

**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 optimizar el proceso de venta de  
prendas de vestir de Corporación Marusa E.I.R.L., Lircay-  
2024**

Para optar el título profesional de:

**Ingeniero Informático**

Presentado por:

**Alicia Unocc Antonio**

**Marcelina De La Cruz Llacctahuaman**

Asesor:

**Mg. Rolando Yossef Bendezú Ureta**

**Lircay – Angaraes – Huancavelica – Perú**

**2024**

**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 optimizar el proceso de venta de prendas de vestir de  
Corporación Marusa E.I.R.L., Lircay-2024

**Líneas de investigación:**

Ingeniería y tecnología de desarrollo de software

**Campo del conocimiento (OCDE)**

Ciencias e Ingeniería

**Autor:**

Alicia Unocc Antonio

DNI N.º 72290613

<https://orcid.org/0009-0007-0386-329X>

Marcelina De La Cruz Llacctahuaman

DNI N.º 71253222

<https://orcid.org/0009-0000-3059-4792>

**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**

**2024**

N.º 022-2024-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 OPTIMIZAR EL PROCESO DE VENTA DE PRENDAS DE VESTIR DE CORPORACION MARUSA E.I.R.L., LIRCAY-2024**”.

Autor : **ALICIA UNOCC ANTONIO**  
**MARCELINA DE LA CRUZ LLACCTAHUAMAN**

Carrera Profesional : **INGENIERÍA INFORMÁTICA**

Facultad : **CIENCIAS E INGENIERÍA**

Asesor : **ROLANDO YOSSEF BENDEZU URETA**

Que fue presentada en fecha **04/09/2024**, 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 **12%** día 4 de setiembre de 2024.

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, 4 de setiembre de 2024.



Responsable de Repositorio y  
Biblioteca  
Instituto de Investigación

## CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ASESOR

En condición de asesor designado bajo Resolución Decanal N.º 027-2024-DFCI-UDEA de fecha 21 de febrero de 2024 de la tesis titulado: “**SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA OPTIMIZAR EL PROCESO DE PRENDAS DE VESTIR DE CORPORACIÓN MARUSA E.I.R.L. LIRCAY-2024**” cuyo autores son las bachilleres **ALICIA UNOCC ANTONIO** y **MARCELINA DE LA CRUZ LLACCTAHUAMAN** 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, 20 de setiembre de 2024.



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 01 días del mes de octubre del año 2024, siendo las 17 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 235-2024-DFCI-UDEA de fecha 06 de setiembre de 2024, teniendo como Miembros de Jurado:

**PRESIDENTE : Mg. AGRIPINO QUISPE RAMOS**

**SECRETARIA : Mg. MAGDALENA HUAMAN ARANGO**

**VOCAL : Mg. HASEM ENRIQUE CURI VILLANUEVA**

Con la finalidad de llevar a cabo el acto académico de sustentación de tesis de las bachilleres: **ALICIA UNOCC ANTONIO** y **MARCELINA DE LA CRUZ LLACCTAHUAMAN** de la Carrera Profesional de **INGENIERÍA INFORMÁTICA**, de la Facultad de **CIENCIAS E INGENIERÍA**, quienes sustentan la tesis titulada “**SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA OPTIMIZAR EL PROCESO DE VENTA DE PRENDAS DE VESTIR DE CORPORACIÓN MARUSA E.I.R.L. LIRCAY-2024**”, aprobado mediante Resolución Decanal N.º 244-2024-DFCI-UDEA de fecha 20 de setiembre de 2024, para optar al Título Profesional de **INGENIERO INFORMÁTICO**, bajo la modalidad de **TESIS**.

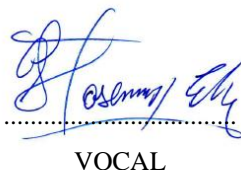
Luego, de haber absuelto las preguntas que fueron formuladas por los Miembros del Jurado, se llegó al siguiente resultado:

Aprobado por : Unanimidad  Mayoría   
Mención : Matrícula de honor  Excelente  Bueno  Regular   
Desaprobado por: Unanimidad  Mayoría

En conformidad a lo actuado firmamos al pie.



.....  
PRESIDENTE



.....  
VOCAL



.....  
SECRETARIA

## **DEDICATORIA**

A dios, quien nos dio ese soplo de vida, quien nos mantiene siempre con buena salud y sabiduría, permitiendo haber llegado a culminar con una de las metas de nuestra vida.

## **AGRADECIMIENTOS**

A nuestros padres quienes nos inculcaron los valores morales y habernos guiado siempre por el camino correcto por su apoyo, amor, paciencia y comprensión.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTOS .....	vii
ÍNDICE .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE FIGURA .....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
CHINTI .....	xviii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	2
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Formulación del problema .....	3
1.2.1. Problema general.....	3
1.2.2. Problemas específicos .....	4
1.3. Fundamentación .....	4
1.3.1. Fundamentación teórico .....	4
1.4. Objetivos de la investigación .....	4
1.4.1. Objetivo general .....	4
1.4.2. Objetivos específicos.....	4
1.5. Hipótesis de la investigación.....	5
1.5.1. Hipótesis general.....	5

1.5.2. Hipótesis específicas .....	5
CAPÍTULO II .....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes de la investigación .....	6
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	13
3.2.1. Bases teóricas de un sistema de información .....	13
3.2.2. Bases teóricas de proceso de venta.....	13
2.3. Marco conceptual.....	13
2.3.1. Variable independiente: Sistema de información.....	13
2.3.1.1. Definición.....	13
2.3.1.2. Actividades de un sistema de información.....	14
2.3.1.2.1. Entrada de dato.....	14
2.3.1.2.2. Procesamiento de información.....	14
2.3.1.2.3. Almacenamiento de información.....	14
2.3.1.2.4. Salida de información.....	14
2.3.1.3. Ciclo de vida del desarrollo de un sistema de información.....	15
2.3.1.3.1. Identificación de problemas, oportunidades y objetivos.....	16
2.3.1.3.2. Determinación de los requerimientos de información.....	16
2.3.1.3.3. Análisis de las necesidades del sistema.....	16
2.3.1.3.4. Diseño del sistema recomendado.....	16
2.3.1.3.5. Desarrollo y documentación del software.....	16
2.3.1.3.6. Pruebas y mantenimiento del sistema.....	16
2.3.1.3.7. Implementación y evaluación del sistema.....	17

2.3.1.4. Ventajas de un sistema de información. ....	17
2.3.1.5. Sistema de gestión de base de datos (SGBD). ....	17
2.3.1.6. Base de datos. ....	18
2.3.1.7. Diseño de base de datos. ....	18
2.3.1.7.1. Diseño conceptual. ....	18
2.3.1.7.2. Diseño lógico. ....	18
2.3.1.7.3. Diseño físico. ....	19
2.3.1.8. Dimensiones del sistema de información. ....	19
2.3.1.8.1. Operatividad. ....	19
2.3.1.8.2. Usabilidad. ....	19
2.3.2. Variable dependiente: Proceso de venta. ....	19
2.3.2.1. Definición. ....	19
2.3.2.2. Elementos de proceso de ventas. ....	20
2.3.2.2.1. Planificación. ....	20
2.3.2.2.2. Organización. ....	20
2.3.2.2.3. Dirección. ....	20
2.3.2.2.4. Ejecución. ....	20
2.3.2.2.5. Control. ....	21
2.3.2.3. Importancia de procesos de venta. ....	21
2.3.2.4. Características de procesos de venta. ....	21
2.3.2.5. Dimensiones de proceso de venta. ....	22
2.3.2.5.1. Satisfacción del cliente. ....	22
2.3.2.5.2. Organización de los recursos. ....	22

2.4. Definición de términos básicos .....	22
2.4.1. Información .....	22
2.4.2. Optimización .....	23
2.4.3. Ventas .....	23
2.4.4. Producto .....	23
2.4.5. Comercialización .....	23
2.4.6. Sistema .....	24
CAPÍTULO III .....	25
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	25
3.1. Tipo y nivel de investigación .....	25
3.2. Diseño de investigación .....	25
3.3. Población y muestra .....	26
3.3.1. Descripción de la población .....	26
3.3.2. Selección de la muestra .....	26
3.3.3. Muestreo .....	27
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	28
3.5. Aplicación de instrumento de evaluación, tabulación y procesamiento .....	28
3.6. Ética investigativa .....	29
CAPÍTULO IV .....	30
RESULTADOS Y DISCUSIONES .....	30
4.1. Resultados .....	30
4.1.1. Confiabilidad del instrumento .....	30
4.1.2. Análisis de datos cuantitativos .....	34

4.2. Discusiones .....	53
4.2.1. En relación al objetivo general .....	53
4.2.2. En relación a los objetivos específicos .....	53
4.3. Contrastación de hipótesis.....	55
4.3.1. Planteamiento de la hipótesis. ....	55
4.3.2. Determinación del nivel de significancia .....	55
4.3.3. Elección de la prueba estadística.....	55
4.3.4. Cálculo del valor tabular .....	55
4.3.5. Contrastación de la hipótesis específica 1 .....	57
4.3.6. Contrastación de la hipótesis específica 2 .....	58
CAPÍTULO V .....	60
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	60
5.1. Conclusiones .....	60
5.2. Recomendaciones.....	61
Referencias.....	62
Anexo .....	66
Anexo A: Matriz de consistencia .....	67
Anexo B: Matriz de operacionalización de variables .....	68
Anexo C: Instrumento de recolección de datos.....	69
Anexo D: Síntesis del análisis de datos.....	70
Anexo E: Manual del sistema .....	73

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Población de estudio</i> .....	26
Tabla 2 <i>Selección de muestra de estudio</i> .....	27
Tabla 3 <i>Escalas de valoración para confiabilidad</i> .....	30
Tabla 4 <i>Resumen de procesamiento de casos</i> .....	30
Tabla 5 <i>Estadísticas de fiabilidad</i> .....	31
Tabla 6 <i>Estadísticas de total de elemento</i> .....	31
Tabla 7 <i>Estadísticas descriptivas</i> .....	32
Tabla 8 <i>Estadísticas de elemento de resumen</i> .....	33
Tabla 9 <i>Estadísticos Pre test y Post Test</i> .....	33
Tabla 10 <i>El sistema de información guarda correctamente las informaciones</i> .....	34
Tabla 11 <i>Es fácil de acceder a los formularios del sistema de información</i> .....	35
Tabla 12 <i>El sistema de información cuenta con seguridad de acceso</i> .....	36
Tabla 13 <i>Es sencillo el proceso de venta con el sistema de información</i> .....	37
Tabla 14 <i>Sub formulario de sistema de información es fácil de utilizar</i> .....	38
Tabla 15 <i>Con el sistema de información los datos se manejan organizado</i> .....	39
Tabla 16 <i>El sistema de información brinda facilidad de búsqueda y registro de informaciones</i> .....	40
Tabla 17 <i>Con el sistema de información se gestiona una atención rápida a los clientes</i> .....	41
Tabla 18 <i>Emisión de reportes con el sistema de información es sencilla</i> .....	42
Tabla 19 <i>La emisión de proformas a los clientes es de manera oportuna con el sistema</i> .....	43
Tabla 20 <i>Generación de comprobantes de pago es inmediata con el sistema</i> .....	44
Tabla 21 <i>Atención a los clientes con el sistema de información es rápido</i> .....	45
Tabla 22 <i>La entrega de productos es oportuna con el sistema de información</i> .....	46

Tabla 23 <i>Despacho de productos es a tiempo con el sistema de información</i> .....	47
Tabla 24 <i>La empresa contrata menos personales de ventas con el sistema de información</i> .....	48
Tabla 25 <i>Reduce costos administrativos de la empresa con el sistema de información</i> .....	49
Tabla 26 <i>La empresa optimiza tramites de comprobante de pago con el sistema de información</i> .....	50
Tabla 27 <i>Mejoro la atención de clientes con el sistema de información</i> .....	51
Tabla 28 <i>Las prendas ingresan organizadamente a almacén de la empresa</i> .....	52
Tabla 29 <i>Prueba de normalidad</i> .....	56
Tabla 30 <i>Prueba T de Student</i> .....	57
Tabla 31 <i>Prueba de T de Student sobre la hipótesis especifica 1</i> .....	58
Tabla 32 <i>Prueba de T de Student sobre la hipótesis especifica 2</i> .....	59

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 <i>Actividades de un sistema de información</i> -----	15
Figura 2 <i>Ciclo de vida del desarrollo de un sistema de información</i> -----	15
Figura 3 <i>Esquema del diseño de la investigación</i> -----	25
Figura 4 <i>El sistema de información guarda correctamente las informaciones</i> -----	34
Figura 5 <i>Es fácil de acceder a los formularios del sistema de información</i> -----	35
Figura 6 <i>El sistema de información cuenta con seguridad de acceso</i> -----	36
Figura 7 <i>Es sencillo el proceso de venta con el sistema de información</i> -----	37
Figura 8 <i>Sub formulario de sistema de información es fácil de utilizar</i> -----	38
Figura 9 <i>Con el sistema de información los datos se manejan organizado</i> -----	39
Figura 10 <i>El sistema de información brinda facilidad de búsqueda y registro de informaciones</i>	40
Figura 11 <i>Con el sistema de información se gestiona una atención rápida a los clientes</i> -----	41
Figura 12 <i>Emisión de reportes con el sistema de información es sencilla</i> -----	42
Figura 13 <i>La emisión de proformas a los clientes es de manera oportuna con el sistema</i> -----	43
Figura 14 <i>Generación de comprobantes de pago es inmediata con el sistema</i> -----	44
Figura 15 <i>Atención a los clientes con el sistema de información es rápido</i> -----	45
Figura 16 <i>La entrega de productos es oportuna con el sistema de información</i> -----	46
Figura 17 <i>Despacho de productos es a tiempo con el sistema de información</i> -----	47
Figura 18 <i>La empresa contrata menos personales de ventas con el sistema de información</i> ----	48
Figura 19 <i>Reduce costos administrativos de la empresa con el sistema de información</i> -----	49
Figura 20 <i>La empresa optimiza tramites de comprobante de pago con el sistema de información</i> -----	50
Figura 21 <i>Mejoro la atención de clientes con el sistema de información</i> -----	51
Figura 22 <i>Las prendas ingresan organizadamente a almacén de la empresa</i> -----	52
Figura 23 <i>Pruebas de normalidad de la variable sistema de información web</i> -----	56

## RESUMEN

La presente investigación titulada: “*Sistema de información para optimizar el proceso de venta de prendas de vestir de Corporación MARUSA E.I.R.L., Lircay-2024*”; tuvo como objetivo general de implementar un sistema de información para optimizar el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L., Lircay-2024. El tipo de investigación se determinó como aplicada, nivel explicativo, diseño es Pre experimental con un solo grupo Pre-Test y Pos-Test que corresponde a una investigación experimental, la población fue constituida por 95 personas entre administrativos y clientes de la Corporación, el tipo de muestreo fue por conveniencia y la muestra fue conformado por 76 personas, la técnica empleada es encuesta y el instrumento que se utilizó es cuestionario con 19 preguntas estructuradas, escala medición fue ordinal y medición Likert, para el procesamiento de datos estadísticos se utilizó el programa Microsoft Excel y SPSS con la cual se estableció las tablas y estadísticos de los resultados. Para medir la confiabilidad del estudio se utilizó el Alfa de Cronbach y T-Student para indicar validez de hipótesis de las variables involucradas. Con el sistema de información se logró optimizar el proceso de ventas, atención a los clientes, un mejor rentabilidad; eficiencia operativa, toma de decisiones, manejo de calidad de datos, seguridad de la información, acceso rápido a la información, adaptabilidad a cambios de la Corporación MARUSA E.I.R.L. de Lircay.

***Palabras claves:*** Sistema de información, proceso de ventas, operatividad, usabilidad.

## ABSTRACT

This research titled: “*Information system to optimize the clothing sales process of Corporación MARUSA E.I.R.L., Lircay-2024*”; The general objective was to implement an information system to optimize the clothing sales process of the MARUSA E.I.R.L. Corporation. Lircay-2024. The type of research was determined as applied, explanatory level, design is pre-experimental with a single Pre-Test and Post-Test group that corresponds to an experimental research, the population was made up of 95 people, including administrators and clients of the Corporation, the type The sampling was for convenience and the sample was made up of 76 people, the technique used was a survey and the instrument used was a questionnaire with 19 structured questions, the measurement scale was ordinal and Likert measurement, for the processing of statistical data the program was used Microsoft Excel and SPSS with which the tables and statistics of the results were established. To measure the reliability of the study, Cronbach's Alpha and Student's T were used to indicate hypothesis validity of the variables involved. With the information system, it was possible to optimize the sales process, customer service, and better profitability; operational efficiency, decision making, data quality management, information security, quick access to information, adaptability to changes of the MARUSA E.I.R.L. Corporation from Lircay.

**Keywords:** Information system, sales process, operability, usability.

## CHINTI

Kay maskay llamkaypa patachayninmi: “Sistema de información ruway yanapanmi optimizar el proceso de venta de prendas de vestir de Corporación MARUSA E.I.R.L. Nisqan Lircay Ilaqtapi, 2024 watapi”; kaypa hawachiyninmi chay sistema de información ruway yanapanmi chay gestión de venta chay Corporación MARUSA E.I.R.L. nisqan Lircay Ilaqtapi, 2024 watapi. Rakiyninmi investigación aplicada nisqan, nivel explicativa hinaspa diseño Pre-Experimental huk huñullawan, chunka runakunawanmi ruwasqa, chay tipo de muestra nisqanmi probabilístico hinaspa kachkan ruwasqa 95 runakuna qanchis chunka kimsayuq runakunallawan chay llamkaqkunawan, kaypa allin yachayninta hawanapaqmi 76 runakuna iskay chunka tapukuyta tapukurqa, chay tupuq yachanapaqmi kamachikurqa llaqa 19 tapukuykunata chay variables nisqanmanta, escala ordinal hinaspa medición de Likert tupuy nisqankunawan, llaqa kutichiykunata huñunapaqmi kamachikurqa Microsoft Excel hinaspa SPSS nisqan programakunata chayna llusqimusqanta allinta hawarichinanpaq, chaynallataqmi, chay llalliq rimaykunata chiqapchanapaq kamachikurqa chay Alfa de Cronbach hinaspa prueba de T-Student nisqankunata llalliq rimayninta chiqapchanapaq chay 95% allin chiqapchaq kananpaq. Chay sistema de información nisqanpaqmi kamachikurqa hinaspa nisqantawan. Kay maskay llamkaymi riqsichinankara pisi pachallapi llaqa ruwaykunata rantikuqkata ruwananpaq chay kaqninta allinta kamaykachispa, mana sasachakuspa hinaspa hawka rantikunanpaq, kaymi yanapanqa kamachikuqta llaqa rantikuyninpi ruwananpaq chaynallataq yachanqa imakuna pisisqanmanta utaq sasachakuyninmanta pisi pachallapi chayna rantiqninkuna kusiona kananpaq chay Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay Ilaqtapi.

***Simi rimay kichana:*** Sistema de información, nisqan, rantikuqkata, kamachikuy hinaspa sasachakuspa.

## INTRODUCCIÓN

El mundo tiene constantes cambios y así también el auge de la tecnología informática y el interés del área administrativa, para así, poder lograr un funcionamiento más efectivo. Además, se han multiplicado el empleo de los sistemas de información como alternativa para contrarrestar la competencia de manera más eficaz. Por otro lado, los datos obtenidos con la integración de los sistemas de informaciones a las empresas le favorecen al control del volumen de datos de manera centralizada. En un mundo competitivo como en el que vivimos, las organizaciones, así como las personas que laboran en ellas, deben adaptarse a los cambios tecnológicos, perseguir las mejoras en sus sistemas, es decir, buscar el desarrollo que vaya a la par con los grandes competidores del mercado. Al respecto, la presente tesis se ha estructurado en cinco capítulos:

El capítulo I: Contiene el planteamiento del estudio donde se considera la fundamentación del problema de la investigación, la formulación del problema, objetivos de la investigación, formulación del problema general y específico, fundamentación teórica, objetivos e hipótesis de investigación. El capítulo II: Está constituido por los antecedentes y las bases teóricas que dan sustento al trabajo investigativo, definición de términos básicos de la investigación. El capítulo III: Se trata de marco metodológico de la investigación, aquí se determina el tipo, nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, tabulación y procesamiento de datos, aspectos éticos de la investigación. En el capítulo IV: Se dan conocer los resultados de análisis en forma de tablas, gráficos estadísticos. En el capítulo V : Se dan conocer las conclusiones y recomendaciones. Finalmente se presenta las referencias bibliográficas y anexos.

## CAPÍTULO I

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad las empresas, sin diferenciar sus rubros y tamaño, deben enfrentarse a notables cambios que vienen sucediendo en el mercado, para muestra de ello es el mercado globalizado, competitivo y variable; dando impulsos, ya sea directa o indirectamente, debido a los avances tecnológicos, que hoy en día son un elemento indispensable en el día a día del hombre, de las organizaciones y la sociedad. De igual forma las organizaciones micro y medianas empresas, vienen enfrentando gran cantidad de inconvenientes generados en su mayoría por la deficiente organización de sus recursos, es decir, las organizaciones no están gestionando de forma adecuada los recursos económicos o financieros, el talento humano y principalmente el recurso de información; y como resultado de ello están teniendo insatisfacción por parte de sus clientes.

Un sistema de información bien establecido ofrece una importante y notable satisfacción en los usuarios que lo operan, debido a su facilidad de uso y su acceso constante, que puede resultar en que los empleados logren alcanzar los objetivos planteados por la compañía. Por todo ello, es importante destacar que la implementación de un sistema de información implica un cambio organizativo, ya que no sólo afecta a la administración de la empresa, sino también a sus empleados y habilidades, con el fin de crear una plataforma acorde a las responsabilidades que se deben tener frente a este tipo de sistema (Ayala y Gonzales, 2015).

El proceso de ventas se refiere a una serie organizada de pasos o etapas que un vendedor sigue para cerrar una venta. Este proceso está diseñado para guiar al vendedor y al cliente a través de una interacción estructurada que culmina en la toma de decisión de compra (Kotler y Armstrong, 2013).

La tienda de venta de prendas de vestir de corporación MARUSA E.I.R.L. Se encuentra ubicado en la Av. Esmeralda S/N-Bellavista Lircay, actualmente no cuenta con un sistema de información que le ayude a mejorar la gestión de los procesos de compra, venta y almacén de los productos y accesorios, esto trae consigo efectos que se convierten en múltiples problemas para la tienda, como: desconocimiento de los productos en stock, pérdida de tiempo de los empleados al escribir las boletas manualmente, pérdida de tiempo al realizar una venta manualmente, pérdida de tiempo al hacer una búsqueda de producto para la venta, pérdida de tiempo al hacer una búsqueda de cliente, pérdida de tiempo, al hacer un reporte y emisión de comprobantes de ventas etc.

De acuerdo a las deficiencias que encuentran la tienda de venta de prendas de vestir de corporación MARUSA E.I.R.L., se hace de la necesidad de recurrir a implementar un sistema de información que ayude a optimizar la gestión de sus procesos de ventas, esto no solo hará que se le amenore las falencias existentes en la tienda, sino también el sistema de información brindará más recursos, como: Buscar detalles de ventas realizadas, buscar detalles de clientes registrados, balance de ventas hechas, Administrar el Stock de los productos, estadísticas de ventas en un determinado tiempo, revisar el listado de proveedores. Esto facilitará el acceso a la información necesaria en el momento adecuado y mejorará la eficiencia operativa y facilita la toma de decisiones.

## **1.2. Formulación del problema**

### ***1.2.1. Problema general***

¿Cómo la implementación de un sistema de información optimiza el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024?

### ***1.2.2. Problemas específicos***

- ¿Cómo la construcción de un sistema de información optimiza la satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024?
- ¿Cómo la construcción de un sistema de información optimiza la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024?

## **1.3. Fundamentación**

### ***1.3.1. Fundamentación teórico***

La presente investigación se fundamenta por relevancia teórica, porque este estudio permitió abordar teorías, conceptos, paradigmas referentes a las variables de sistemas de información y el proceso de venta de prendas de vestir, esto constituye un aporte al conocimiento científico, dado que no existen estudios similares en la zona, esto puede servir de base para desarrollar otros estudios relacionados; tiene la relevancia práctica porque los resultados de la investigación permitió tomar medidas adecuadas para optimizar proceso de ventas mediante un sistema de información.

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### ***1.4.1. Objetivo general***

Implementar un sistema de información para optimizar el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

### ***1.4.2. Objetivos específicos***

- Construir un sistema de información para optimizar la satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

- Construir un sistema de información para optimizar la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

## **1.5. Hipótesis de la investigación**

### ***1.5.1. Hipótesis general***

La implementación de un sistema de información optimizará significativamente el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

### ***1.5.2. Hipótesis específicas***

- La construcción de un sistema de información optimizará significativamente la satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.
- La construcción de un sistema de información optimizará significativamente la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

Viscaino y Gutiérrez (2021) en su tesis titulada: “*Sistema de información web para el registro y control de alquiler de prendas de vestir de la microempresa Alquiler de trajes utilizando la arquitectura MVC con el Framework Laravel*”; como objetivo general fue desarrollar un Sistema de Información Web para el registro y control de alquiler de prendas de vestir de la microempresa “Alquiler de Trajes” utilizando el framework Laravel. En el marco metodológico se realiza una descripción del sector donde va a realizarse la investigación, también se establece un proceso metodológico, se utiliza la modalidad de investigación cualitativa, para ello se ha empleado la investigación de campo con la observación y la entrevista como técnicas de investigación, averiguando sobre los procesos internos que se realizan en al alquiler de prendas de vestir. Se obtiene información de las características del problema para obtener los requerimientos del Sistema de Información Web. En la propuesta se procede al diseño y desarrollo del Sistema de Información Web, el cual posee el módulo de alquiler y devolución que controla las actividades principales dentro del negocio para agilizar procesos de atención al cliente. Se utiliza la metodología UWE para el desarrollo de los diferentes componentes del software, el cual se fundamenta en el uso de UML para el diseño de los procesos del sistema, para el almacenamiento de la información se ha utilizado MySQL como motor de base de datos y el framework laravel para el desarrollo del Sistema de Información Web.

Anaya (2019) en su tesis de investigación titulada: “*Sistema de software para la mejora de ventas del establecimiento “prendas de vestir moda” de la ciudad de Lima*”; tuvo como objetivo calcular el grado de influencia que ejerce el Sistema de Software para la mejora de ventas del

establecimiento “PRENDAS DE VESTIR MODA” de la ciudad de Lima. El presente investigación aplicada se orienta al análisis y diseño de un sistema de software para el manejo de inventario y facturación de un negocio dedicado a la venta de prendas de vestir. La creciente demanda de ropa se debe principalmente al incremento demográfico y al alto nivel de vida de las mujeres, pero tal vez mas allá del alto nivel de vida, tenemos que la mujer de hoy están desempeñando papeles y funciones muy importantes, de ahí es donde se nos origina la búsqueda de introducir productos para vestuario, estar dispuestos a cubrir las necesidades de la demanda. El sistema de software, permitirá la automatización en los procesos de control del inventario y facturación de forma eficiente, que conlleva a mejorar la gestión de la información para la toma de decisiones en el negocio del establecimiento “PRENDAS DE VESTIR MODA”.

Espinoza y Vallejos (2021) en su tesis de investigación titulada: “*Implantación de un Sistema Web Para Mejorar la Gestión de Ventas en la Empresa OSITEC en el Distrito de Independencia el Año 2021*”; objetivo de investigación fue determinar si la adquisición e implantación del sistema web se relaciona con la mejora de la gestión de las ventas en la empresa OSITEC en el distrito de independencia el año 2021. La metodología fue de tipo aplicada, diseño no experimental, nivel descriptivo correlacional, transversal y la muestra probabilística estuvo constituida por 10 trabajadores de la empresa OSITEC, conformado por 1 gerente, 2 vendedores, 2 servicio técnico, 1 personal de compras, 1 marketing y 3 personas en el área de ofimática. Se aplicó las técnicas e instrumentos de investigación y se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de datos. Para el procesamiento de datos se aplicó el software estadístico SPSS. En el análisis de fiabilidad se puede observar que el alfa de Cronbach es de 0,885 superior al mínimo aceptable de 0.7. Se buscó la correlación entre variables de la adquisición e implementación del sistema web y la gestión de ventas. Se concluye que se observa

una excelente una correlación  $r_s = 0.940 > 0,05$  entre la adquisición e implantación de un sistema web y la mejora de la gestión de las ventas en la empresa OSITEC en el distrito de independencia el año 2021.

Reza (2020) en su tesis de investigación titulada: “*Propuesta de un sistema de información de ventas para mejorar la satisfacción de los clientes en la empresa “FERRECONSTRUYE” EIRL-Huancayo*”; tuvo como objetivo proponer un sistema de información de ventas que incremente la preferencia por parte de los clientes hacia la empresa “Ferreconstruye” EIRL. Es por ello, se busca evidenciar la satisfacción de los clientes, disminuyendo las quejas recibidas en los últimos periodos. Por lo cual, se detectó que la incomodidad existente es generada por la falta de información real y actualizada referida a los productos. Dicha investigación empleo un tipo de investigación elemental, con un nivel causal. El método utilizado fue el Microsoft Access, para la ejecución de este widget se diseñaron tablas, formularios e informes de la descripción de los artículos y datos personales de los clientes, el cese de esta herramienta es destinar a los clientes un método de facturación de forma automatizada generándose una disminución de plazos de emisión, de la cantidad de errores provocados por el factor humano y la tecnología. En la encuesta realizada a los asistentes a la tienda se determinó el índice de satisfacción de estos sin una herramienta de revelación de ventas, previo a ello se realizó otra encuesta para considerar el nivel de tranquilidad de los clientes con una media de 2.67 infiriéndose que el nivel de conformidad de los clientes es bajo y, por el contrario, la información de ventas tiene una media de 4.37 infiriéndose la satisfacción de los clientes es alta. Al establecerse comparaciones entre ambos resultados se identifica la necesidad de establecer un mejor monitoreo de los procesos de venta, pudiendo obtener el cliente información rápida, confiable, instantánea, coherente, veraz, completa y relevante por la que el cliente manifieste su satisfacción plena con respecto a los productos.

Huamánahui (2021) en su tesis titulada: “*Sistema web para la optimización de la gestión de ventas de una empresa comercializadora en Lima, 2021*”; se planteó como objetivo proponer un sistema web para la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021. En esta investigación, se aplicó el enfoque mixto de tipo proyectivo, la cual permitió tener un mejor panorama con respecto al problema, a través de la recolección de datos cuantitativos y cualitativos, y así generar una mejor exploración y uso de los datos aplicando el método inductivo-deductivo. Se realizó el análisis documental de los pedidos, historial de clientes, de despachos, etc., durante los últimos 3 años y la entrevistas a 4 colaboradores del área de ventas, en las que están involucrados el gerente comercial, jefe de ventas, ejecutivo de ventas y la ejecutiva de ventas, con el fin de obtener una visión más amplia del problema. Para el análisis de la información, se evaluó con la ayuda de una hoja de cálculo, en la cual se realizaron cuadros estadísticos sobre los registros documentales a través de tiempo y para el análisis cualitativa se realizaron entrevistas; el cual se utilizó la herramienta atlas ti para realizar un análisis más completo de la información. Finalmente, luego del análisis realizado en la triangulación, y el diagnóstico de los puntos críticos, se propone la elaboración de un sistema web que es factible, además que ahorra tiempo y es basada en las últimas tendencias tecnológicas relacionadas al desarrollo de software que le permitirá optimizar los tiempos, costos y en consecuencia una mayor productividad en beneficio de la empresa. Para la construcción de la propuesta se generó evidencia comprobable sobre las actividades relacionadas con los objetivos de la propuesta a fin de demostrar una perspectiva valorable por parte de la empresa.

González y Vasquez (2022) en su tesis titulada: “*Diseño e implementación de un sistema web para el proceso de ventas y facturación electrónica en la Botica “Niño Jesús” Chota, 2022*”, orientada con un enfoque cuantitativo y de tipo aplicada, diseño pre-experimental y muestreo no

probabilístico conformado por 10 trabajadores. Utilizando un cuestionario validado por 03 expertos. El presente proyecto tuvo como objetivo implementar un sistema web para el proceso de ventas y facturación electrónica, que permita optimizar sus procesos y tener un mejor control de sus registros e información y dar cumplimiento a la Resolución de Superintendencia N° 000048-2021/SUNAT, que modifica el reglamento de comprobantes de pago, donde se designan emisores electrónicos a contribuyentes ya sea personas naturales o personas jurídicas por SUNAT. Para el proceso del desarrollo del proyecto se consideró como referencia las fases propuestas por la metodología ágil basada en el proceso iterativo e incremental SCRUM. Además, del análisis de datos se alcanzó resultados que el sistema web implementado reduce un 50% concerniente al tiempo de ejecución en los procesos de ventas y facturación electrónica, logrando contrastar con la hipótesis planteada que del sistema web sí influye significativamente en dichos procesos generando ventajas competitivas para la organización. Concluyendo que el modelo diseñado ha sido de mejora para gestionar sus procesos de ventas y facturación electrónica, a través de un sistema web personalizado para la botica “Niño Jesús” Chota, 2022.

Celis (2022) en su tesis titulada: *“Influencia de la implementación de un sistema de información en el proceso de gestión de ventas de una empresa maderera, Cajamarca, 2022”*; tuvo como objetivo de conocer el impacto de la adopción de un sistema de información en el proceso de gestión de ventas de la empresa maderera, para la cual se examinó la situación actual de la empresa. Todo el proceso de gestión de ventas es totalmente manual; además, no existe un control sobre la información, lo que provoca confusión en la realización de las tareas diarias y genera problemas en la toma de decisiones debido a la falta de información organizada para una gestión eficaz. Con la ayuda de herramientas de recopilación de datos, se estableció una estimación del tiempo necesario para la instalación y el funcionamiento del ERP en los procesos de ventas. A

continuación, la planificación permitió identificar a los responsables y el calendario de instalación del sistema. Se utilizó una encuesta y una ficha de observación para recopilar información para el estudio aplicado, que presenta una metodología cuantitativa y un diseño experimental. Para la encuesta y la ficha de observación se seleccionó una muestra de seis empleados de la organización. El tiempo mejorado, según las estadísticas, fue del 58,79%. Finalmente, el estudio concluyó que la implementación del sistema tuvo influencia significativa en gestión de ventas en la empresa maderera, aceptándose la hipótesis alterna de la investigación.

Aldana y Gómez (2020) en su tesis titulada: “*Diseño, Desarrollo E Implementación de un Sistema de Ventas en Línea para la Empresa Oran-ING*”; tuvo como objetivo la planeación de un proyecto que consiste en el análisis, desarrollo e implementación de una aplicación web de ventas en línea, para lo cual se toma como base, la guía del PMBOK sexta versión, como buena práctica en la gerencia de proyectos. La finalidad de la aplicación web es permitir que ORAN-ING incremente sus ventas mediante el desarrollo de un nuevo canal comercial electrónico, que le permite disminuir los costos de comercialización de sus productos, incrementar los niveles de venta y, por ende, tener una rotación mayor de sus inventarios. La aplicación les ofrece a los clientes de ORAN-ING, la posibilidad de visualizar los productos mediante un catálogo, adquirir productos mediante el uso del carrito de compras, realizando el pago en línea, adicional a los servicios ofrecidos a los clientes, la empresa adquiere con la aplicación el beneficio de poder controlar sus inventarios y su facturación. Adicionalmente, la aplicación cuenta con los factores y lineamientos de usabilidad y seguridad que garanticen la funcionalidad del producto.

Tocto (2022) en su tesis titulada: “*Implementación de un sistema informático para mejorar el proceso de ventas en el Mini-Market Oscar Bagua Grande, 2021*”; tuvo como objetivo de implementar un sistema informático para mejorar el proceso de ventas en el Mini-Market Oscar

de la ciudad de Bagua Grande. La investigación formula como hipótesis con la implementación de un sistema informático mejora el proceso de ventas en el Mini-Market Oscar. Se desarrolló el software siguiendo la metodología de trabajo Proceso Unificado de Desarrollo (RUP), se diseñó mediante el uso del Lenguaje de Modelado Unificado (UML), se programó utilizando el lenguaje de programación PHP y el servidor de base de datos MySQL. Finalmente, se realizó una encuesta de satisfacción basada en el modelo ISO de calidad en software 9126, obteniendo que el 25% de encuestados opina hallarse en un nivel Muy Alto de satisfacción respecto del sistema informático de ventas, mientras que el 75% califica su nivel de satisfacción en nivel Alto. Ningún trabajador se considera regular, bajo o muy bajo en su nivel de satisfacción de uso.

Catagña y Torres (2022) en su tesis titulada: *“Análisis y desarrollo de un sistema informático, para la web, que gestione la venta y distribución de artículos de la tienda virtual Store\_Valentina”*; tuvo como objetivo desarrollar un sistema informático web, que permita la comercialización y distribución, que gestione la venta de artículos por parte de la tienda online Store\_Valentina. La agilización es parte fundamental de la reestructuración para que la tienda pueda competir en un ambiente donde los comercios que se encuentran en la internet están incrementando las ganancias, debido a que el sistema realiza internamente todos estos procesos y puede brindar una ayuda en caso de no contar con suficiente personal para manejar la tienda. Para implementar el sistema de ventas se utilizó la metodología RUP como un punto de partimiento para desarrollar las fases que debe pasar el software para su creación desde el inicio del camino definiéndolo como los requerimientos o necesidades del usuario hasta el punto de llegada o la conclusión del proyecto y la respectiva entrega al negocio. Tras terminar el sistema de ventas online, se debe probar ciertos puntos para que defina si el software tiene la calidad para competir con otros sistemas web existentes en el mercado y en ese punto entran las pruebas de usabilidad y

de rendimiento, destacando que el diseño de interfaces e interacción con el usuario fluye de manera intuitiva gracias a su respuesta inmediata a las peticiones que realiza el usuario mediante realiza el proceso de compra.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### ***3.2.1. Bases teóricas de un sistema de información***

Las bases teóricas de un sistema de información son un conjunto de conceptos y principios que sustentan el diseño, desarrollo, implementación y uso de los SI. Estas bases teóricas provienen de diversas disciplinas, como la teoría general de sistemas, la teoría de la información, la teoría de la organización, la teoría de la comunicación y otras áreas relevantes (Peralta, 2008).

### ***3.2.2. Bases teóricas de proceso de venta***

Las bases teóricas del proceso de ventas son un conjunto de conceptos y principios que sustentan las actividades y estrategias involucradas en la venta de productos o servicios. Estas bases teóricas provienen de diversas disciplinas, como el marketing, la psicología, la economía y la sociología, y ayudan a comprender el comportamiento del consumidor, las técnicas de venta efectivas y los factores que influyen en el éxito de las ventas (De La Parra, 2003).

## **2.3. Marco conceptual**

### ***2.3.1. Variable independiente: Sistema de información***

**2.3.1.1. Definición.** Es un conjunto ordenado de mecanismos que se utilizan para administrar datos e información de manera eficiente. Su objetivo principal es la gestión y administración de los datos para que puedan ser recuperados y procesados fácilmente. Estos sistemas pueden ser automatizados o manuales e involucran personas, máquinas y métodos organizados para la recolección, procesamiento, transmisión y distribución de datos que representan información para el usuario (Cohen y Asín, 2009).

Los sistemas de información contienen información sobre personas, lugares y cosas importantes dentro de la organización, o en el entorno que la rodea. Por información nos referimos a los datos que se han modelado en una forma significativa y útil para los seres humanos.

**2.3.1.2. Actividades de un sistema de información.** Fernández (2006) detalla alguna de las actividades comunes que realiza un sistemas de información:

**2.3.1.2.1. Entrada de dato.** La entrada de datos es un componente fundamental en el funcionamiento de sistemas de información y aplicaciones informáticas. Los datos ingresados son la materia prima que luego se procesa y utiliza para generar salidas útiles, como informes, análisis, resultados, entre otros.

**2.3.1.2.2. Procesamiento de información.** Se refiere al conjunto de operaciones y transformaciones que se aplican a los datos para convertirlos en información significativa y útil. Este proceso implica manipular, analizar, organizar y sintetizar datos de manera que puedan ser interpretados y utilizados para tomar decisiones, resolver problemas o realizar otras tareas específicas.

**2.3.1.2.3. Almacenamiento de información.** Se refiere al proceso de guardar y retener datos de manera organizada y accesible para su uso posterior. Este proceso implica la preservación de la información de manera que pueda ser recuperada y utilizada cuando sea necesario. Hay diferentes formas de almacenar información, y los métodos varían según el tipo de datos y las necesidades específicas del usuario.

**2.3.1.2.4. Salida de información.** Se refiere al proceso de presentar o mostrar los resultados procesados de datos e información de manera comprensible para los usuarios. La salida puede manifestarse en diferentes formatos, como informes, gráficos, mensajes, alertas, o cualquier otra forma de presentación que facilite la interpretación y el uso de la información.

**Figura 1**

*Actividades de un sistema de información*

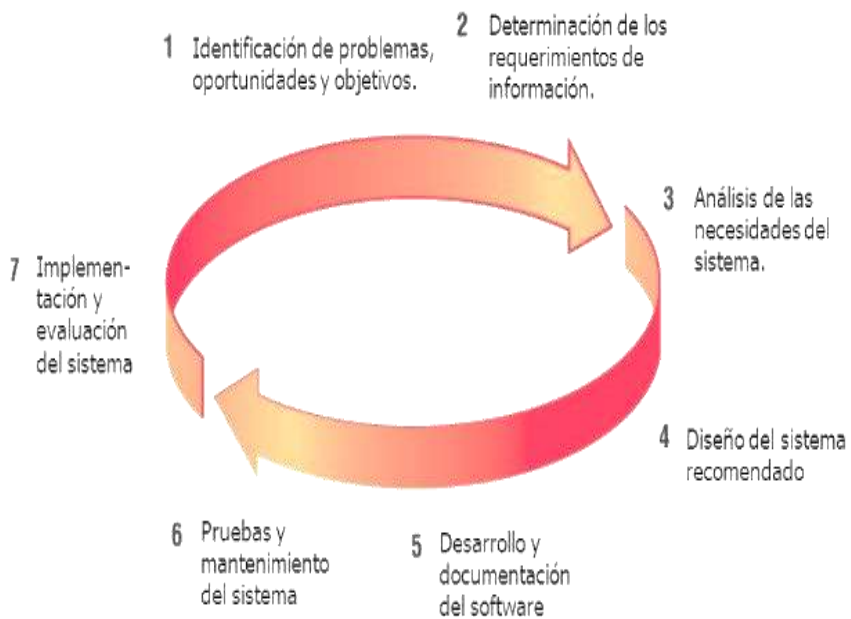


*Fuente:* (Fernández, 2006)

**2.3.1.3. Ciclo de vida del desarrollo de un sistema de información.** Según Kendall y Kendall (2011) el ciclo de vida consta de siete partes:

**Figura 2**

*Ciclo de vida del desarrollo de un sistema de información*



*Fuente:* (Kendall y Kendall, 2011)

**2.3.1.3.1. Identificación de problemas, oportunidades y objetivos.** En esta etapa se deberá descubrir lo que la organización intenta realizar, luego determinar si el uso de los sistemas de información apoyaría a la organización para alcanzar sus metas.

**2.3.1.3.2. Determinación de los requerimientos de información.** Esto se hace a partir de los usuarios particularmente involucrados, para determinar los requerimientos de información dentro de una organización pueden utilizarse diversos instrumentos, los cuales incluyen: muestreo, el estudio de los datos y formas usadas para la organización, la entrevista, los cuestionarios; la observación de la conducta de quien tomó las decisiones.

**2.3.1.3.3. Análisis de las necesidades del sistema.** Se analizan las necesidades propias del sistema. También se analizan las decisiones estructuradas por realizar, que son decisiones donde las condiciones, condiciones alternativas, acciones y reglas de acción podrán determinarse.

**2.3.1.3.4. Diseño del sistema recomendado.** Se usa la información recolectada con anterioridad y se elabora el diseño lógico de sistemas de información, esta etapa también incluye el diseño de los archivos o la base de datos que almacenará aquellos datos requeridos por quien toma las decisiones en la organización.

**2.3.1.3.5. Desarrollo y documentación del software.** Dentro de las técnicas estructuradas para el diseño y documentación del software se tienen: los diagramas de flujo, los diagramas Nassi-Schneiderman, los diagramas Warnier-Orr y el pseudocódigo es aquí donde se transmite al programador los requerimientos de programación.

**2.3.1.3.6. Pruebas y mantenimiento del sistema.** Todo sistema de información debe probarse antes de ser utilizado, ya que el costo es menor si se detectan los problemas antes de que entre en funcionamiento.

**2.3.1.3.7. Implementación y evaluación del sistema.** Esta es la última etapa del desarrollo del sistema, esto incluye el adiestramiento que el usuario requerirá. Uno de los criterios fundamentales que debe satisfacerse, es que el futuro usuario utilice el sistema desarrollado.

**2.3.1.4. Ventajas de un sistema de información.** Los sistemas de información ofrecen diversas ventajas para las organizaciones en diferentes aspectos de sus operaciones. Domínguez (2012) presenta algunas de las ventajas más significativas:

- Mejora en la toma de decisiones.
- Aumento de la eficiencia operativa.
- Mejor coordinación y comunicación.
- Gestión de recursos.
- Mejora en la calidad de la información.
- Acceso rápido a la información.
- Adaptabilidad y flexibilidad.
- Mejora en el servicio al cliente.
- Ahorro de costos a largo plazo.
- Mayor competitividad.

**2.3.1.5. Sistema de gestión de base de datos (SGBD).** Es un software que proporciona una interfaz entre la base de datos y los usuarios o las aplicaciones. Su función principal es gestionar la creación, manipulación, almacenamiento, y recuperación de datos de manera eficiente y segura. Un SGBD relacional es un modelo de datos que facilita a los usuarios describir los datos que serán almacenados en la base de datos junto con un grupo de operaciones para manejar los datos (Sabana, 2018).

**2.3.1.6. Base de datos.** Es una recopilación organizada de información o datos estructurados, que normalmente se almacena de forma electrónica en un sistema informático. Normalmente, una base de datos está controlada por un sistema de gestión de bases de datos (DBMS). En conjunto, los datos y el DBMS, junto con las aplicaciones asociadas a ellos, reciben el nombre de sistema de bases de datos, abreviado normalmente a simplemente base de datos (Maldonado, 2012).

**2.3.1.7. Diseño de base de datos.** Es el proceso de crear una estructura organizada y eficiente para almacenar y gestionar datos de manera que satisfaga los requisitos de una aplicación o sistema. Este proceso implica tomar decisiones sobre cómo organizar, almacenar y relacionar los datos de manera que se puedan acceder y gestionar de manera efectiva. Un diseño de base de datos bien elaborado tiene como objetivo garantizar la integridad de los datos, la eficiencia en las consultas y la flexibilidad para adaptarse a cambios en los requisitos del sistema (Costal , 2006).

Marques (2011) menciona algunos aspectos claves sobre el diseño de base de datos incluyen:

**2.3.1.7.1. Diseño conceptual.** Dentro del proceso de diseño de base de datos, se centra en la creación de un modelo conceptual que representa las principales entidades y relaciones que formarán la base de datos. Esta etapa tiene lugar antes de las fases más detalladas del diseño y se enfoca en comprender y definir los conceptos clave del dominio de datos.

**2.3.1.7.2. Diseño lógico.** En el proceso de diseño de bases de datos se centra en la transformación del modelo conceptual (desarrollado en la etapa del diseño conceptual) en un diseño más detallado y estructurado, considerando las restricciones y características específicas del sistema de gestión de bases de datos (SGBD) que se utilizará. En esta etapa, se traducen los

conceptos del modelo conceptual en una representación que pueda implementarse en el SGBD seleccionado.

**2.3.1.7.3. Diseño físico.** En el proceso de diseño de bases de datos se enfoca en traducir el diseño lógico de la base de datos, desarrollado en etapas anteriores, en una estructura que pueda ser implementada de manera eficiente en el sistema de gestión de bases de datos (SGBD) seleccionado. En esta etapa, se toman decisiones específicas sobre cómo los datos se almacenarán físicamente en el disco, cómo se optimizará el rendimiento y cómo se gestionarán aspectos como la concurrencia y la seguridad.

**2.3.1.8. Dimensiones del sistema de información.** Cohen y Asín (2009) menciona las siguientes dimensiones:

**2.3.1.8.1. Operatividad.** Se refiere a la capacidad y efectividad del sistema para llevar a cabo sus funciones y tareas de manera eficiente y confiable en el entorno operativo para el cual fue diseñado. Implica que el sistema está en funcionamiento, disponible y cumpliendo con las expectativas de los usuarios, así como con los objetivos establecidos por la organización.

**2.3.1.8.2. Usabilidad.** Se refiere a la facilidad con la que los usuarios pueden interactuar con el sistema para realizar sus tareas de manera eficiente, efectiva y satisfactoria. En otras palabras, un sistema con alta usabilidad es aquel que resulta fácil de aprender, fácil de usar y proporciona una experiencia positiva para los usuarios.

## **2.3.2. Variable dependiente: Proceso de venta**

**2.3.2.1. Definición.** Es la secuencia de pasos necesarios para atraer, convertir y retener a un cliente y puede ser definido como un esquema que ayuda a los profesionales para anticipar las necesidades de los clientes y aprovechar las oportunidades en cada una de las etapas del proceso de ventas. A través del proceso de ventas es posible conocer las expectativas de los consumidores

en cada una de las etapas del proceso de ventas y reunir las mejores prácticas para vender tu producto o servicio (Green, 2007).

Es importante destacar que el proceso de venta puede variar según la industria, el tipo de producto o servicio, y las estrategias específicas de la empresa. Además, en un entorno digital, el proceso de venta puede incluir interacciones en línea, como marketing digital, chat en vivo y ventas electrónicas. El enfoque exitoso del proceso de venta requiere comprensión, adaptabilidad y habilidades de comunicación efectivas por parte de los vendedores.

**2.3.2.2. Elementos de proceso de ventas.** De La Parra (2003) generalmente indica los siguientes elementos de proceso de ventas:

**2.3.2.2.1. Planificación.** Consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesario para su realización.

**2.3.2.2.2. Organización.** Es agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades de procesos, asignados en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir.

**2.3.2.2.3. Dirección.** Consiste en coordinar el esfuerzo común de los subordinados, para alcanzar las metas de la organización. Consiste en dirigir las operaciones mediante la cooperación del esfuerzo de los subordinados, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y supervisión.

**2.3.2.2.4. Ejecución.** Para llevar a cabo físicamente las actividades que resulten de los pasos de planeación y organización, es necesario que el encargado tome medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten la tarea. Entre las medidas comunes utilizadas por el encargado para poner el grupo en acción esta dirigir, desarrollar a los

gerentes, instruir, ayudar a los miembros a mejorarse lo mismo que su trabajo mediante sus propia creatividad y la compensación a esto se le llama ejecución.

**2.3.2.2.5. Control.** Es un proceso mediante el cual la administración se cerciore si lo que ocurre concuerda con lo que supuestamente debería ocurrir, de lo contrario; será necesario que se hagan los ajustes o correcciones necesarios de todos los procesos que se realizan.

**2.3.2.3. Importancia de procesos de venta.** Garcia (2011) detalla algunas razones que destacan la importancia del procesos de venta bien estructurados:

- Eficiencia
- Consistencia
- Mejora del rendimiento
- Enfoque en el cliente
- Adaptabilidad
- Formación y desarrollo
- Priorización de oportunidades
- Seguimiento y análisis
- Alineación entre departamentos
- Satisfacción del cliente

**2.3.2.4. Características de procesos de venta.** Summers (2006) menciona algunas características comunes del proceso de ventas:

- Estructurado
- Orientado al cliente
- Iterativo
- Centrado en la relación

- Bidireccional
- Basado en la investigación
- Manejo de objeciones
- Medible y evaluable
- Enfocado en resultados
- Tecnología habilitada
- Entrenamiento continuo

**2.3.2.5. Dimensiones de proceso de venta.** Álvarez (2007) nos menciona las siguientes dimensiones:

**2.3.2.5.1. Satisfacción del cliente.** Es un aspecto fundamental de la gestión empresarial, ya que no solo impacta directamente en los ingresos y la lealtad del cliente, sino que también puede influir en la percepción de la marca y la reputación en el mercado. Por lo tanto, las empresas suelen esforzarse por comprender y mejorar continuamente la satisfacción del cliente como parte integral de sus estrategias comerciales.

**2.3.2.5.2. Organización de los recursos.** Se refiere al proceso de planificación, asignación y coordinación de los recursos disponibles en una empresa u organización para lograr sus objetivos y metas de manera eficiente y efectiva. Estos recursos pueden incluir personas, tecnología, tiempo, dinero, instalaciones y cualquier otro elemento necesario para llevar a cabo las actividades de la organización.

## **2.4. Definición de términos básicos**

### **2.4.1. Información**

Es un concepto amplio que se refiere a datos procesados y organizados de manera significativa. En un sentido más básico, la información es el resultado del procesamiento de datos

que proporciona significado y contexto, lo que permite la toma de decisiones, la comprensión o la realización de acciones específicas (Ayala y Gonzales, 2015).

#### **2.4.2. Optimización**

Se refiere al proceso de hacer que algo sea lo más eficiente, efectivo o funcional posible. En diversos contextos, el término puede aplicarse a diferentes áreas, como la mejora de procesos, la maximización de recursos o la búsqueda de soluciones óptimas en diversos problemas (De La Parra, 2003).

#### **2.4.3. Ventas**

Se refieren al proceso de interacción entre un vendedor y un comprador con el objetivo de intercambiar bienes o servicios por un valor económico. Este intercambio implica persuadir, convencer o influenciar al cliente para que adquiera un producto o servicio ofrecido por el vendedor. Las ventas son fundamentales para el funcionamiento y el crecimiento de las empresas, ya que representan la generación de ingresos y la creación de relaciones comerciales (García, 2011).

#### **2.4.4. Producto**

Es cualquier bien tangible o intangible que se ofrece en el mercado con el propósito de satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores. Los productos pueden ser físicos, como objetos materiales, o intangibles, como servicios o experiencias (Summers, 2006).

#### **2.4.5. Comercialización**

También conocida como marketing, se refiere al conjunto de actividades que una empresa lleva a cabo para promocionar, vender y distribuir sus productos o servicios. El objetivo central de la comercialización es satisfacer las necesidades y deseos de los clientes mientras alcanza los

objetivos comerciales de la empresa. La comercialización implica una variedad de estrategias y tácticas para posicionar una marca, atraer clientes, y generar ventas (Álvarez, 2007).

#### **2.4.6. Sistema**

Se utiliza en diversos contextos y disciplinas para referirse a conjuntos organizados de elementos interrelacionados que trabajan juntos para lograr un objetivo común. La definición específica puede variar según el ámbito en el que se aplique (Maldonado, 2012).

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Tipo y nivel de investigación

El tipo de estudio que se utilizó es aplicada; el tipo de la investigación aplicada se encuentra íntimamente ligada a la investigación básica, ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos para llevar a cabo la solución de problemas, con el objetivo abordar problemas prácticos y generar conocimientos directamente aplicables a situaciones del mundo real (Valderrama, 2014).

El nivel de investigación fue explicativa; la investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis (Arias, 2012).

#### 3.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue preexperimentales (con un solo grupo pretest y postes). Son aquellos en los que se lleva a cabo una intervención o manipulación de una variable independiente, pero carecen de ciertos elementos clave de control que caracterizan a los diseños experimentales más rigurosos. Estos diseños son menos controlados y, por lo tanto, menos concluyentes en términos de establecer relaciones causales. El diseño se representa gráficamente de la siguiente manera:

#### **Figura 3**

*Esquema del diseño de la investigación*

**$G_e : O_1 \longrightarrow X \longrightarrow O_2$**

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Donde:**

Ge : Es el grupo experimental donde se hará la investigación

O1 : Pre-Test

X :Es el variable independiente

O2 : Pos-Test

**3.3. Población y muestra****3.3.1. Descripción de la población**

La población se refiere al conjunto completo de elementos o individuos que comparten características comunes y que son objeto de estudio. La población es el grupo al cual se pretende generalizar los resultados de la investigación (Hernández y Mendoza, 2018). La población fue constituida por 95 personas entre administrativos y clientes de la Corporación MARUSA E.I.R.L. de Lircay, como nos muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

*Población de estudio*

<b>Personas</b>	<b>Número de personas</b>
Administrativos	05
Clientes	90
<b>Total</b>	<b>95</b>

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**3.3.2. Selección de la muestra**

Una muestra se refiere a un subconjunto representativo de la población total que se selecciona para participar en un estudio. La muestra es elegida con el objetivo de obtener resultados que puedan generalizarse a la población más amplia. Debido a limitaciones de tiempo, recursos y accesibilidad, no siempre es práctico o posible estudiar a toda la población, y es aquí donde la muestra juega un papel crucial (Arias, 2012).

Se conoce los valores de la población por ello se estableció el tamaño de la muestra como finita, cómo nos muestra en la siguiente tabla:

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

**Datos:**

- Población (N): Tamaño de la población = 95
- Z: Coeficiente de confiabilidad para el 95% de nivel de confianza = 1.96
- p: Probabilidad de ocurrencias 50% = 0.5
- q: Probabilidad de no ocurrencia (1-P) = 0.05
- e: Error del 5% = 0.05

$$n = \frac{95 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(95 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 76$$

**Tabla 2**

*Selección de muestra de estudio*

<b>Personas</b>	<b>Número de personas</b>
Administrativos	04
Clientes	72
<b>Total</b>	<b>76</b>

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

### **3.3.3. Muestreo**

El tipo de muestreo se consideró como muestreo por conveniencia; es un método de selección de la muestra en el cual los elementos o participantes se eligen basándose en su

disponibilidad y accesibilidad, en lugar de seguir un procedimiento de selección aleatoria o probabilística. Este tipo de muestreo se caracteriza por la conveniencia y practicidad, pero puede introducir sesgos en los resultados ya que los participantes seleccionados pueden no ser representativos de la población en estudio (Cuesta, 2009).

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

- **Técnicas.** En esta investigación se utilizó como técnica la encuesta; se refiere a un conjunto de procedimientos y métodos sistemáticos utilizados para recopilar información o datos de manera estructurada a partir de una muestra representativa de individuos o grupos. Las encuestas son una herramienta común en la investigación social y de mercado para recopilar datos sobre actitudes, opiniones, comportamientos, características demográficas y otros aspectos relevantes (Salas, 2021).
- **Instrumentos.** Como instrumento se utilizó el cuestionario; se refiere a un conjunto estructurado de preguntas o ítems diseñados para recopilar información sistemática y estandarizada de los participantes en una investigación. Este instrumento se utiliza en encuestas y estudios para obtener datos sobre actitudes, opiniones, conocimientos, comportamientos u otras variables de interés (Salas, 2021). El instrumento de recolección de datos de cuestionario contiene un total de 19 preguntas constituidas (Ver anexo C).

### **3.5. Aplicación de instrumento de evaluación, tabulación y procesamiento**

Para el procesamiento de datos se utilizó como fuente de información las 76 personas de Corporación MARUSA E.I.R.L. de Lircay. Así mismo se realizó vaciado de la información de cuestionario, a una base de datos en un software estadístico MS-Excel y SPSS, en donde se procesará las tablas y gráficos estadísticos. Para la prueba de confiabilidad del instrumento se determinará por el coeficiente de Alfa de Cronbach, que es aplicable para determinar la

confiabilidad en escalas cuyos ítems tienen como respuesta más de dos alternativas. La prueba de T-Student se utilizó para la validación de la hipótesis de la investigación con un nivel de confianza de 95%, con la finalidad de evaluar si los resultados obtenidos de la investigación el Pre-test y Post-test prueba se aceptan significativamente.

### **3.6. Ética investigativa**

Por ser una investigación cuantitativa, para el desarrollo de la presente investigación se asumió las siguientes consideración de aspectos éticos: originalidad y confidencialidad. Originalidad, porque la información obtenida para el fundamento teórico de las variables es auténtica, citándose y referenciándose las fuentes de acuerdo a las normas internacionales de redacción científica (APA); además, el contenido del informe final de tesis en su conjunto se sometido al Programa anti plagio para verificar su autenticidad y originalidad, evitándose esta manera la copia y plagio. Confidencialidad, en el sentido que la información a recabar solamente tiene utilidad para el tratamiento estadístico; es decir, por ningún motivo se exhibirán los resultados para fines que no sean de la investigación. De la misma manera se desarrollará respetando el esquema formulada por la Universidad para el Desarrollo Andino.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIONES

#### 4.1. Resultados

##### 4.1.1. Confiabilidad del instrumento

Para evaluar la confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach. Este coeficiente es aplicable y adecuado para determinar la confiabilidad en escalas cuyos ítems tienen respuestas con más de dos alternativas.

**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)

Para el procesamiento de datos, se recolectó información de 76 personas, incluyendo personal administrativo y clientes de la Corporación MARUSA E.I.R.L. de Lircay. Estos datos fueron procesados y analizados utilizando el programa SPSS. Los resultados generales se presentan en las tablas siguientes.

**Tabla 4**

*Resumen de procesamiento de casos*

		N°	%
Casos	Válido	76	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	76	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Fuente:** (Elaboración propia, 2024)

El resumen del procesamiento de casos muestra que se consideraron 76 casos válidos para el análisis, lo que representa el 100% de la muestra total. No se excluyeron casos, por lo que la integridad de los datos se mantuvo completa para el análisis. Esto garantiza que los análisis subsiguientes se basan en un conjunto de datos completo y representativo de la población estudiada.

**Tabla 5**

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,999	19

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

El coeficiente de Alfa de Cronbach obtenido es 0.999, lo cual indica un nivel de fiabilidad extremadamente alto para el instrumento de medida utilizado en esta investigación. Este coeficiente evalúa la consistencia interna del conjunto de ítems (19 en total), reflejando la medida en que los ítems del cuestionario están correlacionados entre sí.

**Tabla 6**

*Estadísticas de total de elemento*

	Media de escala si el elemento se 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
<b>X1</b>	22,09	18,245	,017	,913
<b>X2</b>	22,09	16,911	,366	,990
<b>X3</b>	22,05	16,957	,264	,97
<b>X4</b>	22,13	16,862	,344	,992
<b>X5</b>	22,13	16,356	,449	,985
<b>X6</b>	22,11	16,362	,431	,986
<b>X7</b>	22,14	16,472	,500	,983
<b>X8</b>	22,09	16,351	,427	,986
<b>X9</b>	22,09	16,245	,403	,988

<b>Y10</b>	22,12	16,612	,403	,988
<b>Y11</b>	22,11	16,469	,404	,988
<b>Y12</b>	22,16	16,241	,585	,979
<b>Y13</b>	22,18	16,952	,357	,991
<b>Y14</b>	22,14	16,445	,468	,984
<b>Y15</b>	22,05	17,011	,252	,998
<b>Y16</b>	22,17	16,650	,473	,985
<b>Y17</b>	22,16	16,668	,500	,984
<b>Y18</b>	22,00	17,013	,210	,903
<b>Y19</b>	22,13	16,702	,420	,987

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Tabla 7**

*Estadísticas descriptivas*

	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>	<b>N°</b>
<b>X1</b>	1,25	,493	76
<b>X2</b>	1,25	,436	76
<b>X3</b>	1,29	,537	76
<b>X4</b>	1,21	,471	76
<b>X5</b>	1,21	,498	76
<b>X6</b>	1,24	,513	76
<b>X7</b>	1,20	,433	76
<b>X8</b>	1,25	,520	76
<b>X9</b>	1,25	,569	76
<b>Y10</b>	1,22	,479	76
<b>Y11</b>	1,24	,513	76
<b>Y12</b>	1,18	,423	76
<b>Y13</b>	1,16	,434	76
<b>Y14</b>	1,20	,462	76
<b>Y15</b>	1,29	,537	76
<b>Y16</b>	1,17	,413	76
<b>Y17</b>	1,18	,390	76
<b>Y18</b>	1,34	,601	76
<b>Y19</b>	1,21	,442	76

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Tabla 8***Estadísticas de elemento de resumen*

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N° de elementos
Medias de elemento	1,229	1,158	1,342	,184	1,159	,002	19
Varianzas de elemento	,236	,152	,361	,209	2,373	,003	19
Covarianzas entre elementos	,041	-,034	,137	,170	-4,057	,001	19
Correlaciones entre elementos	,182	-,126	,520	,646	-4,131	,018	19

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Tabla 9***Estadísticos Pre test y Post Test*

		Estadístico	Error estándar	
<b>PRE-TEST</b>	Media	1,71	,102	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	1,51	
		Límite superior	1,91	
	Media recortada al 5%	1,68		
	Mediana	1,00		
	Varianza	,795		
	Desviación estándar	,892		
	Mínimo	1		
	Máximo	3		
	Rango	2		
	Rango intercuartil	2		
	Asimetría	,611	,276	
	Curtosis	-1,476	,545	
	<b>POST-TEST</b>	Media	1,24	,059
95% de intervalo de confianza para la media		Límite inferior	1,12	
		Límite superior	1,35	
Media recortada al 5%		1,16		
Mediana		1,00		
Varianza		,263		
Desviación estándar		,513		
Mínimo		1		
Máximo		3		
Rango		2		
Rango intercuartil		0		
Asimetría		2,127	,276	
Curtosis		3,812	,545	

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

#### 4.1.2. Análisis de datos cuantitativos

Los resultados estadísticos se han presentado de manera organizada en las tablas de la página siguiente del documento. A continuación, se detallan los resultados específicos para cada uno de los indicadores mencionados:

**Tabla 10**

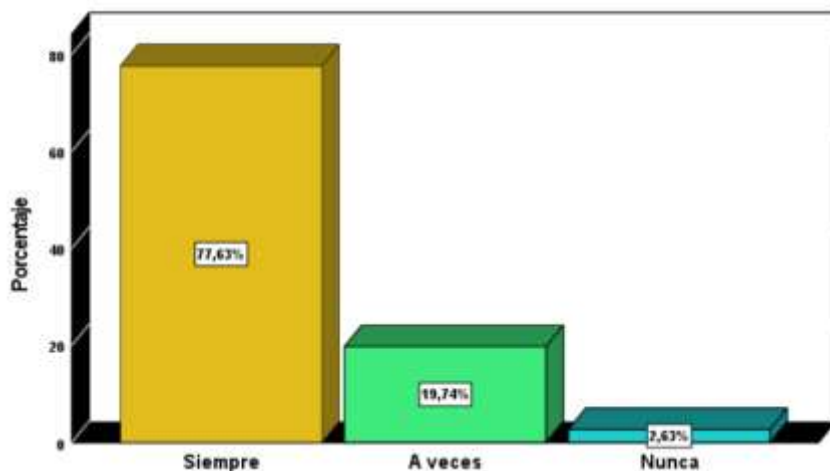
*El sistema de información guarda correctamente las informaciones*

		Frecuencia	Porcentaje
<b>ITEM N° 1</b>	Siempre	59	77,63
	A veces	15	19,74
	Nunca	2	2,63
	Total	76	100,0

Fuente: (Elaboración propia, 2024)

**Figura 4**

*El sistema de información guarda correctamente las informaciones*



Fuente: (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (77.63%) considera que el sistema de información guarda correctamente las informaciones de manera constante, lo que refleja una percepción positiva generalizada sobre la fiabilidad del sistema. Sin embargo, un 19.74% que responde "a veces" y un 2.63% que responde "nunca" indican áreas potenciales de mejora.

**Tabla 11**

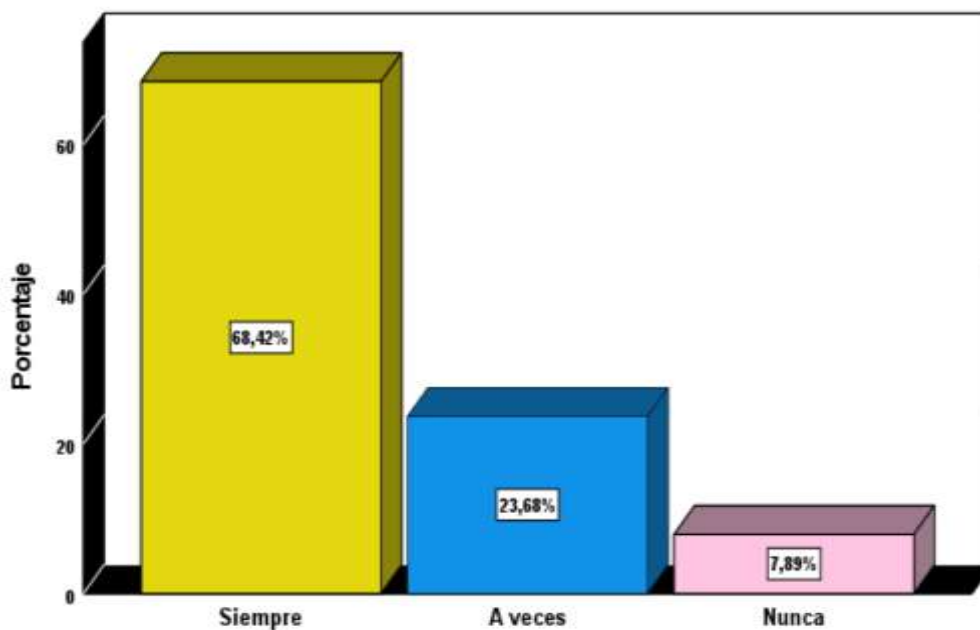
*Es fácil de acceder a los formularios del sistema de información*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N° 2</b>	Siempre	52	68,42
	A veces	18	23,68
	Nunca	6	7,89
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 5**

*Es fácil de acceder a los formularios del sistema de información*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (68.42%) considera que siempre es fácil acceder a los formularios del sistema de información, lo que refleja una percepción positiva generalizada sobre la usabilidad del sistema. Sin embargo, un 23.68% que responde "a veces" y un 7.89% que responde "nunca" sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras para garantizar que todos los usuarios encuentren el acceso a los formularios consistente y sin problemas.

**Tabla 12**

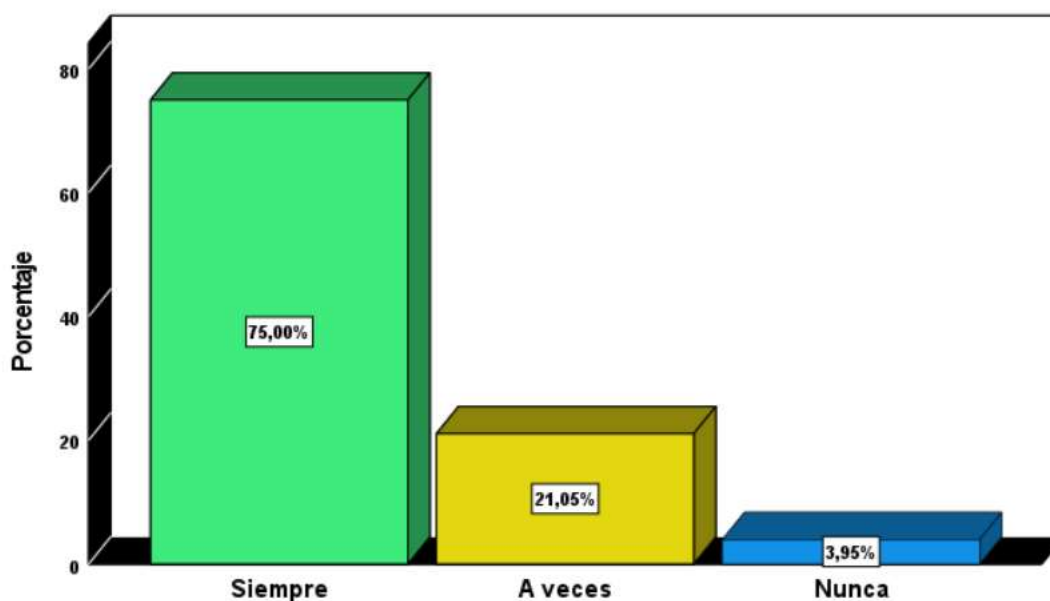
*El sistema de información cuenta con seguridad de acceso*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N° 3</b>	Siempre	57	75,00
	A veces	16	21,05
	Nunca	3	3,95
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 6**

*El sistema de información cuenta con seguridad de acceso*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (75.00%) considera que el sistema de información siempre cuenta con seguridad de acceso, lo que refleja una percepción positiva generalizada sobre las medidas de seguridad implementadas. Sin embargo, un 21.05% que responde "a veces" y un 3.95% que responde "nunca" sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras para garantizar que todos los usuarios perciban la seguridad de acceso de manera constante y sin problemas.

**Tabla 13**

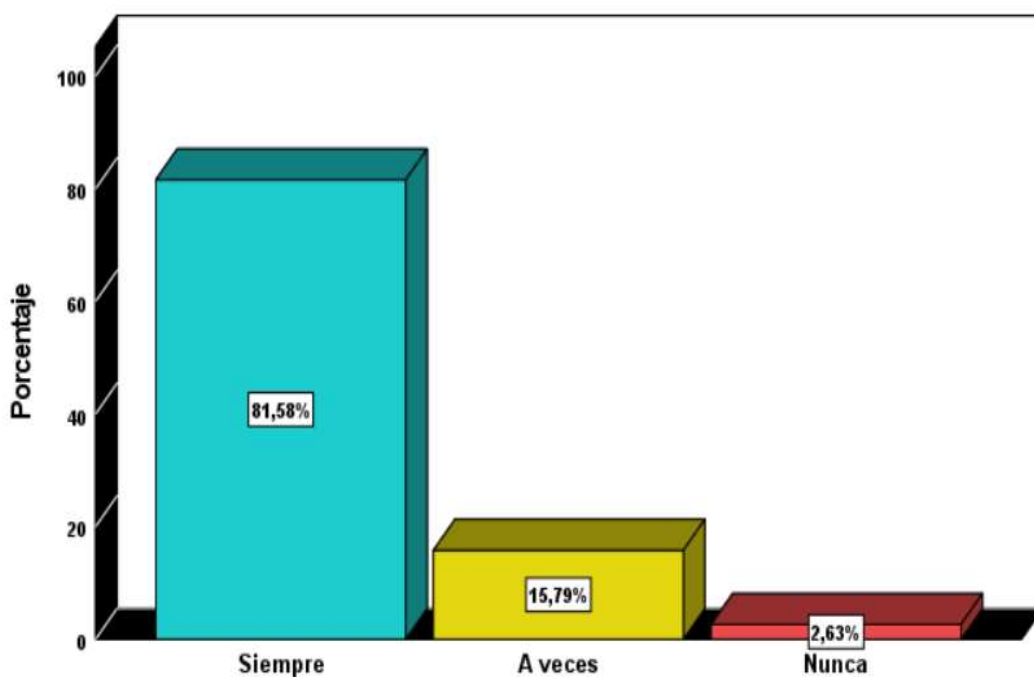
*Es sencillo el proceso de venta con el sistema de información*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM</b> <b>N° 4</b>	Siempre	62	81,58
	A veces	12	15,79
	Nunca	2	2,63
	Total	76	100,0

*Fuente: (Elaboración propia, 2024)*

**Figura 7**

*Es sencillo el proceso de venta con el sistema de información*



*Fuente: (Elaboración propia, 2024)*

**Conclusión:** Una mayoría significativa de los usuarios (81.58%) considera que el proceso de venta con el sistema de información es siempre sencillo, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la facilidad de uso del sistema en el contexto de ventas. No obstante, un 15.79% de los usuarios que indica que el proceso es sencillo solo a veces y un 2.63% que indica que nunca es sencillo, sugieren que existen áreas de mejora.

**Tabla 14**

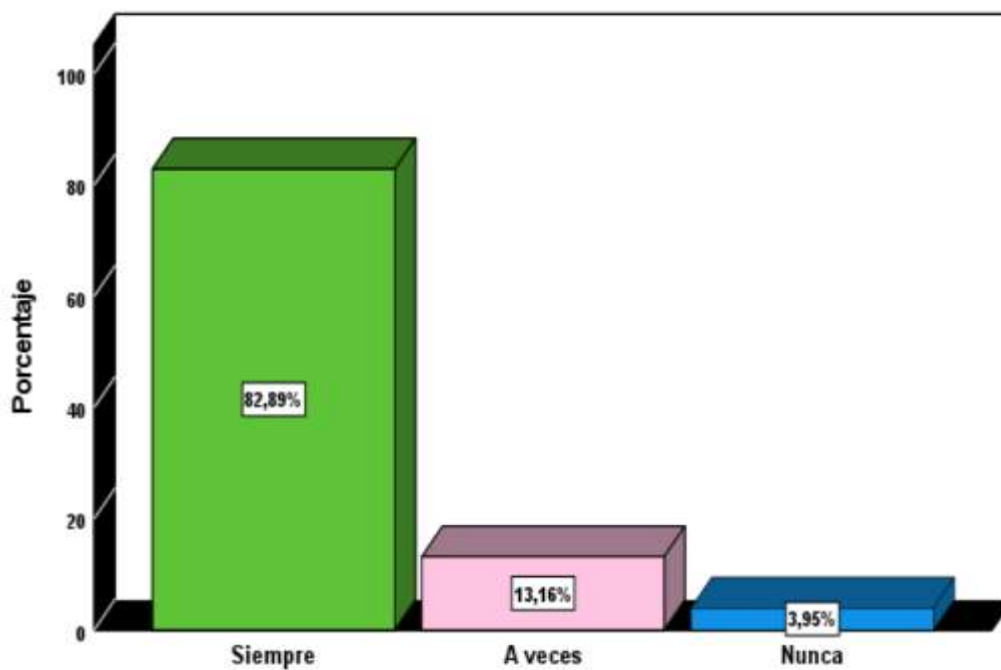
*Sub formulario de sistema de información es fácil de utilizar*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM</b> <b>N° 5</b>	Siempre	63	82,89
	A veces	10	13,16
	Nunca	3	3,95
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 8**

*Sub formulario de sistema de información es fácil de utilizar*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (82.89%) considera que siempre es fácil utilizar el subformulario del sistema de información, lo que refleja una percepción positiva generalizada sobre la usabilidad de esta función. Sin embargo, el 13.16% que indica que a veces es fácil y el 3.95% que indica que nunca es fácil sugieren que existen áreas de mejora en términos de usabilidad.

**Tabla 15**

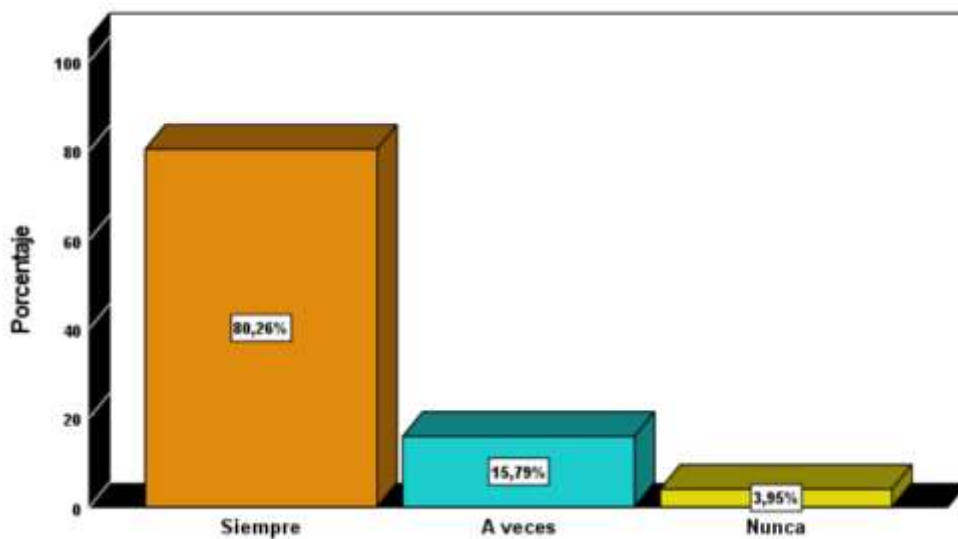
*Con el sistema de información los datos se manejan organizado*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N° 6</b>	Siempre	61	80,26
	A veces	12	15,79
	Nunca	3	3,95
	Total	76	100,0

*Fuente: (Elaboración propia, 2024)*

**Figura 9**

*Con el sistema de información los datos se manejan organizado*



*Fuente: (Elaboración propia, 2024)*

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (80.26%) considera que siempre los datos se manejan organizados con el sistema de información, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la capacidad del sistema para mantener una estructura ordenada de la información. Sin embargo, el 15.79% que indica que a veces los datos se manejan organizados y el 3.95% que indica que nunca lo están sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras en términos de organización de datos.

**Tabla 16**

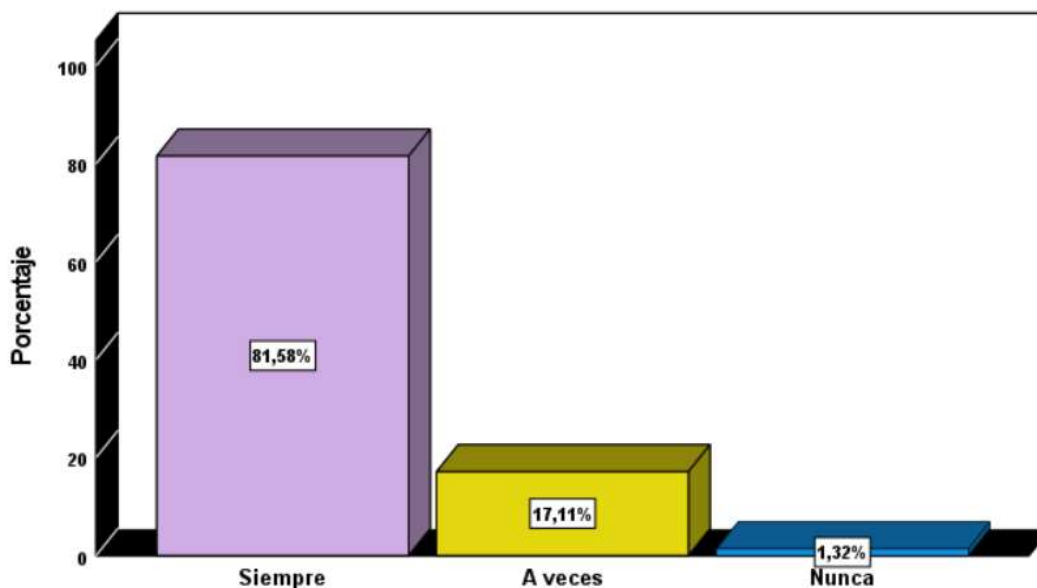
*El sistema de información brinda facilidad de búsqueda y registro de informaciones*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N° 7</b>	Siempre	62	81,58
	A veces	13	17,11
	Nunca	1	1,32
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 10**

*El sistema de información brinda facilidad de búsqueda y registro de informaciones*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (81.58%) considera que siempre el sistema de información brinda facilidad de búsqueda y registro de informaciones, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la efectividad y eficiencia del sistema en estos aspectos. Sin embargo, el 17.11% que indica que a veces experimentan dificultades y el 1.32% que indica que nunca encuentran facilidad, sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras para asegurar una experiencia consistente y óptima para todos los usuarios.

**Tabla 17**

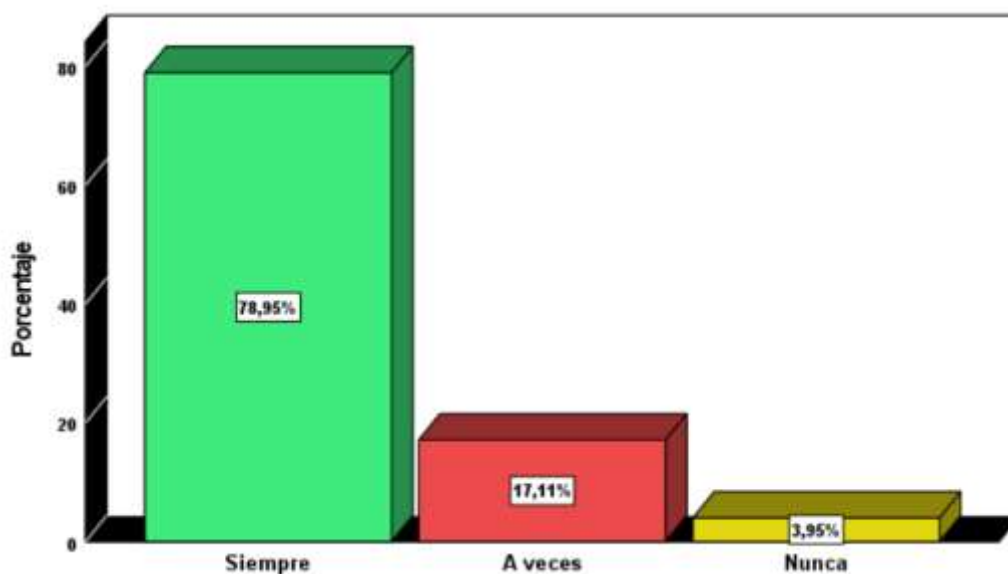
*Con el sistema de información se gestiona una atención rápida a los clientes*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM</b> <b>N° 8</b>	Siempre	60	78,95
	A veces	13	17,11
	Nunca	3	3,95
Total		76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 11**

*Con el sistema de información se gestiona una atención rápida a los clientes*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (78.95%) considera que siempre el sistema de información gestiona una atención rápida a los clientes, lo que refleja una percepción positiva sobre la eficacia del sistema en este aspecto. Sin embargo, el 17.11% que indica que a veces se experimentan demoras y el 3.95% que indica que nunca se logra una atención rápida sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras en términos de eficiencia y velocidad en la atención.

**Tabla 18**

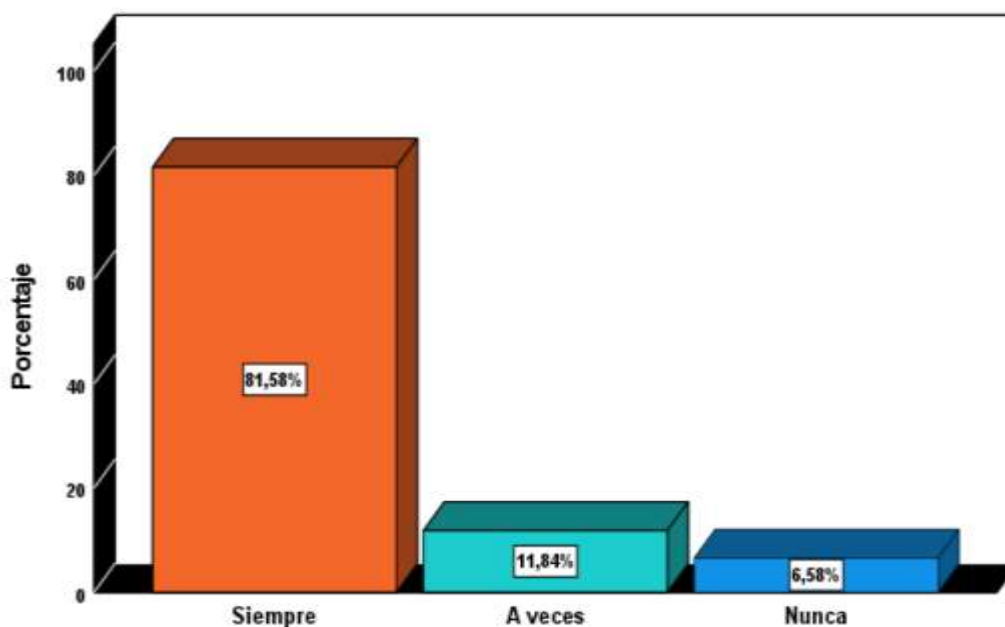
*Emisión de reportes con el sistema de información es sencilla*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N° 9</b>	Siempre	62	81,58
	A veces	9	11,84
	Nunca	5	6,58
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 12**

*Emisión de reportes con el sistema de información es sencilla*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (81.58%) considera que siempre la emisión de reportes con el sistema de información es sencilla, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la facilidad de generar informes. Sin embargo, el 11.84% que indica que a veces puede haber dificultades y el 6.58% que indica que nunca es sencillo, sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras para asegurar una experiencia consistente y óptima en la generación de reportes.

**Tabla 19**

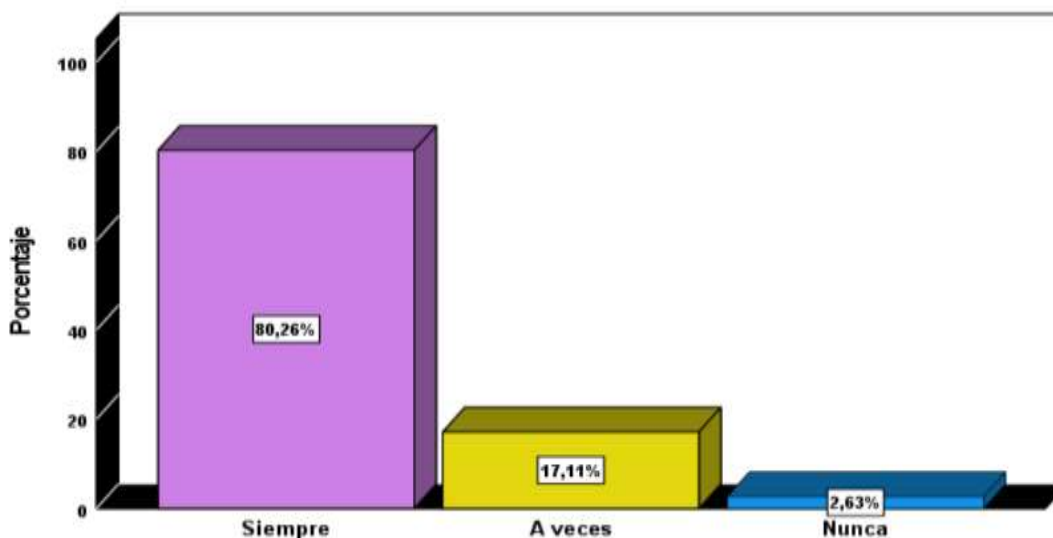
*La emisión de proformas a los clientes es de manera oportuna con el sistema*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM</b> <b>N°10</b>	Siempre	61	80,26
	A veces	13	17,11
	Nunca	2	2,63
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 13**

*La emisión de proformas a los clientes es de manera oportuna con el sistema*

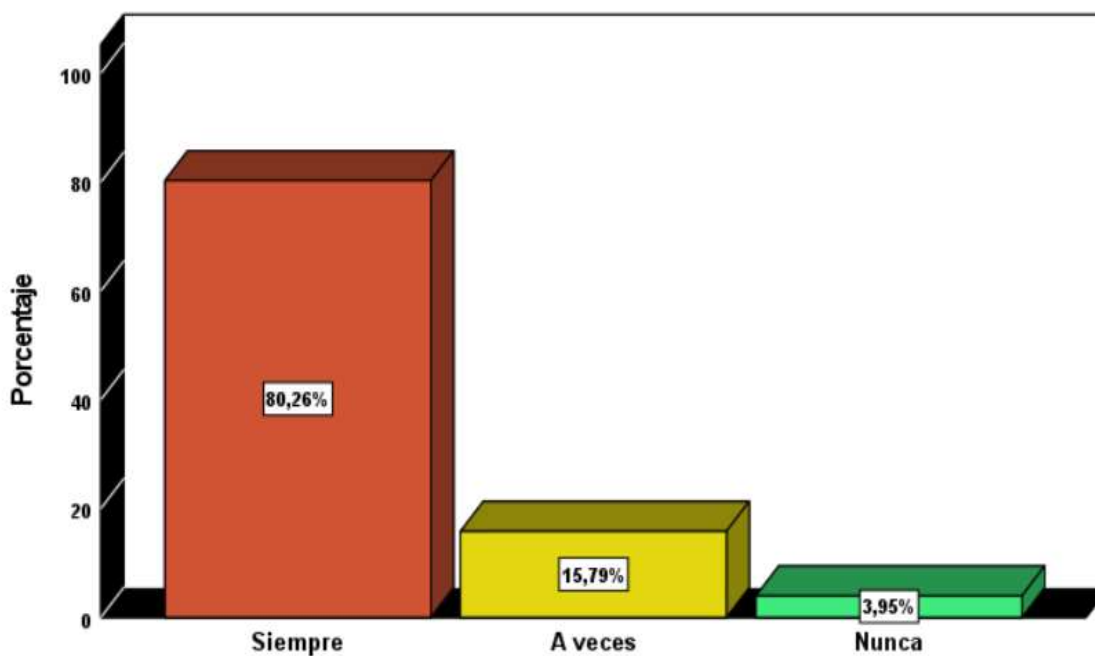


*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (80.26%) considera que siempre la emisión de proformas a los clientes es oportuna con el sistema de información, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la rapidez y oportunidad en este proceso. Sin embargo, el 17.11% que indica que a veces puede haber demoras y el 2.63% que indica que nunca es oportuna, sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras para asegurar una emisión de proformas ágil y oportuna en todo momento.

**Tabla 20***Generación de comprobantes de pago es inmediata con el sistema*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM</b> <b>N° 11</b>	Siempre	61	80,26
	A veces	12	15,79
	Nunca	3	3,95
Total		76	100,0

*Fuente: (Elaboración propia, 2024)***Figura 14***Generación de comprobantes de pago es inmediata con el sistema**Fuente: (Elaboración propia, 2024)*

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (80.26%) considera que siempre la generación de comprobantes de pago es inmediata con el sistema de información, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la rapidez en este proceso. Sin embargo, el 15.79% que indica que a veces puede haber demoras y el 3.95% que indica que nunca es inmediata, sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras para asegurar una generación de comprobantes de pago ágil y rápida en todo momento.

**Tabla 21**

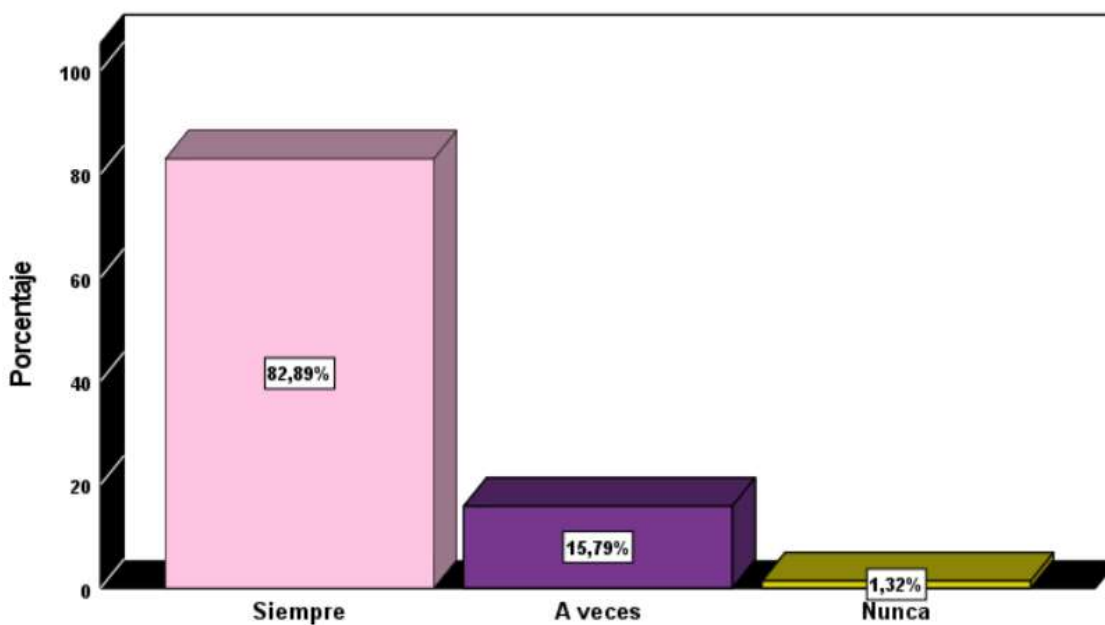
*Atención a los clientes con el sistema de información es rápido*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N°12</b>	Siempre	63	82,89
	A veces	12	15,79
	Nunca	1	1,32
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 15**

*Atención a los clientes con el sistema de información es rápido*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (82.89%) considera que siempre la atención a los clientes es rápida con el sistema de información, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la eficiencia en este aspecto. Sin embargo, el 15.79% que indica que a veces puede haber demoras y el 1.32% que indica que nunca es rápida, sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras para asegurar una atención rápida y eficiente a los clientes en todo momento.

**Tabla 22**

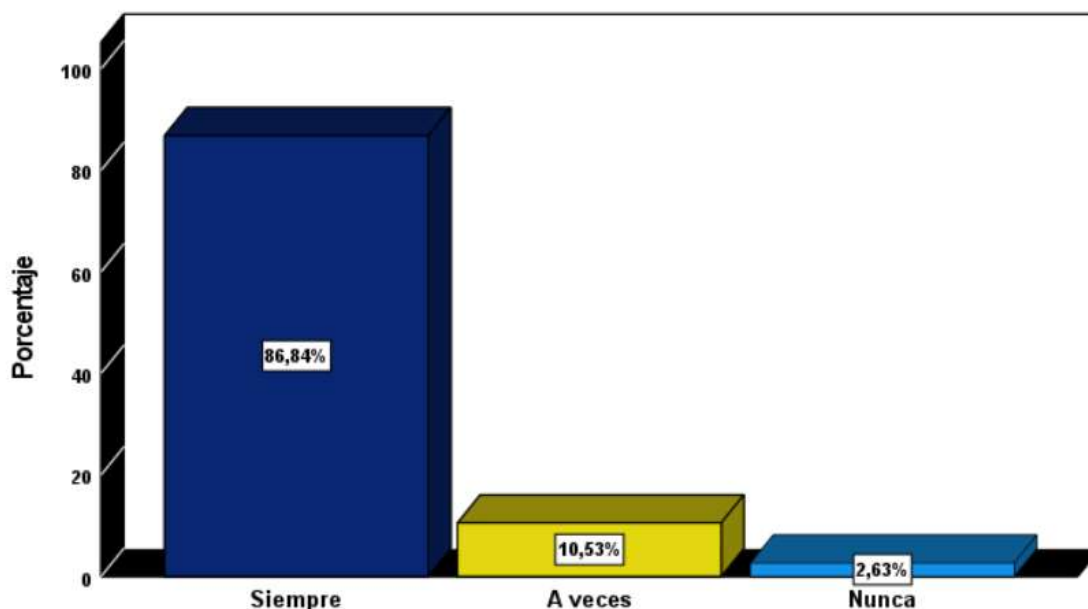
*La entrega de productos es oportuna con el sistema de información*

		Frecuencia	Porcentaje
<b>ITEM</b> <b>N° 13</b>	Siempre	66	86,84
	A veces	8	10,53
	Nunca	2	2,63
Total		76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 16**

*La entrega de productos es oportuna con el sistema de información*

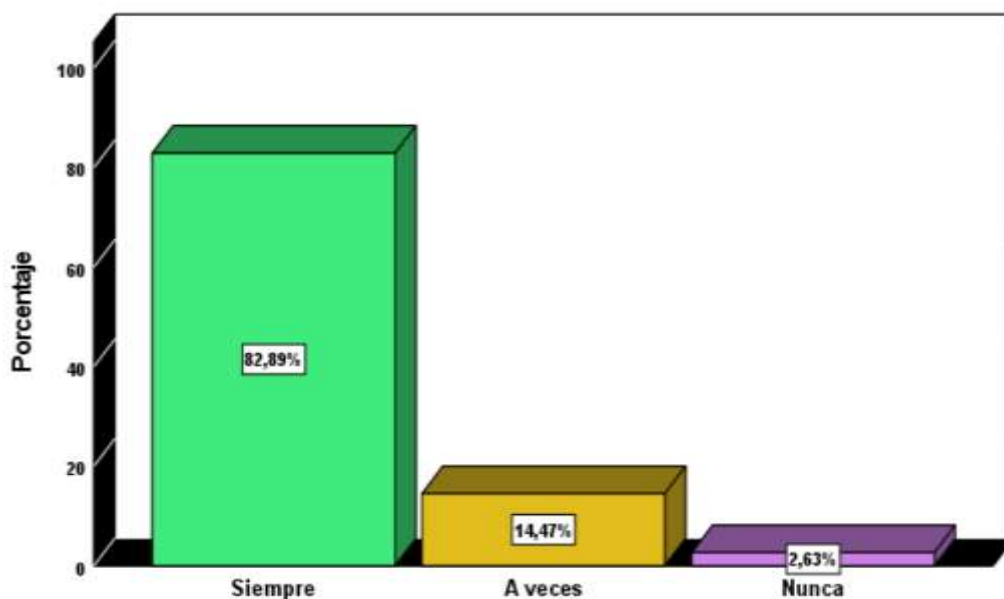


*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (86.84%) considera que siempre la entrega de productos es oportuna con el sistema de información, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la eficiencia en este aspecto. Sin embargo, el 10.53% que indica que a veces puede haber demoras y el 2.63% que indica que nunca es oportuna, sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras para asegurar una entrega oportuna y eficiente de productos en todo momento.

**Tabla 23***Despacho de productos es a tiempo con el sistema de información*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N° 14</b>	Siempre	63	82,9
	A veces	11	14,5
	Nunca	2	2,6
Total		76	100,0

*Fuente: (Elaboración propia, 2024)***Figura 17***Despacho de productos es a tiempo con el sistema de información**Fuente: (Elaboración propia, 2024)*

**Conclusión:** La mayoría de los usuarios (82.89%) considera que siempre el despacho de productos es a tiempo con el sistema de información, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la eficiencia en este aspecto. Sin embargo, el 14.47% que indica que a veces puede haber demoras y el 2.63% que indica que nunca es a tiempo, sugieren que existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras para asegurar un despacho puntual y eficiente de productos en todo momento.

**Tabla 24**

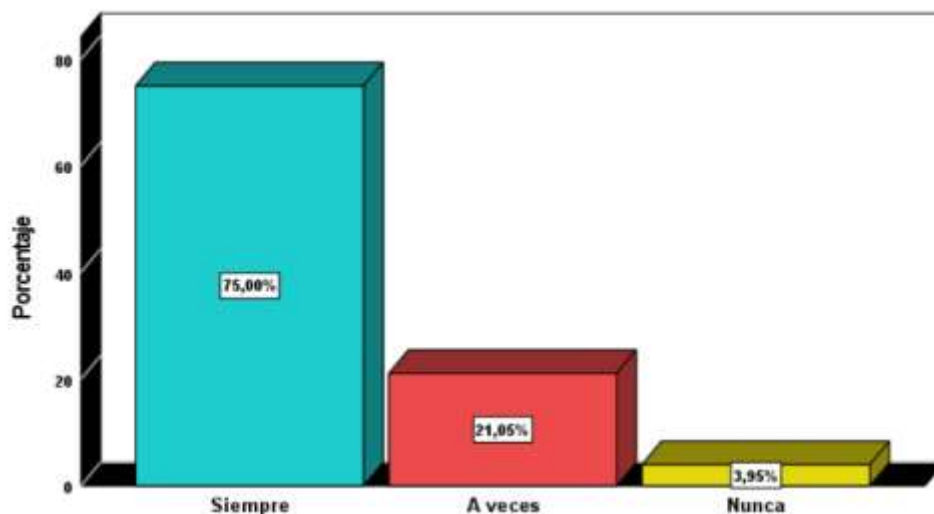
*La empresa contrata menos personales de ventas con el sistema de información*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N° 15</b>	Siempre	57	75,00
	A veces	16	21,05
	Nunca	3	3,95
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 18**

*La empresa contrata menos personales de ventas con el sistema de información*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La mayoría de los encuestados (75,00%) indicó que "siempre" perciben que el sistema de información ha permitido a la empresa contratar menos personal de ventas. Este resultado sugiere que el sistema es altamente efectivo en automatizar y optimizar las tareas de ventas, reduciendo la necesidad de personal adicional. Un 21,05% de los participantes respondió que "a veces" notan una reducción en la necesidad de contratar personal de ventas y un pequeño porcentaje (3,95%) afirmó que "nunca" perciben una reducción en la necesidad de contratar personal de ventas.

**Tabla 25**

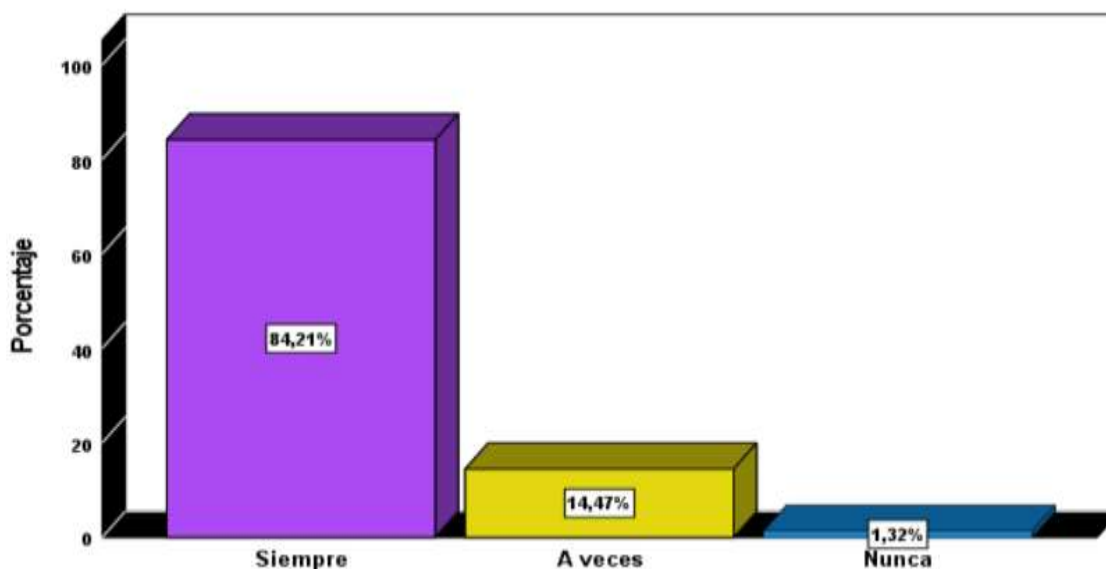
*Reduce costos administrativos de la empresa con el sistema de información*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM</b> <b>N° 16</b>	Siempre	64	84,2
	A veces	11	14,5
	Nunca	1	1,3
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 19**

*Reduce costos administrativos de la empresa con el sistema de información*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** La gran mayoría de los encuestados (84,21%) indicó que "siempre" perciben una reducción de costos administrativos con el uso del sistema de información. Este resultado sugiere que el sistema es altamente efectivo en lograr ahorros significativos y constantes en los costos administrativos. Un 14,47% de los participantes respondió que "a veces" notan una reducción de costos administrativos y un mínimo porcentaje (1,32%) afirmó que "nunca" perciben una reducción de costos administrativos.

**Tabla 26**

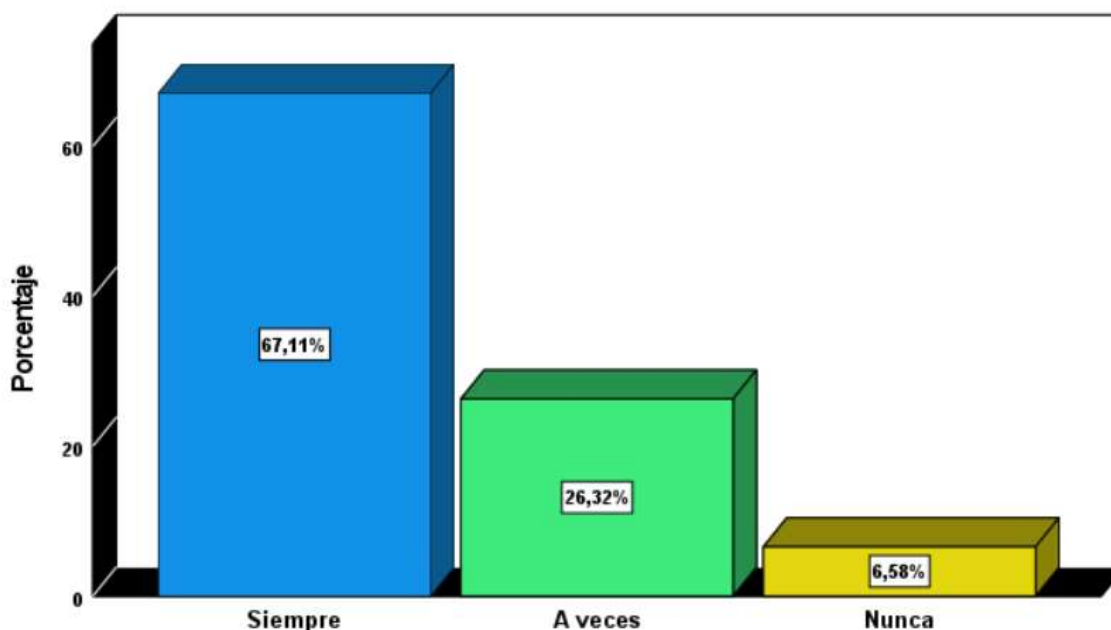
*La empresa optimiza tramites de comprobante de pago con el sistema de información*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N° 18</b>	Siempre	51	67,1
	A veces	20	26,3
	Nunca	5	6,6
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 20**

*La empresa optimiza tramites de comprobante de pago con el sistema de información*

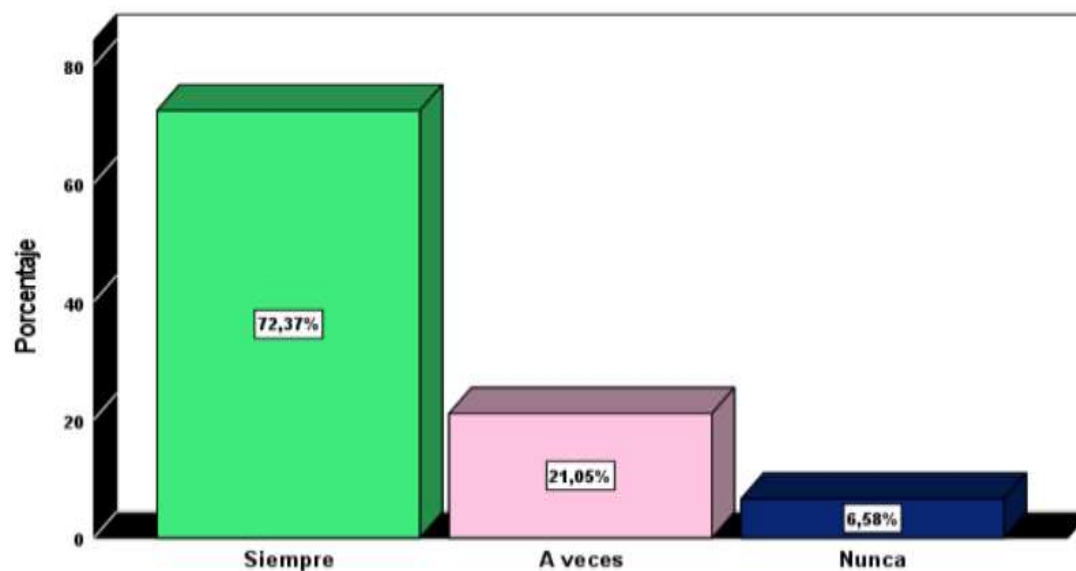


*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** El 67.11% de los encuestados indicó que el sistema de información siempre optimiza los trámites de comprobante de pago. Esto refleja una percepción positiva y consistente de que el sistema facilita y agiliza significativamente estos procesos en la empresa. El 26.32% mencionó que esto ocurre a veces y el 6.58% mencionan nunca.

**Tabla 27***Mejoro la atención de clientes con el sistema de información*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM N° 18</b>	Siempre	55	72,37
	A veces	16	21,05
	Nunca	5	6,58
Total		76	100,0

*Fuente: (Elaboración propia, 2024)***Figura 21***Mejoro la atención de clientes con el sistema de información**Fuente: (Elaboración propia, 2024)*

**Conclusión:** La mayoría de los encuestados (72,37%) indicaron que "siempre" perciben una mejora en la atención de clientes gracias al sistema de información. Este resultado sugiere que el sistema ha sido ampliamente eficaz y consistentemente percibido como una herramienta valiosa para mejorar la atención al cliente. Un 21,05% de los participantes mencionaron que "a veces" notan una mejora en la atención de clientes y un pequeño porcentaje (6,58%) de los encuestados afirmó que "nunca" perciben una mejora en la atención de clientes.

**Tabla 28**

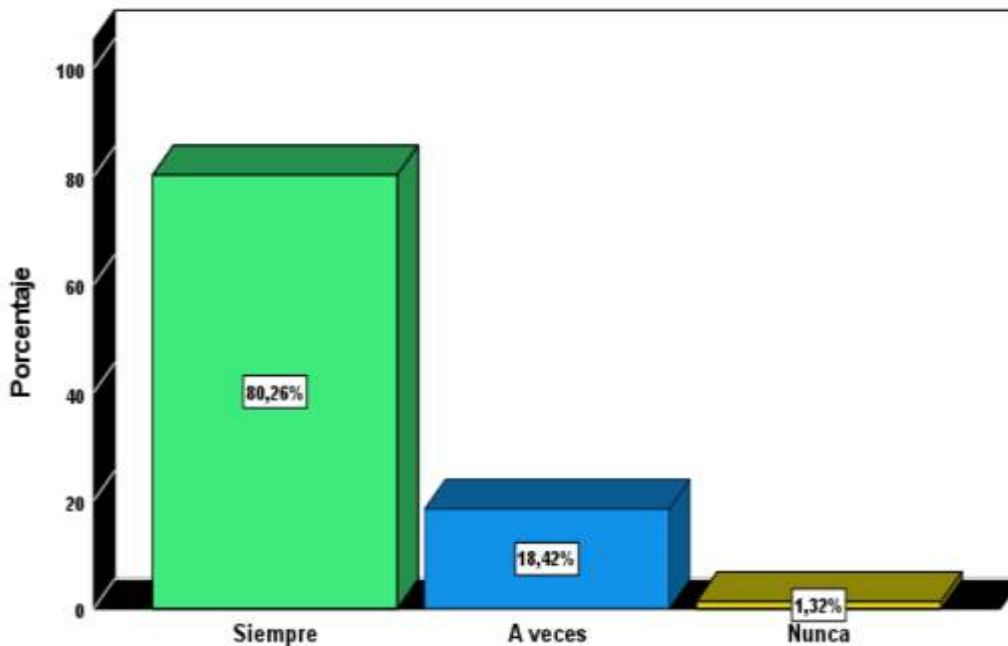
*Las prendas ingresan organizadamente a almacén de la empresa*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ITEM</b> <b>N° 19</b>	Siempre	61	80,26
	A veces	14	18,42
	Nunca	1	1,32
	Total	76	100,0

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Figura 22**

*Las prendas ingresan organizadamente a almacén de la empresa*



*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

**Conclusión:** El 80.26% de los encuestados indicó que las prendas siempre ingresan organizadamente al almacén. Esto sugiere una percepción muy positiva y consistente de que el sistema de información ha logrado establecer un proceso ordenado y eficiente para el ingreso de prendas al almacén. El 18.42% mencionó que esto ocurre a veces. Solo el 1.32% afirmó que las prendas nunca ingresan organizadamente al almacén.

## **4.2. Discusiones**

### ***4.2.1. En relación al objetivo general***

La implementación del sistema de información optimizó un 77,63% el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024, con un valor de  $p$  ( $p$ -valor) de 0.002 existiendo una diferencia significativa entre el sistema de información y el proceso de venta y considerando que el sistema de información guarda correctamente las informaciones de manera constante, lo que refleja una percepción positiva generalizada sobre la fiabilidad del sistema. Según los estudios de Anaya (2019), el establecimiento “PRENDAS DE VESTIR MODA” logró mejorar sus procesos de venta con el propósito de ofrecer un mejor servicio a sus clientes, aumentar la eficiencia del personal y mejorar la calidad en el manejo de la información. Estos datos son esenciales para que el administrador tome decisiones más informadas respecto a las ganancias del establecimiento. Asimismo, el sistema contribuye a la disminución de errores en los procesos de venta, por ello que coincide con Huamanñahui (2021) desarrolló una propuesta basada bajo la metodología de desarrollo de software RUP. Lo cual permitió el implemento de cada fase y disciplina con la que se logra asignar roles, tareas y responsabilidades a cada usuario dentro sistema, asegurando que el sistema web sea de calidad, factible y alineado.

### ***4.2.2. En relación a los objetivos específicos***

- La implementación del sistema de información optimizó un 82,89% la satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024, con un valor de  $p$  ( $p$ -valor) de 0.006 existiendo una diferencia significativa y considerando que siempre la atención a los clientes es rápida con el sistema de información, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la eficiencia en este aspecto también nuestra tesis influye de manera positiva con la tesis de Espinoza y Vallejos (2021) la correlación es altamente

significativa  $0.000 < 0,05$ , se acepta la hipótesis alterna, existe relación excelente entre la adquisición e implantación de un sistema web y la satisfacción del cliente en la mejora de la gestión de las ventas en la empresa OSITEC en el distrito de independencia el año 2021. Permitirá tener un ahorro de costo beneficio más que nada ahorrándonos el tiempo de desarrollo del sistema. Es por ello que coincide con Gonzáles y Vasquez (2022) logró identificar que la implantación del sistema web para el proceso de ventas para la satisfacción del cliente de la Botica “Niño Jesús” 2022, influye de manera significativa.

- La implementación del sistema de información optimizo un 80,26% la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L, con un valor de p (p-valor) de 0.009 existiendo una diferencia significativa y considerando que las prendas siempre ingresan organizadamente al almacén con una percepción muy positiva y consistente de que el sistema de información ha logrado establecer un proceso ordenado y eficiente para el ingreso de prendas al almacén influye positivamente con la tesis Reza (2020) obtuvo información rápida, confiable, instantánea, coherente, veraz, completa y relevante por la que el cliente manifieste su satisfacción plena con respecto a los productos. Es por ello que coincide con Gonzáles y Vasquez (2022) su implementación del sistema web en la” Botica Niño Jesús” redujo los tiempos de respuesta durante el procesamiento de datos, obteniendo información actualizada y mejorando la atención al cliente, los siguientes resultados significativos son: la reducción promedio de venta de manera 110 manual 308.02 segundo/venta a 171.17 segundos por venta con el sistema implementado. Por otro lado, se optimizó el tiempo en la emisión de comprobantes de un 78% a 57%

### 4.3. Contrastación de hipótesis

#### 4.3.1. Planteamiento de la hipótesis.

- **H<sub>1</sub>**: La implementación de un sistema de información optimizará significativamente el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.
- **H<sub>0</sub>**: La implementación de un sistema de información no optimizará significativamente el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

#### 4.3.2. Determinación del nivel de significancia

- Alfa = 95%.
- Error= 0.05

#### 4.3.3. Elección de la prueba estadística

La prueba de T-Student se empleó para validar la hipótesis de la investigación con un nivel de confianza del 95%.

#### 4.3.4. Cálculo del valor tabular

Los criterios utilizados para determinar la normalidad fueron:

- Si el valor p es mayor que el nivel de significancia  $\alpha$ , se acepta la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y se concluye que los datos provienen de una distribución normal.
- Si el valor p es menor que  $\alpha$ , se acepta la hipótesis alternativa (H<sub>1</sub>) y se concluye que los datos no provienen de una distribución normal.

Para evaluar la normalidad de la población, se aplicó la prueba Kolmogorov-Smirnov utilizando como estadístico de prueba la máxima diferencia entre las distribuciones.

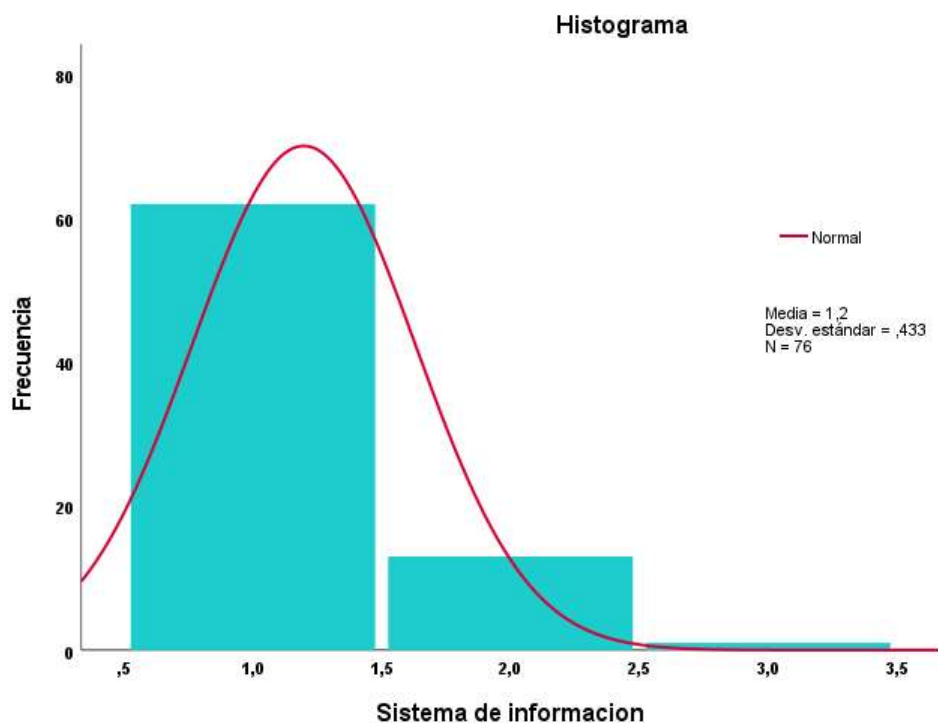
**Tabla 29***Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Sistema de información	,492	76	,985
Proceso de venta	,474	76	,456

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: (Elaboración propia, 2024)

En ambos casos, como el p-valor es mayor que el nivel de significancia (usualmente  $\alpha = 0.05$ ), se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se concluye que los datos provienen de una distribución normal.

**Figura 23***Pruebas de normalidad de la variable sistema de información web*

Fuente: (Elaboración propia, 2024)

**Tabla 30***Prueba T de Student*

	Diferencias emparejadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
				Inferior	Superior			
Sistema de información - Proceso de venta	-053	,539	,062	-,176	,071	,851	75	0,002

Fuente: (Elaboración propia, 2024)

Al tener un valor de p (p-valor) de 0.002, que es menor que el nivel de significancia usual de 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se concluye que hay una diferencia significativa entre el sistema de información y el proceso de venta en el aspecto analizado, validando la hipótesis de investigación; es decir la implementación de un sistema de información optimizo significativamente el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

#### 4.3.5. Contrastación de la hipótesis específica 1

- **H<sub>1</sub>:** La implementación de un sistema de información optimizará significativamente satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.
- **H<sub>0</sub>:** La implementación de un sistema de información no optimizará significativamente satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

#### ❖ Nivel de Significancia considerado

- Alfa = 95%.
- Error= 0.05

❖ **Para realizar la interpretación**

- Si el valor de  $T < 0.05$  = se rechaza  $H_0$
- Si el valor de  $T > 0.05$  = se rechaza  $H_1$

**Tabla 31**

*Prueba de T de Student sobre la hipótesis específica 1*

	Diferencias emparejadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
				Inferior	Superior			
<b>Sistema de información - Satisfacción del cliente</b>	,145	,725	,083	-,310	,021	1,741	75	0,006

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

El p-valor obtenido fue de 0.006, lo cual es menor que el nivel de significancia de 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se concluye que existe una diferencia significativa entre el sistema de información y la satisfacción del cliente según los datos analizados, validando la hipótesis de investigación; es decir la implementación de un sistema de información optimizo significativamente satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

**4.3.6. Contrastación de la hipótesis específica 2**

- **H<sub>1</sub>:** La implementación de un sistema de información optimizará significativamente la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024

- **H<sub>0</sub>:** La implementación de un sistema de información no optimizará significativamente la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024

❖ **Nivel de Significancia considerado:**

- Alfa = 95%.
- Error= 0.05

❖ **Para realizar la interpretación**

- Si el valor de  $T < 0.05$  = se rechaza H<sub>0</sub>
- Si el valor de  $T > 0.05$  = se rechaza H<sub>1</sub>

**Tabla 32**

*Prueba de T de Student sobre la hipótesis específica 2*

	Diferencias emparejadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
				Inferior	Superior			
<b>Sistema de información - Optimización de los recursos</b>	,013	,529	,061	-,134	,108	,217	75	0,009

*Fuente:* (Elaboración propia, 2024)

El p-valor obtenido fue de 0.009, lo cual es menor que el nivel de significancia de 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y se concluye que existe una diferencia significativa entre el sistema de información y la optimización de los recursos según los datos analizados, validando la hipótesis de investigación; es decir la implementación de un sistema de información optimizo significativamente la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

1. La implementación del sistema de información optimizó un 77,63% el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024, con un valor de p (p-valor) de 0.002 existiendo una diferencia significativa entre el sistema de información y el proceso de venta y considerando que el sistema de información guarda correctamente las informaciones de manera constante, lo que refleja una percepción positiva generalizada sobre la fiabilidad del sistema.
2. La implementación del sistema de información optimizó un 82,89% la satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024, con un valor de p (p-valor) de 0.006 existiendo una diferencia significativa y considerando que siempre la atención a los clientes es rápida con el sistema de información, lo que indica una percepción positiva generalizada sobre la eficiencia en este aspecto.
3. La implementación del sistema de información optimizó un 80,26% la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L., con un valor de p (p-valor) de 0.009 existiendo una diferencia significativa y considerando que las prendas siempre ingresan organizadamente al almacén con una percepción muy positiva y consistente de que el sistema de información ha logrado establecer un proceso ordenado y eficiente para el ingreso de prendas al almacén.

## **5.2. Recomendaciones**

- 1.** Esta investigación deberá estar al alcance de todos los trabajadores de la tienda prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L., de esta manera se mantendrán al tanto de todo lo que se propone llevar a cabo y cualquier duda poder ser resuelta.
- 2.** Capacitar a todo el personal de trabajo el uso del sistema de sistema para que estén todos preparados ante la necesidad que ocurra algún percance con el principal responsable del sistema de información, así resultara beneficiario ya que obtendrán un mayor conocimiento el uso de sistema de información de la Corporación MARUSA E.I.R.L.
- 3.** La relación entre el gerente y trabajador de la Corporación MARUSA E.I.R.L. debe ser transparente y profesional, con esto se garantizará el mejor manejo de sistema de información y la confianza de trabajar conforme.

## Referencias

- Aldana, D., y Gómez, D. (2020). *Diseño, Desarrollo E Implementación de un Sistema de Ventas en Línea para la Empresa Oran-ING. [ Tesis de Pregrado, Universidad Piloto de Colombia]*.  
[http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6850/Proyecto%20Grado%20Fockus%20Software%20-%20Oran\\_ing.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6850/Proyecto%20Grado%20Fockus%20Software%20-%20Oran_ing.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Álvarez, M. (2007). *Mi consejo de Administración*. México: Panorama S.A. .
- Anaya, J. L. (2019). *Sistema de software para la mejora de ventas del establecimiento "prendas de vestir moda" de la ciudad de Lima. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]*. <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/1690>.
- Arias, F. (2012). *Introducción a la metodología científica*. Venezuela: Episteme.
- Ayala, E., y Gonzales, S. (2015). *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Lima: UIGV.
- Catagña, J. D., y Torres, M. F. (2022). *Análisis y desarrollo de un sistema informático, para la web, que gestione la venta y distribución de artículos de la tienda virtual Store\_Valentina. [Tesis de Pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]*.  
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/22189>.
- Celis, L. M. (2022). *Influencia de la implementación de un sistema de información en el proceso de gestión de ventas de una empresa maderera, Cajamarca, 2022. [Tesis de Pregrado, Universidad Privada de Norte]*.  
[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33777/TESIS%20FINAL%20Leyde%209%20de%20abril%20%281%29\\_PDF\\_PARCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33777/TESIS%20FINAL%20Leyde%209%20de%20abril%20%281%29_PDF_PARCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Cohen, D., y Asín, E. (2009). *Tecnologías de información en los negocios Quinta edición*. México: McGraw-Hill.

- Costal , C. (2006). *Introducción al diseño de bases de datos*. Barcelona.
- Cuesta, M. (2009). *Introducción al muestreo*. España: Universidad de Ovideo.
- De La Parra, E. (2003). *Estrategias de Ventas y Negociación*. México: Panorama Editorial S.A.C.
- Domínguez, A. (2012). *Análisis de Sistemas de Información*. México: Tlalnepantla.
- Espinoza, W. V., y Vallejos , M. (2021). *Implantación de un Sistema Web Para Mejorar la Gestión de Ventas en la Empresa OSITEC en el Distrito de Independencia el Año 2021*. [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias e Informática].  
[https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/790/TESIS%20-%20ESPINOZA\\_VALLEJOS\\_2023\\_12.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/790/TESIS%20-%20ESPINOZA_VALLEJOS_2023_12.pdf?sequence=3&isAllowed=y).
- Fernández, V. (2006). *Desarrollo de sistemas de información: una metodología basada en el modelado*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.
- García, L. (2011). *Ventas*. España: Esic .
- González, W., y Vasquez, J. F. (2022). *iseño e implementación de un sistema web para el proceso de ventas y facturación electrónica en la Botica "Niño Jesús" Chota, 2022*. [Tesis de Pregrado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo].  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/2959>.
- Green, C. (2007). *Ventas basadas en la Confianza* . España.: Gestión SAC.
- Hernández, S., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Huamánahui, E. (2021). *Sistema web para la optimización de la gestión de ventas de una empresa comercializadora en Lima, 2021*. [Tesis de Pregrado, Universidad Norbert Wiener].  
[https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/5544/T061\\_70021798\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/5544/T061_70021798_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

- Kendall, J., y Kendall, E. (2011). *Analisis y Diseno de Sistemas*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson.
- Maldonado, C. A. (2012). *Bases de Datos*. Mexico: Grupo Editor Argentino S.A.
- Marques, M. (2011). *Bases de datos*. España: Universitat Jaume.
- Peralta, M. (2008). *Sistema de información*. Argentina: HILL.
- Reza, F. (2020). *Propuesta de un sistema de información de ventas para mejorar la satisfacción de los clientes en la empresa "FERRECONSTRUYE" EIRL-Huancayo. [Tesis de Pregrado, Universidad Continental]*.  
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/8699>.
- Ruiz, C. (2002). *Instrumentos de investigación educativa. Procedimientos para su diseño y validación*. Venezuela: CIDEG.
- Sabana, M. (2018). *Base de Datos con SQL server 2017*. Lima: Megabyte S.A.C.
- Salas, D. (23 de junio de 2021). *La encuesta y el cuestionario*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Summers, D. (2006). *Administración de la Calidad*. México: Pearson Prentice Hall.
- Thompson, I. (2005). *El Proceso de Venta*. España:  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/proceso-venta.htm>.
- Tocto, H. (2022). *Implementación de un sistema informático para mejorar el proceso de ventas en el Mini-Market Oscar Bagua Grande, 2021. [Tesis de Pregrado, Universidad Politécnica Amazonica]*. <https://repositorio.upa.edu.pe/handle/20.500.12897/148>.
- Valderrama, S. (2014). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: San Marcos.

Viscaino, F. A., y Gutiérrez, K. O. (2021). *Sistema de información web para el registro y control de alquiler de prendas de vestir de la microempresa Alquiler de trajes utilizando la arquitectura MVC con el Framework Laravel. [Tesis de Pregrado, Universidad Regional Autónoma de los Andes]*.  
<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/12166/1/TUAEXCOMSIS002-2021.pdf>.

# **Anexo**

## Anexo A: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p><b>General</b></p> <p>¿Cómo la implementación de un sistema de información optimiza el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Implementar un sistema de información para optimizar el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024</p>	<p><b>General</b></p> <p>La implementación de un sistema de información optimizará significativamente el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.</p>		<p><b>1. Tipo de investigación:</b> Aplicada</p> <p><b>2. Nivel de investigación:</b> Explicativo</p> <p><b>3. Diseño de investigación:</b> Pre Test y Post Test con un solo grupo.</p> <p style="text-align: center;"><b>Ge : O<sub>1</sub> → X → O<sub>2</sub></b></p>
<p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿Cómo la construcción de un sistema de información optimiza la satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024?</li> <li>▪ ¿Cómo la construcción de un sistema de información optimiza la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024?</li> </ul>	<p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Construir un sistema de información para optimizar la satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.</li> <li>▪ Construir un sistema de información para optimizar la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.</li> </ul>	<p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La construcción de un sistema de información optimizará significativamente la satisfacción del cliente en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.</li> <li>▪ La construcción de un sistema de información optimizará significativamente la optimización de los recursos en el proceso de venta de prendas de vestir de la Corporación MARUSA E.I.R.L. Lircay-2024.</li> </ul>	<p>V.I.(X): Sistema de información</p> <p>V.D.(Y): Proceso de venta</p>	<p><b>Donde:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Ge :</b> Es el grupo experimental donde se hará la investigación</li> <li>▪ <b>O<sub>1</sub> :</b>Pretest</li> <li>▪ <b>X :</b>Es el variable independiente</li> <li>▪ <b>O<sub>2</sub> :</b> Postest</li> </ul> <p><b>4. Población:</b> La población fue constituida por 95 personas entre administrativos y clientes de la Corporación MARUSA E.I.R.L. de Lircay.</p> <p><b>5. Muestra:</b> Como se conoce el valores de la población por ello se estableció el tamaño de la muestra como finita, aplicando la fórmula y el tamaño de muestra es de 76 personas de la Corporación MARUSA E.I.R.L. de Lircay .</p> <p><b>6. Tipo de muestreo:</b> Por conveniencia</p> <p><b>7. Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>8. Instrumento:</b> Cuestionario</p>

## Anexo B: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Medición	
V.I.(X):  Sistema de información	X.1. Operatividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ X.2.1. El sistema de información guarda correctamente las informaciones</li> </ul>	1. El sistema de información guarda correctamente las informaciones	<b>Escala:</b> Ordinal  <b>Medición:</b> Likert  1. Siempre 2. A veces 3. Nunca	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ X.2.2. Es fácil de acceder a los formularios del sistema de información</li> </ul>	2. Es fácil de acceder a los formularios del sistema de información		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ X.2.3. El sistema de información cuenta con seguridad de acceso</li> </ul>	3. El sistema de información cuenta con seguridad de acceso		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ X.2.4. Es sencillo el proceso de venta con el sistema de información</li> </ul>	4. Es sencillo el proceso de venta con el sistema de información		
	V.D.(Y):  Proceso de venta	X.2. Usabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ X.1.1. Sub formulario es fácil de utilizar</li> </ul>	5. Sub formulario de sistema de información es fácil de utilizar	15. La empresa contrata menos personales de ventas con el sistema de información
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ X.1.2. Los datos se manejan organizado</li> </ul>	6. Con el sistema de información los datos se manejan organizado	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ X.1.3. Brinda facilidad de búsqueda</li> </ul>	7. El sistema de información brinda facilidad de búsqueda y registro de informaciones	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ X.1.4. Gestiona una atención</li> </ul>	8. Con el sistema de información se gestiona una atención rápida a los clientes	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ X.1.5. Emisión de reportes</li> </ul>	9. Emisión de reportes con el sistema de información es sencilla	
		Y.1. Satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.1.1. Emisión de proformas</li> </ul>	10. La emisión de proformas a los clientes es de manera oportuna con el sistema	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.1.2. Generación de comprobantes</li> </ul>	11. Generación de comprobantes de pago es inmediata con el sistema	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.1.3. Atención a los clientes</li> </ul>	12. Atención a los clientes con el sistema de información es rápido	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.1.4. La entrega de productos</li> </ul>	13. La entrega de productos es oportuno con el sistema de información	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.1.5. Despacho de productos</li> </ul>	14. Despacho de productos es a tiempo con el sistema de información	
Y.2. Optimización de los recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.2.1. Contracción de menos personales</li> </ul>	16. Reduce costos administrativos de la empresa con el sistema de información			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.2.2. Reduce costos administrativos</li> </ul>	17. La empresa optimiza tramites de comprobante de pago con el sistema de información			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.2.3. Optimización de tramites de comprobante</li> </ul>	18. Mejoro la atención de clientes con el sistema de información			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.2.4. Mejoro la atención de clientes</li> </ul>	19. Las prendas ingresan organizadamente a almacén de la empresa			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Y.2.5. Organización a almacén</li> </ul>	19. Las prendas ingresan organizadamente a almacén de la empresa			

### Anexo C: Instrumento de recolección de datos

A continuación, sírvase leer las siguientes expresiones y responder, escribiendo sólo una (X) en el recuadro correspondiente, según la respuesta que considere conveniente

VARIABLES	Nº	ÍTEMS	ALTERNATIVAS		
			(1) Siempre	(2) A veces	(3) Nunca
		<b>X.1. Operatividad</b>			
	01	El sistema de información guarda correctamente las informaciones			
	02	Es fácil de acceder a los formularios del sistema de información			
	03	El sistema de información cuenta con seguridad de acceso			
	04	Es sencillo el proceso de venta con el sistema de información			
V.I.(X): Sistema de información		<b>X.2. Usabilidad</b>			
	05	Sub formulario de sistema de información es fácil de utilizar			
	06	Con el sistema de información los datos se manejan organizado			
	07	El sistema de información brinda facilidad de búsqueda y registro de informaciones			
	08	Con el sistema de información se gestiona una atención rápida a los clientes			
	09	Emisión de reportes con el sistema de información es sencilla			
		<b>Y.1. Satisfacción del cliente</b>			
	10	La emisión de proformas a los clientes es de manera oportuna con el sistema			
	11	Generación de comprobantes de pago es inmediata con el sistema			
	12	Atención a los clientes con el sistema de información es rápido			
	13	La entrega de productos es oportuno con el sistema de información			
	14	Despacho de productos es a tiempo con el sistema de información			
V.D.(Y): Proceso de venta		<b>Y.2. Optimización de los recursos</b>			
	15	La empresa contrata menos personales de ventas con el sistema de información			
	16	Reduce costos administrativos de la empresa con el sistema de información			
	17	La empresa optimiza tramites de comprobante de pago con el sistema de información			
	18	Mejoro la atención de clientes con el sistema de información			
	19	Las prendas ingresan organizadamente a almacén de la empresa			

## Anexo D: Síntesis del análisis de datos

Nº	V.I.(X): Sistema de información									V.D.(Y): Proceso de venta									
	X.1. Operatividad				X.2. Usabilidad					Y.1. Satisfacción del cliente					Y.2. Optimización de los recursos				
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2
4	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1
5	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1
7	3	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1
8	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1
9	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
10	2	1	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
14	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	3	1	1	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
18	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1
19	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	3	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
23	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
24	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
25	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
27	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2
29	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
34	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
40	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
41	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
42	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1
43	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	3	1	1	1	1	2





## Anexo E: Manual del sistema

El presente manual del usuario es un documento que proporciona instrucciones sobre cómo usar un sistema de información. Está diseñado para ayudar a los usuarios a comprender las funcionalidades del sistema, aprender a realizar tareas comunes y resolver problemas que puedan surgir.

### ❖ Ventana de identificación

En esta parte el responsable debe ingresar su usuario y clave para tener acceso al sistema de información, a continuación, nos muestra ventana de identificación del usuario.

Menu X

**MARUSA**  
CORPORACION

Ud. Tiene 20 Segundos para que Ingrese su Clave.  
IDENTIFICACIÓN

Usuario : MARAL

Clave : \*\*\*\*\*

Aceptar Cancelar

Venta de prendas de vestir para todas las temporadas de las mejores marcas

Av. Esmeralda s/n - Bellavista- Lircay - Hvea.

Fecha : 27/06/2024

Hora : 11:40 a.m.

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

### ❖ Ventana de administración registro de prendas de vestir

Nos permite administrar, visualizar registro de todas la prendas existentes en el almacén de la Corporación MARUSA E.I.R.L.

**PRODUCTOS**

Buscar categoría:

CODIGO	CATEGORIA
001	PRENDAS DE VESTIR
002	--

Buscar producto:  PRODUCTOS DE LA CATEGORIA: PRENDAS DE VESTIR

N°	PRODUCTOS	TALLA N°	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO COMPRA	PRECIO VENTA	FECHA ACTUALIZADA	STOCK
001	ABRIGOS	M	UNIDAD	95.00	95.00	27/06/2024	24
002	BLUSAS	M	UNIDAD	59.00	59.00	27/06/2024	12
003	CAMISAS	S	UNIDAD	2.50	2.50	20/01/2024	0
004	CASACAS	M	UNIDAD	130.00	130.00	27/06/2024	25
005	PANTALONES	35	UNIDAD	130.00	130.00	27/06/2024	10
006	TRAJES	M	UNIDAD	135.00	135.00	27/06/2024	25

### ❖ Ventana de administración de compras

Esta ventana nos permite administrar, visualizar registro de datos de los compras realizadas para actualizar Stock de alancen de Corporación MARUSA E.I.R.L.

**COMPRAS**

Buscar proveedores:

RUC	NOMBRES DE TIENDAS	DIRECCION
--	MARCELINA DE LA CRUZ LLACCTAHUAMAN	AV. ESMERALDO S/N - BELLAVISTA
--	ALICIA UNOCCANTONIO	AV. ESMERALDO S/N - BELLAVISTA

Buscar N° compra:  NOMBRE DE TIENDA PROVEEDORA: MARCELINA DE LA CRUZ LLACCTAHUAMAN

N° COMPRA	E.COMPRAS	TOTAL S/	CANTIDAD	NOMBRE DE PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	P. COMPRA	IMPORTE S/
000001	27/06/2024	14,060.00	20	PANTALONES	UNIDAD	130.00	2600
			30	CASACAS	UNIDAD	130.00	3900
			30	ABRIGOS	UNIDAD	95.00	2850
			25	TRAJES	UNIDAD	135.00	3375
			15	BLUSAS	UNIDAD	59.00	885

## ❖ Ventana de administración de ventas

Categoría:		PRODUCTOS EN ALMACEN							
N°	CLASIFICACION DE PRODUCTOS	STOKE	U. MEDIDA	PRODUCTO	TALLA	P. COMPRA	F. VENTA	FECHA	OBSERVACION
01 PRENDAS DE VESTIR									
14		UNIDAD	PANTALONES		30	130.00	130.00	27/06/2024	NORMAL
25		UNIDAD	CASACAS		M	130.00	130.00	27/06/2024	NORMAL
24		UNIDAD	ABRIGOS		M	95.00	95.00	27/06/2024	NORMAL
17		UNIDAD	TRAJES		M	135.00	135.00	27/06/2024	NORMAL
12		UNIDAD	BLUSAS		M	89.00	89.00	27/06/2024	NORMAL

Base: N° Venta:									
N° VENTA	FECHA	TOTAL VENTA	CANTIDAD	UNIDAD	MEDIDA	PRODUCTO	TALLA	PRECIO S/.	IMPORTE S/.
000002	27/06/2024	1,430.00	05	UNIDAD	CASACAS		M	130.00	650.00
			06	UNIDAD	PANTALONES		30	130.00	780.00
000001	27/06/2024	1,917.00	08	UNIDAD	TRAJES		M	135.00	1,080.00
			06	UNIDAD	ABRIGOS		M	95.00	570.00
			03	UNIDAD	BLUSAS		M	89.00	267.00

## ❖ Reporte de ventas

<b>27 06 2024</b>			
		<b>0001</b>	<b>000002</b>
<b>MARCELINA DE LA CRUZ LLACCTAHUAMAN</b>			
<b>AV. ESMERALDA S/N</b>			
06	PANTALONES	<b>130.00</b>	<b>780.00</b>
05	CASACAS	<b>130.00</b>	<b>650.00</b>
			<b>1,430.00</b>

<b>27 06 2024</b>			
		<b>0001</b>	<b>000001</b>
<b>ALICIA UNOCC ANTONIO</b>			
<b>AV. ESMERALDA S/N</b>			
03	BLUSAS	<b>89.00</b>	<b>267.00</b>
06	ABRIGOS	<b>95.00</b>	<b>570.00</b>
08	TRAJES	<b>135.00</b>	<b>1,080.00</b>
			<b>1,917.00</b>

## ❖ Reporte de ventas diarias

<b>REPORTE DE VENTAS DIARIAS</b>					Página N° : 1
Venta de prendas de vestir para todas las temporadas de las mejores marcas					Fecha : 27/06/2024
Av. Esmeralda s/n - Bellavista- Lircay - Hvca.					Hora : 5:42:19 PM
Intervalo de fecha de ventas : 27/06/2024 - 27/06/2024					
N°	FECHA	Nro.DOC	TIPO DOCUMENTO	APELLIDOS Y NOMBRES DEL CLIENTE	INGRESO S/.
01	27/06/2024	000002	BOLETA DE VENTA	MARCELINA DE LA CRUZ LLACCTAHUAMA	1,430.00
02	27/06/2024	000001	BOLETA DE VENTA	ALICIA UNOCC ANTONIO	1,917.00
<b>TOTAL INGRESO S/.</b>					<b>3,347.00</b>

## ❖ Reporte de control de existencia

		<b>CONTROL DE EXISTENCIAS</b>			Página N° : 1	
<b>PRODUCTO :</b>		<b>ABRIGOS - TALLA: M</b>		Fecha : 27/06/2024		
<b>INTERVALO DE FECHAS:</b>		<b>27/06/2024 - 27/06/2024</b>				
<b>EXISTENCIA ANTERIOR:</b>		<b>00</b>				
N°	FECHA	N°.DOC.	REFERENCIA	CANT.INGRESO	CANT.SALIDA	STOCK
01	27/06/2024	000001	ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS	30	00	30
02	27/06/2024	000001	VENTA DE PRODUCTOS	00	06	24