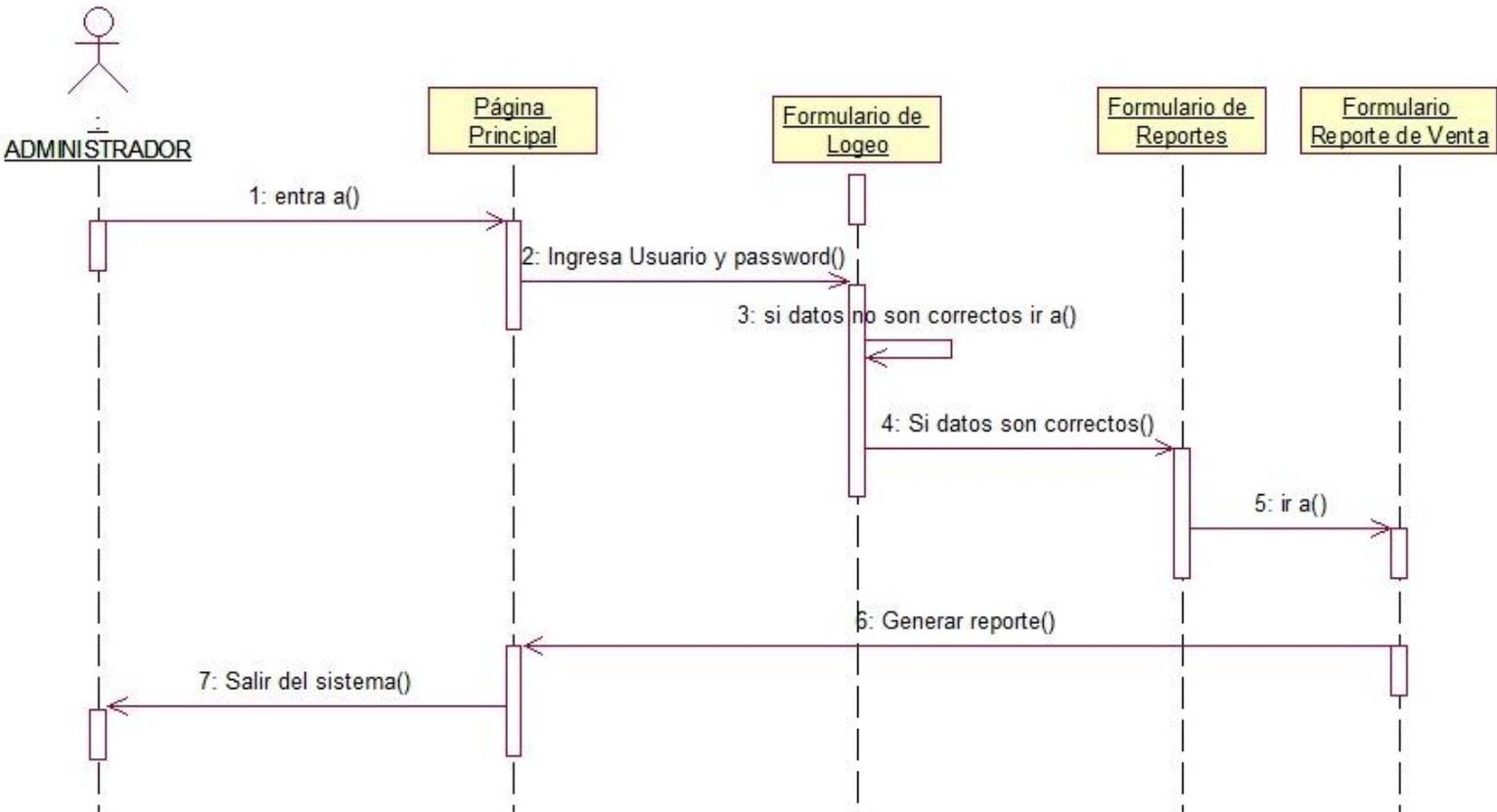
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico Nro. 19: D.S – Gestionar Producto



Fuente: Elaboración Propia

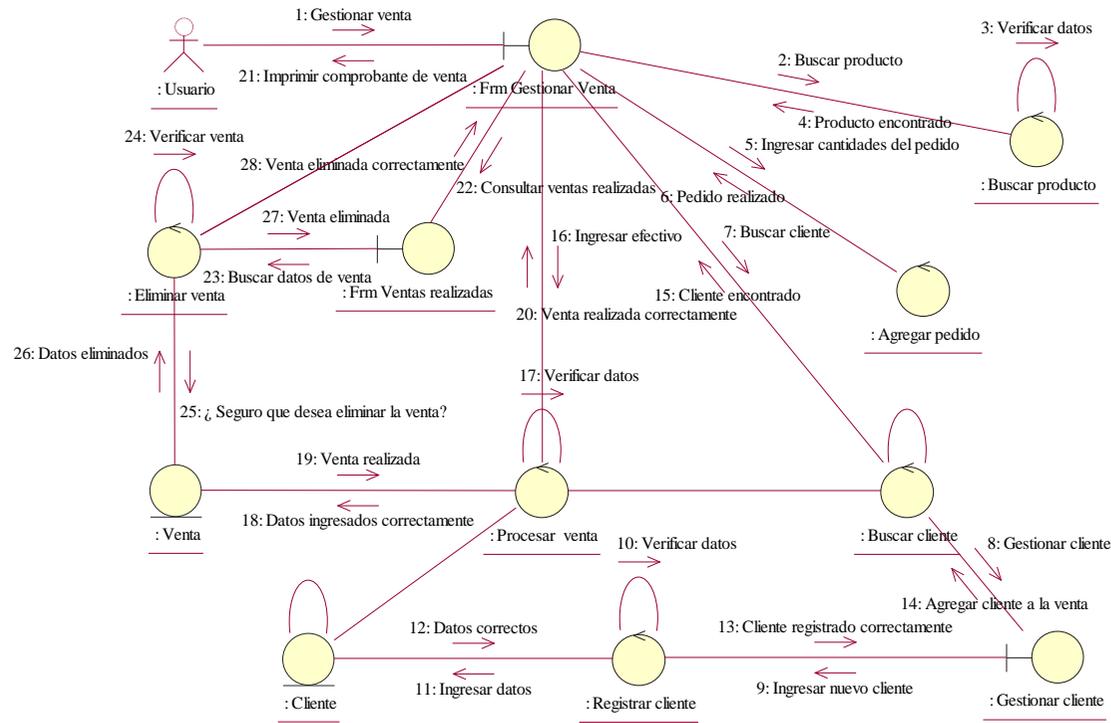
Gráfico Nro. 20: D.S – Generar Reporte



Fuente: Elaboración Propia

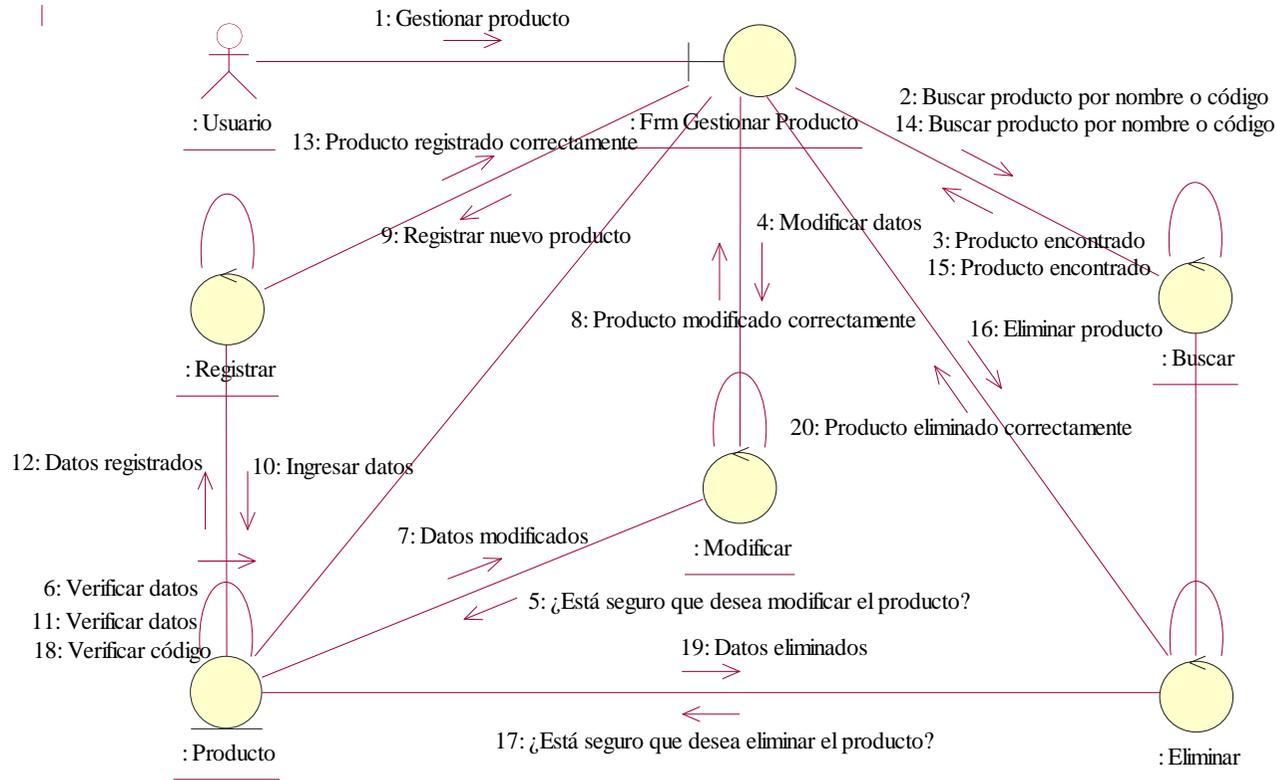
g. Diagrama de Colaboración

Gráfico Nro. 21: D.C – Gestionar Venta



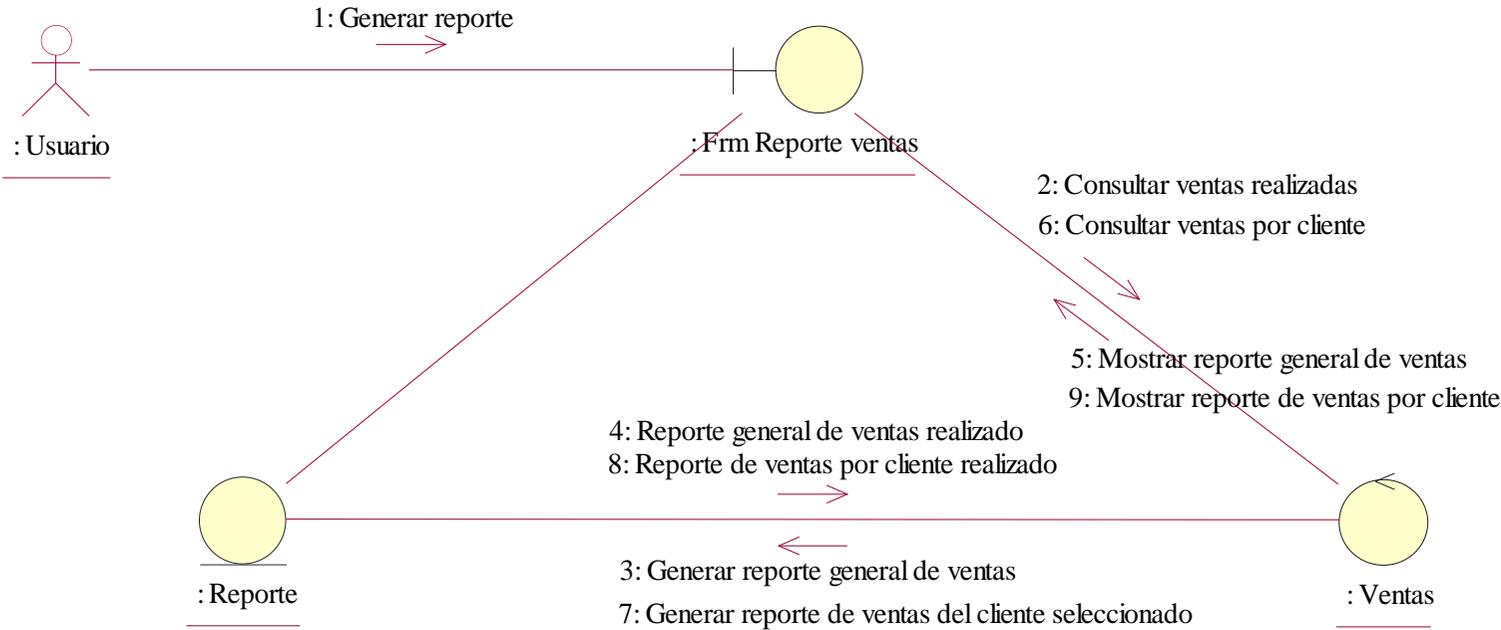
Fuentes: Elaboración Propia

Gráfico Nro. 22: D.C – Gestionar Producto



Fuente: Elaboración Propia

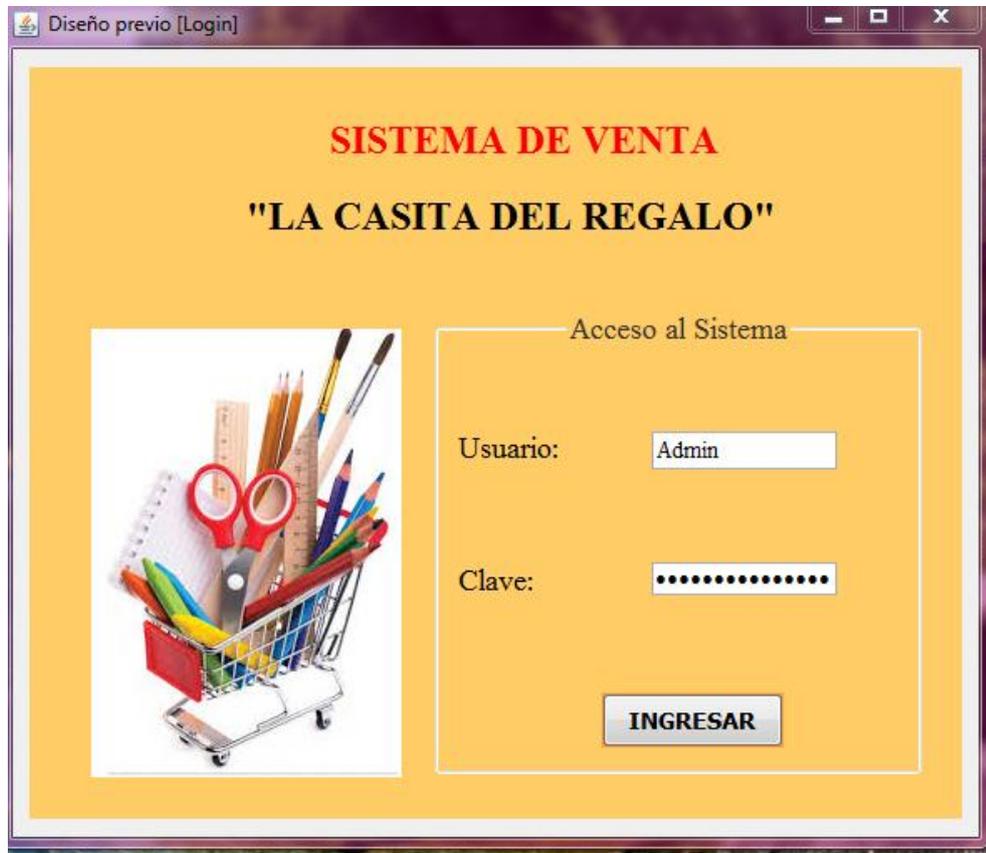
Gráfico Nro. 23: D.C – Generar Reporte



Fuente: Elaboración Propia

4. **Implementación**
Interfaces del Sistema

Gráfico Nro. 25: Interfaz – Acceso al sistema



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico Nro. 26: Interfaz – Gestión Ventas

"LA CASITA DEL REGALO"

Datos de Venta

Código: Fecha:

Cliente: Comprobante:

Datos del Producto

Código: Precio Compra:

Nombre: Compra Venta:

Cantidad: Stock:

Codigo	Producto	Descripcion	Cantidad	Precio	Total

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico Nro. 27: Interfaz – Gestión Productos

Diseño previo [Gestionproducto]

Código: Precio: S/. Cantidad:

Descripción: Clasificación:

Nuevo Producto **Ingresar Producto**

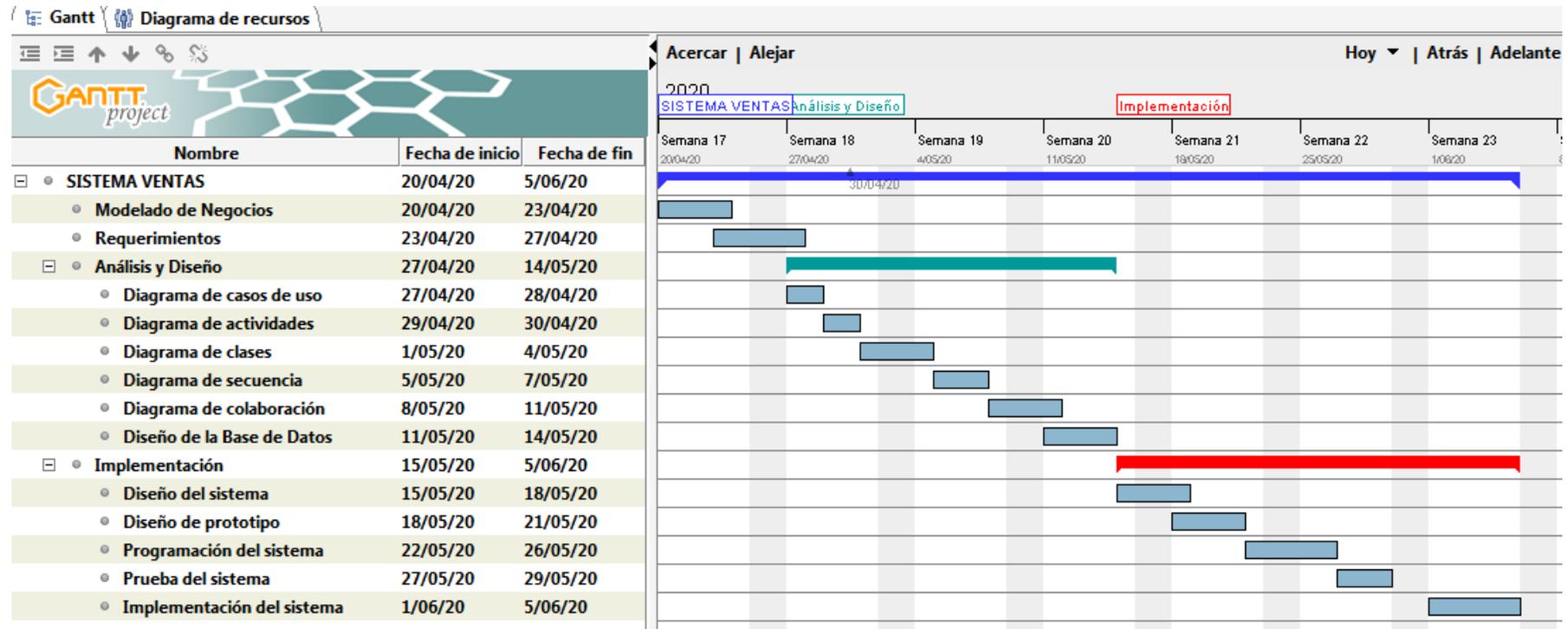
Código	Descripción	Precio	Clasificación	Cantidad

Modificar **Dar de Baja**

Fuente: Elaboración Propia

5.3.2. Diagrama de Gantt

Gráfico Nro.28: Diagrama de Actividades



Fuente: Elaboración Propia

5.3.3. Propuesta Económica

Tabla Nro.31: Propuesta económica de software

Windows	S/.	20.00
Java	S/.	0.00
NetBeans	S/.	0.00
MYSQL	S/.	0.00
Licencia Rational Rose UML	S/.	50.00
SUB TOTAL	S/.	70.00

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla Nro. 32: Propuesta económica de servicios

Internet	S/.	276.00
SUB TOTAL	S/.	276.00

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla Nro. 33: Propuesta económica de materiales

USB 8GB	S/.	32.00
Impresora ticketera	S/.	248.00
PC	S/.	1'500.00
SUB TOTAL	S/.	1'780.00

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla Nro. 34: Propuesta económica final

Software	S/.	70.00
Servicios	S/.	276.00
Materiales	S/.	1'780.00
TOTAL	S/.	2'126.00

Fuente: Elaboración Propia.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos, interpretados y analizados, queda demostrado que existe un alto nivel de insatisfacción con el sistema actual por parte de los trabajadores, un bajo nivel de conocimiento TIC y un alto nivel de satisfacción del servicio al cliente, se puede deducir que se requiere mejorar la calidad de atención a los clientes en la Librería, Implementando un Sistema de Control de Ventas, con el fin de minimizar el tiempo que tarda los clientes al realizar una compra; por lo que se concluye que la hipótesis planteada es aceptada.

En cuanto a las conclusiones específicas se concluye lo siguiente :

1. Se identificó la situación actual de la Librería La Casita del Regalo - Talara en cuanto al manejo del sistema en físico el cual permitió recolectar los datos necesarios para la implementación del sistema, agilizando los procesos.
2. Se diseñó el modelo del sistema de control de ventas, con las herramientas adecuadas Netbeans y Lenguaje Unificado de Modelado (UML), de fácil comprensión y manejo para los usuarios de la parte Administrativa, ayudando a los trabajadores a evitar errores al momento de realizar o ingresar una nueva venta.
3. Se utilizó Java como lenguaje de programación y MySQL como gestor de base de datos, a partir de los usuarios involucrados con los procesos del sistema a implementar, con dicha implementación se obtuvo que los clientes estén satisfechos con la atención que se les brinda, ya que se les pudo atender con mucha más rapidez al momento de realizar su compra.

El aporte a la Librería es mejorar la administración y control de la información, la calidad de sus servicios, ventas y tener una visión de crecimiento empresarial.

El valor agregado de la investigación fue deducir las necesidades de los clientes y trabajadores en referencia a los procesos de la librería que se presentaban con frecuencia, para implementar un sistema y facilitar el trabajo dentro de la librería.

VII. RECOMENDACIONES

Según lo propuesto para la Implementación de un Sistema de Control de Ventas en la Librería “La Casita del Regalo – Talara”, para mejorar la calidad de atención a los clientes:

1. Adquisición de computadoras como nueva tecnología, para que la implementación de su nuevo sistema se ejecute sin ningún problema.
2. Capacitar al personal de venta, periódicamente en la utilización del nuevo sistema y ofimática, para mantener una buena relación entre sus clientes y trabajadores.
3. Creación de una nueva área de gestión de cobranza, así como el área de TIC, es sumamente importante para poder optimizar los procesos, así queda como conveniente el diseño y la implementación de un sistema de cobranza en la librería La Casita del Regalo.
4. Es conveniente que el dueño de la Librería, realice la verificación del funcionamiento de la infraestructura tecnológica para que sistema de ventas funcione sin inconvenientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Prieto M. Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Macmillan, España; 2013.
2. Bruhn J. La comunicación y los medios. Editorial FCE, México; 2014.
3. Martínez J. Implementar un sistema de venta y administración de servicios pertenecientes a una cadena de cines. Ecuador; 2017.
4. Echevarría J. y González J. Sistema Informático para la Gestión de Ventas e Inventario de la empresa Karishmas. Chile; 2017.
5. Miranda, Rubio. Análisis, diseño e implementación de un sistema de gestión de ventas para la entidad almacenes Boyaca. Ecuador; 2017.
6. Espiritu G. Implementación de un sistema web para mejorar el servicio de venta y marketing de motos y accesorios en la empresa moto repuestos Ariza. Chimbote; 2018.
7. Henostroza T. Implementación de un sistema de ventas para mejorar el servicio de atención al cliente en la Empresa Consorcio Paredes - Huarney. Chimbote; 2017.
8. Rodríguez L. Implementación de un Sistema Informático Web para el control de ventas e inventario en la empresa Calzados Winner E.I.R.L.- Trujillo; 2017.
9. Valles S. Diseño e implementación de un sistema de venta para la distribuidora Josymar. Chimbote; 2017.
10. Torres N. Implementación de un Sistema de Información para el Restaurante Cevichería Mary's. Huaraz; 2017.
11. Aranda L. Implementación de un Sistema de Informático para el área de ventas de la Empresa "Inversiones Castro". Huarney; 2018.
12. García M. Factoria de Economía de la Empresa. Editorial Piramide. Madrid; 2018.
13. Ortuño M. La empresa pública en forma privada. Editorial Dykinson. Madrid; 2017.
14. Castro M. Derecho Comercial: Actos de comercio, empresas, comerciantes y empresarios. Temis S.A. Colombia; 2016.

https://books.google.com.pe/books?id=_I9cDwAAQBAJ&pg=PA221&dq=empresa+unipersonal&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwih8LDY9JjeAhXGxIkKHfUJApEQ6AEIQTAf#v=onepage&q=empresa%20unipersonal&f=false

15. La Librería La Casita del Regalo. Organigrama. 2006. Talara.
16. Google maps. Ubicación. 2019. Perú.
17. Rodríguez J. Usos estratégicos de las TIC. Editorial UOC, Barcelona; 2015.
https://books.google.com.pe/books?id=5sLCAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
18. Bermejo J. La innovación continua en el éxito empresarial. Madrid; 2014.
<https://books.google.com.pe/books?id=vrcMAwAAQBAJ&pg=PT43&dq=servicios+en+las+tic&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjwhu79s5reAhVIj1kKHcVrBc8Q6AEIODAD#v=onepage&q=servicios%20en%20las%20tic&f=false>
19. Roldán S. Community Management. ECOE Ediciones; 2016.
20. Prat M. Posicionamiento web: estrategias de SEO: Google y otros buscadores. ENI. Barcelona; 2016.
https://books.google.com.pe/books?id=rqCLgavu4dIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
21. Baca G. Proyectos de Sistemas de Información. Editorial Patria. México; 2015.
https://books.google.com.pe/books?id=N9BUCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
22. Bembibre. Sistema. Definición ABC. Perú; 2018.
<https://www.definicionabc.com/general/sistema.php>
23. Artal M. Dirección de Ventas Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. Editorial ESIC. Madrid; 2015.
https://books.google.com.pe/books?id=AziuCAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
24. Viciano A. Técnicas de venta. IC. 2014.
https://books.google.com.pe/books?id=COX2AgAAQBAJ&dq=tipos+de+ventas&hl=es&source=gbs_navlinks_s
25. Díaz H. Jefe de almacén por Primera Vez. Macro. Perú; 2014.
https://books.google.com.pe/books?id=Tn8vDgAAQBAJ&pg=PA66&dq=boleta+y+factura&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj43vfY_5_cAhWsV98KHQchA-Q6AEIQDAF#v=onepage&q=boleta%20y%20factura&f=false
26. Gómez C. Dinamización del punto de venta. Paraninfo S.A. España; 2015.

https://books.google.com.pe/books?id=tih4CAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

27. Campo A. Operaciones de caja en la venta. Paraninfo S.A. Madrid; 2016.
https://books.google.com.pe/books?id=ElGACwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
28. Richarte J. Curso Visual: Servicio Técnico. RedUser. Argentina; 2018.
29. Marín B. Preparación de pedidos y venta de productos. Paraninfo S.A. España; 2015.
30. Gómez S. Aproximación a la ingeniería del software. Uned. Madrid; 2014.
31. Guerrero M. Bases de datos relacionales y modelado de datos. Elearning S.L. España; 2014.
32. Fossati M. Introducción a UML: Lenguaje para modelar objetos. 2017.
https://books.google.com.pe/books?id=vrvbDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+UML+2017&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7g6jd3fnbAhWEq1kKH X_FCmwQ6AEIKjAA#v=onepage&q&f=false
33. García J. Diseño de elementos software con tecnologías basadas en componentes. IC Editorial. 2015.
<https://books.google.com.pe/books?id=g3TnCcAAQBAJ&pg=PT164&dq=casos+de+secuencia+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiYxbLr6fnbAhVMq1kKH aX2BgkQ6AEIJzAA#v=onepage&q=casos%20de%20secuencia%202015&f=false>
34. Oviedo A. Sistemas de Gestión de Calidad. Editorial e.duca. México; 2018.
https://books.google.com.pe/books?id=ffdTDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
35. Benítez Miguel. Curso de Introducción a la Administración de Bases de Datos. IT Campus Academy; 2017.
<https://books.google.com.pe/books?id=35YSDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=introduccion+base+de+datos+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj7pYYPi 7fnbAhWxr1kKHwmsAkIQ6AEIKjAA#v=onepage&q&f=false>
36. Maman C. Introducción a Oracle Apex. 2015.
https://books.google.com.pe/books?id=sGwWjwEACAAJ&dq=oracle+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwikhpG7_nbAhVFi1kKHf1hAswQ6AEIRTAG

37. Gabillaud J. Administración de una base de datos transaccional. ENI. España; 2015.
38. Arias A. Bases de Datos con MySQL. 2015.
39. Gabillaud J. Diseño y creación de una base de datos. Editorial ENI. Barcelona; 2015.
- https://books.google.com.pe/books?id=rBBLuoW90EcC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
40. García AB. Modelo de Programación web y bases de datos. Editorial Elearning. México; 2015.
- https://books.google.com.pe/books?id=Q1IWDwAAQBAJ&source=gbs_navlink_s_s
41. Arias A. Bases de Datos con MySQL. IT Campus Academy; 2014.
- https://books.google.com.pe/books?id=EojJCgAAQBAJ&dq=bases+de+datos+OBJETIVOS&hl=es&source=gbs_navlinks_s
42. Arias M. Aprende Programación Web con PHP y MySQL. IT Campus Academy; 2015.
- <https://books.google.com.pe/books?id=mP00DgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=mysql+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwib1tuo8fnbAhWDjlkKHVGMCrEQ6AEIMDAB#v=onepage&q&f=false>
43. Dimes T. Programación Java. 2015.
- <https://books.google.com.pe/books?id=jIzGCQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=java+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjqwJ3I8vnbAhVDnFkKHXF3Ap0Q6AEIMjAC#v=onepage&q&f=false>
44. Arias A. Aprende a Programar con Ruby on Rails. España; 2015.
- <https://books.google.com.pe/books?id=NSvLCgAAQBAJ&pg=PR1&dq=ruby+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik7cGe9PnbAhWkrFkKHe4aDgkQ6AEILDAB#v=onepage&q=ruby%202015&f=false>
45. Sierra A. La gestión de ambientes de aprendizaje y el desarrollo de competencias; 2008.
- https://books.google.com.pe/books?id=Ia5qkjXznwAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
46. Hernández R. Tekhne. Universidad Catolica Andres. Venezuela; 1998
47. Llinas H. Estadística descriptiva y distribuciones de probabilidad. Universidad del Norte. Colombia; 2017.

- <https://books.google.com.pe/books?id=43haDwAAQBAJ&pg=PT3&dq=descriptivo+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjEgp7xjJDcAhUPw1kKHSuLAKAQ6AEIRzAG#v=onepage&q=descriptivo%202015&f=false>
48. Moncho J. Estadística aplicada a las ciencias de la salud. Elsevier. España; 2015.
- https://books.google.com.pe/books?id=wdCGBAAAQBAJ&pg=PA1&dq=estadística+descriptivo+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjtg_OJkJDcAhXMwFkKHxDZCgo4ChDoAQg7MAM#v=onepage&q=estadística%20descriptivo%202015&f=false
49. Caldas M. Empresa e iniciativa emprendedora. Editex. 2017
50. Jensen K. La comunicación y los medios: metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. FCE - Fondo de Cultura Económica. México; 2014.
- <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4560002&query=investigacion%20cuantitativa>
51. Hernández R. Metodología de la Investigación. McGrawHill Education. México; 2014
- <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
52. Dzul M. Diseño no Experimental. España; 2014.
- https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercado_tecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
53. Díaz M. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO. 2015.
- https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/enfermeria/2017/Poblacion_Muestra_Muestreo.pdf
54. Arias VH. Análisis del impacto organizacional en el proceso de implementación de los Sistemas de Información ERP-Caso de Estudio. Editorial Redalyc. Colombia; 2015.
- https://books.google.com.pe/books?id=fI6w8KXbmYMC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
55. Artal M. Dirección de Ventas. Editorial ESIC. Madrid; 2015.
- https://books.google.com.pe/books?id=AziuCAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
56. Jensen KB. La comunicación y los medios. FCE – Fondo de Cultura Económica. México 2014.

57. Arnaud B. Gestión de proyectos informáticos: desarrollo, análisis y control. Editorial ENI. Barcelona; 2015.
58. Investigación EpCIdÉE. Código de Ética para la Investigación. Oficio de Código de ética. Chimbote: Uladech Católica, Chimbote; 2019.

ANEXOS

ANEXO NRO. 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	Actividades	Año 2019								Año 2020						
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del Proyecto	x														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		x													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				x											
5	Mejora del marco teórico y metodológico					x										
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información						x									
7	Elaboración del consentimiento informado							x								
8	Recolección de datos								x							
9	Presentación de resultados								x							
10	Análisis e Interpretación de los resultados									x						
11	Redacción del informe preliminar										x					
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación											x				
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												x			
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														x	
15	Redacción del artículo científico															x

ANEXO NRO. 2: PRESUPUESTO

TITULO: IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL DE VENTAS EN LA LIBRERÍA LA CASITA DEL REGALO – TALARA; 2019.

ESTUDIANTE: WENDY TATIANA CHALEN ESPINOZA.

INVERSIÓN: S/. 1'271.00

FINANCIAMIENTO: RECURSOS PROPIOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL PARCIAL	TOTAL
1. BIENES DE INVERSION				
1.1. Impresora	01	250.00	250.00	
			250.00	250.00
2. BIENES DE CONSUMO				
2.1. Papel bond A-4 80	01 m	25.00	25.00	
2.2. Tinta para impresora	04	45.00	180.00	
2.4. Lapiceros	02	2.00	4.00	
2.5. Lápices	02	1.00	2.00	
			211.00	211.00
3. SERVICIOS				
3.1. Fotocopias	50 hojas	25.00	25.00	
3.2. Anillados	3	15.00	45.00	
3.2. Servicios de Internet	3 meses	100.00	300.00	
3.3. Pasajes locales	3 meses	15.00	450.00	
			810.00	810.00
TOTAL				1'271.00

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO NRO. 3: CUESTIONARIO

TITULO: IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL DE VENTAS EN LA LIBRERÍA LA CASITA DEL REGALO – TALARA; 2019.

ESTUDIANTE: WENDY TATIANA CHALEN ESPINOZA.

PRESENTACIÓN:

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 solo para efectos académicos y de investigación científica.

INSTRUCCIONES:

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

DIMENSIÓN 1: NIVEL DE SATISFACCIÓN CON EL SISTEMA ACTUAL			
NRO.	PREGUNTA	SI	NO
1	¿Cuenta su empresa con un sistema de ventas?		
2	¿Considera usted adecuado el tiempo utilizado para realizar una venta?		
3	¿Usted cree que hay eficiencia en los procesos de ventas?		
4	¿Está conforme con la forma como generan las consultas y reportes de ventas?		
5	¿Le gustaría utilizar y aprovechar los beneficios que ofrecen un sistema de ventas?		

DIMENSIÓN 2: NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS TIC			
NRO.	PREGUNTA	SI	NO
1	¿Tiene Usted conocimientos básicos de ofimática: Word, Excel, Paint, Power Point, etc?		
2	¿Cree que su empresa dispone de equipos informáticos adecuados para la implementación de un sistema de control de ventas?		
3	¿Tiene su empresa página o sitio web?		
4	¿Considera Usted que la tecnología puede ayudar a que la empresa crezca?		
5	¿Ha utilizado alguna vez un sistema de control de ventas?		

DIMENSIÓN 3: NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE			
Nº	PREGUNTA	SI	NO
1	¿Está de acuerdo con el tipo de servicio de atención que presta actualmente su empresa?		
2	¿Tiene problemas con sus clientes para ser atendido con facilidad y de manera puntual?		
3	¿Está de acuerdo con el servicio de acceso a la información de sus productos?		
4	¿Cree que es necesario implementar un sistema de ventas para mejorar el servicio de atención al cliente?		
5	¿Cuenta con un sistema apropiado para facilitar el proceso de ventas de su empresa?		

ANEXO NRO. 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Investigador principal del proyecto: CHALEN ESPINOZA, WENDY TATIANA.

Consentimiento informado

Estimado participante,

El presente estudio tiene como objetivo: Implementar un sistema de Control de Ventas en la Librería La Casita del Regalo – Talara; 2019, mejorará la calidad de atención a los clientes.

La presente investigación se informa acerca de que la librería “La Casita del Regalo – Talara”, no dispone actualmente con un sistema en ventas por ello sus procedimientos en físico demoran un poco ya que son realizados manualmente, se busca tener un mejor control para facilitar los procesos.

Toda la información que se obtenga de todos los análisis será confidencial y sólo los investigadores y el comité de ética podrán tener acceso a esta información. Será guardada en una base de datos protegidas con contraseñas. Tu nombre no será utilizado en ningún informe. Si decides no participar, no se te tratará de forma distinta ni habrá prejuicio alguno. Si decides participar, eres libre de retirarte del estudio en cualquier momento.

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Sullana, Perú WENDY TATIANA CHALEN ESPINOZA al celular: 973309746, o al correo: wendytati29@hotmail.es.

Si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Mg. Zoila Rosa Limay Herrera presidente del Comité institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cel: (+51043) 327-933, Email: zlimayh@uladech.edu.pe

Obtención del Consentimiento Informado

Me ha sido leído el procedimiento de este estudio y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador(a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas. Voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio:

CHALEN ESPINOZA, WENDY TATIANA

Nombre y apellido del participante

Nombre del encuestador