

**UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
E. P. DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA
INFORMÁTICO DE GESTIÓN DE VENTAS EN LA
MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA SUPERMERCADO MIX
S.R.L. HUÁNUCO, 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

TESISTAS:

Bach. Milagros Gonzales Ríos

Bach. Graciela Yamile Luna Espinoza

Bach. Deysi Yovana Melendez Ochoa

Asesor: Dr. Aurelio Simón Rosas

**HUÁNUCO – PERÚ
2017**

DEDICATORIA

Con mucho cariño, el trabajo de investigación lo dedico a mis queridos padres, quienes me dieron todo lo necesario para llegar a formarme como profesional en el campo de la Administración, así mismo por darme los buenos ejemplos de convivencia, respeto y cariño a mis semejantes, educarme con valores, que me permite afrontar con mucha fortaleza todos los retos que se me presenta en la vida y por sus sabios consejos que me han permitido siempre tomar decisiones adecuadas.

Graciela Yamile.

A Dios Todopoderoso por ser fuente inagotable de amor y sabiduría. A mis queridos padres, y hermanos, quienes son la motivación y estímulo para lograr mis metas, y son ellos quienes me ayudaron en todo lo necesario hasta ahora lograr mi superación personal y profesional, a pesar de las diferentes adversidades

Milagros.

Con mucho agrado, dedico el presente trabajo en primer lugar a Dios, por ser nuestro Padre Celestial, creador del Universo, luego a mis queridos padres por haberme dado la vida y familiares en general, quienes me dieron el aliento y apoyo permanente para lograr mis objetivos y metas. A todos ellos mi sinceros agradecimientos.

Deysi Yovana.

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Por su infinito amor que nos brinda día a día, por las oportunidades que nos otorga la naturaleza así como por las bendiciones para una buena convivencia entre los seres humanos, además por habernos dado los conocimientos, la salud y la fuerza a cada uno de nosotras para llegar a concluir nuestros estudios de pregrado en la carrera de Administración.

A nuestros padres:

Formulamos nuestro especial agradecimiento a nuestros padres por su gran amor que nos brinda, por su apoyo en nuestro proceso de formación como persona y profesionales, dándonos aliento, motivación y orientaciones para lograr nuestras diferentes metas y objetivos propuestos hasta ahora.

A nuestros hermanos y hermanas:

Por su apoyo moral y espiritual, por sus motivaciones y buen sentido del humor que muchas veces nos liberaron de las presiones y el estrés, gracias por su cariño, y ser parte de nuestras vidas.

A la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco

Por ser nuestra alma máter formadores en nuestra carrera profesional, y por habernos dado los recursos académicos durante cinco años en el claustro universitario, el cual permitió lograr nuestras aspiraciones y de egresar como profesionales.

A los docentes de la EP de Ciencias Administrativas de la UNHEVAL, que con sus conocimientos y experiencias nos alimentaron intelectualmente para la formación en la profesión y afrontar los de la vida, gracias a su buena calidad de enseñanza nos permite contribuir en la solución de problemas empresariales y en el desarrollo de la región y del país.

Graciela, Milagros y Deysi

ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Índice General	IV
Resumen	V
Introducción	7
I Problema de Investigación	11
1.1 Planteamiento del Problema	11
1.2 Formulación del Problema	13
1.3 Objetivos	13
1.4 Hipótesis	14
1.5 Variables	15
1.6 Justificación e Importancia	16
1.7 Viabilidad	18
1.8 Limitaciones	19
II Marco Teórico	20
2.1 Antecedentes de la Investigación	20
2.2 Bases Teóricas	23
2.3 Definición de términos básicos	23
III Marco Metodológico	60
3.1 Nivel de investigación	60
3.2 Tipo de investigación	60
3.3 Diseño de investigación	61
3.4 Métodos	62
3.5 Población y muestra	63
3.6 Muestras	64
3.7 Técnicas e instrumentos	65
3.8 Procesamiento y presentación de datos	66
IV Resultados	67
4.1 Resultados obtenidos de los trabajadores	41
4.2 Resultados obtenidos de los clientes	95
V Discusión de resultados	102
5.1 Discusión de resultados con los antecedentes	102
Conclusiones	105
Sugerencias	106
Bibliografía	107
Anexos	108

RESUMEN

El trabajo de investigación se ha realizado en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L. (Supermix), con la finalidad de describir los procedimientos comerciales que desarrollan en el proceso de ventas y de ellos determinar cuántos y cuáles han sido automatizados mediante la aplicación de un software a medida, al cual le denominamos sistema informático de gestión de ventas.

A nivel nacional la mayoría de las microempresas comerciales presentan deficiencias en su gestión empresarial, el cual es ocasionado por varias razones tanto en el aspecto administrativo, operacional, financiero y tecnológico; en nuestra ciudad contamos con el funcionamiento de la microempresa Supermix, el que está ubicado en el Jr. Tarapacá N° 550 de la ciudad de Huánuco, que se dedica a la comercialización de productos alimenticios de primera necesidad, que también no es ajeno a esta realidad, por tal razón a fin de mejorar su competitividad en el mercado ha visto por conveniencia incorporar el uso de la tecnología de información y comunicación en sus procesos comerciales, producto de ello ha sido la implementación de un sistema informático en la gestión de ventas, el cual ha permitido mejorar sus operaciones internas así como el servicio de atención a los clientes. Ante esta situación de mejora obtenida, los autores han pretendido describir las herramientas tecnológicas de información y comunicación empleadas en la organización mediante el desarrollo del trabajo de

investigación titulado como “Impacto de la aplicación de un Sistema Informático de Gestión de ventas en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L.”, el cual nos permitió describir los procedimientos administrativos que se desarrollan en la unidad de ventas y los procesos que fueron automatizados mediante la implementación del indicado software.

En el trabajo de investigación se ha formulado la siguiente interrogante principal: ¿Qué impacto se obtuvo en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L con la aplicación de un Sistema Informático en la Gestión de ventas en el año 2017?, el cual mediante la aplicación de las herramientas de observación, encuesta y entrevistas aplicados a los empleados y clientes de la empresa se ha logrado describir los procedimientos comerciales que fueron mejorados en el área de ventas mediante el software a medida aplicado, el cual se refleja en el mejor control de los ingresos, salidas de los productos, facturación de la ventas y mejor atención a los clientes. El sustento teórico y práctico del trabajo de investigación se basó en los conceptos fundamentales de las plataformas de diseño de sistemas informáticos, de base datos, así como de la mejora de procedimientos, mediante los conceptos del campo de la investigación de operaciones, el cual nos ha permitido conocer cómo funciona el sistema actual de los procesos de ventas en la microempresa. Por su nivel reúne las características de un estudio de nivel descriptivo, Se ha utilizado el método científico como método principal, y como secundarios a los métodos descriptivo.

Las técnicas que se utilizaron en el desarrollo del trabajo de investigación fueron las encuestas, las entrevistas y las observaciones.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, se ha realizado con la finalidad de obtener el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco. La investigación se titula: “Impacto de la aplicación de un Sistema Informático de Gestión de ventas en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L. Huánuco, 2017 “, el cual mediante los resultados obtenidos se muestran las características que disponen las microempresas del sector en estudio respecto a uso de los procesos y herramientas de marketing mediante los sistemas digitales y de la red de Internet, así mismo con el estudio se muestran los diferentes niveles de conexión y comunicación que se tiene con el clientes a través los portales web y las redes sociales que tienen en uso algunas microempresas; tratándose de una alternativa de publicidad que permite reducir costos en los servicios de información y cuyas plataformas (modelos tecnológicos de redes sociales) son de fácil uso, gratuitos y disponibles casi a nivel mundial, las mismas que deben ser aprovechadas por las MYPEs para mejorar sus sistemas de información y comunicación, posibilitando con ello lograr un mejor posicionamiento en el mercado local, regional y nacional.

El auge que ha ganado la red informática de Internet y la aplicación de sus servicios a nivel mundial ha permitido que las personas, empresas, organizaciones y gobiernos de países se comuniquen mejor en un contexto mundial, y que al ser gratuitas el uso de la plataforma

tecnológicas en dicho sistema, esté al alcance de la mayoría de la población. Actualmente las empresas privadas, siendo conscientes de la cobertura mundial de la red, están implementando y usando los servicios disponibles en la Internet, tales como la publicación de información electrónica en portales web, el uso de las redes sociales con plataformas informáticas, los correos electrónicos, entre otros; este hecho le permite tener ventaja a las organizaciones respecto a aquellas que no conocen, usan o implementan los servicios de Internet. En la ciudad de Huánuco, la gran mayoría de las microempresas, escasamente utilizan los sistemas de información basados en computadoras para sus fines comerciales y/o productivos, algunas microempresas usan los softwares básicos de ofimática tales como el Word y el Excel para apoyar a sus procesos comerciales. El trabajo de investigación realizado permitió describir los procedimientos comerciales de la Unidad de Ventas de la microempresa Supermix que fueron automatizados con la utilización de los sistemas informáticos.

En este sentido, la tesis se desarrolla en el siguiente orden:

PRIMER CAPÍTULO: Referido al Problema de investigación, su planteamiento y formulación, desarrollo de objetivos, hipótesis, variables, descripción de la justificación e importancia, viabilidad y limitaciones en el desarrollo de la Tesis.

SEGUNDO CAPÍTULO: Referido al Marco Teórico, que contiene los antecedentes de la Investigación, bases teóricas y definición de términos básicos.

TERCER CAPÍTULO: Referido al marco metodológico, contiene el nivel, tipo y diseño de investigación, métodos, población y muestra, técnicas e instrumentos, procesamiento y presentación de datos

CUARTO CAPÍTULO: Muestra los resultados del cuestionario aplicados a los trabajadores y clientes de la microempresa Supermix.

QUINTO CAPÍTULO: Contiene la discusión de resultados con los antecedentes y las hipótesis planteadas.

Y como término de la presente Tesis, se desarrolla las conclusiones, sugerencias y recomendaciones, además se señala la Bibliografía y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema.

Desde la década de los 70 del siglo pasado, aparecieron las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que fueron introduciéndose a los grandes negocios, por los años 90 con la masificación de las computadoras personales su cobertura fue mayor, logrando penetrarse en todo tipo de empresas, que transformaron la manera de trabajar y gestionar recursos, siendo un conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información (almacenar la información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes) que faciliten el proceso de procesamiento y control. Actualmente las TIC constituyen una herramienta clave y estratégica para hacer que el trabajo organizacional sea más productivo: agilizando las comunicaciones, mejorando los procesos y procedimientos, *facilitando el control*, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, etc. que permiten a las organizaciones y en particular a las empresas de negocios producir más cantidad, más rápido, de mejor calidad, y en menos tiempo.

Con la aparición de software especializado se permitió la agilización de trabajos específicos como el *proceso de control de las actividades*, gestiones de compra, etc., y la disminución de tiempo

para la realización; contribuyendo así al logro de los objetivos de la organización.

Con el avance de la tecnología, los sistemas de información y control para las actividades empresariales han ido evolucionando, simplificándose a la utilización de un software especializado en las diferentes unidades orgánicas de la empresa.

En la actualidad un sector representativo de las PYMES de nuestro mercado local está realizando esfuerzos para mejorar sus procesos de negocios mediante la aplicación de la Tecnología de Información y transformar los métodos tradicionales de trabajo.

Precisamente la microempresa Supermix ha dado un salto cualitativo en su forma de trabajo interno, al adquirir e implementar un sistema informática para la gestión de sus ventas comerciales, el cual automatiza los procedimientos comerciales.

Los objetivos fundamentales que planteó la empresa con la implementación del sistema informático fueron: el mejorar los procedimientos de compras y ventas, mejorar los costos de trabajo y mejorar el servicio de atención a los clientes.

Sin embargo la colectividad y los clientes de la ciudad, desconocen mayoritariamente la aplicación de la herramientas de la tecnología de información, el cual puede servir como modelo o referente para mejorar modelos de negocios iguales o similares, por ello es necesario conocer los procedimientos mejorados y la tecnología utilizada para tal fin.

1.2 Formulación del Problema.

Las interrogantes planteadas al iniciar el trabajo de investigación, en la formulación del problema fueron las siguientes:

Problema General

¿Qué impacto se obtuvo en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L (SuperMix) con la aplicación de un Sistema Informático en la Gestión de ventas en el año 2017?

Problemas Específicos

- ¿Qué procedimientos comerciales se realizan en el área de ventas de la microempresa SuperMix?
- ¿De qué forma se realizaban anteriormente los procedimientos de ventas en la microempresa SuperMix.
- ¿Qué procedimientos han sido automatizados en el área de Ventas con la aplicación del Sistema Informático en la microempresa SuperMix?
- ¿Qué beneficios se lograron en la Gestión de ventas con la aplicación de un Sistema Informático en la microempresa SuperMix?
- ¿Qué herramientas informáticas fueron necesarias para lograr la implementación de un Sistema Informático en la Gestión de ventas de la microempresa SuperMix?

1.3. Objetivos de la investigación

Al iniciar el trabajo de investigación, se han propuesto lograr los siguientes objetivos:

1.3.1. Objetivo General

Describir el impacto obtenido con la implementación de un Sistema Informático en la gestión de ventas de la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L (SuperMix) en el año 2017.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar que procedimientos comerciales se realizan en el área de Ventas de la microempresa SuperMix.
- Determinar la forma cómo se realizaban los procedimientos comerciales en el área de Ventas antes de la implantación del Sistema Informático en la gestión de ventas de la microempresa SuperMix.
- Determinar qué procedimientos fueron automatizados en el área de Ventas con la aplicación del Sistema Informático en la microempresa SuperMix.
- Describir los beneficios logrados en el área de ventas con la aplicación de un Sistema Informático de Gestión de ventas en la microempresa SuperMix.
- Determinar las herramientas informáticas que fueron necesarias para lograr la implementación de un Sistema Informático en la Gestión de ventas de la microempresa SuperMix.

1.4. Hipótesis.

Al iniciar el desarrollo del trabajo de investigación, se han planteado las siguientes hipótesis:

Hipótesis principal

La Implementación del Sistema Informático genera un impacto positivo en la Gestión de Ventas en la microempresa SuperMix.

Hipótesis específicas

- Mediante la implementación sistema informático de gestión de ventas, se logrará automatizar la totalidad de los procedimientos comerciales que se realizan en el área de Ventas de la microempresa SuperMix.
- Con la implementación del sistema informático de gestión de ventas se logran beneficios tanto para la empresa y se mejora el servicio de atención a los clientes.
- Para implementar el Sistema Informático de gestión de ventas en la microempresa SuperMix, serán necesarias adquirir recursos materiales y contratar recursos humanos relacionados a tecnología de la información.

1.5. Variables e indicadores

Variable Independiente

Sistema informático de gestión de ventas

Indicadores

- Desarrolladores
- Computadora y Periféricos,

- Redes
- Lenguaje de programación
- Aplicación Informática específica
- Base de datos
- Instalaciones eléctricas
- Aire acondicionado
- Mobiliarios
- Manual de usuario del sistema

Variable dependiente

Procedimientos de Gestión de ventas

Indicadores

- Registro de Ventas
- Facturación
- Devoluciones de compras
- Notas de crédito
- Registro de compras
- Registro de cotizaciones
- Control de pagos a proveedores
- Verificación y control de productos
- Registro de inventarios (Kardex)
- Registro de clientes
- Cuenta corrientes de clientes
- Registro de Proveedores
- Cuenta corriente de deudas a proveedores

1.6 Justificación e Importancia de la investigación

El presente trabajo de investigación se justificó en las siguientes razones:

Justificación teórica: El presente trabajo de investigación contó con la justificación teórica, debido a que las tecnologías de información y

comunicación están evolucionando conforme pasa el tiempo convirtiéndose en un factor de vital importancia en la transformación de la nueva economía global y en los rápidos cambios que están tomando lugar en la sociedad. En la última década, las nuevas herramientas tecnológicas de la información y la comunicación han producido un cambio profundo en la manera en que los individuos se comunican e interactúan en el ámbito de los negocios, y han provocado cambios significativos en la industria, la agricultura, la medicina, el comercio, la ingeniería y otros campos permitiendo transmitir, procesar y difundir información de manera instantánea. En el caso del presente trabajo de investigación: el software comercial aplicado a las ventas, se mide los aspectos mejorados la Gestión de Ventas de la microempresa SuperMix.

Justificación metodológica: El presente trabajo de investigación contó con la justificación metodológica, porque se aplicó los procedimientos establecidos en la investigación científica para lograr el objetivo planteado que fue de determinar el impacto que se genera al implementar un sistema informático en el área de Ventas de la microempresa SuperMix.

Justificación práctica: El presente trabajo de investigación contó con la justificación práctica, porque la aplicación permitió describir las mejores realizadas en los procedimientos administrativos de la unidad de ventas con la aplicación del Sistema Informático de la

microempresa SuperMix el cual ha permitido rapidez en la atención al usuario y reducción de costos en la microempresa..

Justificación social. El presente trabajo de investigación contó con la justificación social, debido a que permitió conocer y describir la mejora obtenida en calidad de servicio a los clientes de la microempresa SuperMix.

1.7 Viabilidad

El trabajo de investigación desarrollado, fue considerado viable por las siguientes razones:

a. Aspecto económico financiero

Para el desarrollo del proyecto de investigación propuesto, se contó con el presupuesto necesario los que fueron financiados con recursos propios de las Tesisistas.

b. Aspecto bibliográfico

Para la investigación del proyecto se contó con los libros, tesis y las fuentes bibliográficas publicadas en los portales web, que sirvieron como fuente de revisión permanente y con ello culminar satisfactoriamente el trabajo de investigación.

c. Aspecto temporal

El tiempo que se dispuso el equipo para realizar el trabajo de investigación fue de cuatro meses en tiempo parcial (los dos primeros meses estuvieron destinados al desarrollo teórico del trabajo y los dos meses siguientes al trabajo de campo).

d. Aspecto de accesibilidad

El trabajo de investigación contó con la autorización de la propietaria, para tener acceso a la fuente de información, así

mismo se contó con el apoyo de los trabajadores para ceder los datos necesarios mediante la encuesta y entrevista.

e. Capacidad humana

Para el desarrollo del trabajo de investigación, se contó con un equipo profesional, cuyos integrantes son: las egresadas de la E.P. de Ciencias Administrativas, responsables del trabajo de investigación y el docente asesor.

1.8 Limitaciones

Durante el desarrollo del trabajo de investigación se han encontrado las siguientes limitaciones:

a. Aspecto metodológico

Las integrantes del equipo de investigación tuvimos limitaciones respecto a los fundamentos teóricos y prácticos en el campo de la metodología de investigación, los que fueron superados con el apoyo permanente del docente asesor de tesis, mediante orientación adecuada para la finalización del trabajo de investigación.

b. Aspecto tecnológico

Para el desarrollo del trabajo de investigación, tuvimos deficiencias en la obtención del marco teórico relacionado al campo de Sistemas y Tecnología de Información, por lo que fue necesario recurrir a las consultas en profesionales especialistas en tecnología de información y comunicación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Investigación

El equipo de trabajo, ha realizado las indagaciones necesarias respecto a investigaciones similares o afines que han realizado otros autores en el campo de la publicidad digital; la búsqueda nos ha permitido encontrar trabajos de investigación, en universidades del país y del extranjero, el cual se enuncian a continuación:

1. Tesis titulada “El software GESPAN y sus implicancias en la gestión comercial de la pastelería bongos de la ciudad de Huánuco - 2014”, cuyos autores son Ortega Mazza, Wendy Cecilia y Dominguez Sarmiento, Jonathan, trabajo de investigación realizado para la obtención del Título Profesional de Licenciados en Administración en la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco, donde llegan a las siguientes conclusiones:

- Se logró diseñar y desarrollar un sistema informático el cual se denomina GESPAN, que permite mejorar y automatizar los procedimientos comerciales de la microempresa Pastelería “BONGOS”
- Se ha logrado mejorar el desarrollo de los procedimientos comerciales de la microempresa Pastelería “BONGOS”, mediante la automatización utilizado software, el cual permite

desarrollar las tareas y actividades con mayor rapidez, mejora de la productividad del personal, mejora en la calidad de atención al usuario.

- Se ha logrado una mejora sustancial el proceso de compras de productos desde los proveedores, mediante la utilización del Software GESPAN.
- Se ha logrado una mejora significativa en el control de los productos de almacén mediante el uso el Software GESPAN.
- Mediante la aplicación del Software GESPAN se ha logrado mejorar significativamente la elaboración de los diversos informes de la microempresa los cuales se usan para fines contables y para la toma de decisiones que adopta la propietaria respecto a las compras de los proveedores.
- Se ha logrado mejorar la calidad de atención a los clientes, dándole mayor rapidez en el proceso de ventas y entrega de los productos

2. Tesis titulada “Desarrollo de un sistema informático con patrones de diseño orientado a objetos aplicado al control de inventarios en la empresa TECNIZAP. 2004” cuya autora es LORENA LAZO, Jane Paul. Trabajo de investigación realizado para obtener el Título Profesional de: INGENIERO INDUSTRIAL en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima Perú, el tesista llegó a las siguientes conclusiones:

- Los patrones de diseño orientados a objetos, son una alternativa técnica para el desarrollo de sistemas de software, promoviendo la reutilización, y haciendo posible la modularidad de los sistemas de software.
 - El software desarrollado e Implementado en el área de Inventario de la Empresa Industrial “TECNIZAP” SAA, logró automatizar los procesos administrativos de la unidad, conduciendo a un ahorro significativo de tareas, reducción de costos y mejora en la producción de calzados.
 - Se ha experimentado mejoras en el rendimiento de los trabajadores de la unidad de Inventarios mediante la aplicación del sistema informático, el cual repercute en la mejora del proceso productivo de la empresa.
3. Tesis titulada “Diseño de los manuales de procedimientos para las áreas de compras y ventas de mercaderías de la Distribuidora AJ”, cuyo autores son Erika Beatriz Falquez León y Evelyn Annabel Paredes Hidalgo, trabajo realizado para la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil en el año 2014, donde concluyen los siguientes puntos:
- La empresa no cuenta con un manual de procedimientos de forma adecuada en donde se especifiquen todas las actividades de los procedimientos de las compras y ventas de la empresa.

- La empresa dispone de un reglamento general de organización y funciones, en los cuales se detallan de manera reducidas las funciones y actividades que deben realizar los empleados de la organización.
- Los trabajadores que se encuentran laborando en el área de ventas, conocen perfectamente sus funciones y las tareas de la unidad, por cuanto permanecen laborando por más de 3 años de antigüedad.
- Los procedimientos se realizan mediante libros contables y con el apoyo del software Excel. La hoja de cálculo Excel permite procesar los datos y resultado de manera eficientes
- La organización no dispone de un software específico para la unidad de ventas, razón por ello se tiene deficiencias en el procesamiento automático de los datos y la obtención de los resultados.

2.2. Bases Teóricas.

Este capítulo considera los conceptos generales sobre Internet, portales web, publicidad convencional y digital y Mypes.

2.2.1 Conceptos de sistemas

¿Qué es un sistema? De acuerdo a lo planteado por Tukey (2011), un sistema puede definirse simplemente como un grupo de elementos interrelacionados o que interactúan conformando un todo unificado. Muchos ejemplos de sistemas pueden encontrarse en las ciencias físicas y biológicas, en la

tecnología moderna y en la sociedad humana. De este modo, podemos hablar del sistema físico del Sol y sus planetas, el sistema biológico del cuerpo humano, el sistema tecnológico de una refinería de petróleo y el sistema socioeconómico de una organización empresarial. Sin embargo, el siguiente concepto genérico de sistema proporciona un marco más apropiado para describir los sistemas de información:

Un sistema es un grupo de componentes interrelacionados que trabajan en conjunto hacia una meta común mediante la aceptación de entradas y generando salidas en un proceso de transformación organizado. Este tipo de sistema (algunas veces llamado sistema dinámico) tiene los tres componentes o funciones básicos de interacción:

- La entrada comprende la captura y el ensamblaje de elementos que entran al sistema para ser procesados. Por ejemplo, las materias primas, la energía, los datos y el esfuerzo humano deben asegurarse y organizarse para procesamiento.
- El procesamiento incluye procesos de transformación que convierten las entradas en salidas. Por ejemplo, un proceso de manufactura, el proceso humano de respiración o los cálculos matemáticos.
- La salida abarca la transferencia de elementos que han sido generados por un proceso de transformación hasta su destino

final. Por ejemplo, los productos terminados, los servicios humanos y la información gerencial deben entregarse a sus usuarios humanos.

2.2.2 Concepto de Sistema de información

Un sistema de información es un conjunto de elementos orientados al tratamiento y administración de datos e información, organizados y listos para su uso posterior, generados para cubrir una necesidad u objetivo. Los elementos que componen un sistema de información son las personas, los datos, las actividades o técnicas de trabajo y los recursos materiales en general (generalmente recursos informáticos y de comunicación, aunque no necesariamente). Todos estos elementos interactúan para procesar los datos (incluidos los procesos manuales y automáticos) y dan lugar a información más elaborada, que se distribuye de la manera más adecuada posible en una determinada organización, en función de sus objetivos.

2.2.3 Componentes de un sistema de información

Un sistema de información depende de los recursos humanos (usuarios finales y especialistas en SI), hardware (máquinas y medios), software (programas y procedimientos), datos (bases de datos y de conocimiento) y redes (medios de comunicaciones y soporte de redes) para desempeñar actividades de entrada, procesamiento, salida, almacenamiento

y control que conviertan los recursos de datos en resultados de información.

Este modelo de sistema de información pone de relieve las relaciones entre los componentes y las actividades de los sistemas de información. Proporciona un marco que hace énfasis en cuatro conceptos principales que pueden aplicarse a todos los tipos de sistemas de Información:

- Las personas, el hardware, el software, los datos y las redes son los cinco recursos básicos de los sistemas de información.
- Los recursos de personas incluyen usuarios finales y especialistas en SI, los recursos de hardware se componen de máquinas y medios, los recursos de software incluyen tanto programas como procedimientos, los recursos de datos pueden incluir bases de datos y de conocimiento, y los recursos de redes incluyen medios de comunicaciones y redes.
- Los recursos de datos se transforman mediante actividades de procesamiento de información en una variedad de salidas de información para los usuarios finales.
- El procesamiento de información se compone de actividades de entrada, procesamiento, salida, almacenamiento y control.

a. Recursos de los sistemas de información

Nuestro modelo SI básico muestra que un sistema de información se compone de cinco recursos importantes: humanos, hardware, software, datos y redes. Analicemos brevemente varios conceptos y ejemplos básicos de los papeles que estos recursos desempeñan como componentes fundamentales de los sistemas de información. Usted podrá reconocer estos cinco componentes en juego en cualquier tipo de sistema de información que encuentre en el mundo real. En la figura 2.5 se resumen varios ejemplos de recursos y productos típicos de sistemas de información.

b. Recursos humanos

Las personas se requieren para la operación de todos los sistemas de información. Estos recursos humanos incluyen usuarios finales y especialistas en SI.

Los usuarios finales (también llamados usuarios o clientes) son personas que utilizan un sistema de información o la información que éste genera. Pueden ser contadores, vendedores, ingenieros, empleados de oficina, clientes o gerentes. La mayoría de nosotros somos usuarios finales de sistemas de información.

Los especialistas en SI son personas que desarrollan y operan sistemas de información: analistas de sistemas,

programadores, operadores de computadores y otro personal de SI gerencial, técnico y de oficina. En resumen, los analistas de sistemas diseñan sistemas de información con base en los requerimientos de información de los usuarios finales, los programadores preparan programas de computador con base en las especificaciones de los analistas de sistemas, y los operadores de computadores operan sistemas computacionales grandes.

c. Recursos de hardware

El concepto de recursos de hardware incluye todos los dispositivos físicos y materiales utilizados en el procesamiento de información. Específicamente abarca no sólo máquinas, como computadores y otros equipos, sino también todos los medios de datos, es decir, todos los objetos tangibles en los cuales se graban datos, desde hojas de papel hasta discos magnéticos. Entre los ejemplos de hardware en los sistemas de información basados en computadores están:

- Los sistemas de computador, que se componen de unidades de procesamiento central que contienen microprocesadores, y una variedad de dispositivos periféricos interconectados. Algunos ejemplos son los sistemas de microcomputadores, los sistemas de

computadores de rango medio y los grandes sistemas de computadores mainframe.

- Los periféricos del computador, que son dispositivos como el teclado o el mouse electrónico para la entrada de datos y comandos, una pantalla de video o impresora para la salida de información, y los discos magnéticos u ópticos para el almacenamiento de recursos de datos.

d. Recursos de software

El concepto de recursos de software incluye todas las series de instrucciones de procesamiento de información. Este concepto genérico de software incluye no sólo las series de instrucciones operacionales llamadas programas, que dirigen y controlan el hardware del computador, sino también las series de instrucciones de procesamiento de información que necesitan las personas, llamadas procedimientos.

Es importante entender que incluso los sistemas de información que no utilizan computadores tienen un componente de recurso de software. Esto es cierto aun para los sistemas de información de tiempos antiguos, o los sistemas de información manuales o respaldados por máquinas que todavía se utilizan en el mundo en la actualidad. Todos ellos requieren recursos de software en la forma de instrucciones procedimientos y de procesamiento

de información, con el fin de capturar, procesar y diseminar en forma apropiada la información a sus usuarios.

Los siguientes son ejemplos de recursos de software:

- Software de sistemas, como un programa de sistema operativo, que controla y respalda las operaciones de un sistema computacional.
- Software de aplicación, los cuales son programas que dirigen el procesamiento para un uso particular de computadores por parte de usuarios finales. Algunos ejemplos son un programa de análisis de ventas, un programa de nómina y un programa de procesamiento de palabras.
- Procedimientos, los cuales son instrucciones operacionales para las personas que utilizarán un sistema de información. Algunos ejemplos son las instrucciones para completar un formulario de papel o para usar un paquete de software.

e. Recursos de datos

Los datos son más que la materia prima de los sistemas de información. El concepto de recursos de datos ha sido ampliado por gerentes y profesionales de los sistemas de información. Ellos comprenden que los datos constituyen un recurso organizacional valioso. De esta forma, usted debe considerar los datos como recursos de datos que deben

manejarse en forma efectiva para beneficio de todos los usuarios finales en una organización.

Los datos pueden adoptar muchas formas, incluidos los datos alfanuméricos tradicionales, que se componen de números, letras y otros signos que describen transacciones comerciales y otros acontecimientos y entidades. Los datos de texto, que constan de oraciones y párrafos en las comunicaciones escritas; datos de imágenes, como formas gráficas y figuras; y los datos de audio, la voz humana y otros sonidos también son formas importantes de datos.

Los recursos de datos de los sistemas de información, por lo general, se organizan en:

- Bases de datos que tienen datos procesados y organizados.
- Bases de conocimiento que incluyen conocimiento sobre una variedad de formas como hechos, reglas y ejemplos de casos sobre prácticas empresariales exitosas.

Por ejemplo, los datos sobre transacciones de ventas pueden acumularse y almacenarse en una base de datos de ventas para posterior procesamiento que genere informes de análisis de ventas diarios, semanales y mensuales para la gerencia. Las bases de conocimiento las utilizan los sistemas gerenciales de conocimiento y los sistemas

expertos para compartir conocimiento y dar asesoría experta sobre temas específicos. Más adelante, en capítulos posteriores exploraremos estos conceptos.

2.2.4 Concepto de software

Tukey (2011) menciona: Que el software es el conjunto de los programas de cómputo, procedimientos, reglas, documentación y datos asociados que forman parte de las operaciones de un sistema de computación.

El término software fue usado por primera vez en este sentido Tukey (2011) en. En la ingeniería de software y las ciencias de la computación, el software es toda la información procesada por los sistemas informáticos: programas y datos.

Lehman y Belady (2010) mencionan: El análisis, el crecimiento y la evolución de varios sistemas software de gran porte; derivando finalmente, según sus medidas, las siguientes ocho leyes:

- Cambio continuo: Un programa que se usa en un entorno real necesariamente debe cambiar o se volverá progresivamente menos útil en ese entorno.
- Complejidad creciente: A medida que un programa en evolución cambia, su estructura tiende a ser cada vez más compleja. Se deben dedicar recursos extras para preservar y simplificar la estructura.

- Evolución prolongada del programa: La evolución de los programas es un proceso auto regulativo. Los atributos de los sistemas, tales como tamaño, tiempo entre entregas y la cantidad de errores documentados son aproximadamente invariantes para cada entrega del sistema.
- Estabilidad organizacional: Durante el tiempo de vida de un programa, su velocidad de desarrollo es aproximadamente constante e independiente de los recursos dedicados al desarrollo del sistema.
- Conservación de la familiaridad: Durante el tiempo de vida de un sistema, el cambio incremental en cada entrega es aproximadamente constante.
- Crecimiento continuado: La funcionalidad ofrecida por los sistemas tiene que crecer continuamente para mantener la satisfacción de los usuarios.
- Decremento de la calidad: La calidad de los sistemas software comenzará a disminuir a menos que dichos sistemas se adapten a los cambios de su entorno de funcionamiento.
- Realimentación del sistema: Los procesos de evolución incorporan sistemas de realimentación multiagente y multibucle y estos deben ser tratados como sistemas de realimentación para lograr una mejora significativa del producto.

2.2.5 Clasificación del software

Tukey (2011) menciona: “El software se clasifica de dos maneras:”

a) Clasificación del software de acuerdo al tipo de trabajo realizado.

Software de Sistema.- Colección de programas residentes en la computadora, este tipo de software resulta pieza esencial para el uso de la computadora y el desarrollo de más software, una definición más que podemos dar es que es una de las partes que permite el funcionamiento de la computadora, el objetivo del software de sistema es aislar tanto como sea posible al programador de aplicaciones de los detalles del computador particular que se use, especialmente de las características físicas de la memoria, impresoras, pantallas, teclados etc. El software de sistema son los programas básicos el cual controla a la computadora, también llamado sistema operativo el cual tiene tres grandes funciones: coordina y manipula el hardware del ordenador, como la memoria, las unidades de disco; organiza los archivos en diversos dispositivos de almacenamiento y gestiona los errores de hardware y del mismo software. Los sistemas operativos pueden ser de tarea única o multitarea. Los sistemas operativos de tarea única, los más primitivos, solo pueden manejar un proceso

en cada momento. Todos los sistemas operativos modernos son multitarea, esto quiere decir que puedes realizar varias acciones a la vez como por ejemplo mandar a imprimir y estar trabajando con otro documento o lo más usual estar navegando por internet y escuchar música.

Software de Aplicación.- El software de aplicación permite a los usuarios llevar a cabo una o varias tareas más específicas, en cualquier campo de actividad susceptible de ser automatizado o asistido, con especial énfasis en los negocios, también podemos decir que el software de aplicación son aquellos que nos ayudan a la elaboración de una determinada tarea, este tipo de software es diseñado para facilitar al usuario en la realización de un determinado tipo de trabajo. El software de aplicación resulta una solución informática para la automatización de ciertas tareas complicadas como puede ser la contabilidad y gestión de una organización, como ejemplo del software de aplicación podemos mencionar a la paquetería que nos ofrece Office de Microsoft (Word, Excel, One Note, etc.), Word Perfect, Lotus 123.

Software de Desarrollo.- El software de desarrollo recibe varios nombres, como software de programación o lenguaje de programación del software, en sí el software de desarrollo es cualquier lenguaje artificial que podemos utilizar para

definir una secuencia de instrucciones para su procesamiento por un ordenador. Es complicado definir qué es y que no es un software de desarrollo, generalmente se dice que la traducción de las instrucciones a un código que comprende la computadora deber ser completamente sistemática (sigue o se ajusta a un conjunto de reglas). El software de programación proporciona herramientas para ayudar al programados a escribir programas informáticos y a usar diferentes lenguajes de programación de forma práctica.

b) Clasificación del software de acuerdo al tipo de trabajo realizado.

Freeware: es un software de computadora que se distribuye sin cargo. A veces se incluye el código fuente, pero no es lo usual. El Freeware suele incluir una licencia de uso, que permite su redistribución pero con algunas restricciones, como no modificar la aplicación en sí, ni venderla, y dar cuenta de su autor. Programa computacional cuyo costo económico para el usuario final es cero, independiente de las condiciones de distribución y uso que tenga. Este tipo de software la mayoría son utilerías para realizar cierta tarea como el programa WinRar, el cual nos sirve para la compresión de un archivo.

Software Multimedia: Se refiere a los programas utilizados para presentar de una forma integrada textos, gráficos, sonidos y animaciones, este tipo de software es considerado como una nueva tecnología. Las ventajas que se le atribuyen al software multimedia es en la educación, especialmente en escuelas primarias, porque realizando presentaciones con software multimedia, los alumnos prestan más intención a la presentación realizada. Este tipo de software suele utilizarse para el desarrollo de proyectos específicos multimedios, utilizar software multimedia requiere de tiempo, capacidades, dedicación y recursos.

Software De Uso General: El software de uso general son aquellos que nos sirven para resolver problemas muy variados del mismo tipo, de muy diferentes empresas o personas, con adaptaciones realizadas por un usuario, ejemplos: procesadores de texto, manejadores de bases de datos, hojas de cálculo, etc.

Software de uso específico: Hablar de este tipo de software nos referimos al software desarrollado específicamente para un problema específico de alguna organización o persona, utilizar este software requiere de un experto en informática para su creación o adaptación, son los programas que usan las escuelas para registrar las calificaciones de los alumnos

y generar certificados, los que usan los bancos para el control de las cuentas, etc.

2.2.6 Funciones del software.

- Administrar los recursos de computacionales.
- Proporcionar las herramientas para optimizar estos recursos.
- Actuar como intermediario entre el usuario y la información almacenada.

2.2.7 Programas de software.

Programa: conjunto de argumentos o instrucciones para la computadora, almacenado en la memoria primaria de la computadora junto con los datos requeridos para ser ejecutado, en otras palabras hacer que las instrucciones sean realizadas por la computadora.

2.2.8 Ventajas del software.

- Se destina una parte importante de los recursos a la investigación sobre la usabilidad del producto.
- Se tienen contratados algunos programadores muy capaces y con mucha experiencia.
- El software propietario de marca conocida ha sido usado por muchas personas y es relativamente fácil encontrar a alguien que lo sepa usar.
- Existe software propietario diseñado para aplicaciones muy específicas que no existe en ningún otro lado más que con la compañía que lo produce.

- Los planes de estudios de la mayoría de las universidades del país tienen tradicionalmente un marcado enfoque al uso de herramientas propietarias y las compañías fabricantes ofrecen a las universidades planes educativos de descuento muy atractivos. De ahí que los recién egresados pueden comenzar su vida productiva utilizando estos productos de inmediato. No obstante, en los centros de estudio más prestigiados se observa un cambio en esta tendencia.
- Existe gran cantidad de publicaciones, ampliamente difundidas, que documentan y facilitan el uso de las tecnologías provistas por compañías de software propietario, aunque el número de publicaciones orientadas al software libre va en aumento. Dada la gigantesca participación del software de Microsoft en el mercado resulta importante dedicarle un apartado especial.
- El sistema operativo Windows (en sus diferentes variantes) se encuentra ya instalado en la gran mayoría de las máquinas que se encuentran trabajando en México. Siendo más notable en las computadoras de escritorio, no así en el lado del servidor, donde los diferentes sabores de Unix mantienen mucho terreno.
- Al utilizar productos fundamentados en los sistemas operativos de Microsoft, el tamaño de la curva de aprendizaje de la gente que ya utiliza esto, disminuye, al no

tener que aprender el uso de un sistema operativo nuevo y de herramientas nuevas, aunque ya existen reportes de experiencias con usuarios reales en quienes la curva de aprendizaje.

- Las herramientas de Microsoft son soportadas por una gran cantidad de compañías de todos tamaños a nivel nacional e internacional. Además existe una red de certificaciones que proveen de "credibilidad" a las soluciones creadas por cada compañía.
- Existen numerosas aplicaciones desarrolladas para la plataforma Win32 que no han sido portadas a otras plataformas. Aunque existen numerosas herramientas, libres o no, que facilitan la tarea de migración o reemplazos disponibles en las demás plataformas.
- Microsoft ha estado mejorando mucho sus productos, para que tengan un mejor desempeño en ambientes de red. Sin embargo aún mantienen un rezago importante, ya que estas mejoras no han sido probadas lo suficiente por el mercado y la falta de interés por la seguridad es evidente.

2.2.9 Desventajas del software.

Hay que remarcar el problema ético de que en el momento en el que el gobierno está contratando servicios para la creación de un sistema, dicho sistema debería de ser libre y basado en herramientas libres, ya que el pueblo pagó por él y tiene

derecho a tener acceso a ésta información (el código es información). Más que remarcar un problema ético, hay que recalcar precisamente si existen impedimentos legales.

- Es difícil aprender a utilizar eficientemente el software propietario sin haber asistido a costosos cursos de capacitación.
- El funcionamiento del software propietario es un secreto que guarda celosamente la compañía que lo produce. En muchos casos resulta riesgosa la utilización de un componente que es como una caja negra, cuyo funcionamiento se desconoce y cuyos resultados son impredecibles. En otros casos es imposible encontrar la causa de un resultado erróneo, producido por un componente cuyo funcionamiento se desconoce.
- En la mayoría de los casos el soporte técnico es insuficiente o tarda demasiado tiempo en ofrecer una respuesta satisfactoria.
- Es ilegal extender una pieza de software propietario para adaptarla a las necesidades particulares de un problema específico. En caso de que sea vitalmente necesaria tal modificación, es necesario pagar una elevada suma de dinero a la compañía fabricante, para que sea ésta quien lleve a cabo la modificación a su propio ritmo de trabajo y sujeto a su calendario de proyectos.

- La innovación es derecho exclusivo de la compañía fabricante. Si alguien tiene una idea innovadora con respecto a una aplicación propietaria, tiene que elegir entre venderle la idea a la compañía dueña de la aplicación o escribir desde cero su propia versión de una aplicación equivalente, para una vez logrado esto poder aplicar su idea innovadora.
- Es ilegal hacer copias del software propietario sin antes haber contratado las licencias necesarias.
- Si una dependencia de gobierno tiene funcionando exitosamente un sistema dependiente de tecnología propietaria no lo puede compartir con otras dependencias a menos que cada una de éstas contrate todas las licencias necesarias.
- Si la compañía fabricante del software propietario se va a la banca rota el soporte técnico desaparece, la posibilidad de en un futuro tener versiones mejoradas de dicho software desaparece y la posibilidad de corregir las erratas de dicho software también desaparece. Los clientes que contrataron licencias para el uso de ese software quedan completamente abandonados a su propia suerte.
- Si una compañía fabricante de software es comprada por otra más poderosa, es probable que esa línea de software quede discontinuada y nunca más en la vida vuelva a tener una modificación.

- En la mayoría de los casos el gobierno se hace dependiente de un solo proveedor.

2.2.10 La importancia de un software.

Es necesarias para administrar y evaluar nuestros procesos, un software una herramienta que nos ayuda a organizar y a procesar la información que se genera a lo largo del crecimiento de una empresa o negocio, gracias a la información que se genere podemos tomar mejores decisiones. Un software ayuda a las empresas a contar con herramientas y aplicaciones personalizadas que se ajusten a sus necesidades para aumentar sus ventas, controlar sus costos, ser más competitivas, ofrecer un mejor servicio al cliente, dar mejores rendimientos, consolidar operaciones, ser más productivas y adaptarse a nuevas tecnologías, etc.

2.2.11. Publicidad.

Para O'Guinn (2004) la publicidad no es más que “un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con el propósito de persuadir”, además expresa que la publicidad es un intento de persuadir; la publicidad debe llevar a la persona a realizar una acción persuadiéndola o influenciándola.

La comunicación publicitaria debe informar al consumidor con intención de que se sienta atraído hacia la marca ya sea

por sus características físicas, por la satisfacción que le puede otorgar al consumidor o por cualquier otro atributo.

Por otro lado, O'Guinn (2004) destaca dos ideas claves sobre la publicidad:

- “La publicidad puede ser una comunicación persuasiva no solo acerca de un producto o servicio, sino acerca de una idea, una persona o toda una organización.”
- “Ante la ausencia del propósito persuasivo, la comunicación podría ser noticia, pero no sería publicidad”

Por otro lado Stanton (2007) define la publicidad como una “comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado que promueve ideas, organizaciones o productos. Los medios más habituales para los anuncios son la televisión, radio y los medios impresos (diarios, revistas, afiches, etc). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios desde vallas gigantes, a las playeras impresas, y en fechas más recientes, Internet, incluyendo las redes sociales.

Según O'Guinn (2004) crear estrategias de los mensajes uno de los pasos más importantes, y destaca algunos objetivos que se deben tomar en cuenta al momento de crear las mismas, como son:

3. Promover la recordación de la marca
4. Ligar un atributo clave al nombre de la marca

5. Persuadir al consumidor
6. Inculcar preferencia por la marca
7. Atemorizar al consumidor para que realice una acción
8. Cambiar el comportamiento al inducir ansiedad
9. Transformar experiencias de consumo
10. Situar la marca socialmente
11. Definir la imagen de marca
12. Provocar una respuesta directa

Partiendo de los conceptos establecidos por O'Guinn, Stanton y Thompson (2004), en el Internet se puede realizar publicidad de diferentes maneras, como son: una página web, cintillos (Banners) en diferentes páginas web mediante correo electrónico, Google Adwords, las redes sociales, portales para videos, entre otros.

2.2.12. Promoción de ventas.

“Conjunto de actividades comerciales, que mediante la utilización de incentivos, comunicación persona o a través de medios masivos, estimulan de forma directa e inmediata, la demanda a corto plazo de un producto o servicio”, esta es la definición sobre promoción de ventas que ha establecido la Asociación Mexicana de Agencias de Promociones (AMAPRO) (como se cita en Chong, 2000).

Según Stanton (2007), la promoción de ventas es una actividad que estimula la demanda que financia el

patrocinador, ideada esta para complementar la publicidad y facilitar las ventas personales. Con frecuencia, consiste en un incentivo temporal para alentar una venta o una compra.

Para Kotler (1996) los incentivos son concursos, juegos, loterías, regalos, ferias y exposiciones, demostraciones, manejo de cupones, rebajas, descuentos, entre otros, y a su vez estos son los instrumentos más comunes de la promoción de ventas.

En tanto que para O'Guinn (2004) la promoción de ventas "se diseña para afectar la demanda de manera distinta a la publicidad. Para provocar compra inmediata del consumidor".

La promoción de ventas es otra de las herramientas promocionales que se evalúan a través de este estudio, según la perspectiva de los usuarios de las redes sociales.

Según Fischer y Espejo (2004), los objetivos de la promoción de ventas para consumidores son:

13. Estimular las ventas de productos establecidos.
14. Atraer nuevos mercados.
15. Ayudar en la etapa de lanzamiento del producto.
16. Dar a conocer los cambios en los productos existentes.
17. Aumentar las ventas en las épocas críticas.
18. Atacar a la competencia.

19. Aumentar ventas más rápidas de productos en etapa de declinación y de los que se tiene todavía mucha existencia.

2.2.13. Microempresa.

Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Sus características resaltantes son:

- ✓ El dueño hace las veces de gerente, administrador, operario, vendedor, secretario.
- ✓ Generalmente los dueños no se fijan sueldo y toman los gastos personales de las entradas de dinero del negocio.
- ✓ Algunas microempresas están dentro del hogar y comparten local, servicios públicos y vehículo, pero a la hora de calcular costos no suman.
- ✓ Generalmente se compra la materia prima para el día a día, generando pérdidas por descuentos y despilfarro de material sobrante.
- ✓ Padece de dificultades económicas, de liquidez, margen bajo de ganancia.
- ✓ Generalmente no lleva contabilidad ni estadística

- ✓ A la hora de calcular el costo de las referencias incluye solamente la materia prima y habla de ganarse un buen margen
- ✓ Si es una empresa familiar se ingresan los miembros al equipo de trabajo, sin ninguna selección de personal, contribuyendo a generar pérdidas.
- ✓ Por la iliquidez acude a préstamos personales con tasas que rondan y hasta sobrepasan la usura.

2.3. Definición de términos básicos

Banner: Es un formato publicitario en Internet, esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web.

Benchmarking. Metodología que promueve la incorporación en las empresas de prácticas y métodos exitosos, no importa donde estén. Incita a ser creativos mediante la copia de estrategia, productos y procesos aplicados en otras áreas, no necesariamente similares a la de la empresa que los implanta.

Blog: Es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Business to Business. Abreviado B2B, se refiere a que las partes que hacen negocio o extienden sus procesos son dos empresas. Ejemplo: Una empresa que realiza pedidos de materia prima a sus proveedores por Internet.

Business to Costumer. Abreviado B2C, es el más conocido, este tipo de tienda virtual es la que tiene mayor publicidad y este dirigida a los consumidores.

Se refieren a una empresa que vende sus productos o servicios a través de Internet. Ejemplo: La venta de libros y discos.

Customer to Business. Las partes también son un consumidor y una empresa pero a diferencia del anterior aquí es el consumidor es el que ofrece a las empresas un precio a un producto servicio. Ejemplo: Una persona que a través de Internet ofrece una cierta cantidad de dinero por un bien y, si es el caso, alguna empresa se lo vende al precio solicitado.

Customer to Customer. Conocido por las subastas por Internet, donde el consumidor ofrece a otro, sin mediar una empresa en la transacción, productos y servicios, pagando de ser requerida una comisión por la venta. Ejemplo: Se puede citar, remate.com, un portal dedicado al remate de cualquier mercancía o/o producto. “mercadolibre.com”, “ebay.com”

DNS: Siglas para Domain Name System, un servidor DNS se utiliza para proveer a las computadoras de los usuarios (clientes) un nombre más fácil de memorizar equivalente a las direcciones IP.

E-commerce: El comercio electrónico, también conocido como e-commerce, consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet.

E-Business: El proceso de utilizar la tecnología de la Web para ayudar a los procesos de la cadena de negocios mejorar la productividad y aumentar la eficiencia. Permite a las empresas comunicarse de manera fácil con sus aliados de negocios, vendedores y clientes.

E-goverment. A este tipo de negocio por Internet mencionados anteriormente podemos agregar bajo el mismo concepto la relación entre el gobierno y ciudadanos, que más que negocios propiamente dicho, se dedica a algún tipo de transacción o trámite por Internet. (Pago de impuestos, obtención del RUC, quejas o reclamos, denuncias) Para denominar estos conceptos se utiliza Gobierno en lugar de empresa y ciudadano en lugar de consumidor, siendo que al concepto genérico se le conoce como e – Government.

E-Marketplace: Comunidades de negocios que se automatizan las unas con otras y nivelan las transacciones entre ambos. Al traer grandes números de compradores y vendedores, los e-marketplaces les dan acceso a los vendedores para que contacten nuevos clientes, expanden las opciones disponibles a los compradores y reduzcan los costos de las transacciones.

Firewall: Un firewall es un dispositivo que funciona como cortafuegos entre redes, permitiendo o denegando las transmisiones de una red a la otra. Un uso típico es situarlo entre una red local y la red Internet, como dispositivo de seguridad para evitar que los intrusos puedan acceder a información confidencial.

Foro: Es una aplicación o sitio web que da soporte a discusiones u opiniones en línea.

Flash: Contenido o aplicación multimedia usada para aportar animación, vídeo e interactividad a las páginas Web.

FTP: Siglas para Protocolo de Transferencia de Archivos (File Transfer Protocol), es un protocolo de red para la transferencia de archivos entre sistemas conectados a una red, se basa en la arquitectura cliente-servidor. Desde un equipo cliente se puede conectar a un servidor para descargar archivos desde él o para enviarle archivos, independientemente del sistema operativo utilizado en cada equipo.

Google Adwords: Google AdWords es el método que utiliza Google para hacer publicidad patrocinada en su buscador, cuenta con enormes cantidades de clientes con sitios web de todo tipo y de todas partes del mundo.

Hiperenlace: Es un elemento de un documento electrónico que hace referencia a otro recurso, por ejemplo, otro documento o un punto específico del mismo o de otro documento.

Hipertexto: Es el nombre que recibe el texto de un documento electrónico que conduce a otro texto relacionado. La forma más habitual de hipertexto en documentos es la de hipervínculos o referencias cruzadas automáticas que van a otros documentos.

Homepage: Es la página hipertexto de más alto nivel o de bienvenida de una compañía, dentro de una colección de páginas de HTML enlazadas entre sí.

HTML: Siglas de HyperText Markup Language (Lenguaje de Marcado de Hipertexto), es el lenguaje de marcado predominante para la elaboración de páginas web.

HTTP: Siglas de Hypertext Transfer Protocol o HTTP (Protocolo de Transferencia de Hipertexto), es el protocolo usado en cada transacción de la World Wide Web.

Indexado: Se refiere a la acción de registrar ordenadamente información para elaborar su índice.

IP: Una dirección IP es una etiqueta numérica que identifica, de manera lógica y jerárquica, a una interfaz (elemento de comunicación/conexión) de un dispositivo (habitualmente una computadora) dentro de una red que utilice el protocolo IP (Internet Protocol).

Landing page: Es una página web a la que una persona llega, después de haber pulsado en el enlace de algún banner o anuncio de texto situado en otra página web o portal de Internet, es español significa página de aterrizaje

Link: Cantidad de enlaces en las páginas web de la internet donde se vinculan a otras páginas mediante un clic.

Marca: Un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o la combinación de todos ellos, que tiende a identificar bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlo de la competencia.

Mercadeo. Conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambios. (P. Kotler). Proceso de planear y realizar la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios que producen intercambios que satisfacen los

objetivos del individuo y de las organizaciones. (American
MERCADO OBJETO. Grupo de compradores que comparten
necesidades o características comunes, a los cuales una empresa
decide servir.

Mercadeo de base de datos: Un sistema destinado a mantener
datos de clientes y clientes potenciales, utilizando bases de datos
relacionados, con la finalidad de generar y calificarlos, vender
productos o servicios y mantener relaciones estrechas con ellos.

Mercado meta. Segmentos del mercado seleccionado por la
empresa para ofrecer sus productos o servicios. Grupo de
compradores potenciales a los cuales la empresa espera cumplir sus
necesidades.

Mercado potencial. Grupo de consumidores que se estima han
mostrado un nivel de interés en un producto o servicio.

Metatag: Son etiquetas HTML que se incorporan en el encabezado
de una página web con información acerca de la misma, como
pueden ser las palabras clave. Esta información es utilizada por los
motores de búsqueda o buscadores para encontrar dicha página en
la web.

Mezcla de mercadeo. Los elementos de la mezcla de mercadeo
incluyen producto, precio, promoción y distribución. En la cantidad o
mezcla perfecta logran crear la atracción y satisfacción de los
clientes.

Nichos. En mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades.

Nodo: Se refiere a cada una de las maquinas que integran una red.

Perfil de usuario: En la red social de Facebook, el perfil de usuario es una hoja electrónica donde el usuario detalla sus datos personales, gustos, preferencias y temas de interés, los cuales puedes ser de publicados de manera pública o privada.

PHP: Es un lenguaje de programación interpretado, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas.

Portal: Es un sitio web cuya característica fundamental es la de servir de puerta de entrada única para ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema.

Posicionamiento del producto. Se refiere a las estrategias y tácticas de comunicación destinadas a crear y mantener en un lugar de preferencia en la mente del consumidor, ya sea un producto o un servicio. Esto es, poner al producto en una posición relevante ante las decisiones del comprador.

Potencial de ventas. Es el límite aproximado de la demanda de la empresa conforme ésta aumenta sus esfuerzos de mercadeo en relación con sus competidores. Este potencial es menor que el mercado potencial no importa que los gastos de mercadeo de la

empresa aumenten de manera considerable en relación con la competencia.

Precio. Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio; o la suma de valores que el consumidor intercambia por usar o tener un producto o servicio.

Producto. Cualquier elemento tangible o intangible que puede ofrecerse a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo.

Protocolo: Es un conjunto de reglas usadas por computadoras para comunicarse unas con otras a través de una red.

Publicidad. La publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar (o mantener mediante la recordación) un producto o marca en la mente de un consumidor. Esto se lleva a cabo a través de campañas publicitarias que se difunden en los medios de comunicación siguiendo un plan de comunicación preestablecido.

Red social: Una red social consiste en una estructura social compuesta de personas (u organizaciones u otras entidades), que están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes, intercambios económicos, relaciones sexuales, o comparten creencias, hobbies o pasatiempos comunes, conocimientos o estatus.

Retailers: Son empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a grandes cantidades de clientes.

RSS: Siglas de Really Simple Syndication, es un formato para la sindicación de contenidos de páginas web, es decir, es una forma de facilitar contenidos desde cualquier sitio en la red para su inserción fácil en una página web.

Router: También conocido como direccionador, ruteador o encaminador es un dispositivo de hardware para interconexión de red de ordenadores. Un enrutador es un dispositivo para la interconexión de redes informáticas que permite asegurar el enrutamiento de paquetes entre redes o determinar la ruta que debe tomar el paquete de datos.

Segmentación del mercado. División arbitraria del mercadeo en grupos de compradores que pueden requerir diferentes productos o mezclas de mercadeo.

Shockwave: Es un plugin para navegadores web que permite la reproducción de contenidos flash interactivos como juegos, presentaciones, aplicaciones de formación, etc.

Spam: Es el envío de correo basura o mensaje basura, mensajes no solicitados, no deseados o de remitente desconocido, habitualmente de tipo publicitario, enviados en grandes cantidades (incluso masivas) que perjudican de alguna o varias maneras al receptor.

URL: Siglas de Localizador de Recurso Uniforme (Uniform Resource Locator), es la dirección global de documentos y de otros recursos en la World Wide Web.

Usuario de Internet: Un usuario de Internet es la persona que tiene una computadora con acceso a Internet mediante los servicios de un proveedor de servicios, que puede ser en forma de cableado o inalámbrica.

W3C: Siglas para el World Wide Web Consortium, es una comunidad internacional que desarrolla estándares que aseguran el crecimiento de la Web a largo plazo.

Web 2.0: Es un término que está comúnmente asociado con un fenómeno social, basado en la interacción que se logra a partir de diferentes aplicaciones web, que facilitan el compartir información, la interoperatividad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web.

Web master: Es la persona responsable de la mantención o programación de un sitio web y de la administración del mismo.

XHTML: Siglas de eXtensible Hypertext Markup Language (Lenguaje Extensible de Marcado de Hipertexto), es un lenguaje empleado para el diseño de páginas web HTML con contenido XML.

XML: Extensible Markup Language (Lenguaje de Marcas Extensible), es un metalenguaje extensible de etiquetas para páginas web desarrollado por el World Wide Web Consortium (W3C).

WWW: La malla extensa mundial (World Wide Web), proporciona servicios de localización de información mediante la utilización de enlaces hipertexto que conectan un documento con otro. Son como páginas amarillas de la Internet. Cuando se utiliza el servicio simplemente se siguen los enlaces entre documentos. Los usuarios pueden crear, editar o curiosear los documentos. Diversos servidores WWW se interconectan mediante enlaces, lo cual permite a los usuarios recorrer la Web desde cualquier punto de inicio. Se hacen búsquedas de páginas WWW indicando una o más palabras claves. Existen más de 500 motores de búsqueda, no todos contienen la información completa.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Nivel de Investigación

De acuerdo a la naturaleza del estudio de investigación realizado, por su nivel corresponde a un estudio de nivel *descriptivo explicativo*.

3.2 Tipo de Investigación

POR SU FINALIDAD

Por su finalidad el proyecto de investigación es **aplicada**, ya que buscó contrastar la influencia de la aplicación de un sistema informático en el proceso de gestión de ventas de la microempresa SuperMix.

POR SU ALCANCE

Por su alcance el proyecto de investigación es **seccional o crónica**, ya que se desarrolló en un periodo de cuatro meses y se tuvo el análisis de la empresa solo en un momento dado.

POR SU AMPLITUD

Por su amplitud el proyecto de investigación es **micro administrativa**, debido que estuvo orientada al análisis de la Unidad de Ventas en la microempresa SuperMix.

POR SU PROFUNDIDAD

Por su profundidad el proyecto de investigación fue **descriptivo - explicativo**, por cuanto el trabajo permitió a describir y explicar las ventajas obtenidas con la aplicación del sistema informático en la gestión de ventas de la microempresa SuperMix.

POR SUS FUENTES

Por sus fuentes el trabajo de investigación fue **mixto**, debido a que se utilizaron datos de fuentes primarias como también de fuentes secundarias.

POR SU CARÁCTER

Por su carácter el trabajo de investigación fue **cuantitativa**, debido que se analizaron variables que tomaron valores numéricos, además el procesamiento de los datos se emplearon herramientas de la estadística (tasas, porcentajes, cuadros estadísticos, etc.).

POR SU MARCO

Por su marco el trabajo de investigación fue de **campo**, ya que la investigación se materializó con la aplicación práctica de la observación y el análisis de las variables en la microempresa SuperMix, que está ubicado en el Jr. Tarapacá No 550 de la ciudad de Huánuco.

POR SU OBJETO

Por su objeto el trabajo de investigación fue de carácter **multidisciplinario**, porque se manejaron conceptos y teorías de las disciplinas de la Ciencias Administrativas, de Ingeniería de Sistemas y de Ingeniería Informática.

3.3 Diseño de Investigación

El esquema se representa el diseño se expresa de la siguiente manera:



DÓNDE:

M: Muestra donde se realizó el estudio

Ox: Observación de la variable que influye

Oy: Observación de la variable influida

3.4 Métodos de Investigación

En el desarrollo del proyecto de investigación se utilizará un método principal y métodos secundarios que se detallan a continuación:

3.4.1 Método principal

Como método principal se utilizó el Método Científico, con la finalidad de desarrollar los cuatro procesos con sus respectivos procedimientos que son los siguientes:

Planteamiento del problema (caracterización y objetivos), construcción de un modelo teórico (teorías, variables, hipótesis), deducción de consecuencias y la prueba de hipótesis (diseño metodológico, recolección y presentación de datos, análisis e interpretación, conclusión).

3.4.2 Métodos secundarios

Método de la observación

Se utilizó el método de la observación para registrar en forma sistemática, los sucesos ocurridos en los diferentes procedimientos de ventas de la microempresa SuperMix y

luego mejorar dichos métodos mediante la utilización de herramientas y modelos modernos basados en la tecnología de información y comunicación.

Método descriptivo explicativo

Se utilizó el método para describir las características de las variables consideradas en la hipótesis planteada y luego explicar la causa efecto en ambas variables; para llegar a una conclusión general y determinar cuáles son beneficios obtenidos en la implantación de un sistema informático en la Gestión de Ventas de la microempresa SuperMix de la ciudad de Huánuco.

Método estadístico

Se utilizó el método estadístico para determinar de la muestra, en la recolección de datos, clasificación de datos, procesamiento, análisis e interpretación de los mismos, que ayudó en la comprobación de la hipótesis planteada y la obtención de los objetivos planteados.

3.5 Población

Para fines del trabajo de investigación se considera dos tipos de poblaciones: la primera está conformada por los 500 clientes de la microempresa SuperMix, datos obtenidos de los registros de los dos seis últimos meses; y por otro lado la segunda población lo

constituye el personal que labora en la microempresa materia de investigación el cual está conformado por 10 personas entre administrativos y operativos.

3.6 Muestra

Para determinar las dos muestras, se han considerado los siguientes criterios:

1. Para determinar la primera muestra, el cual está conformado por un sector representativo de los clientes, se ha optado por aquella que es al azar y de tipo probabilista, con los siguientes parámetros:

Parámetro	Símbolo	Valor
Nivel de confianza al 90%	Z	1.65
Nivel de aceptación del modelo	p	0.5
Nivel de rechazo del modelo	q	0.5
Error	e	0.10
Número de muestra	n	
Población	N	500

$$n = (N * z^2 * p * q) / (e^2 * (N-1) + z^2 * p * q$$

Aplicando los valores

$$n = (500 * 1.65^2 * 0.5 * 0.5) / (0.1^2 * 499 + 1.65^2 * 0.5 * 0.5)$$

$$n = 36 \text{ personas}$$

En consecuencia, la primera muestra está conformada por las 36 clientes de la microempresa SuperMix.

2. Para la segunda muestra, relacionado con el personal que labora en la microempresa SuperMix se ha considerado el total

de la población, es decir que se va a tomar las como muestra a los 10 empleados.

3.7 Técnicas e Instrumentos

Las técnicas e Instrumentos que se han utilizado, son las siguientes:

- La Encuesta. Que se utilizará para formular cuestionario de preguntas relacionados con el tema de investigación, dirigido a los clientes de la microempresa materia de estudios, y otra para el personal que labora en dicha organización, tal como se especifica en la selección de la muestra.
- Análisis Documentario. Esta técnica se utilizará para revisar los documentos normativos tales como el MOF, ROF, Estatuto, manuales de procedimientos administrativos de la microempresa.
- La Entrevista. El que se utilizará mediante una guía de entrevista dirigida al propietario así como los directivos de la microempresa.
- Observación. Esta técnica se utilizará para observar la forma como desarrollan sus actividades comerciales los empleados de microempresa SuperMix.

Los Instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos fueron:

- La Guía de Entrevista
- El Cuestionario
- Cuaderno de apuntes

- Guía de Observación
- Software informático aplicado a la Estadística.

3.8 Procesamiento y presentación de datos

Para el procesamiento de los datos, que se obtuvieron mediante las técnicas señaladas en el párrafo anterior, fue necesario utilizar la estadística básica, con soporte de los software estadísticos SPSS y Microsoft Excel, los cuales permitieron sistematizar los datos en cuadros de frecuencias simples y distribución de porcentajes con sus respectivos gráficos de barras.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados obtenidos de los trabajadores de la microempresa

Supermix.

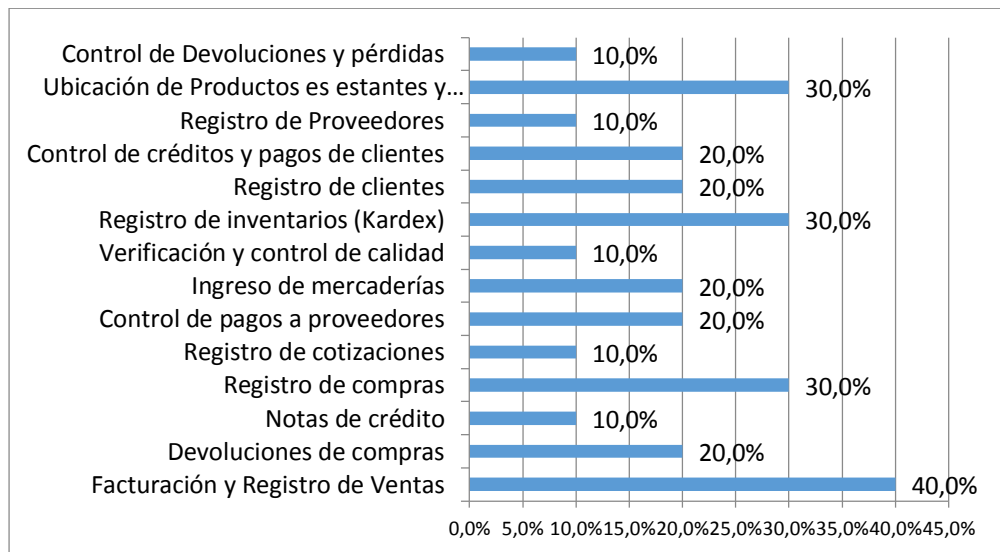
**CUADRO N° 01
PROCEDIMIENTOS QUE REALIZA EN SU ÁREA**

Concepto	Cantidad	Porcent.
Facturación y Registro de Ventas	4	40.0%
Devoluciones de compras	2	20.0%
Notas de crédito	1	10.0%
Registro de compras	3	30.0%
Registro de cotizaciones	1	10.0%
Control de pagos a proveedores	2	20.0%
Ingreso de mercaderías	2	20.0%
Verificación y control de calidad	1	10.0%
Registro de inventarios (Kardex)	3	30.0%
Registro de clientes	2	20.0%
Control de créditos y pagos de clientes	2	20.0%
Registro de Proveedores	1	10.0%
Ubicación de Productos es estantes y galerías	3	30.0%
Control de Devoluciones y pérdidas	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 01



Fuente : Resultados del cuadro N° 01

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 01, responden a la primera indicación del cuestionario: Señale usted los procedimientos que realizan en su área de trabajo. De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico, se puede apreciar que se han identificado que los trabajadores señalaron catorce procedimientos en el área de ventas, los que están enunciados en el cuadro y gráfico anterior. Nótese que el procedimiento “Facturación y Registro de Ventas” es de dominio y conocimiento por el 40% de los trabajadores, continúan con el 30% los procedimientos de “Registro de compras”, luego “Registro de inventarios” y “Ubicación de productos en estantes y galerías”. Así mismo se aprecia que existen cinco procedimientos con el nivel del 20% de los trabajadores, en los que están “Devolución de compras”, “Control de pagos a proveedores”, “Ingreso de mercaderías”, “registro de clientes” y “Control de créditos y pagos de clientes”. Finalmente se puede apreciar a cinco procedimientos que son opinados con el 10% cada uno por parte de los trabajadores de la microempresa Supermix en ellos se consideran a: “Notas de crédito”, “Registro de cotizaciones”, “Verificación y control de la calidad de los productos”, “Registro de proveedores “ y “Control de devoluciones y pérdidas de productos”.

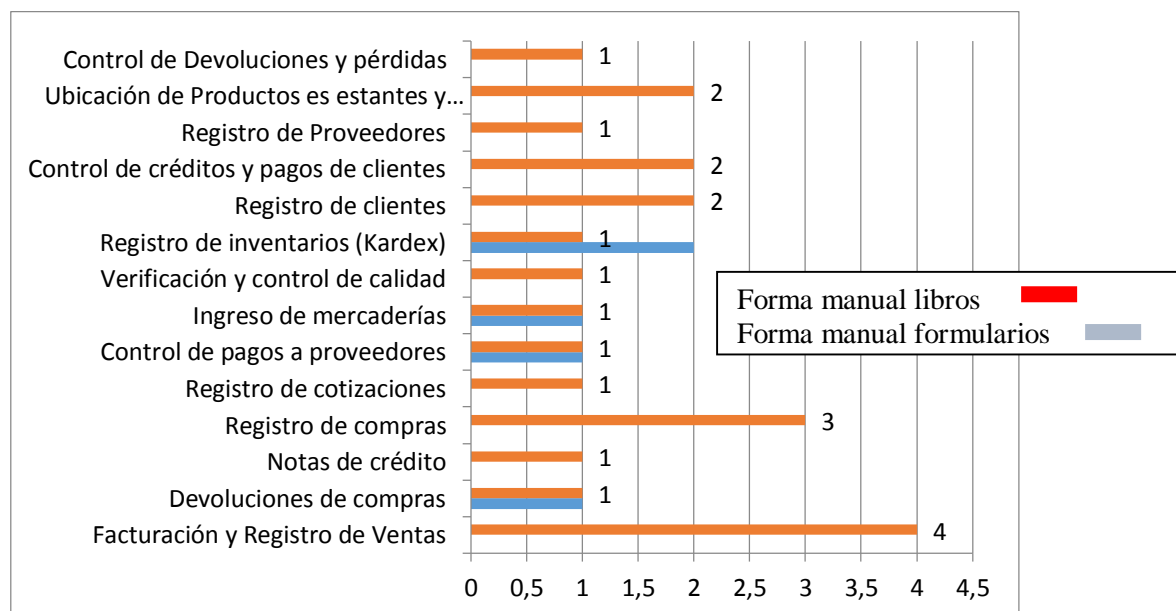
CUADRO N° 02
FORMA COMO SE REALIZABAN LOS PROCEDIMIENTOS

Procedimiento	Forma manual en formularios	Forma manual en libros	Forma manual en cuadernos	Con software Office
Facturación y Registro de Ventas	0	4	0	0
Devoluciones de compras	1	1	0	0
Notas de crédito	0	1	0	0
Registro de compras	0	3	0	0
Registro de cotizaciones	0	1	0	0
Control de pagos a proveedores	1	1	0	0
Ingreso de mercaderías	1	1	0	0
Verificación y control de calidad	0	1	0	0
Registro de inventarios (Kardex)	2	1	0	0
Registro de clientes	0	2	0	0
Control de créditos y pagos de clientes	0	2	0	0
Registro de Proveedores	0	1	0	0
Ubicación de Productos es estantes y galerías	0	2	0	0
Control de Devoluciones y pérdidas	0	1	0	0
Total	10	10	10	10

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 02



Fuente : Resultados del cuadro N° 02

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 02, responden a la segunda indicación del cuestionario: “Señale la forma como se realizaban los procedimientos comerciales, antes de implementar el sistema informático para gestión de ventas”. De los resultados obtenidos mediante la aplicación de los métodos estadísticos, se ha logrado identificar cómo realizaban los trabajadores sus actividades en los procedimientos dentro el área de ventas.

Nótese que el procedimiento “Facturación y Registro de Ventas” lo realizaban de forma manual 4 personas mediante el uso de libros contables; Así mismo se observa que el procedimiento “registro de compra”, lo hacían de forma manual 3 trabajadores. Por otro lado se evidencia que los procedimientos “registro de proveedores”, “Control de créditos y pagos de clientes”, y “Ubicación de productos en estantes”, lo realizaban 2 trabajadores en cada caso mediante el modo de utilización de libros. Otras dos personas señalaron que el “registro de inventarios” lo hacían de forma manual mediante formularios pre impresos. Además se observan a otros 8 procedimientos que se realizaban de forma manual (entre libros y formulario) y los cuales son respondidas por un trabajador en cada caso.

De todo lo descrito en esta parte, se puede evidenciar que los 14 procedimientos comerciales se realizaban de forma manual, tanto mediante la utilización de los libros contables como el uso de formularios pre impresos. En caso se desempeñaban entre 1 a cuatro trabajadores respectivamente.

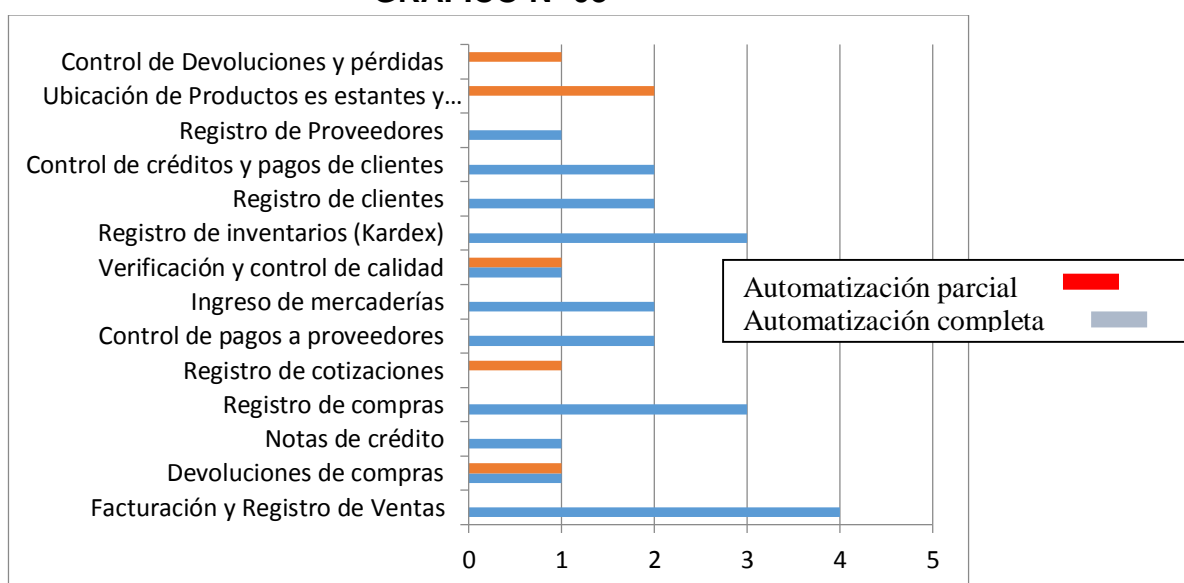
CUADRO N° 03
FORMA COMO SE REALIZAN ACTUALMENTE LOS
PROCEDIMIENTOS

Procedimiento	Automatización completa	Automatización parcial	Sin Automatización
Facturación y Registro de Ventas	4	0	0
Devoluciones de compras	1	1	0
Notas de crédito	1	0	0
Registro de compras	3	0	0
Registro de cotizaciones	0	1	0
Control de pagos a proveedores	2	0	0
Ingreso de mercaderías	2	0	0
Verificación y control de calidad	1	1	0
Registro de inventarios (Kardex)	3	0	0
Registro de clientes	2	0	0
Control de créditos y pagos de clientes	2	0	0
Registro de Proveedores	1	0	0
Ubicación de Productos es estantes y galerías	0	2	0
Control de Devoluciones y pérdidas	0	1	0
Total	10	10	10

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 03



Fuente : Resultados del cuadro N° 03

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 03, responden a la tercera indicación del cuestionario: “Señale que procedimientos fueron automatizados en su área de trabajo, mediante la implementación del software de gestión de ventas”. De los resultados obtenidos mediante la técnica de la encuesta y observación, se ha logrado identificar los procedimientos que fueron automatizados mediante la aplicación del software de gestión de ventas.

Se observa que 4 trabajadores señalan que el procedimiento “Facturación y Registro de Ventas” ha sido automatizado totalmente; 3 trabajadores manifestaron que el procedimiento “Registro de compras” ha sido automatizado, así mismo otras 3 personas señalaron que el procedimiento “registro de inventarios” también fue automatizado, de igual forma los procedimientos “control de pagos a proveedores”, “ingresos de mercaderías”, “registro de clientes” y “control de créditos y pagos de clientes” también fueron totalmente automatizados, en cada uno de estos casos es señalado por 2 trabajadores. En cambio el procedimiento “ubicación de productos en estantes” fue parcialmente automatizado, así lo indican 2 trabajadores. Por otro lado señalan el trabajador que los procedimientos “control de devoluciones y pérdidas de productos”, “verificación y control de la calidad de los productos”, “registro de cotizaciones” y “devoluciones de compras”, fueron parcialmente automatizados.

De lo descrito en esta sección, se puede evidenciar que los 14 procedimientos comerciales se ha automatizado, 9 de ellos totalmente y 5 parcialmente, así lo expresan entre 1 a 4 trabajadores en cada caso.

CUADRO N° 04

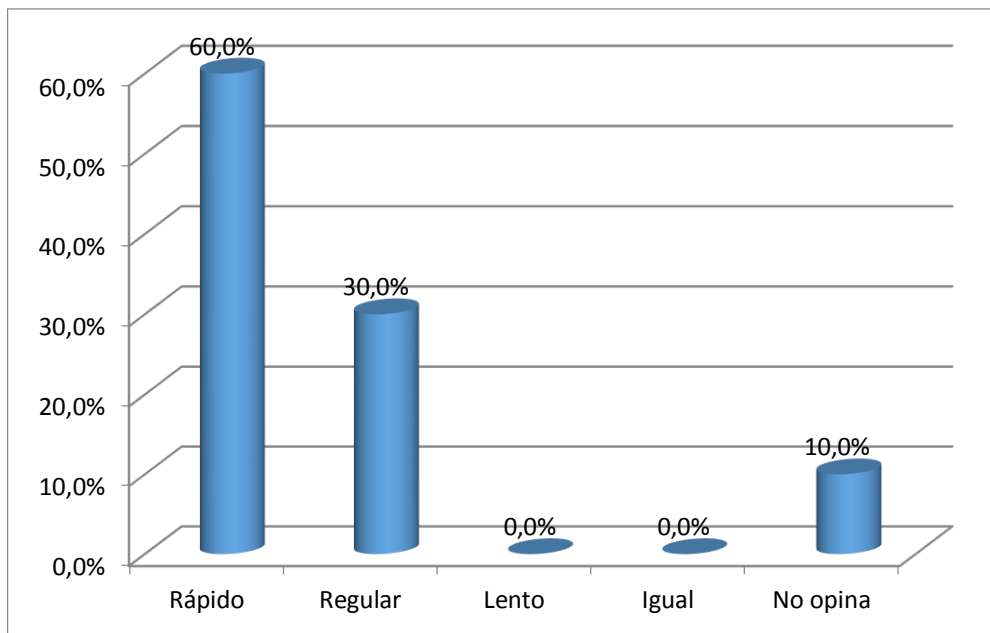
DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO CON EL USO DEL SOFTWARE

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Rápido	6	60.0%
Regular	3	30.0%
Lento	0	0.0%
Igual	0	0.0%
No opina	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 04



Fuente : Resultados del cuadro N° 04

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 04, responden a la pregunta: ¿Cómo considera la disponibilidad del producto con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico, se puede apreciar que el 60% de los trabajadores de la microempresa Supermix consideran como “Rápido” la disponibilidad del producto con el uso del software; por otro lado se observa que un 30% de los trabajadores señalan “como “Regular” la disponibilidad del producto. Finalmente un 10% de los trabajadores de la microempresa Supermix prefirieron “no opinar nada” respecto a la pregunta formulada en este ítem.

CUADRO N° 05

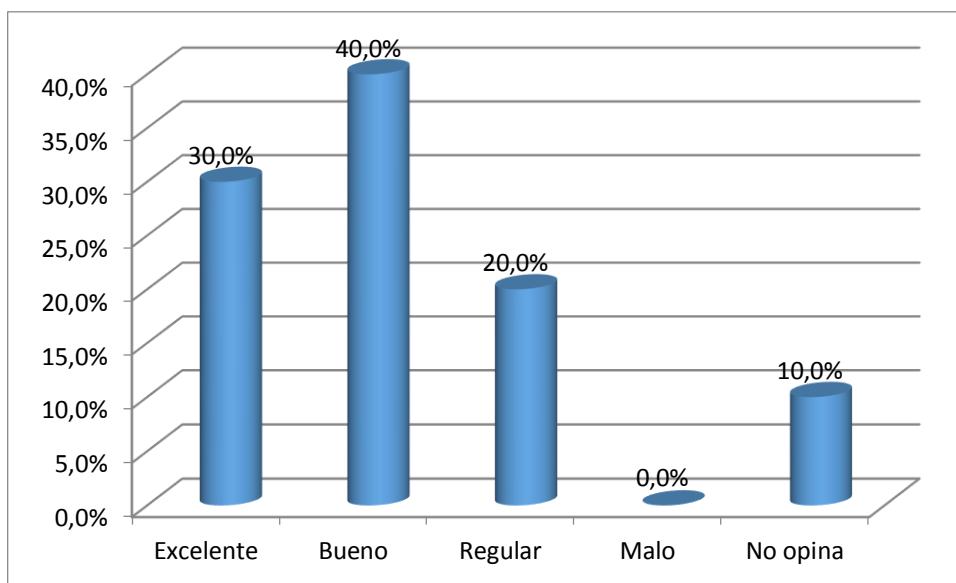
FACILIDAD EN EL INVENTARIO DE BIENES CON EL USO DEL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Rápido	4	40.0%
Regular	3	30.0%
Lento	2	20.0%
Igual	0	0.0%
No opina	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 05



Fuente : Resultados del cuadro N° 05

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 05, responden a la pregunta: ¿Cómo considera Ud. la facilidad en el inventario de los bienes, con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico, se puede apreciar que el 40% de los trabajadores de la empresa Supermix señalan que la facilidad en el inventario de los bienes es “Excelente” con el uso del software; por otro lado se observa a un 30% de los trabajadores, señalar la facilidad en el inventario de bienes como “Bueno”. Así mismo a un 20% de los trabajadores de la empresa Supermix indicar la facilidad del inventarios de bienes como “Regular”, finalmente se aprecia a un 10% de los ellos indicar que “no opinar nada” respecto a la pregunta formulada en este ítem.

CUADRO Nº 06

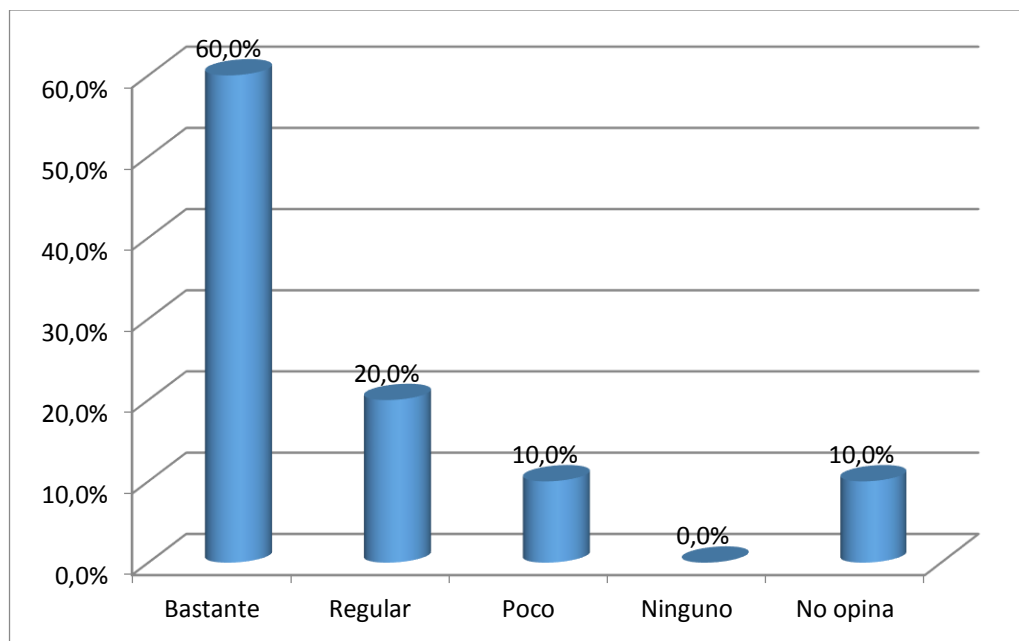
MEJORA DEL CONTROL DEL PRODUCTO CON EL USO DEL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Bastante	6	60.0%
Regular	2	20.0%
Poco	1	10.0%
Ninguno	0	0.0%
No opina	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO Nº 06



Fuente : Resultados del cuadro Nº 06

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 06, responden a la pregunta: ¿Cómo ha mejorado el control en cada producto, con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 60% de los trabajadores de la empresa Supermix indican que la mejora del control en cada producto ha sido en un nivel de “Bastante”; por otro lado se evidencia a un 20% de los trabajadores, quienes señalan como “Regular” la mejora del control en cada producto. Así mismo se observa a un 10% de los trabajadores quienes señalan como “poco” la mejora del control en cada producto. Finalmente existe un sector del 10% de los trabajadores de la empresa Supermix quienes decidieron “No opinar” sobre la pregunta planteada.

CUADRO N° 07

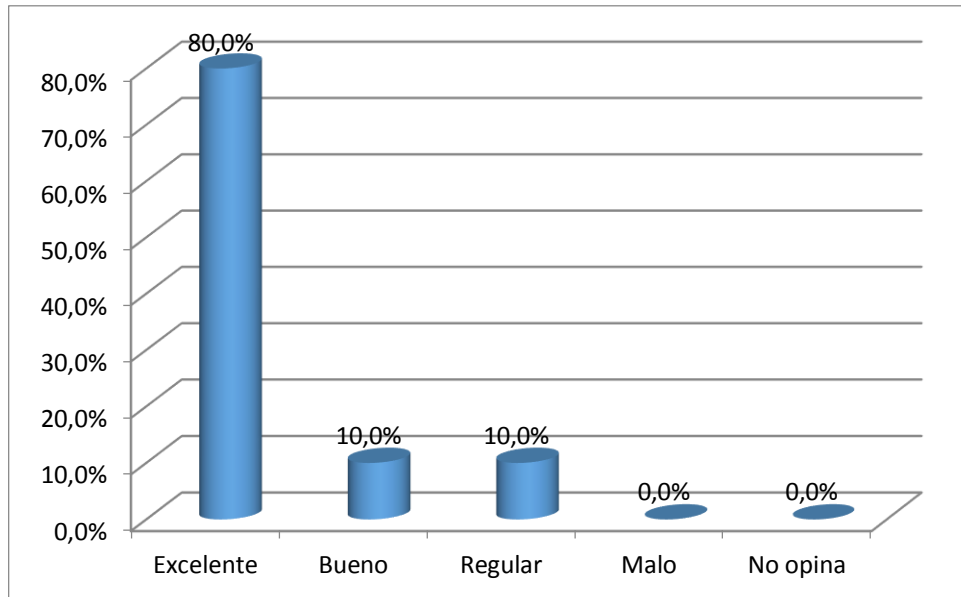
RAPIDEZ EN LA FACTURACIÓN DE LOS PRODUCTOS CON EL USO DEL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Excelente	8	80.0%
Bueno	1	10.0%
Regular	1	10.0%
Malo	0	0.0%
No opina	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 07



Fuente : Resultados del cuadro N° 07

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 07, responden a la pregunta: ¿Cómo considera la rapidez en la facturación de los productos con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico, se puede apreciar que el 80% de los trabajadores de la empresa Supermix señalan que la rapidez en la facturación de los productos como “Excelente” con el uso del software de gestión de ventas. Así mismo se observa a un 10% de los trabajadores de la empresa Supermix, indicar como “Bueno” la rapidez de la facturación. Finalmente otro 10% de los trabajadores indicaron como “Regular” al proceso de facturación con la utilización del software de gestión de ventas.

CUADRO N° 08

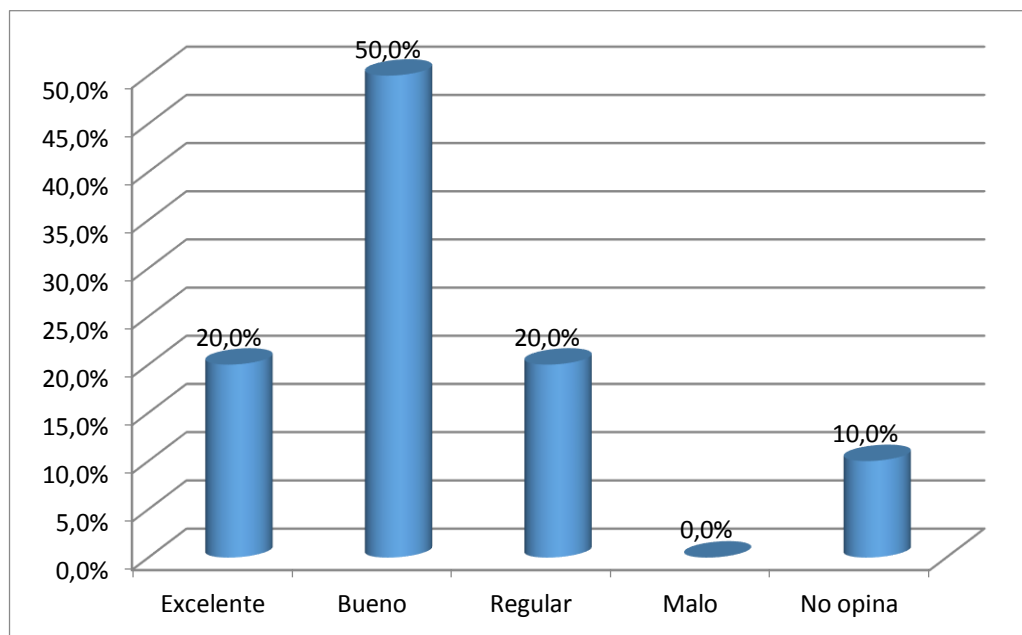
UBICACIÓN DE LOS PRODUCTOS VENCIDOS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Excelente	2	20.0%
Bueno	5	50.0%
Regular	2	20.0%
Malo	0	0.0%
No opina	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 08



Fuente : Resultados del cuadro N° 08

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 08, responden a la pregunta: ¿Cómo considera Ud. la ubicación de los productos vencidos con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se aprecia que el 50% de los trabajadores de la empresa Supermix consideran como “Bueno” la ubicación de los productos vencidos mediante el uso del software de gestión de ventas. Por otro lado se observa a un 20% de los trabajadores, quienes señalan como “Excelente”, otro sector del 20% de los trabajadores de la empresa Supermix indican como “Regular” el uso de software para la ubicación de los productos vencidos. Finalmente un 10% de los trabajadores prefirieron “No opinar”.

CUADRO N° 09

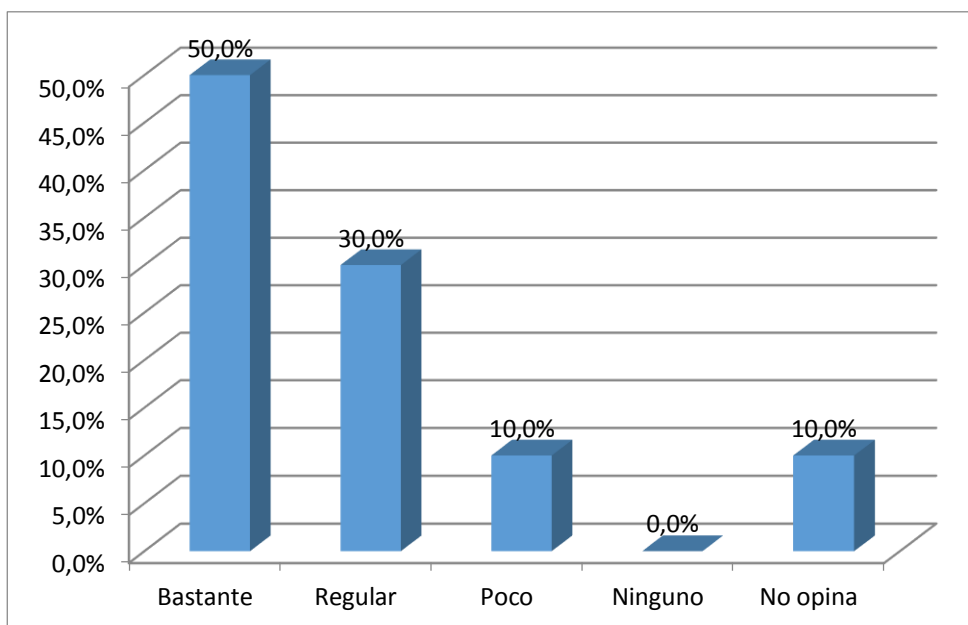
REDUCCION DE COSTOS DE INVENTARIO CON EL USO DEL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Bastante	5	50.0%
Regular	3	30.0%
Poco	1	10.0%
Ninguno	0	0.0%
No opina	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 09



Fuente : Resultados del cuadro N° 09

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 09, responden a la pregunta: ¿Cómo considera Ud. la reducción de costos de inventarios con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante las técnicas estadísticas se puede apreciar que el 50% de los trabajadores de la empresa Supermix señalan que la reducción de costos de inventarios con el uso del software se ha dado en un nivel de “bastante”; por otro lado se observa a un 30% de los trabajadores quienes indican que la reducción en los costos se dio en un nivel de “regular”. Así mismo se evidencia a un 10% de los trabajadores manifestar que la reducción de costos se dio en un nivel de “poco”. Finalmente un 10% de los trabajadores de la empresa Supermix prefirieron “no opinar” respecto a la pregunta formulada en este ítem.

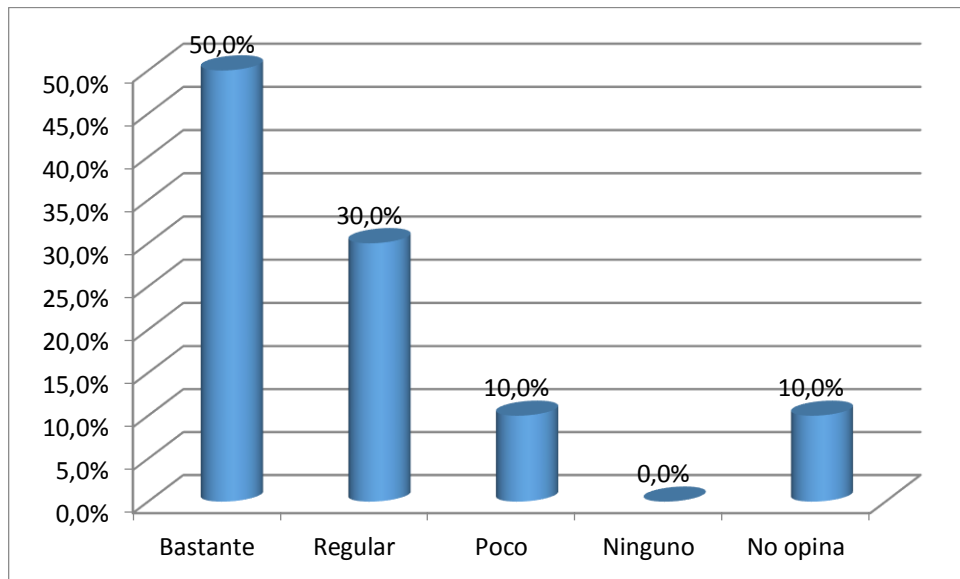
CUADRO N° 10

CONTROL EN LAS COMPRAS Y LAS VENTAS DE LOS PRODUCTOS CON EL USO DEL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Bastante	5	50.0%
Regular	3	30.0%
Poco	1	10.0%
Ninguno	0	0.0%
No opina	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta
Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 10



Fuente : Resultados del cuadro N° 10
Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 10, responden a la pregunta: ¿Cómo ha mejorado el control en las compras y ventas de los productos con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico, se puede apreciar que el 50% de los trabajadores de la empresa Supermix indican como “Bastante” la mejora del control en las compras y ventas de los productos con el uso del software indicado. Por otro lado se observa a un 30% de los trabajadores señalar como “Regular” el nivel de mejora en el control de compras y ventas de los productos. Así mismo se aprecia a otro sector del 10% de los trabajadores manifestar que el nivel de mejora en control fue de “Poco”. Finalmente se aprecia a un grupo del 10% de trabajadores quienes prefirieron “No opinar” sobre la pregunta planteada en este rubro.

CUADRO N° 11

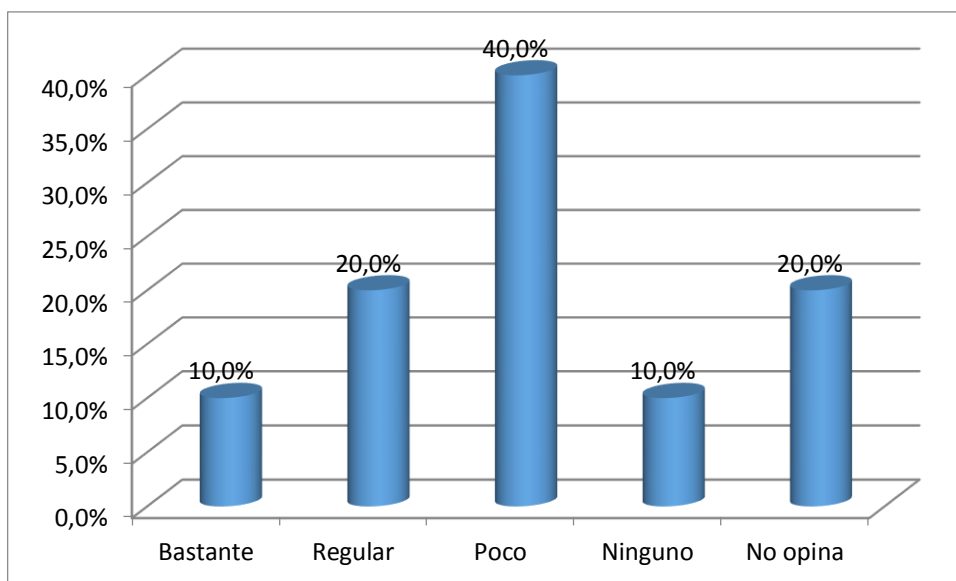
RELACIÓN DE LOS PROVEEDORES CON EL USO DEL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Bastante	1	10.0%
Regular	2	20.0%
Poco	4	40.0%
Ninguno	1	10.0%
No opina	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 11



Fuente : Resultados del cuadro N° 11

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 11, responden a la pregunta: ¿Cómo ha mejorado la relación con los proveedores con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 40% de los trabajadores de la empresa Supermix señalan como “Poco” la mejora de relación con los proveedores mediante el uso del software; por otro lado se observa a un sector del 20% de trabajadores quienes señalan como “Regular” la mejora en la relación con los proveedores; así mismo existe un sector del 20% de trabajadores quienes decidieron “No opinar” respecto a la pregunta. Además se aprecia a un grupo del 10% de trabajadores que indican como “Bastante” la mejora de la relación con los proveedores y finalmente se observa a otro grupo del 10% quienes señalan que no hubo “Ninguna” mejora en la relación de los proveedores mediante el uso del software de gestión de ventas.

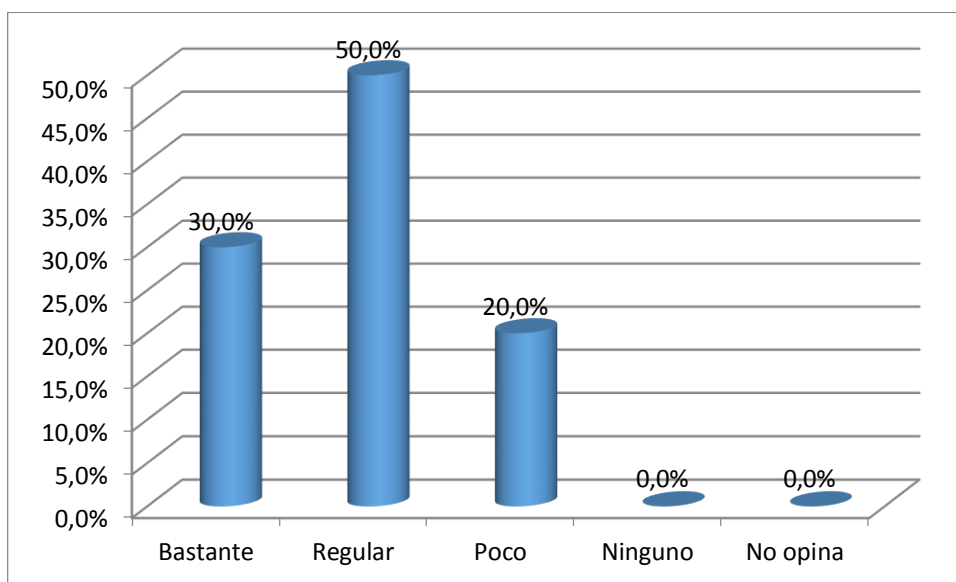
CUADRO N° 12
RELACIÓN CON LOS CLIENTES CON EL USO DEL SOFTWARE

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Bastante	3	30.0%
Regular	5	50.0%
Poco	2	20.0%
Ninguno	0	0.0%
No opina	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 12



Fuente : Resultados del cuadro N° 12

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 12, responden a la pregunta: ¿Cómo ha mejorado la relación con los clientes con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 50% de los trabajadores de la empresa Supermix señalan que la mejora de la relación con los clientes se ha dado en un nivel de regular. Por otro lado un 30% de los trabajadores indican que la mejora de la relación con los clientes ha sido en un nivel de “Bastante”. Finalmente se evidencia a un

20% de trabajadores quienes expresan que la mejora se ha dado en un nivel de “Poco”.

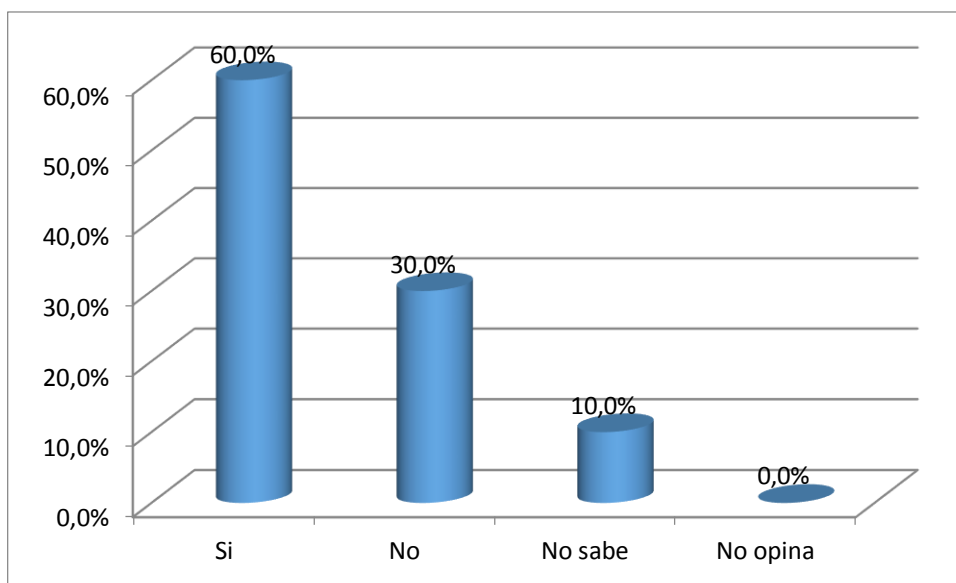
CUADRO N° 13
ADQUISICIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DEL SOFTWARE

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Si	6	60.0%
No	3	30.0%
No sabe	1	10.0%
No opina	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 13



Fuente : Resultados del cuadro N° 13

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 13, responden a la pregunta: ¿Se ha adquirido equipos de cómputo para implementar el software de gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 60% de los trabajadores de la empresa Supermix señalan que “si” han adquirido

equipos de cómputo para implementar el software. Otro sector de 30% indica que “No” han adquirido equipos de cómputo para implementar el software. Finalmente un 10% de los trabajadores indican “No saber” sobre la pregunta planteada.

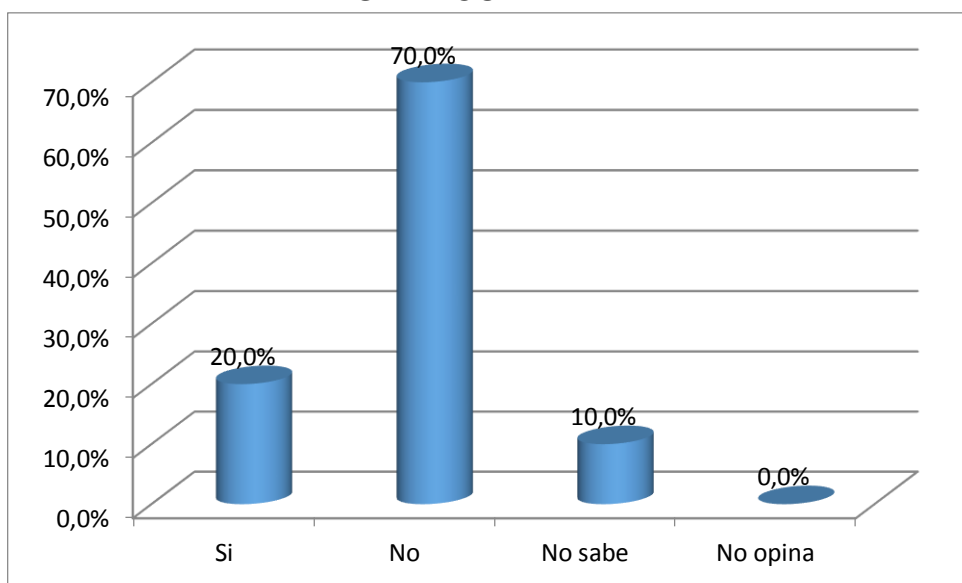
CUADRO N° 14
ADQUISICIÓN DE SOFTWARE DE OFIMÁTICA PARA IMPLEMENTAR EL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Si	2	20.0%
No	7	70.0%
No sabe	1	10.0%
No opina	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 14



Fuente : Resultados del cuadro N° 14

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 14, responden a la pregunta: ¿Se ha adquirido Software de Ofimática para implementar el software de gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante la

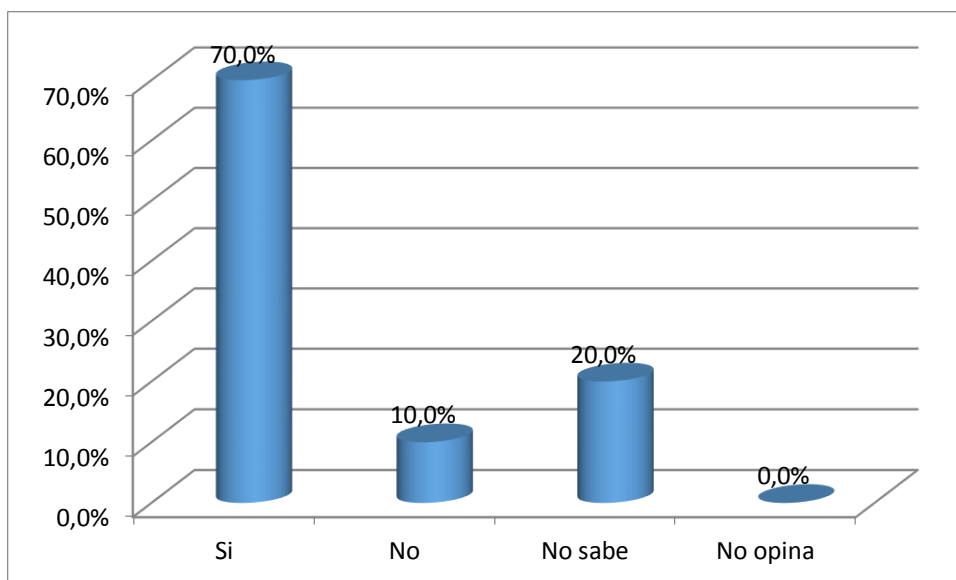
técnica de la encuesta, se puede apreciar que el 70% de los trabajadores de la empresa Supermix señalan que “No” ha sido necesario adquirir Software de Ofimática para implementar el software de gestión de ventas. Por otro lado un sector del 20% de trabajadores indican que “si” han adquirido Software de Ofimática para implementar el software de gestión de ventas. Y un sector del 10% de los trabajadores de la empresa Supermix prefirieron “No opinar” sobre la pregunta formulada.

CUADRO N° 15
SOFTWARE DE ADMINISTRACIÓN DE BASE DE DATOS PARA
IMPLEMENTAR EL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Si	8	80.0%
No	0	0.0%
No sabe	2	20.0%
No opina	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta
Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 15



Fuente : Resultados del cuadro N° 15
Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 15, responden a la pregunta: ¿Se ha adquirido Software de Administración de Base de Datos para implementar el software de gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 70% de los trabajadores de la empresa Supermix indican que “si” han adquirido Software de Administración de Base de Datos para implementar el software de gestión de ventas. Otro sector del 20% de los trabajadores manifiestan “No saber o conocer”. Finalmente un 10% de los trabajadores señalan que “No” han adquirido Software de Administración de Base de Datos para implementar el software de gestión de ventas.

CUADRO N° 16

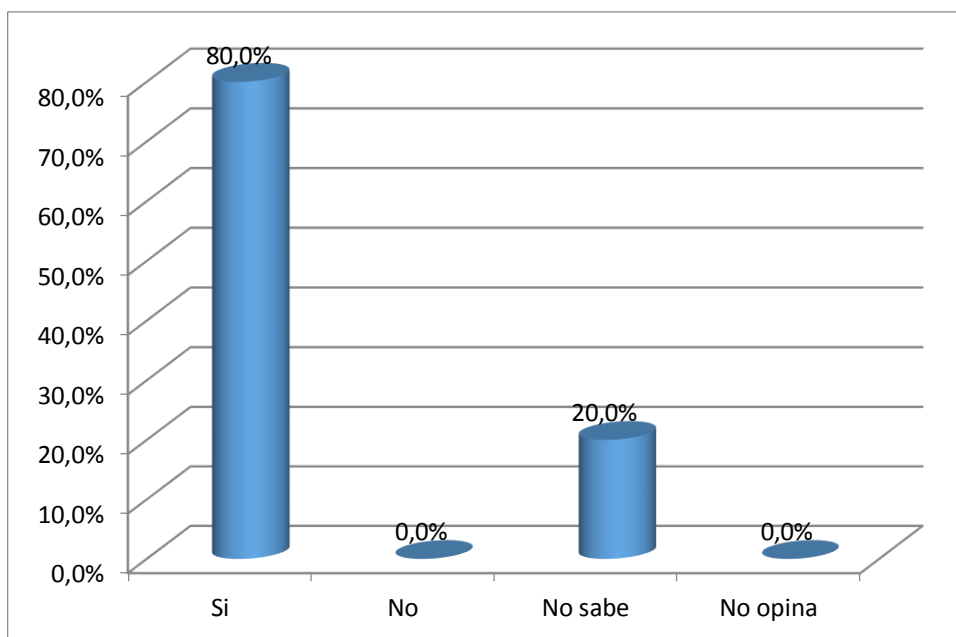
REDES DE COMPUTADORAS PARA IMPLEMENTAR EL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Si	8	80.0%
No	0	0.0%
No sabe	2	20.0%
No opina	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 16



Fuente : Resultados del cuadro N° 16

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 16, responden a la pregunta: ¿Se ha implementado Redes de computadoras para implementar el software de gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante la técnica de la encuesta, se puede apreciar que el 80% de los trabajadores de la empresa Supermix señalan que “si” han implementado un sistema de Redes de computadoras en la organización para implementar el software de gestión de ventas. Finalmente se aprecia de los resultados a un 20% de los trabajadores señalar “No saber” sobre la pregunta planteada.

CUADRO Nº 17

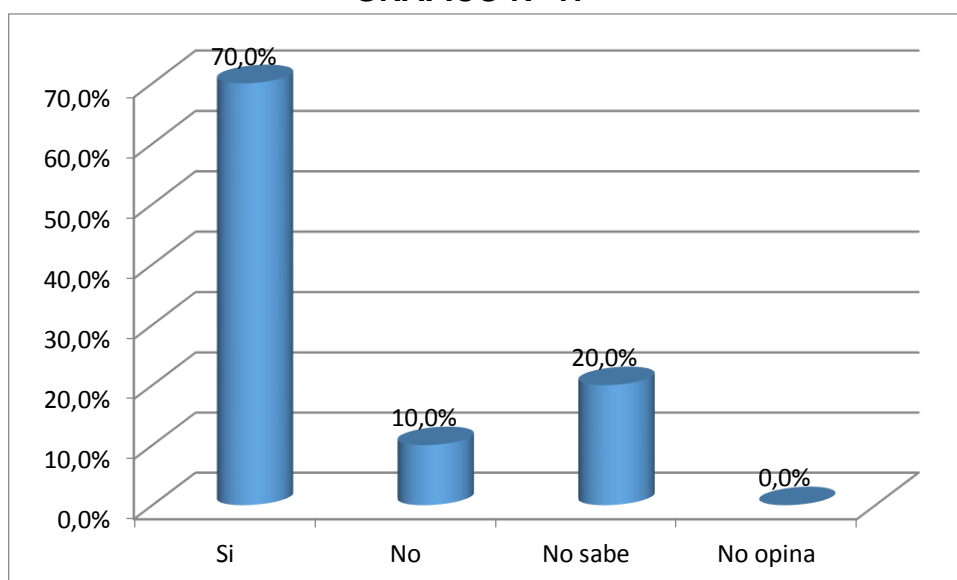
CONTRATO DE PERSONAL EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA IMPLEMENTAR EL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Si	7	70.0%
No	1	10.0%
No sabe	2	20.0%
No opina	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO Nº 17



Fuente : Resultados del cuadro Nº 17

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico Nº 17, responden a la pregunta: ¿Se ha contratado personal técnico en sistemas de información para implementar el software de gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 70% de los trabajadores de la empresa Supermix indican que “si” han contratado personal técnico de sistemas de información para implementar el software de gestión de ventas. Así mismo un 20% de los trabajadores de la empresa señala “No saber”. Finalmente un 10% de los

trabajadores indican que “No” han contratado personal técnico de sistemas de información para implementar el software de gestión de ventas.

CUADRO N° 18

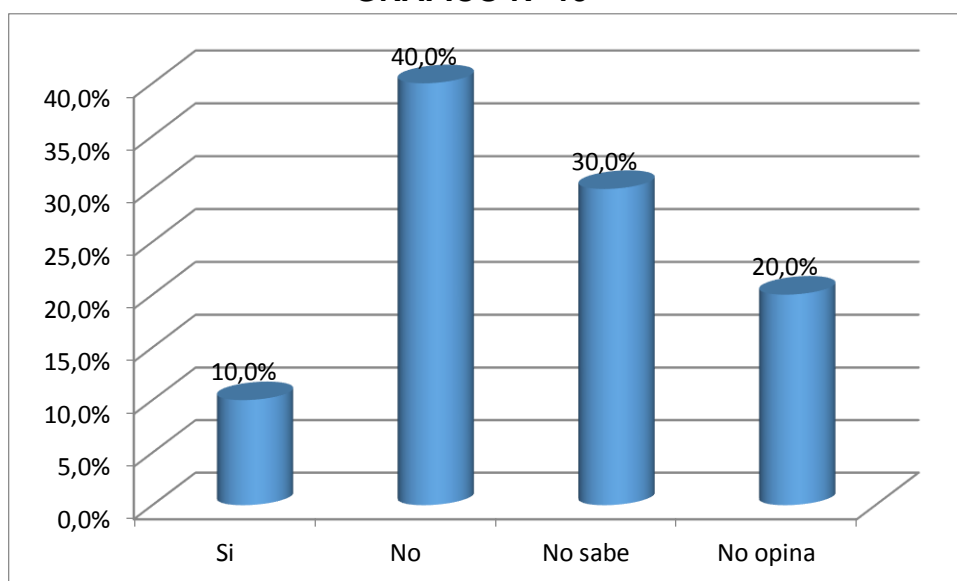
INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA LOS EQUIPOS INFORMÁTICOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL SOFTWARE DE GESTIÓN DE VENTAS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Si	1	10.0%
No	4	40.0%
No sabe	3	30.0%
No opina	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 19



Fuente : Resultados del cuadro N° 19

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 19, responden a la pregunta: ¿Se ha realizado Instalaciones eléctricas para los equipos necesarios en la implementación del software de gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 40% de los trabajadores de la empresa Supermix

manifiestan que “No” se han realizado Instalaciones eléctricas adicionales para los equipos necesarios en la implementación del software de gestión de ventas. Por otro lado se aprecia a un sector del 30% quienes expresan “No saber”. Así mismo se evidencia a un 20% de los trabajadores quienes señalan “No opinar” sobre la pregunta planteada. Finalmente se observa a un 10% de los trabajadores quienes indican que “Si” se han realizado Instalaciones eléctricas adicionales para los equipos necesarios en la implementación del software de gestión de ventas.

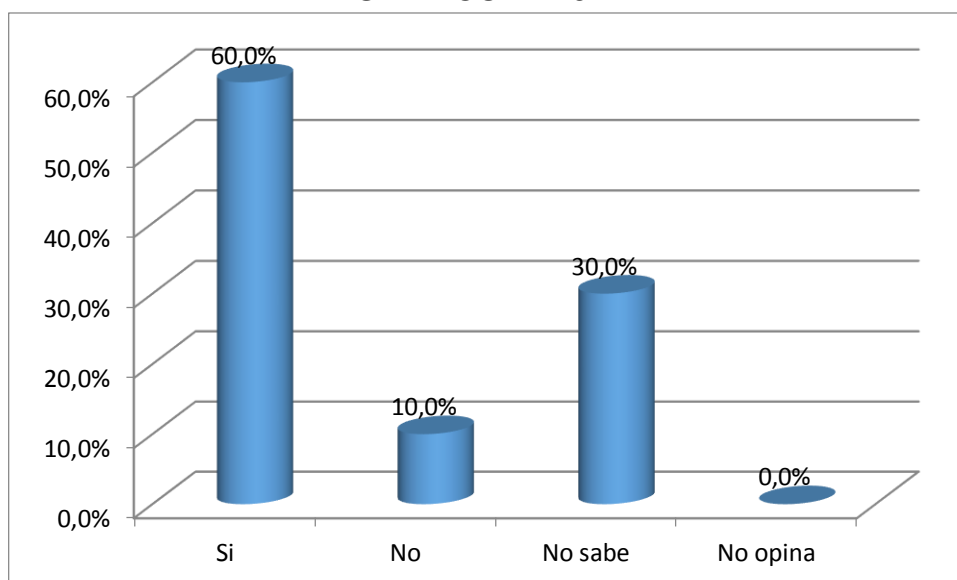
CUADRO N° 19
IMPLEMENTACIÓN DE MOBILIARIO PARA LOS EQUIPOS DE
CÓMPUTO

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Si	6	60.0%
No	1	10.0%
No sabe	3	30.0%
No opina	0	0.0%
Total	10	100.0%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 19



Fuente : Resultados del cuadro N° 20

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 19, responden a la pregunta: ¿Se ha implementado mobiliario nuevo para los equipos de cómputo en implementación del software de gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 60% de los trabajadores de la empresa Supermix señalan que “Sí” se ha implementado mobiliario nuevo para los equipos de cómputo en la implementación del software de gestión de ventas; por otro lado se observa que un sector del 30% de los trabajadores quienes indican “No saber” respecto a la implementación del mobiliario para los equipos de cómputo. Finalmente un 10% de los trabajadores manifiestan “No” haber implementado mobiliario nuevo para los equipos de cómputo en la implementación del software de gestión de ventas dentro de la organización.

4.2 Resultados obtenidos de los clientes

CUADRO N° 20

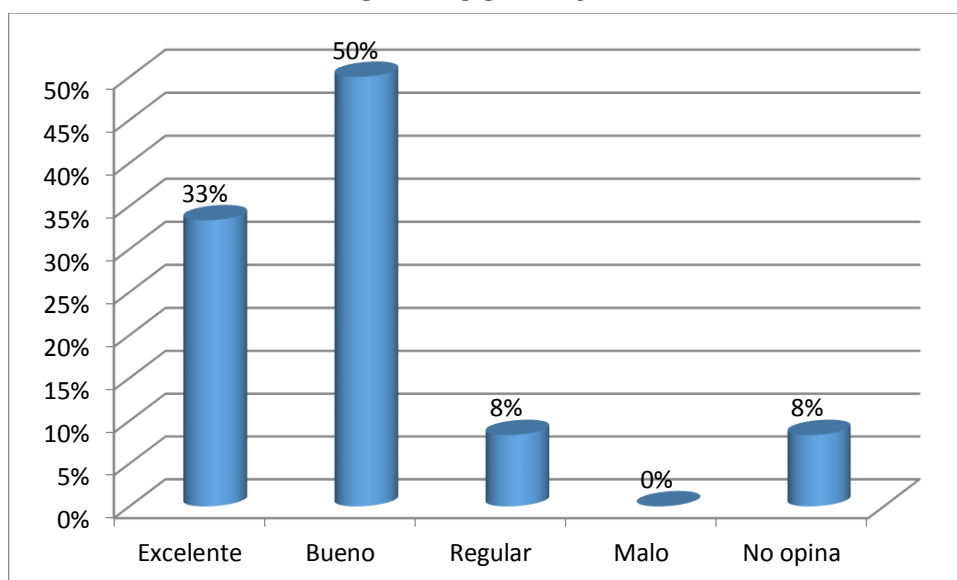
PROCESO DE FACTURACIÓN EN LA EMPRESA

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Excelente	12	34%
Bueno	18	51%
Regular	3	9%
Malo	0	0%
No opina	2	6%
Total	35	100%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 20



Fuente : Resultados del cuadro N° 20

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 20, responden a la pregunta: ¿Cómo considera el proceso de facturación de los productos en la empresa con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 50% de los clientes de Supermix consideran como “Bueno” el proceso de facturación en la empresa. Otro sector del 33% señala como “Excelente” el proceso de facturación empresa. Un sector

minoritario del 8% de los trabajadores señala como “Regular” la calidad de la facturación. Finalmente un grupo del 8% de trabajadores prefirió “no opinar” sobre la pregunta planteada en este ítem.

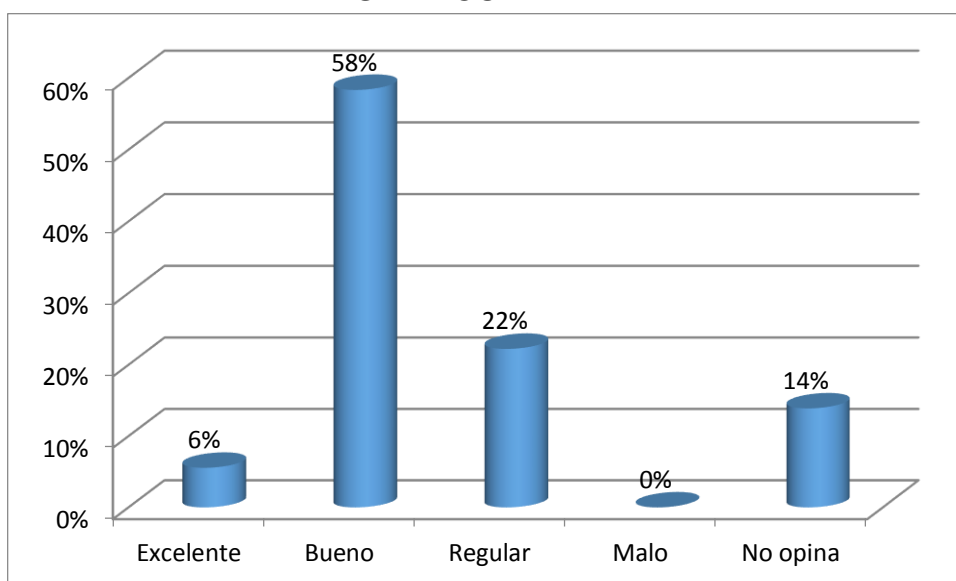
CUADRO N° 21
VARIEDAD Y ACCESIBILIDAD DE LA OFERTA DE PRODUCTOS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Excelente	2	6%
Bueno	21	58%
Regular	8	22%
Malo	0	0%
No opina	5	14%
Total	36	100%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 21



Fuente : Resultados del cuadro N° 21

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 21, responden a la pregunta: ¿Cómo considera la variedad y accesibilidad de la oferta de productos en la empresa con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento

estadístico se puede apreciar que el 58% de clientes de la empresa Supermix indican como “Bueno” la variedad y accesibilidad en la oferta de productos que ofrece la empresa; por otro lado se observa a sector del 22% de los trabajadores señalan como “Regular” la variedad y accesibilidad de la oferta de productos en la empresa. Así mismo existe otro grupo del 14% de trabajadores quienes señalaron “No opinar”. Finalmente un sector mínimo del 6% de trabajadores quienes manifiestan como “Excelente” la variedad y accesibilidad de la oferta de productos que se realiza en la empresa Supermix.

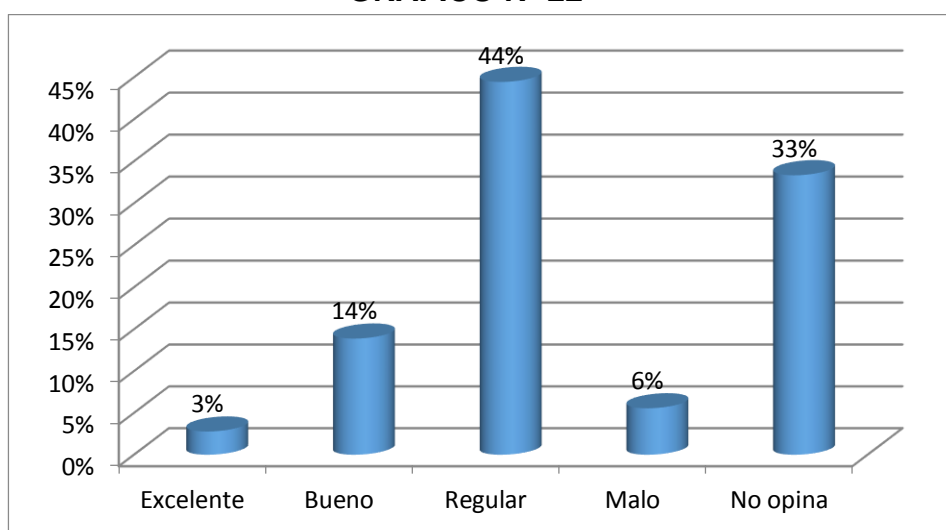
CUADRO N° 22
ATENCIÓN EN LOS RECLAMOS Y DEVOLUCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Excelente	1	3%
Bueno	5	14%
Regular	16	44%
Malo	2	6%
No opina	12	33%
Total	36	100%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 22



Fuente : Resultados del cuadro N° 22

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 22, responden a la pregunta: ¿Cómo le atienden en los reclamos y devoluciones de los productos con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 44% de los clientes de Supermix señalan como “Regular” la atención en los reclamos y devoluciones de los productos. Por otro lado se observa que un sector del 33% de los clientes decidieron “No opinar” respecto a la pregunta formulada en este ítem; por otro lado un 14% de los trabajadores señalaron como “Bueno” la atención en los reclamos y devoluciones de los productos. Así mismo un 6% de los trabajadores manifestaron el nivel de atención de los reclamos como “Malo”. Finalmente sólo un 3% de los trabajadores señalaron como “Excelente” la pregunta planteada.

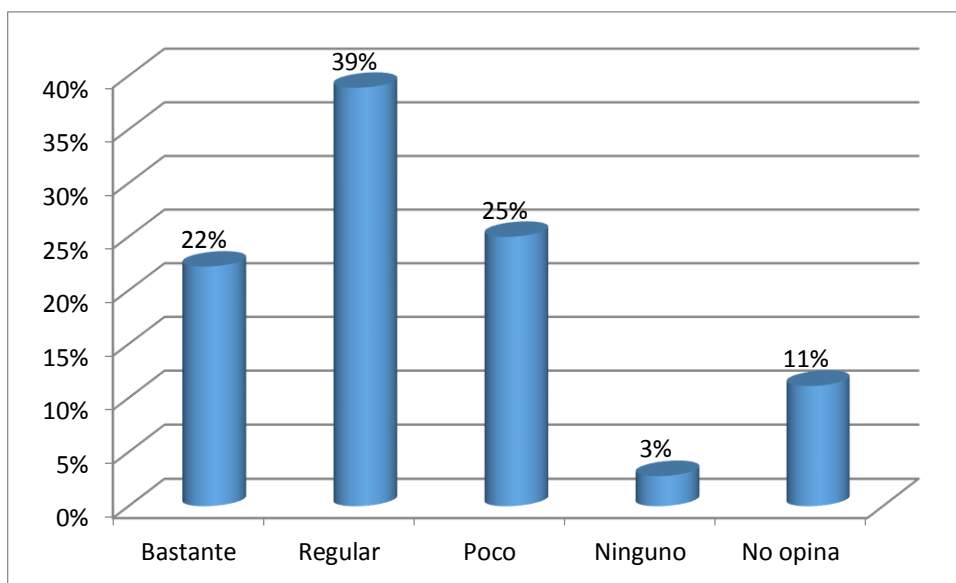
CUADRO N° 23
RAPIDEZ EN LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Bastante	8	22%
Regular	14	39%
Poco	9	25%
Ninguno	1	3%
No opina	4	11%
Total	36	100%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 23



Fuente : Resultados del cuadro N° 23

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 23, responden a la pregunta: ¿Considera que ha mejorado la rapidez en la atención a los usuarios con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 39% de los clientes de Supermix señalan que el nivel de mejora en la rapidez en la atención a los usuarios ha sido “Regular”. Así mismo un 25% de los trabajadores señalan como “Poco” el nivel de mejora en la rapidez de la atención a los usuarios. Por otro lado un 22% de los trabajadores también indican que “si” hubo mejora en calidad de atención en nivel de “Bastante”. Así mismo otro sector del 11% decidió “No opinar” sobre la pregunta planteada y finalmente se observa a otro grupo del 3% de trabajadores quienes señalan que no hubo “Ninguna” mejora en la rapidez de atención a los clientes.

CUADRO N° 24

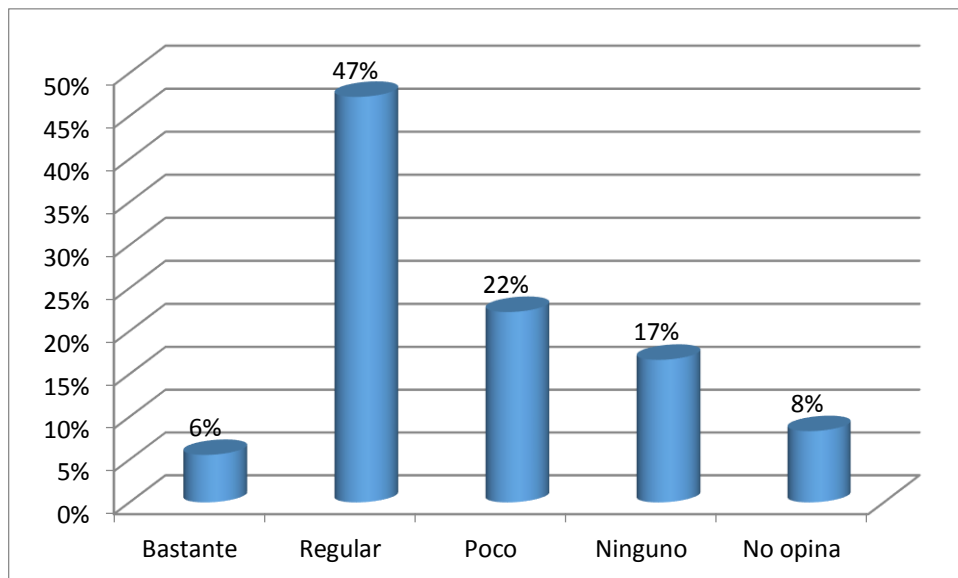
MEJOR DE RELACIÓN ENTRE CLIENTE Y LA EMPRESA SUPERMIX

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Bastante	2	6%
Regular	17	47%
Poco	8	22%
Ninguno	6	17%
No opina	3	8%
Total	36	100%

Fuente : Cuestionario de la Encuesta

Elaboración : Las investigadoras

GRÁFICO N° 24



Fuente : Resultados del cuadro N° 24

Elaboración : Las investigadoras

Interpretación

Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 05, responden a la pregunta: ¿Ha mejorado su relación como cliente con la Empresa Supermix, con el uso del software para gestión de ventas? De los resultados obtenidos mediante el procesamiento estadístico se puede apreciar que el 47% de los clientes de Supermix manifiestan haber experimentado mejora de su relación como cliente con la Empresa Supermix en un nivel de “Regular”; por otro lado se aprecia a un 22% de

trabajadores quienes señalan el haber mejorado su relación con la empresa en un nivel de “Poco”. Así mismo se aprecia a un sector del 17% de trabajadores, quienes indican que no hubo “Ninguna” mejora en la relación con la Empresa Supermix. Otro sector del 8% de trabajadores prefirieron “No opinar” sobre la pregunta planteada. Finalmente se aprecia a un 6% de los trabajadores quienes señalaron la mejora de su relación como cliente en un nivel de “Bastante”.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo del informe de investigación, se presenta la discusión de los resultados, las que se realizan comparando con los antecedentes y las bases teóricas; las mismas que se detallan a continuación:

5.1. CON LOS ANTECEDENTES.

Al momento de estructurar el proyecto de investigación se mencionaron los antecedentes de trabajos que tengan relación directa con el trabajo de investigación presentada, que señalamos a continuación:

1. En la Tesis titulada “El software GESPAN y sus implicancias en la gestión comercial de la Pastelería Bongos de la ciudad de Huánuco - 2014”, cuyos autores son Ortega Mazza, Wendy Cecilia y Domínguez Sarmiento, Jonathan, trabajo de investigación realizado para la obtención del Título Profesional de Licenciados en Administración en la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” de Huánuco, las conclusiones resaltantes son:

- Se logró diseñar y desarrollar un sistema informático el cual se denomina GESPAN, que permite mejorar y automatizar los procedimientos comerciales de la microempresa Pastelería “BONGOS”
- Se ha logrado mejorar el desarrollo de los procedimientos comerciales de la microempresa Pastelería “BONGOS”, mediante la automatización utilizado software, el cual permite

desarrollar las tareas y actividades con mayor rapidez, mejora de la productividad del personal, mejora en la calidad de atención al usuario.

- Se ha logrado una mejora significativa en el control de los productos de almacén mediante el uso del Software GESPAN.
- Se ha logrado mejorar la calidad de atención a los clientes, dándole mayor rapidez en el proceso de ventas y entrega de los productos

Discusión con los resultados:

De los resultados obtenidos en la Panadería Bongos, se puede apreciar que el desarrollo e implementación del software GESPAN, ha permitido mejorar el desarrollo de las tareas y actividades del personal con mayor rapidez, así mismo ha mejorado significativamente el control de sus productos. Por otro lado en los resultados observados y descritos en el presente trabajo de investigación, también se evidencia la mejora de los procedimientos comerciales y la mejora de atención de los clientes con la implementación del software de gestión de ventas, lo que se demuestra que existe coincidencia en la obtención de los resultados.

2. En la Tesis titulada “Desarrollo de un sistema informático con patrones de diseño orientado a objetos aplicado al control de inventarios en la empresa TECNIZAP. 2004” cuya autora es LORENA LAZO, Jane Paul. Trabajo de investigación realizado para obtener el Título Profesional de: INGENIERO INDUSTRIAL en la

Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima Perú, las conclusiones resaltantes son:

- El software desarrollado e Implementado en el área de Inventario de la Empresa Industrial “TECNIZAP” SAA, logró automatizar los procesos administrativos de la unidad, conduciendo a un ahorro significativo de tareas, reducción de costos y mejora en la producción de calzados.
- Se ha experimentado mejoras en el rendimiento de los trabajadores de la unidad de Inventarios mediante la aplicación del sistema informático, el cual repercute en la mejora del proceso productivo de la empresa.

Discusión con los resultados:

De los resultados obtenidos por la Empresa Industrial TECNIZAP SAA, se aprecia que, con el uso de un sistema informático con patrones de diseño orientado a objetos aplicado al control de inventarios, se ha logrado mejorar el desarrollo de las tareas, reducción de costos y el incremento de la producción de calzado, así mismo mejora en el rendimiento laboral de los trabajadores;. Por otro lado en los resultados observados y descritos en nuestro trabajo de investigación, ocurre de manera similar la mejora de los procedimientos comerciales y la mejora de atención de los clientes con la implementación del software de gestión de ventas, lo que se demuestra que existe coincidencia en la obtención de los resultados.

CONCLUSIONES

1. Se logró determinar los procedimientos comerciales se realizan en el área de Ventas de la microempresa SuperMix, los cuales ascienden a 14 procedimientos.
2. Antes de la implantación Sistema Informático en la gestión de ventas, los procedimientos comerciales se desarrollaban utilizando libros de contabilidad y hojas con formatos pre impresos para anotar las actividades de la unidad de ventas en la microempresa Supermix.
3. Mediante la implementación del Sistema Informáticos de Gestión de ventas se ha logrado automatizar 80% de los procedimientos de ventas, y el 20% de los procedimientos tienen una parcial automatización.
4. Mediante la implementación del Sistema Informático de Gestión de ventas en la microempresa SuperMix, se han logrado los siguientes beneficios: Mejor control en las compras y ventas. Rapidez en el proceso de facturación. Mejor control de los productos en el almacén. Mejor calidad de servicio de atención a los clientes. Mejor productividad del personal en el desarrollo de sus actividades y reducción de costos en los procedimientos.
5. Para lograr la implementación del Sistema Informático de Gestión de Ventas en la microempresa Supermix, ha sido necesario adquirir seis equipos de cómputo, luego interconectar dichos equipos mediante una red de área local (Red LAN), así mismo contratar los servicios de un equipo técnico profesional en materia de implementación de sistemas de información.

SUGERENCIAS

1. Se haga de conocimiento público de los beneficios obtenidos en la organización mediante la implementación del sistemático en la automatización de los procedimientos comerciales, a fin de que sirva como modelo y motivación para el resto de las empresas similares de la Región de Huánuco.
2. Se socialice los resultados del trabajo de investigación en los estudiantes de pregrado en la asignatura correspondiente a manera de casos y como ejemplo de la utilidad de las teorías de Sistemas de Información y Calidad de Gestión Empresarial
3. Se continúe haciendo mayor investigación en las características del Sistema de Gestión de Ventas, a fin de determinar su estructura, los costos de diseño, costos de implementación y costos de implementación con mayor precisión el beneficio obtenido.
4. Se continúe con el proceso de investigación a fin de determinar las métricas respecto a las mejoras obtenidas en cuanto al control de artículos, los ingresos y salidas del inventario, la determinación de métricas y la obtención de reportes e informes.

BIBLIOGRAFÍA

1. CANEPA, F. (2000). Tecnologías de la Información en La pequeña y micro empresa. Lima Perut: Publicación de Telefónica del Perú.
2. ENCARNACIÓN G., (2004). Gestión comercial y servicio de atención al cliente. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A
3. HERNANDEZ R. (2003) “Metodología de la Investigación”, México: Editorial *Mc Graw Hill*.
4. LEHMAN A y BELADY R. (2010) Sistemas de Información Gerencial. Bogotá Colombia: Editorial McGraw Hill.
5. MARTIN, P. (2000). Marketing Internet: Comercio Electrónico, España 2000, Editorial McGraw Hill.
6. O´GUINN A.,(2004). Paradigmas y modelos de Negocios. Hill Bogotá Colombia: Editorial McGraw Hill.
7. STANTON G. (2007). Ventas y compras en pequeños negocios. Colombia: Editorial El Universal.
8. THOMPSON F. (2004). Gestión comercial de la PYME. España: Editorial Ideaspropias.
9. TUKEY J. (2011). Ingeniería de software. España: Editorial Pearson Educación.
10. VIERA L. (2013). Aplicaciones informáticas de la gestión comercial. Málaga: IC Editorial

ANEXOS

ANEXO N° 01

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN – HUÁNUCO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES

Señor trabajador de la empresa Super Mercado Mix, agradeceremos a su persona contestar de manera sincera las preguntas que se formulan a continuación, el cual servirá para desarrollar el trabajo de investigación por egresadas de la Facultad mencionada en la parte superior para fines de obtención del título profesional.

1. Señale usted los procedimientos que realiza en su área de trabajo

Procedimiento	Si	No
Registro de Ventas		
Facturación		
Devoluciones de compras		
Notas de crédito		
Registro de compras		
Registro de cotizaciones		
Control de pagos a proveedores		
Ingreso de mercaderías		
Verificación y control de calidad		
Registro de inventarios (Kardex)		
Registro de clientes		
Cuenta corrientes de clientes		
Registro de Proveedores		
Cuenta corriente de deudas a proveedores		
Control de Devoluciones y pérdidas		

2. Señale la forma como se realizaba los procedimientos comerciales, antes de implementar el sistema informático para gestión de ventas

Procedimiento	Forma manual en formularios	Forma manual en libros	Forma manual en cuadernos	Con software Office
Registro de Ventas				
Facturación				
Devoluciones de compras				
Notas de crédito				
Registro de compras				
Registro de cotizaciones				
Control de pagos a proveedores				
Ingreso de mercaderías				
Verificación y control de calidad				
Registro de inventarios (Kardex)				

Registro de clientes				
Cuenta corrientes de clientes				
Registro de Proveedores				
Cuenta corriente de deudas a proveedores				
Control de Devoluciones y pérdidas				

3. Señale que procedimientos fueron automatizados en su área de trabajo, mediante la implementación del software de gestión de ventas

Procedimiento	Automatización completa	Automatización parcial	Sin Automatización
Registro de Ventas			
Facturación			
Devoluciones de compras			
Notas de crédito			
Registro de compras			
Registro de cotizaciones			
Control de pagos a proveedores			
Ingreso de mercaderías			
Verificación y control de calidad			
Registro de inventarios (Kardex)			
Registro de clientes			
Cuenta corrientes de clientes			
Registro de Proveedores			
Cuenta corriente de deudas a proveedores			
Control de Devoluciones y pérdidas			

4. ¿Cómo considera la disponibilidad del producto con el uso del software para gestión de ventas?
- a. Rápido []
- b. Regular []
- c. Lento []
- d. Igual []
- e. No opina []
5. ¿Cómo considera Ud. la facilidad en el inventario de los bienes, con el uso del software para gestión de ventas?
- a. Excelente []
- b. Bueno []

- c. Regular []
 - d. Malo []
 - e. No opina []
6. ¿Cómo ha mejorado el control en cada producto, con el uso del software para gestión de ventas?
- a. Bastante []
 - b. Regular []
 - c. Poco []
 - d. Ninguno []
 - e. No opina []
7. ¿Cómo considera la rapidez en la facturación con el uso del software para gestión de ventas?
- a. Excelente []
 - b. Bueno []
 - c. Regular []
 - d. Malo []
 - e. No opina []
 - f. []
8. ¿Cómo considera Ud. la ubicación de los productos vencidos con el uso del software para gestión de ventas?
- a. Excelente []
 - b. Bueno []
 - c. Regular []
 - d. Malo []
 - e. No opina []
 - f. []
9. ¿Cómo considera Ud. la reducción de costos de inventarios con el uso del software para gestión de ventas?
- a. Excelente []
 - b. Bueno []
 - c. Regular []
 - d. Malo []
 - e. No opina []
 - f. []
10. ¿Cómo ha mejorado el control en las compras y ventas de los productos con el uso del software para gestión de ventas?
- a. Bastante []
 - b. Regular []
 - c. Poco []
 - d. Ninguno []
 - e. No opina []

11. ¿Cómo ha mejorado la relación con los proveedores con el uso del software para gestión de ventas?
- a. Bastante []
 - b. Regular []
 - c. Poco []
 - d. Ninguno []
 - e. No opina []
12. ¿Cómo ha mejorado la relación con los clientes con el uso del software para gestión de ventas?
- a. Bastante []
 - b. Regular []
 - c. Poco []
 - d. Ninguno []
 - e. No opina []
13. ¿Se ha adquirido equipos de cómputo para implementar el software de gestión de ventas?
- a. Si []
 - b. No []
 - c. No sabe []
 - d. No opina []
14. ¿Se ha adquirido Software de Ofimática para implementar el software de gestión de ventas?
- a. Si []
 - b. No []
 - c. No sabe []
 - d. No opina []
15. ¿Se ha adquirido Software de Administración de Base de Datos para implementar el software de gestión de ventas?
- a. Si []
 - b. No []
 - c. No sabe []
 - d. No opina []
16. ¿Se ha implementado Redes de computadoras para implementar el software de gestión de ventas?
- a. Si []
 - b. No []

- c. No sabe []
- d. No opina []

17. ¿Se ha contratado desarrolladores de sistemas de información para implementar el software de gestión de ventas?

- a. Si []
- b. No []
- c. No sabe []
- d. No opina []

18. ¿Se ha contratado técnicos en Informática para implementar el software de gestión de ventas?

- a. Si []
- b. No []
- c. No sabe []
- d. No opina []

19. ¿Se ha realizado Instalaciones eléctricas para los equipos necesarios para implementar el software de gestión de ventas?

- a. Si []
- b. No []
- c. No sabe []
- d. No opina []

20. ¿Se ha implementado mobiliario para los equipos de cómputo para implementar el software de gestión de ventas?

- a. Si []
- b. No []
- c. No sabe []
- d. No opina []

ANEXO N° 02

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN – HUÁNUCO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS DIRIGIDO A LOS CLIENTES

Señor cliente de la empresa Super Mercado Mix, agradeceremos a su persona contestar de manera sincera las preguntas que se formulan a continuación, el cual servirá para desarrollar el trabajo de investigación por egresadas de la Facultad mencionada en la parte superior para fines de obtención del título profesional.

1. ¿Cómo considera el proceso de facturación en la empresa con el uso del software para gestión de ventas?
 - a. Excelente []
 - b. Bueno []
 - c. Regular []
 - d. Malo []
 - e. No opina []

2. ¿Cómo considera la variedad y accesibilidad de la oferta de productos en la empresa con el uso del software para gestión de ventas?
 - a. Excelente []
 - b. Bueno []
 - c. Regular []
 - d. Malo []
 - e. No opina []

3. ¿Cómo le atienden en los reclamos y devoluciones de los productos con el uso del software para gestión de ventas?
 - a. Excelente []
 - b. Bueno []
 - c. Regular []
 - d. Malo []
 - e. No opina []

4. ¿Considera que mejorado la rapidez en la atención a los usuarios con el uso del software para gestión de ventas?

- a. Bastante []
- b. Regular []
- c. Poco []
- d. Ninguno []
- e. No opina []

5. ¿Ha mejorado su relación como cliente con la Empresa Supermix, con el uso del software para gestión de ventas?

- a. Bastante []
- b. Regular []
- c. Regular []
- d. Poco []
- e. Ninguno []
- f. No opina []



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

RESOLUCIÓN N° 702-2017-UNHEVAL/FCAT-D.

Cayhuayna, 12 de octubre de 2017

Visto los documentos que se acompañan en dos (2) folios, más dos ejemplares del proyecto de tesis;

CONSIDERANDO:

Que, con Resolución N° 538-2017-UNHEVAL/FCAT-D, de fecha 11.AGO.2017, se designa al profesor **Dr. Aurelio SIMÓN ROSAS**, Docente Asesor de Tesis Colectivo de las ex alumnas, **Milagros GONZALES RIOS**, **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA** y **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**;

Que, con Resolución N° 582-2017-UNHEVAL/FCAT-D, de fecha 28.AGO.2017, se **DESIGNÓ** a los miembros del **Jurado Adhoc** para la revisión y dictamen del Proyecto de Tesis Colectivo intitulada: "**Impacto de la aplicación de un Sistema Informático de Gestión de Ventas en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L. Huánuco, 2017**", presentada por las ex alumnas, **Milagros GONZALES RIOS**, **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA** y **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, conformados por los profesores, **Mg. Jorge Luis JESÚS AQUINO**, Metodólogo y el **Dr. Niker Jhon SALINAS ALEJANDRO**, Especialista;

Que, con Informe N° 001-2017-UNHEVAL/JTC, recepcionado el 04.OCT.2017, el **Dr. Niker Jhon Salinas Alejandro**, Especialista y el **Mg. Jorge -Luis Jesús Aquino**, metodólogo, habiendo revisado el proyecto de tesis Colectiva intitulada, "**Impacto de la aplicación de un Sistema Informático de Gestión de Ventas en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L. Huánuco, 2017**", presentada por las ex alumnas, **Milagros GONZALES RIOS**, **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA** y **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, emiten informe de opinión **FAVORABLE**, y sugieren por su aprobación, por encontrarse de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL;

Que, en concordancia al Art. 15° del Reglamento General de Grados y Títulos de la UNHEVAL, Aprobado con Resolución Consejo Universitario N° 2846-2017-UNHEVAL, el 03.AGO.2017, que expone: "**Con el informe favorable de la Comisión Revisora Ad hoc el Decano emitirá la Resolución aprobando el Proyecto de Tesis (Ver Anexo N° 01). En el libro de Proyectos de Tesis de la Facultad, se registrará el Título del Proyecto de Tesis, el nombre del autor y del asesor, el número de la resolución y las observaciones. Asimismo, debe registrarse la exclusividad del tema en el Instituto de Investigación de la Facultad ...**". Asimismo, el Art. 16° señala: "**Las facultades establecerán en su Reglamento Interno de Grados y Títulos el plazo mínimo para que el alumno proceda a desarrollar su Proyecto de Tesis. Si no lo desarrollara en un plazo de un año, debe presentar un nuevo Proyecto de Tesis**"; y;

Estando a las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad por la Nueva Ley Universitaria N° 30220, por el Estatuto Reformado de la UNHEVAL, por el Reglamento General de la UNHEVAL, aprobada con Resolución de Consejo Universitario N°0988-2017-UNHEVAL, de 31.MAR.2017; por la Resolución N° 052-2016-UNHEVAL-CEU de fecha 26 de agosto 2016, que reconoce la elección **Dr. David Julio Martel Zevallos** como Decano Titular de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo; y por la Resolución N° 2780-2016-SUNEDU de fecha 02.set.2016, que resolvió la inscripción del Decano de la FCAT de la UNHEVAL, en el Registro de Firmas de Autoridades Universitarias, Institutos y Escuelas de Educación Superior de la SUNEDU;

SE RESUELVE:

- 1° **APROBAR** el Proyecto de Tesis Colectiva y su estructura de desarrollo titulada: "**Impacto de la aplicación de un Sistema Informático de Gestión de Ventas en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L. Huánuco, 2017**", presentada por las ex alumnas, **Milagros GONZALES RIOS**, **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA** y **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, por lo expuesto en los considerandos de la presente Resolución.
- 2° **INSCRIBIR**, el presente Proyecto en el libro de Proyectos de Tesis de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo. Asimismo, debe registrarse la exclusividad del tema en la Unidad de Investigación de la Facultad.
- 3° **DAR A CONOCER** la presente Resolución al interesado y a quienes correspondan.

Regístrese, comuníquese, archívese.



Dr. David Julio Martel Zevallos
DECANO

Distribución:

UIFCAT (1)/ Asesor de Tesis (1)/Interesadas (3)/Archivo



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

RESOLUCIÓN N° 538-2017-UNHEVAL/FCAT-D.

Cayhuayna, 11 de agosto de 2017

Vistos los documentos que se adjuntan en diez (10) folios;

CONSIDERANDO:

Que, con solicitud en FUT N° 0368580, de fecha 10.AGO.2017, las ex alumnas, Milagros GONZALES RIOS, Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA y Graciela Yamile LUNA ESPINOZA, de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, solicitan designación de Asesor para la elaboración de Proyecto de Tesis Colectivo y proponen al Profesor Dr. Aurelio SIMÓN ROSAS, quien firma en el documento aceptando tal propuesta;

Que, en el Reglamento de Grados y Títulos aprobado con Resolución Consejo Universitario N° 0065-2017-UNHEVAL, el 23.ENE.2017, en el Capítulo IV De la Modalidad de Tesis, en el Art. 14° señala: "El alumno que va a obtener el Título Profesional por esta modalidad, debe presentar en el último año de estudios de su carrera profesional, el Proyecto de Tesis.... solicitando al Decano de la Facultad el nombramiento de un Asesor de Tesis, con el informe del Asesor de Tesis, será remitido a una Comisión Revisora Ad-Hoc integrado por dos docentes, uno de ellos debe ser especialista en metodología de la investigación científica (o estadística) y otro en el aspecto temático. Asimismo, en el Capítulo V Del Asesor de Tesis, en el Artículo 27° señala "El profesor Asesor de Tesis deberá ser profesor ordinario y tener experiencia en el tema de investigación...";

Que, en el precitado Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco, en la Primera Disposición Final, señala: "Los aspectos no previstos en el presente Reglamento, serán resueltos por el Decano de la Facultad, en el marco de sus atribuciones señaladas en el presente Reglamento, en el Estatuto de la UNHEVAL y en la Ley Universitaria N° 30220 y otros dispositivos, en su defecto serán resueltos por el Vicerrector Académico y, según fuera el caso, por el Consejo Universitario";

Estando a las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad por la Nueva Ley Universitaria N° 30220, por el Estatuto Reformado de la UNHEVAL, por el Reglamento General de la UNHEVAL, aprobada con Resolución de Consejo Universitario N°0988-2017-UNHEVAL, de 31.MAR.2017; por la Resolución N° 052-2016-UNHEVAL-CEU de fecha 26 de agosto 2016, que reconoce la elección Dr. David Julio Martel Zevallos como Decano Titular de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo; y por la Resolución N° 2780-2016-SUNEDU de fecha 02.set.2016, que resolvió la inscripción del Decano de la FCAT de la UNHEVAL, en el Registro de Firmas de Autoridades Universitarias, Institutos y Escuelas de Educación Superior de la SUNEDU;

SE RESUELVE:

- 1° **DESIGNAR** al Profesor Dr. Aurelio SIMÓN ROSAS, docente Asesor para la elaboración del Proyecto de Tesis Colectivo de las ex alumnas, Milagros GONZALES RIOS, Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA y Graciela Yamile LUNA ESPINOZA,, de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, por lo expuesto en los considerandos de la presente Resolución.
- 2° **DISPONER** que el docente Asesor designado apoye en la elaboración del Proyecto de Tesis Colectivo de las referidas ex alumnas.
- 3° **DAR A CONOCER** la presente Resolución al docente Asesor, interesadas y órganos pertinentes.

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dr. David Julio Martel Zevallos

DECANO

Distribución:

Docente Asesor (1)/Interesadas (3)/Archivo.



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
RESOLUCIÓN N° 582-2017-UNHEVAL/FCAT-D.

Cayhuayna, 28 de agosto de 2017

Visto los documentos que se acompañan en tres (4) folios más dos (02) ejemplares del Proyecto de Tesis;

CONSIDERANDO:

Que, con Resolución N° 538-2017-UNHEVAL/FCAT-D, de fecha 11.AGO.2017, se designa al profesor **Dr. Aurelio SIMÓN ROSAS**, Docente Asesor de Tesis Colectivo de las ex alumnas, **Milagros GONZALES RIOS**, **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA** y **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**;

Que, con solicitud en FUT N° 0371021, de fecha 25.AGO.2017, las ex alumnas, **Milagros GONZALES RIOS**, **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA** y **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, solicitan designación de los miembros del Jurado Ad Hoc para la revisión y dictamen sobre su Proyecto de Tesis Colectivo intitulado: **"Impacto de la aplicación de un Sistema Informático de Gestión de Ventas en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L. Huánuco, 2017"**. Adjuntan el Informe N° 018-2017-UNHEVAL-FCAT/ASR, del Dr. Aurelio Simón Rosas, Docente Asesor de Tesis Colectivo de las recurrentes, copia de la Resolución de designación de docente asesor y dos (2) ejemplares del proyecto de Tesis;

Que, con Resolución de Consejo Universitario N° 0065-2017-UNHEVAL, de fecha 23.ENE.2017, se aprueba el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco, instrumento legal en el cual, en el **Artículo 14°** señala: **"El alumno que va a obtener el Título Profesional por la modalidad de tesis debe presentar, en el último año de estudios de su carrera profesional, el proyecto de Tesis, con el visto bueno del profesor de la asignatura de tesis o similar, solicitando al decano de la Facultad el nombramiento de un Asesor de Tesis. Con el informe del Asesor de Tesis, será remitido a una Comisión revisora Adhoc, integrada por dos docentes, uno de ellos debe ser especialista en metodología de la investigación científica (o estadística) y otro en el aspecto temático"**; debiendo emitirse la respectiva resolución;

Que, en el precitado Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco, en la Primera Disposición Final, señala: **"Los aspectos no previstos en el presente Reglamento, serán resueltos por el Decano de la Facultad, en el marco de sus atribuciones señaladas en el presente Reglamento, en el Estatuto de la UNHEVAL y en la Ley Universitaria N° 30220 y otros dispositivos, en su defecto serán resueltos por el Vicerrector Académico y, según fuera el caso, por el Consejo Universitario"**;

Estando a las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad por la Nueva Ley Universitaria N° 30220, por el Estatuto Reformado de la UNHEVAL, por el Reglamento General de la UNHEVAL, aprobada con Resolución de Consejo Universitario N°0988-2017-UNHEVAL, de 31.MAR.2017; por la Resolución N° 052-2016-UNHEVAL-CEU de fecha 26 de agosto 2016, que reconoce la elección Dr. David Julio Martel Zevallos como Decano Titular de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo; y por la Resolución N° 2780-2016-SUNEDU de fecha 02.set.2016, que resolvió la inscripción del Decano de la FCAT de la UNHEVAL, en el Registro de Firmas de Autoridades Universitarias, Institutos y Escuelas de Educación Superior de la SUNEDU;

SE RESUELVE:

- 1° **DESIGNAR** a los miembros del **Jurado Adhoc** para la revisión y dictamen del Proyecto de Tesis Colectivo intitulada: **"Impacto de la aplicación de un Sistema Informático de Gestión de Ventas en la microempresa Distribuidora Supermercado Mix S.R.L. Huánuco, 2017"**, presentada por las ex alumnas, **Milagros GONZALES RIOS**, **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA** y **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, por los considerandos expuestos en la presente Resolución, conformados por los profesores siguientes:

Mg. Jorge Luis JESÚS AQUINO	Metodólogo
Dr. Niker Jhon SALINAS ALEJANDRO	Especialista
- 2° **DISPONER** para que en un plazo máximo de 15 días hábiles, sea revisado y dictaminado por los miembros del Jurado Adhoc. Caso contrario serán reemplazados automáticamente.
- 3° **DAR A CONOCER** la presente Resolución a los miembros del Jurado, Docente Asesor e interesadas.

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dr. David Julio Martel Zevallos
DECANO

Distribución:

Jurados (2)/Docente Asesor (1) Interesadas (3)/ Archivo



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

RESOLUCIÓN N° 833-2017-UNHEVAL/FCAT-D.

Cayhuayna, 22 de diciembre de 2017

Visto los documentos que se acompañan en cinco (5) folios;

CONSIDERANDO;

Que, con Resolución N° 538-UNHEVAL/FCAT-D, de fecha 11.AGOS.2017, se designa al profesor **Dr. Aurelio SIMÓN ROSAS**, Docente Asesor de Tesis Colectiva de las ex alumnas, **Milagros GONZALES RÍOS**, **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA** y **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**;

Que, con Resolución N° 702-2017-UNHEVAL/FCAT-D, de fecha 12.OCT.2017, se designa a los miembros del Jurado Ad Hoc para la revisión y dictamen del proyecto de Tesis Colectivo titulado: **"IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN DE VENTAS EN LA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA SUPERMERCADO MIX S.R.L. HUANUCO, 2017"**, presentada por la ex alumnas **Milagros GONZALES RÍOS**, **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA** y **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, conformados por los profesores **Mg. Jorge Luis JESÚS AQUINO** Metodólogo y el **Dr. Niker Jhon SALINAS ALEJANDRO** Especialista.

Que, con Resolución N° 702-2017-UNHEVAL/FCAT-D., de 12.OCT.2017, se APROBÓ el Proyecto de Tesis Colectiva y su estructura de desarrollo titulada: **"IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN DE VENTAS EN LA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA SUPERMERCADO MIX S.R.L. HUANUCO, 2017"**, presentada por las ex alumnas **Milagros GONZALES RÍOS**, **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA** y **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**;

Que, con RESOLUCIÓN N° 807-2017-UNHEVAL/FCAT-D, de 18.DIC.2017, se DESIGNÓ a los miembros del Jurado de Tesis, para la revisión y dictamen del Borrador de Tesis Colectivo titulado: **"IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN DE VENTAS EN LA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA SUPERMERCADO MIX S.R.L. HUANUCO, 2017"**, presentada por las ex alumnas **Milagros GONZALES RÍOS**, **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA** y **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo, conformados por los profesores: **Dr. David Julio MARTEL ZEVALLOS**, **Presidente**, **Dr. Edward Luis ZEVALLOS CHOY**, **Secretario**, **Dr. Jorge Luis JESUS AQUINO**, **Vocal**, **Dr. Lida Days BERAUN QUIÑONES**, **Accesitaria**;

Que, con Informe s/n-2017-UNHEVAL-FACT/DMZ, de 21.DIC.2017, el **Dr. David Julio Martel Zevallos**, **Presidente**; el Informe S/N°-2017-UNHEVAL-FACTY/ELZC, de 21.DIC.2017, del **Mg. Edward Luis Zevallos Choy**, **Secretario** y el Informe N° s/n-2017—FAC/JLJA, de 21.DIC.2017, del **Mg. Jorge Luis Jesús Aquino**, **Vocal**, en sus condiciones de miembros titulares del jurado de tesis, habiendo revisado el borrador de tesis, han dictaminado acerca de la suficiencia del trabajo de tesis Colectiva titulada: **"IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN DE VENTAS EN LA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA SUPERMERCADO MIX S.R.L. HUANUCO, 2017"**, presentada por las tesis Bachilleres, **Milagros GONZALES RÍOS**, **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA** y **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo;

Que, con solicitud en FUT N° 0386758, de fecha 21.DIC.2017, las tesis, Bachilleres en Ciencias Administrativas, **Milagros GONZALES RÍOS**, **Graciela Yamile LUNA ESPINOZA** y **Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA**, solicitan se fije hora, lugar y fecha para la sustentación en acto público de su tesis Colectiva titulada: **"IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN DE VENTAS EN LA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA SUPERMERCADO MIX S.R.L. HUANUCO, 2017"**,



"Año del Buen Servicio al Ciudadano"
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

toda vez que los jurados han informado acerca de la suficiencia del trabajo de tesis, por lo que proponen que el acto público de sustentación sea el día **miércoles 27 de diciembre de 2017, a las 09:00 a.m.**;

Que, el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, aprobado con Resolución Consejo Universitario N° 2846-2007-UNHEVAL, de fecha 03.AGO.2017, Artículo 24° que señala: **"El interesado presentará en el Formato Único de Trámite una solicitud dirigida al Decano pidiendo se fije hora, lugar y fecha para el acto de sustentación, adjuntando los documentos señalados en el Artículo 10° del presente Reglamento"**. Asimismo, el Artículo 25° señala: **"Una vez que los miembros del Jurado hubieran informado al Decano acerca de la suficiencia del trabajo de tesis, el Decano emitirá la resolución fijando día, hora y lugar para la sustentación y aprobación de la tesis en acto público, dando a conocer este hecho en un lugar visible a la comunidad valdizana en general y a la comunidad de la facultad en particular"**;

Estando a las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad por la Nueva Ley Universitaria N° 30220, por el Estatuto Reformado de la UNHEVAL, por el Reglamento General de la UNHEVAL, aprobada con Resolución de Consejo Universitario N°0988-2017-UNHEVAL, de 31.MAR.2017; por la Resolución N° 052-2016-UNHEVAL-CEU de fecha 26 de agosto 2016, que reconoce la elección Dr. David Julio Martel Zevallos como Decano Titular de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo; y por la Resolución N° 2780-2016-SUNEDU de fecha 02.set.2016, que resolvió la inscripción del Decano de la FCAT de la UNHEVAL, en el Registro de Firmas de Autoridades Universitarias, Institutos y Escuelas de Educación Superior de la SUNEDU;

SE RESUELVE:

- 1° **FIJAR** hora, lugar y fecha, para el acto de sustentación de tesis Colectiva titulada: **"IMPACTO DE LA APLICACIÓN DE UN SISTEMA INFORMATICO DE GESTION DE VENTAS EN LA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA SUPERMERCADO MIX S.R.L. HUANUCO, 2017"**, presentada por las tesis Bachilleres, **Milagros GONZALES RÍOS, Graciela Yamile LUNA ESPINOZA y Deysi Yovana MELENDEZ OCHOA**, de la Escuela Profesional de **Ciencias Administrativas**, para el día **miércoles 27 de diciembre de 2017, a las 09:00 a.m.**, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo, 5to. Piso – Pabellón VB, por lo expuesto en los considerandos de la presente Resolución.
- 2° **RECOMENDAR** a los miembros del jurado calificador el cumplimiento del artículo 31° y 32° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL, que están integrados por los profesores siguientes:

Dr. David Julio MARTEL ZEVALLOS	Presidente
Dr. Edward Luis ZEVALLOS CHOY	Secretario
Dr. Jorge Luis JESUS AQUINO	Vocal
Dr. Lida Days BERAUN QUIÑONES	Accesitaria

- 3° **DAR A CONOCER** la presente Resolución a quienes corresponda y a las interesadas.

Regístrese, comuníquese, archívese.

Dr. David Julio Martel Zevallos
DECANO

Distribución:

Jurados (4)/Asesor de Tesis (1)/Interesadas (3)/Archivo.



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN		REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJO INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES			
		RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA	PAGINA
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN		OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0	06/01/2017	10 de 13

ANEXO 2

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICAS DE PREGRADO

1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL (especificar los datos de los autores de la tesis)

Apellidos y Nombres: Luna Espinoza, Graciela Yamile

DNI: 72700781 Correo electrónico: GracielaLuna2@Hotmail.com

Teléfonos: Casa _____ Celular 913969178 Oficina _____

Apellidos y Nombres: Gonzales Rios Milagros

DNI: 72034240 Correo electrónico: MilagrosGonzalez@Hotmail.com

Teléfonos: Casa _____ Celular 948025319 Oficina _____

Apellidos y Nombres: Melendez Ochoa Deysi Yovana

DNI: 71725995 Correo electrónico: Yovana@Hotmail.com

Teléfonos: Casa _____ Celular 990049557 Oficina _____

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Pregrado	
Facultad de:	<u>Ciencias Administrativas y Turismo</u>
E. P.:	<u>Ciencias Administrativas</u>

Título Profesional obtenido:

Licenciada en Administración

Título de la tesis:

Impacto de la aplicación de un sistema informático de gestión de



VICERRECTORADO DE INVESTIGACION	RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA	PAGINA
	OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0	06/01/2017	11 de 12

ventas en la microempresa distribuidora supermercado mix S.R.L. Huancayo 2017.

Tipo de acceso que autoriza(n) el (los) autor(es)

Marcar "X"	Categoría de Acceso	Descripción del Acceso
<input checked="" type="checkbox"/>	PUBLICO	Es público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
<input type="checkbox"/>	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, mas no al texto completo.

Al elegir la opción "Público", a través de la presente autorizo o autorizamos de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio.unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya(n) marcado la opción "Restringido", por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

Asimismo, pedimos indicar el periodo de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:

- 1 año
- 2 años
- 3 años
- 4 años

Luego del periodo señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasara a ser de acceso público.

Fecha de firma: *30 de enero de 2019*

Firma del autor y/o autores: