

UNIVERSIDAD PARA EL DESARROLLO ANDINO

“Anti hatun yachay wasi, iskay simi yachachiypi umalliq”

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INFORMÁTICA



Universidad para el Desarrollo Andino

Tesis

**Sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la
Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024**

Para optar el título profesional de:

Ingeniero Informático

Presentado por:

Andreo Taipe Llancari

Cliver Choque Escobar

Asesor:

Mg. Rolando Yossef Bendezu Ureta

Lircay – Angaraes – Huancavelica – Perú

2025

UNIVERSIDAD PARA EL DESARROLLO ANDINO

“Anti hatun yachay wasi, iskay simi yachachiypi umalliq”

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INFORMÁTICA



Tesis:

Sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil

E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024

Línea de Investigación:

Ingeniería y tecnología de desarrollo de software

Campo del conocimiento (OCDE):

Ciencias e Ingeniería

Autores:

Andreo Taípe Llancari

DNI N.º 72292428

<https://orcid.org/0009-0005-6909-9680>

Cliver Choque Escobar

DNI N.º 71057272

<https://orcid.org/0009-0008-2299-2430>

Asesor:

Mg. Rolando Yossef Bendezu Ureta

DNI N.º 29673566

<https://orcid.org/0000-0003-2974-7485>

Para optar el Título Profesional de:

Ingeniero Informático

Lircay – Angaraes – Huancavelica – Perú

2025

N.º 018-2025-BR-II-UDEA

CONSTANCIA

DE SIMILITUD DE TRABAJOS DE TESIS POR EL SOFTWARE DE TURNITIN

El Instituto de Investigación, hace constar por la presente, que la tesis titulada “**SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE VENTAS DE LA EMPRESA Q'ORIANKA TEXTIL E.I.R.L. LIMA-HUACHIPA, 2024**”.

Autor : **ANDREO TAIPE LLANCARI**
 : **CLIVER CHOQUE ESCOBAR**
Carrera Profesional : **INGENIERÍA INFORMÁTICA**
Facultad : **CIENCIAS E INGENIERÍA**
Asesor : **Mg. ROLANDO YOSSEF BENDEZU URETA**

Que fue presentada en fecha **19/05/2025**, después de haberse realizado el análisis con el software de Turnitin, excluyendo la bibliografía y similitudes menores a 1%, presenta un porcentaje de similitud de **17%** día 19 de mayo de 2025.

En tal sentido, de acuerdo con los criterios establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos, se declara que la tesis cumple con el porcentaje aceptable de similitud.

En señal de conformidad y verificación se firma la presente constancia.

Lircay, 19 de mayo de 2025.



**Responsable de Repositorio y
Biblioteca
Instituto de Investigación**

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ASESOR

En condición de asesor designado bajo Resolución Decanal N.º 326-2024-DFCI-UDEA de fecha 27 de noviembre de 2024 de la tesis titulado: **“SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE VENTAS DE LA EMPRESA Q'ORIANKA TEXTIL E.I.R.L. LIMA-HUACHIPA, 2024”** cuyos autores son los bachilleres **CLIVER CHOQUE ESCOBAR** y **ANDREO TAIPE LLANCARI**, para optar al Título Profesional de **INGENIERO INFORMÁTICO**, luego de la revisión exhaustiva al contenido del documento, doy fe y considero que se encuentra apto para ser aprobado y con méritos suficientes para ser sometido para la sustentación.

En señal de conformidad se firma y sella la presente constancia.

Lircay, 22 de mayo de 2025.



Firma

Asesor: Mg. ROLANDO YOSSEF BENDEZU URETA

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2974-7485>

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lircay, provincia de Angaraes, Región Huancavelica, a los 31 días del mes de julio del año 2025, siendo las 16 horas con 00 minutos, en el Aula Magna de la Universidad para el Desarrollo Andino se instaló el Jurado designado con Resolución Decanal N.º 096-2025-DFCI. -UDEA de fecha 07 de abril de 2025, teniendo como Miembros de Jurado:

PRESIDENTE : Mg. MAGDALENA HUAMAN ARANGO

SECRETARIO : Mg. MARIO CHAHUAYO QUISPE

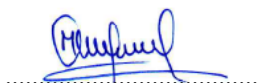
VOCAL : Mg. ALFREDO CHATE PAREJA

Con la finalidad de llevar a cabo el acto académico de sustentación de tesis de los bachilleres: **CLIVER CHOQUE ESCOBAR** y **ANDREO TAIPE LLANCARI** de la Carrera Profesional de **INGENIERÍA INFORMÁTICA**, de la Facultad de **CIENCIAS E INGENIERÍA**, quien sustenta la tesis titulada: **“SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE VENTAS DE LA EMPRESA Q'ORIANKA TEXTIL E.I.R.L. LIMA-HUACHIPA, 2024”**, aprobado mediante Resolución Decanal N.º 125-2025-DFCI.-UDEA de fecha 22 de mayo de 2025, para optar el Título Profesional de **INGENIERO INFORMÁTICO**, bajo la modalidad de **TESIS**.

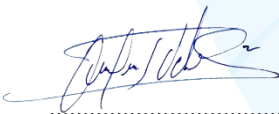
Luego, de haber absuelto las preguntas que fueron formuladas por los Miembros del Jurado, se llegó al siguiente resultado:

Aprobado por : Unanimidad Mayoría
Mención : Excelente Muy bueno Bueno Regular
Desaprobado por: Unanimidad Mayoría

En conformidad a lo actuado firmamos al pie.



PRESIDENTE



VOCAL



SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis a Dios todo poderoso, quien nos ha sostenido en los momentos de dificultad y ha colmado nuestras vidas de bendiciones. Gracias por ser nuestro refugio y nuestra inspiración constante.

AGRADECIMIENTOS

A nuestros progenitores, por su amor inquebrantable, su esfuerzo y dedicación, que nos han dado la capacidad de conquistar nuestras aspiraciones y avanzar en cada reto.

ÍNDICE

DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTOS	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURA	xvi
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
CHINTI	xix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema general.....	4
1.2.2. Problemas específicos	4
1.3. Fundamentación	4
1.3.1. Fundamentación teórico	4
1.4. Objetivos de la investigación	5
1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
1.5. Hipótesis de la investigación.....	5
1.5.1. Hipótesis general.....	5

1.5.2. Hipótesis específicas	5
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Antecedentes de la investigación	7
2.2. Marco conceptual	11
2.2.1. Definición de sistema de información.....	11
2.2.2. Características de un sistema de información	12
2.2.3. Actividades de un sistema de información.....	13
2.2.3.1. Entrada de datos.	14
2.2.3.2. Procesamiento de información.	14
2.2.3.3. Almacenamiento de información.	14
2.2.3.4. Salida de la información.....	14
2.2.4. Importancia de un sistema de información para una empresa.....	14
2.2.5. Ventajas de un sistema de información.....	15
2.2.6. Ciclo de vida de un sistema de información.....	15
2.2.6.1. Análisis.....	16
2.2.6.2. Diseño.....	16
2.2.6.3. Desarrollo.	16
2.2.6.4. Pruebas.	16
2.2.6.5. Implementación.....	17
2.2.6.6. Mantenimiento.....	17
2.2.7. Base de datos	17
2.2.7.1. Gestor de base de datos SQL Server.	18

2.2.7.2. Lenguaje de programación PowerBuilder.....	18
2.2.8. Dimensiones de un sistema de información	18
2.2.8.1. Confiabilidad.....	18
2.2.8.2. Capacidad de respuesta.	19
2.2.9. Concepto de gestión de ventas	19
2.2.10. Principales funciones de la gestión de ventas	19
2.2.10.1. Planificación de estrategias de ventas.	19
2.2.10.2. Organización del equipo de ventas.	20
2.2.10.3. Selección, formación y motivación del personal.....	20
2.2.10.4. Supervisión y evaluación del desempeño.	20
2.2.10.5. Relación con los clientes y análisis de mercado.....	20
2.2.11. Organización de la gestión de ventas	20
2.2.11.1. Estructura del equipo de ventas.	21
2.2.11.2. Atención a los clientes.....	21
2.2.11.3. Gestión de recursos.....	21
2.2.11.4. Definición de procesos y objetivos.....	21
2.2.11.5. Capacitación y motivación del equipo.....	21
2.2.12. Importancia de la gestión de ventas	21
2.2.13. Objetivos de la gestión de ventas en una empresa	22
2.2.14. Dimensiones de la gestión de ventas.....	23
2.2.14.1. Calidad de servicio.	23
2.2.14.2. Cierre de ventas.	23
2.3. Definición de términos básicos	23

2.3.1. Ciclo de ventas	23
2.3.2. Cliente	24
2.3.3. Cotización.....	24
2.3.4. Datos.....	24
2.3.5. Fidelización de clientes	24
2.3.6. Información	24
2.3.7. Sistema de ventas	24
2.3.8. Seguridad de información	24
2.3.9. Usuario	25
2.3.10. Ventas.....	25
CAPÍTULO III.....	26
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación.....	26
3.1.1. Tipo de investigación	26
3.1.2. Nivel de investigación.....	26
3.1.3. Diseño de investigación	26
3.2. Población, muestra y muestreo	27
3.2.1. Descripción de la población	27
3.2.2. Selección de la muestra.....	27
3.2.3. Tipo de muestreo.....	29
3.3. Técnicas e instrumento de recolección de datos	29
3.4. Aplicación de instrumento de evaluación, tabulación y procesamiento	29
3.5. Ética investigativa	30

CAPÍTULO IV	31
RESULTADOS Y DISCUSIONES	31
4.1. Resultados	31
4.2.1. Confiabilidad del instrumento	31
4.2.2. Análisis de datos cuantitativos	34
4.2. Discusiones	41
4.2.1. En relación al objetivo general	41
4.2.2. En relación a los objetivos específicos	41
4.3. Contrastación de hipótesis	43
4.3.1. Planteamiento de la hipótesis	43
4.3.2. Determinación del nivel de significancia	43
4.3.3. Elección de la prueba estadística	44
4.3.4. Cálculo del valor tabular	44
4.4. Contrastación de la hipótesis general	46
4.5. Contrastación de la hipótesis específica 1	46
4.6. Contrastación de la hipótesis específica 2	48
4.7. Contrastación de la hipótesis específica 3	49
4.8. Contrastación de la hipótesis específica 4	50
CAPÍTULO V	52
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
5.1. Conclusiones	52
5.2. Recomendaciones	53
Referencias bibliográficas	54

Anexo.....	57
Anexo A: Matiz de consistencia	58
Anexo B: Matriz de operacionalización de variables	59
Anexo C: Instrumento de recolección de datos.....	60
Anexo D: Síntesis del análisis de datos.....	62
Anexo E: Permiso de autorización.....	64
Anexo F: Manual del sistema.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Población de estudio</i>	27
Tabla 2 <i>Muestra de estudio</i>	28
Tabla 3 <i>Escalas de valoración para confiabilidad</i>	31
Tabla 4 <i>Resumen de procesamiento de casos</i>	31
Tabla 5 <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	32
Tabla 6 <i>Estadísticas de total de elemento</i>	32
Tabla 7 <i>Estadísticos descriptivos</i>	33
Tabla 8 <i>Estadísticas de elemento de resumen</i>	33
Tabla 9 <i>Estadísticos Pre test y Post Test</i>	34
Tabla 10 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024</i>	35
Tabla 11 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024</i>	36
Tabla 12 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024</i>	38
Tabla 13 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024</i> ...	39
Tabla 14 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar el cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024</i>	40
Tabla 15 <i>Prueba de normalidad</i>	44
Tabla 16 <i>Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis general</i>	46
Tabla 17 <i>Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis específica 1</i>	47

Tabla 18 <i>Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis específica 2</i>	48
Tabla 19 <i>Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis específica 3</i>	49
Tabla 20 <i>Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis específica 4</i>	50

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 <i>Actividades de un sistema de información</i> -----	13
Figura 2 <i>Ciclo de vida de un sistema de información</i> -----	16
Figura 3 <i>Base de datos</i> -----	17
Figura 4 <i>Diseño de la investigación</i> -----	26
Figura 5 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024</i> -----	35
Figura 6 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024</i> -----	37
Figura 7 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.</i> -----	38
Figura 8 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.</i> --	39
Figura 9 <i>Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar el cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.</i> ----	40
Figura 10 <i>Pruebas de normalidad del sistema de información</i> -----	45
Figura 11 <i>Pruebas de normalidad de la gestión de ventas</i> -----	45

RESUMEN

La presente tesis titula: “*Sistema de información para optimizar la gestión administrativa de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024*”; tuvo como objetivo desarrollar sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. El enfoque de la investigación fue aplicado, con un enfoque explicativo y un diseño preexperimental, con una muestra de 77 individuos. La técnica utilizada fue una encuesta con 22 preguntas, utilizando una escala de medición ordinal y una escala de medición Likert. Para procesar los datos estadísticos, se utilizó Excelsos, facilitando la creación de tablas y gráficos que permitan la visualización de los hallazgos. Para asegurar la fiabilidad, se empleó la visualización de, una herramienta crucial para corroborar la armonía interna de las escalas empleadas. La armonía interna se empleó para verificar si un conjunto de datos sigue una secuencia determinada, usualmente una distribución normal. Los resultados de la investigación fueron corroborados mediante la Prueba de Chi Cuadrado. La creación de un sistema de información transformará radicalmente la administración de ventas al automatizar y perfeccionar las ventas al, ejecución supervisión logística. Además, permitirá tomar decisiones estratégicas con precisión y rapidez, elevando así la precisión y velocidad en la administración comercial de Q'orianka Textil E.I.R.L.

Palabras claves: Sistema de información, gestión ventas, Calidad deservicio, Confiabilidad.

ABSTRACT

TIFF tesis estile: “*Información sistema ti optimice té administrativa malajemente o té Company Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024*”; Hits improbaste gasto develop an informationsystem to improvethe sales managementof theCompany Q'orianka TextilE.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. Theresearch wasconducted using a pre-experimental designthat correspondsto experimentalresearch. Thepopulation consistedof 97 individuals,including managers,administrators,and clients of Q'orianka Textil. Thesampling method wasnon-probable, andthe sample sizewas 77. The research technique wasasurvey, and theinstrument wasa questionnairewith 22 questions. Themeasurement scale wasordinal, and Thestatistical datawas processed usingExcel, SPSS, andLikert software. This allowed for the construction of tables and graphs that helped visualize the results. An important tool for ensuring the internalconsistency of the scales utilized, Cronbach'sAlpha was employed to ensure reliability. In order to check if a data set follows a certaindistributionoften a normal distributiontheKolmogorov-Smirnovtest was employed. The studyhypotheses weretested using theChi-Square Test. By improving and automating operations related to supply chain planning, execution, andcontrol, an information system will greatly enhance sales management. Additionally, it will help Q'orianka Textil E.I.R.L.'s commercial management be more precise and faster by allowing strategic decision-making to be based on real time data.

Keywords: Information system, sales management, Service quality, Reliability.

CHINTI

Kay tesispa sutinmi: “*Sistema de información nisqa allinta ruwananpaq gestión administrativa nisqa Empresa Q’orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024*”; paypa hatun munayninqa karqanhuk sistema de información nisqaruwaymi, chaywanmi allinchakunqa Empresa Q’orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. Kay investigacionruwasqa karqa, nivel explicativo, diseño pre-experimental chaymi tupan huk investigacion experimentalwan, chay poblacionqa karqa Isqun chunka suqtayuq runakunamanta, chaypim karqaku gerentekuna, administradorkuna hinaspas clientekuna empresa Q’orianka Textilmanta, chay tipo de muestreoqa mana probablechu karqa hinaspapas muestraqa karqa Qanchis chunka qanchisniyuq runakunamanta, chay técnicaqa karqa encuesta- Twenty. iskay tapuykunata constituirqanku, escala tupuy ordinal karqan, tupuy ima Likert, Excel, SPSS software nisqawanmi chay datos estadísticos nisqakunata ruwarqaku, chaywanmi tablakuna, gráficos nisqakuna ruwayta atirqaku, chaykunam yanapan chay ruwasqakunata qawarinapaq. Confiabilidad garantizanapaqmi, Cronbachpa Alpha nisqawan yanapachikurqa, chaymi huk instrumento esencial, chaywanmi chiqapchakun chay balanzas nisqapa ukunpi kaqlla kayninta. Chay prueba Kolmogorov-Smirnov nisqawanmi normalidad nisqa pruebasqa karqan, chaymantapas huk conjunto de datos nisqa huk específica distribución nisqa qatipanchu icha manachu chayta yachanapaq, aswantaqa normal distribución nisqa. Chay Prueba Chi-Cadrado nisqawanmi ruwakurqa chay hipótesis nisqakuna investigacionpi hatarichisqakunata validanankupaq. Chaynallataqmi, chiqap pacha willakuykunaman yaykuspa, estratégico tanteayta yanapanqa, chaymi Empresa Q’orianka Textil E.I.R.L.

Sapaq simikuna: Willay sistema, rantiy kamachiy, Servicio calidad, Confiabilidad.

INTRODUCCIÓN

Esta tesis titulada sistema de información para optimizar la gestión administrativa de la empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. busca mejorar la eficiencia y control de su gestión administrativa. La implementación de esta herramienta permitirá automatizar procesos clave, como la facturación, el control de inventario y la gestión de pedidos, reduciendo errores optimizando tiempos. Además, centralizará la información en una plataforma digital accesible en tiempo real, facilitando la tomado decisiones basadas en datos actualizados. Se mejorará la transparencia y trazabilidad de las operaciones, minimizando inconsistencias en los registros financieros y logísticos. El sistema también integrará mecanismos de seguridad para proteger datos sensibles y garantizar accesos restringidos según el nivel de usuario. Asimismo, contribuirá a la reducción del uso de papel mediante una gestión documental eficiente. En general, este sistema impulsará una mayor productividad y competitividad en la empresa, optimizando sus procesos administrativos y fortaleciendo su crecimiento. Al respecto, la presente tesis se ha estructurado en cinco capítulos, a continuación, se detalla:

En el primer capítulo: Se despliega el análisis del enigma, la formulación del dilema, la base teórica y la delineación de los metas de la investigación. Enel segundo capítulo: Contiene el entramado teórico, origen del estudio, fundamentos teóricos y los fundamentos teóricos. En el tercer capítulo: Se detalla el tercer capítulo, que abarca desde el ámbito de la investigación, el tipo, el nivel, el diseño de la investigación, la población, la muestra, las técnicas y herramientas utilizadas para recolectar y procesar datos. En el cuarto capítulo: Los hallazgos y las discusiones por cada hipótesis se detallan a través de sus respectivos indicadores que evalúan las variables analizadas. Finalmente, en el quinto capítulo: Se exponen los hallazgos, sugerencias, citas bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, los sistemas de información en información en principalmente mejorar la gestión y el análisis de datos para ayudar en la tomado decisiones importantes y rutinarias. En un entorno empresarial competitivo, las organizaciones generan y reciben grandes volúmenes de datos relacionados con ventas, clientes, operaciones internas y mercados externos. Sin embargo, estos datos a menudo se encuentran dispersos, desorganizados o sin un análisis adecuado, lo que dificulta identificar patrones, tendencias y oportunidades. Un problema recurrente es la falta de un sistema centralizado que integre, procese y transforme estos datos en información útil y accesible para todos los niveles de la organización. Además, muchas empresas enfrentan retos en la automatización de reportes, la precisión de pronósticos y la personalización de estrategias para diferentes segmentos del mercado. Este sistema debe ofrecer funcionalidades como el acceso en tiempo real a los datos, la generación de análisis descriptivos y predictivos, y herramientas visuales que permitan comprender rápidamente el desempeño de la empresa y sus oportunidades de mejora (Alter, 2002).

La gestión de ventas es fundamental para el éxito de una empresa, ya que permite optimizar el proceso de interacción con los clientes y maximizar los ingresos. Una adecuada gestión ayuda a identificar oportunidades de mercado, segmentar clientes, y diseñar estrategias personalizadas que satisfagan sus necesidades. Además, facilita el seguimiento de objetivos comerciales, como el cumplimiento de cuotas, y permite evaluar el desempeño de los equipos de ventas. A través del análisis de datos, la gestión de ventas ofrece información valiosa para mejorar procesos, identificar patrones compra y predecir tendencias futuras. También contribuye a fortalecer las relaciones con

los clientes al garantizar una experiencia coherente y centrada en sus expectativas (Kotler y Keller, 2016).

El área de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Que está ubicado en el distrito de Lurigancho, departamento Lima, requiere con urgencia un sistema de información para optimizar el control, análisis y seguimiento de sus operaciones comerciales. En campañas que se realiza, las ventas generan grandes volúmenes de datos relacionados con clientes, productos, precios y transacciones, que necesitan ser organizados y analizados de manera eficiente. Un sistema de información permitirá centralizar esta información, ofreciendo herramientas para el monitoreo en tiempo real del desempeño de los vendedores, identificación tendencias de consumo y evaluación de resultados frente a los objetivos comerciales. Además, facilita la automatización de tareas repetitivas, como la generación reportes y gestión de inventarios, mejorando precisión y reduciendo errores humanos.

Observando estas dificultades que tienen el área de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L., en una reunión con el gerente y responsables de área de ventas se determinó desarrollar un sistema de información para mejorar la gestión de ventas, la razón por la cual se plantea la problemática. El sistema de información optimizara la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil, centralizando y organizando sus informaciones claves como registros de clientes, historial de compras, inventarios y desempeño de los vendedores. Permite un análisis detallado y en tiempo real de las tendencias de ventas, identificando productos más demandados, periodos de alta actividad y preferencias del cliente. Además, facilita la automatización de tareas como generación de reportes, seguimiento de pedidos y gestión de cotizaciones, lo que ahorra tiempo y reduce errores.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo el desarrollo de sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo el desarrollo de sistema de información mejorará la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024?
- ¿Cómo el desarrollo de sistema de información mejorará la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024?
- ¿Cómo el desarrollo de sistema de información mejorará la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024?
- ¿Cómo el desarrollo de sistema de información mejorará cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024?

1.3. Fundamentación

1.3.1. Fundamentación teórico

La presente investigación tiene como fundamentación teórica la exploración y profundización de los conocimientos sobre las variables de sistema de información y la gestión de ventas, aspectos claves en la mejora de la eficiencia empresarial. Este proporcionará una base sólida para futuras investigaciones, validándose como un antecedente relevante y útil para estudios con objetivos similares. Además, busca aportar al campo de la gestión empresarial mediante un análisis teórico que facilite el desarrollo de soluciones innovadoras. Como parte de este estudio, se desarrollan sistema de información adaptado a las necesidades específicas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L., abordando sus principales desafíos en la gestión de ventas. Este sistema

permitirá optimizar procesos clave, mejorarla toma de decisiones basada en datos y fortalecer su competitividad en el mercado.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Desarrollar sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

- Desarrollar sistema de información para mejorar la confiabilidad de gestión de ventas de la de ventas Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- Desarrollar sistema de información para mejorar la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la de ventas Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- Desarrollar sistema de información para mejorar la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- Desarrollar sistema de información para mejorar cierre de información para de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.

1.5. Hipótesis de la investigación

1.5.1. Hipótesis general

El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.

1.5.2. Hipótesis específicas

- El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.

- El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Moreno (2023) en su tesis titulada: *“Implementación de un sistema web para la gestión comercial y de servicios en el lubricentro y lavadora “Don Gato” ubicado en la ciudad de Milagro”*; se buscó instaurar un sistema web utilizando herramientas de desarrollo libre para orquestar y supervisar los servicios automotrices en la lubricadora y lavadora "Don Gato", situada en Milagro. Se utilizó un arsenal de herramientas de desarrollo Open Source, tales como PHP, Css, JavaScript y MySQL, resultando en un sistema completamente operativo para los procedimientos del lubricante. Con la creación del sistema web, se gestionan los registros de información de los servicios de la empresa, tales como el registro de empleados, la disponibilidad de servicios, los roles de pago, la creación de facturas automáticas y el envío de correos electrónicos tras cada venta, así como reportes por intervalos temporales. Además, se implementó un carrito de compra que permite al cliente adquirir productos o servicios directamente desde la página web del sistema, sin necesidad de acudir al lubricentro. El sistema fue concebido siguiendo el esquema de diseño de la modelo vista controlador (MVC), con el fin de lograr una estructuración más ordenada y pulcra, facilitando su evolución a través de las fases de la metodología XP. Mediante el portal web, el administrador tiene la capacidad de acceder, modificar y visualizar los datos desde cualquier rincón del mundo, desde cualquier dispositivo conectado a la red, adaptándose a cualquier teléfono o computadora. La administración de la información del software recaerá en el administrador de la compañía.

Angulo y Nicho (2021) en su tesis titulada: *“Implementación de un sistema web para la gestión de ventas e inventario de una empresa de calzado, 2021”*; el propósito principal era

establecer un sistema web de administración de ventas e inventario personalizado para una compañía de calzado, ya que no existía un sistema que unificara la información y facilitara la correcta administración de sus procesos fundamentales. Para alcanzar los objetivos propuestos, primero se llevaron a cabo entrevistas y cuestionarios con los trabajadores y director de la compañía de calzado, con el objetivo de entender en profundidad sus procesos de ventas e inventario, modelar su flujo e identificar las áreas de mejora, y de esta manera comparar los escenarios previos y posteriores al uso del sistema web sugerido. En segundo lugar, se emplearon técnicas de desarrollo para el desarrollo del sistema web sugerido: UML y SCRUM. De igual manera, se utilizó el lenguaje de programación PHP junto con una moto de base de datos MYSQL. Por último, se puede afirmar que con la puesta en marcha del sistema web sugerido se evidenció la optimización de los procesos clave con la disminución de tiempos, simplificación de tareas y ampliación de informes disponibles para la toma de decisiones.

Victorio (2024) en su tesis titulada: *“Implementación de un sistema en la nube para la optimización de ventas en Importaciones Gamarra E.I.R.L.”*; el propósito fue acelerar los procesos de ventas en la compañía Importaciones Gamarra E.I.R.L., mediante la puesta en marcha de un sistema de datos en la nube de Amazon, en Huánuco, en el año 2022. Se basó en un enfoque cuantitativo, con un grupo reducido que llevaba a cabo pruebas anteriores y sub siguientes de manera individual. La población estuvo compuesta por los procedimientos vinculados a las ventas, para los cuales se establecieron de manera no aleatoria 30 actividades de venta, orientadas a las ventas, informes, cierres y creación de recibos. La herramienta evaluación utilizada fue una ficha técnica que facilitó la medición de los periodos de ejecución de una venta, de un cierre de informe semanal y mensual, y el tiempo requerido para la creación de un comprobante de pago. Conclusiones. Se observó un avance notable en la administración de ventas, con una disminución

en los periodos de culminación de actividades, tales como el registro de ventas, cierre de informes y creación de recibos de pago. En términos generales, se registró una disminución de 14 segundos tras la implementación del sistema de información en la nube. Resultados. Resalta la mejora de los procesos de ventas mediante la implementación de sistemas de información en la nube para ventas, creación de informes y creación de recibos de pago.

Chafloque (2023) en su tesis titulada: “*Propuesta de implementación de un sistema Web de gestión de ventas para la empresa comercial San José SAC-Tumbes, 2023*”; la misión de la investigación consistió en instalar una plataforma digital para la administración de ventas, buscando perfeccionar este proceso. El estudio dejó una huella tangible en los empleados y una ventaja indirecta en los consumidores. Es tesis titulada, descriptiva y de corte transversal, adaptada a las peculiaridades de su evolución. La muestra incluyó a 30 empleados, empleando la encuesta como método de recolección de información y el cuestionario como herramienta de recolección. En lo que, respecto a los hallazgos, en la primera fase, un 85.33 % de los empleados consultados manifestó descontento con el actual con él, mientras que un 14.67 % manifestó lo contrario. En la segunda dimensión, el 91.67 % de los consultados expresó su apoyo a la propuesta de instaurar un innovador sistema de administración de ventas, mientras que un 8.33 % se mostró contrario. Así, se concluye que la creación de un sistema digital para orquestar las ventas es imprescindible y corrobora la teoría inicial.

Mendoza y Obando (2024) en su tesis titulada: “*Sistema web para la gestión de ventas de la empresa INVERTEC KSY SAC, Barranca, 2023*”; su propósito fue introducir una plataforma digital para perfeccionar la administración y el manejo de ventas, la cual será desplegada en Invertec KSYSAC en Barranca. Se realizó un estudio aplicado y un diseño experimental de carácter preexperimental. Con el fin de desentrañar y analizar datos mediante entrevistas y

técnicas de recolección de información, documentando tanto el escenario previo como el posterior a la implementación de la herramienta digital. Esto permitió desentrañar con precisión la urgencia auténtica y evaluar la implementación con pruebas de mejoras notables. Esta investigación reveló un notable incremento en las ventas, que saltaron de un 11% a un 17%, generando una ventaja del 6%. Además, la fidelización de los clientes experimentó un notable aumento del 7%, saltando del 13% al 20%, gracias a la automatización del proceso de ventas utilizando el sistema web como una herramienta tecnológica. Así, los compradores finales viven una vivencia de adquisición optimizada en todos los sentidos, lo que se traduce en menos esperas y una atención más gratificante por parte de la compañía.

Cavero y Rios (2023) en su tesis titulada: *“Desarrollar un sistema multiplataforma para la gestión de ventas de la tienda de ropa Liveralia en Lima, 2023”*; la meta primordial fue desentrañar cómo un sistema multiplataforma moldea las ventas en la boutique Liveralia. Para resolver el inconveniente, se ha ideado un sistema multiplataforma para la gestión de ventas de la compañía, lo cual facilita la gestión de los procedimientos administrativos asociados a las ventas y abre la puerta a un incremento en sus plataformas web y móviles. Se utiliza un sistema administrativo y uno para el usuario, entrelazados para optimizar el flujo y la velocidad de los usuarios. Este entramado digital se construye con NodeJS (JavaScript) y JS, mientras que la base de datos es SQL SERVER. Será de diseño adaptable, lo que significa que la experiencia del usuario será idéntica tanto en un ordenador (Windows/Mac) como en un teléfono móvil. En resumen, optimizará el manejo del inventario corporativo, ya que el módulo de almacén permitirá controlar las entradas y salidas de los productos almacenados en cada sede. Además, podrá monitorear el inventario en cada establecimiento, evitando así las especulaciones sobre la ausencia de artículos en diversas tiendas.

Acosta y Garcia (2023) en su tesis titulada: “*Sistema web para la gestión de ventas de la empresa Constructora e Inmobiliaria Titanio SAC, Chiclayo, 2023*”; este estudio se llevó a cabo con el fin de desentrañar cómo un sistema digital potencia la administración de ventas en una compañía en el año 2023. Asimismo, la indagación se enfocó en la aplicación de un modelo cuantitativo, con un enfoque preexperimental y un corte longitudinal. Los hallazgos revelaron una reducción de 6.2136 minutos en la información de datos, una disminución de 4.662 minutos en el registro de ventas y un aumento de 7.94 en el promedio de tareas realizadas a cabo. La muestra se llevó a cabo en dos fases, con 50 registros previos a la implementación del sistema y 50 registros posteriores. Además, la metodología de recolección se llamaba fichaje y el artefacto utilizado fue la ficha de registro. En resumen, la implementación de un sistema digital optimizó el tiempo empleado en las diversas tareas de los desafíos en optimizando en la Constructora e Inmobiliaria Titanio SAC, incrementando las tareas, optimizando el uso de recursos elevando la eficiencia operativa de la compañía.

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Definición de sistema de información

Se define como marco organizado que emplea tecnología recursos, analizar y difundir datos. Está diseñado proporcionar apoyo en la toma de decisiones estratégicas, mejorar la eficiencia operativa y permitir la innovación en los procesos organizacionales. Además, este sistema actúa como un puente entre la tecnología informática y las necesidades de negocio, facilitando la alineación de objetivos empresariales y tecnológicos (Turban et al., 2015).

Un sistema de información es una herramienta estratégica que integra tecnología, personas y procesos con el objetivo de gestionar de manera eficiente el flujo de información dentro de una organización. Este sistema permite capturar, procesar, almacenar y entregar datos transformados

en información útil y oportuna, que facilita la tomado decisiones informadas en todos los niveles jerárquicos. Al centralizar y estructurar los datos, asegura su confiabilidad y relevancia, eliminando redundancias y reduciendo errores. Además, fomenta la eficiencia operativa al automatizar tareas repetitivas y optimizar procesos clave, lo que contribuye directamente al ahorro de recursos y al aumento de la productividad. Un sistema de información también desempeña un papel fundamental en la planificación estratégica, ya que proporciona análisis y perspectivas basadas en datos reales, permitiendo las empresas anticiparse a cambios del entorno adaptarse con rapidez. Por tanto, este sistema no solo mejora las operaciones internas, sino que también fortalece la capacidad de respuesta y la competitividad de la organización en el mercado, asegurando que las decisiones y acciones se alineen con los objetivos estratégicos a largo plazo (O'brien y Marakas, 2011).

2.2.2. Características de un sistema de información

Tiene varias características clave que lo definen y lo hacen funcional para cumplir con sus objetivos principales. Durand (1999), presenta algunas características claves:

- ***Recopilación de datos.*** Los sistemas de información recopilan datos de diversas fuentes, como bases de datos, sensores, dispositivos móviles, etc.
- ***Procesamiento de datos.*** Los datos recogidos se procesan mediante algoritmos y reglas para convertirlos en información útil.
- ***Almacenamiento de información.*** La información procesada se almacena para su posterior acceso y uso.
- ***Distribución de información.*** La información se distribuye a los usuarios autorizados a través diversos medios, como informes, pantallas, correos electrónicos, etc.

- **Integración.** Los sistemas de información se integran con otros sistemas para compartir información y optimizar procesos.
- **Seguridad.** Los sistemas de información implementan medidas de seguridad para proteger la información de accesos no autorizados y garantizar su integridad.
- **Flexibilidad.** Los sistemas de información deben ser flexibles para adaptarse a los cambios en las necesidades de la organización.
- **Escalabilidad.** Los sistemas de información deben ser capaces de manejar cantidades crecientes de datos y usuarios.
- **Amigable para el usuario.** Los sistemas de información deben ser fáciles de usar y entender para todos los usuarios.
- **Orientación a objetivos.** Los sistemas de información se diseñan apoyar objetivos específicos de la organización.

2.2.3. Actividades de un sistema de información

Un sistema de información realiza diversas actividades para cumplir con sus objetivos. Estas actividades se pueden agrupar en las siguientes funciones principales. Según Domínguez (2012), estas actividades se pueden agrupar en las siguientes funciones principales:

Figura 1

Actividades de un sistema de información



Fuente: (Domínguez, 2012)

2.2.3.1. Entrada de datos. Es el proceso mediante el cual se introducen datos en un sistema de información para que puedan ser procesados, almacenados y utilizados. Es el primer paso en el ciclo de un sistema de información y es esencial para que el sistema funcione correctamente.

2.2.3.2. Procesamiento de información. Es el conjunto de operaciones y transformaciones que se aplican a los datos ingresados en un sistema de información para convertirlos en información útil. Es una de las etapas centrales en un sistema de información y permite extraer valor y significado de los datos brutos.

2.2.3.3. Almacenamiento de información. Es el proceso mediante el cual se guardan, organizan y gestionan datos para su uso posterior, en el contexto estadístico, el almacenamiento de datos es esencial para recopilar, estructurar y conservar la información obtenida en investigaciones o análisis, permitiendo su posterior tratamiento y análisis.

2.2.3.4. Salida de la información. Es el proceso mediante el cual los datos procesados, analizados o almacenados en dicho sistema se presentan al usuario o a otro sistema para su uso. Estas salidas pueden adoptar diversas formas dependiendo de las necesidades del usuario y del propósito del sistema.

2.2.4. Importancia de un sistema de información para una empresa

Un sistema de información es vital para una empresa porque permite gestionar, procesar y analizar datos de manera eficiente, convirtiéndolos en información útil para la toma de decisiones estratégicas. Facilita la integración y coordinación de las diferentes áreas de la organización, como finanzas, ventas, recursos humanos y producción, mejorando la comunicación interna y externa. Además, optimiza los procesos operativos al automatizar tareas repetitivas, reduciendo errores y aumentando la productividad (Stair y Reynolds, 2018).

2.2.5. *Ventajas de un sistema de información*

Los sistemas de informaciones han revolucionado la forma en que las organizaciones operan y compiten en el mercado. Laudon y Laudon (2014), presenta las principales ventajas:

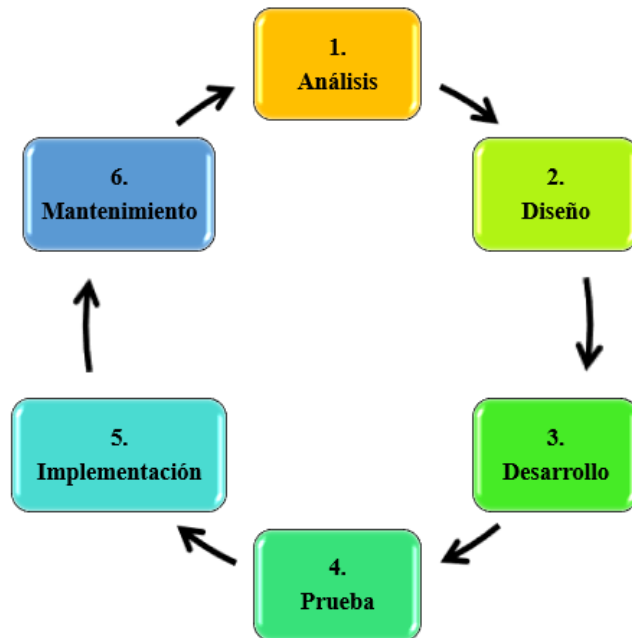
- **Mayor eficiencia.** Automatización de procesos, reducción de errores y optimización de recursos.
- **Mejor toma de decisiones.** Acceso a información precisa y oportuna para respaldarla tomado decisiones estratégicas.
- **Aumento de la productividad.** Facilita la colaboración y el trabajo en equipo, mejorando la eficiencia de los procesos.
- **Mayor competitividad.** Permite las empresas adaptarse rápidamente a los cambios y obtener una ventaja competitiva.
- **Mejor servicio al cliente.** Personalización de la atención al cliente y mejora de la experiencia del usuario.
- **Reducción de costos.** Optimización de recursos, reducción de papel y mejora de la eficiencia en los procesos.
- **Innovación.** Facilita el desarrollo de nuevos productos y servicios.

2.2.6. *Ciclo de vida de un sistema de información*

Kendall y Kendall (2011), definen el ciclo de vida de un sistema de información como un enfoque sistemático para el desarrollo de un sistema de información, que consta de etapas específicas: *Análisis, Diseño, Desarrollo, Pruebas, Implementación y Mantenimiento.*

Figura 2

Ciclo de vida de un sistema de información



Fuente: (Kendall y Kendall, 2011)

2.2.6.1. Análisis. Caracterización y comprensión de las necesidades del usuario y los requisitos del sistema.

2.2.6.2. Diseño. Creación de la arquitectura del sistema, incluyendo interfaces, bases de datos y procesos.

2.2.6.3. Desarrollo. El desarrollo de sistemas de información asegura que las soluciones tecnológicas sean eficaces, escalables y alineadas con los objetivos estratégicos de la organización. Además, ayuda a optimizar los procesos, mejorar la toma de decisiones y ofrecer soporte.

2.2.6.4. Pruebas. Se realiza verificación del funcionamiento correcto de componentes individuales, como módulos, funciones del sistema.

2.2.6.5. Implementación. Es el proceso mediante el cual se integra un sistema diseñado y desarrollado en la estructura operativa de una organización para que cumpla con los objetivos previstos. Este proceso incluye instalación del software y hardware, la capacitación de los usuarios, la configuración del sistema y la transferencia de datos al nuevo entorno.

2.2.6.6. Mantenimiento. Actualización y resolución de problemas en el sistema para garantizar su funcionalidad a largo plazo.

2.2.7. Base de datos

Es un conjunto organizado de datos que se almacenan y gestionan para facilitar su acceso, manipulación actualización. Estas estructuras permiten que los datos se encuentren relacionados y disponibles de forma eficiente para usuarios y aplicaciones. Las bases de datos se gestionan mediante sistemas especializados que controlan la entrada, consulta y seguridad de la información. Su diseño permite manejar grandes permite manejar con rapidez precisión, optimizando procesos en diversos ámbitos, como negocios, ciencia y tecnología. En esencia, una permite manejar es clave para el almacenamiento estructurado y el análisis efectivo de la información (Carpio, 2010).

Figura 3

Base de datos



Fuente: (Carpio, 2010)

2.2.7.1. Gestor de base de datos SQL Server. Es un sistema gestor de bases de datos relacional desarrollado por Microsoft, diseñado para almacenar, gestionar recuperar grandes volúmenes de datos de manera eficiente. Utiliza el lenguaje SQL para interactuar con las bases de datos, permitiendo realizar operaciones como consultas, inserciones, actualizaciones eliminaciones. Ofrece características avanzadas como integración con herramientas analíticas, alta disponibilidad, seguridad de datos y escalabilidad, siendo ideal para aplicaciones empresariales (Date, 2001).

2.2.7.2. Lenguaje de programación PowerBuilder. Es un entorno Es un de aplicaciones (RAD) creado por Sybase, utilizado construir aplicaciones de escritorio y cliente-servidor, principalmente en el ámbito empresarial. Este lenguaje de programación destaca por su capacidad para interactuar con bases de datos mediante el uso de tecnologías como SQL embebido y DataWindows, una de sus herramientas más potentes para manejar datos visualmente. Ofrece un enfoque orientado a objetos que facilita la creación y mantenimiento de aplicaciones complejas. Además, PowerBuilder permite generar aplicaciones altamente escalables y personalizables, integrándose con sistemas heredados y modernos. Su facilidad de uso y rapidez en el desarrollo lo han convertido en una herramienta clave en muchas organizaciones, aunque su adopción ha disminuido en comparación con tecnologías más recientes (Sebesta, 2012).

2.2.8. Dimensiones de un sistema de información

Peralta (2008), hace referencia a las siguientes dimensiones:

2.2.8.1. Confiabilidad. La confiabilidad de un sistema de información es la capacidad del sistema para proporcionar datos precisos, consistentes y accesibles en el momento requerido, asegurando que las operaciones se realicen sin interrupciones ni errores significativos.

2.2.8.2. Capacidad de respuesta. Es la habilidad del sistema para adaptarse y proporcionar información o servicios de manera ágil frente a cambios en los requisitos del usuario o en el entorno operativo. Esto incluye tiempos de respuesta rápidos y flexibilidad para soportar modificaciones.

2.2.9. Concepto de gestión de ventas

Es el proceso de planificar, implementar y controlar actividades relacionadas con el equipo de ventas de una organización, con el objetivo de alcanzar los objetivos de ventas establecidos. Incluye la selección, formación, supervisión y motivación de los vendedores, así como la formulación de estrategias y tácticas para interactuar con los clientes de manera efectiva (Kotler y Keller, 2016).

La gestión de ventas se refiere a la planificación, dirección y supervisión integral del proceso de ventas dentro de una organización. Su propósito principal es diseñar estrategias efectivas que impulsen el crecimiento de ingresos y fortalezcan la posición de mercado. Este enfoque incluye la coordinación de los esfuerzos del equipo de ventas, asegurando que cada miembro tenga claridad sobre objetivos y cuente con las herramientas necesarias para alcanzarlos. Además, la gestión de ventas supervisa el desempeño del personal, identificando áreas de mejora y ajustando las tácticas según las condiciones del mercado. En esencia, busca maximizar la eficiencia y efectividad en cada etapa del ciclo de ventas, promoviendo un impacto positivo tanto en los resultados como en la satisfacción del cliente (Jobber y Lancaster, 2019).

2.2.10. Principales funciones de la gestión de ventas

Futrell (2011), menciona principales funciones de la gestión de ventas:

2.2.10.1. Planificación de estrategias de ventas. Es el proceso sistemático mediante el cual una organización define objetivos comerciales específicos diseña un conjunto de acciones y

tácticas para alcanzarlos. Este proceso incluye el análisis del mercado, segmentación clientes, la definición de metas de ventas y la elaboración de estrategias adaptadas a las características del producto, las del producto y las condiciones competitivas.

2.2.10.2. Organización del equipo de ventas. Es el arte de orquestar, orquestar y gestionar a los vendedores y sus recursos, con el propósito de elevar la eficiencia y la efectividad en el logro de las metas comerciales. Este procedimiento abarca la definición de roles y responsabilidades precisas, la división de áreas o mercados, y la dotación de recursos y herramientas que agilizan la mano de obra del equipo.

2.2.10.3. Selección, formación y motivación del personal. Son etapas esenciales en la administración de personal que aseguran la formación y conservación de un equipo de trabajo experto y comprometido con las metas corporativas.

2.2.10.4. Supervisión y evaluación del desempeño. Se refiere a la constante vigilancia, análisis y evaluación de las acciones, resultados y conductas de los trabajadores en sintonía con las metas y normas de una entidad. Este procedimiento es crucial para garantizar la armonía entre las aspiraciones personales y las aspiraciones corporativas.

2.2.10.5. Relación con los clientes y análisis de mercado. Es el arte de forjar, conservar y perfeccionar lazos con los clientes, cultivando la confianza, la lealtad y la felicidad. Conlleva desentrañar los anhelos, gustos y conductas del cliente, brindando respuestas a la medida y cuidado ininterrumpido.

2.2.11. Organización de la gestión de ventas

Es el arte de orquestar y orquestar al equipo de ventas y sus herramientas para elevar la eficacia, el alcance y el impacto de las operaciones comerciales de una compañía. Este método abarca la delineación de funciones, deberes y procedimientos que garantizan la ejecución de las

metas comerciales. A continuación, Adams (2017), se presentan algunos aspectos claves de organización de la gestión de ventas:

2.2.11.1. Estructura del equipo de ventas. Es la manera en que se orquesta y reparte el equipo de ventas en una compañía para alcanzar las metas comerciales con destreza.

2.2.11.2. Atención a los clientes. Se describe como el entramado de acciones, tácticas y procedimientos concebidos para cubrir las demandas, resolver los inconvenientes y superarlas expectativas de los clientes en sus relaciones con una entidad.

2.2.11.3. Gestión de recursos. Es el arte de orquestar, distribuir, vigilar y perfeccionar los recursos a disposición de una entidad para lograr las metas propuestas con eficacia.

2.2.11.4. Definición de procesos y objetivos. Un cristalino orienta la creación y ejecución de los procesos, mientras que los procesos meticulosamente organizados garantizan que las tareas esenciales para lograr el objetivo se llevan a cabo con propósito y eficiencia.

2.2.11.5. Capacitación y motivación del equipo. Son artefactos vitales en la administración de personal, concebidos para elevar el desempeño, la eficiencia y la dedicación de los trabajadores en una empresa.

2.2.12. Importancia de la gestión de ventas

Es vital para el triunfo de cualquier entidad, pues actúa como un pilar esencial en la generación de ingresos, el desarrollo empresarial y la pugna en el mercado. Según Rodríguez (2012), la importancia radica en los siguientes aspectos:

- ***Generación de ingresos.*** La administración de ventas garantiza que los esfuerzos comerciales se enfoquen en capturar las oportunidades de venta, elevando así los ingresos y garantizando la estabilidad económica de la compañía.

- **Planificación estratégica.** Facilitar la creación de tácticas centradas en mercados esenciales, ajustándose a las exigencias del cliente y anticipando las corrientes del mercado, elevando así la ventaja competitiva.
- **Optimización de recursos.** Garantiza que el equipo de ventas, herramientas y presupuestos sean empleados con destreza, maximizando la eficiencia y reduciendo el desgaste de recursos.
- **Fortalecimiento de las relaciones con los clientes.** Mediante una administración meticulosa, se cultiva la lealtad del cliente ofreciendo una atención a medida, garantizando no solo ventas constantes, sino que también eleva la imagen de la marca.
- **Monitoreo y mejora continua.** La administración de ventas ofrece métricas e indicadores esenciales para medir el rendimiento del equipo, detectar oportunidades de mejora y modificar tácticas para maximizar los resultados.
- **Motivación del equipo de ventas.** Una administración adecuadamente organizada comprende programas de incentivos, capacitación y reconocimiento, lo cual incrementa el rendimiento, la satisfacción y la permanencia del talento.

2.2.13. Objetivos de la gestión de ventas en una empresa

Los propósitos de la administración de ventas son objetivos concretos que persiguen orientar, mejorar y potenciar el rendimiento del equipo de ventas en una entidad, en consonancia con las metas globales del negocio. Según Anderson et al., (1996), estos objetivos incluyen:

- **Incrementar los ingresos y las ventas.** Crear ingresos más elevados a través de la comercialización efectiva de productos o servicios.
- **Captación y retención de clientes.** Incrementar la clientela atrayendo a nuevos consumidores de compañías.

- **Optimizar la productividad del equipo de ventas.** Incrementar la eficacia de los comerciantes mediante formación, recursos tecnológicos y tácticas definidas.
- **Mejorar la satisfacción del cliente.** Garantizar que los clientes disfruten de un trato impecable, soluciones a medida y respuestas ágiles a sus requerimientos.
- **Monitorear y analizar el desempeño.** Evaluar constantemente los frutos de las operaciones comerciales a través de indicadores esenciales como las tasas de conversión, los ingresos por vendedor y el desarrollo en mercados particulares.
- **Adaptarse a las dinámicas del mercado.** Identificar y reaccionar ante las corrientes del mercado, transformaciones en la conducta del cliente y fluctuaciones de los rivales.
- **Maximizar la rentabilidad.** Aumentar las ventas a través de un manejo meticuloso de los gastos vinculados a las operaciones comerciales.

2.2.14. Dimensiones de la gestión de ventas

Rodríguez (2012), indica las siguientes dimensiones.

2.2.14.1. Calidad de servicio. Es la magnitud y orientación del abismo entre las aspiraciones del cliente y su visión del servicio recibido. Se fundamenta en cinco pilares fundamentales: proximidad, confiabilidad, habilidad para responder, seguridad y empatía.

2.2.14.2. Cierre de ventas. Es el momento culminante del viaje comercial, donde el vendedor garantiza que el cliente se comprometa a adquirir el producto. Es el instante en que las conversaciones finalizan y el cliente opta por adquirir el producto servicio propuesto.

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Ciclo de ventas

Es el camino que un vendedor recorre para transformar a un prospecto en cliente. Prospección, encuentro inicial, presentación, resolución de objeciones, clausura y monitoreo (Adams, 2017).

2.3.2. Cliente

Un cliente es aquel individuo entidad que compra productos o servicios de una compañía en cambio de una retribución monetaria. En esencia, es el comprador de tus productos (Rodríguez, 2012).

2.3.3. Cotización

Documento que detalla el costo y las condiciones de un atención o producto brindado al cliente (Anderson et al., 1996).

2.3.4. Datos

Hechos, cifras o valores que, por sí solos, carecen de sentido (Date, 2001).

2.3.5. Fidelización de clientes

Es la táctica para cultivar vínculos duraderos con los clientes actuales, incrementando la fidelidad y fomentando la devoción hacia la compañía (Kotler y Keller, 2016).

2.3.6. Información

Es un entramado meticuloso de información que, al ser descifrados, revelan saberes o significados. En otras palabras, son datos que han sido procesados y organizados de tal manera que nos permiten tomar decisiones, resolver problemas o profundizar en nuestra comprensión sobre un asunto específico (Alter, 2002).

2.3.7. Sistema de ventas

Es el entramado de procedimientos, instrumentos y tácticas concebidas para orquestar con maestría las operaciones vinculadas a la distribución de productos (Durand, 1999).

2.3.8. Seguridad de información

Conjunto de estrategias para salvaguardar la información y los sistemas de intrusos, pérdidas o daños (Carpio, 2010).

2.3.9. Usuario

Un usuario es aquel individuo que se entrelaza con una plataforma, sistema o servicio con el fin de ejecutar una acción o llenar un deseo (Durand, 1999).

2.3.10. Ventas

Es una tarea vital para cualquier empresa, pues proporciona los fondos esenciales para su operatividad y evolución (Rodríguez, 2012).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

de una es aplicada, la investigación aplicada es aquella que busca utilizar el conocimiento existente o generar nuevo conocimiento con fines prácticos, respondiendo a necesidades específicas del entorno. Este tipo de investigación vincula directamente la teoría con la práctica para solucionar problemas reales (Sabino, 1992).

3.1.2. Nivel de investigación

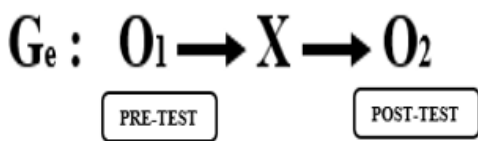
Nivel de investigación es explicativa; esta investigación explicativa busca determinar las causas efectos de un fenómeno, respondiendo al "por qué" de los hechos. Este tipo de investigación pretende no solo describir las características de un fenómeno, sino también establecer relaciones causales entre variables y predecir comportamientos futuros bajo condiciones similares (Hernández et al., 2014).

3.1.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación preexperimental (Pre-test y Pos-test), son aproximaciones iniciales a la experimentación que no garantizan validez interna, ya que suelen carecer de control suficiente sobre las amenazas a la validez, como la selección de los participantes y las influencias externas. Son útiles en investigaciones exploratorias o preliminares (Campbell y Stanley, 1963).

Figura 4

Diseño de la investigación



Fuente: (Creación propia, 2024)

Donde:

- ❖ **Ge** : Es el grupo experimental
- ❖ **O1** :Pre-Test
- ❖ **X** :Es el variable independiente
- ❖ **O2** : Pos-Test

3.2. Población, muestra y muestreo**3.2.1. Descripción de la población**

La población se describe como en mosaico holístico de personas, elementos o circunstancias que comparten una característica común, convirtiéndose en el objetivo del investigador para enfrentar un desafío de investigación (Kerlinger y Lee, 2002).

La población fue conformada por un total de 96 individuos, distribuidos entre el Gerente, los empleados administrativos y los estimados clientes de la prestigiosa Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L., tal como se detalla en el siguiente cuadro informativo:

Tabla 1*Población de estudio*

Responsables	Número de personas
Gerente	1
Administrativos	12
Clientes	83
Total:	96

Fuente: (Creación propia, 2024)

3.2.2. Selección de la muestra

Una muestra es un grupo de elementos tomados de una población, que se elige para estudiar una característica o fenómeno y aplicar lo aprendido a toda la población. Debe ser representativa de la población que se quiere investigar, y cómo se seleccione afecta directamente la validez de las conclusiones del estudio (Hernández et al., 2014). Como se conoce la población, se estableció un tamaño de muestra finito. Por eso, aplicaré la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Datos:

- Población (N): Tamaño de la población = 96
- Z: Coeficiente de confiabilidad para el 95% de nivel de confianza =1.96
- p: Probabilidad de ocurrencias 50% = 0.05
- q: Probabilidad de no ocurrencia (1-P) = 0.05
- e: Error del 5% =0.05

$$n = \frac{96 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(96 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 77$$

Usando la fórmula, el tamaño de la muestra fue de 77 personas, incluyendo Gerentes, Administrativos clientes de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L., como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2*Muestra de estudio*

Responsables	Número de personas
Gerente	01
Administrativos	12
Clientes	64
Total	77

Fuente: (Elaboración propia, 2024)

3.2.3. Tipo de muestreo

cómo se utilizó no probabilístico. Según Hernández et al. (2014), no probabilístico se “caracteriza por seleccionar a los participantes más accesibles para el investigador, es útil cuando se dispone de recursos limitados, aunque su principal desventaja es la falta de representatividad de la población” (p. 56).

3.3. Técnicas e instrumento de recolección de datos

- Se utilizó como técnica la encuesta; la “encuesta es una técnica de investigación que utiliza cuestionarios estandarizados para recopilar datos de grandes poblaciones, con el propósito de describir, comparar o explicar fenómenos relacionados con comportamientos, características de los individuos” (Babbie, 2016, p. 30)
- Como instrumentos utilizó el cuestionario; es “una herramienta estandarizada que permite a los investigadores recolectar datos sobre actitudes, opiniones, comportamientos y características demográficas de los participantes, mediante preguntas cuidadosamente diseñadas para garantizar la confiabilidad y validez de las respuestas” (Kerlinger y Lee, 2002, p. 63). El cuestionario para recopilar información consta de un total de 22 preguntas elaboradas (Anexo D).

3.4. Aplicación de instrumento de evaluación, tabulación y procesamiento

El proceso y El proceso constituye una fase crítica en la investigación, donde se recopila, organiza, examina e interpreta la información obtenida durante el estudio. Su propósito principal es responder a las preguntas de investigación, validar hipótesis y cumplir con los objetivos establecidos. En esta etapa, los datos brutos se transforman en información estructurada, relevante y significativa mediante técnicas analíticas adecuadas. Esto no solo permite extraer conclusiones fundamentadas, sino también generar conocimiento profundo y comprensible sobre el fenómeno

estudiado. La calidad del análisis determina la validez de los resultados y su aplicabilidad a contextos más amplios, consolidando la base para futuras decisiones o investigaciones. Después de aplicar el instrumento de recolección de datos, la información recopilada se consolidará inicialmente en el programa estadístico Excel, donde se organizarán los datos para su análisis preliminar. Posteriormente, se empleará SPSS para procesar las tablas y gráficos estadísticos que representarán los resultados de manera visual estructurada. Para garantizar la confiabilidad se utilizó el Alfa de Cronbach que es un instrumento esencial para verificar la consistencia interna de las escalas utilizadas. El test de Kolmogórov-Smirnov se utilizó para la prueba de normalidad y para determinar si un conjunto de datos sigue una distribución específica, generalmente distribución específica. La Prueba de Chi-Cuadrado se aplicará para validar las hipótesis planteadas en la investigación, permitiendo comparar la investigación Pre-Test y Post-Test.

3.5. Ética investigativa

La investigación se llevó a cabo siguiendo rigurosos lineamientos éticos y morales, asegurando la pureza en cada fase del procedimiento. Asimismo, se garantizará la estricta observancia del reglamento de grados y títulos dictado por la Universidad para el Desarrollo Andino, alineándose con las reglas institucionales actuales. La claridad en la utilización de fuentes teóricas será la piedra angular, garantizando que todas las referencias sean citadas y ordenadas de acuerdo con las directrices APA. Este método no solo aspira a satisfacer los requisitos académicos, sino también a fomentar la confianza y el profesionalismo en el desempeño laboral.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1. Resultados

4.2.1. Confiabilidad del instrumento

La fiabilidad del instrumento fue evaluada a través del coeficiente alfa de Cronbach, una herramienta frecuentemente empleada para evaluar su consistencia interna y, por ende, su credibilidad y confiabilidad. Es vital descifrar adecuadamente el coeficiente, pues su valor fluctúa entre el cero y el uno. Un número cero revela una absoluta falta de confiabilidad, mientras que un número uno revela una confiabilidad sublime (Ruiz, 2002).

Tabla 3

Escalas de valoración para confiabilidad

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: (Ruiz, 2002).

La recolección de datos involucró a 77 individuos, entre ellos el Gerente, los administradores y los clientes de Q'orianka Textil E.I.R.L. Para desentrañar los datos en este estudio, se empleó la herramienta estadística SPSS. Las conclusiones globales se despliegan meticulosamente en las tablas que se despliegan a continuación.

Tabla 4

Resumen de procesamiento de casos

		Nº	%
Casos	Válido	77	100,0
	Excluido ^a	0	,0
Total		77	100,0

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

La tabla muestra el resumen del procesamiento de casos en el estudio, indicando que la muestra total analizada fue de 77 casos válidos (100%), sin registros excluidos (0 casos, 0%). Esto significa que no hubo pérdidas de datos ni respuestas incompletas que impidieran la inclusión de algún participante en el análisis. La fuente señala que los datos fueron recopilados y procesados por el propio investigador, garantizándola integridad y completitud de la información utilizada Enel estudio.

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,947	22

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Dado que el resultado (0.947) supera el 0.9, se puede afirmar que la escala empleada es altamente confiable, ya que los 22 ítems poseen una robusta coherencia interna y evalúan correctamente el constructo analizado.

Tabla 6

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si elementos ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
X1	58,25	13,399	,610	,997
X2	58,31	15,270	,057	,957
X3	58,22	15,753	-,039	,962
X4	58,16	16,160	-,167	,967
X5	58,19	15,027	,211	,940
X6	58,23	14,734	,231	,937
X7	58,21	14,983	,217	,939
X8	58,27	15,464	,024	,958
X9	58,21	14,298	,374	,923
X10	58,31	13,744	,390	,917
X11	58,22	14,201	,393	,921
Y12	58,32	14,538	,214	,939
Y13	58,35	14,389	,228	,938
Y14	58,27	14,622	,209	,940
Y15	58,29	14,654	,213	,939

Y16	58,26	13,668	,457	,910
Y17	58,34	14,569	,191	,942
Y18	58,42	15,720	-,066	,977
Y19	58,25	14,030	,394	,919
Y20	58,22	14,648	,241	,936
Y21	58,58	14,378	,178	,946
Y22	58,21	14,035	,493	,913

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Tabla 7

Estadísticos descriptivos

	Media	Desviación estándar	Nº
X1	2,81	,488	77
X2	2,74	,548	77
X3	2,83	,441	77
X4	2,90	,347	77
X5	2,86	,388	77
X6	2,82	,479	77
X7	2,84	,400	77
X8	2,78	,503	77
X9	2,84	,461	77
X10	2,74	,594	77
X11	2,83	,470	77
Y12	2,73	,577	77
Y13	2,70	,608	77
Y14	2,78	,553	77
Y15	2,77	,535	77
Y16	2,79	,546	77
Y17	2,71	,604	77
Y18	2,64	,667	77
Y19	2,81	,514	77
Y20	2,83	,497	77
Y21	2,47	,699	77
Y22	2,84	,431	77

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Tabla 8

Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	Nº de elementos
Medias de elemento	2,775	2,468	2,896	,429	1,174	,008	22
Varianzas de elemento	,274	,121	,489	,368	4,054	,009	22
Covarianzas entre elementos	,021	-,065	,142	,207	-2,195	,002	22

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Tabla 9*Estadísticos Pre test y Post Test*

		Estadístico	Error estándar
Pre test	Media	2,74	,068
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	2,61
		Límite superior	2,88
	Media recortada al 5%	2,82	
	Mediana	3,00	
	Varianza	,353	
	Desviación estándar	,594	
	Mínimo	1	
	Máximo	3	
	Rango	2	
	Rango intercuartil	0	
	Asimetría	-2,177	,274
	Curtosis	3,485	,541
	Media	2,83	,054
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	2,72
	Límite superior	2,94	
Media recortada al 5%	2,91		
Mediana	3,00		
Varianza	,221		
Post test	Desviación estándar	,470	
	Mínimo	1	
	Máximo	3	
	Rango	2	
	Rango intercuartil	0	
	Asimetría	-2,874	,274
	Curtosis	7,690	,541

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

4.2.2. Análisis de datos cuantitativos

A continuación, se describen los resultados concretos vinculados a cada uno de los indicadores analizados.

Tabla 10

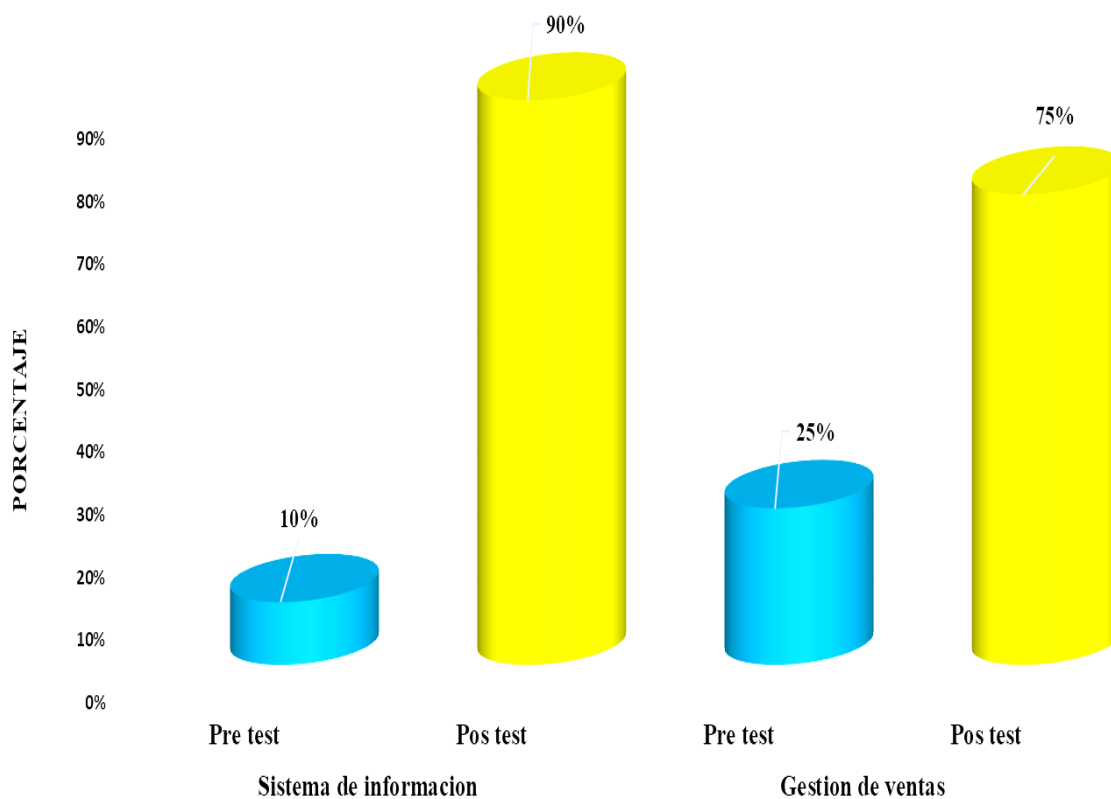
Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024

	Pre-test	Post-test
Sistema de información	10%	90%
Gestión de ventas	25%	75%

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Figura 5

Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024



Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Análisis: Antes de la implementación (Pre-Test), el sistema de información presentaba un desarrollo del 10%, lo que indica que la empresa contaba con procesos mayormente manuales o con un sistema poco funcional. Después de la implementación (Post-Test), el desarrollo del sistema alcanzó el 90%, evidenciando un avance del 80%, este crecimiento refleja una implementación exitosa del sistema, dotando a la empresa de herramientas tecnológicas para mejorar la gestión de ventas. Así mismo Antes de la implementación del sistema, la gestión de ventas tenía un desempeño del 25%, lo que sugiere procesos poco eficientes, falta de automatización o dificultades en el control de ventas. Tras la implementación, la eficiencia en la gestión de ventas aumentó al 75%, evidenciando una mejora significativa del 50%. Este incremento indica que el nuevo sistema ha optimizado los procesos de ventas, facilitando el los procesos, agilizando la facturación mejorando relación con los clientes.

Tabla 11

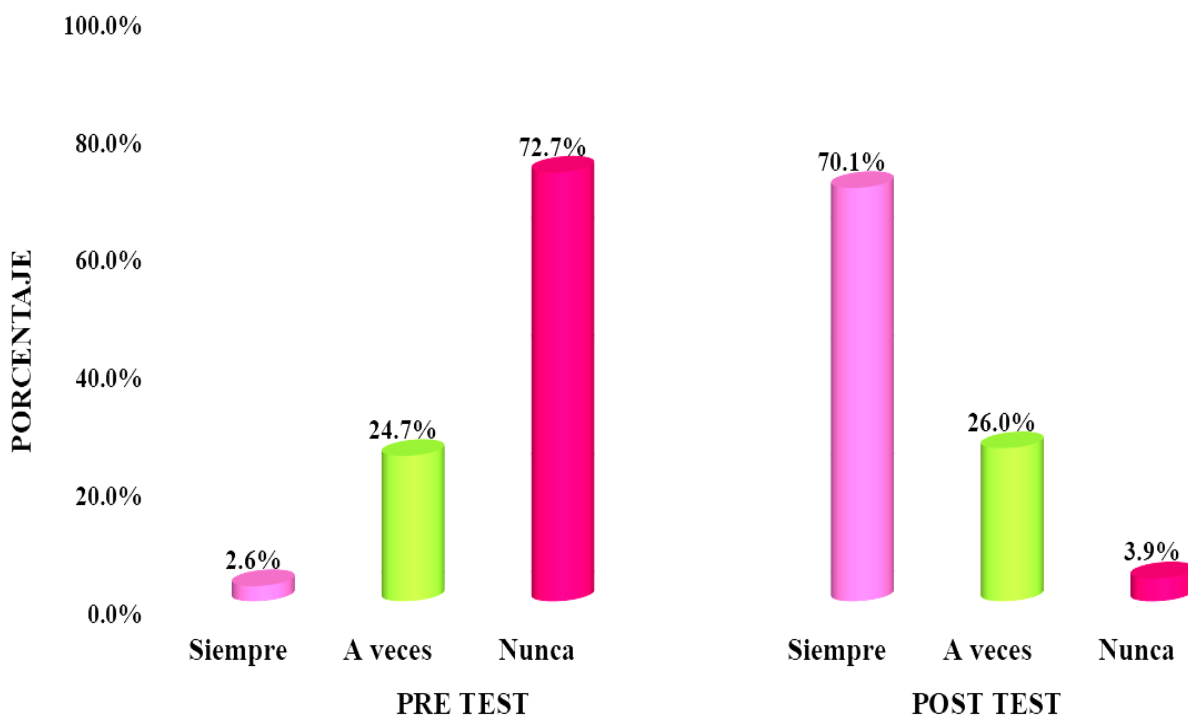
Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024

PRE TEST			POST TEST		
Escala	Frecuencia	Porcentaje	Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	2.6%	Siempre	54	70.1%
A veces	19	24.7%	A veces	20	26.0%
Nunca	56	72.7%	Nunca	3	3.9%
Total	77	100.0%		77	100.0%

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Figura 6

Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024



Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Análisis: Antes de la los procesos, solo el 2.6% de los encuestados consideraba que la confiabilidad en la gestión de ventas siempre era adecuada. Un 24.7% opinaba que la confiabilidad existía a veces, la gran mayoría, 72.7%, consideraba que la gestión de ventas nunca era confiable, tras la implementación del sistema de información, la percepción de confiabilidad mejoró notablemente: El 70.1% de los encuestados indicó que la gestión de ventas siempre era confiable, la percepción de confiabilidad "a veces" se mantuvo relativamente estable, aumentando ligeramente a 26.0%, lo que indica que aún hay oportunidades de mejora solo el 3.9% consideró que la confiabilidad nunca se cumple.

Tabla 12

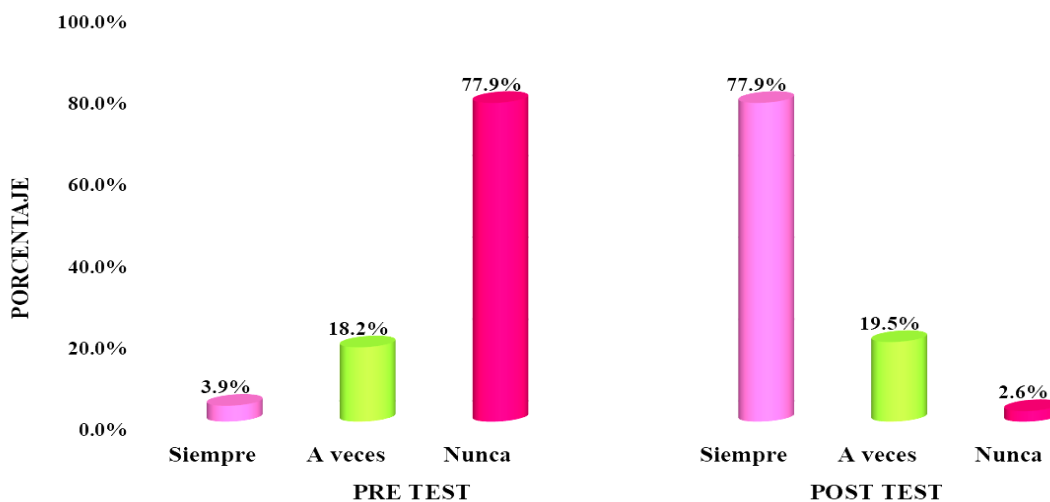
Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024

PRE TEST			POST TEST		
Escala	Frecuencia	Porcentaje	Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	3.9%	Siempre	60	77.9%
A veces	14	18.2%	A veces	15	19.5%
Nunca	60	77.9%	Nunca	2	2.6%
Total	77	100.0%		77	100.0%

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Figura 7

Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024



Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Análisis: Antes de la llegada del sistema, solo un 3.9% de los encuestados sostenía que la eficiencia en la administración de ventas era constante. Un 18.2% señaló que a veces la capacidad de respuesta era eficiente, mientras que la mayoría, un 77.9%, aseguró que nunca la empresa respondía de manera adecuada. Tras la puesta en marcha del sistema de información, los frutos revelan una notable optimización en la reacción: El 77.9% de los encuestados declaró que la administración de ventas es impecable, mientras que el 19.5% percibe respuestas esporádicas ("A

veces"), indicando que todavía hay espacio para mejorar. Solo un modesto 2.6% afirmó que su reacción nunca es eficaz, en contraste con el 77.9% anterior a la implementación.

Tabla 13

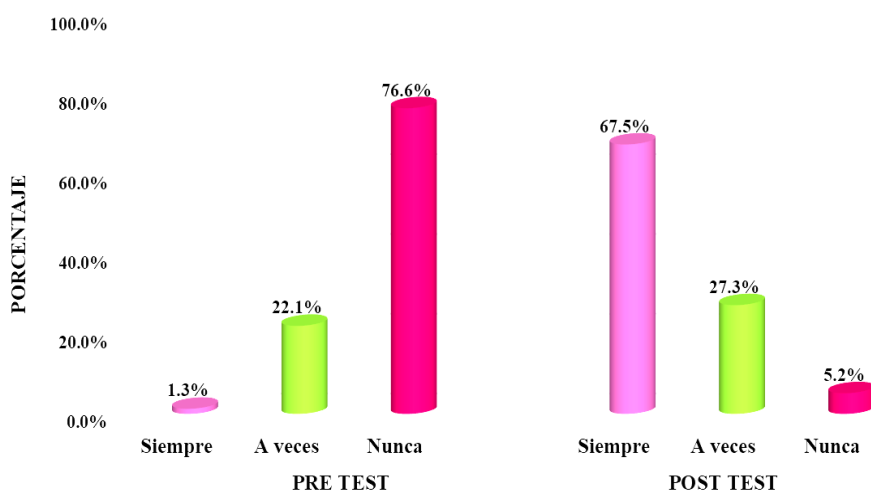
Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024

PRE TEST			POST TEST		
Escala	Frecuencia	Porcentaje	Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	1.3%	Siempre	52	67.5%
A veces	17	22.1%	A veces	21	27.3%
Nunca	59	76.6%	Nunca	4	5.2%
Total	77	100.0%	Total	77	100.0%

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Figura 8

Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024



Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Análisis: Antes de la implementación del sistema, solo un modesto 1.3% de los encuestados consideraba que la excelencia del servicio en la administración de ventas era constante, revelando un notable descontento con la calidad del servicio brindado. Un 22.1% de los encuestados opinaba que la calidad del servicio veces era buena, mientras que la mayoría, un

76.6%, afirmó que nunca era suficiente. La percepción de la excelencia del servicio se elevó notablemente tras la implementación del sistema de información. El 67.5% de los encuestados aseguró que la calidad del servicio siempre es excelente, mientras que la percepción de "a veces" subió un ligero 27.3%, mientras que solo un 5.2% señaló que la calidad del servicio nunca es excelente.

Tabla 14

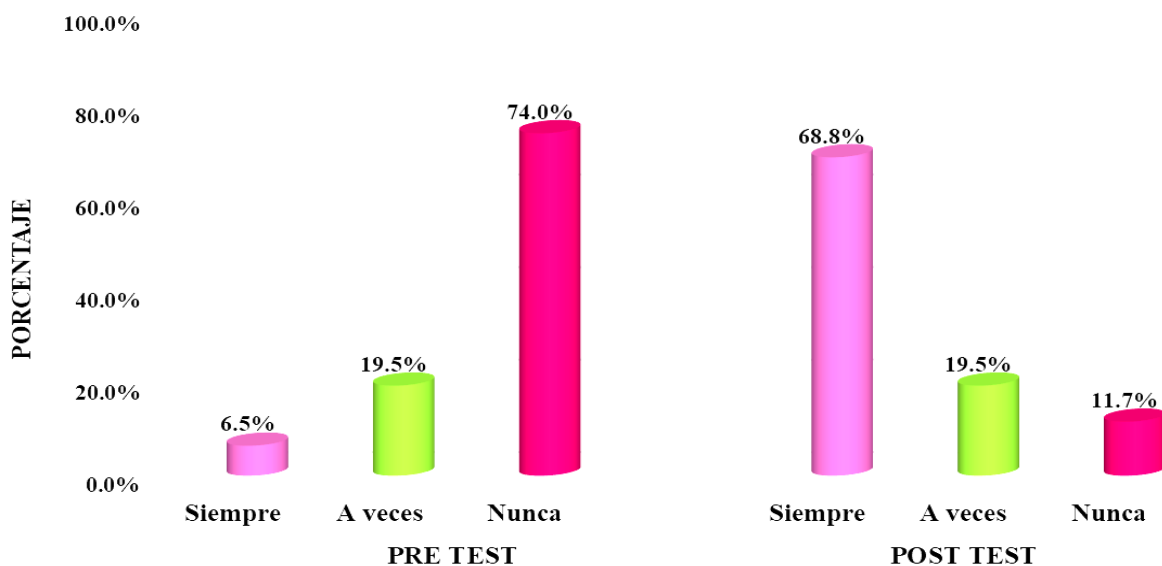
Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar el cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024

PRE TEST			POST TEST		
Escala	Frecuencia	Porcentaje	Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	6.5%	Siempre	53	68.8%
A veces	15	19.5%	A veces	15	19.5%
Nunca	57	74.0%	Nunca	9	11.7%
Total	77	100.0%	Total	77	100.0%

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Figura 9

Pre test y post test del desarrollo del sistema de información para mejorar el cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024



Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Análisis: Antes de la implementación del sistema, solo el 6.5% de los encuestados consideraba que el cierre de ventas siempre era efectivo, un 19.5% de los encuestados indicó que el cierre de ventas a veces se lograba, y la mayoría, 74.0%, señaló que el cierre de ventas nunca era eficiente, después de la implementación del sistema, los resultados muestran una mejora significativa: El 68.8% de los encuestados afirmó que el cierre de ventas siempre es efectivo, la percepción de cierres de ventas "a veces" se mejoró significativamente en 19.5%, lo que indica que aún hay situaciones donde el proceso no es completamente efectivo y solo el 11.7% afirmó que el cierre de ventas nunca es eficiente.

4.2. Discusiones

4.2.1. En relación al objetivo general

Los hallazgos revelan que la evolución del sistema de transformación radicalmente la administración de ventas de Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando un incremento del 90% tras su puesta en marcha. Este descubrimiento se fundamenta estadísticamente con la prueba de Chi-cuadrado ($p = 0.002$), revelando una notable disparidad en la administración de ventas antes y después de implementar el sistema. Estos descubrimientos coinciden con las investigaciones de Angulo y Nicho (2021), que revelan que, al implementar el sistema digital en Calzados Marlene, se logró acortar en un 58% el tiempo de venta y en un 57% la gestión de inventarios, en comparación con la situación previa. Así pues, se aceptó la primera teoría: la adopción de un sistema digital acelera los trámites de venta e inventario en una compañía de calzados.

4.2.2. En relación a los objetivos específicos

1. Los hallazgos revelan que la evolución del sistema de información transformó radicalmente la confiabilidad en la administración de ventas de Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando un incremento del 70.1% tras su puesta en marcha. Este descubrimiento se fundamenta

estadísticamente con la prueba de chi-cuadrado de Pearson ($p = 0,023$), revelando una notable disparidad en la fiabilidad de la administración de ventas antes y después de después de. Moreno (2023) logró identificar fallos en el sistema actual del comercio. Los empleados que operan manualmente descubrieron que con los sistemas web, los procesos de ventas, compras registros se llevaban a cabo con una velocidad vertiginosa. Todas las carencias de la empresa se consideraron un pilar crucial para decidir sobre la adopción de un sistema web.

2. Los hallazgos revelan que la evolución del después de transformó radicalmente la reacción de la gestión de ventas de Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando un incremento del 77.9% tras su puesta en marcha. Este descubrimiento se fundamenta estadísticamente con la con la-cuadrado de Pearson ($p = 0,016$), revelando una notable disparidad en la reacción de la gestión de ventas antes y después de implementar el sistema. Conforme a estos descubrimientos, Victorio (2024) revela descubrimientos que destacan la elección de implementar un sistema de información en la nube de Amazon Web Services para acelerar los procedimientos de ventas de Importaciones Gamarra E.I.R.L. Esto abarca desde el registro de ventas hasta la elaboración de informes de cierre de ventas y la Importaciones Gamarra de pago. La solidez de estos hallazgos se sostiene con una prueba de hipótesis general que mostró un p-valor notablemente bajo (0,00), revelando una notable optimización estadística en los procesos analizados.
3. Los hallazgos revelan que la evolución del sistema de información transformó radicalmente la excelencia del servicio de ventas en Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando una mejora del 67.5% tras su puesta en marcha. Este descubrimiento, avalado por la prueba de chi-cuadrado de Pearson ($p = 0,006$), revela una notable disparidad en la excelencia del servicio de gestión de ventas antes y después de después de. La investigación de Chafloque (2023), al recolectar información para evaluar la calidad del servicio en comparación con el sistema de gestión de ventas actual,

revela que un 86.67 % de los empleados expresó su satisfacción, mientras que un 13.33 % no lo expresó.

4. Los hallazgos revelan que la evolución del después de influyó notablemente en la optimización del cierre de ventas en la gestión de ventas de Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando un incremento del 68.8% tras su implementación. Este descubrimiento se fundamenta en la prueba de chi-cuadrado de Pearson ($p = 0,016$), revelando una notable disparidad en el cierre de ventas de gestión de ventas antes y después de su implementación. Mendoza y Obando (2024) revelaron que la optimización del cierre comercial de Invertec KSY Abarranca 2023 se logra mediante la implementación del sistema web; el primer indicador, la tasa de ventas, reveló un incremento del 6% en la tasa de ventas. Además, se reveló que el que el de los clientes (FC), el segundo indicador, experimentó un notable incremento en la atracción y la fidelidad de los clientes, alcanzando un asombroso 7% tras la implementación del sistema.

4.3. Contrastación de hipótesis

4.3.1. Planteamiento de la hipótesis

- **H₀**: El desarrollo de sistema de información no mejorará significativamente la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- **H₁**: El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.

4.3.2. Determinación del nivel de significancia

- $\alpha = 0.05$ (5%)

4.3.3. Elección de la prueba estadística

Se aplicó la prueba de Chi-Cuadrado para ver si hay una diferencia significativa en las frecuencias de las respuestas antes y después de la implementación del sistema.

4.3.4. Cálculo del valor tabular

Criterios para determinar la Normalidad:

- P valor $\Rightarrow \alpha$ Aceptar H_0 = Los datos provienen de una distribución normal
- P valor $< \alpha$ Aceptar H_1 = Los datos NO provienen de una distribución normal

Para conocer la prueba estadística a emplear se analizó la normalidad de datos con Kolmogorov-Smirnov, para muestras mayores a 50.

Tabla 15

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Sistema de información	0,361	76	0,825
Gestión de ventas	0,511	76	0,567

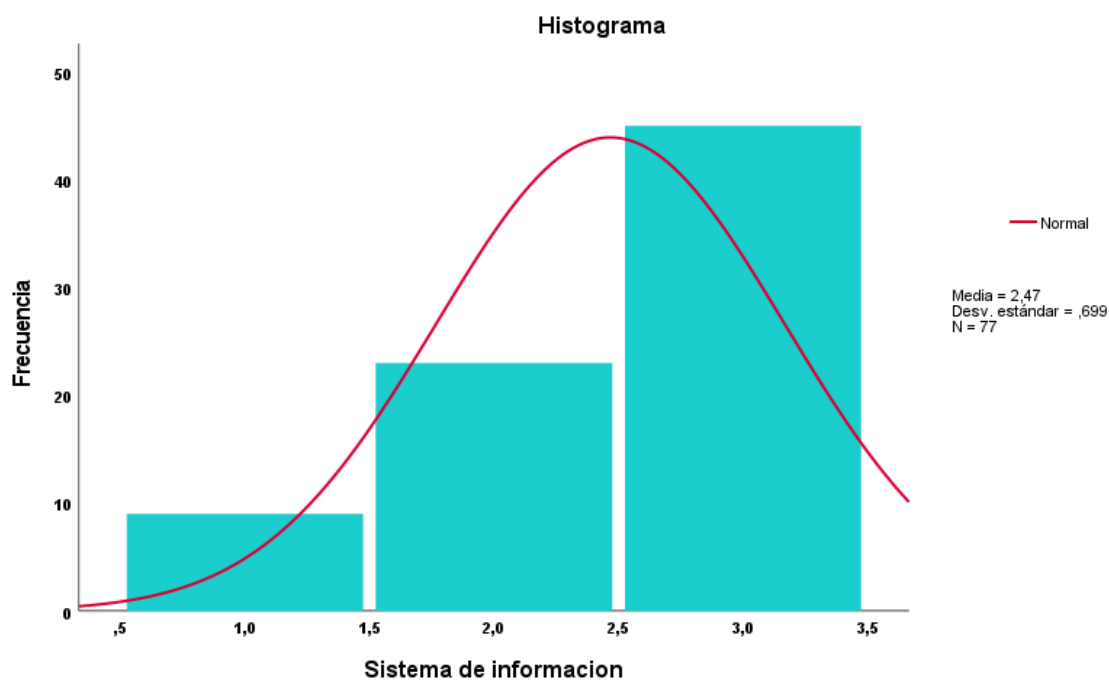
a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Se observa que el p-valor para ambas variables es mayor que 0.05 (Sistema de Información: 0.825 y Gestión de Ventas: 0.567). Como la significancia (p) > 0.05 , no se rechaza la hipótesis nula (H_0), lo que indica que los datos siguen una distribución normal.

Figura 10

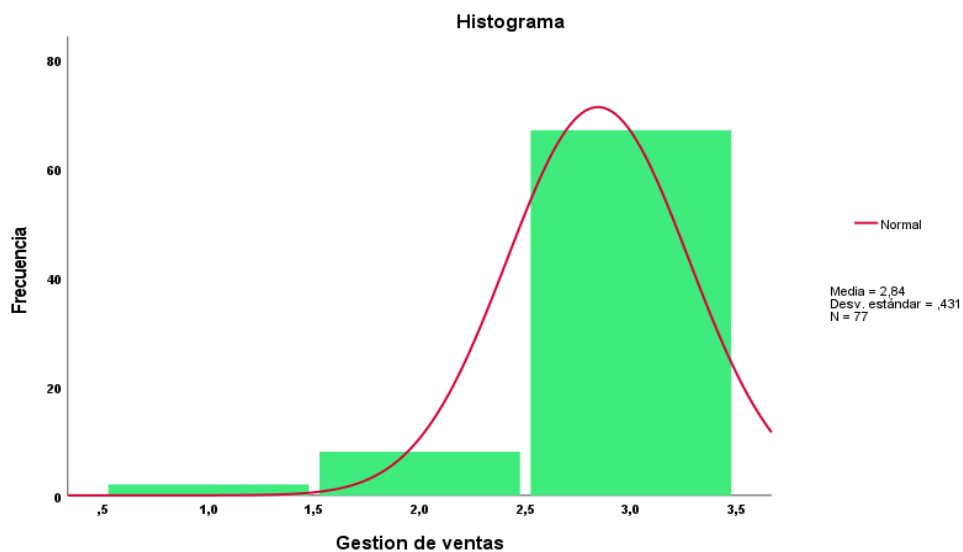
Pruebas de normalidad del sistema de información



Fuente: (Elaboración propia, 2025)

Figura 11

Pruebas de normalidad de la gestión de ventas



Fuente: (Elaboración propia, 2025)

4.4. Contrastación de la hipótesis general

Tabla 16

Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis general

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral) (p-valor)
Chi-cuadrado de Pearson	5,803	76	0,002
Razón de verosimilitud	5,223	76	0,001
Asociación lineal por lineal	0,986	76	0,003
Nº de casos válidos	77		

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

En todas las evaluaciones ($p < 0.05$), se revelan diferencias estadísticamente notables en la administración de ventas tras la creación del sistema de información. El chi-cuadrado de Pearson ($p = 0.002$) confirma que el sistema de información tuvo un impacto notable en la administración de ventas. Además, la probabilidad de verosimilitud ($p = 0.001$) y la asociación lineal por lineal ($p = 0.003$) corroboran esta disparidad. Esto confirma la teoría alternativa (H_1) y descarta la teoría nula (H_0), revelando que la puesta en marcha del sistema de información ha dejado una huella positiva y tangible en la administración de ventas.

4.5. Contrastación de la hipótesis específica 1

- **H₀:** El desarrollo de sistema de información no mejorará significativamente la gestión de la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- **H₁:** El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la gestión de la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.

➤ **Nivel de significancia considerado**

- $\alpha = 0.05$ (5%)

➤ **Para realizar la interpretación**

- P valor $\Rightarrow \alpha$ Aceptar H_0
- P valor $< \alpha$ Aceptar H_1

Tabla 17

Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis específica 1

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral) (p-valor)
Chi-cuadrado de Pearson	5,968	76	0,023
Razón de verosimilitud	5,034	76	0,013
Asociación lineal por lineal	,856	76	0,003
Nº de casos válidos	77		

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

El p-valor obtenido en la prueba de chi-cuadrado de Pearson de 0.023, inferior a 0.05, lo que revela una notable disparidad estadística en la confiabilidad de la administración de ventas tras la creación del sistema de información. El coeficiente de verosimilitud ($p = 0.013$) y la asociación lineal por lineal ($p = 0.003$) también muestran valores inferiores a 0.05, lo que confirma una notable mejora. Se concluye que la evolución del sistema de información ha elevado notablemente la confiabilidad en la administración de ventas en Q'orianka Textil E.I.R.L.

4.6. Contrastación de la hipótesis específica 2

- **H₀**: El desarrollo de sistema de información no mejorará significativamente la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
 - **H₁**: El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- **Nivel de Significancia considerado**
- $\alpha = 0.05$ (5%)
- **Para realizar la interpretación**
- P valor $\Rightarrow \alpha$ Aceptar H₀
 - P valor $< \alpha$ Aceptar H₁

Tabla 18

Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis específica 2

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral) (p-valor)
Chi-cuadrado de Pearson	5,364	76	0,016
Razón de verosimilitud	5,923	76	0,021
Asociación lineal por lineal	0,913	76	0,012
Nº de casos válidos	77		

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

En la prueba de Chi-cuadrado de Pearson, el p-valor es 0.016, inferior a 0.05, lo que revela una notable disparidad estadística en la reacción en la administración de ventas tras la implementación del sistema de información. El coeficiente de verosimilitud ($p = 0.021$) y la asociación lineal por lineal ($p = 0.012$) también muestran valores inferiores a 0.05, lo que confirma

una notable mejora. Se concluye que la evolución del sistema de información ha potenciado notablemente la reacción en la administración de ventas en Q'orianka Textil E.I.R.L.

4.7. Contrastación de la hipótesis específica 3

- **H₀**: El desarrollo de sistema de información no mejorará significativamente la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
 - **H₁**: El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- **Nivel de Significancia considerado**
- $\alpha = 0.05$ (5%)
- **Para realizar la interpretación**
- P valor $\Rightarrow \alpha$ Aceptar H₀
 - P valor $< \alpha$ Aceptar H₁

Tabla 19

Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis específica 3

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral) (p-valor)
Chi-cuadrado de Pearson	5,034	76	0,006
Razón de verosimilitud	5,190	76	0,008
Asociación lineal por lineal	0,845	76	0,003
Nº de casos válidos	77		

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

La prueba de chi-cuadrado de Pearson revela que la calidad del servicio en la administración de ventas ha experimentado una notable variación estadísticamente significativa tras la implementación del sistema de información. El coeficiente de confianza ($p = 0.008$) y el coeficiente de asociación lineal por lineal ($p = 0.003$) también muestran valores inferiores a 0.05, lo que confirma

una notable mejora. Se concluye que la evolución del sistema de información ha elevado notablemente la calidad del servicio en la administración de ventas en la compañía Q'orianka Textil E.I.R.L.

4.8. Contrastación de la hipótesis específica 4

- **H₀**: El desarrollo de sistema de información no mejorará significativamente el cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
 - **H₁**: El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente el cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.
- **Nivel de Significancia considerado**
- $\alpha = 0.05$ (5%)
- **Para realizar la interpretación**
- P valor $\Rightarrow \alpha$ Aceptar H₀
 - P valor $< \alpha$ Aceptar H₁

Tabla 20

Prueba de chi-cuadrado sobre la hipótesis específica 4

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral) (p-valor)
Chi-cuadrado de Pearson	5,005	76	0,016
Razón de verosimilitud	5,00	76	0,034
Asociación lineal por lineal	0,814	76	0,027
Nº de casos válidos	77		

Fuente: (Elaboración propia, 2025)

El p-valor es 0.016 en la prueba de chi-cuadrado de Pearson, lo que revela una notable variación estadística en el cierre de ventas tras la implementación del sistema de información. La razón de verosimilitud ($p = 0.034$) y la asociación lineal por lineal ($p = 0.027$) también muestran valores inferiores a 0.05, lo que confirma una notable mejora. Se concluye que la evolución del

sistema de información ha revolucionado notablemente el cierre de ventas en la administración de ventas en Q'orianka Textil E.I.R.L.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

1. Los hallazgos revelan que la evolución del sistema de información transformó radicalmente la administración de ventas de Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando un incremento del 90% tras su puesta en marcha. Este descubrimiento se fundamenta estadísticamente con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson ($p = 0.002$), revelando una notable disparidad en la administración de ventas antes y después de implementar el sistema.
2. Los hallazgos revelan que la evolución del sistema de información transformó radicalmente la confiabilidad en la administración de ventas de Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando un incremento del 70.1% tras su puesta en marcha. Este descubrimiento se fundamenta estadísticamente con la prueba de Chi-cuadrado de Pearson ($p = 0,023$), revelando una notable disparidad en la fiabilidad de la administración de ventas antes y después de implementar el sistema.
3. Los hallazgos revelan que la evolución del sistema de información transformó radicalmente la reacción de la gestión de ventas de Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando un incremento del 77.9% tras su puesta en marcha. Este descubrimiento, avalado por la prueba de Chi-cuadrado de Pearson ($p = 0,016$), revela una notable disparidad en la reacción de la gestión de ventas antes y después de implementar el sistema.
4. Los hallazgos revelan que la evolución del después de transformó radicalmente la excelencia del servicio de ventas en Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando una mejora del 67.5% tras su puesta en marcha. Este descubrimiento, avalado por la prueba de Chi-cuadrado de Pearson (p

= 0,006), revela una notable disparidad en la excelencia del servicio de gestión de ventas antes y después de implementar el sistema.

5. Los hallazgos revelan que la evolución del después de influyó notablemente en la optimización del cierre de ventas en la gestión de ventas de Q'orianka Textil E.I.R.L., alcanzando un incremento del 68.8% tras su implementación. Este descubrimiento se fundamenta estadísticamente con la prueba de chi-cuadrado de Pearson ($p = ,016$), lo que revela una disparidad significativa.

5.2. Recomendaciones

1. Se sugiere automatizar los niveles de acceso al sistema de información para crear informes financieros, emitir órdenes de compra y monitorear el inventario, con el fin de minimizar fallos y optimizar la eficiencia operativa.
2. Enseñar al equipo de Q'orianka Textil E.I.R.L. a manejar el sistema de información para garantizar una gestión ágil y aprovechar al máximo sus posibilidades.
3. Efectuar copias de seguridad regulares de la base de datos para salvaguardar la información en caso de averías técnicas o ataques cibernéticos.
4. Integrar herramientas de análisis de datos y creación de informes para agilizar decisiones estratégicas fundamentadas en datos auténticos y recientes de la compañía Q'orianka Textil E.I.R.L.

Referencias bibliográficas

- Acosta, V. H., y Garcia, L. A. (2023). *Sistema web para la gestión de ventas de la empresa Constructora e Inmobiliaria Titanio SAC, Chiclayo, 2023. [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/135998>.
- Adams, T. (2017). *Gestión de Ventas*. México: Pirámide.
- Alter, S. (2002). *Information Systems: The Foundation of E-Business*. EEUU: Prentice Hall.
- Anderson, R., Hair, J., y Bush, A. (1996). *Administración de Ventas*. México: Mc Graw Hill.
- Angulo, D. J., y Nicho, N. T. (2021). *Implementación de un sistema web para la gestión de ventas e inventario de una empresa de calzado. [Tesis de Pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]*. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/0b9154f6-4a94-4692-839b-ed42fce84729>.
- Babbie, E. (2016). *La práctica de la investigación social*. Earl Babbie.
- Campbell, T., y Stanley, C. (1963). *Diseños experimentales y cuasi-experimentales en la investigación social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Carpio, P. (2010). *Base de Datos I*. Lima: UIGV.
- Cavero, A. R., y Rios, M. A. (2023). *Desarrollar un sistema multiplataforma para la gestión de ventas de la tienda de ropa Livialia en Lima, 2023. [Tesis de Pregrado, Universidad Ricardo Palma]*. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/7447>.
- Chafloque, J. A. (2023). *Propuesta de implementación de un sistema Web de gestión de ventas para la empresa comercial San Jose SAC-Tumbes, 2023. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]*. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/35885>.
- Date, C. (2001). *Introducción a los Sistemas de Base de Datos*. Mexico: Pearson educación.

- Domínguez, L. (2012). *Análisis de sistema de información*. Lima: Macros.
- Durand, E. (1999). *Sistema de Información Gerencial*. Venezuela: Universidad de Santa María,.
- Futrell, C. (2011). *Fundamentals of Selling: Customers for Life through Service*. Estados Unidos: McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Jobber, D., y Lancaster, G. (2019). *Selling and Sales Management*. Estados Unidos: Pearson Education.
- Kendall, J., y Kendall, E. (2011). *Analisis y Diseno de Sistemas*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Kerlinger, F. N., y Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos y diseños*. México: McGraw-Hill.
- Kotler, P., y Keller, K. (2016). *Marketing Management*. México: Pearson.
- Laudon, K., y Laudon, J. (2014). *Sistema de Informacion Gerencial*. México: Printed in Mexico.
- Mendoza, D. A., y Obando, H. J. (2024). *Sistema web para la gestión de ventas de la empresa INVERTEC KSY SAC, Barranca, 2023. [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/138132>.
- Moreno, J. A. (2023). *Implementación de un sistema web para la gestión comercial y de servicios en el lubricentro y lavadora "Don Gato" ubicado en la ciudad de Milagro. [Tesis de Pregrado, Universidad Agraria del Ecuador]*. <https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/MORENO%20DIAZ%20JORDY%20ANDRES.pdf>.
- O'brien, J., & Marakas, G. (2011). *Sistemas de Información Gerencial*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.

- Peralta, M. (2008). *Sistema de información*. Argentina: HILL.
- Rodríguez, N. A. (2012). *Gestión de ventas*. Huancayo: Copyright©2012 de Los Andes.
- Ruiz, C. (2002). *Instrumentos de investigación educativa*. Venezuela: CIDEG.
- Sabino, C. (1992). *El Proceso de Investigación*. Venezuela: Panapo.
- Sebesta, R. W. (2012). *Concepts of Programming Languages*. Estados Unidos: Pearson Education.
- Stair, R., y Reynolds, G. (2018). *Principles of Information Systems*. EEUU: Cengage Learning.
- Turban, E., Pollard, C., y Wood, G. (2015). *Information Technology for Management*. E.E.U.U.: Wiley.
- Victorio, M. D. (2024). *Implementación de un sistema en la nube para la optimización de ventas en Importaciones Gamarra E.I.R.L. [Tesis de Pregrado, Universidad de Huánoco]*.
<http://revistas.udh.edu.pe/index.php/rcie/article/view/568>.

Anexo

Anexo A: Matiz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>General</p> <p>¿Cómo el desarrollo de sistema de información mejorará la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024?</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Cómo el desarrollo de sistema de información mejorará la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024? ▪ ¿Cómo el desarrollo de sistema de información mejorará la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024? ▪ ¿Cómo el desarrollo de sistema de información mejorará la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024? ▪ ¿Cómo el desarrollo de sistema de información mejorará cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024? 	<p>General</p> <p>Desarrollar sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar sistema de información para mejorar la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024 ▪ Desarrollar sistema de información para mejorar la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. ▪ Desarrollar sistema de información para mejorar la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. ▪ Desarrollar sistema de información para mejorar cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. 	<p>General</p> <p>El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la confiabilidad de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. ▪ El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la capacidad de respuesta de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. ▪ El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente la calidad de servicio de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. ▪ El desarrollo de sistema de información mejorará significativamente cierre de ventas de gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024. 	<p>V.I.(X): Sistema de información</p> <p>V.D.(Y): Gestión de ventas</p>	<p>1. Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>2. Nivel de investigación: Explicativo</p> <p>3. Diseño de investigación: preexperimental (Pre-test y Post-test)</p> <p style="text-align: center;">$G_e : O_1 \rightarrow X \rightarrow O_2$</p> <p>Donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ G_e : Es el grupo experimental ▪ O₁ :Pre test ▪ X :Sistema de información ▪ O₂ : Pos test <p>4. Población: La población fue constituida por 96 personas entre Gerente, Administrativos y clientes de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L.</p> <p>5. Muestra: Como se conoce la población, por ello se estableció el tamaño de la muestra como finita, aplicando la fórmula el tamaño de muestra será 77 personas, entre Gerente, Administrativos y clientes de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L.</p> <p>6. Tipo de muestreo: No probabilístico.</p> <p>7. Técnica: Encuesta</p> <p>8. Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo B: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Medición	
V.I.(X): Sistema de información	X.1. Confiabilidad	▪ X.1.1. Disponibilidad del sistema	(01),	Escala: Ordinal	
		▪ X.1.2. Estabilidad del sistema	(02),	Medición:	
		▪ X.1.3. Velocidad de respuesta	(03),	Likert	
		▪ X.1.4. Actualización de datos	(04),	▪ Nunca	
		▪ X.1.5. Conformidad con estándares	(05)	▪ A veces	
		▪ X.1.6. Precisión de la información	(06),	▪ Siempre	
	V.D.(Y): Gestión de ventas	X.2. Capacidad de respuesta	▪ X.2.1. Tiempo de respuesta	(07),	
			▪ X.2.2. Disponibilidad	(08),	
			▪ X.2.3. Progresión sin fallos	(09),	
			▪ X.2.4. Recuperación de datos	(10),	
			▪ X.2.5. Manejo de carga	(11)	
		Y.1. Calidad de servicio	▪ Y.1.1. Disponibilidad de atención	(12),	
			▪ Y.1.2. Claridad de la información	(13),	
			▪ Y.1.3. Solución de problemas	(14),	
			▪ Y.1.4. Profesionalismo del personal	(15),	
			▪ Y.1.5. Cumplimiento de plazos	(16)	
Y.2. Cierre de ventas	▪ Y.1.6. Satisfacción general con el servicio	(17),			
	▪ Y.2.1. Seguimiento constante	(18),			
	▪ Y.2.2. Actividades de ventas	(19),			
	▪ Y.2.3. Análisis de ventas	(20),			
	▪ Y.2.4. Análisis de los factores de ventas	(21),			
		▪ Y.2.5. Compromiso de clientes	(22),		

	16	- La empresa cumple con los tiempos de entrega y compromisos acordados durante la venta con el sistema
	17	- Se siente satisfecho con el sistema la calidad general del servicio ofrecido por el equipo de ventas
	18	- El sistema reporta constantemente a los clientes potenciales después de la venta
	19	- Área de responsable utiliza el sistema para organizar las actividades de ventas
	20	- El equipo de ventas realiza reuniones para analizar las ventas cerradas y las oportunidades perdidas
Y.2.	21	- Realizan un análisis de los factores que influyen en los cierres de ventas exitosos y fallidos
Cierre de ventas	22	- Con el sistema detectas en momento adecuado para solicitar el compromiso del cliente y cerrar la venta

Anexo D: Síntesis del análisis de datos

- Procesamiento de vista de variables en el SPSS

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
X1	Numérico	8	0	El sistema está disponible para su uso cuando lo necesitas el gerente	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X2	Numérico	8	0	El sistema opera de manera continua sin interrupciones inesperadas en la empresa	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X3	Numérico	8	0	El sistema responde rápidamente a las solicitudes y consultas realizadas por el administrador	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X4	Numérico	8	0	El sistema mantiene los datos de los productos de ventas actualizados en tiempo real	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X5	Numérico	8	0	El sistema cumple con los estándares de confiabilidad establecidos para la empresa	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X6	Numérico	8	0	El sistema proporciona información correcta sobre ventas realizadas	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X7	Numérico	8	0	El sistema responde rápidamente a las solicitudes de reportes de ventas a los usuarios	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X8	Numérico	8	0	El sistema está disponible sin interrupciones inesperadas	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X9	Numérico	8	0	El sistema procesa las solicitudes de usuarios correctamente sin fallos técnicos	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X10	Numérico	8	0	El sistema permite recuperar información solicitada rápidamente, incluso en búsquedas av...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X11	Numérico	8	0	El sistema mantiene un buen desempeño cuando acceden al mismo tiempo los responsables...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X12	Numérico	8	0	El responsable de ventas está disponible para responder las consultas en horarios adecua...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X13	Numérico	8	0	La información proporcionada sobre productos o servicios es clara y comprensible con el sis...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X14	Numérico	8	0	El equipo de ventas con el sistema resuelve eficazmente cualquier inconveniente que surja d...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X15	Numérico	8	0	Los representantes de ventas muestran un comportamiento profesional durante las interacci...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X16	Numérico	8	0	La empresa cumple con los tiempos de entrega y compromisos acordados durante la venta...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X17	Numérico	8	0	Se siente satisfecho con el sistema la calidad general del servicio ofrecido por el equipo de ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X18	Numérico	8	0	El sistema reporta constantemente a los clientes potenciales después de la venta	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X19	Numérico	8	0	Área de responsable utiliza el sistema para organizar las actividades de ventas	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X20	Numérico	8	0	El equipo de ventas realiza reuniones para analizar las ventas cerradas y las oportunidades ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X21	Numérico	8	0	Realizan un análisis de los factores que influyen en los cierres de ventas exitosos y fallidos	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X22	Numérico	8	0	Con el sistema detectas en momento adecuado para solicitar el compromiso del cliente y c...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

- Procesamiento de vista de datos en el SPSS

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
X1	Numérico	8	0	El sistema está disponible para su uso cuando lo necesitas el gerente	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X2	Numérico	8	0	El sistema opera de manera continua sin interrupciones inesperadas en la empresa	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X3	Numérico	8	0	El sistema responde rápidamente a las solicitudes y consultas realizadas por el administrador	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X4	Numérico	8	0	El sistema mantiene los datos de los productos de ventas actualizados en tiempo real	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X5	Numérico	8	0	El sistema cumple con los estándares de confiabilidad establecidos para la empresa	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X6	Numérico	8	0	El sistema proporciona información correcta sobre ventas realizadas	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X7	Numérico	8	0	El sistema responde rápidamente a las solicitudes de reportes de ventas a los usuarios	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X8	Numérico	8	0	El sistema está disponible sin interrupciones inesperadas	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X9	Numérico	8	0	El sistema procesa las solicitudes de usuarios correctamente sin fallos técnicos	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X10	Numérico	8	0	El sistema permite recuperar información solicitada rápidamente, incluso en búsquedas av...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X11	Numérico	8	0	El sistema mantiene un buen desempeño cuando acceden al mismo tiempo los responsables...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X12	Numérico	8	0	El responsable de ventas está disponible para responder las consultas en horarios adecua...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X13	Numérico	8	0	La información proporcionada sobre productos o servicios es clara y comprensible con el sis...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X14	Numérico	8	0	El equipo de ventas con el sistema resuelve eficazmente cualquier inconveniente que surja d...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X15	Numérico	8	0	Los representantes de ventas muestran un comportamiento profesional durante las interacci...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X16	Numérico	8	0	La empresa cumple con los tiempos de entrega y compromisos acordados durante la venta...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X17	Numérico	8	0	Se siente satisfecho con el sistema la calidad general del servicio ofrecido por el equipo de ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X18	Numérico	8	0	El sistema reporta constantemente a los clientes potenciales después de la venta	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X19	Numérico	8	0	Área de responsable utiliza el sistema para organizar las actividades de ventas	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X20	Numérico	8	0	El equipo de ventas realiza reuniones para analizar las ventas cerradas y las oportunidades ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X21	Numérico	8	0	Realizan un análisis de los factores que influyen en los cierres de ventas exitosos y fallidos	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
X22	Numérico	8	0	Con el sistema detectas en momento adecuado para solicitar el compromiso del cliente y c...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	2	1	3	3	3	3
29	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
34	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
36	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1
38	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	1
39	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
40	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
48	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3
50	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
51	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
52	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
54	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22
55	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	2	3
56	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3
57	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3
59	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
61	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
63	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
64	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
65	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
66	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	1	2	3	3	2	1	2	3	2	1	1	2	3	3	2	1	2	3	2	1	3	2

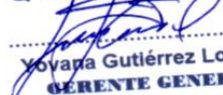
Anexo E: Permiso de autorización**PERMISO DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Lima, 04 de diciembre de 2024

La empresa "Q'ORIANKA TEXTIL E.I.R.L." con R.U.C. N° 20601550301; se compromete a brindar la información solicitada para el desarrollo del trabajo arriba mencionado, la misma que solo puede ser utilizada para fines estrictamente académicos vinculados al trabajo de investigación. Declaramos conocer que el trabajo de investigación titulado: "**Sistema de información para mejorar la gestión de ventas de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L. Lima-Huachipa, 2024**", que será de público conocimiento a través del repositorio de la universidad.

Cordialmente;

Q'orianka Textil E.i.r.l


.....
Yovana Gutiérrez Lorenzo
GERENTE GENERAL

.....
Nombre del gerente

DNI N° 46852370

GERENTE

MZA. M LOTE. 17 URB. LAS BRISAS DE HUACHIPA (PARADERO LAS MORAS - AV. LAS TORRES) LIMA - LIMA - LURIGANCHO

Anexo F: Manual del sistema

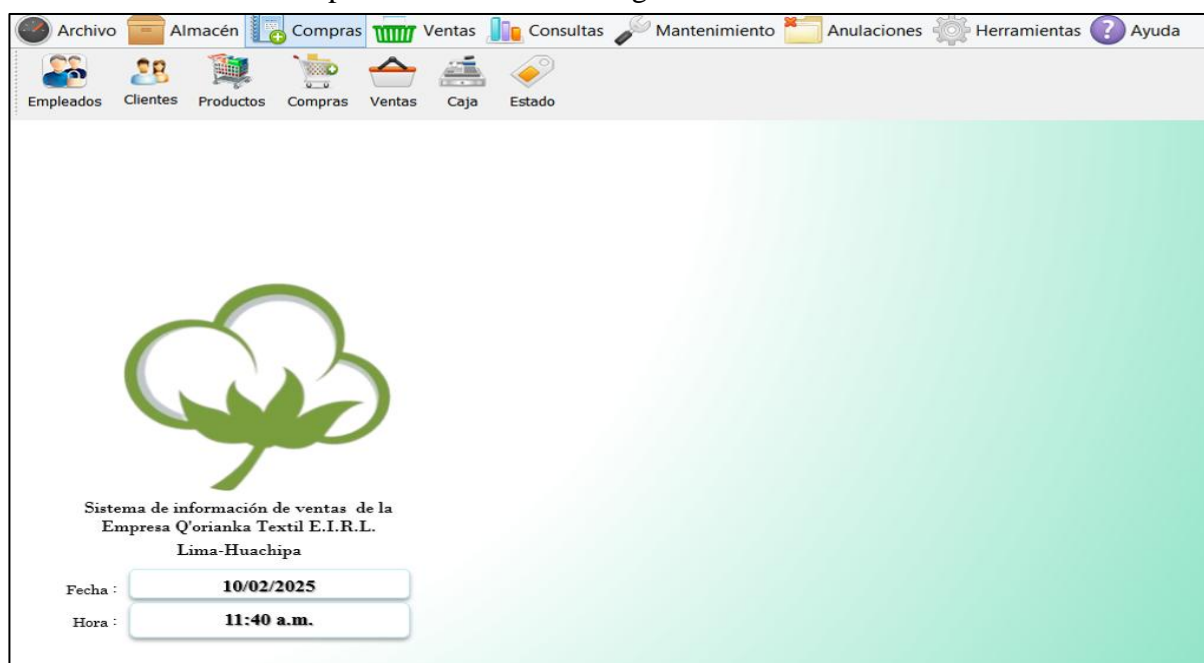
Es un informe técnico que detalla el funcionamiento, aplicación y conservación del sistema puesto en marcha para mejorar los procedimientos administrativos de la empresa. Este manual actúa como orientación para los usuarios y gestores del sistema, garantizando su uso adecuado y potenciando su eficacia.

✘ Ventana de identificación

En esta sección, el encargado debe introducir su usuario y clave para acceder al sistema de información, tras lo cual se mostrará la ventana de identificación del usuario.



- **Botón iniciar.** Nos permite para ingresar al menú principal del sistema.
- **Botón cancelar.** Nos permite abandonar el ingreso al sistema.



❌ Venta de administración de venta de productos

BUSCAR CATEGORIA:		CATEGORÍA							
001	PRENDAS DE VESTIR								
002	TIPOS DE TELAS								
BUSCAR PRODUCTO:		PRODUCTOS DE LA CATEGORÍA: TIPOS DE TELAS							
>>	Nº	PRODUCTOS	TALLANº	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO COMPRA	PRECIO VENTA	FECHA ACTUALIZADA	STOCK	
	001	TELA GABARDINA	--	UNIDAD	15.00	20.00	12/02/2025	20	
	002	TELA ANTIFLUIDOS	--	UNIDAD	13.00	16.00	12/02/2025	15	
	003	TELA BRAMANTE	--	UNIDAD	12.00	16.00	12/02/2025	35	
	004	TELA DE ALGODÓN	--	UNIDAD	55.00	56.00	12/02/2025	45	
	005	TELA DE BRUSH	--	UNIDAD	13.00	18.00	12/02/2025	23	
	006	TELA INDIOLINO	--	UNIDAD	43.00	46.00	12/02/2025	30	
	007	TELA SATÍN	--	UNIDAD	12.00	17.00	12/02/2025	15	
	008	TELAS POLARES	--	UNIDAD	23.00	25.00	12/02/2025	42	

❌ Ventana de administración registro compras

Esta ventana nos permite administrar, visualizar registro de todas los productos de textilería existentes de la Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L.

Buscar proveedores:		NOMBRES DE TIENDAS		DIRECCION			
>>	RUC						
	72292428	ANDREO TAPE LLANCARI	JR. LIMA S/N - PUEBLO NUEVO				
	71057272	CLIVER CHOQUE ESCOBAR	AV. 9 DE OCTUBRE S/N - BELLAVISTA				
Buscar Nº compra:		NOMBRE DE TIENDA PROVEEDORA: CLIVER CHOQUE ESCOBAR					
Nº COMPRA	F.COMPR	TOTAL S/.	CANTIDAD	NOMBRE DE PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	P. COMPRA	IMPORTE S/.
000002	12/02/2025	6,125.00	15	TELA ANTIFLUIDOS	UNIDAD	13.00	195
			35	TELA BRAMANTE	UNIDAD	12.00	420
			23	TELA DE BRUSH	UNIDAD	13.00	299
			20	TELA GABARDINA	UNIDAD	15.00	300
			30	TELA INDIOLINO	UNIDAD	43.00	1290
			42	TELAS POLARES	UNIDAD	23.00	966
			15	TELA SATÍN	UNIDAD	12.00	180
			45	TELA DE ALGODÓN	UNIDAD	55.00	2475

F. Compra		Cant.	U.M	Nom.Tienda	Productos Comprados	P.Compra.	P.Venta	Importe S/.
12/02/2025	15	UNIDAD	CLIVER CHOQUE ESCOBAR	TELA ANTIFLUIDOS	16.00	13	195.00	
12/02/2025	35	UNIDAD	CLIVER CHOQUE ESCOBAR	TELA BRAMANTE	16.00	12	420.00	
12/02/2025	23	UNIDAD	CLIVER CHOQUE ESCOBAR	TELA DE BRUSH	18.00	13	299.00	
12/02/2025	20	UNIDAD	CLIVER CHOQUE ESCOBAR	TELA GABARDINA	20.00	15	300.00	
12/02/2025	30	UNIDAD	CLIVER CHOQUE ESCOBAR	TELA INDIOLINO	46.00	43	1,290.00	
12/02/2025	42	UNIDAD	CLIVER CHOQUE ESCOBAR	TELAS POLARES	25.00	23	966.00	
12/02/2025	15	UNIDAD	CLIVER CHOQUE ESCOBAR	TELA SATÍN	17.00	12	180.00	
12/02/2025	45	UNIDAD	CLIVER CHOQUE ESCOBAR	TELA DE ALGODÓN	56.00	55	2,475.00	
*****Sumatoria Total S/.								6,125.00

USUARIO

✘ Ventana de administración de ventas

Buscar Nº Venta :									
Nº VENTA	FECHA	TOTAL VENTA	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	PRODUCTO	TALLA	PRECIO S/.	IMPORTE S/.	
000001	12/02/2025	1,282.00	06	UNIDAD	TELAANTIFLUIDOS	--	16.00	96.00	
			13	UNIDAD	TELA GABARDINA	--	20.00	260.00	
			06	UNIDAD	TELA INDIOLINO	--	46.00	276.00	
			08	UNIDAD	TELAS POLARES	--	25.00	200.00	
			10	UNIDAD	TELA SATÍN	--	17.00	170.00	
			05	UNIDAD	TELA DE ALGODÓN	--	56.00	280.00	


Manejo de Detalles de la Boleta

Cantidad	Producto	<input type="checkbox"/> P.U.	Importe	Agregar	
100	.00	Eliminar

Cant.	Descripción	Talla	P.U. S/.	Sub Total
05	TELA DE ALGODÓN	--	56.00	280.00
06	TELAANTIFLUIDOS	--	16.00	96.00
13	TELA GABARDINA	--	20.00	260.00
06	TELA INDIOLINO	--	46.00	276.00
08	TELAS POLARES	--	25.00	200.00
10	TELA SATÍN	--	17.00	170.00

Son: Mil Doscientos Ochenta y Dos con 00/100 Nuevos Soles

Total: 1,282.00

 <p>Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L.</p>	<p>R.U.C.</p> <p>BOLETA</p> <p>001 - 000001</p>																																				
	<p>VENDEDOR: ANDREO TAIPE LLANCARI</p> <p>JR. LIMA S/N</p>																																				
<p>Fecha: 12 02 2025</p> <p>Cliente: ANDREO TAIPE LLANCARI</p>																																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>NOMBRE</th> <th>CANT.</th> <th>PRECIO UNIT.</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TELA DE ALGODÓN</td> <td>05</td> <td>56.00</td> <td>280.00</td> </tr> <tr> <td>TELA ANTIFLUIDOS</td> <td>06</td> <td>16.00</td> <td>96.00</td> </tr> <tr> <td>TELA GABARDINA</td> <td>13</td> <td>20.00</td> <td>260.00</td> </tr> <tr> <td>TELA INDIOLINO</td> <td>06</td> <td>46.00</td> <td>276.00</td> </tr> <tr> <td>TELAS POLARES</td> <td>08</td> <td>25.00</td> <td>200.00</td> </tr> <tr> <td>TELA SATÍN</td> <td>10</td> <td>17.00</td> <td>170.00</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>-----</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1,282.00</td> </tr> </tbody> </table>		NOMBRE	CANT.	PRECIO UNIT.	TOTAL	TELA DE ALGODÓN	05	56.00	280.00	TELA ANTIFLUIDOS	06	16.00	96.00	TELA GABARDINA	13	20.00	260.00	TELA INDIOLINO	06	46.00	276.00	TELAS POLARES	08	25.00	200.00	TELA SATÍN	10	17.00	170.00				-----				1,282.00
NOMBRE	CANT.	PRECIO UNIT.	TOTAL																																		
TELA DE ALGODÓN	05	56.00	280.00																																		
TELA ANTIFLUIDOS	06	16.00	96.00																																		
TELA GABARDINA	13	20.00	260.00																																		
TELA INDIOLINO	06	46.00	276.00																																		
TELAS POLARES	08	25.00	200.00																																		
TELA SATÍN	10	17.00	170.00																																		

			1,282.00																																		

☒ **Reporte de control de existencia de productos**

		CONTROL DE EXISTENCIAS				
		Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L.			Página N° : 1	
PRODUCTO :		TELA DE ALGODÓN			Fecha : 12/02/2025	
INTERVALO DE FECHAS:		12/02/2025 - 12/02/2025				
EXISTENCIA ANTERIOR:		00				
N°	FECHA	N°.DOC.	REFERENCIA	CANT.INGRESO	CANT.SALIDA	STOCK
01	12/02/2025	000002	ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS	45	00	45
02	12/02/2025	000001	VENTA DE PRODUCTOS	00	05	40

☒ **Reporte de registro de caja**

		<u>REGISTRO DE CAJA</u>				
		Empresa Q'orianka Textil E.I.R.L.			Página N° : 1	
INTERVALO DE FECHA:		12/02/2025 - 12/02/2025			Fecha : 12/02/2025	
EXISTENCIA ANTERIOR :		11,210.00				
N°	FECHA	N° DOC.	TIPO DOCUMENTO	INGRESO S/.	EGRESO S/.	STOCK
01	12/02/2025	000002	ABASTECIMIENTO	6,125.00	0.00	17,335.00