



**Universidad  
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍAS**

**Tesis**

**Sistema web para la optimización de la gestión de ventas de una  
empresa comercializadora en Lima, 2021**

**Para optar el Título profesional de Ingeniero de Sistemas e Informática**

**AUTOR**

**Br. Huamanñahui Aedo, Edwin**

**Código ORCID**

**0000-0001-6860-284X**

**LIMA - PERÚ**

**2021**

**Tesis**

**Sistema web para la optimización de la gestión de ventas de una  
empresa comercializadora en Lima, 2021**

**Línea de investigación general de la universidad**

Ingenierías de Sistemas e Informática, Industrial y Gestión Empresarial y  
Ambiental

**Línea de investigación específica de la universidad**

Redes y Comunicaciones

**Asesor**

Mg. Chávez Alvarado Walter Amador

**Código ORCID**

0000-0001-8614-482X

## **Miembros del Jurado**

Dr. Herrera Salazar Jose Luis (ORCID: 0000-0002-8869-3854)

Presidente del Jurado

Dr. Flores Zafra David (ORCID: 0000-0001-5846-325X)

Secretario

Dra. Díaz Reátegui Mónica (ORCID: 0000-0003-4506-7383)

Vocal

Asesor temático

Mg. Chávez Alvarado Walter Amador (ORCID: 0000-0001-8614-482X)

Asesor metodólogo

Dr. Nolzco Labajos, Fernando Alexis (ORCID: 0000-0001-8910-222X)

### **Dedicatoria**

A mis padres Fernando y Ana María, por estar apoyándome a cumplir mis metas y objetivos, y familia en general que siempre tuvieron palabras de aliento y buenos deseos para superarme cada día más.

### **Agradecimiento**

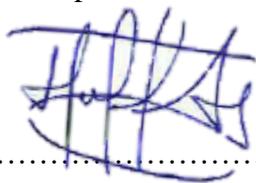
Agradecer a Dios por haberme guiado en todo el proyecto y desarrollo de mi tesis, y a mi familia por la motivación constante en cada etapa de mi vida. También, agradecimiento a mi casa de estudios Universidad Norbert Wiener por darme la oportunidad de formarme con valores y conocimiento en la Carrera de Ingeniería de Sistemas e Informática. Por último, agradezco a mi asesor al Mg. Walter Amador Chávez Alvarado, por su orientación, su colaboración y el tiempo brindado en la ejecución del proyecto de Investigación.

## Declaración de autoría

 Universidad Norbert Wiener	<b>DECLARACIÓN DE AUTORIA</b>	
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-017	FECHA: 13/03/2020

Yo, Edwin Huamanñahui Aedo estudiante de la escuela académica de Ingeniería y Negocios de la universidad privada Norbert Wiener, declaro que el trabajo académico titulado: “Sistema web para la optimización de la gestión de ventas de una empresa comercializadora en Lima, 2021” para la obtención del título profesional de: Título profesional de Ingeniero de Sistemas e Informática es de mi autoría y declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente y/o autor, me someto a las sanciones que determina los procedimientos establecidos por la UPNW.



.....  
Firma

Edwin Huamanñahui Aedo

DNI: 70021798



Huella

Lima, 2 de diciembre del 2021

## Índice

	Pág.
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de autoría	vi
Índice	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xii
Índice de cuadros	xv
Resumen	xvi
Abstract	xvii
Introducción	xviii
<b>CAPITULO I: EL PROBLEMA</b>	<b>19</b>
1.1 Planteamiento del problema	19
1.2 Formulación del problema	20
1.2.1 Problema general	20
1.2.2 Problemas específicos	21
1.3 Objetivos de la investigación	21
1.3.1 Objetivo general	21
1.3.2 Objetivos específicos	21
1.4. Justificación de la investigación	21
1.4.1 Teórica	21
1.4.2 Metodológica	22
1.4.3 Práctica	22
1.5 Limitaciones de la investigación	22
1.5.1 Temporal	22
1.5.2 Espacial	22
1.5.3 Recursos	22
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>23</b>
2.1 Antecedentes de la investigación	23
2.1.1 Antecedentes internacionales	23
2.1.2 Antecedentes nacionales	24
2.2 Bases teóricas	26

2.2.1 Gestión de pedido	26
2.2.2 Sistema web	35
CAPITULO III: METODOLOGÍA	47
3.1 Método de investigación	47
3.2 Enfoque	47
3.3 Tipo de investigación	48
3.4 Diseño de la investigación	48
3.5 Población, muestra y unidades informantes	48
3.6 Categorías y subcategorías	49
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
3.7.1 Técnicas	53
3.7.2 Instrumentos	53
3.7.3 Descripción	53
3.7.4 Validación	54
3.8 Procesamiento y análisis de datos	54
3.9 Aspectos éticos	55
CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	56
4.1 Descripción de resultados cuantitativos	56
4.1.1 Niveles de la sub categoría entrada de pedido, análisis de la cantidad de trabajadores por sector	56
4.1.2 Niveles de la sub categoría entrada de pedido, análisis del cliente de ingresos anuales	59
4.1.3 Niveles de la sub categoría stock, análisis del historial de inventario	60
4.1.4 Niveles de la sub categoría registro, análisis historial de pedidos	62
4.1.5 Niveles de la sub categoría registro, análisis de pedidos que fueron facturados	63
4.1.6 Niveles de la sub categoría registro, análisis del historial de despachos programados	64
4.1.7 Niveles de la sub categoría post venta, análisis de seguimiento al cliente	66
4.2 Descripción de resultados cualitativos	67
4.2.1 Análisis de la sub categoría entrada de pedido	67
4.2.2 Análisis de la sub categoría stock	68
4.2.3 Análisis de la sub categoría registro	69

4.2.4 Análisis de la sub categoría post venta	70
4.3 Identificación de los factores de mayor relevancia	73
4.4 Propuesta	74
4.4.1 Priorización de los problemas	74
4.4.2 Consolidación del problema	74
4.4.3 Categoría solución (conceptualización)	74
4.4.4 Objetivo general y específicos de la propuesta	75
4.4.5 Impacto de la propuesta	75
4.4.6 Direccionalidad de la propuesta	80
4.4.7 Entregable 1: Modelo del proceso	83
4.4.8 Entregable 2: Análisis de tiempos (DAP del AS-IS y DAP del TO - BE)	83
4.4.9 Entregable 3: Casos de uso del sistema	83
4.4.10 Entregable 4: Listado de requisitos funcionales y no funcionales	83
4.4.11 Entregable 5: Diagrama de arquitectura de la solución	84
4.4.12 Entregable 6: Vista 4 +1	84
4.4.13 Entregable 7: Modelo de la base de datos	87
4.4.14 Entregable 8: Diseño de prototipos en web	87
4.4.15 Entregable 9: Demo de la funcionalidad del aplicativo	87
4.5 Discusión	87
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	91
5.1 Conclusiones	91
5.2 Recomendaciones	92
<b>REFERENCIAS</b>	93
<b>ANEXOS</b>	99
Anexo 1: Matriz de consistencia	100
Anexo 2: Evidencias de la propuesta	101
Anexo 3: Instrumento cuantitativo	148
Anexo 4: Instrumento cualitativa	152
Anexo 5: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	160
Anexo 6: Fichas de validación de la propuesta	166
Anexo 7: Base de datos (instrumento cuantitativo)	168
Anexo 8: Transcripción de las entrevistas y/o informe del análisis documental	174
Anexo 9: Pantallazos del atlas ti	179

## Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Matriz de categorización de la categoría problema	51
Tabla 2 Matriz de categorización de la categoría solución	52
Tabla 3 Expertos que validaron el instrumento	54
Tabla 4 Expertos que validaron la propuesta	54
Tabla 5 Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría entrada de pedido, de acuerdo a la escala de valoración de la cantidad de colaboradores de los clientes por sector durante el año 2021	56
Tabla 6 Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría entrada de pedido, de acuerdo a la escala de valoración según el ingreso en millones de soles de los clientes	59
Tabla 7 Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría stock, de acuerdo historial de inventario durante los periodos 2018-2019-2020	60
Tabla 8 Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los pedidos generados en cada semestre durante los periodos 2018-2019-2020	62
Tabla 9 Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los pedidos que fueron facturadas durante los periodos 2018-2019-2020	63
Tabla 10 Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los despachos programados de las ventas generadas durante los periodos 2018-2019-2020	64
Tabla 11 Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría post venta, de acuerdo al seguimiento de clientes potenciales durante los periodos 2018-2019-2020	66
Tabla 12 Inversión del proyecto, pago de servicio de desarrollo del sistema web	76
Tabla 13 Inversión del proyecto, equipos	76
Tabla 14 Inversión del proyecto, consumo mensual de servicios	77
Tabla 15 Inversión del proyecto, costo anual con el sistema	77
Tabla 16 Inversión del proyecto, costo anual sin el sistema	77
Tabla 17 Inversión del proyecto, ahorro anual	78

Tabla 18 Inversión del proyecto, cálculo del TIR y VAN	79
Tabla 19 Diagrama de actividades de proceso DAP (AS-IS)	103
Tabla 20 Diagrama de actividades de proceso DAP (TO-BE)	104
Tabla 21 Requisitos funcionales del sistema	108
Tabla 22 Requisitos no funcionales del sistema web	109

## Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría entrada de pedido, de acuerdo a la escala de valoración de la cantidad de colaboradores de los clientes por sector durante el año 2021.	57
Figura 2 Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría entrada de pedido, de acuerdo a la escala de valoración según el ingreso en millones de soles de los clientes.	59
Figura 3 Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría stock, de acuerdo historial de inventario durante los periodos 2018-2019-2020.	61
Figura 4 Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los pedidos generadas en cada semestre durante los periodos 2018-2019-2020.	62
Figura 5 Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los pedidos que fueron facturadas durante los periodos 2018-2019-2020	63
Figura 6 Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría despacho, de acuerdo a los despachos programados de las ventas generadas durante los periodos 2018-2019-2020.	65
Figura 7 Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría post venta, de acuerdo al seguimiento de clientes potenciales durante los periodos 2018-2019-2020.	66
Figura 8 Análisis cualitativo de la sub categoría entrada de pedido	67
Figura 9 Análisis cualitativo de la sub categoría stock.	68
Figura 10 Análisis cualitativo de la sub categoría registro.	69
Figura 11 Análisis cualitativo de la sub categoría post venta	70
Figura 12 Análisis de la categoría gestión de pedido	71
Figura 13 Vista lógica	84
Figura 14 Vista de despliegue	85
Figura 15 Vista de procesos	85
Figura 16 Vista física	86
Figura 17 Vista +1 vista de escenarios	86
Figura 18 Diagrama de actividades actual AS-IS.	101
Figura 19 Diagrama de actividades propuesto TO-BE	102

Figura 20 Caso de uso acceder al sistema.	105
Figura 21 Caso de uso enviar solicitud de afiliación.	105
Figura 22 Caso de uso evaluar solicitud	105
Figura 23 Caso de uso de registrar datos del cliente.	106
Figura 24 Caso de uso de crear pedido.	106
Figura 25 Caso de uso registrar pedido.	106
Figura 26 Caso de uso generar comprobante de pago.	107
Figura 27 Caso de uso de consultar despacho	107
Figura 28 Arquitectura de software del sistema web	109
Figura 29 Modelo conceptual de datos.	110
Figura 30 Modelo lógico de la base de datos	111
Figura 31 Modelo físico de la base de datos	112
Figura 32 Diagrama de componentes	113
Figura 33 Diagrama de despliegue	113
Figura 34 Diagrama de clases	114
Figura 35 Validación de usuario.	115
Figura 36 Restablecer contraseña	116
Figura 37 Mensajes de alerta.	117
Figura 38 Mensaje de alerta de restablecimiento de contraseña	118
Figura 39 Actualizar clave de usuario.	119
Figura 40 Confirmación de cambio de clave.	120
Figura 41 Solicitud de afiliación.	121
Figura 42 Solicitud de afiliación, mensaje	122
Figura 43 Registro de cliente.	123
Figura 44 Registro de cliente, mensaje	124
Figura 45 Interfaz de cliente	125
Figura 46 Selección de categoría	126
Figura 47 Selección de subcategoría	127
Figura 48 Agregar productos al pedido	128
Figura 49 Registrar pedido	129
Figura 50 Consulta de despacho	130
Figura 51 Gestión de despacho, despachos pendientes	131
Figura 52 Gestión de despacho, despachos atendidos	132

Figura 53 Gestión de productos, categorías	133
Figura 54 Gestión de productos, sub categoría	134
Figura 55 Gestión de productos	135
Figura 56 Evaluación de solicitud de afiliación	136
Figura 57 Reporte de solicitudes atendidas	137
Figura 58 Gestión de clientes: registro de clientes	138
Figura 59 Reporte de facturación	139
Figura 60 Empleados	140
Figura 61 Base de datos: masiljo.sql : tabla pedidos	141
Figura 62 Base de datos: masiljo.sql: tabla producto	142
Figura 63 Base de datos: masiljo.sql: tabla subcategoría	143
Figura 64 Conexión con la base de datos: .env	144
Figura 65 Login	145
Figura 66 Registro de usuario	146
Figura 67 Vista de ingreso de pedido	147

## Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1 Matriz de direccionalidad de la propuesta	80
Cuadro 2 Matriz de direccionalidad de la propuesta	81
Cuadro 3 Matriz de direccionalidad de la propuesta	82

## **Resumen**

El presente estudio de investigación nombrado “Sistema web para la optimización de la gestión de ventas de una empresa comercializadora en Lima, 2021”, fue expuesta con el fin de llevar a cabo los planeamientos y controles estratégicos para mejorar los problemas encontrados en la organización, con la finalidad de reducir los tiempos de atención a los clientes y los costos operativos.

En esta investigación, se aplicó el enfoque mixto de tipo proyectivo, la cual permitió tener un mejor panorama con respecto al problema, a través de la recolección de datos cuantitativos y cualitativos, y así generar una mejor exploración y uso de los datos aplicando el método inductivo – deductivo. Se realizó el análisis documental de los pedidos, historial de clientes, de despachos, etc., durante los últimos 3 años y la entrevistas a 4 colaboradores del área de ventas, en las que están involucrados el gerente comercial, jefa de ventas, ejecutivo de ventas y la ejecutiva de ventas, con el fin de obtener una visión más amplia del problema. Para el análisis de la información, se evaluó con la ayuda de una hoja de cálculo, en la cual se realizaron cuadros estadísticos sobre los registros documentales a través de tiempo y para el análisis cualitativa se realizaron entrevistas; el cual se utilizó la herramienta atlas ti para realizar un análisis más completo de la información.

Finalmente, luego del análisis realizado en la triangulación, y el diagnóstico de los puntos críticos, se propone la elaboración de un sistema web que es factible, además que ahorra tiempo y es basada en las últimas tendencias tecnológicas relacionadas al desarrollo de software que le permitirá optimizar los tiempos, costos y en consecuente una mayor productividad en beneficio de la empresa. Para la construcción de la propuesta se generó evidencia comprobable sobre las actividades relacionadas con los objetivos de la propuesta a fin de demostrar una perspectiva valorable por parte de la empresa.

*Palabras clave:* Gestión de pedidos, sistema web, stock, registro, post venta.

## **Abstract**

The present research study named "Web system for the optimization of the sales management of a marketing company in Lima, 2021", was exposed in order to carry out the planning and strategic controls to improve the problems found in organization, in order to reduce customer service times and operating costs.

In this research, the mixed projective approach was applied, which allowed to have a better panorama regarding the problem, through the collection of quantitative and qualitative data, and thus generate a better exploration and use of the data by applying the method inductive - deductive. A documentary analysis of orders, customer history, dispatches, etc. was carried out during the last 3 years and interviews with 4 employees of the sales area, in which the commercial manager, sales manager, sales executive, are involved. sales and the sales executive, in order to get a broader view of the problem. For the analysis of the information, it was evaluated with the help of a spreadsheet, in which statistical tables were made on the documentary records over time and interviews were conducted for the qualitative analysis; which the atlas ti tool was used to carry out a more complete analysis of the information.

Finally, after the analysis carried out in the triangulation, and the diagnosis of the critical points, the development of a web system is proposed that is feasible, in addition to saving time and is based on the latest technological trends related to software development that will allow optimize times, costs and consequently greater productivity for the benefit of the company. For the construction of the proposal, verifiable evidence was generated on the activities related to the objectives of the proposal in order to demonstrate a valuable perspective on the part of the company.

*Key words:* Order management, web system, stock, register, after sales.

## Introducción

Actualmente, la implementación de herramientas tecnológicas en las empresas es una necesidad estratégica, y más aún en mundo globalizado y competitivo, donde se prioriza el factor tiempo y calidad. Sin embargo, algunas empresas no se enfocan en los problemas internos, sobre todo el “*core business*” que afectan la productividad y la rentabilidad. Estos factores son determinantes al momento de cumplir con las exigencias que los clientes demandan en un mercado tan competitivo.

Es por ello que se ha realizado la presente investigación que consiste en 4 capítulos detallados a continuación:

En el capítulo I, describe el problema de investigación en base a los problemas suscritos durante la pandemia, las cuales deja en evidencia que la empresa no cuenta con otro canal de atención a los clientes, como también el seguimiento de sus productos ya solicitados. El objetivo principal de estudio es proponer un sistema web para la gestión de ventas.

En el capítulo II, se expone la sustentación teórica del estudio donde estimó los trabajos de investigación realizados con anterioridad, las bases y marco teórico según la categoría problema y la categoría solución, con sus respectivas sub categorías y categorías emergentes, las cuales se explicaron gracias a las investigaciones de los conocedores de la materia y estudiosos.

En el capítulo III, metodología de la investigación, está conformado por los métodos, tipo, nivel de la investigación, variable, población y muestra, instrumentos de recolección de datos y procesamiento de análisis de datos.

En el Capítulo IV, se describe los resultados de la encuesta analizada y la entrevista, cada una de las cuales representa un resultado mixto en su respectiva categoría cuantitativa y cualitativa. También está el pilar fundamental de este proyecto, que es la propuesta con el colaborador y cliente utilizaría el sistema web para el manejo de información, se observa el proceso de implementación y los módulos realizados.

En el Capítulo V, donde se precisa las respuestas a los problemas identificados, así mismo se brinda las recomendaciones correspondientes o sugerencias en base a los resultados obtenidos.

# CAPITULO I: EL PROBLEMA

## 1.1 Planteamiento del problema

En mayo del 2019, la OMC realizó un informe en la que los servicios de distribución y financieros son los servicios de mayor demanda a nivel mundial durante el año 2017, en la cual asciende por un promedio de 2,634 y 2,463 billones de dólares respectivamente, cuya participación 19,9% y 18,6% en su categoría. El motivo principal del aumento del servicio de distribución se debe a que está ligado estrechamente con la evolución tecnológica móvil, y esto ha dado forma que las empresas con el fin de abarcar mayor cantidad de clientes, sean minoristas o mayorías opten por esta medida, como servicio totalmente online, o con la combinación de presencia física con opciones de gestiones de pedido (Organización Mundial del Comercio, 2019).

La carencia de comunicación entre las áreas y/o dependencias que no permita que la información pueda fluir en todas ellas, como también una mala gestión de proceso del pedido, hacen que la capacidad de respuesta frente a un suceso inesperado (bienes incompletos, faltantes, demoras de entregas, etc.) sea perjudicial para la organización como: repeticiones de los registros del mismo tipo información, interrupciones al trabajo de los demás colaboradores por consultas de otros departamentos sobre alguna documentación, horas de trabajo en reportes manuales, efectos adversos al servicio al cliente, y más aún para usuario, tales como: mala experiencia de adquisición de algún bien o producto, insatisfacción y/o no cubrir su necesidad. Por los que se tiene que mejorar la visibilidad de la gestión de pedidos a través de: uso de la digitalización de la entrada de pedidos al sistema tecnológico, almacenar toda la información relevante del proceso en un solo lugar como en la nube, brindar el acceso a esta información a los interesados, diseño e implantación de reglas y alertas cuando un pedido toma más de un tiempo establecido en alguna parte del proceso, definir, monitorear y aplicar las métricas de rendimiento para el proceso, brindar el estado de pedidos a clientes clave, para que pueda mantenerse informado (Ubiqua Blog Empresarial, 2018).

De acuerdo a las investigaciones realizadas de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico, antes del aislamiento social a causa de la pandemia del Covid 19, tenía un crecimiento de 58%, luego de estas medidas, decreció hasta un -11%, la cual generó preocupaciones, considerándose como la peor caída de ventas en toda latino américa a través de ese medio; por lo que el presidente de la organización solicitó al gobierno de turno la activación de uso de comercio electrónico, como principal fuente de actividad en el país, es

así que el ministerio de producción abrió la posibilidad de reactivación de dicha actividad, la cual tuvo un incremento de hasta un 160% en julio del 2020 (Camara Peruana de Comercio Electronico, 2021).

Según el estudio en diario Gestión, la importancia del desarrollo de apps móviles aumenta la productividad de 30% a 40% dependiendo de donde se use esta tecnología, dependiendo del área o necesidad que desea que se solucione, señala Julio Ramón, gerente general de la consultora digital Perú Apps. En muchas empresas en la toma de pedido es manual, es decir, el vendedor en el punto de venta de pedido en una bitácora/data, la cual luego tiene que procesar cuando llega a la empresa e introducir al sistema. Gracias a las aplicaciones es generar una toma de pedido en el punto de venta. Esto supone un ahorro no solamente de tiempo sino de papelería, indica el ejecutivo. Además, este tipo de app de uso interno en la empresa también significa un ahorro en la gestión de emisión de reportes. Otras áreas que son beneficiarias como: logística, rastreo de mercadería y fuerza de ventas, generando productividad hasta 30%; unificación de la información para todas las áreas (Diario Gestión, 2018).

En la empresa privada se encontraron tres problemas relacionadas a la gestión de ventas: El problema número uno es la demora de atención al cliente, debido a que la aplicación de escritorio no cuenta con la funcionalidad de realizar las actividades laborales de manera remota, más aún con pandemia del covid-19, lo que dificulta que no se pueda realizar el debido proceso de pedido de productos. El segundo problema encontrado los constantes reclamos de los clientes, por la poca información acerca de la entrega de sus productos a su almacén y la no comunicación cuando no se respeta el acuerdo de los tiempos programados de entrega, lo que genera un mal precedente, como también, una mala reputación a la empresa. El tercer problema encontrado; la insatisfacción del cliente, debido a que la empresa no cuenta con la totalidad de los suministros ofertados inicialmente, y esto conlleva a que el cliente se sienta engañado y una falsa expectativa de obtener los productos, ya que reservó sus recursos para la adquisición de los productos a través de la orden de compra.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo mejorar la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Cuál es la situación de la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021?

¿Cuáles son los factores que inciden en el mal control de la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Proponer un sistema web para la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

Diagnosticar la situación de la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021.

Identificar los factores que inciden en el mal control de la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021.

## **1.4. Justificación de la investigación**

### **1.4.1 Teórica**

La presente investigación tiene diversas teorías, las cuales justifica la autenticidad de este estudio; se menciona a 3 teorías: la primera es: teoría de sistemas de Bertalanffy, en que se centra solución de conjeturas mediante la aplicación de varios procedimientos para lograr la mejora, así obtener una mayor productividad, reduciendo el valor adquirido en el mercado de los bienes o servicios; aplicando técnicas y de las herramientas tecnológicas que permiten cumplir con los objetivos cotidianos u organizacionales. La segunda teoría es: la teoría de la información de Johansen, esta teoría ayuda a que la información sea tan fluida y ordenada entre los involucrados quienes participan en la gestión de pedidos, la cual facilita a la generación de reportes; como resultando a través de la realización del análisis y evaluación, se pueda tomar de decisiones como también permitir la proyección de rentabilidad, stock, pedidos, etc. La tercera teoría es: la teoría de los recursos humanos de Chiavenato, se enfoca directamente en ayuda a mejorar a dar un buen soporte antes, durante y después de la toma de pedido de un bien y/o servicio al cliente, siendo una atención clara y precisa, que permita cumplir con la necesidad y requerimiento del cliente.

### **1.4.2 Metodológica**

En el presente estudio radica en el sintagma holístico, que permite recolectar y verificar los datos verídicos de la empresa en forma cuantitativos y cualitativos, es decir, en base a este enfoque mixto, la cual permite analizar y obtener los valores para identificar el problema o cuello de botella que se presenta en empresa. Con la finalidad de encontrar y hallar un diagnóstico real de la categoría problema usando el instrumento de registro documental que son los pedidos y entrevista directa a los usuarios directos, quienes son los trabajadores del área de ventas, a fin de plantear una propuesta factible y realizable que logre resolver el problema de gestión de toma de pedido de una empresa privada.

### **1.4.3 Práctica**

Se propone implementar un sistema que logre optimizar la gestión de ventas, con la finalidad que los procesos sean eficientes y lograr los objetivos de la empresa. Uno de los problemas que presenta la empresa, cuenta con un sistema de escritorio que no realiza los reportes diarios, semanal y mensual que se necesita para lograr el análisis de proyecciones, control y gestión de clientes. También, este mismo sistema no muestra el stock, haciendo muchas veces que la atención al cliente sea deficiente, inexacta y tardía, en consecuencia, mala experiencia del cliente y mala imagen de la empresa. Además, el actual sistema al ser de escritorio no cuenta con la configuración de trabajar vía remoto, dificultando las posibles ventas fuera de oficina y más aún en pandemia. Por políticas de la empresa, solo trabajan en oficina 30% del total de personal de ventas, la cual agrava aún más la rentabilidad.

## **1.5 Limitaciones de la investigación**

### **1.5.1 Temporal**

Los datos que fueron obtenidos para el trabajo de investigación fueron situados dentro del periodo entre julio del 2021 – diciembre 2021.

### **1.5.2 Espacial**

El presente trabajo de investigación se desarrolló una empresa distribuidora de equipos de protección personal en la ciudad de Lima, Perú.

### **1.5.3 Recursos**

Esta investigación se desarrolló con recursos informáticos y virtuales, y limitado uso de recursos físicos, debido a las variantes, además de la segunda ola que están surgiendo con este virus Covid 19.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1 Antecedentes internacionales**

En Colombia, Antioquia (2020) se desarrolló una propuesta de implementación de un aplicativo móvil de pedido y entrega programada en tiempo real; la cual tuvo por objetivo llevar un mejor control y tener una mejor efectividad en la toma de pedidos en la entrega a nivel nacional de productos. Cuyo desarrollo se realizó mediante la investigación constructiva para la solución y aplicando la metodología de proyectiva, que permitió interactuar con el área usuaria. Obteniendo como resultado, que no tienen un medio tecnológico que les dé un soporte y pueda brindar una mejor distribución de sus productos a nivel nacional, haciendo que la empresa no pueda expandirse, además que sus tiempos de respuesta al cliente sea ineficiente. Se concluyó, que el desarrollo de una plataforma digital como una aplicación móvil logra cumplir con el objetivo planteado, de optimizar los tiempos propuestos, ser más proactivos, tener una mayor cobertura a nivel nacional de los clientes.

En Ecuador, Guayaquil (2020) se realizó la tesis sobre una propuesta de desarrollo de una aplicación móvil y sistema web para la gestión de toma de pedidos de una repostería. Cuyo objetivo fue gestionar la toma de pedidos y la administración de las tareas de una repostería ubicado a través del desarrollo de una aplicación móvil y sistema web para facilitar la toma de pedidos solicitados por los clientes, además de generar reportes. La cual la investigación lo realizó mediante un enfoque experimental/causal, aplicando el método deductivo, con una población total de los clientes, a través de la encuesta se realizó el análisis de datos. Obteniendo como resultado, que posee una mala recepción de pedidos, ya que muchas veces los clientes eligen productos errados, que en su mayoría genera insatisfacción, además un control de ventas. Los investigadores concluyeron que, para lograr un mejor resultado en ventas y optimización de procesos, la implementación del sistema web como también la aplicación móvil, lograron suplir en su totalidad las necesidades del cliente, logrando una mejor satisfacción e incrementando ventas.

En Ecuador, Quito (2019) se elaboró una propuesta de implementación de un aplicativo para pedidos de cilindros de gas, utilizando ubicación geo referencial para la ciudad de Quito, cuyo trabajo tuvo por objetivo, optimizar el tiempo de atención de los pedidos de cilindros de gas y permitir los envíos de los cilindros al usuario final lo más pronto posible. Para llevar a cabo esta propuesta se utilizó la metodología de observación, aplicando las metodologías cualitativa y comparativa, la cual se recopiló información

importante a través de la entrevista que pudo usar para el correcto diagnóstico del problema a resolver; teniendo como resultado las falencias que tiene la empresa como la carencia de asignación de horarios, por lo que la coordinación dentro del área de despacho es muy precaria, logrando la insatisfacción del cliente. Se concluyó que, a través del desarrollo de una solución tecnológica como un aplicativo móvil, mejora la calidad del servicio, optimiza tiempos, que se logren obtener beneficios tanto proveedor como cliente.

En Ecuador, Guayaquil (2017) se llevó a cabo una propuesta desarrollo de una aplicación móvil con promociones y pedidos para servicios de catering, cuyo objetivo es mejorar el sistema de toma de pedido y sus servicios que sean más eficaces. La investigación los realizo mediante la metodología descriptiva en la que se hizo una encuesta al personal para diagnosticar el nivel del problema y determinar los retrasos que se está generando. Mostrándose como resultado que solo existe una persona quien administra la toma de pedidos a los clientes, por los diferentes canales, sea presencial como virtual, es decir el tiempo de respuesta al cliente es lenta, haciendo que este busque otras alternativas. El investigador concluyó que las empresas sin importar el tamaño se deben automatizar para el aumento de la rentabilidad y el uso de las herramientas tecnologías son de gran ayuda en optimización de tiempos.

En Ecuador, Guayaquil (2017) se realizó un estudio sobre el desarrollo de una aplicación móvil para mejorar los procesos de la gestión de pedido como también las relaciones comerciales con el cliente, teniendo como objetivo determinar la situación de los procesos de la gestión de ventas de una pizzería en la ciudad de Latacunga, dicha investigación se realizó mediante un enfoque deductivo, a través de encuestas y entrevistas para la recopilación y análisis de datos. Se obtuvo como resultado, que la empresa no tiene cuenta con sistema tecnológico que le ayuda a brindar un buen servicio a sus clientes, generando así pérdida de ingresos. Se concluyó, la implementación de la aplicación móvil tuvo un impacto positivo en la empresa, superando las expectativas esperadas como también abriendo la posibilidad de ser escalable, agregándole mayor funcionalidad y optimizando otros procesos.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

Correa (2019) desarrolló una propuesta sobre el proceso de toma de pedidos de una empresa en la ciudad de Jaén, cuyo objetivo fue determinar el efecto de la implementación de un sistema de información móvil para el proceso de toma de pedidos de una empresa en la ciudad de Jaén, a través de la aplicación del diseño pre-experimental, usando el enfoque

cualitativo y cuantitativo, en la observación de 341 pedidos como muestra, divididos en 20 días, para luego ser analizados con el método test-retest, la cual mide el nivel de confiabilidad a través del coeficiente de correlación de Pearson. Obteniendo como resultado, en los niveles de respuesta de los procesos en rotación de stock y el cumplimiento del pedido eran muy bajos, no pudiendo dificultando su producción y expansión de la empresa. Finalmente, se concluye que con la implementación de este sistema tuvo mejoras notorias en el área de ventas de la empresa que trabajaba, como: el aumento de las utilidades, logrando así los objetivos de la empresa.

Flores (2018) realizó un estudio sobre aplicación móvil para el proceso de gestión de pedidos en la empresa Rx Tecompany. El objetivo de la investigación fue determinar los efectos del desarrollo de un aplicativo móvil en el control de pedido de una empresa mencionada. Se utilizó la investigación aplicada, diseñada en pre-experimental, con un enfoque cuantitativo orientada a las muestras de documentos generados de los pedidos; teniendo como resultado, el proceso de control de pedido de la empresa, como el déficit de generación de documentos diarios, errores constantes de elaboración de los pedidos. El investigador concluye que el sistema móvil, ayudo a optimizar los tiempos reduciendo significativamente la demora de atención al cliente, como también a la calidad de elaboración de documentos, siendo estos más productivos, y beneficiosos para la empresa.

Palacios, Paz y Sánchez (2017) elaboraron un estudio sobre diseño e implementación de un sistema web con aplicación móvil para pedidos delivery de una cevichería. Cuyo objetivo fue aplicar una mejora en el control del proceso de pedidos delivery de la empresa a través de un aplicativo móvil y web. Se desarrolló mediante un enfoque deductivo, con la obtención de los datos a través de encuesta a 30 personas empleadas de la empresa, las cuales permitió diagnosticar el comportamiento de la atención y su necesidad. Cuyos resultados fueron que el personal se pudo adaptar el nuevo sistema propuesto, sus tiempos de respuestas a los comensales es lo esperado. Se concluyó, la implementación de este sistema móvil, logró ser beneficioso para la empresa, ya que se optimizo el proceso de control de pedido, haciendo que sea más fluido y que el cliente se sienta satisfecho del tiempo de entrega de su pedido.

Muñoz (2017) desarrolló un estudio sobre la realización de reservas y toma de órdenes en un restaurante de Lima, Perú, cuyo objetivo determinar la influencia del desarrollo de una aplicación móvil en la realización de reservas y toma de órdenes para el restaurante. Se desarrolló mediante un enfoque deductivo, con la obtención de los datos a través de estudio de mercado desarrollado a nivel cualitativo y cuantitativo, las cuales

permitieron analizar el comportamiento del cliente y su necesidad, teniendo como resultado, que las atenciones en las llamadas telefónicas, gestión de pedidos personalizadas, toman demasiado tiempo en respuesta a los clientes, las cuales muchas veces, abandonan el local, generando una mala imagen organizacional. Se concluyó que el sistema móvil mejoró los procesos dentro del restaurante, agilizando las atenciones al público inclusive en horas pico; logrando alcanzar buenos resultados en los indicadores de calidad y recuperando la fidelización de los clientes.

Puelles y Quezada (2016) realizaron un estudio sobre automatización del proceso de pedidos en el restaurante, a través de una aplicación móvil con reconocimiento de voz. El objetivo fue pretender lograr con esta investigación la creación de un aplicativo en Android utilizando técnicas y métodos para mejorar el proceso de la toma de pedidos. La cual la investigación lo realizó mediante un enfoque experimental/causal, aplicando el método deductivo, con una población total de atenciones, a través de la encuesta se realizó el análisis de datos. Obteniendo como resultado, que se pierde al registrarlos en la estación de trabajo, así como también las colas que se forman en las horas punta de atención. Los investigadores concluyeron que, para lograr una óptima automatización, el uso de hand free y capacitación del personal se haría más fácil la realización de pedidos de los platos de comida.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Gestión de pedido**

#### **Teoría de sistemas**

Esta teoría permite la explicación de los problemas, y la descripción de los fenómenos que ocurren dentro de una organización, sin importar la rama y/u otras ciencias. La teoría general de sistemas como doctrina aplica la exploración científica a cualquier sistema de cualquier ciencia, por lo que utiliza la observación para identificar, definir y delimitar cada elemento individual, como también en conjunto dentro del proceso, para luego ser analizado su comportamiento y como este puede percutir de manera positiva o negativa, por lo que la importancia de identificación del o los problemas es importante para la búsqueda de una solución tecnológica, que permita suplir y mejorar el proceso (Bertalanffy, 1989).

La teoría general de sistemas logra aplicar métodos y procedimientos para analizar y estudiar la realidad y desarrollar modelos de los procesos, es decir realizar el análisis sistémico permite realizar la disección del proceso general en sus partes o subsistemas, hasta el punto que se puede identificar su actividad, función, evolución y finalidad. Este análisis

sistémico estudiar a detalle el grado de participación y la relación de las partes para captar la realidad, en busca de los cuellos de botella, deficiencias, o algún subsistema que esté generando retraso y afecte a la productividad y desempeño, para luego determinar en la forma más adecuada para los fines propuestos (Saravia, 1995).

Dentro de la teoría de sistemas, el uso del enfoque reduccionista permite la observación al detalle de subsistemas o componentes, sobre su funcionalidad, comportamiento e interacción, es por eso que muchas veces no logra ser lo suficiente para el entendimiento y comprensión del proceso, debido a que no cuenta con la visualización global de todo el sistema organizacional, es decir tener otra mirada o perspectiva, que permita identificar y encontrar los problemas que puedan afectar el rendimiento de la organización (Johansen, 1993).

### **Teoría de la información**

En el proceso de la información se encuentran tres niveles de análisis diferentes: el técnico, el semántico y el pragmático. En el nivel técnico, es importante el análisis de los problemas que surgen en torno a la confiabilidad, con que la información es enviada desde su origen como el emisor hasta llegar al receptor. En el semántico se evalúa la interpretación del mensaje, si es clara y precisa. Por último, en el nivel pragmático se estudia la efectividad del mensaje (Shannon & Weaver, 1949).

La teoría de la información se define como una medida de organización, la cual tiene que ser ordenada y sincronizada, debido a que, si esta es entropía, es decir desordenada y compleja (gran número de procesos repetitivos, las cuales son innecesarios para el buen funcionamiento y manejo de la información), por lo que el mensaje de la información será erróneo, difusa y vaga, por lo que su consumo en energía, tiempo y costo aumenta significativamente para todos los involucrados (en las áreas de almacén, ventas, contabilidad, etc.), en consecuencia el caos y confusión (Johansen, 1993).

La información aporta en gran medida a la toma de decisiones dentro de las organizaciones, coordinaciones y control, además a que forma parte de las estrategias del negocio, para la resolución de problemas, reduciendo y/o mitigando riesgos y optimizando procesos, como también aporta en gran medida a los administradores a analizar los problemas, visualizando asuntos complejos y generar nuevas propuestas de valor, en muchos casos la información es utilizado como una estrategia de negocio que permite tener mayor ventaja competitiva (Pietro & Martinez, 2004).

## **Teoría de colas**

El manejo de esta teoría se utiliza a través del uso de aplicaciones de diferentes modelos matemáticos de colas, previo estudio y análisis del comportamiento de los involucrados (frecuencia de ingreso, tiempo de atención, etc.), con la finalidad de encontrar el punto de equilibrio entre el costo de atención y tiempo de espera de cada cliente, determinar estos factores y aplicarlos, muchas veces determina el volumen de los ingresos de venta, el reconocimiento al público y la subsistencia de la empresa misma, es decir, brindar la atención oportuna al cliente. Considerando, además, que se tiene que buscar el equilibrio estadístico, la cual es determinada por la condición del tiempo empleado en los sistemas dinámicos, que están conformados por la entrada; son las cantidades de demanda que son requeridas por el sistema, disciplina de la cola, representada por la atención de orden de llegada y los mecanismos de servicio que involucran los tiempos de atención y de espera por cada evento o proceso realizado. La aplicación de la teoría de colas, se puede usar cualquier empresa, siguiendo el mismo proceso de atención al cliente, desde la orden de llegada hasta el despacho o entrega del bien o servicio al usuario final (Erlang, 1909; Chan, 1970; Cazorla, 2014).

## **Teoría de restricciones**

Conocida como TOC (Theory of Constraints), en las que se basa en búsqueda, definición, determinación y erradicación de cuellos de botella u otros procesos que obstruyan el correcto funcionamiento de la información dentro de la empresa u organización; mediante la aplicación de alineamientos o directivas de gerencia, por lo que la importancia de la identificación es crucial para el crecimiento de la rentabilidad y la relación de costo-beneficio de la empresa sea de forma sostenible y perenne a través del tiempo. Se basa en tres enfoques principales, como: la disminución de los costos y gastos de producción, la cual muchas veces varían de acuerdo a las demandas de los insumos de fabricación de manera local e internacional, pueden afectar no solo en la disponibilidad de mercado, sino en la adquisición de los mismos (la escases de insumos); la reducción de inventarios, en la que la rotación de los productos tiene que ser fluida y constante, con la priorización de atención al cliente, caso contrario se generaría sobre costo de alquiler de almacén, a su vez la devaluación los productos; por último el aumento de servicio de la empresa, optimizar la búsqueda de nuevos clientes potenciales, con la aplicación de estrategias (Goldratt & Cox, 2004).

## **Teoría de recursos humanos**

A finales del siglo XX, ya se hablaba de reingeniería, tercerización, un cambio estructural de la empresa, es decir reemplazar el modelo tradicional de las organizaciones; por necesidad del mercado, que exigía que sea más dinámica, flexible e innovadora; es por ello que los trabajadores quienes tenían contacto directo con los clientes se convirtieron en agentes esenciales (cambiaron de ser en recurso pasivo a dinámico), dentro de la organización, es por ello que el capital financiero, invertiría aún más por activos intangibles como: conocimientos, habilidades y competencias (Chiavenato, 2005).

Para lograr reclutar y seleccionar al postulantes idóneo para la organización, la cual pasa por un procedimiento de 3 pasos; el primero se considera a los postulantes susceptibles a ocupar el cargo, es decir, reclutamientos de aquellos quienes creen cumplen con los requisitos; en la segunda etapa, son evaluados por los especialistas de la organización haciendo la comparación del perfil del puesto, con el perfil del postulante; la tercera etapa, antes de escoger al postulante ganador se hace un comparativo de todos los postulantes la cual se escoge al que se acerca al puesto laboral (Souto & García, 2016).

El comité evaluador conformado por un grupo de especialistas, que pueden ser el gerente, supervisor, son quienes lideran en la evaluación y verificación con respecto a los postulantes si cumplen o no de acuerdo a los estándares de la organización, según puede variar de acuerdo a su desempeño, eficiencia funcional, informes de progreso, etc., las cuales toman consensos eligiendo al mejor elemento, que tenga el mejor potencial requerido, que pueda aportar a la organización (Chiavenato, 2000).

En la gestión de pedido, un pedido puede considerarse como un compromiso y parte de la relación comercial entre el proveedor y cliente, donde el proveedor facilita sus productos o servicio al cliente, bajo las condiciones pactadas; la diferencia que tiene la intención, la cual no hay ese compromiso de por medio, pero si te revela una información del manejo del mercado. Añadiendo, la gestión de pedido incluía desde recepción hasta el archivado del pedido, pero actualmente abarca mucho más, ya que el mercado actual, es más exigente, debido a que tenga respuesta inmediata como también personalización (Iglesias, 2015; Alarcon et al., 2005).

La importancia durante la gestión de pedidos en las empresas radica en los beneficios de servicio y atención que puede ofrecer a sus clientes una experiencia over - delivering, las cuales se tiene que considerar con respecto al producto, la calidad, los materiales, y, por último, la forma de entrega, es parte importante dentro de este proceso. Otro punto a

considerar, es el favorecimiento ya que se considera la inversión tecnológica, que parte desde los sistemas de almacenamiento hasta llegar a la automatización de toda la gestión. Además, la realización de las constantes supervisiones de cada proceso que se toma para obtener una mejora a través del tiempo, como también la parte activa que se encuentran en los suministros. Por lo tanto, es de suma importancia para lograr los objetivos dentro de la logística que en consecuencia se produzca una mayor rentabilidad a favor de la empresa (Logistics, 2019).

El proceso de pedido no solo se debe considerarse como toma de decisiones, sino que además es una secuencia de actividades como recepción, planificación y programación de pedido, se tiene que hacer partícipes a las demás áreas de la organización para una adecuada respuesta al cliente. No se debe olvidar que la gestión de pedido está relacionada el conocimiento de lo que el cliente requiere con respecto a la información del producto y/o servicio desde la cantidad, fecha de entrega hasta la presentación. Asimismo, esta gestión de pedidos por su naturaleza se necesita que sea eficaz y eficiente hacia el resto de los procesos, que son el resultado del cumplimiento de los pedidos, todo esto enfocado en brindar el mejor servicio que requiere el cliente. Además, el ciclo de gestión de pedidos brinda a los gerentes la visualización la experiencia del cliente, es decir cada vez que se gestiona un pedido, se gestiona un cliente; y cuando un pedido desatendido o tiene fallas, el cliente, es él está siendo desatendido, llevándose una mala atención, por lo que es importante saber la relación entre el cliente y el pedido (Welker & De Vries, 2002; Shapiro, Rangan, & Sviokla, 1992; Iglesias, 2015).

La entrada de pedido es el punto de inicio de las actividades, la cual atiende el orden en que los procesos tienen que seguir de acuerdo a los requerimientos solicitados. Cada vez que se evalúa las entradas de pedido se debe considerar todos los requisitos para evitar futuros problemas, sean en forma de pago, cantidad, envases, etc. Gracias a las tecnologías de hoy en día, las entradas de pedidos han ido mejorando, y están siendo optimizadas, acelerando los procesos muchos más productivo y proactivo, brindando mayores beneficios a la empresa como al cliente (Aniceto, 2020; Guterrez, 2009; Andalucía, 2020).

Algunas características que debe considerar antes de realizar un pedido es elegir el producto o servicio que desea pedir de acuerdo a la necesidad a cubrir, como también considerar la cantidad y volumen según su disponibilidad, además, el presupuesto económico que maneja, sobre todo si es en caso de delivery o recojo en tienda u almacén, definir la

ubicación exacta, ya que estos puntos son importantes durante la solicitud del pedido de un producto o un bien (Perez, 2021).

El stock se considera al conjunto de mercadería almacenados, cuya finalidad es proveer en menor tiempo posible, además controlar los tiempos de suministros entregados al usuario final, es de vital importancia evitar el quiebre stock, previniendo perjudicar a los de más clientes. También, se entiende como stock todo tipo de provisión almacenado en espera de ser utilizado en el momento oportuno, lugar indicado. Por último, se refiere al stock a la compra de insumos, materiales para suministrarlos a producción, clientes, siempre y cuando se verifique si los bienes y/o existencias están disponibles para su despacho (Rubio & Villaroel, 2012; Mauleón, 2008; Solórzano, 2018).

Los tipos de stock se pueden dividir en criterio funcional, por lo que según su perspectiva funcional se puede encontrar en: stock de ciclo; se caracteriza por atención normalizada al cliente; en stock de seguridad, se basa en la previsión de los retrasos de despacho de los suministros; stock de presentación, está alineada a las entregas inmediatas, es decir, según el enfoque del consumidor o cliente; stock estacional; son las ventas esperadas por ciclos; stock en tránsito, son aquellas las que solo están circulando por las distintas fases de producción o venta; stock de recuperación, son aquellos productos que son usados, para que se puedan ser reutilizados; stock muerto, son los suministros obsoletos o viejos que ya no pueden ser reutilizados, entonces tienen que ser desechados o eliminados; stock especulativo, se analiza a través de inferencia la cual se especula si la demanda del suministro aumenta y se determina el costo de almacenaje (Escudero, 2017).

La importancia del stock se basa en mitigar los problemas como la escasez, es decir, permite reducir y evitar la posibilidad de que los productos empiecen a carecer las materias primas o la producción; economía de escala, es un punto importante ya que, en el caso de los negocios industriales, es necesario conocer que el coste de producción cada suministro, es decir, el coste por unidad se logra disminuir siempre y cuando que se incrementa la producción en volumen. Por lo que resulta una gran ventaja lograr abaratar los costes de producción y, finalmente, el precio de venta del producto. Sin embargo, se tiene que tomar en considerar que, a mayor cantidad de bienes almacenados, mayores serán los costos de almacenaje. Por último, algunas de las razones comerciales, se encuentra en la acumulación de stocks la cual significa que la compañía tiene una garantía de lograr cubrir las exigencias de solicitud de producto; es decir, la razón principal para el almacenaje es tener el suministro cuando el cliente lo esté requiriendo, esta sobreacumulación de productos, suele ser

arriesgado debido a que si no tienen la rotación a salida de venta lo más pronto posible, en un futuro cercano generará altos costos de almacenaje (Escudero, 2017).

En el registro, la propuesta se tiene que llenar en el formato de la empresa los datos del pedido, llenando todos los campos, por eso es importante las consulta a las demás áreas, para el cumplimiento del requisito, es decir, el registro de pedido permite recoger datos reales del cliente y sus necesidades, las cuales aportaran al desarrollo de promociones y acciones que se logre una fidelización. Determina que, al momento de registro de pedido, puedes seleccionar que pedidos pueden generarte cierto beneficio seleccionando que clientes atender primero y que clientes atender después, muchas veces los que se encargan de esta decisión es el área de atención al cliente (Alarcon et al., 2005; Shapiro, Rangan, & Sviokla, 1992; Iglesias, 2015).

Un punto importante en el post venta es la atención de cliente que va desde mesa de ayuda, mantenimiento, atención técnica, venta de suministros hasta el ofrecimiento de repuestos de otros bienes o servicio. También se define como, el conjunto de facetas, las cuales incluye garantías, formación técnica, venta de accesorios en las que el principal beneficiario es el cliente. En la actualidad el post venta determina la rentabilidad de la empresa, según el giro del negocio puede incluir producto, mantenimiento, capacitaciones, actualizaciones, etc.; es decir, un acercamiento al cliente (Shapiro et al., 1992; Cancer, 2005; Kotler, 2005).

La estrategia de post venta cuyo objetivo principal es de mantener las relaciones comerciales con el cliente y mantenerlas, estas que sean perdurables en el tiempo, por lo que el reforzamiento de los vínculos es esencial en esta etapa. En cuanto la necesidad del cliente sea cubierta, más profunda es la confianza y respaldo que esta tiene sobre la organización. Para el mejoramiento de las relaciones comerciales se analiza a detalle todos los cambios posibles y como esta puede cubrir la necesidad de manera objetiva y clara; además que las una de las principales falencias que se puede encontrar, es no lograr descubrir esas necesidades, lo que en consecuencia generaría que el cliente optara por un servicio que pueda atender sus requerimientos. Por lo que, el manejo de esta estrategia a través de uso de herramientas logra atender mayor cantidad de necesidad a ser cubiertas para luego satisfacerlas (Walther, 1997).

Actualmente la atención del cliente está enfocado a la anticipación de necesidades y expectativas del cliente, en busca de la fidelización a través del ofrecimiento de beneficios superiores a los de su competencia, también incentivando a la compra de otros bienes como

complementos, dándole un plus comercial. Esto se da debido a que la información es más accesible a través del uso de herramientas que permiten una mayor facilidad de envío de la información necesaria hacia el cliente, también a que las exigencias del mercado de hoy en día, son muchas más rigurosas centrándose en atención oportuna, soluciones personalizadas, y vocación de servicio (Serna, 2006).

La importancia de la atención al cliente, es determinada según la estructura organizacional de la empresa: las grandes organizaciones tienen el área de dependencia más cuidada y mejor estratificada que el resto de áreas, inclusive de las áreas propiamente comerciales. Tanto así que, actualmente las empresas comercializadoras de servicios tienen el área de atención al cliente mucho más desarrollado e innovado que las que venden bienes tangibles. De acuerdo a las actividades que puede optar la empresa, sus departamentos de atención al cliente en su organización, pueden este departamento adoptar diversas aristas: Cuando se da mayor valor comercial a la atención del cliente, se crea un ambiente especializado en atención al cliente, separado de comercialización o marketing (Ariza & Ariza, 2018).

Se considera cliente potencial a la empresa o persona quien cuenta con medios financieros, con la puede realizar una compra; en el área de gestión de ventas como de marketing, es importante identificar a los clientes potenciales, ya que son estos entes quienes en su general no generan problemas futuros sobre todo en cobros de prestaciones de servicios y/o compra de bienes como también la fidelización, por lo que es esencial que el equipo de ventas pueda identificar a este tipo de clientes, dándole mayor rentabilidad a corto y largo plazo (Da Silva, 2021).

La determinación de existencias y plazo de entrega, están estrechamente relacionado con el control de gestión y también los costos, ya que permite mantener y gestionar los niveles de stock suficientes para abastecer a las necesidades de los clientes a un bajo costo de obtención, mucho de estos se valora a través de métodos contables como PMP, FIFO; por lo que su almacenamiento y tener las existencias lo suficiente es importante para lograr satisfacer al cliente al momento que requiera sus suministros a tiempo (Díaz, 2014).

Algunas funcionalidades o ventajas que puede optar los stocks dentro de la empresa, en primer lugar: logra evitar la escasez, ya que permite la protección ante futuras demandas a su vez la existencia de retrasos durante la administración de los pedidos. Por otra parte, estos mismo, permiten el aprovechamiento de la disminución de los costos, ya que a medida que se incrementa la cantidad de compra de los insumos, el costo unitario de los productos

finales disminuye, y esto es proporcional debido a que conforme aumenta la cantidad de producción, también aumenta la cantidad de descuento por volumen de compra. En caso fueran pedidos pequeños se perderían dichos descuentos. Es por ello que se alcanza el equilibrio entre compras y ventas para obtener la máxima competitividad, mediante el almacenaje, el flujo de adquisiciones y entregas oportunas (Escudero, 2017).

El tiempo de entrega de pedido generalmente se relaciona al tiempo que nace desde la concepción del pedido hasta la llegada al cliente final. La duración del tiempo es notable con respecto al público en general como también a las empresas, además esta comparación se realiza a través de expertos en cadena de suministro, a las que están más acostumbrados. En la mayoría de las empresas quienes no utilizan el B2C, el factor tiempo es sinónimo de calidad de servicio. En muchos casos la importancia de realza en que los desabastecimientos tienden a ser el factor determinante durante la entrega de pedido, inclusive, el cliente buscara otro proveedor quien pueda satisfacer su necesidad (Vermorel, 2020).

Tanto el pedido como la programación de despacho, son documentos que se maneja de manera interna de la organización, una depende de la otra y están relacionada a la factura, la cual tiene información relevante de su facturación y despacho, en allí que se detalla todo lo relacionado con la compra de bienes y/o servicios como lugar de entrega, dirección fiscal, persona encargada, persona quien va recibir los bienes, la cantidad de créditos que maneja el cliente, detalle de los suministros o servicios, entre otros (Ariza, 2020).

Los pedidos se clasifican dependiendo del conocimiento de ambas partes con respecto a la operación, esta puede ser: pedido en firme, cuando el comprador y el vendedor están de acuerdo con las condiciones o en todo caso el negociado se haiga plasmado en algún contrato como la nota de pedido; pedido condicional, se caracteriza por que el comprador expone sus condiciones, por lo que la validez del pedido depende de la aceptación de las condiciones propuestas, el documento se denomina propuesta de pedido (Andalucia, 2020).

Dentro de la empresa es importante conocer el soporte técnico y feedback, y como estas ayudan en el proceso de fidelización con el cliente. El soporte técnico ayuda a mantener el contacto con cliente, resolviendo sus problemas sobre algún producto y/o servicio, para lograr dicho fin es importante conocer que el feedback (retroalimentación), permite saber las falencias y defectos que puede tener la atención al cliente, con la finalidad que a posterior no surja los mismos percances con otros clientes (Molera, 2021).

En las diferentes formas de obtención de información de los clientes, sobre un producto y/o servicio, a través de la obtención de un conjunto de datos las que puedan ser representativos, logren ser analizados para posteriormente ser corregidos u optimizados en beneficio para los clientes, logrando tener como punto de respuesta siendo esta positiva o negativa; a través de la recolección, análisis de las opiniones y comentarios de los clientes, las cuales son herramientas de gran valor que permite el crecimiento y administración para la empresa. Los tipos de retroalimentaciones que existe de manera informal de los clientes que puede surgir de diferentes canales, estas se incluyen fuentes de discusión como: foros o redes sociales, como también, entre empleados y clientes. Por otra parte, la recolección de la opinión formal de los clientes permite recabar información de un conjunto de comentarios, encuestas y opiniones de los clientes (QuestionPro, 2021).

El valor de la retroalimentación o feedback, consiste en la mejora del interés de los colaboradores respecto al compromiso que tiene con la empresa, por lo que, la persona tiene que estar informada de manera sistematizada, añadiendo sobre el avance de sus tareas, para la ejecución correcta de las condiciones, y su función con respecto a la estructura ya establecida por la empresa. Como también, los usos de procedimientos adecuados que permitan evaluar de forma correcta el equipo y como trabaja respecto a los problemas presentados. Es por ello que la importancia de la retroalimentación y lograr establecer parámetros que sean implantados dentro de la empresa. También, considerar que es importante tener en claro que los feedback se generen de forma transparente, para que se pueda insertar un sistema adecuado respetando los lineamientos de la empresa (Higuerey, 2018).

Durante el seguimiento del cliente, en la que se basa en el proceso de fidelización, cuyo objetivo es mantener la comunicación constante con el cliente después de la venta, a través de la facilitación de servicios y beneficios; no solo estar pendiente de nuevos requerimientos, además de ofrecer y brindar nuevas experiencias, ganarse la confianza del cliente mediante la atención sus futuras necesidades, en decir mantener un buen servicio cumpliendo con las expectativas del cliente (Silva, 2020).

### **2.2.2 Sistema web**

#### **Teoría de sistemas**

El enfoque de la teoría de sistemas se basa en los factores esenciales de los problemas, las cuales deben ser evaluados independientes, posteriormente aplicando a través de diferentes métodos, procedimientos y/o medios que realiza el especialista en sistemas, de las

cuales elige la mejor alternativa para lograr la optimización, generando máxima eficiencia, reduciendo costos de inversión, operatividad; con la ayuda de técnicas y de las herramientas tecnológicas tanto hardware, que son las computadoras; como software, la representación gráfica del sistema a través de una interfaz que permiten resolver problemas cotidianos u organizacionales (Bertalanffy, 1989).

Se considera sistemas y/u organizaciones, al conjunto de procesos o elementos, las cuales interactúan entre sí para cumplir con dicho objetivo. Para lograr dicho fin, todos los procesos deben tener la misma información sin que se interrumpa, siendo esta secuencial. Es decir, convertir los sistemas complicados, donde los componentes están aislados sin intercomunicación con otras; además, las posibilidades de demora, cuello de botella u otras complicaciones que se podrían generar; en solo sistemas más simples, cuyas comunicaciones fluidas y logrando optimizar tiempos (Saravia, 1995).

Una de herramientas más importantes dentro de la teoría de sistemas, es la aplicación de técnicas de modelado del problema; nos ayuda a tomar las mejores decisiones, la cual se puede aplicar en cualquier campo científico, con la ayuda del análisis, desarrollo e implementación de herramientas como: modelos matemáticos, arquitectónicos, simulaciones, etc., las que permiten seleccionar la mejor decisión que puedan resolver los problemas particulares dentro del sistema (Camacho, 1997).

### **Teoría de la información**

En el manejo de la información interactúan diferentes acciones como almacenar, medir, de las cuales estos datos almacenados o registrados, son las que serán codificadas y usadas dentro de los sistemas de información, Es por ello su importancia de determinar las partes de la información cabe indicar que el mensaje debe ser acreditado y validado, y con estudios adecuados para que pueda desarrollarse de manera efectiva el envío claro y preciso para que el receptor reciba el correcto mensaje. Es decir que la comunicación debe ser la acertada porque es de vital importancia que llegue al destino de forma precisa sin que sea difusa con el receptor final. Otro punto a considerar, como una ciencia que se obtuvo como un requerimiento para medir, transformar a símbolos y que se tendrán que enviar de un punto determinado a otro, a través de un canal, por ello la teoría no indica que las reseñas y apreciaciones de métodos para medir la información (Valvueda, 1997; Shannon & Weaver, 1949; Correa, 2008).

## **Teoría de colas**

En la teoría de colas se basa en la atención de los usuarios dependiendo de la disponibilidad del servidor; los usuarios que acudan al sistema pueden ser atendidos inmediatamente o no. Dependiendo de la frecuencia de usuarios y el tiempo de atención a cada uno, estas pueden generar una cola. Los negocios se definen por la disciplina y la perseverancia en el servicio o el trabajo en el siguiente período de servicio. La teoría de las colas no solo está ligada a entre los actores, sino que también a la información misma, es por ello, que la optimización de los procesos reduce el tiempo en que la información llega usuario. La aplicación de esta teoría permite la evaluación y el análisis de cada uno de los tiempos que se toma para cada usuario en espera dentro de dos parámetros que son; el número de colas que esta se genera y también la capacidad de cada una de las colas, donde se determinará el tiempo en los procesos tomados o ejecutados (Erlang, 1909; De la Fuente, 2001).

## **Teoría de la calidad**

La calidad es aplicada por las empresas, ya que estas necesitan la captación y afiliación de mayor cantidad de clientes; además, mantiene está relacionada con la satisfacción y atención oportuna por lo cual es necesario que las empresas desarrollen y aplicar mecanismos que proporcionen óptimos procesos. Por consecuente, es vital conocer sus necesidades para mantener una orientación al cliente y a sus gustos volátiles ya que ello nos proporcionara la implementación de un desarrollo objetivo de lo que el cliente realmente espera. Ya que nos permitirá entender que es una actividad de vital importancia para la gestión de las distintas áreas que tiene definida una organización. Es por ello que la calidad es un término que se utiliza en distintos contextos, por lo que el objeto de estudio la calidad debe ser planificada, desarrollada e implementada de manera que esta actué de acuerdo al comportamiento real de la necesidad a cubrir (Fernández & Ortega, 2008; Deming, 1982).

## **Sistema**

Un sistema es un conjunto de elementos que va desde personas, materiales, equipos, software hasta instalaciones de un laboratorio, que están interrelacionados entre sí (organizada), de tal forma que puedan desarrollar y cumplir con una actividad en respuesta a una necesidad concreta u objetivo propuesto. Existen diferentes clasificaciones las cuales se puede agrupar de acuerdo: naturales o artificiales, físicos o conceptuales, abiertos o cerrados, estáticos o dinámicos, etc. Un sistema puede variar de acuerdo a la necesidad o al objetivo, como también puede ser por su forma, función o adecuación. También, se puede

representar como una red de comunicaciones que es capaz de otorgar información a nivel mundial, como también, ser un sistema de distribución de energía que contenga los canales y plantas generadoras de energía. Cada uno de estos sistemas están formados por componentes, y estos a su vez pueden fragmentar en otros más pequeños, las que se denominan "subsistema" (Lorenzon, 2020).

### **Sistemas web**

Las sistemas web o aplicaciones web son programas informáticos que se realizan mediante el uso de servidor web como: HTTP Apache, Ngnix, LiteSpeed, Microsoft IIS, entre otros, al que los usuarios acceden a mediante el internet, utilizando un navegador. Todos los datos y la interacción con el usuario que se trabaja están almacenados en la web y son, por lo que, a diferencia de las aplicaciones de escritorio, no necesitan instalarse en el ordenador, la cual no llega a consumir recursos de hardware, pero sí la importancia de tener una buena conexión de red. Los sistemas web están diseñados en arquitectura cliente-servidor. Debido a que combinan los scripts del lado del servidor (lenguajes de programación), para la gestión del almacenamiento y recuperación de la información (SGBD), con scripts del lado del cliente (JavaScript y HTML), para ofrecer la información a los usuarios a través de una interfaz. Haciendo la interacción a través de formularios online, cms, carritos de la compra, etc. (Maluenda de Vega, 2020).

Las ventajas presentes durante el desarrollo de sistema web, que te permite el ahorro de tiempo y portabilidad, además, fáciles de administrar porque son intuitivas y permiten realizar diferentes actividades de forma fácil sin la necesidad de descargar, ni instalar ningún software adicional; compatibilidad, adaptables a navegadores y es multi-plataformas para poder utilizarlas. Se requerir que el navegador web esté actualizado; contiene actualizaciones continuas e inmediatas: las versiones de los sistemas que se encuentren se actualizan de manera automática y será la última que se haya lanzado; recuperación de datos, el usuario puede recuperar su data desde cualquier otro dispositivo y lugar a través de validaciones de credenciales como con su nombre de usuario y contraseña; permite el ahorro de recursos en equipos y dispositivos, mínimo consumo de recursos ya se encuentra en un servidor web y no en nuestro ordenador, seguridad de la información, ya que cuentan con protocolos que permiten proteger los datos sensibles frente a ataques informáticos; funcionalidad, permite el manejo de ejecutar acciones colaborativas con otros usuarios como por ejemplo la intercambio de datos entre ellos (Wiboo, 2021).

Existen gran variedad de sistemas web las cuales se pueden clasificar según su usabilidad o fin como: los sistemas web estática, se caracteriza por la poca información plasmada, además orientada a la generación de incluir nuevos elementos, su diseño está estructurado en HTML y CSS, las que se puede insertar videos, banners y GIFS, se pueden visualizar en portfolios de profesionales, un currículum digital o una página de presentación de empresa; en cambio en los sistema web dinámica, son mucho más complejas y estructurados a nivel técnico, utilizan bases de datos para el almacenamiento y la carga de la misma, además de los contenidos que se van actualizando cada vez que el usuario accede a sistema. En su mayoría cuenta con un panel de administración desde el que se gestiona, se crea y se publica los contenidos, es por ello la existencia diferentes lenguajes de programación que son utilizadas en este tipo de sistemas; una de las más usadas son por ejemplo PHP y ASP, que son los más populares porque sus estructuras están bien definidas y permiten el buen manejo de los contenidos de la información. También permite actualizar los contenidos, añadir foros, o bases de datos. Por último, el diseño de la web es moldeable; mediante el portal web app, la cual en su página principal permite el acceso a diversas ventanas, categorías o secciones, como: foros, chats, correo electrónico, un buscador, zona de acceso con registro, contenido más reciente, etc. (Maluenda de Vega, 2020).

### **Metodología de desarrollo de software**

Se basa en la utilización de diferentes herramientas, técnicas, métodos y modelos para el desarrollo. Muchas de estas metodologías están documentadas, tienen un desarrollo ya estipulado, para que los programadores quienes están dentro de la planeación del proyecto comprendan perfectamente la metodología y puedan seguir en algunos casos el ciclo de vida del software que se pretende continuar con el trabajo con una metodología es imprescindible por una cuestión de organización. (Okhosting, 2021).

La importancia del uso de alguna metodología de desarrollo radica en la organización del trabajo, además de mantenerla más ordenada posible. El desarrollo se puede tornar aún más cuando se enfrenta a grandes proyectos y equipos de trabajo. Ponerse a implementar un producto o software sin una metodología o procedimiento claro y objetivo terminará en un proceso aún más complejo y difuso sin un horizonte, que en consecuencia genera problemas, retrasos, errores y, en definitiva, un mal resultado final, desgastando tiempo. El desarrollo del trabajo a través una metodología permite reducir el nivel de dificultad, optimizando tiempos, organizar las tareas, agilizar el proceso, con el fin de darle una mejora en el

resultado final de las aplicaciones a desarrollar y cumplir con los plazos establecidos (Santander, 2020).

### **Metodología rational unified process (RUP)**

Esta metodología de desarrollo de software orientado a objeto que establece el análisis, implementación y documentación en todos aspectos y fases antes, durante y después del desarrollo del software. Es considerado como una herramienta de la ingeniería de software, las cuales unen todos los aspectos del proceso de desarrollo que incluyen las fases definidas, técnicas que se pretende emplear, iteraciones, etc. con otros componentes de desarrollo detallados como documentos, modelos, manuales, código fuente, etc., dentro de un framework unificado. RUP establece cuatro fases de desarrollo que son inicio, elaboración, implementación y transición, en las que cada una de las cuales está organizada en varias iteraciones separadas (Ptolomeo, 2021).

Algunas ventajas sobre el uso del RUP que se podría aplicar: Es el proceso de desarrollo más aplicado actualmente, su enfoque se basa en la viabilidad; arquitectura definida, pues los roles están muy bien definidos, además del detallado de cada actividad; el mantenimiento es factible como también las modificaciones locales, facilidad de cambios del proyecto en un futuro, sin generar retrasos notorios o sobresalientes; además de su reutilización, para la utilización en otros proyectos, ahorrando tiempo; hecho a la medida para ser publicado y hacerlo accesible, es decir fácil entendimiento, para cualquier persona quien desee revisar la documentación. Y, por último, a cada usuario, se personaliza la definición del proceso publicado, acorde con su rol dentro del proyecto (Software, 2019).

Es importante tener en cuenta las fases que la metodología presenta como: la fase de inicio; su finalidad es la definición y determinar los alcances del proyecto con el área usuaria, en la que se identifica los riesgos que se presentan en el proyecto, ofrecer una visión global de la arquitectura de software y la elaboración del plan de las fases y además de la formulación de iteraciones; durante la fase de elaboración, se implementa y se presenta los casos de uso que logran poder definir la arquitectura base del sistema y como se desarrolla en esta fase, se realiza la especificación a detalle de los casos de uso seleccionados y el desarrollo del primer análisis del dominio del problema definido, diseñándose así la solución preliminar; en la fase de desarrollo; cuya finalidad es definir la funcionalidad del sistema, para ello se deben gestionar los cambios de acuerdo a observaciones planteados por los usuarios y se hacen las mejoras y optimizaciones para el proyecto; fase de transición, una vez que esté disponible para los usuarios finales, ajustar los errores en las pruebas de

aceptación, capacitar al área usuaria y brindar el soporte técnico requerido. Se debe verificar que el producto cumpla con las especificaciones entregadas por las personas involucradas en el proyecto (Diaz & Rubiano, 2017).

### **Lenguaje unificado de modelado (UML)**

Es un lenguaje de modelado que consiste de diagramas, vistas, gráficos, elementos y un conjunto de mecanismos generales o reglas que mencionan la utilización de cada uno de los elementos. Los parámetros que maneja son sintácticos, semánticas y pragmáticas. La diferencia principal entre una metodología y un lenguaje de modelado radica en que el método realiza la explicación estructurada a través de una serie de secuencias en cambio el lenguaje no presenta instrucciones. Los métodos contienen modelos y esos modelos son utilizados para explicar, especificar algo y comunicar los resultados de la usabilidad del método (Roman, 2021).

### **El modelo de “4+1” - vistas de la arquitectura del software**

La arquitectura del software se caracteriza por el diseño y la implementación de la estructura de alto nivel del software. Los diseñadores formulan la arquitectura aplicando diferentes elementos arquitectónicos y estructurales seleccionados. Estos elementos cumplen con la mayor parte de los requerimientos de funcionalidad y performance del futuro sistema, así como también otros requerimientos no funcionales tales como confiabilidad, escalabilidad, portabilidad y disponibilidad del sistema, y es por ello que se componen de 4 vistas y un escenario (Kruchten, 1995).

### **Vista lógica**

Está estrechamente ligado a los requisitos funcionales del sistema, la cual es brindada los términos de servicios a sus usuarios correspondientes. El sistema se fragmenta en una serie de abstracciones clave, tomadas del dominio y del problema representadas mediante objetos o clases de objetos. Aquí se aplican los fundamentos de abstracción, encapsulamiento y herencia, sino también permite la correcta identificación de los mecanismos y elementos de diseño comunes que comparten en las diversas partes del sistema (Kruchten, 1995).

La vista lógica se diseña en base a los requisitos funcionales; es por ello que el sistema planteado tiene que proporcionar los términos de servicios correctos a sus usuarios finales. De tal forma que se descompone en un conjunto de claves que se toman del dominio de la incertidumbre estudiado, a su vez representan mediante objetos o clases de objetos. Estos objetos utilizan los principios de abstracción, encapsulación y herencia. La

descomposición también es usada para identificar las formas comunes y componentes de diseño en las diferentes secciones del sistema además del análisis funcional (Henderson Seller et al., 2005).

### **Vista de procesos**

En esta vista utiliza algunos requisitos no funcionales como la performance y la disponibilidad. Se focaliza en asuntos de distribución, concurrencia y escalabilidad y el uso de la integridad del sistema en la que la comunicación y el tiempo de ejecución del proceso influye dentro del funcionamiento, de tolerancia a fallas. La vista de procesos también especifica la manera en cómo se ejecuta efectivamente una operación de cada una clase ya seleccionada en la vista lógica (Kruchten, 1995).

En el proceso del diseño de esta vista se permite la agrupación de tareas que forman unidades ejecutables, además se puede controlar tácticamente la arquitectura del proceso (es decir, iniciar, recuperar, reconfigurar y cerrar). Por lo que se pueden replicar para mejorar la disponibilidad. El software está dividido en un conjunto de actividades que trabajan en forma individual. Es por ello que la tarea se puede desarrollar individualmente en un punto de conexiones de procesamiento. Se puede discernir entonces: entre tareas mayores, que son los elementos arquitectónicos que se pueden ejecutar de forma única y las tareas menores, que son tareas o actividades ya definidos adicionales introducidas localmente por razones de implementación (Henderson Seller et al., 2005).

### **Vista de desarrollo**

En esta vista se muestra el módulo de software en el ambiente de desarrollo del software. El software se encapsula en partes pequeñas librerías de programas o subsistemas, a través de ciertas restricciones, que pueden ser implementado por uno o un grupo pequeño de desarrolladores, como también la utilidad de que los subsistemas son utilizados en la definición de jerarquía de capas, cada una de las cuales brinda una interfaz estrecha que comunica con las capas superiores, siendo esta capaz de ser reutilizadas para el desarrollo adecuado del sistema (Kruchten, 1995).

En la perspectiva de la vista desarrollo, se caracteriza por el empaquetado en pequeños fragmentos, como pequeños programas o subsistemas que pueden ser implementados por un o un grupo pequeño de programadores. Estos subsistemas están planificados de acuerdo al diseño jerarquía de capas ya había sido planteada, es por ello que cada capa se visualiza una interfaz bien definida con la capa correspondiente. Por otro lado, en la arquitectura de desarrollo del sistema está representada por diagramas de módulos y

subsistemas. La arquitectura de desarrollo finalizada, solo se puede describir cuando se haya identificado todos los componentes del software (Henderson Seller et al., 2005).

### **Vista física**

En la vista física, el software se desarrolla dentro de una red de computadores o nodos de procesamiento. En esta perspectiva se puede identificar elementos que la conforman como: redes, procesos, actividades, tareas y objetos, las cuales requieren ser analizados, diseñados, mapeados y representados a través de los nodos. Se logra identificar las configuraciones y conectividades que se puedan utilizarse: durante el desarrollo y pruebas, otras para la simulación del sistema en varios sitios para diagnosticar si el diseño propuesto sea factible o no (Kruchten, 1995).

Se describe también como vista de implementación, ya que se lleva a cabo en una red de computadoras o nodos de procesamiento. Los diversos elementos identificados que va desde redes hasta los objetos, todos ellos es de suma importancia el mapeo y seguimiento en los distintos nodos. Se requieren usar varias configuraciones físicas diferentes: algunas incluso dentro del mismo desarrollo y las pruebas, también se puede usar para la implementación del sistema para varios sitios web y/o aplicado para diferentes clientes (Henderson Seller et al., 2005).

### **Escenarios**

Dentro de los escenarios son representadas por el diagrama casos de uso software y cuya función de unir y relacionar las otras 4 vistas anteriores estudiadas, esto quiere decir que desde un caso de uso se puede visualizar de qué manera están formadas las otras 4 vistas, siendo esta la integración y que además tendremos el seguimiento de los componentes, clases, equipos, paquetes, etc. Su importancia radica en la definición de encontrar aquellos elementos arquitectónicos durante el análisis, diseño y la validación, para que esta arquitectura sea completa (Kruchten, 1995).

Los escenarios tienen la ventaja en ilustrar y validar el documento, describir serie de correlación entre objetos y entre procesos. También ayudan como punto de partida para probar un prototipo de arquitectura. Los escenarios se consideran como una idea acerca de los requerimientos más importantes. Su diseño se expresa mediante diagramas de escenarios de objetos o casos de usos y diagramas de interacción de objetos (Henderson Seller et al., 2005).

## **Servidor apache**

Servidor web de código libre robusto, que está basada en módulos las cuales permite la activación y desactivación de funcionalidades según requerimientos establecidos por la empresa, cuyo desarrollo se realiza de forma colaborativa, con prestaciones y funcionalidades equivalentes a las de los servidores comerciales. Este servidor está dirigido y gestionado por comunidades, a través de un navegador web, realizan el análisis, planificación y desarrolló el servidor y por último la documentación relacionada (Mateu, 2002).

Algunas de las ventajas que se encuentra en un servidor Apache son las siguientes: gratuito, tanto la disponibilidad de descarga como también de modificación por cualquier persona de forma gratuita, sin el pago adicional por el uso del mismo servidor. Los códigos fuente son totalmente adaptable, y su aplicación para el desarrollo es aplicable de acuerdo necesidades individuales de cada negocio o empresa; recursos, permite el manejo de diferentes herramientas tales como, panel de envío mensajes de error personalizados, gestión administrativo, los módulos virtuales que habilitan el uso de múltiples sitios simultáneamente, entre otros; compatibilidad, soporta plataformas como Linux, Mac, Unix, etc., soporte, al ser de código, la comunidad de usuario generan parche de solución inmediata (De Souza, 2020).

## **Php (Hypertext Preprocessor)**

Es un lenguaje de programación, la cual permite el desarrollo y la creación de páginas web y sistemas, facultando las conexiones entre los servidores y la interfaz de usuario, este lenguaje se caracteriza por ser de código abierto, las cuales algunos cms más comunes como WordPress, Joomla, Drupal o Magento, son diseñados bajo este lenguaje. Su usabilidad también se encuentra en frameworks tales como Laravel o Symfony. Otra ventaja que posee es su fácil entendimiento, es decir, cualquier persona puede comenzar a usar PHP para el desarrollo de páginas web. Gracias a su disponibilidad, se puede observar en diferentes plataformas de web (De Souza, 2020).

## **Base de datos**

Es un conjunto de datos las cuales están estructurados de acuerdo a sus características, que posteriormente pueden ser analizados y consultados. Es por ello que, su diseño logra cubrir con los requerimientos de la organización; también se define como es un conjunto de datos organizados correctamente y que están interrelacionados entre sí. Durante el tratamiento de los datos en forma ordenada y a través de sentencias, parámetros y consultas

se realiza en el Sistema de Gestión de Base de Datos (SGBD), actualmente las más conocidas son, Oracle Database, Postgresql, MySQL, Sql Server, Maria DB, etc., las cuales te permiten gestionar todo dato que se ingresa, además relacionarlos con datos, tienen la facilidad de guardar una copia de respaldo, etc. (Mora, 2014; Gomez, 2013; Marques, 2011; Gomez, et al., 2006).

### **Mysql**

Es un sistema de gestor de bases de datos (SGBD) caracterizado por su simplicidad y rendimiento. A pesar que carece de funcionalidades avanzadas, como los de sus pares, es una buena alternativa para su uso en sistemas comerciales hasta de entretenimiento debido a la factibilidad de uso y la reducción de tiempo en puesta en marcha. Las ventajas del uso de este gestor de base de datos, que trabaja muy bien y se integra de manera adecuada con la mayoría de los lenguajes de programación; también sobresale por su velocidad de respuesta, maneja con gran cantidad de tipos de datos, es capaz de manejar con diferentes métodos de almacenamiento de las tablas, uso de procedimientos para poder optimizar el SGBD a cada caso concreto, su gestión se basa en los privilegios que puede tener los usuarios, puede albergar hasta cincuenta millones de registros, es altamente confiable en cuanto a estabilidad se refiere (Camps et al., 2005; Gilfillan, 2008).

### **Laravel**

Es un framework de desarrollo de fácil entendimiento para el desarrollo de sistemas web. Esta herramienta es utilizada desde proyectos simples hasta niveles empresariales, una de las ventajas se basa en la reducción de costos y tiempos durante desarrollo, como también en el mantenimiento de la aplicación creada. Este framework esta estructura en base al lenguaje de programación PHP y que es adaptable al sistema MVC tradicional, la cual cuenta con un amplio sistema de paquetes y plugins con los que se puede tener mayor funcionalidad de manera robusta y segura (Hostalia, 2020; Lopez, 2020).

## **Categorías emergentes**

### **Cotización**

La información brindada durante la atención al cliente es importante ya que determina la elaboración de la cotización que se caracteriza por la utilización de una serie de procedimientos: durante el análisis de la cotización se considera la recepción del requerimiento del cliente y archivos, poder identificar las informaciones principales del requerimiento, agregando los costos y el margen de ganancia, para luego enviárselo al cliente, es de importancia realizar el seguimiento de la cotización para la culminación de una

posible venta, no siempre es el precio del bien o servicio, ya que este documento puede ser modificado (García, Azamar, & Flores, 2021).

### **Comunicación asertiva**

La comunicación asertiva se enfoca en la manera en que la persona tenga la capacidad de expresarse verbal en forma idóneo ante cualquier situación, en consecuencia, por lo que la aplicación del comportamiento asertivo mediante el uso adecuado de pensamientos, sentimientos y acciones fortalezcan a la persona a alcanzar sus objetivos a nivel personal, social, organizacional y laboral de manera que socialmente aceptable. Por lo que la aplicación del asertividad permite en la elección de la forma de reaccionar y hablar cuando es apropiado, esto con el fin ayudar a desarrollar la autoconfianza para expresar las opiniones, como también en aconsejar dentro de ámbito laboral (Mantilla, 2002; OMS, 1999; Ugalde & Canales, 2016).

## **CAPITULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Método de investigación**

El método inductivo, se basa en el uso del razonamiento, para llegar a las conclusiones que avala de eventos específicos aceptados, para aplicarlos en forma general, es decir parte de los individual a lo general, respaldados por leyes y/o principios. Su caracteriza en el razonamiento de lo particular a lo general, las cuales es útil este método cuando los elementos son identificables en el proceso de evaluación, caso contrario no podrá ser analizado correctamente. Para este estudio, se aplicó el método inductivo, debido a que permite a que se enfoca en un punto del problema, y a partir de este, logra escalar hasta cubrir en su totalidad el asunto del problema en general (Bernal, 2010; Hurtado & Toro, 2007).

En cambio, el método deductivo, parte de lo general a lo particular. A través del uso de los postulados, principios, etc., las aplica a cada acontecimiento particular como solución de problemas; es usado dentro del método científico, parte de varias suposiciones y/o hipótesis, cuando se requiere aclarar dudas; inclusive es usado en la vida cotidiana. Para este proyecto se empleó el método deductivo, ya que permite la formulación de hipótesis generado a través del problema de acuerdo a los conocimientos y postulados para llegar al problema particular (Bernal, 2010; Hurtado & Toro, 2007).

Por último, la metodología Analítico / explicativo, se caracteriza por fragmentar el objeto de estudio en forma individual, analizándolas y evaluándolas para lograr obtener un objetivo claro y certero, además permite realizar los análisis y comprensión con respecto al planteamiento del problema, es de suma importancia la obtención de la información para discernir y poder generar argumentaciones válidas (Bernal, 2010; Carhuancho et al., 2019).

### **3.2 Enfoque**

El presente trabajo investigativo estuvo desarrollado bajo el enfoque mixto, la que se basa en la correlación de los conceptos cualitativos, que es la extracción de datos verbales, textuales y/o visuales; y cuantitativos, información como porcentuales, numéricos, etc., porque permite tener un mejor panorama con respecto al problema. También llamado método mixto, ya que combina los datos cuantitativos y cualitativos que son analizados y evaluados para una mejor interpretación del problema de estudio; es decir esta unión de enfoques cualitativos y cuantitativos logra que sea más precisa la identificación de la investigación planteada (Carhuancho et al., 2019; Hernández et al., 2014; Casante, 2011).

### **3.3 Tipo de investigación**

En torno a la investigación se está basándose en proyectiva, ya que se centra en las soluciones de determinados eventos, como el desarrollo de soluciones, proyectos de infraestructura, tecnológicos, etc., siempre y cuando estén corroborados dentro de un proceso de investigación. Se proyecta a partir de los objetivos, para que siga el procedimiento de la investigación, que incluye el uso de los instrumentos, técnicas de análisis para hallar la posible solución (Hurtado, 2010; Carhuacho et al., 2019).

### **3.4 Diseño de la investigación**

El diseño explicativo secuencial, empieza por el desarrollo de recopilación de información a través de los datos cuantitativos, posteriormente se evalúa los datos cualitativos, produciéndose la mezcla mixta, posteriormente la segunda fase de basa sobre los resultados de la primera parte, por lo que la unión de ambas etapas logra tener un reporte de estudio (Hernández et al., 2014). Este proyecto de investigación fue elaborado bajo el diseño explicativo secuencial, ya que se recopilaron datos cualitativos y cuantitativos, para obtener un diagnóstico certero del problema a ser estudiado.

El nivel de investigación comprensivo se enfoca en acontecimiento, como a su vez la relación con otros eventos, resaltando las conexiones de casualidad, cuyos objetivos se determinan en explicar, predecir y proponer (Hurtado, 2010). En esta investigación se desarrolló en torno al nivel de investigación comprensivo, ya que nos ayuda a interpretar los factores que fluctúan entorno a la gestión de toma de pedido, como también predecir, los posibles efectos que afectarían a la empresa.

### **3.5 Población, muestra y unidades informantes**

#### **Población y muestra**

En la presente investigación, no se consideraron población, ni muestra por lo que la evaluación se realizó de los documentos del registro de empresas por categoría clasificados por cantidad de colaboradores e ingresos anuales; es el historial de inventario entre 2018 y 2020, registro de pedidos generados entre 2018 y 2020; el registro de despachos realizados durante 2018 al 2020 y el historial de seguimiento a los clientes durante el periodo 2018 y 2020.

#### **Unidades informantes**

En la recopilación de información para el proyecto de investigación es importante la evaluación de una parte de la muestra es decir la utilización de las unidades informantes, ya que son las fuentes directas de los datos, son los entes que experimentan e interactúan las

carencias y deficiencias del problema; las cuales, los resultados de dicha evaluación pueden afectar de forma positiva o negativa el proyecto a investigar (Hurtado, 2000). En este trabajo de estudio, los participantes o unidades informantes, quienes fueron evaluadas fueron las personas pertenecientes al área de ventas de la empresa las cuales la conforman: gerente de ventas, jefe de ventas, ejecutivo de ventas y ejecutiva de ventas, quienes brindaron los datos exactos que posteriormente fueron analizadas y evaluadas.

### **3.6 Categorías y subcategorías**

#### **Definición conceptual categoría problema**

##### **Gestión de pedido**

En la gestión de pedido, un pedido puede considerarse como un compromiso y parte de la relación comercial entre el proveedor y cliente, donde el proveedor facilita sus productos o servicio al cliente, bajo las condiciones pactadas; la diferencia que tiene la intención, la cual no hay ese compromiso de por medio, pero si te revela una información del manejo del mercado (Iglesias, 2015).

La entrada de pedido es el punto de inicio de las actividades, la cual atiende el orden en que los procesos tienen que seguir de acuerdo a los requerimientos solicitados. Cada vez que se evalúa las entradas de pedido el cual se consideran todos los requisitos para evitar futuros problemas, sean en forma de pago, cantidad, envases, etc. (Andalucía, 2020).

El stock se considera al conjunto de mercadería almacenados, cuya finalidad es proveer en menor tiempo posible, además controlar los tiempos de suministros entregados al usuario final, es de vital importancia evitar el quiebre stock, previniendo perjudicar a los de más clientes (Rubio & Villaroel, 2012).

En el registro, la propuesta se tiene que llenar en el formato de la empresa los datos del pedido, llenando todos los campos, por eso es importante las consulta a las demás áreas, para el cumplimiento del requisito, es decir, el registro de pedido permite recoger datos reales del cliente y sus necesidades, las cuales aportaran al desarrollo de promociones y acciones que se logre una fidelización (Iglesias, 2015).

El post venta, se define como el conjunto de facetas, las cuales incluye garantías, formación técnica, venta de accesorios en las que el principal beneficiario es el cliente. En la actualidad el post venta determina la rentabilidad de la empresa, según el giro del negocio puede incluir producto, mantenimiento, capacitaciones, actualizaciones, etc.; es decir, un acercamiento al cliente (Cancer, 2005; Kotler, 2005).

## **Definición conceptual categoría solución**

### **Sistema web**

Las sistemas web o aplicaciones web son programas informáticos que se realizan mediante el uso de servidor web, al que los usuarios acceden a mediante el internet, utilizando un navegador. Todos los datos y la interacción con el usuario que se trabaja están almacenados en la web y diferencia de las aplicaciones de escritorio, no necesitan instalarse en el ordenador, la cual no llega a consumir recursos de hardware, pero sí la importancia de tener una buena conexión de red (Maluenda de Vega, 2020).

Esta metodología de desarrollo de software orientado a objeto que establece el análisis, implementación y documentación en todos aspectos y fases antes, durante y después del desarrollo del software. Es considerado como una herramienta de la ingeniería de software, las cuales unen todos los aspectos del proceso de desarrollo que incluyen las fases definidas y técnicas con otros componentes de desarrollo detallados como documentos, modelos, manuales, código fuente, etc.(Okhosting, 2021).

Metodología Rational Unified Process (RUP), Esta metodología de desarrollo de software orientado a objeto que establece el análisis, implementación y documentación en todos aspectos y fases antes, durante y después del desarrollo del software. Es considerado como una herramienta de la ingeniería de software, que unen todos los aspectos del proceso de desarrollo desde las fases definidas y con otros componentes de desarrollo detallados como documentos, código fuente, etc., dentro de un framework unificado (Ptolomeo, 2021).

Lenguaje Unificado de Modelado (UML), es un lenguaje de modelado que consiste de diagramas, vistas, gráficos, elementos y un conjunto de mecanismos generales o reglas que mencionan la utilización de cada uno de los elementos. Los parámetros que maneja son sintácticos, semánticas y pragmáticas. La diferencia principal entre una metodología y un lenguaje de modelado radica en que el método realiza la explicación estructurada a través de una serie de secuencias en cambio el lenguaje no presenta instrucciones. La arquitectura del software se caracteriza por el diseño y la implementación de la estructura de alto nivel del software. Los diseñadores formulan la arquitectura aplicando diferentes elementos arquitectónicos y estructurales seleccionados (Roman, 2021; Kruchten, 1995).

**Tabla 1***Matriz de categorización de la categoría problema*

Categoría	Sub categoría	Indicador
Gestión de pedido	Entrada de pedido	Atención al cliente
		Cliente potencial
	Stock	Determinación de existencias
		Plazo de entrega
		Pedido
	Registro	Programación de despacho
		Soporte técnico y feedback
Post venta	Seguimiento al cliente	
	E.1. Cotización	
	E.2. Comunicación asertiva	

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Tabla 2***Matriz de categorización de la categoría solución*

Categoría	Alternativas de solución	KPI	Entregable
Sistema web	1. Identificar, analizar y documentar los requisitos de la gestión de pedido.	Factor de optimización (tiempo del proceso TOBE / tiempo del proceso ASIS)	Modelado del negocio. Análisis de tiempos (DAP del ASIS y DAP del TOBE)
	2. Desarrollo del diseño la arquitectura de software y planteamiento del modelado de la base de datos de la propuesta solución.	Cantidad de RF y RNF aprobados / Cantidad de RF y RNF identificados	Diagramas de casos de usos Listado de RF y RNF.
	3. Diseño y desarrollo de del prototipo de software propuesto a través de herramientas tecnológicas	diseño de arquitectura aprobada / diseño de arquitectura presentada	Diagrama de arquitectura de la solución. Vista 4+1 - Diagrama de clases - Diagrama de componentes. -Diagrama de despliegue
		Modelo de datos aprobado / modelo de datos propuesto	Modelamiento de datos (conceptual, lógico y físico)
		Diseño del prototipo / requisitos funcionales	Diseño de prototipos Programa fuente de la versión beta.
		Funcionalidades de la versión beta / cantidad de prototipos	

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### **3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.7.1 Técnicas**

El fichaje se considera como una técnica auxiliar, en la que se ingresa los datos de las fichas en forma ordenada, en donde su contenido es de gran importancia para el análisis permitiendo darle un valor propio (Huaman, 2005).

En la presente investigación, se usó la técnica de recolección de datos cuantitativa de análisis documental a través del fichaje, ya que permite el ingreso de datos de los pedidos para su análisis y diagnóstico.

La entrevista se define como el encuentro entre el interrogador e informante(s), la cual brinda datos e informaciones que está requiriendo el interrogador, cuyos temas pueden ser variados, desde el ámbito personal, hasta opiniones (Taylor & Bogdan, 2012).

Para esta ocasión, se aplicó la técnica de recolección de datos cualitativa mediante la entrevista; fue de vital importancia la obtención de información de estos involucrados en el área de ventas quienes laboran en la empresa.

#### **3.7.2 Instrumentos**

La ficha de registro documental, permiten a los investigadores tener la información en forma ordenada, correctamente gestionada de manera que tenga una mejor forma de manejo de la data para ser evaluada (Bernal, 2006). En el presente estudio se usó el instrumento de recolección de datos cuantitativa de registro documental, la ficha de los pedidos, por la facilidad de recolección datos y la factibilidad de cómo administrarlas.

La guía de entrevista es de suma importancia, aporta a que se tiene que definir los parámetros, de acuerdo al tema de investigación, obteniendo un mejor enfoque del problema de estudio (Taylor & Bogdan, 2012). En la presente investigación se aplicó el instrumento de recolección de datos cualitativa de guía de entrevista, por la que nos ayudó a la elaboración de las preguntas de acuerdo a los indicadores planteados.

#### **3.7.3 Descripción**

Para el presente trabajo de investigación se utilizó 5 documentos detallados a continuación: el primer documento es el registro de empresas por categoría clasificados por cantidad de colaboradores e ingresos anuales; el segundo documento, es el historial de inventario entre 2018 y 2020, el tercer documento es el registro de pedidos generados entre 2018 y 2020; el cuarto documento, es el registro de despachos realizados durante 2018 al 2020 y por último el quinto documento es el historial de seguimiento a los clientes durante el periodo 2018 y 2020.

**Ficha técnica:** entrevista

**Nombre:** Guía de entrevista para los colaboradores del área de ventas.

**Año:** 2021

**Autor:** Edwin Huamanñahui Aedo

**Objetivo del instrumento:** Identificar los factores que inciden en el mal control de la gestión de ventas.

**Emergente:** Comunicación asertiva y Cotización

### 3.7.4 Validación

Consiste en el juicio de los expertos y/o especialistas calificados, quienes cuentan con la trayectoria del tema, y que gracias a su experiencia pueden brindar sus observaciones, juicio crítico de información aportando sus conocimientos (Escobar & Cuervo, 2008).

**Tabla 3**

*Expertos que validaron el instrumento*

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
1 Nolzco Labajos, Fernando Alexis	Docente metodólogo	Aplicable
2 Flores Zafra, David	Doctor en Administración	Aplicable
3 Chávez Alvarado, Walter Amador	Tecnologías de la Información	Aplicable

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Tabla 4**

*Expertos que validaron la propuesta*

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
1 Chávez Alvarado, Walter Amador	Tecnologías de la Información	Propuesta Aprobada
2 León Rosales, Edgar Joel	Magister en Gestión Comercial	Propuesta Aprobada

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### 3.8 Procesamiento y análisis de datos

En la recolección y búsqueda de información, permite al investigador recopilar y juntar todos los datos e información que es necesaria para hacer el análisis del estudio propuesto, las que incluyen la observación, registro documental, entrevista, revisión de documentos, sesiones de participación, etc. Para la elaboración del instrumento se tomó en

referencia a las fichas de los pedidos, las cuales serán evaluadas y diagnosticadas, previo a esto tiene que tener conocimiento de las delimitaciones, revisión de teorías, tener el concepto de las unidades de estudio y su relación con el problema. La validez se mide en función al objetivo que es la gestión de pedido de la investigación, la cual se tomó los registros documentales de la empresa siendo esta objetiva y certera para tener mayor grado de confiabilidad y precisión. Estos serán sometidos a diferentes métodos cuantitativos como cualitativos (Hurtado, 2000).

### **Análisis de datos**

La hoja de cálculo Microsoft Excel, es una buena herramienta para el uso de las investigaciones con relación al uso de variables y sus atributos, facilitando un mejor tratamiento a la información, siendo más ordenado, fácil de manejo para obtener los resultados deseados, a través del uso de las tablas dinámicas y gráficos, las cuales ayudan a analizar e interpretar los resultados obtenidos del trabajo investigativo (Perez, 2008).

Una herramienta de suma importancia es el Atlas TI, ya que apoya al análisis e interpretación en las diferentes investigaciones cualitativas, incluyó el manejo de grandes proyectos, permite el análisis de variedad de formatos digitales, ayudando a interpretar los resultados obtenidos (Muñoz, 2003).

El uso del análisis de datos mixtos triangulación, realiza la validación en forma estructural y la visualización en forma general; se componen de triangulación de teorías, de métodos, investigadores y de datos (Hernández et al., 2014).

### **3.9 Aspectos éticos**

La presente investigación se aplicó la normativa APA versión 7, para que el manejo de la información sea fluida y comprensiva para el lector, además de la protección de los autores quienes aportaron al desarrollo de los conceptos. El investigador realizó el proyecto con la veracidad de los resultados, además del uso de datos verídicos proporcionados por la empresa, así como la información de los colaboradores y de los objetos que participan en la investigación. Se expone información proporcionada por la empresa, en la que su uso fue solo utilizado en esta investigación.

## CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 4.1 Descripción de resultados cuantitativos

#### 4.1.1 Niveles de la sub categoría entrada de pedido, análisis de la cantidad de trabajadores por sector

**Tabla 5**

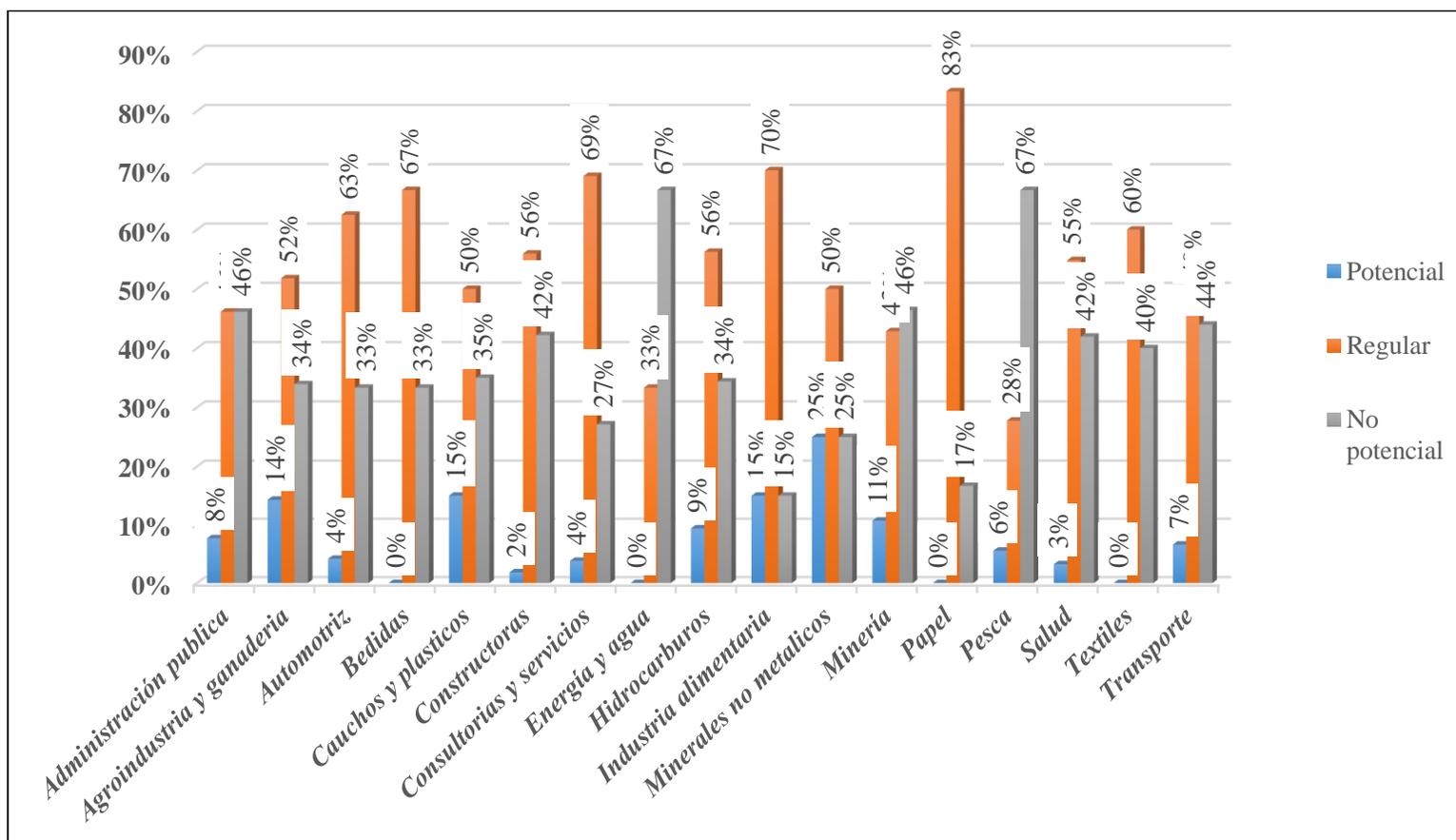
*Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría entrada de pedido, de acuerdo a la escala de valoración de la cantidad de colaboradores de los clientes por sector durante el año 2021*

Valoración de cantidad de colaboradores (x)	Potencial (x>600)		Regular (x>=100; x<600)		No potencial (x<100)		Totales	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Administración pública	1	8%	6	46%	6	46%	13	100%
Agroindustria y ganadería	8	14%	29	52%	19	34%	56	100%
Automotriz	1	4%	15	63%	8	33%	24	100%
Bebidas	0	0%	2	67%	1	33%	3	100%
Caucho y plástico	3	15%	10	50%	7	35%	20	100%
Constructoras	2	2%	61	56%	46	42%	109	100%
Consultorías y servicios	8	4%	145	69%	57	27%	210	100%
Energía y agua	0	0%	2	33%	4	67%	6	100%
Hidrocarburos	3	9%	18	56%	11	34%	32	100%
Industria alimentaria	3	15%	14	70%	3	15%	20	100%
Minerales no metálicos	3	25%	6	50%	3	25%	12	100%
Minería	3	11%	12	43%	13	46%	28	100%
Papel	0	0%	5	83%	1	17%	6	100%
Pesca	1	6%	5	28%	12	67%	18	100%
Salud	1	3%	17	55%	13	42%	31	100%
Textiles	0	0%	12	60%	8	40%	20	100%
Transporte	6	7%	45	49%	40	44%	91	100%

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Figura 1**

Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría entrada de pedido, de acuerdo a la escala de valoración de la cantidad de colaboradores de los clientes por sector durante el año 2021.



Fuente: Elaboración propia (2021)

### **Interpretación:**

Realizada el análisis de la documentación correspondiente a la sub categoría Entrada de pedido, se muestra en la tabla 5 figura1, los porcentajes (%), de acuerdo a la escala de valoración (Cliente Potencial, Cliente Regular y No Potencial) por cada sector evaluado. En la que se puede inferir que, del total de clientes que son 699; el sector de administración pública cuenta con el 8% del total de clientes que superan los 600 colaboradores, la cual indica que el esfuerzo dedicado a la selección de clientes potenciales como también seguimiento, atención y feedback en este sector es escaso, ya que estos clientes consumen bienes por volúmenes; en el sector Agroindustria y ganadería, solo cuenta el con 14% del total de clientes que son atendidos que superan los 600 colaboradores, mientras que el 52% de clientes de la empresa está comprendida entre 100 y 600 colaboradores, considerándose como clientes regular y los clientes no potenciales comprende 34% del total de dicho sector; en el sector automotriz, es crítico, solo 4% que corresponde un cliente que apenas supera los 600 colaboradores, que se considera potencial. Con respecto a sector bebidas no se evidencia al menos un cliente potencial, este mismo análisis se muestra en los sectores de energía y agua, textiles y papel.

En conclusión, en la figura 1, nos da un claro ejemplo que muchos de los clientes de la empresa, cuentan con menos de 600 colaboradores (entre clientes de estado “Regular” y “No potencial”), la cual es importante determinar durante la toma de pedido, que clientes son de prioridad la atención y en muchos casos dificulta a la búsqueda de nuevos clientes potenciales, las cuales son relevantes para el objetivo de la empresa, debido a que estos compran por volúmenes haciendo que la rotación de la mercadería sea constante. Considerando que en la mayoría de los clientes que se atiende cuentan entre el 65% y 60% son colaboradores de campo, es decir, personal que usa EPP o algún implemento de seguridad durante su jornada laboral.

#### 4.1.2 Niveles de la sub categoría Entrada de pedido, análisis del cliente de ingresos anuales

**Tabla 6**

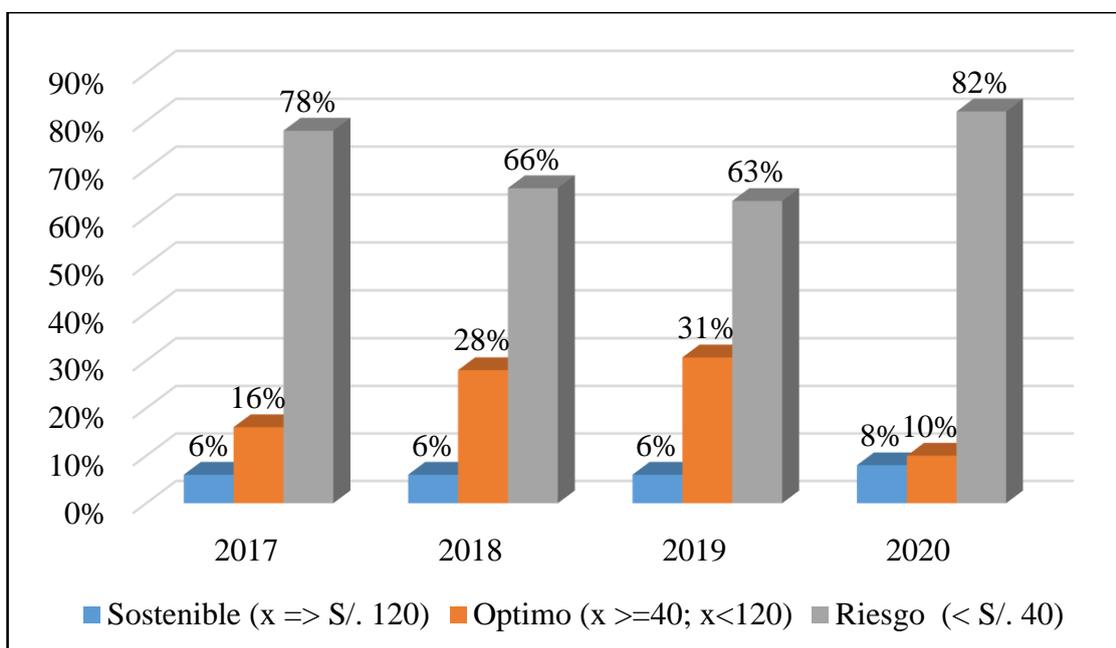
*Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría entrada de pedido, de acuerdo a la escala de valoración según el ingreso en millones de soles de los clientes*

Ingresos en millones de soles de los clientes	2017		2018		2019		2020	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Sostenible ( $x \geq S/. 200$ )	9	6%	9	6%	9	6%	12	8%
Óptimo ( $x \geq 40; x < 120$ )	24	16%	42	28%	46	31%	15	10%
Riesgo ( $< S/. 40$ )	117	78%	99	66%	95	63%	123	82%
Totales	150	100%	150	100%	150	100%	150	100%

Fuente: Elaboración propia (2021)

**Figura 2**

*Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría entrada de pedido, de acuerdo a la escala de valoración según el ingreso en millones de soles de los clientes.*



Fuente: Elaboración propia (2021)

### Interpretación:

En la tabla 6 figura 2, se observa luego realizado el análisis con respecto al ingreso en millones de soles de los clientes, la cual se clasifica en “Sostenible” cuando el monto de ingreso superior a S/. 120 000 000. 00 soles; en “Óptimo”, montos superiores o iguales a S/. 40 000 000. 00 soles y menores de a S/. 120 000 000. 00 soles y por último los clientes de estado de “Riesgo”, quienes comprenden menores de S/. 40 000 000. 00 soles. Se interpreta, que, del total de clientes durante el año 2017, el 78% de los clientes contaba con ingresos menores a S/. 40 000 000. 00 soles, considerándose como clientes en riesgo, es decir, cuenta con poca capacidad de pago, además que sea difícil de evaluar su estado crediticio entre otros beneficios que la empresa les pueda otorgar; durante el año 2018, disminuye con respecto al año anterior, el porcentaje de clientes quienes se encuentran en riesgo es 66% del total, a pesar de ello, se considera elevado ya que pertenece más del 50% del total, la que es perjudicial para la empresa, al momento de considerar los cobros de facturas, de la misma manera este comportamiento se evidencia una leve mejora, pero en el 2020, muchos de los clientes de diferentes sectores, sobre todo, servicio y constructoras, tuvieron un retroceso significativo en sus ingresos, es debido a diferentes factores, uno de ellos la presencia de un virus que afecto a nivel mundial Covid-19, la cual afecto en los sectores políticos, económicos, sociales, salud, en la que se tuvieron que paralizar las actividades económicas a través de cuarentenas y restricciones de horarios laborales.

#### 4.1.3 Niveles de la sub categoría Stock, análisis del historial de inventario

**Tabla 7**

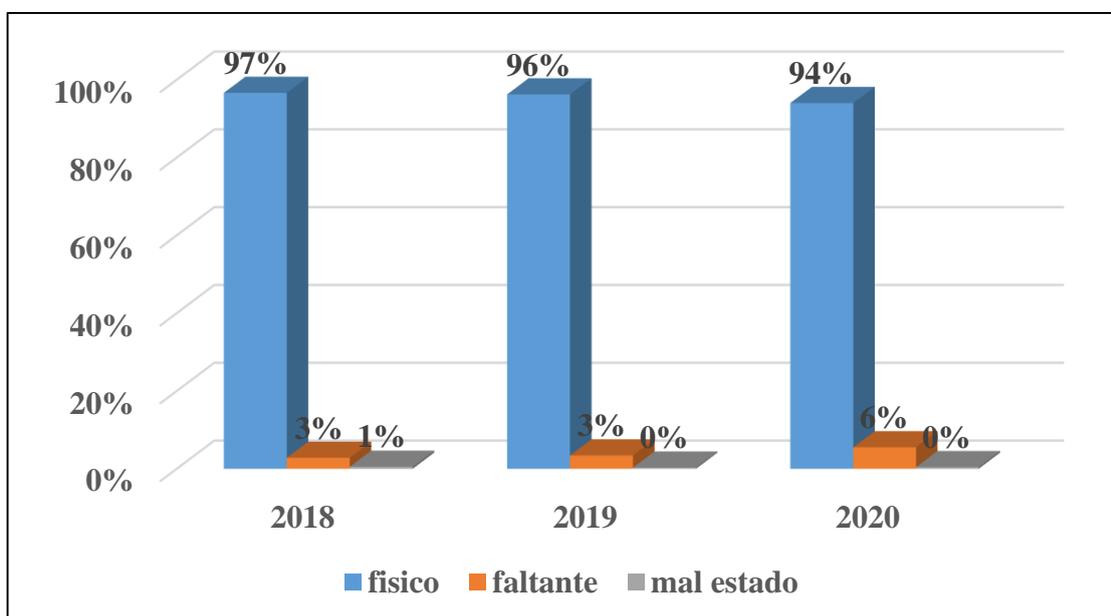
*Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría stock, de acuerdo historial de inventario durante los periodos 2018-2019-2020*

Inventario	2018		2019		2020	
	f	%	f	%	f	%
Físico	3721	97%	4538	96%	2755	94%
Faltante	109	3%	162	3%	162	6%
Mal estado	20	1%	15	0.3%	13	0.4%
Totales	3850		4715		2930	

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### Figura 3

Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría stock, de acuerdo historial de inventario durante los periodos 2018-2019-2020.



Fuente: Elaboración propia (2021)

#### Interpretación:

En la tabla 7 figura 3, se observa luego del análisis con respecto al historial de inventario de los suministros del almacén 3721 productos físicos en buen estado que representa el 97% de los suministros totales, mientras tuvieron 109 productos faltantes dentro del almacén que eran en su mayoría botines y guantes de seguridad, la que representa el 3% y por último 20 que equivale al 1% productos en mal estado, debido a su degradación. En el año 2019, el stock de inventario aumento hasta 4538 de suministros en físico que corresponde al 96% del total, de igual manera, la lista de suministros faltante aumento hasta 162 productos, lo que equivale a 3%. Con respecto al año 2020, hubo una gran variación, no hubo muchos productos en físico, las cuales corresponde a 2755, lo que representa el 94% del total, se mantuvo 162 faltantes que son el 3% y estuvieron en mal estado 13 productos. Al no ingresar más productos de importación debido a las restricciones por el covid-19, en el año 2020, no pudieron abastecer a sus clientes los suministros como en años anteriores.

#### 4.1.4 Niveles de la sub categoría registro, análisis historial de pedidos

**Tabla 8**

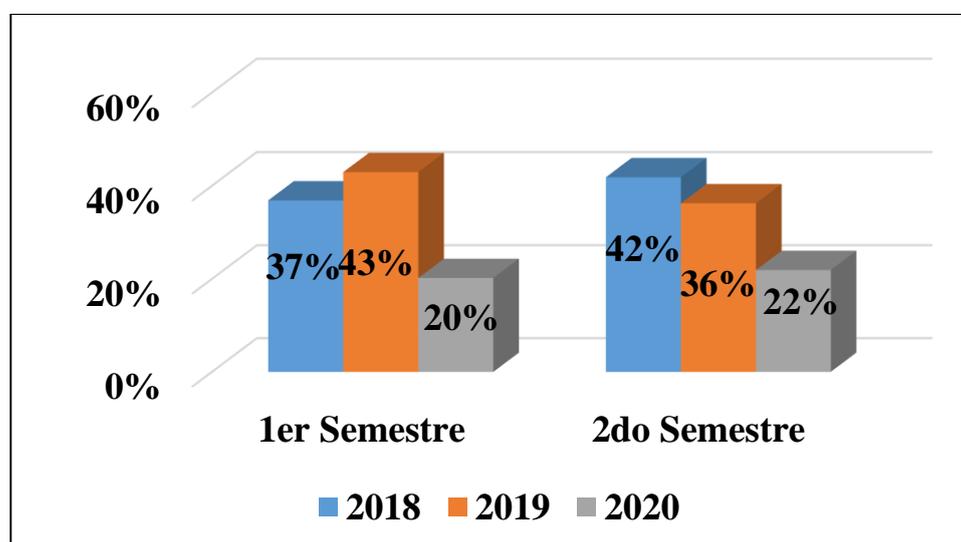
*Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los pedidos generados en cada semestre durante los periodos 2018-2019-2020*

Pedidos generados por periodos	2018		2019		2020		Totales
	f	%	f	%	f	%	f
1er Semestre	3682	37%	4287	43%	2017	20%	9986
2do Semestre	3526	42%	3055	36%	1847	22%	8428

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Figura 4**

*Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los pedidos generadas en cada semestre durante los periodos 2018-2019-2020*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

#### **Interpretación:**

En la tabla 8 figura 4, se observa luego del análisis con respecto al historial de los pedidos generadas en los semestres durante los periodos 2018-2019-2020. El primer semestre del año 2018, se generó 3682 pedidos, que corresponde el 37% del total de los últimos 3 años, en el siguiente tuvo una mejoría significativa hasta un 43%, comprende de 4287 documentos generados, la cual se considera un año prospero, por que logra aumentar sus ventas, sin embargo, en el año 2020, disminuye considerablemente la cantidad de pedidos debido a la pandemia generada por el virus Covid-19. Con respecto al análisis del segundo semestre, durante el 2018, la máxima cantidad de documentos generados durante los últimos 3 años con 42% de total de pedidos generados en el segundo semestre que corresponden a 3526, en

el 2019, disminuye la cantidad de pedidos generados hasta 36%, por efectos de la pandemia en el año 2020, baja la cantidad de pedidos generadas hasta 22% que corresponde 1847.

En el año 2020, la generación de los pedidos fueron muy pocos, disminuyeron hasta el 50% con respecto a los años anteriores en cada semestre, por lo que, los ingresos de la empresa disminuyeron de la misma manera, esto se suma a que el personal no trabajó en la oficina en los primeros meses; en los meses subsiguientes tuvieron que elaborar políticas de bioseguridad que permitieron que el trabajo sea inter diaria de los ejecutivos de ventas, haciendo que la atención al cliente no sea lo esperado, y muchos de los clientes migraron a otros proveedores de suministros.

#### 4.1.5 Niveles de la sub categoría registro, análisis de pedidos que fueron facturados

**Tabla 9**

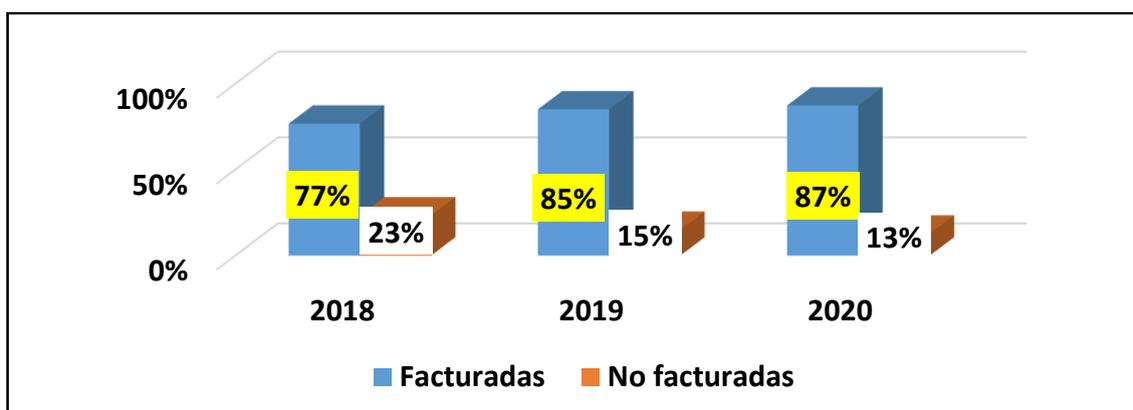
*Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los pedidos que fueron facturadas durante los periodos 2018-2019-2020*

Pedidos facturados	2018		2019		2020	
	f	%	f	%	f	%
Facturadas	5530	77%	6237	85%	3377	87%
No facturadas	1678	23%	1095	15%	491	13%
Totales	7208		7332		3868	

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Figura 5**

*Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los pedidos que fueron facturadas durante los periodos 2018-2019-2020.*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### Interpretación:

En la tabla 9 figura 5, se infiere que, durante el año 2018, el 77% de los pedidos generados fueron facturados, mientras que el 23% de las mismas no lo fueron la cual corresponde a los 1678 pedidos, que no fueron dados de baja o anulados, muchos de ellos se deben a la anulación de la orden de compra por diferentes motivos, como por stock, error de productos, equivocación del mismo personal entre otros, por lo que las expectativas de ventas no son las esperadas. En el año 2019, se logra mejorar, el control de generación de pedidos de venta, disminuyendo hasta un 15% del total de pedidos que fueron facturados, de la misma manera en el año 2020, logra disminuir con 491 documentos que representa 13% del total, a pesar de las disminuciones, estas no son suficientes para lograr una buena gestión de pedidos, ya que en muchos casos no logran concretar una venta segura y más aún en pandemia que donde resulta difícil generar ingresos y brindar una atención al cliente eficiente.

#### 4.1.6 Niveles de la sub categoría registro, análisis del historial de despachos programados

**Tabla 10**

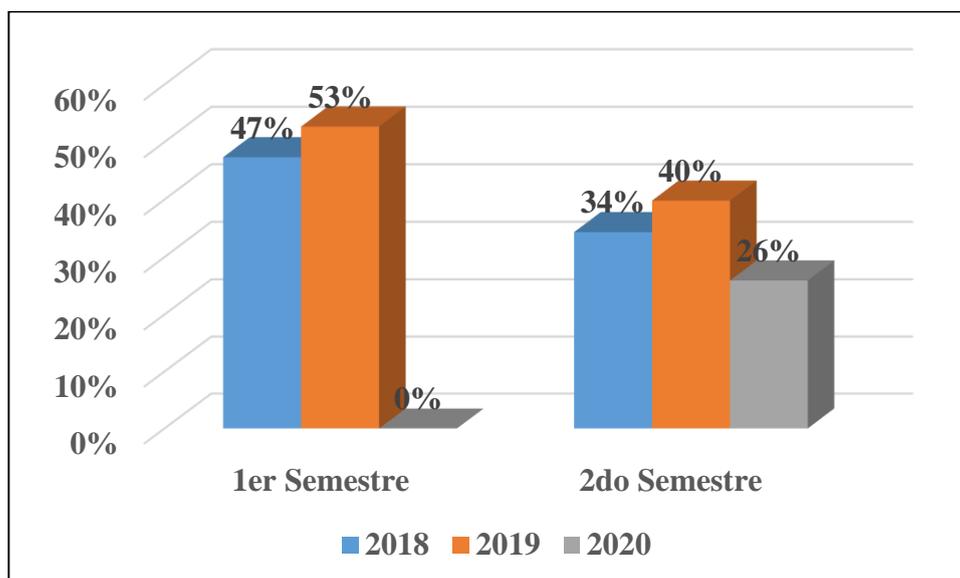
*Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los despachos programados de las ventas generadas durante los periodos 2018-2019-2020*

Despachos por delivery	2018		2019		2020		Totales
	f	%	f	%	f	%	f
1er Semestre	1756	47%	1954	53%	0	0%	3710
2do Semestre	1588	34%	1842	40%	1199	26%	4629

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### Figura 6

Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría registro, de acuerdo a los despachos programados de las ventas generadas durante los periodos 2018-2019-2020.



Fuente: Elaboración propia (2021)

### Interpretación:

En la tabla 10 figura 6, se infiere que, en el primer semestre del total de despachos dentro del periodo del 2018 hasta 2020, el 2018 solo tuvo 47% envíos por delivery; durante el 2019, aumento dicha participación por el aumento de ventas generadas, mientras que el 2020, a causa de la pandemia en el primer semestre no tuvo ningún despacho por delivery, por lo que la empresa opto por la estrategia de recojo en almacén, para evitar los contagios. En el segundo semestre, durante el periodo entre 2018 y 2020; el 2018, pertenece 34% de total de despacho de mercadería por delivery, mientras que, en el 2019, se logra hasta 40% del total, haciendo este su pico más alto con respecto a los demás; pero durante 2020, en comparación con anteriores periodos, no se mantiene, disminuye al igual que la cantidad de pedidos generadas, esto debido a que algunas empresas aun no logran trabajar al 100% de su capacidad laboral, lo que el consumo de suministros de seguridad industrial, para sus colaboradores disminuye paralelamente.

#### 4.1.7 Niveles de la sub categoría post venta, análisis de seguimiento al cliente

**Tabla 11**

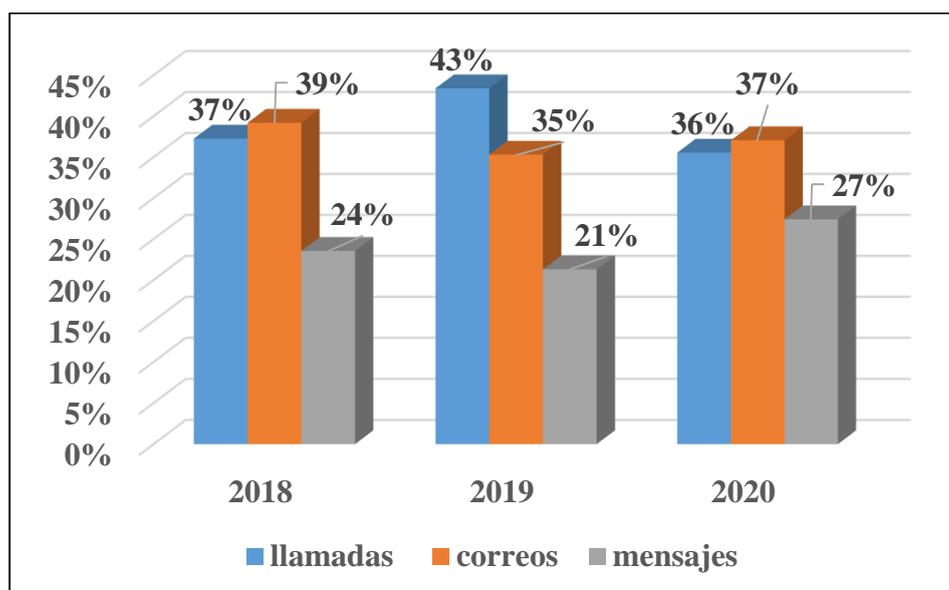
*Frecuencias (f) y porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría post venta, de acuerdo al seguimiento de clientes potenciales durante los periodos 2018-2019-2020*

Seguimiento de clientes potenciales	2018		2019		2020	
	f	%	f	%	f	%
Llamadas	2658	37%	3631	43%	2536	36%
Correos	2796	39%	2954	35%	2644	37%
Mensajes	1680	23.5%	1783	21.3%	1955	27.4%
Totales	7134		8368		7135	

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Figura 7**

*Porcentajes (%) correspondientes a la sub categoría post venta, de acuerdo al seguimiento de clientes potenciales durante los periodos 2018-2019-2020.*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

#### **Interpretación:**

En la tabla 11 figura 7, se interpreta que, durante el año 2018, se realizó mayormente el uso de correos con 39% que equivale a 2796 correos y publicidades, respecto a las llamadas que fueron 37% con 2658, y por último 24% fueron por correo. En el año 2019, hubo un incremento significativo con respecto a llamadas, ya que aumento la frecuencia de captación de los principales clientes, con 3631 llamadas que representa el 43% del total. En el año 2020, a raíz de la pandemia, disminuyó los volúmenes de seguimiento, el seguimiento por correo se hizo más notorio, por lo que alcanzo el 37%, que equivale a 2644 correos a los principales

clientes, mientras que los seguimientos por llamadas disminuyeron hasta 2536 que representa el 36%, ya que, durante el año 2020, se tuvo que cambiar de estrategia para tratar de mantener a los clientes.

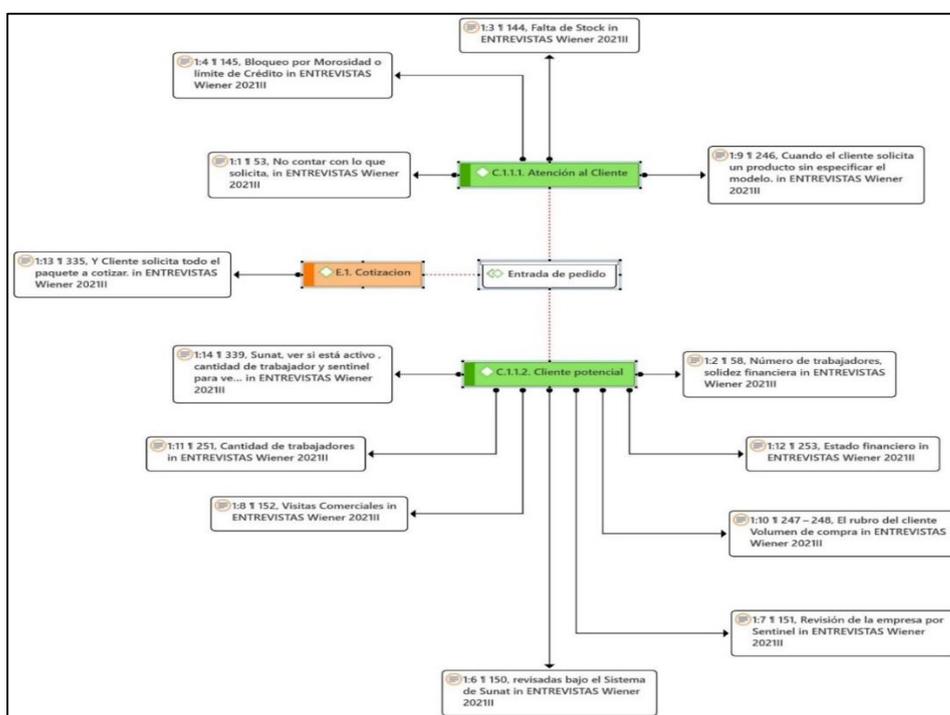
## 4.2 Descripción de resultados cualitativos

Para la realización del análisis cualitativo se elaboró la entrevista de 4 colaboradores de la empresa de distribuidora de equipos de protección personal, utilizando el software Atlas Ti.

### 4.2.1 Análisis de la sub categoría entrada de pedido

**Figura 8**

*Análisis cualitativo de la sub categoría entrada de pedido.*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

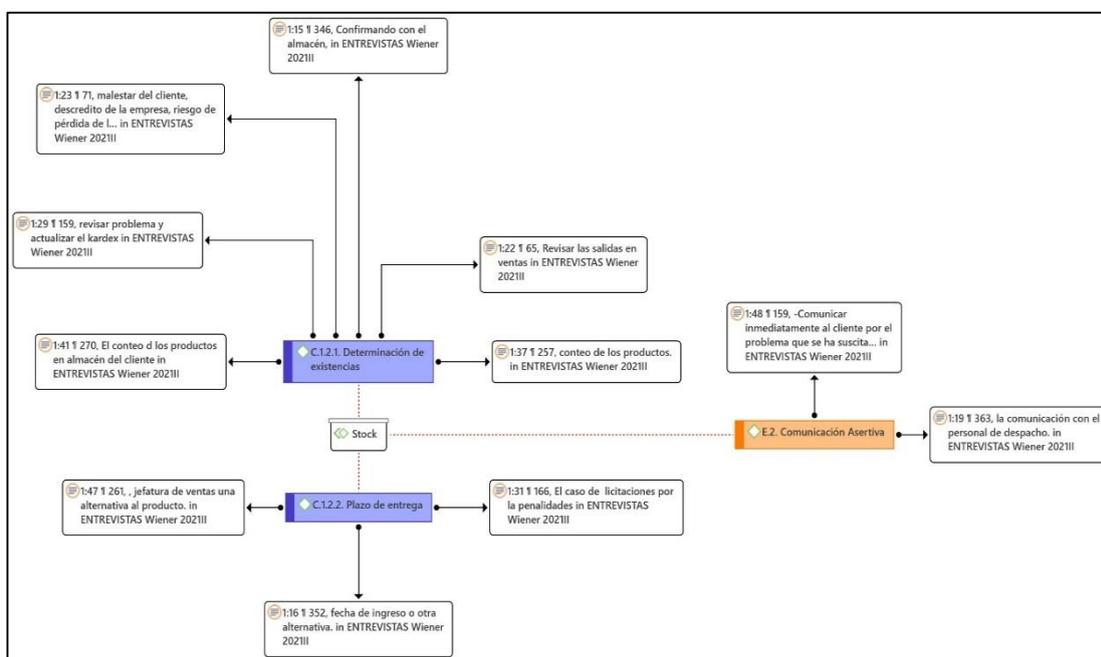
En respuesta a los entrevistados, de acuerdo a los indicadores planteados como atención al cliente, mencionan que los principales problemas que se presentan son que algunos clientes tienen morosidad, ya sea que tiene deudas con entidades financieras, con la misma que le han cerrado la línea de crédito, esta situación se ha vuelto muy común, ya que debido a la pandemia de covid-19, muchos de los clientes ya no cuentan con líneas de crédito o se les ha suspendido. En algunos casos la mala percepción de atención al cliente se brinda porque no se cuenta con el producto según con lo que requiere el cliente o según la urgencia y disponibilidad.

Por otro lado, para los entrevistados en la determinación de un cliente potencial, se basa en su historial en el sistema de Sentinel (quien emite reportes de deudas y alertas de crédito de personas naturales y jurídicas del Perú), y ese es uno de los problemas, que muchos de los clientes tienen problemas financieros o que sus ingresos no puedan cubrir con las deudas con sus proveedores. Además, de la búsqueda del filtro por cantidad de trabajadores y la habilitación que se hace por SUNAT o por PeruTop. Anteriormente, se realizaba una visita comercial, para su evaluación sobre todo en proyección de compras y consumo anual de suministros de seguridad industrial.

#### 4.2.2 Análisis de la sub categoría stock

**Figura 9**

*Análisis cualitativo de la sub categoría stock.*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En respuesta a los entrevistados, en relación a la determinación de existencias, uno de los principales problemas que se presenta son la desactualización con el kardex: que muchas veces no hay una relación lo que se muestra en el sistema con lo que se encuentra en físico, por lo que el área de almacén tiene que contabilizar y actualizar el kardex en forma manual, evitando malestar al cliente y desacreditación a la institución.

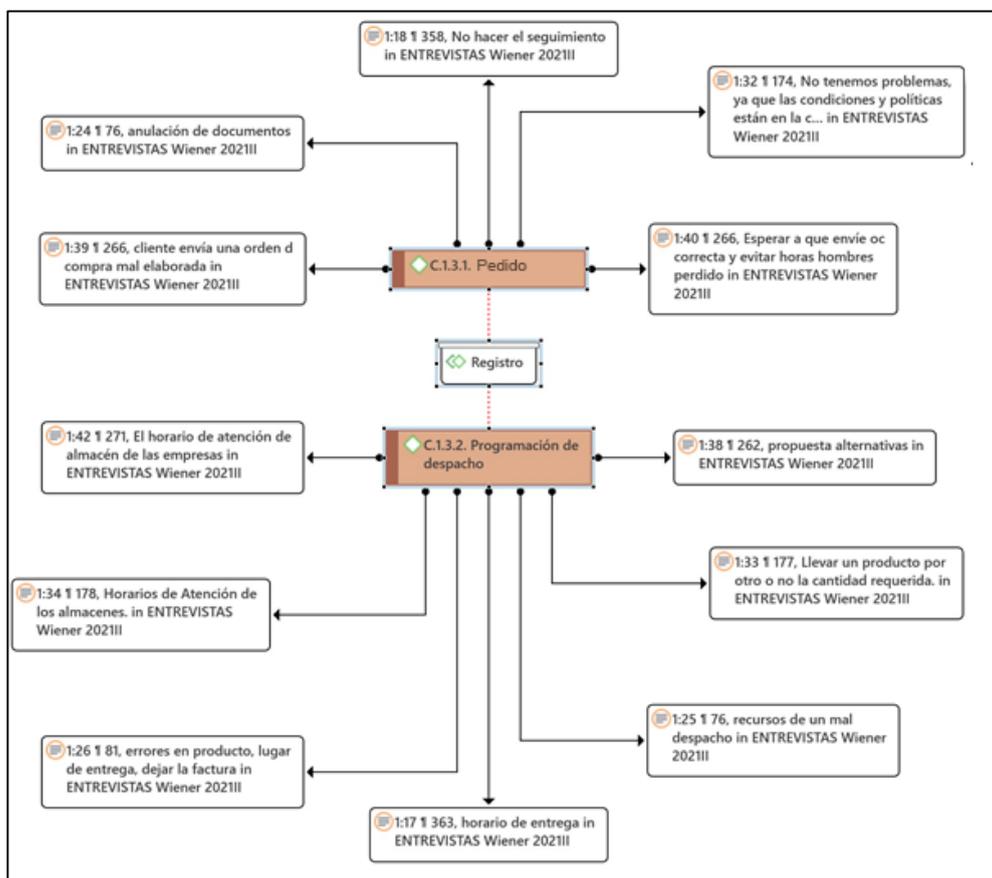
Por otro lado, para los entrevistados, con respecto al plazo de entrega, si bien es cierto en los plazos de entrega de los suministros son 48 horas como máximo, muchas veces, la empresa tiene contrato como licitaciones; ya sean públicas o privadas, y por razones extraordinarias no presenta a la fecha correspondidas, por lo que concurren estas en su mayoría tienen penalidad por día atrasado o según términos de contrato firmado, por lo que

en algunos casos se realizan las coordinaciones para propuesta de producto alternativo, que se puede brindar al cliente.

### 4.2.3 Análisis de la sub categoría registro

**Figura 10**

*Análisis cualitativo de la sub categoría registro.*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

En respuesta a los entrevistados, de acuerdo al indicador planteado, pedido, las cuales coincidieron en que algunas de falencias que se presenta, fueron que muchas veces se tiene que anular el pedido, por que el cliente envía una orden compra, las cuales tiene que esperar a que actualice su orden de compra, otros casos que se están presentando recientemente son el seguimiento del pedido, ya que no se puede identificar si el pedido ya fue despachado, o está en proceso de envío al cliente.

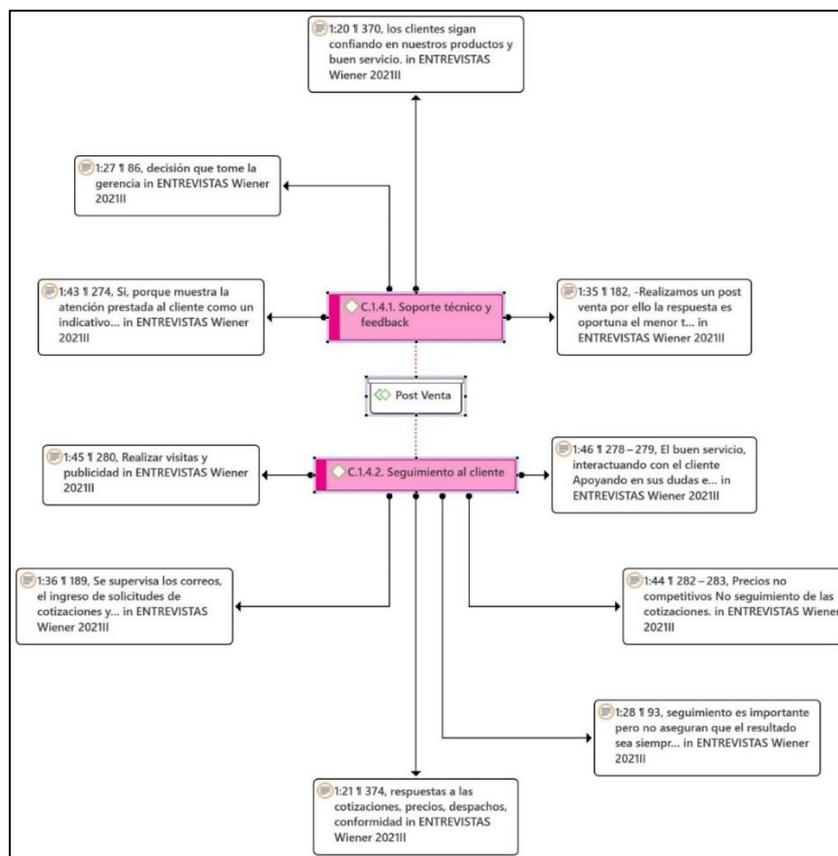
Por otra parte, para los entrevistados, algunas dificultades que presentan durante la programación de despacho se encuentra en el horario de atención de los almacenes de los clientes, por lo que muchas veces llevar al cliente sus suministros según su horario, resulta a veces difícil, sobre todo en la ubicación geográfica, como también la distancia que existe entre los puntos de llegada, de las cuales muchas veces no se logra a concretar el objetivo

propuesto, por lo que tienen que volver a reprogramar el despacho de suministros al día siguiente, lo que genera gasto de espacio y combustible.

#### 4.2.4 Análisis de la sub categoría post venta

**Figura 11**

*Análisis cualitativo de la sub categoría post venta.*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

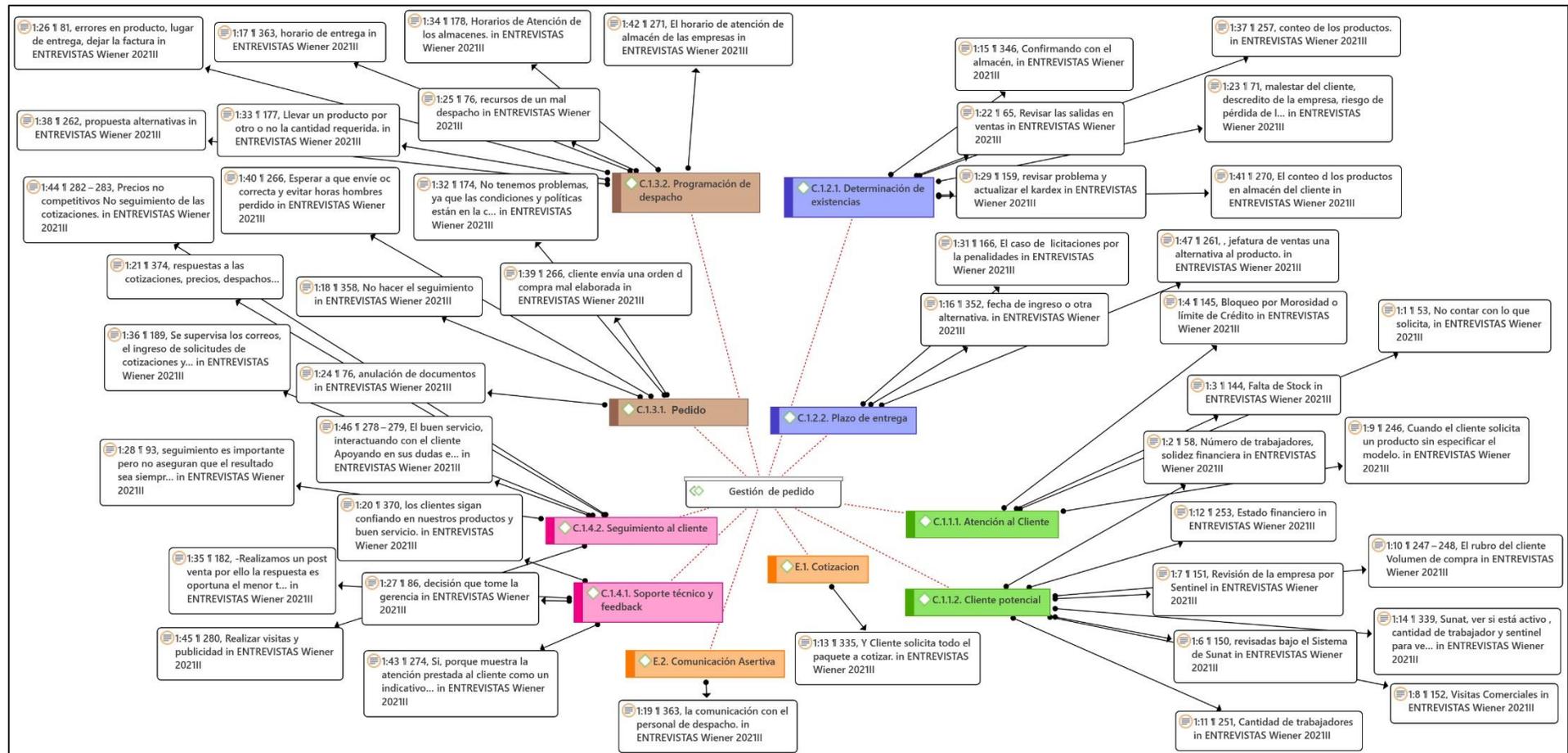
Desde la perspectiva de los entrevistados, respecto al soporte técnico y feedback y la metodología usada ayuda a mantener una buena relación comercial, muchas veces la interacción y retroalimentación se realiza mediante el uso de correos y mensajería instantánea como el Whatsapp, en las que se trata que la respuesta sea oportuna y lo más precisa posible, para que la relación no se rompa y logre seguir siendo sus distribuidores de suministros.

Por otra parte, el seguimiento al cliente, según los entrevistados, se determina por el buen manejo y gestión de actividades que se plantea el ejecutivo de ventas, como supervisión de correos, respuestas oportunas a sus necesidades, visitas, que incluso en muchas oportunidades no determina la fidelidad del cliente, ya que tiene que estar perenne, caso contrario, los clientes comprarán a otros proveedores.

## Diagnóstico mixto

Figura 12

Análisis de la categoría gestión de pedido



Fuente: Elaboración propia (2021)

La gestión de ventas en la empresa comercializadora de equipos de protección personal presenta una serie de dificultades rescatables para el buen manejo de la toma de pedidos. En la triangulación cuantitativo y cualitativo de los datos, se destaca la importancia de diagnosticar la situación de la gestión de toma de pedido; en donde la subcategoría entrada de pedido, a través del análisis documental, se obtiene que durante la escala de valoración por sector (cliente potencial, cliente regular y no potencial) de las 699 clientes, lo que significa que los sectores constructoras y consultorías y servicios son nuestros principales clientes, las cuales, de acuerdo al análisis de cantidad de trabajadores el 56% y 69% respectivamente se considera como empresas regulares, mientras que el 42% y el 27% respectivamente del total de empresas de esas categorías no son potenciales clientes, es decir no son rentables y que posiblemente tengan problemas de pagos a corto o largo plazo.

Además, la gran utilidad de la información financiera para determinar si los ingresos percibidos son sostenibles en el tiempo o si se considera en riesgo, por lo que se infiere que desde el año 2020 hubo un aumento de clientes en situación de “riesgo” con 82%, mientras que subió el “sostenible” un 8%, estos problemas se sitúan por la pandemia del Covid-19, la cual paralizó a sectores importantes la cual se suministra equipos de protección personal como constructoras y consultorías y servicios; es debido a estos sucesos que los entrevistados sustentan sus respuestas sobre los requisitos que un cliente debe tener antes de ser atendido, además de los principales problemas que esta ocasionado la pandemia. En las entradas de pedido es importante conocer los requisitos sean en forma de pago, cantidad, envases, etc. (Andalucía, 2020; Aniceto, 2020; Guitierrez, 2009).

En la subcategoría stock, a través de la evaluación al historial de inventario generado durante los años 2018 al 2020, los productos los productos faltantes y en mal estado equivalían al 3.5%, del total de productos total, la cual generó problemas con el cliente, debido a que no podrá ser suministrado el bien requerido, mismo paso durante el periodo 2019, en la que el 3.5% del total de suministros eran productos faltantes y en mal estado, la cual equivale a 177 productos, de la misma manera en 2020, el área de almacén tenía que cerciorarse si los productos están completos para lograr preparar el bien a despachar.

El stock se basa en suministrar en menor tiempo posible, en la que controlar los tiempos de suministros al usuario final, dando como prioridad el quiebre de stock (Rubio & Villaroel, 2012; Mauleón, 2008; Solórzano, 2018).

En la subcategoría registro, mediante la evaluación de los indicadores pedidos que se evaluó las ordenes de pedido durante entre los años 2018 y 2020. En el año 2018 en la que se evidencio que del total de órdenes de ventas solo 5530 fueron facturadas que equivale a

77% mientras que los otros no lo fueron; en el año 2019, hubo una leve mejoría en la documentación de generada para facturación con 85% de los pedidos generadas. A pesar, de esta tendencia, no logra ser suficiente, debido a que, se busca brindar una mejor atención al cliente siendo está más precisa y que pudiese mejorar la experiencia de cliente, y eso se refleja en la forma de trabajo del personal, del no hacer seguimiento del pedido, en algunos casos se anulan los pedidos, entre otras razones.

Se considera la programación de despacho, en la que analiza durante los periodos 2018 al 2020, determinado que la mayor participación de despachos programados por delivery se generó en el año 2019, se puede registrar que en el primer semestre se realizó 1954 despachos que equivale el 54% y 1842 despachos programados por delivery durante en el segundo trimestre. Los entrevistados acotan que algunos problemas muy comunes que se puede identificar con respecto a los diferentes horarios como también errores de lugar de entrega.

Dentro de la programación de despacho contiene información relevante para su facturación y despacho, que incluye la compra de bienes y/o servicios como lugar de entrega, dirección fiscal, persona encargada, fecha de entrega de entrega, la cantidad de créditos que maneja el cliente, entre otros (Ariza, 2020).

En la subcategoría post venta, a través de la evaluación de los indicadores soporte técnico y feedback como también seguimiento al cliente, generado durante los años 2018 al 2020, permitieron diagnosticar la situación de la empresa, en el cual, en el año 2018, la estrategia a través de correos era la más usada con 39% de su utilidad, mientras que la menos común era la de envíos por mensajes, debido a las políticas de empresa; en 2019 se cambió de estrategia, con la que se distinguió con las llamadas que representaban hasta el 43% del total de seguimientos efectuados a los clientes. Estos indicadores reflejan el comportamiento de los entrevistados, con la aplicación del seguimiento a través de correos, el brindar un buen servicio, resolviendo sus consultas en los diferentes medios de comunicación.

Durante el seguimiento del cliente, basado en el proceso de fidelización, cuyo objetivo es mantener la comunicación constante con el cliente después de la venta, además de ganarse la confianza del cliente mediante la atención sus futuras necesidades (Silva, 2020).

#### **4.3 Identificación de los factores de mayor relevancia**

Un punto crítico por resolver esta en la subcategoría registro, luego de la evaluación del indicador pedido; se diagnosticó que en promedio más del 25% de los pedidos generados no fueron facturados, lo que genera una mala expectativa de venta futura, como también deja evidenciar que no se aplica análisis y estrategias de ventas, se busca brindar una mejor

atención al cliente siendo está más precisa y que pudiese mejorar la experiencia de cliente, y eso se refleja en la forma de trabajo del personal, del no hacer el correcto seguimiento a los pedidos.

#### **4.4 Propuesta**

##### **4.4.1 Priorización de los problemas**

En base al diagnóstico realizado se priorizaron los problemas de la siguiente manera: En primer lugar, la demora de atención al cliente, debido a las limitaciones de la aplicación de escritorio por no contar las funcionalidades para realizar las actividades laborales de manera remota, más aún con la pandemia del coronavirus COVID-19, lo que dificulta que no se pueda realizar de manera exitosa los pedidos de productos.

En segundo lugar, los constantes reclamos de los clientes, por la poca información sobre la entrega de sus productos a su almacén y la no comunicación, cuando no se cumple los tiempos programados de entrega, lo que genera un mal precedente, como también, una mala reputación a la empresa.

Finalmente, la insatisfacción del cliente, debido a que la empresa realiza la venta y no se le puede atender, ya que no cuenta con el stock de los suministros ofertados inicialmente, y esto conlleva a que el cliente se sienta engañado, generando una falsa expectativa de obtener los productos, a pesar de haber realizado la reserva de los productos a través de la orden de compra.

##### **4.4.2 Consolidación del problema**

La demora en atención al cliente, debido a que tiene deficiencias en su aplicativo de escritorio para realización de actividades laborales de manera remota, más aún en pandemia, además de los constantes reclamos de clientes, por la poca información acerca de la entrega de sus productos a su almacén, como también, que los productos no fueron entregados de acuerdo a los tiempos programados de entrega; y, por último, la insatisfacción del cliente, generada de parte de la empresa que no cuenta con la totalidad de los suministros ofertados inicialmente.

##### **4.4.3 Categoría solución (conceptualización)**

La elaboración de la propuesta del sistema web para automatizar la gestión de toma pedido de una empresa comercializadora de equipos de seguridad industrial, la cual permite agilizar el proceso de pedido dentro de la organización, a través del uso de tecnologías que permitan analizar, desarrollar y transformar un sistema complejo, y con cuello de botella que afectan la fluidez del servicio, en uno más sencillo y amigable para el usuario, siendo este beneficioso tanto para la empresa como para el cliente; maximizando tiempo, reduciendo los

costos de operatividad, dando mayor rentabilidad. Mediante la aplicación de la metodología RUP (Rational Unified Process), permite seguir una serie de lineamientos sobre un calendario de actividades que se debe cumplirse, a través de la aplicación de buenas prácticas del desarrollo de software, en la cual, la aplicación de las fases como inicio (define el alcance del proyecto), elaboración (definición, análisis, diseño), construcción (implementación), transición (fin del proyecto y puesta en producción).

#### **4.4.4 Objetivo general y específicos de la propuesta**

El objetivo general es elaborar una propuesta de un sistema web para automatizar la gestión de toma pedido de una empresa comercializadora de equipos de seguridad industrial, la cual permita optimizar el proceso de pedido, como también tener la información real en el menor tiempo posible.

Como primer objetivo en la presente investigación es: elaboración del análisis del proceso de la gestión de pedido, las cuales, a través de la elaboración de un plan de trabajo, entrevista con la parte interesada y su respectiva documentación. Luego de estas actividades se tendrá como resultado los entregables correspondientes: modelo del proceso de gestión de pedidos actual y el optimizado, el análisis el proceso de negocio actual (AS-IS); el optimizado del proceso de negocio (TO-BE), así mismo se han elaborado los casos de uso para identificar las actividades y los actores que participan en el respectivo proceso, y por último, los requisitos funcionales y no funcionales, que ayudan describir el alcance de la propuesta solución para el sistema web.

El segundo objetivo: Diseñar la arquitectura de la propuesta de solución, donde se define a alto nivel los patrones de desarrollo del software y el modelado de la base de datos. Asimismo, nos permite describir las relaciones entre las entidades y como se almacenarán los datos; este modelo será capaz de soportar a los requerimientos funcionales de la aplicación.

El tercer objetivo: Diseñar el prototipo y construir una versión beta de del software. Para el diseño del prototipo del sistema web se utilizó: la herramienta balsamiq mockups 3, y para la construcción de la versión beta del sistema se utilizó el lenguaje de programación PHP y Java Script, y el gestor de base de datos MySQL.

#### **4.4.5 Impacto de la propuesta**

La propuesta del sistema web beneficiará a la empresa agilizando el proceso de pedido de manera eficiente, obteniendo mayor rentabilidad, como también reduciendo costos operativos. También se determina la viabilidad de la propuesta mediante el análisis financiero a través del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

En el análisis financiero se realizó en el intervalo de tiempo de dos años (24 meses), se obtuvo que el VAN de la propuesta es de S/54,494.91 soles; es decir el monto obtenido es positivo por lo tanto es viable y TIR que se obtuvo de la inversión de la propuesta en beneficio es de 43%, siendo estos resultados en favor de la empresa en costo, tiempo y reconocido como una empresa que brinda servicio de calidad (ver tabla 7).

**Tabla 12**

*Inversión del proyecto, pago de servicio de desarrollo del sistema web.*

Inversión				Proyecto		35 días
Perfil profesional	Nº	Años de exp.	Actividad de desempeño	Tasa x día	Nº días laborables	Total
Jefe de proyectos	1	10		S/ 250.00	23	S/. 5,750.00
Analista de Sistemas	1	4		S/ 127.00	10	S/. 1,270.00
Diseñador de procesos	1	3		S/ 127.00	10	S/. 1,270.00
Arquitecto de Software	1	7	Desarrollo de sistema	S/ 225.00	2	S/. 450.00
Diseñador de software	1	4	Web	S/ 156.00	8	S/. 1,248.00
Analista de calidad	1	4		S/ 185.00	5	S/. 925.00
Administrador de Base de Datos	1	5		S/ 177.00	4	S/. 708.00
Desarrollador Full Stack	1	5		S/ 240.00	13	S/. 3,120.00
					<b>Total</b>	<b>S/. 4,741.00</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Tabla 13**

*Inversión del proyecto, equipos.*

Equipos				
Insumos	Justificación	Cant.	Pu	Total
PC I7 10th /16			S/ 2,500.00	S/ 12,500.00
RAM/ 480 SSD		5		
Servidor Web	Desarrollo de sistema Web	1	S/ 2,200.00	S/ 2,200.00
Servidor de Base de Datos		1	S/ 1,600.00	S/ 1,600.00
firewall		1	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00
impresora multifuncional		2	S/ 400.00	S/ 800.00
			<b>Total</b>	<b>S/ 19,500.00</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Tabla 14***Inversión del proyecto, consumo mensual de servicios.*

<b>Consumo mensual de servicios</b>				
<b>Descripción de servicio</b>	<b>Justificación</b>	<b>Cant.</b>	<b>Pu</b>	<b>Total</b>
Internet		1	S/. 120.00	S/. 120.00
Agua	Consumo en actividad Laboral	1	S/. 40.00	S/. 40.00
Luz		1	S/. 250.00	S/. 250.00
Telefonica		1	S/. 100.00	S/. 100.00
<b>Total</b>				<b>S/. 510.00</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2021)**Tabla 15***Inversión del proyecto, costo anual con el sistema.*

<b>Costo anual con el sistema</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo</b>	<b>Mes</b>	<b>Total</b>
Sistema web, entrenamiento	1	S/.20,000.00	12	S/. 20,000.00
Asesoría, act. y mantenimiento	3	S/. 3,500.00	12	S/. 10,500.00
Ejecutivo(a) de ventas	2	S/. 1,700.00	12	S/. 40,800.00
Jefa de ventas	1	S/. 2,300.00	12	S/. 27,600.00
Gerente comercial	1	S/. 4,000.00	12	S/. 48,000.00
<b>Total</b>				<b>S/. 146,900.00</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2021)**Tabla 16***Inversión del proyecto, costo anual sin el sistema.*

<b>Costo anual sin el sistema</b>				
<b>Cargo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Sueldo x mes</b>	<b>Mes</b>	<b>Total</b>
Ejecutivo(a) de ventas	6	S/. 1,700.00	12	S/. 122,400.00
Jefa de ventas	1	S/. 2,300.00	12	S/. 27,600.00
Gerente comercial	1	S/. 4,000.00	12	S/. 48,000.00
<b>Total</b>				<b>S/. 198,000.00</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Tabla 17***Inversión del proyecto, ahorro anual de mano de obra.*

<b>Ahorro anual</b>	
<b>Costo anual sin el sistema</b>	S/. 198,000.00
<b>Costo anual con el sistema</b>	S/. 146,900.00
<b>Total</b>	S/. <b>51,100.00</b>

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Tabla 18**

*Inversión del proyecto, cálculo del TIR y VAN.*

<b>Ventas mensuales</b> S/600,000.00													
<b>Ingreso</b>	<b>Mes 0</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>
Ejecutivo(a) de ventas (4)	S/ -	S/ 6,800.00											
Optimización del proceso	S/ -	S/ 24,000.00	S/ 24,960.00	S/ 25,958.40	S/ 26,996.74	S/ 28,076.61	S/ 29,199.67	S/ 30,367.66	S/ 31,582.36	S/ 32,845.66	S/ 34,159.48	S/ 35,525.86	S/ 36,946.90
<b>Total</b>	<b>S/ -</b>	<b>S/ 30,800.00</b>	<b>S/ 31,760.00</b>	<b>S/ 32,758.40</b>	<b>S/ 33,796.74</b>	<b>S/ 34,876.61</b>	<b>S/ 35,999.67</b>	<b>S/ 37,167.66</b>	<b>S/ 38,382.36</b>	<b>S/ 39,645.66</b>	<b>S/ 40,959.48</b>	<b>S/ 42,325.86</b>	<b>S/ 43,746.90</b>

<b>Egreso</b>	<b>Mes 0</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>
Equipos	S/ 19,500.00												
Desarrollo, Asesoría, Act. y Mantenimiento	S/ 14,741.00				S/ 3,500.00				S/ 3,500.00				S/ 3,500.00
Servicios	S/ 510.00												
Ejecutivo(a) de ventas	S/ 10,200.00	S/ 3,400.00											
Jefa de Ventas	S/ 2,300.00												
Gerente Comercial	S/ 4,000.00												
<b>Total</b>	<b>S/ 51,251.00</b>	<b>S/ 10,210.00</b>	<b>S/ 10,210.00</b>	<b>S/ 10,210.00</b>	<b>S/ 13,710.00</b>	<b>S/ 10,210.00</b>	<b>S/ 10,210.00</b>	<b>S/ 10,210.00</b>	<b>S/ 13,710.00</b>	<b>S/ 10,210.00</b>	<b>S/ 10,210.00</b>	<b>S/ 10,210.00</b>	<b>S/ 13,710.00</b>

<b>Saldo (flujo neto)</b>	- S/ 51,251.00	S/ 20,590.00	S/ 21,550.00	S/ 22,548.40	S/ 20,086.74	S/ 24,666.61	S/ 25,789.67	S/ 26,957.66	S/ 24,672.36	S/ 29,435.66	S/ 30,749.48	S/ 32,115.86	S/ 30,036.90
---------------------------	----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

<b>van</b>	<b>S/ 54,494.91</b>
<b>tir</b>	43%

*Fuente: Elaboración propia (2021)*

#### 4.4.6 Direccionalidad de la propuesta

##### Cuadro 1

Matriz de direccionalidad de la propuesta

Obj. Específ. de la prop.	Alternativa de solución	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s	Pres. de la impl.	KPI	Evidencia o Entregables
Objetivo 1. Analizar el proceso de la gestión de toma de pedido.	Alternativa 1. Identificar, analizar y documentar los requisitos la gestión de toma de pedido.	A1. Identificación del proceso de gestión de pedidos.	18/10/2021	1	19/10/2021	a. Jefe de proyectos b. Analista de sistemas c. Diseñador de Procesos	S/. 504	KPI 1. Factor de optimización (Tiempo del proceso TOBE / Tiempo del proceso ASIS)	Evidencia 1. -E.1. Modelado del negocio. - E.2. Análisis de Tiempos (DAP del ASIS y DAP del TOBE) -E.3. Diagramas de casos de usos -E.4. Listado de RF y RNF
		A2. Analizar el proceso de negocio actual (ASIS)	19/10/2021	2	21/10/2021	a. Jefe de proyectos b. Analista de sistemas c. Diseñador de Procesos	S/. 504		
		A3. Optimizar el proceso de negocio (TOBE).	21/10/2021	1	22/10/2021	a. Jefe de proyectos b. Analista de sistemas c. Diseñador de Procesos	S/. 504		
		A3. Elaborar Diagrama de casos de uso	22/10/2021	3	25/10/2021	a. Jefe de proyectos b. Analista de sistemas c. Diseñador de Procesos	S/. 504	KPI 2. Cantidad de RF y RNF aprobados / Cantidad de RF y RNF Identificados	
		A5. Analizar los requerimientos.	25/10/2021	1	26/10/2021	a. Jefe de proyectos b. Analista de sistemas c. Diseñador de Procesos	S/. 504		
		A6. Identificar los requisitos funcionales y no funcionales.	26/10/2021	2	28/10/2021	a. Jefe de proyectos b. Analista de sistemas c. Diseñador de Procesos	S/. 504		

## Cuadro 2

### Matriz de direccionalidad de la propuesta

Obj. Específ. de la prop.	Alternativa de solución	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s	Pres. de la impl.	KPI	Evidencia o Entregables
Objetivo 2. Diseñar la arquitectura de la propuesta de solución y el modelo de la base de datos.	Alternativa 2. Desarrollo del diseño la arquitectura de software y planteamiento del modelo de la base de datos de la propuesta solución.	A7. Diseñar la arquitectura de la Software.	28/10/2021	2	30/10/2021	a. Diseñador de software b. Arquitecto de software	S/. 381	KPI 3. Diseño de Arquitectura aprobada / Diseño de Arquitectura Presentada	Evidencia 2. - E.5. Diagrama de arquitectura de la solución. - E.6. Vista 4+1 - Diagrama de Clases - Diagrama de Componentes - Diagrama de Despliegue - E.7. Modelamiento de datos (conceptual, lógico y físico)
		A8. Elaborar la vista 4+1.	30/10/2021	1	31/10/2021	a. Diseñador de software b. Analista de calidad c. Jefe de proyectos	S/. 591		
		A9. Elaborar diagrama de clases	31/10/2021	1	1/11/2021	a. Diseñador de software b. Jefe de proyectos c. b. Arquitecto de software	S/. 631		
		A10. Elaborar diagrama de componentes.	1/11/2021	2	3/11/2021	a. Administrador de base de datos b. Jefe de Proyectos	S/. 427	KPI 4. Modelo de Datos aprobado / Modelo de Datos propuesto	
		A11. Elaborar diagrama conceptual	3/11/2021	1	4/11/2021	a. Administrador de base de datos b. Analista de calidad c. Jefe de proyectos	S/. 612		
		A12. Elaboración del modelo de datos: conceptual, lógico y físico de base de datos.	4/11/2021	1	5/11/2021	a. Administrador de base de datos b. Jefe de proyectos c. Arquitecto de software	S/. 652		

### Cuadro 3

#### Matriz de direccionalidad de la propuesta

Obj. Específ. de la prop.	Alternativa de solución	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s	Pres. de la impl.	KPI	Evidencia o Entregables
Objetivo 3. Diseñar el prototipo y construir una versión beta de del software	Alternativa 3. Diseño y desarrollo de del prototipo de software propuesto a través de herramientas tecnológicas	A13. Identificar las herramientas para elaborar la interfaz y construir la versión Beta	5/11/2021	2	7/11/2021	a. Diseñador de Software b. Jefe de proyectos	S/. 485	KPI 5. Diseño del prototipo / Requisitos funcionales	Evidencia 3. -E.8. Diseño de Prototipos - E.9. Programa fuente de la versión Beta
		A14. Diseño de interfaces del prototipo	7/11/2021	1	8/11/2021	a. Diseñador de Software b. Analista de calidad	S/. 420		
		A15. Revisión y validación del diseño interfaces del prototipo	8/11/2021	1	9/11/2021	a. Diseñador de Software b. Jefe de proyectos	S/. 485		
		A16. Construir la versión Beta (demo)	9/11/2021	9	18/11/2021	a. Jefe de Proyectos b. Desarrollador full stack	S/. 485	KPI 6. Funcionalidades de la versión Beta / Cantidad de prototipos	
		A17. Revisión de la versión Beta	18/11/2021	2	20/11/2021	a. Desarrollador full stack b. Analista de calidad c. Jefe de Proyectos	S/. 420		
		A18. Documentar la versión Beta .	20/11/2021	2	22/11/2021	a. Jefe de Proyectos b. Desarrollador full stack	S/. 485		

#### **4.4.7 Entregable 1: Modelo del proceso**

El proceso de negocio se determina como el conjunto de actividades relacionadas que al ejecutarse busca un fin común que es la satisfacción del cliente. Para el presente entregable se tuvo que realizar un análisis detallado de proceso de negocio actual, y la presentación del proceso de negocio optimizado (ver anexo 2, figura 18 y figura 19, respectivamente).

#### **4.4.8 Entregable 2: Análisis de tiempos (DAP del AS-IS y DAP del TO - BE)**

El mapa de procesos AS-IS de la empresa (ver anexo 2, tabla 19) presenta muchas falencias, las cuales afectan el correcto procedimiento de la atención y pedido de los productos para el cliente, por ejemplo, el tiempo excesivo en la consulta de stock de productos, la creación de pedidos, etc., que acumulado, toma el tiempo de 50 minutos con un total de 11 actividades por cliente, desde que recibe la cotización hasta que se logra la venta, este proceso dificulta en gran medida a la empresa, generando menor cantidad de oportunidades de venta en otros clientes; es por ello que se plantea el proceso de actividades TO-BE (ver anexo 2, tabla 20), en la cual se pretende disminuir la cantidad de actividades como también el tiempo durante el proceso de toma de pedido, lo que se obtuvo como resultado 8 procesos y el tiempo de 19 minutos, optimizando más del 50%, del proceso AS-IS.

#### **4.4.9 Entregable 3: Casos de uso del sistema**

Elaboración de casos de uso del sistema nos describen una actividad y especifican la comunicación y comportamiento que tiene cada usuario y el sistema. Entre los actores del sistema se puede apreciar: empleado y cliente, las cuales interactúan con los casos de uso (ver anexo 2, figuras 20 hasta 27).

#### **4.4.10 Entregable 4: Listado de requisitos funcionales y no funcionales**

Los requerimientos funcionales de un sistema son aquellos que describen cualquier actividad que este deba realizar, en otras palabras, el comportamiento o función particular de un sistema o software cuando se cumplen ciertas condiciones. Los requisitos funcionales contemplados en la aplicación propuesta son los siguientes: Para acceder al sistema se requiere mediante la validación del usuario y contraseña, en caso de cliente, el acceso le llega al correo, y en empleado se le asigna un usuario; si el cliente es nuevo tiene que llenar un formulario, la cual ingresara DNI o ruc, razón social, contacto, email además de la condición de pago que propone, para que luego el empleado procede a evaluar si el cliente cuenta con deudas a bancos, morosidad; además de determinar el volumen de egreso en compra de equipos de protección personal para determinar la cantidad de crédito que se le puede asignar. Por último, se le notifica al correo si su solicitud ha sido aprobada o no, una vez realizado

este paso, el cliente ya podrá registrarse en el sistema, posteriormente generar su pedido, y realizar el seguimiento de sus productos (ver anexo 2, tabla 21-22).

#### 4.4.11 Entregable 5: Diagrama de arquitectura de la solución

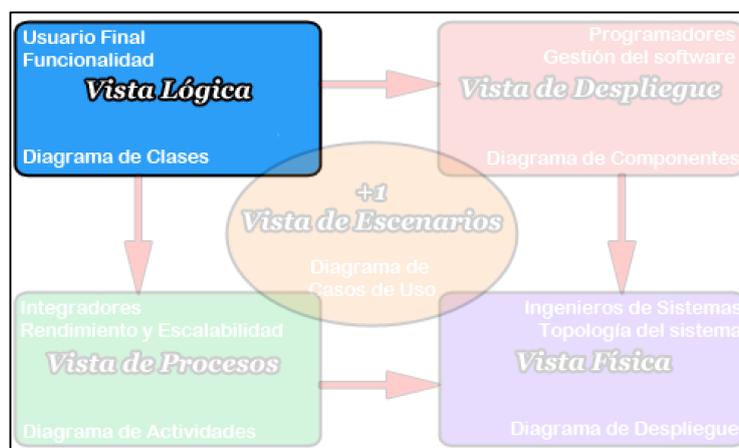
El sistema estará estructurado bajo una arquitectura de software, el cual se representa en un diseño de alto nivel. Para la interfaz del “Frontend” se utilizará Laravel 7, la cual posee muchas ventajas al ser un framework, gran adaptabilidad a las librerías de JavaScript, muy intuitivo y dinámico adaptable a cualquier interfaz, además de ser código abierto, la cual permite su uso de manera gratuita y sin restricciones. Así mismo para el lado del “Backend” se trabajará con el lenguaje de PHP, permite realizar plataformas dinámicas, muchos comercios electrónicos están diseñados bajo este lenguaje como Opencart, Magento, Prestashop; además su utilización es gratuita, puesto que es de código abierto. Para la gestión de la base de datos se usará MySQL la cual permita gestionar y controlar la gran cantidad de datos esta arquitectura (ver anexo 2, figura 28).

#### 4.4.12 Entregable 6: Vista 4 +1

La importancia del modelo de Kruchten, radica en la información de cada vista pueda mostrar, es decir, tener un panorama más amplio y claro, desde varias perspectivas de la arquitectura de software, la cual permite dar un mayor análisis y entendimiento, para el desarrollo del software. Por lo que es muy importante el desarrollo de estas aristas como: Vista lógica; se caracteriza por la representación de la funcionalidad que el sistema proporcionara a los usuarios finales. Es decir, se ha de representar lo que el sistema debe hacer, y las funciones y servicios que ofrece. Para completar la documentación de esta vista se pueden incluir los diagramas de clases (ver anexo 2, figura 34).

**Figura 13**

*Vista Lógica*

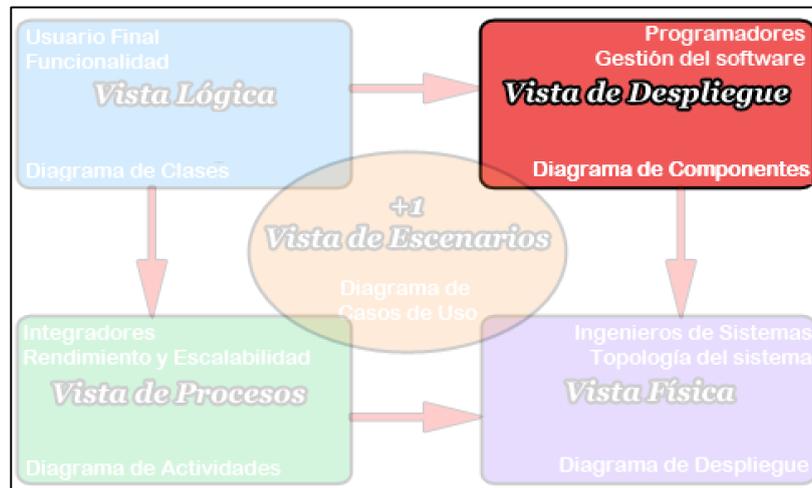


Fuente: Elaboración propia (2021)

Vista de despliegue; en esta vista se muestra el sistema desde la perspectiva de un programador y se ocupa de la gestión del software; o, en otras palabras, se va a mostrar cómo está dividido el sistema software en componentes (ver anexo 2, figura 33).

**Figura 14**

*Vista de Despliegue*

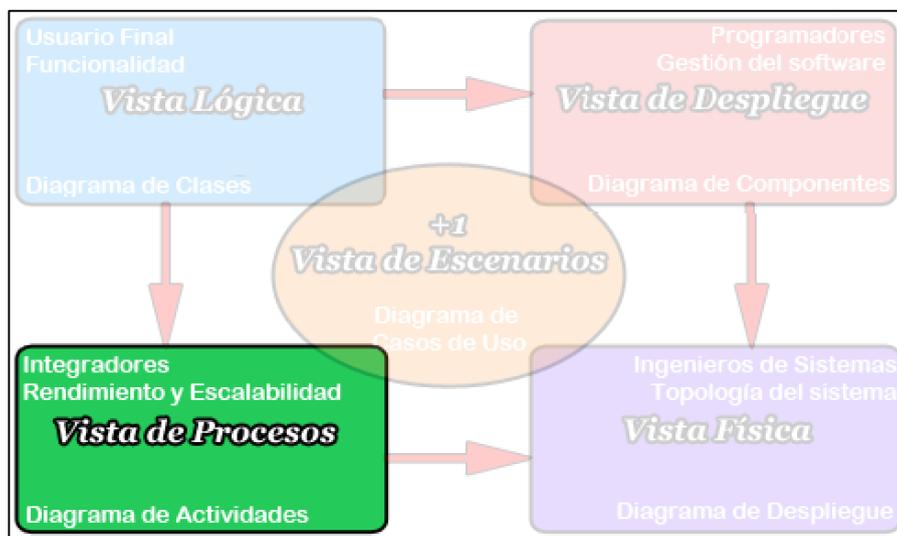


*Fuente:* Elaboración propia (2021)

Vista de Procesos; en esta vista se muestran los procesos que hay en el sistema y la forma en la que se comunican estos procesos; es decir, se representa desde la perspectiva de un integrador de sistemas, el flujo de trabajo paso a paso de negocio y operacionales de los componentes que conforman el sistema, se representa mediante el diagrama de actividades (ver anexo 2, figura 32).

**Figura 15**

*Vista de Procesos*

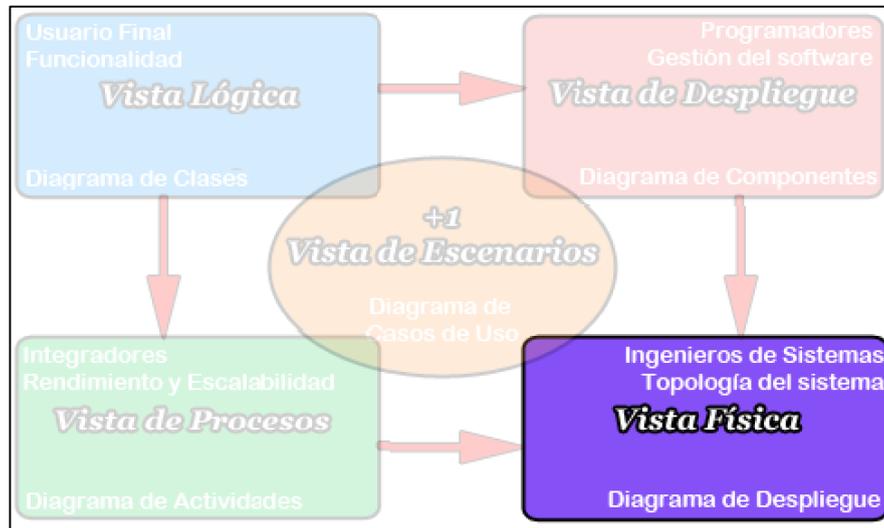


*Fuente:* Elaboración propia (2021)

Vista Física; en esta vista se muestra desde la perspectiva de un ingeniero de sistemas todos los componentes físicos del sistema, así como las conexiones físicas entre esos componentes que conforman la solución (ver anexo 2, figura 18-19).

**Figura 16**

*Vista Física*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

Vista “+1” de Escenarios; esta vista va a ser representada por los casos de uso software y va a tener la función de unir y relacionar las otras 4 vistas, esto quiere decir que desde un caso de uso se puede ver cómo se van ligando las otras 4 vistas, con lo que se tiene una trazabilidad de componentes, clases, equipos, paquetes, etc., para realizar cada caso de uso (ver anexo 2, figura 34).

**Figura 17**

*Vista +1 de Escenarios*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

#### **4.4.13 Entregable 7: Modelo de la base de datos**

Como herramienta para diagramar el modelo de la base de datos se utilizó el programa Día, para el modelo de conceptual (ver anexo 2, figura 29) y StarUml, este modelo de base de datos está representado de manera lógica (ver anexo 2, figura 30) y física (ver anexo 2, figura 31). El modelo está en la capacidad de soportar y guardar la información de los requisitos funcionales de la aplicación, manteniendo una estructura lógica en las relaciones entre entidades.

#### **4.4.14 Entregable 8: Diseño de prototipos en web**

Los prototipos web se desarrollaron bajo la herramienta balsamiq mockups 3, la cual su paquete de herramientas de presentación integradas facilita a obtener una presentación optima, además que sus componentes son reutilizables y personalizables.

#### **4.4.15 Entregable 9: Demo de la funcionalidad del aplicativo**

El demo construido se encuentra en su versión beta de desarrollo, el cual permite tener una idea clara de lo que se propone como producto solución (ver anexo 2, figura 44 al 50).

### **4.5 Discusión**

La gestión de ventas en la empresa comercializadora de equipos de protección personal, presenta una serie de dificultades rescatables para el buen manejo de los pedidos. Luego del análisis cualitativo y cuantitativo realizados, se destaca la importancia del diagnóstico y la identificación de las subcategorías del problema como: entrada de pedido, stock, registro y post venta.

En la subcategoría entrada de pedido, a través del análisis documental, se obtiene que los sectores empresariales; constructoras, consultorías y servicios son los principales clientes que tiene la empresa, además que el 42% y el 27% respectivamente del total de empresas de esas categorías no son potenciales clientes, es decir que no son rentables y la expectativa de ventas y consumo por volumen de suministros de seguridad industrial son mínimas, además, se realizó el análisis financiero de las empresas, obteniendo como resultado que durante el año 2020 hubo un aumento de clientes en situación de “Riesgo” con 82%, mientras que subió el “sostenible” un 8%, estos problemas se sitúan a causa de las restricciones sanitarias a fin de disminuir la propagación del Covid-19, la cual paralizó a sectores donde se suministran equipos de protección personal, unos de los más afectados, por su rubro y actividades económica fueron las constructoras y consultorías y servicios las cuales operaron casi al mínimo de trabajadores, perjudicando a corto plazo los ingresos a la empresa.

Es por ello que en sistema propuesto, se implementó un gestor de validación que permite la evaluación del cliente según su estado financiero, la cual permitirá tener un mejor control de los clientes quienes se les está atendiendo, además, por ello que coincide con (Correa, 2019), que los niveles del cumplimiento del pedido eran muy bajos, debido a que su nicho de mercado no era lo suficientemente rentable, por lo tuvieron que cambiar de estrategia y el desarrollo de un sistema que le permita mejorar en el área de ventas. En base a la teoría de la información, que sustenta que se pueda obtener, procesar de ella y convertir en valor de información que permita ser evaluada, como también la toma de decisiones a nivel estratégico, operativo, táctico (Arjonilla & Medina, 2013), como también la importancia de la información cabe indicar que el mensaje debe ser acreditado y validado, para que el receptor reciba el correcto mensaje. Es decir que la comunicación debe ser la acertada porque es de vital importancia que llegue al destino de forma precisa sin que sea difusa con el receptor final (Valvueda, 1997; Shannon & Weaver, 1949; Correa, 2008).

En la subcategoría stock, a través de la evaluación al historial de inventario generado durante los años 2018 al 2020, los productos faltantes y en mal estado equivalían al 3.5%, del total de productos, la cual generó problemas con el cliente, y esto se continuo durante los siguientes años, el área de almacén tenía que cerciorarse si los productos están completos para lograr preparar el bien a despachar, evitando así quiebres de stock como también, el brindar una información engañosa con respecto al stock real de los bienes.

Debido a esto, en la propuesta del sistema web, los usuarios podrán visualizar y estar informados de las disponibilidades de stock de los productos en tiempo real, sin tener la incertidumbre de la disponibilidad de estos. Es por ello que coincide con (Correa, 2019), la cual para evitar los problemas y quiebre de stock planteo el desarrollo del sistema que le permitió mejorar su proceso de ventas; en base de la información planteada, esta propuesta se sustenta bajo la teoría de la información, ya que aporta en gran medida a la toma de decisiones dentro de las organizaciones, coordinaciones y control, además a que forma parte de las estrategias del negocio, para la resolución de problemas, reduciendo y/o mitigando riesgos y optimizando procesos, es importante conocer que también tiene que ser ordenada y sincronizada, y no ser entropía, por lo que el mensaje de la información será erróneo para todos los involucrados, generando el caos y confusión, sobre todo al cliente, es por ello de la importancia del manejo correcto de la información y la transmisión del mensaje correcto a las áreas involucradas (Pietro & Martínez, 2004; Johansen, 1993).

En la subcategoría registro, luego de la evaluación del indicador pedido; se diagnosticó que en promedio más del 25% de los pedidos generados no fueron facturados, lo que se diagnostica que genera una mala expectativa de venta futura, a su vez desgaste de operatividad, como también deja evidenciar que no se aplica un correcto análisis y estrategias de ventas; se busca brindar una mejor atención al cliente, con información veraz siendo está más precisa y que pudiese mejorar la experiencia de cliente, y eso se refleja en la forma de trabajo del personal, del no hacer el correcto seguimiento a los pedidos, en muchos de ellos el cliente opta por cancelar su orden de compra, además del análisis de los despachos que se fueron entregando durante ese periodo.

En la propuesta planteada que se desarrolló, con la finalidad en que el mismo cliente es quien pueda seleccionar, registrar sus productos en la plataforma, generar su pedido como también descargar su comprobante de pago, haciendo este proceso sea lo óptimo posible, tenga la factibilidad, estructurado y reduciendo tiempo y costo. Es por ello que coincide con (Guacho & Gualli, 2020), ellos implementaron un sistema web, que les permite llevar el control de los pedidos de los clientes, haciendo que su proceso sea eficaz, dinámico y eficiente; también coincide en la solución de (Patiño, 2020), donde implemento su sistema que le permite la monitorización de los pedidos y la entrega de sus bienes a toda la región, teniendo mayor cobertura de la atención a sus clientes, teniendo mayores ingresos. La cual se sustenta bajo la teoría de sistemas, al conjunto de procesos o elementos, las cuales interactúan entre sí para cumplir con dicho objetivo. Para lograr dicho fin, todos los procesos deben tener la misma información sin que se interrumpa, siendo esta secuencial. Es decir, convertir los sistemas complicados, donde los componentes estas aislados sin intercomunicación con otras; además, las posibilidades de demora, cuello de botella u otras complicaciones que se podrían generar; en solo sistemas más simples, cuyas comunicaciones fluidas y logrando optimizar tiempos (Saravia, 1995).

En la subcategoría post venta, a través de la evaluación de los indicadores soporte técnico y feedback como también seguimiento al cliente, generado durante los años 2018 al 2020, permitieron analizar e interpretar la estrategia brindada por la empresa, respecto al medio de comunicación que utilizan los colaboradores al momento de realizar la gestión de post venta, estos indicadores reflejan el comportamiento de los entrevistados, con la aplicación del seguimiento a través de correos, llamadas, mensajes, el brindar un buen servicio, resolviendo sus consultas de productos, ingresos de nuevos productos, atendiendo los despachos de los bienes, proposiciones de nuevos productos al mercado entre otros.

En la propuesta planteada el cliente puede hacer seguimiento de sus productos solicitados, visualizando la hora de atención, e incluso descargar la imagen de evidencia que se dejó el producto, como también revisión de los productos y precios en la plataforma web. Es por ello que coincide con (Muñoz M. , 2017), la cual realizó la evaluación a sus clientes con respecto a la atención al cliente y la demora que esta genera, en la que diseño un sistema que le permita brindar la atención oportuna a sus clientes, la cual tuvo muchos beneficios por ambas partes, del lado del cliente como de la empresa; asimismo, la propuesta desarrollada por (Palacios, Paz & Sánchez; 2017), sobre un sistema que le permite brindar una atención al usuario óptima y esperada, mejorando su el tiempo de respuesta considerablemente con respecto a la atención anterior antes de la propuesta. Partiendo de la teoría general de sistemas, que se basa en la resolución de los problemas a través de diferentes métodos para lograr la optimización, generando máxima eficiencia, reduciendo costos; con la ayuda de técnicas y de las herramientas tecnológicas que permiten resolver problemas cotidianos u organizacionales (Bertalanffy, 1989).

Finalmente, la presente investigación profundizó que el estudio aborda la problemática del enfoque mixto y dichos resultados aportan a la mejora de la gestión de ventas. Es por eso que se planteó la propuesta de un sistema web que pueda resolver los problemas dentro de la gestión de ventas de la empresa, optimizándola y generando mayor rentabilidad.

# CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 5.1 Conclusiones

**Primera** : Se desarrolló una propuesta basada bajo la metodología de desarrollo de software RUP. Lo cual permitió el implemento de cada fase y disciplina con la que se logra asignar roles, tareas y responsabilidades a cada usuario dentro sistema, asegurando que el sistema web sea de calidad, factible y alineado en respuesta de los 3 problemas encontrados: el primer, demora de atención al cliente, el segundo problema encontrado los constantes reclamos de los clientes, y re tercer problema encontrado; la insatisfacción del cliente.

**Segunda** : Se analizó el proceso de gestión de ventas que se realizó dentro de la empresa, evidenciándose que tenían serias deficiencias en gestión del cliente, stock y pedido, las cuales el tiempo de respuesta en cada una ella tomaba demasiado tiempo, haciendo que la calidad del servicio sea ineficiente.

**Tercera** : Se logró identificar aquellos puntos críticos a mejorar dentro de la empresa, las cuales, con la información suficientemente obtenida sobre los requisitos y el flujo requerido de cada módulo en el análisis, al analizar se planteó sugerencias de diseño, estructura para cada requerimiento y se propuso un nuevo planteamiento de trabajo realizable y bajo presupuesto. Con el proceso de cada módulo se tuvieron una secuencia rápida, por lo que el tiempo está optimizado.

## **5.2 Recomendaciones**

- Primera** : Se recomienda realizar la certificación de calidad de la aplicación, su implementación y de ser necesaria mejorar de la propuesta presentada, bajo la metodología RUP, de acuerdo a sus lineamientos base. Con la finalidad de obtener mejores resultados de lo que ya obtenidos, además, cumpliendo con las perspectivas de los usuarios, lo cual permitirá fidelizar al cliente y tener ventaja frente a las demás competencias de su rubro.
- Segunda** : Se sugiere a los gerentes de la empresa, el desarrollo de nuevas estrategias de proceso de ventas que permitan la optimización del proceso, con la finalidad que sea más dinámica y fluida, sin que este afecte al cliente y al colaborador en su trabajo de brindar la mejor atención posible.
- Tercera** : Se recomienda realizar encuestas tanto al cliente, como a los colaboradores, para identificar otros posibles problemas que generan desgaste y consumo de tiempo innecesario, además de implementación de procedimientos en casos de contingencias.

## REFERENCIAS

- Alarcon, F., Ortiz, A., Alemany, M., & Cruz, F. (2005). *"Order promising" y Gestión de Pedidos: una visión de procesos.*
- Andalucía, J. d. (2020). *Técnicas administrativas de compra-venta.* Obtenido de [https://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material\\_didactico/especialidades/materialdidactico\\_admon\\_y\\_gestion/empleado\\_oficina/PDF/MOD2/COMPRA\\_VE\\_NTA/UD3.PDF](https://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_admon_y_gestion/empleado_oficina/PDF/MOD2/COMPRA_VE_NTA/UD3.PDF)
- Aniceto, E. (2020). *Entrada de Pedido.*
- Arenal, C. (2019). *Preparación de Pedidos.* Tutor Formación.
- Ariza, F. (2020). *¿Qué son las órdenes de venta y para que sirven en una empresa?* Obtenido de itop: <https://www.itop.es/blog/item/que-son-las-ordenes-de-venta-y-para-que-sirven-en-una-empresa.html>
- Ariza, F. J., & Ariza, J. M. (2018). Información y atención al cliente. En *Comercio y Marketing.* Mc Graw Hill Education.
- Arjonilla, S., & Medina, J. (2013). Sistemas de Información y Niveles de Información. En S. Arjonilla, & J. Medina, *La Gestión de los Sistemas de Información en la Empresa* (págs. 40-42).
- Ballou, R. (2007). *Business logistics/supply chain management.* 5/E (With Cd).
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* México : Pearson Educación de México .
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación.* Pearson Educación.
- Bertalanffy, L. (1989). El Significado de las Teorías Generales. En L. Bertalanffy, *Teoría General de Sistemas* (págs. 30-33). Fondo Cultural Económica.
- Camacho, L. (1997). Teoría General de Sistemas en el Modelado de Sistemas. En L. Camacho, *Teoría General de Sistemas* (págs. 104-116).
- Camara Peruana de Comercio Electronico. (2021). *Reporte oficial de la industria ecommerce en el Perú.*
- Camps, R., Casillas, L., Costal, D., Martín, C., & Pérez, O. (2005). *Software libre.* Eureka Media, SL.
- Cancer, J. (2005). *La denostada Postventa.*
- Carhuancho, I., Nolasco, F., Sicheri, L., Guerrero, M., & Casana, K. (2019). *Metodología para la investigación Holística.* UIIDE.
- Casante, J. (2011). *Métodos mixtos de Investigación.* UNED.
- Cazorla, F. (2014). *Análisis estadístico mediante teoría de colas para determinar el nivel de satisfacción del paciente atendido en el departamento de admisiones del hospital provincial de general de Riobamba.*

- Chan, W. (1970). *Elements of queueing theory*. Alberta.
- Chiavenato, I. (2000). Responsabilidad por la Evaluación del Desempeño. En *Administración de Recursos Humanos 5ta Edición* (págs. 357-362).
- Chiavenato, I. (2005). Desarrollo de las personas y organizaciones. En I. Chiavenato, *Gestión del talento humano* (págs. 397-441).
- Chiavenato, I. (2005). *Gestión de Talento Humano*.
- Claude, S. (1948). *Teoría de la Información*. U.S.A: MONOGRAPH B-1958.
- Correa. (2008). *Fundamentos de la Teoría de la Información*. ITM.
- Correa, L. (2019). Sistema de información móvil para el proceso de toma de pedidos en la empresa AJEPER – JAÉN. (*Tesis para optar título profesional*). Universidad Privada Cesar Vallejo, Perú.
- Da Silva, D. (2021). *4 pasos para saber cómo identificar clientes potenciales*. Obtenido de Biblioteca: <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-identificar-clientes-potenciales/>
- De la Fuente, D. (2001). *Teoría de líneas de espera modelos de colas*. Universidad de Oviedo.
- De Souza, I. (14 de 2 de 2020). Obtenido de Conoce el software de Apache y las características que proporciona a los servidores web: <https://rockcontent.com/es/blog/apache/>
- Deming, W. E. (1982). *Calidad, productividad y competitividad, La salida de la crisis*. Díaz de Santos, S. A.
- Diario Gestión. (2018). ¿Cómo aumentar la rentabilidad de su empresa con un app móvil? *Diario Gestión*. Obtenido de Diario Gestión: <https://gestion.pe/tu-dinero/aumentar-rentabilidad-empresa-app-movil-229513-noticia/?ref=gesr>
- Díaz, L. (2014). *Gestión de inventarios: Determinación del nivel de existencias*. Obtenido de gmconsulting: <https://www.gmconsulting.pro/categoria-fiscal/gestion-de-inventarios-determinacion-del-nivel-de-existencias/>
- Díaz, M., & Rubiano, M. (23 de 10 de 2017). *Metodología Rup*. Obtenido de <https://metodolorup.blogspot.com/>
- Erlang, A. (1909). *The theory of probabilities and telephone conversations*. Copenhagen.
- Escobar, J., & Cuervo, A. (2008). *Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización*.
- Escudero, J. (2017). *Gestión de Stock*. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199316.pdf>. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199316.pdf>
- Fernandez, N., & Ortega, E. (2008). *Calidad de gestión en las unidades de información de la Universidad del Zulla*.

- Fernández, N., & Ortega, E. (2008). *Calidad de gestión en las unidades de información de la Universidad del Zulla: paradigma de innovación en la sociedad del conocimiento*.
- Flores, A. (2018). Aplicación móvil para el proceso de gestión de pedidos en la empresa Rx Tecompany. (*Tesis para optar título profesional*). Universidad Privada Cesar Vallejo, Perú.
- Fracica, G. (1988). *Modelo de simulación en muestreo*. Universidad de la Sabana.
- Fuentes de Innovación y Cualificación. (2003). *Técnicas Administrativas de compra – venta*.
- Galarza, I. (2019). Aplicativo Para Toma De Pedidos De Cilindros De Gas, Utilizando Ubicación Geo Referencial Para La Ciudad De Quito. (*Tesis para optar título profesional*). Universidad Tecnológica de Quito, Quito, Ecuador.
- Garcia, M., Azamar, M., & Flores, E. (2021). IMPORTANCIA EN LA MEJORA DE PROCESO DE COTIZACIÓN Y COSTEO QUE GENERE CONFIABILIDAD Y EFICIENCIA AL CRECIMIENTO Y EL NIVEL COMPETITIVO EN LAS EMPRESAS. *INVESTIGACION LATINOAMERICANA EN COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL*, 80-87.
- Gilfillan, I. (2008). *MySQL*. Anaya Multimedia.
- Goldratt, E., & Cox, J. (2004). *The Goal*.
- Gomez, E., Martinez, P., Moreda, P., Suárez, A., Montoyo, A., & Saquete, E. (2006). *Bases de Datos 1*. Universidad de Alicante.
- Gomez, M. (2013). *BASES DE DATOS*. Impreso por Publidisa Mexicana S. A. de C.V.
- Guacho, J., & Gualli, C. (2020). Desarrollo de una aplicación móvil y sistema web para La gestión De toma de pedidos de “Fluffy K Repostería” en la ciudad de Guayaquil. (*Tesis para optar título profesional*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Gutierrez, M. (2009). *Rediseños de procesos del sistema de planificación y control de la producción de la industria de ingeniería – bajo pedido basado en las tecnologías de la información*.
- Henderson Sellers, B., Cook, S., Mellor, S., Miller, J., & Selic, B. (2005). *UML the Good, the Bad or the Ugly? Perspectives from a panel of experts*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.
- Higuerey, E. (22 de 07 de 2018). *La importancia del feedback para el éxito de una empresa*. Recuperado el 19 de 11 de 21, de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-feedback/>
- Hostalia. (2020). *Laravel, un framework de PHP*. <https://pressroom.hostalia.com/contents/ui/theme/images/framework-laravel-wp-hostalia.pdf>.

- Huaman, H. (2005). *Manual de técnicas de Investigación, conceptos y aplicaciones. el fichaje*.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2007). *Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio*. . CEC.
- Hurtado, J. (2000). *Investigación holística*. Fundación Sipal.
- Hurtado, J. (2010). *Metodología de la Investigación: Guía para una comprensión holística de la ciencia*. Quiron Ediciones.
- Iglesias, A. (2015). *Manual de consulta gestión de pedidos y distribución*.
- Johansen, O. (1993). Entropía e Información. En O. Johansen, *Introducción a la Teoría General de Sistemas* (págs. 104-109).
- Kotler, P. (2005). *Hacer Marketing en el año 2005*.
- Kruchten, P. (1995). Obtenido de Planos Arquitectónicos: El Modelo de “4+1” Vistas de la Arquitectura de Software: <https://www.cs.ubc.ca/~gregor/teaching/papers/4+1view-architecture.pdf>
- Logistics, O. (2019). *Gestión de pedidos: ¡comprenda la importancia para su negocio!* Obtenido de <https://blog.portalvmi.com.br/es/gestion-de-pedidos-comprenda-la-importancia-para-su-negocio/>
- Lopez, J. (2020). LARAVEL. Aprende a crear aplicaciones web desde cero. <https://rclibros.es/producto/laravel-aprende-a-crear-aplicaciones-web-desde-cero/>.
- Lopez, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*.
- Lorenzon, E. (2020). *Sistemas y organizaciones*. Buenos Aires: Edulp integra la Red de Editoriales Universitarias Nacionales (REUN).
- Maluenda de Vega, R. (24 de 08 de 2020). *Profile*. Recuperado el 21 de 11 de 20, de <https://profile.es/blog/desarrollo-aplicaciones-web/>
- Mantilla, L. (2002). *Habilidades para la vida: una propuesta educativa para convivir mejor*. Obtenido de <http://www.documentacion.edex.es/docs/0310MANhab.pdf>
- Marcillo, j. (2017). Desarrollo de software implementación de solución tecnológica automatización de proceso de toma de pedidos metodología de desarrollo de software Xp. (*Tesis para optar título profesional*). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Marques, M. (2011). *Bases de datos*. Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- Mateu, C. (2002). *Desarrollo de aplicaciones web*. Obtenido de <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/591/1/004%20Desarrollo%20de%20aplicaciones%20web.pdf>
- Mauleón, M. (2008). *Gestión de stock: Excel como herramienta de análisis*.
- Molera, L. (2021). *Servicio posventa: qué es y cómo implementarlo con éxito. Hubspot*. Obtenido de hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/servicio-post-venta>

- Mora, A. (2014). *Bases de datos. Diseño y Gestión*. EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
- Muñoz, J. (2003). *Atlas/TI*.
- Muñoz, M. (2017). Desarrollo de una aplicación móvil para la realización de reservas y toma de órdenes en el restaurante LongHorn. (*Tesis para optar título profesional*). Universidad Privada Inca Garcilaso de la Vega, Perú.
- Okhosting. (2021). *Metodología del desarrollo del Software*. Obtenido de <https://okhosting.com/blog/metodologias-del-desarrollo-de-software/>
- OMS. (1999). *Guidelines: Life skills education curricula for schools*. Geneve: OMS.
- Organización Mundial del Comercio. (2019). *Informe sobre el comercio mundial* .
- Patiño, D. (2020). Desarrollo de una Aplicación Móvil, que Permita a la Empresa THUN Chocolates la Toma de Pedidos y Programar Entregas en Tiempo Real. (*Tesis para optar título profesional*). Corporación Universitaria de Sabaneta, Colombia.
- Perez, D. (2021). *ceupe*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-gestion-de-pedidos.html>
- Perez, L. (2008). *Herramientas para la investigación científica*. Obtenido de MediaSur: <https://www.redalyc.org/pdf/1800/180019873015.pdf>
- Pietro, A., & Martinez, M. (2004). Establecimiento de los Sistemas de Información: Su impacto en la Gerencia. En A. Pietro, & M. Martinez, *Sistemas de información en las organizaciones: Una alternativa para mejorar la productividad gerencial en las pequeñas y medianas empresas*. (págs. 3-5).
- Ptolomeo. (2021). *Proceso unificado Rational Aplicado*. Obtenido de [https://oa.upm.es/44208/3/TFM\\_RODRIGO\\_ANTONIO\\_LOPEZ\\_ROSCIANO\\_JOSE\\_ALFREDO\\_PECH\\_MONTEJO.pdf](https://oa.upm.es/44208/3/TFM_RODRIGO_ANTONIO_LOPEZ_ROSCIANO_JOSE_ALFREDO_PECH_MONTEJO.pdf)
- Puelles, G., & Quezada, J. (2016). Automatización Del Proceso De La Toma De Pedidos En El Restaurante Don Rulo SUtilizando Una Aplicación Móvil Con Reconocimiento De Voz Soportada Por Las Api's De Google. (*Tesis para optar título profesional*). Universidad Privada Antenor Orrego, Perú.
- QuestionPro. (2021). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/feedback-del-cliente/>
- Roman, C. (2021). *EL LENGUAJE UNIFICADO DE MODELADO (UML)*. Obtenido de <http://profesores.fi-b.unam.mx/carlos/aydoo/uml.html>
- Rubio, J., & Villaroel, S. (2012). *Gestión y pedido de stock*.
- Santander. (21 de 12 de 2020). *Metodologías de desarrollo de software: ¿qué son?* Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/metodologias-desarrollo-software.html>
- Saravia, A. (1995). El proceso de Modelización Sistémica. En A. Saravia, *La Teoría General de Sistemas* (págs. 95-112). Grafica Marte.

- Serna, P. (2006). En Servicio al cliente . En P. Serna, *Del servicio al cliente a la gestión de clientes.* . Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Shannon, & Weaver. (1949). *TEORÍA DE LA INFORMACIÓN.*
- Shapiro, B., Rangan, K., & Sviokla, J. (1992). “*Staple yourself to an order*”.
- Silva, D. (2020). *¿Qué es el seguimiento postventa? fases y tips para el mantenimiento de un cliente satisfecho.* Obtenido de Biblioteca:  
<https://www.zendesk.com.mx/blog/seguimiento-postventa/>
- Software, I. e. (26 de 10 de 2019). *Ventajas y desventajas del modelo RUP.* Obtenido de <https://unidad2ingesoftware.blogspot.com/2019/10/ventajas-y-desventajas-del-modelo-rup.html>
- Solórzano, M. (2018). *Gestión de pedidos y stock.*
- Souto, L., & García, I. (2016). Selección del Personal. *Modelo de Gestión de los Recursos Humanos con Base en la teoría de los subconjuntos borrosos* (págs. 27-28).
- Taylor, S., & Bogdan, R. (2012). *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación.* PAIDOS.
- Terán, A., & Madrid, S. (2017). Aplicación móvil para la toma de pedidos a domicilio en la Pizzería "Buongiorno". (*Tesis para optar título profesional*). Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador.
- Ubiqua Blog Empresarial. (2018). Incrementa tu rentabilidad mejorando la visibilidad en la gestión de pedidos. *Ubiqua Blog Empresarial.*
- Ugalde, M., & Canales, A. (2016). El liderazgo académico, comunicación asertiva y motivación.  
[https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ensayospedagogicos/article/view/9146/10671.](https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ensayospedagogicos/article/view/9146/10671)
- Valvuen. (1997). *Teoría de la comunicación: ámbitos, método y perspectiva por Alsina.* Universidad de Valencia : Editorial AGGA.
- Vermorel, J. (2020). *lokad.* Recuperado el 18 de 11 de 2021, de <https://www.lokad.com/es/tiempo-de-entrega-lead-time>
- Walther, G. R. (1997). Como convertir a sus anteriores clientes en sus mejores clientes. En G. R. WALTHER, *Marketing al Revés.* Bogota: Editorial Mc Graw Hill Interamericana.
- Welker, G., & De Vries, J. (2002). *Formalization of the Ordering Process.*
- Wiboo. (2021). *¿Qué son las Aplicaciones Web? Ventajas y Tipos de Desarrollo Web.* Obtenido de <https://wiboomeia.com/que-son-las-aplicaciones-web-ventajas-y-tipos-de-desarrollo-web/>

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

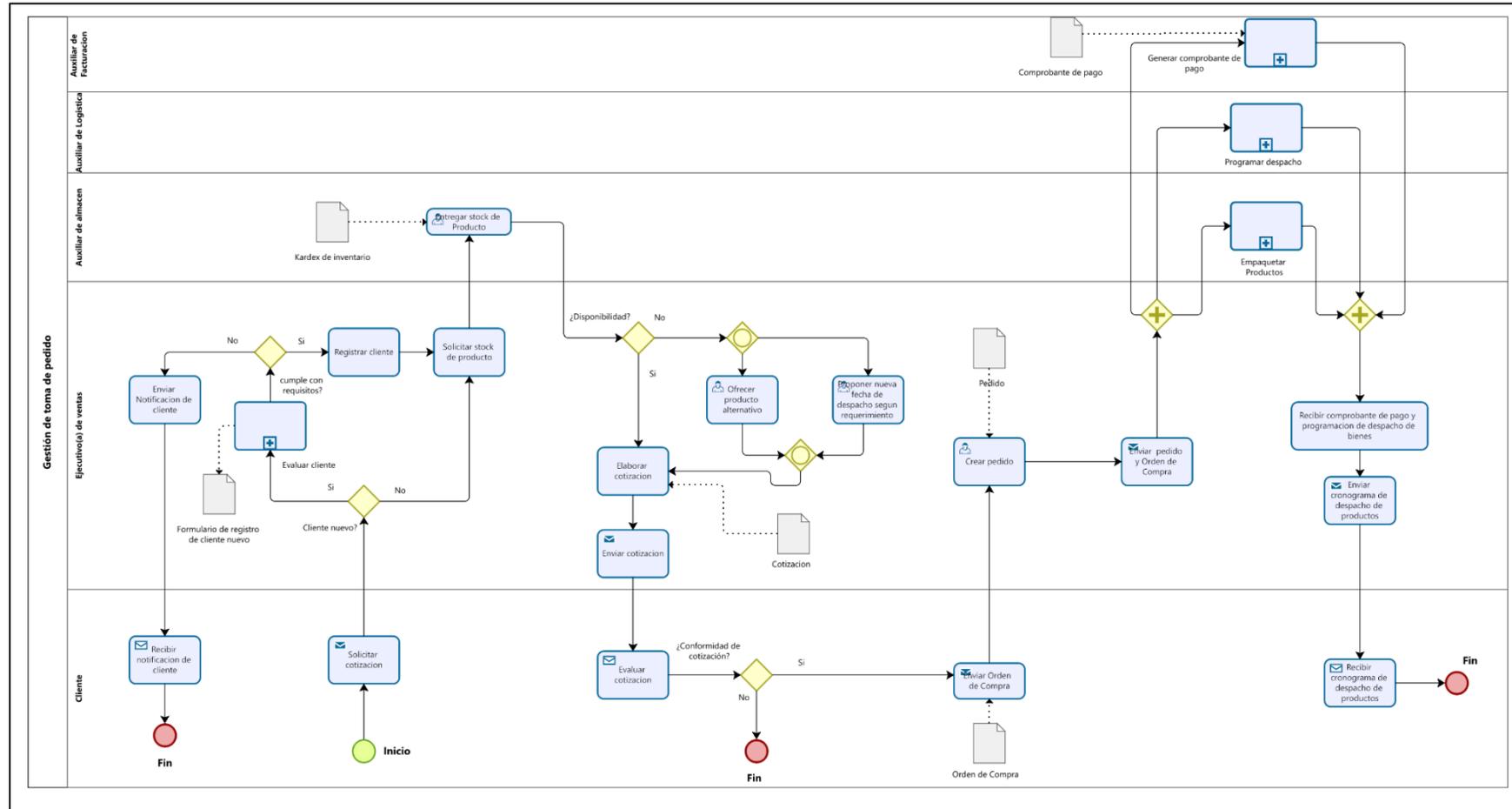
### Título: Gestión de ventas de una empresa comercializadora en Lima, 2021

Problema general	Objetivo general	Categoría 1: Gestión de toma de Pedido			
		Sub categorías	Indicadores	Escala	Nivel
¿Cómo mejorar la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021?	Proponer un sistema web para la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021.	Entrada de pedido	1. Atención al cliente	Razón	Cualitativa Cuantitativa
			2. Cliente potencial		
		Stock	3. Determinación de existencias	Razón	Cualitativa Cuantitativa
			4. Plazo de entrega		
		Registro	5. Pedido	Razón	Cualitativa Cuantitativa
			6. Programación de despacho		
		Post venta	7. Soporte técnico y feedback	Razón	Cualitativa Cuantitativa
			8. Seguimiento al cliente		
Problemas específicos	Objetivos específicos	Categoría 2			
¿Cuál es la situación de la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021?	Diagnosticar la situación de la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021.	<b>Sistema Web</b>			
		<b>Alternativas:</b> 1. Identificar, analizar y documentar los requisitos la gestión de pedido. 2. Desarrollo del diseño la arquitectura de software y planteamiento del modelado de la base de datos de la propuesta solución. 3. Diseño y desarrollo de del prototipo de software propuesto a través de herramientas tecnológicas.			
¿Cuáles son los factores que inciden en el mal control de la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021?	Identificar los factores que inciden en el mal control de la gestión de ventas en una empresa comercializadora en Lima, 2021.				
Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidad informante	Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos		
<b>Sintagma:</b> holístico Tipo: proyectiva Nivel: comprensivo Método: inductivo, deductivo, analítico / explicativo	Población: Registro documental Muestra: Registro documental Unidad informante: Ejecutivo de Ventas, Ejecutiva de Ventas, Jefa de Ventas y Gerente Comercial	Técnicas: cuantitativa; fichaje y cualitativa; entrevista. Instrumentos: cuantitativa; registro documental – pedido, cualitativa, guía de entrevista	Procedimiento: búsqueda de la información, elaboración del instrumento, validez y aplicación del instrumento recolección de datos y procesamiento de los datos y análisis de datos: Microsoft Excel y Atlas TI.		

## Anexo 2: Evidencias de la propuesta

Figura 18

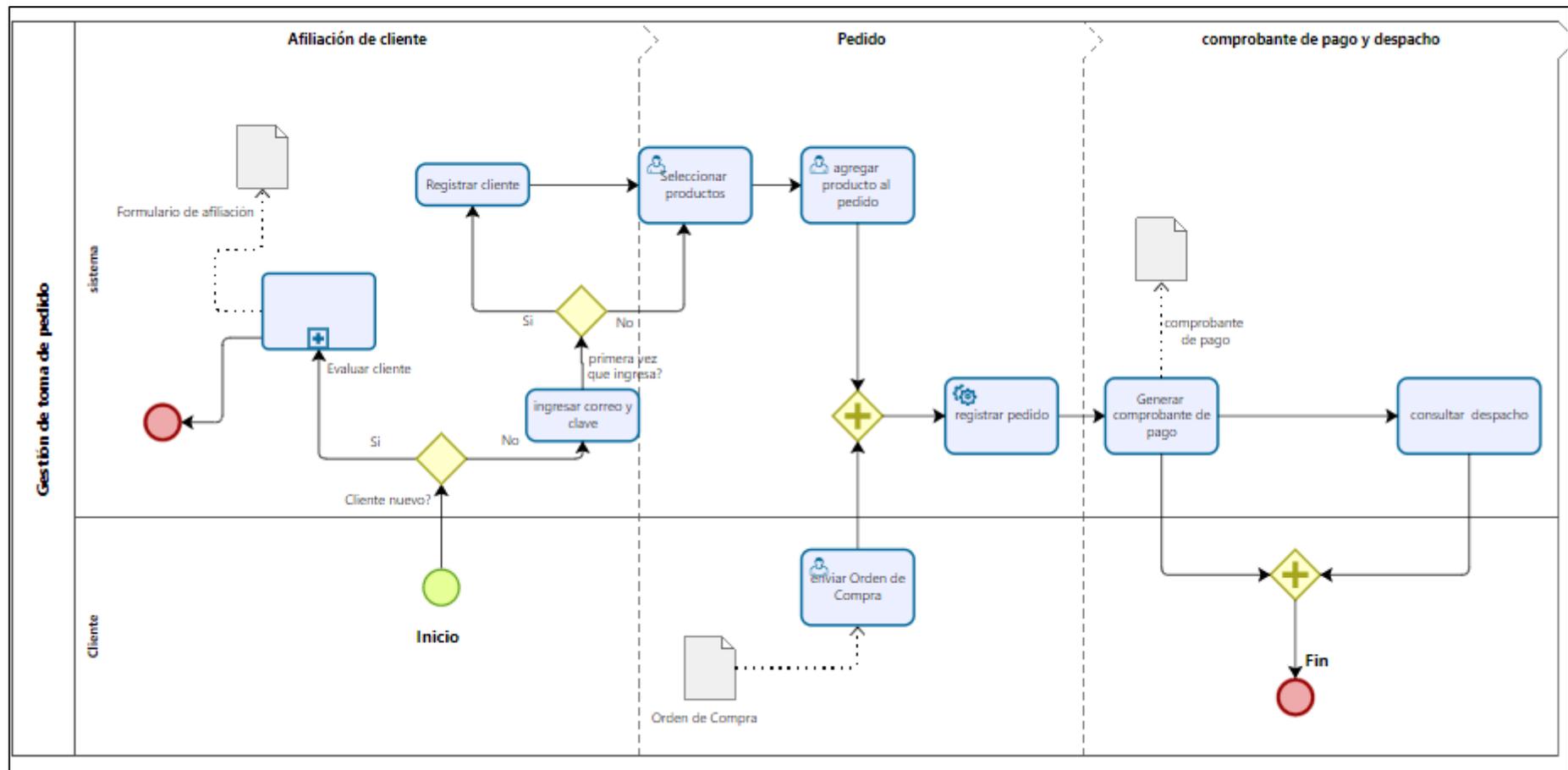
Diagrama de actividades actual AS-IS.



Fuente: Elaboración propia (2021)

**Figura 19**

*Diagrama de actividades propuesto TO-BE.*



Fuente: Elaboración propia (2021)

**Tabla 19**

Diagrama de actividades de proceso DAP (AS-IS)

DAP – Diagrama de Actividades del Proceso AS-IS							
Diagrama N°: 1	RESUMEN						
Hoja N°: 1	ACTIVIDAD	ACTUAL					
Objeto: Pedido		Total	Tiempo (minutos)				
Proceso: Gestión de toma de Pedido	Operación 	4	6				
Método: AS-IS	Transporte 	0	0				
Lugar: Oficina central	Espera 	5	24				
Operario: Ejecutiva(o) de venta	Inspección 	2	20				
Ficha N°: 1	Almacenamiento 	0	0				
	<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>50</b>				
Compuesto por:	Huamanñahui Aedo, Edwin	Aprobado por:					
Fecha:	23/10/2021	Fecha:					
Descripción	Tiempo (minutos)	Símbolo					Observaciones
							
1. Recibir cotización de cliente	1	●					
2. Registrar cliente	5			●			
3. Enviar confirmación de registro	1	●					
4. Consultar stock de productos	8			●			No debe durar más de 1 min.
5. Elaborar cotización	15				●		No debe durar más de 5 min.
6. Enviar cotización	1			●			
7. Recibir orden de compra	8			●			Dependiendo del cliente
8. Crear Pedido	5				●		No debe durar más de 3 min.
9. Enviar Orden de compra y Pedido	2				●		
10. Recibir comprobante de pago y fecha de despacho	3	●					
11. Enviar información de despacho y comprobante de pago de cliente	1	●					
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	

Fuente: Elaboración propia (2021)

**Tabla 20**

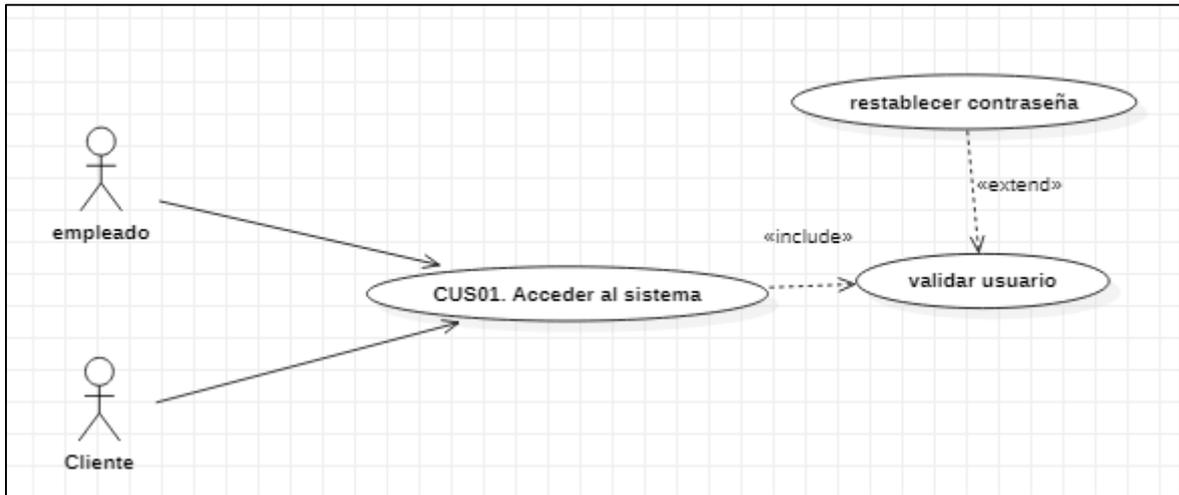
*Diagrama de actividades de proceso DAP (TO-BE)*

DAP – Diagrama de Actividades del Proceso TO-BE							
Diagrama N°: 1		RESUMEN					
Hoja N°: 1		ACTIVIDAD			ACTUAL		
Objeto: Pedido					Total	Tiempo (minutos)	
Proceso: Gestión de toma de Pedido		Operación 			6	14	
Método: TO-BE		Transporte 			0	0	
Lugar: Oficina central		Espera 			1	2	
Operario: Cliente		Inspección 			1	3	
Ficha N°: 1		Almacenamiento 			0	0	
		<b>Total</b>			<b>8</b>	<b>19</b>	
Compuesto por:		Huamanñahui Aedo, Edwin			Aprobado por:		
Fecha:		23/10/2021			Fecha:		
Descripción	Tiempo (minutos)	Símbolo					Observaciones
							
1. Ingresar al sistema	1						
2. Enviar solicitud de afiliación	2						
3. Evaluar solicitud y enviar notificación	5						
4. Registro del cliente	2						
5. Agregar productos al pedido y orden de compra	3						
6. Registrar pedido	5						Dependiendo del cliente
7. Generar comprobante de pago	0.5						
8. Consultar de despacho	0.5						
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	

Fuente: Elaboración propia (2021)

**Figura 20**

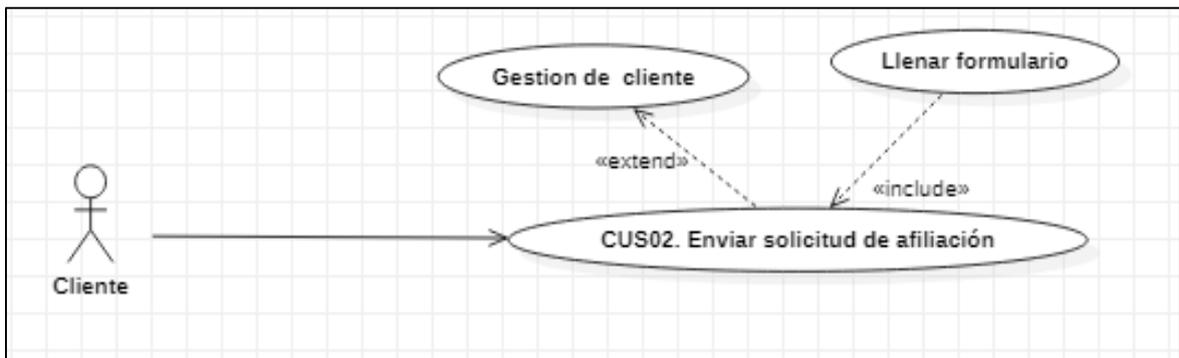
*Caso de uso acceder al sistema.*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

**Figura 21**

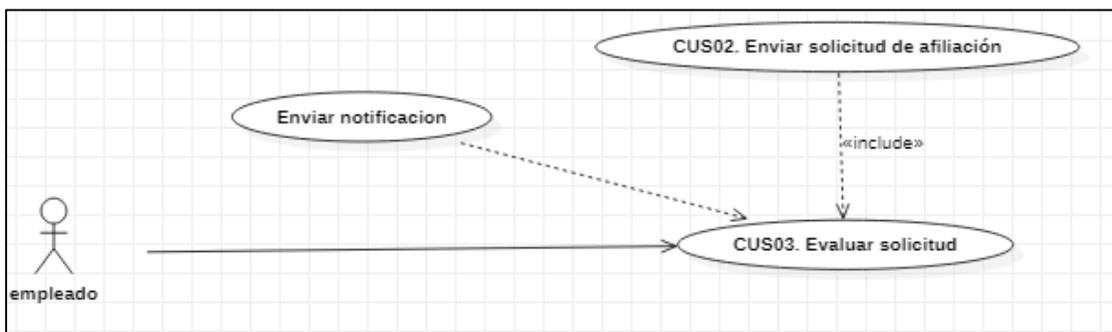
*Caso de uso enviar solicitud de afiliación.*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

**Figura 22**

*Caso de uso evaluar solicitud.*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

**Figura 23**

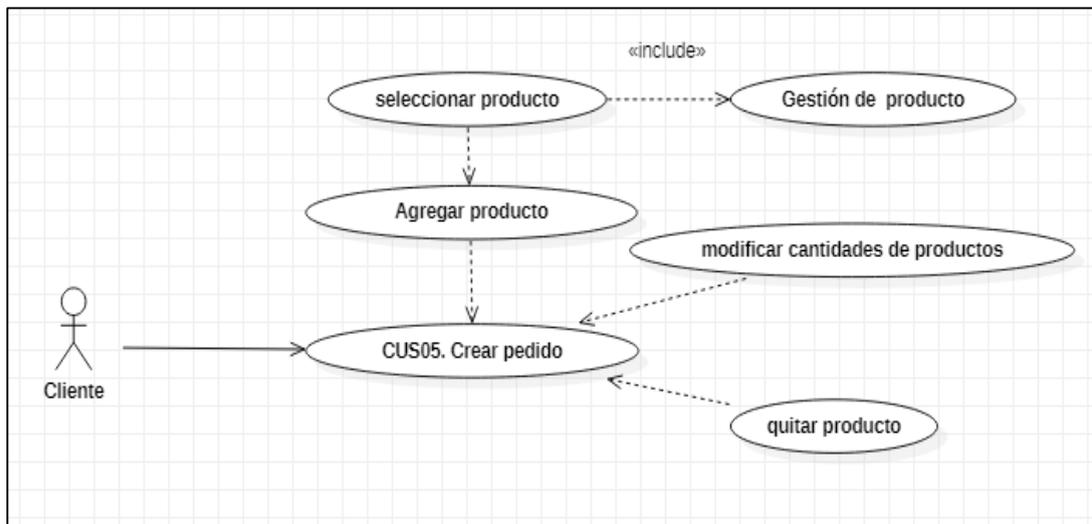
*Caso de uso de registrar datos del cliente.*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

**Figura 24**

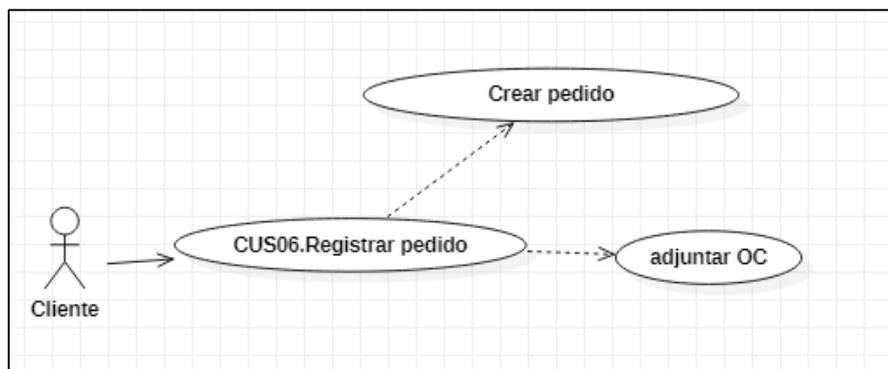
*Caso de uso de crear pedido.*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

**Figura 25**

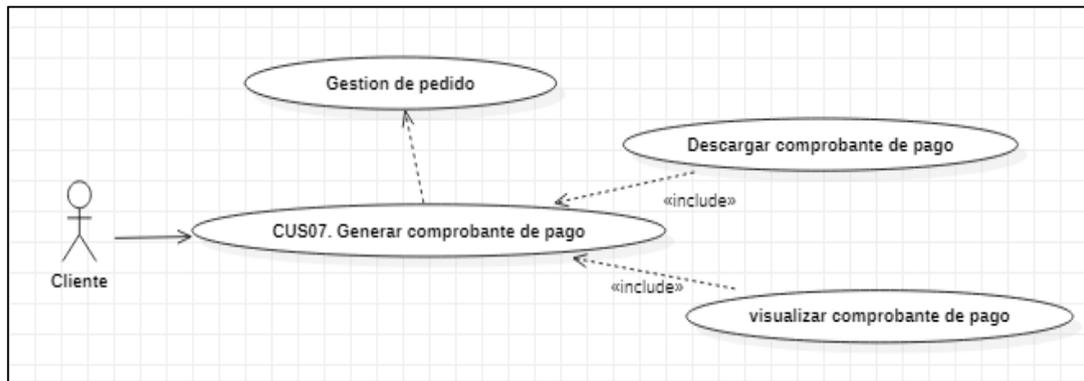
*Caso de uso registrar pedido.*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

### Figura 26

Caso de uso generar comprobante de pago.



Fuente: Elaboración propia (2021)

### Figura 27

Caso de uso de consultar despacho.



Fuente: Elaboración propia (2021)

**Tabla 21***Requisitos funcionales del sistema web*

<b>ID</b>	<b>REQUERIMIENTOS</b>	<b>DESCRIPCION</b>
RF01	Acceder al sistema	Función que permite ingresar al sistema mediante la validación del usuario y contraseña, en caso de cliente, el acceso le llega al correo, y en empleado se le asigna un usuario.
RF02	Enviar solicitud de afiliación	Permite al cliente llenar un formulario, la cual ingresara DNI o ruc, razón social, contacto, email además de la condición de pago que propone.
RF03	Evaluar de solicitud	El empleado, luego de recepcionar la solicitud de afiliación, procede a evaluar si el cliente cuenta con deudas a bancos, morosidad, el volumen de egreso en compra de equipos de protección personal para determinar la cantidad de crédito que se le puede asignar. Por último, se le notifica al correo si su solicitud ha sido aprobada o no, si es favorable, se le enviara el usuario y contraseña de la plataforma del cliente.
RF04	Registro del cliente	Función que permite que el mismo cliente ingrese los datos restantes como: teléfono, dirección de factura, actualizar su nombre y cambiar clave, además de visualizar la condición de pago asignado.
RF05	Agregar productos al pedido	Permite al cliente seleccionar productos, modificar la cantidad de productos, eliminar de la plataforma, e ir agregando al pedido.
RF06	Registrar pedido	Antes del registro o envió del pedido, el cliente deberá digitar y adjuntar la orden de compra.
RF07	Generar comprobante de pago	Una vez generado el pedido de sus productos, el cliente podrá visualizar y descargar su comprobante de pago.
RF08	Consultar despacho	El cliente podrá realizar el seguimiento de sus productos, la cual visualizara el estado y la fecha que se entregó sus productos, además de descargar la evidencia fotográfica

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Tabla 22**

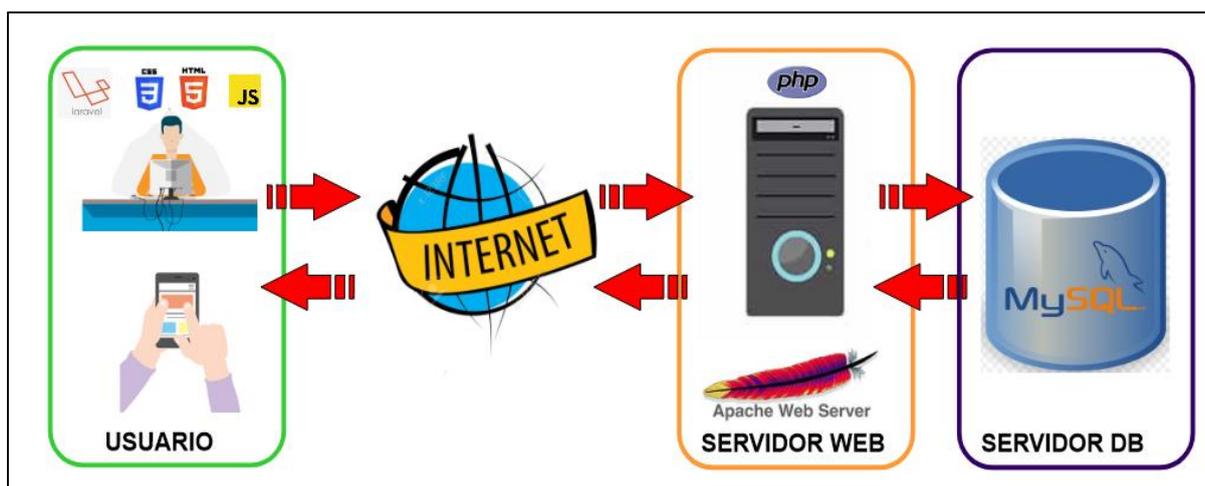
*Requisitos no funcionales del sistema web*

ID	REQUERIMIENTOS	DESCRIPCION
RNF01	Disponibilidad	La disponibilidad de la información debe ser constante
RNF02	Seguridad	La información del contenido ha de ser siempre segura.
RNF03	Accesibilidad	La accesibilidad ha de estar restringida para cualquier otro tipo de usuarios.
RNF04	Usabilidad	La interfaz ha de ser intuitiva de modo que no requiera capacitaciones complejas, sencilla de tal manera que solo se pueda mostrar estrictamente lo necesario.
RNF05	Actualización	La actualización de la información debe ser constante tanto de artículos como el de los trabajadores.

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Figura 28**

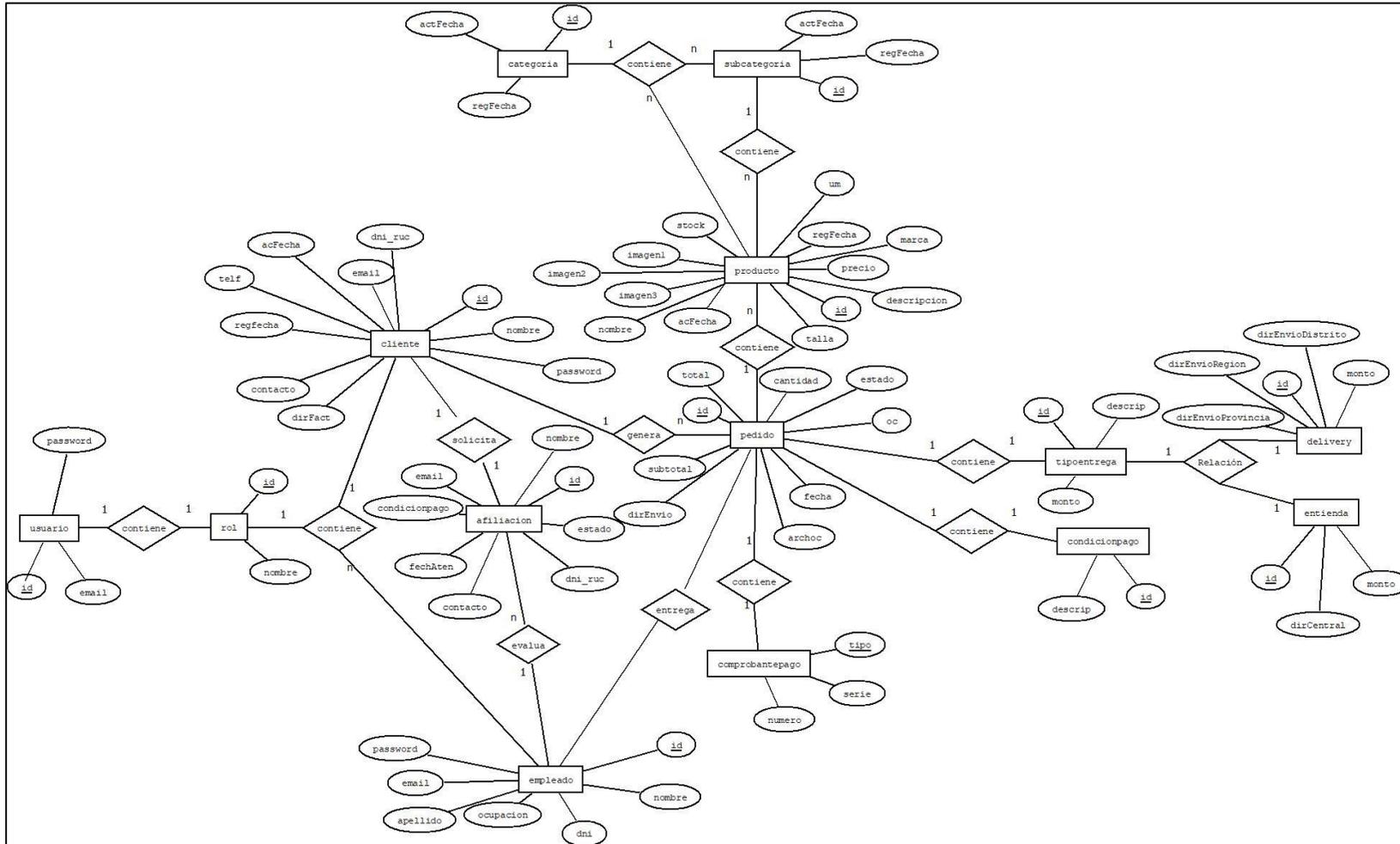
*Arquitectura de software del sistema web.*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Figura 29**

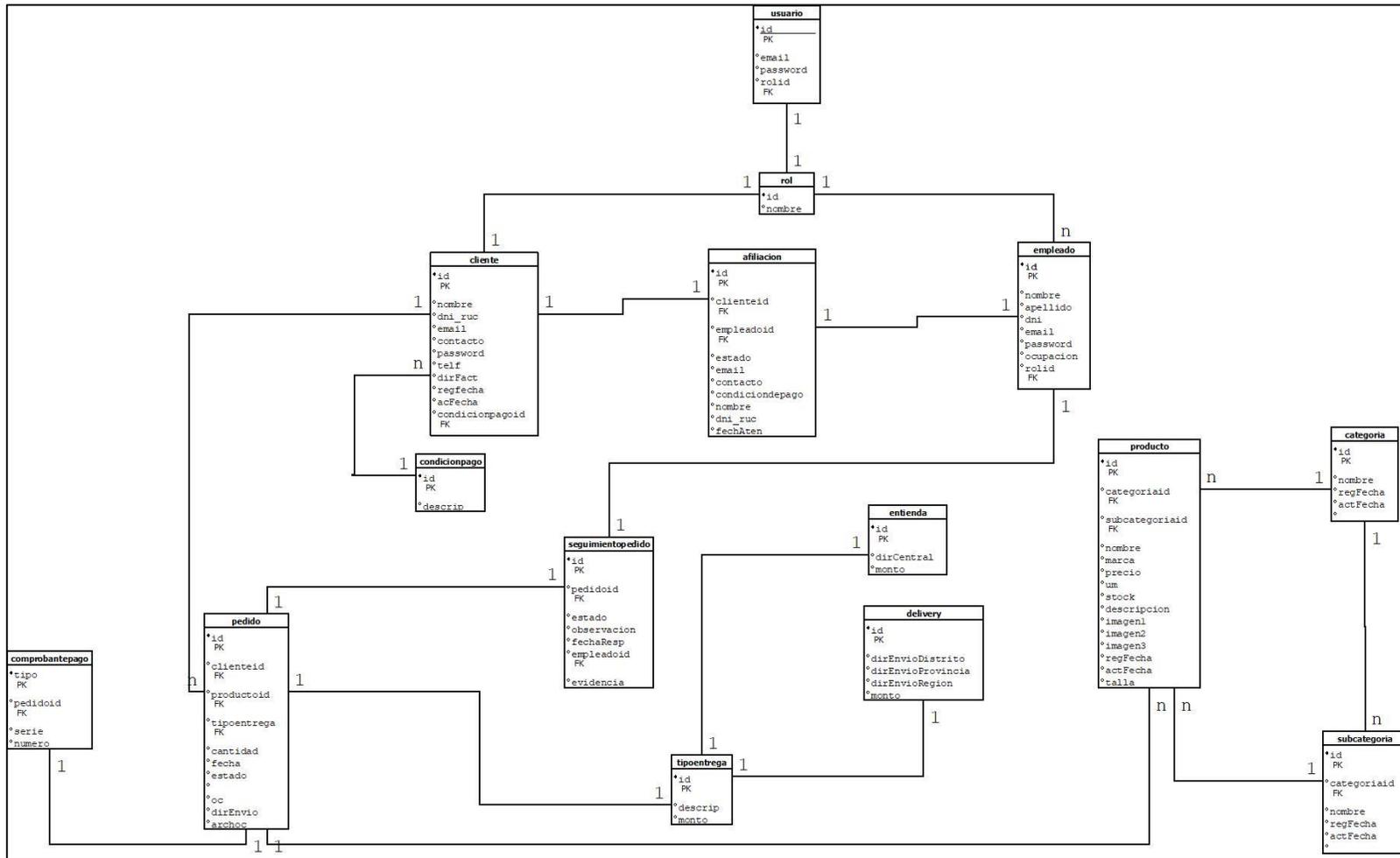
*Modelo conceptual de datos.*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

**Figura 30**

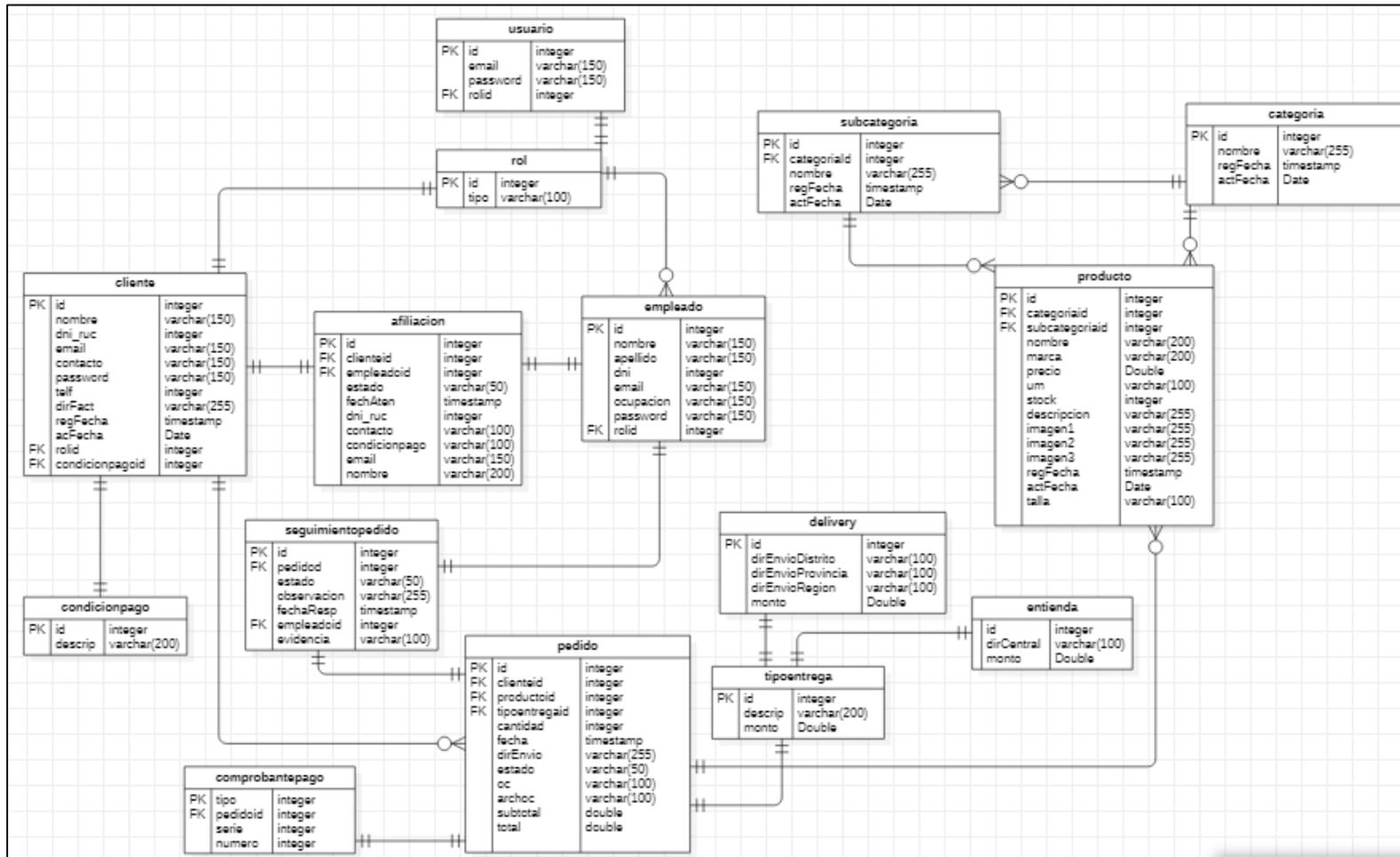
*Modelo lógico de la base de datos*



Fuente: Elaboración propia (2021)

**Figura 31**

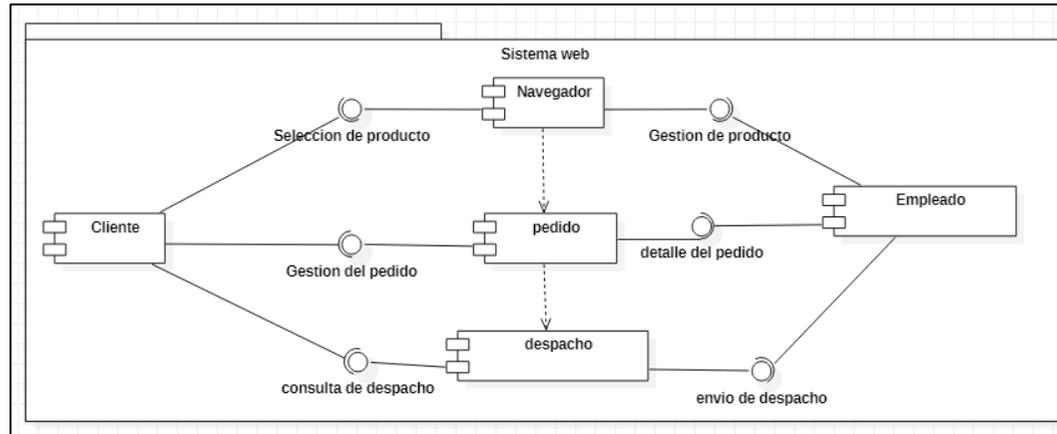
*Modelo físico de la base de datos*



Fuente: Elaboración propia (2021)

**Figura 32**

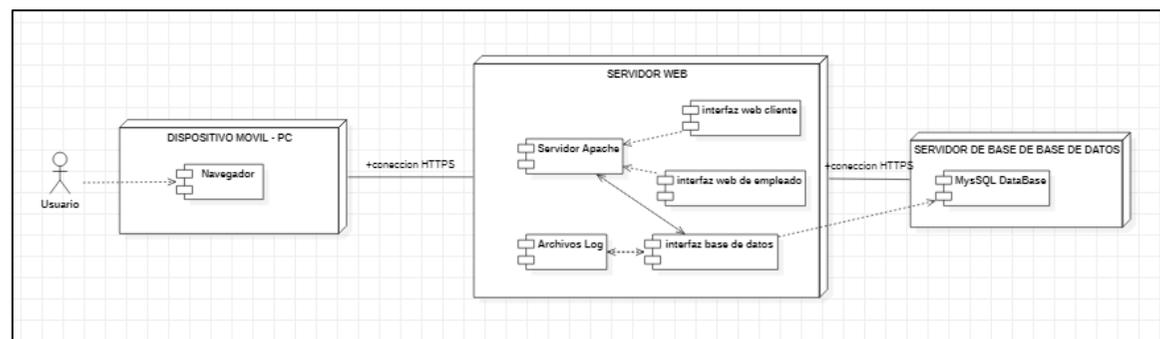
*Diagrama de componentes*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

**Figura 33**

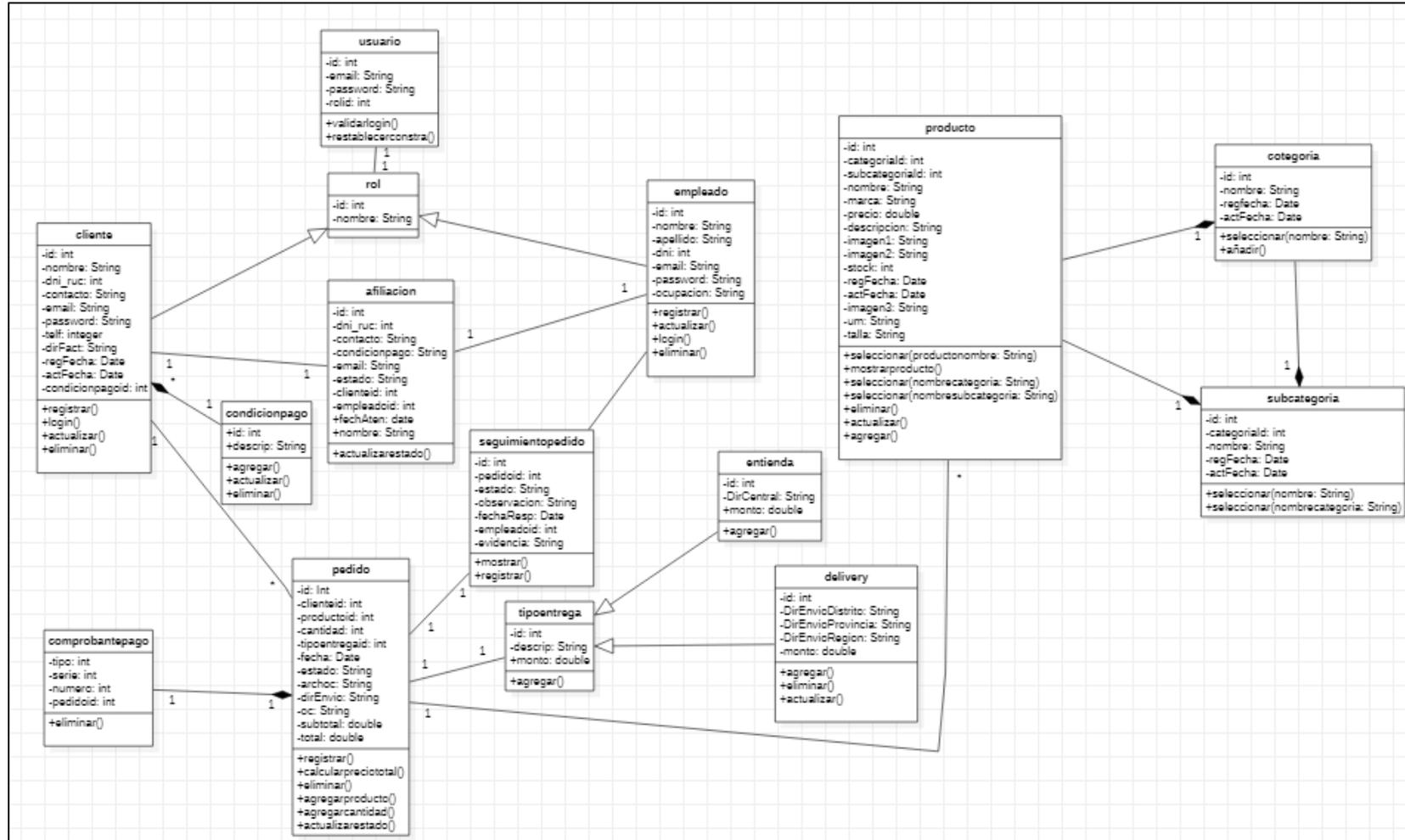
*Diagrama de Despliegue*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

**Figura 34**

*Diagrama de Clases.*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

**Figura 35**

*Validación de usuario.*

MASILJO PERU

https://masiljoperu.com/login.php

MASILJO PERU - SISTEMA WEB

email

password

tipo

cliente  
empleado

cliente nuevo ingresar

[olvidaste tu contraseña](#)

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la figura 35, para que ingrese a la plataforma tiene que digitar su email y clave, como también elegir si es un usuario tipo cliente o es tipo empleado.

**Figura 36**

*Restablecer contraseña*

MASILJO PERU

https://masiljoperu.com/restcontra.php

MASILJO PERU - SISTEMA WEB

dni\_ruc

email

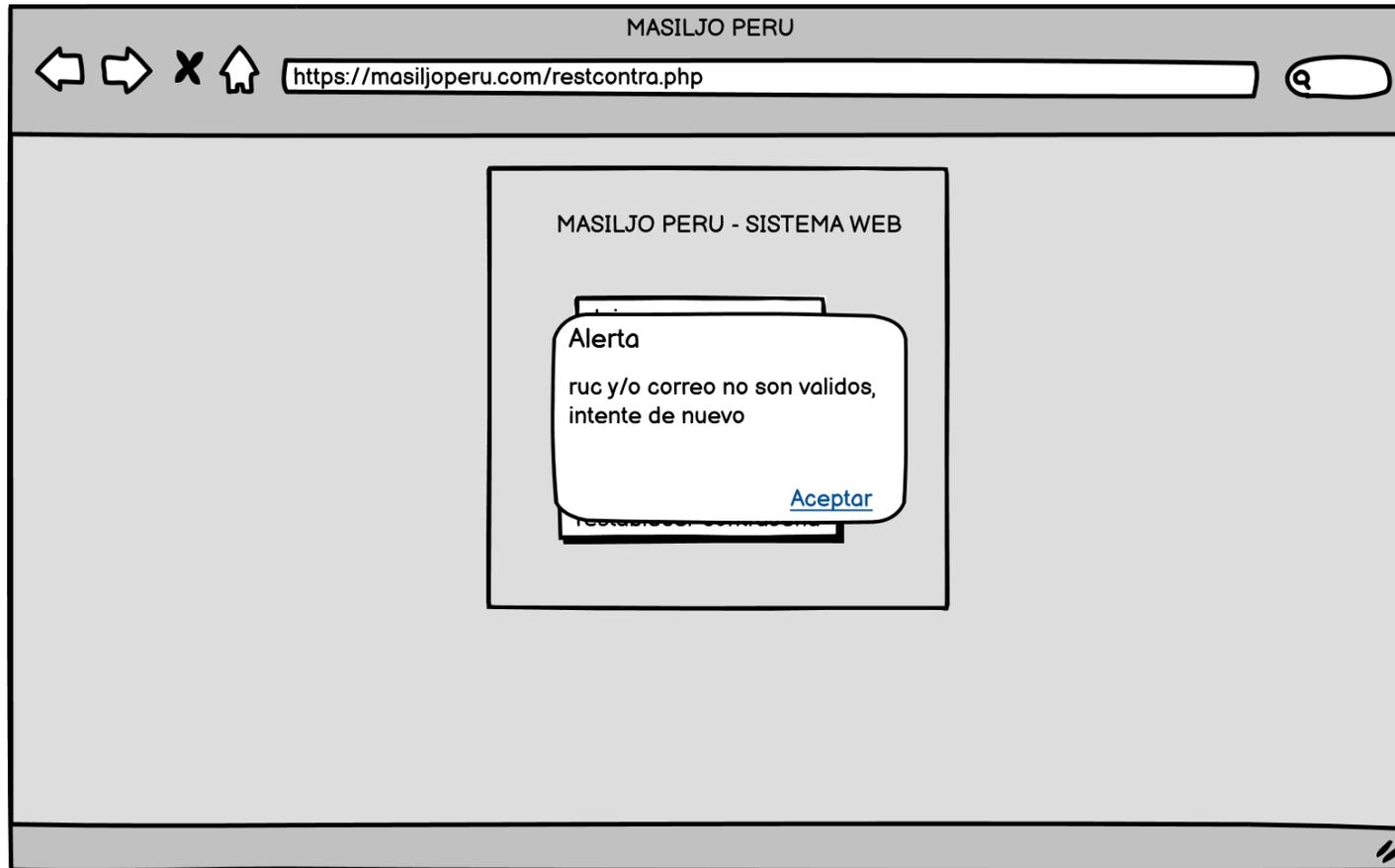
restablecer contraseña

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la figura 36, se podrá restablecer siempre y cuando el ruc de la empresa está relacionado.

**Figura 37**

*Mensajes de alerta.*

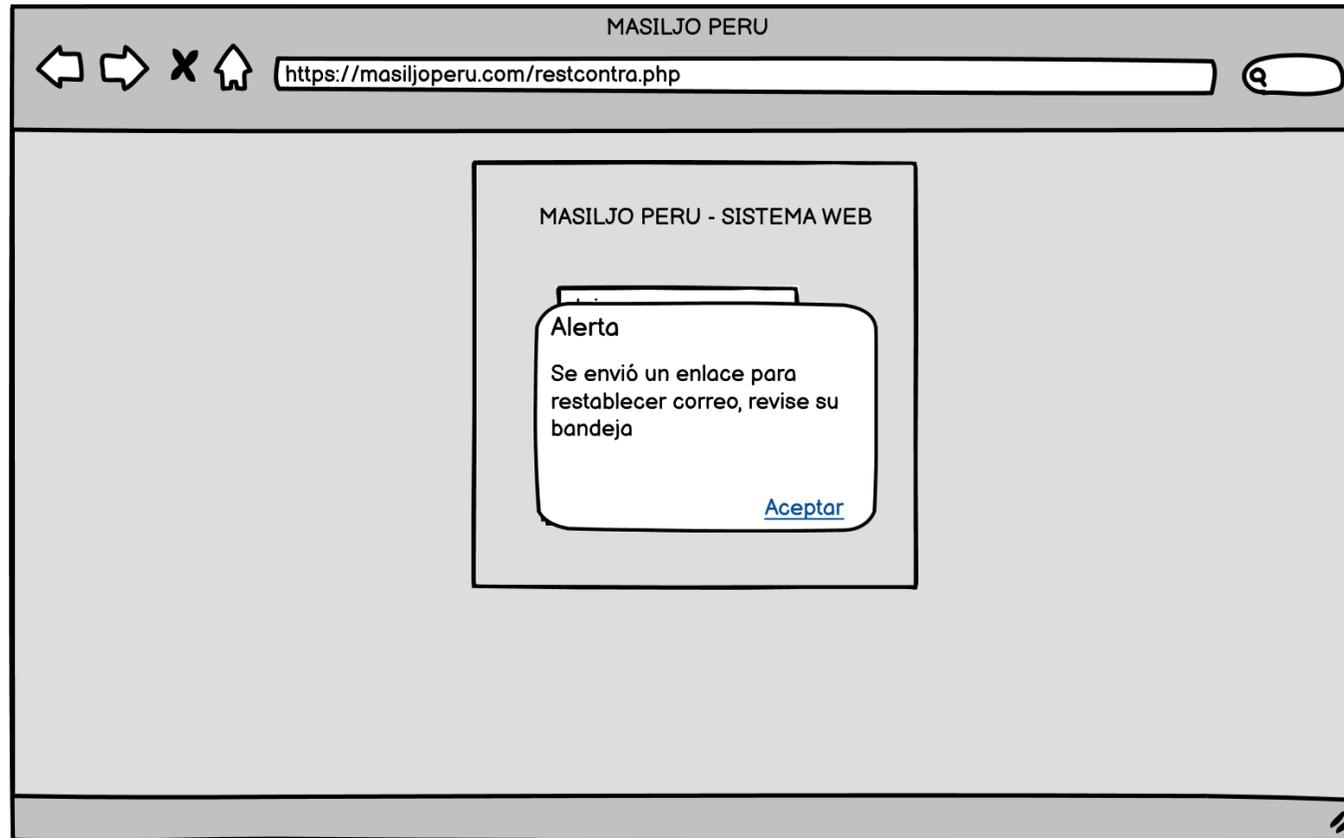


*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la figura 37, el sistema no podrá restablecer la clave cada vez que el usuario y/o ruc, no sean compatibles.

**Figura 38**

*Mensaje de alerta de restablecimiento de contraseña*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la figura 38, En el momento de restablecer la contraseña, si los datos ingresados fueron correctos, se les enviara un enlace para actualizar su clave.

**Figura 39**

*Actualizar clave de usuario.*

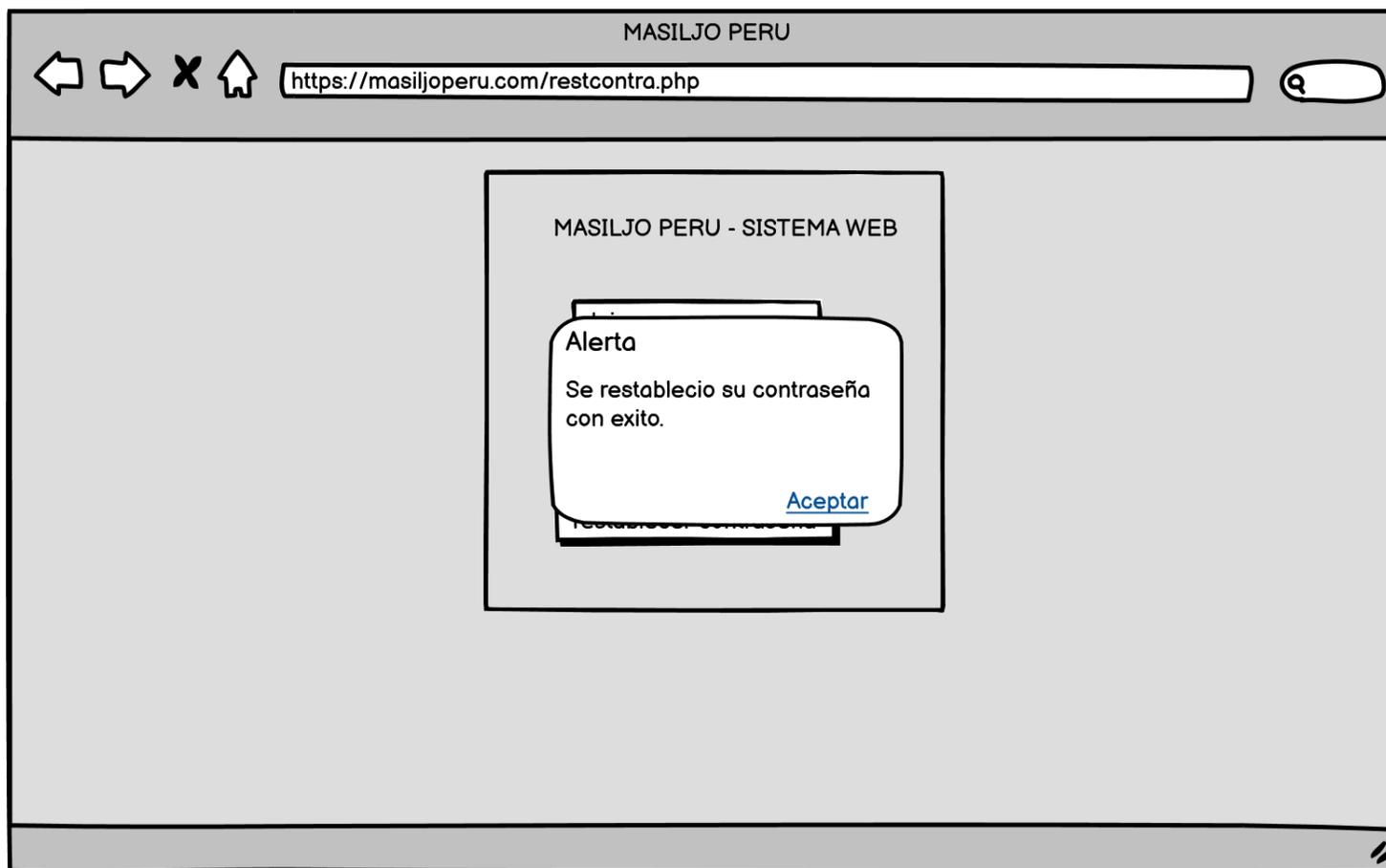
The image shows a browser window with the title "MASILJO PERU". The address bar contains the URL "https://masiljoperu.com/restcontra.php". The main content area displays a form titled "MASILJO PERU - SISTEMA WEB" with three input fields: "password nuevo", "repetir password nuevo", and "restablecer contraseña".

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En la figura 39, se abrirá una ventana que permita colocar una nueva clave.

## Figura 40

Confirmación de cambio de clave.



Fuente: Elaboración propia (2021)

En la figura 40, una vez llenado correctamente la nueva clave, aparecerá un mensaje que realizo el proceso correctamente.

**Figura 41**

*Solicitud de afiliación.*

MASILJO PERU

https://masiljoperu.com/clientenuevo.php

MASILJO PERU - PORTAL CLIENTE

Solicitud de afiliación

dni\_ruc

razon social

contacto

email

condicion de pago ▼

credito 30 dias

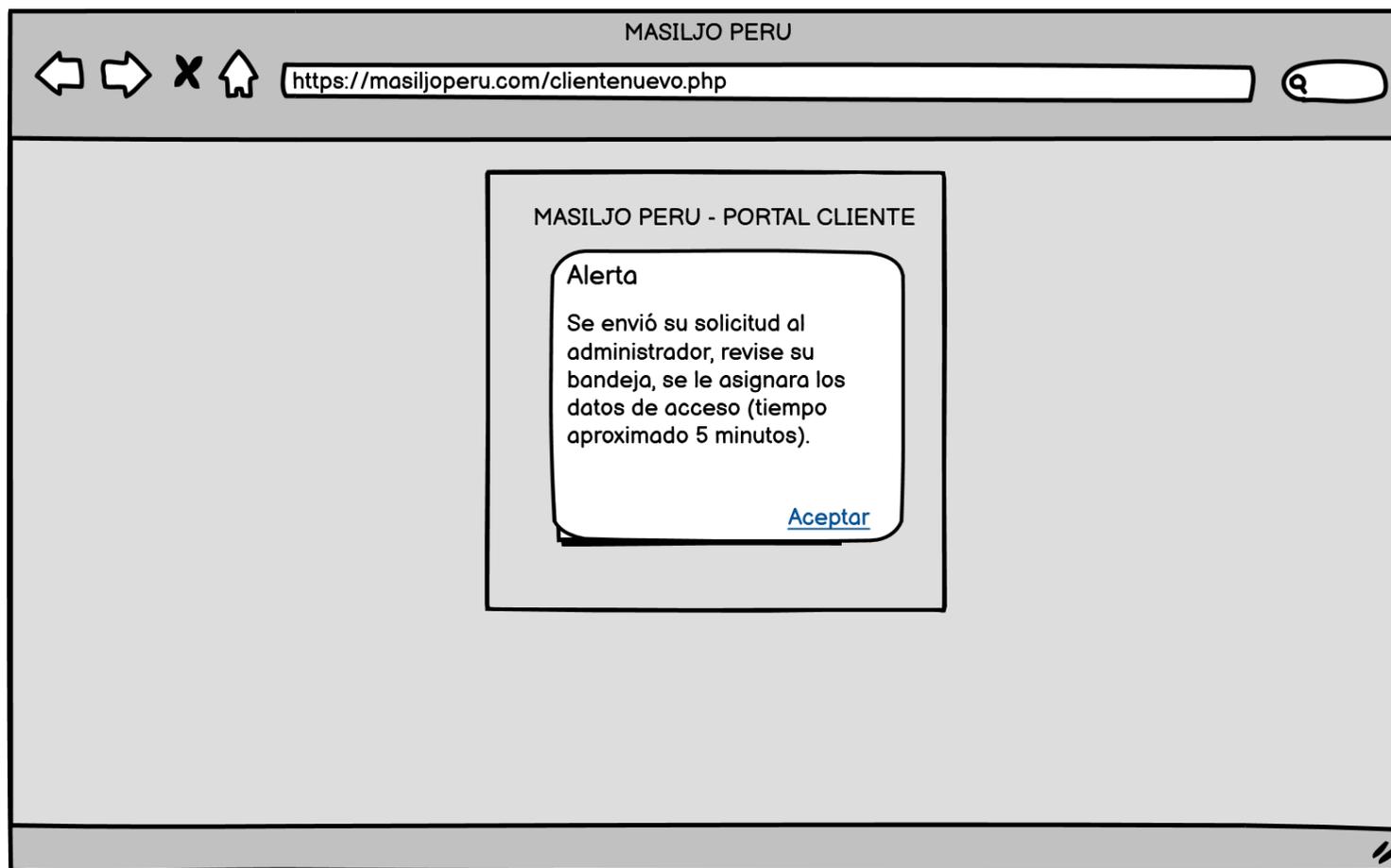
enviar solicitud

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 41, si el cliente es nuevo tiene que llenar el formulario y enviar la solicitud.

**Figura 42**

*Solicitud de afiliación, mensaje.*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 42, se le enviara la notificación por correo, si su solicitud de afiliación fue validada o no.

**Figura 43**

*Registro de cliente.*

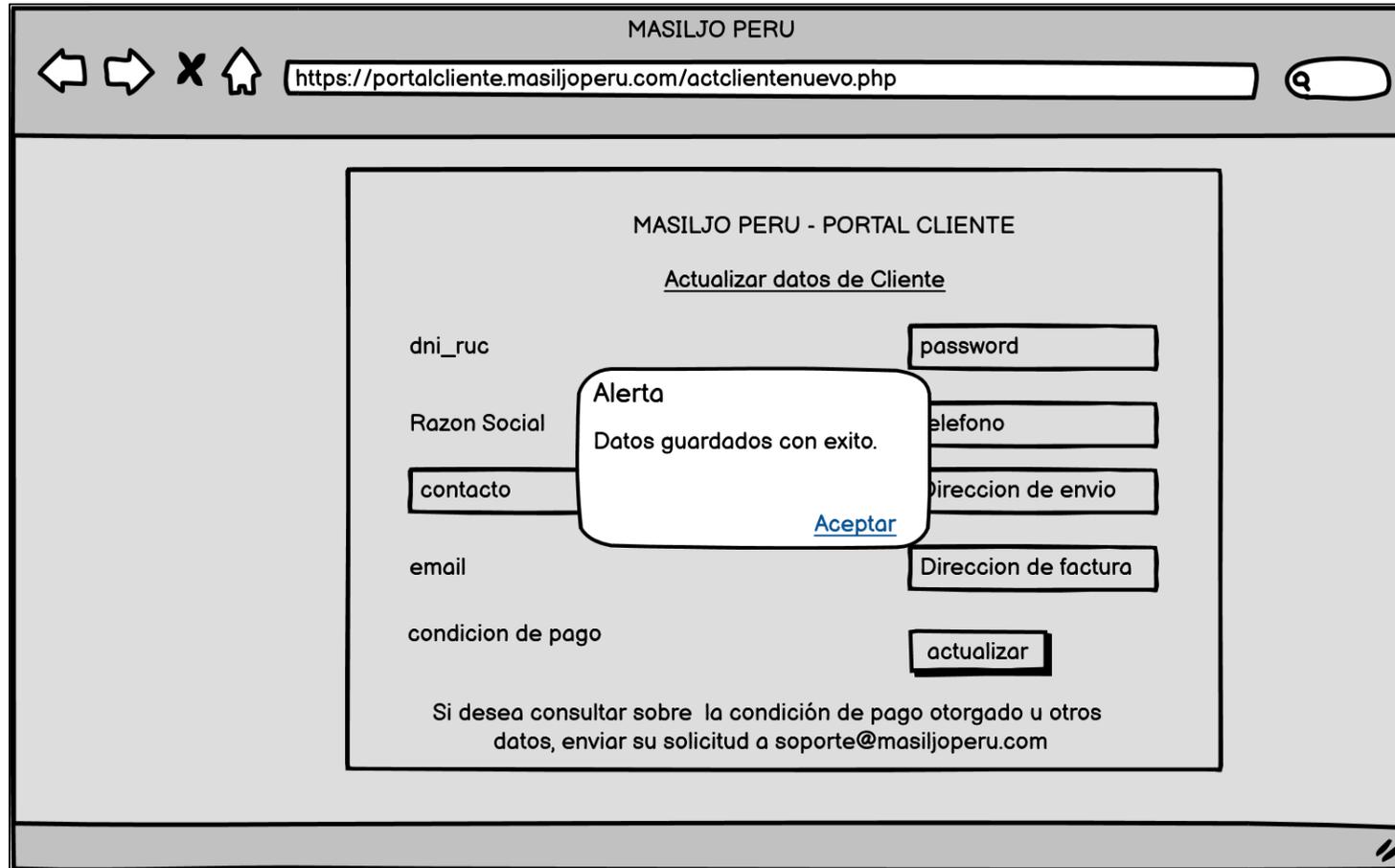
The image shows a web browser window with the title "MASILJO PERU". The address bar contains the URL "https://portalcliente.masiljoperu.com/actclientenuevo.php". The main content area is titled "MASILJO PERU - PORTAL CLIENTE" and "Actualizar datos de Cliente". It features several input fields: "dni\_ruc" (with a redacted value), "password", "Razon Social" (with a redacted value), "telefono", "contacto", "Direccion de factura", "email" (with a redacted value), and "condicion de pago" (with a redacted value). An "actualizar" button is located at the bottom right of the form area. Below the form, there is a note: "Si desea consultar sobre la condición de pago otorgado u otros datos, enviar su solicitud a soporte@masiljoperu.com".

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 43, una vez recibida su clave y usuario por correo, tiene que registrarse y completar los datos faltantes.

**Figura 44**

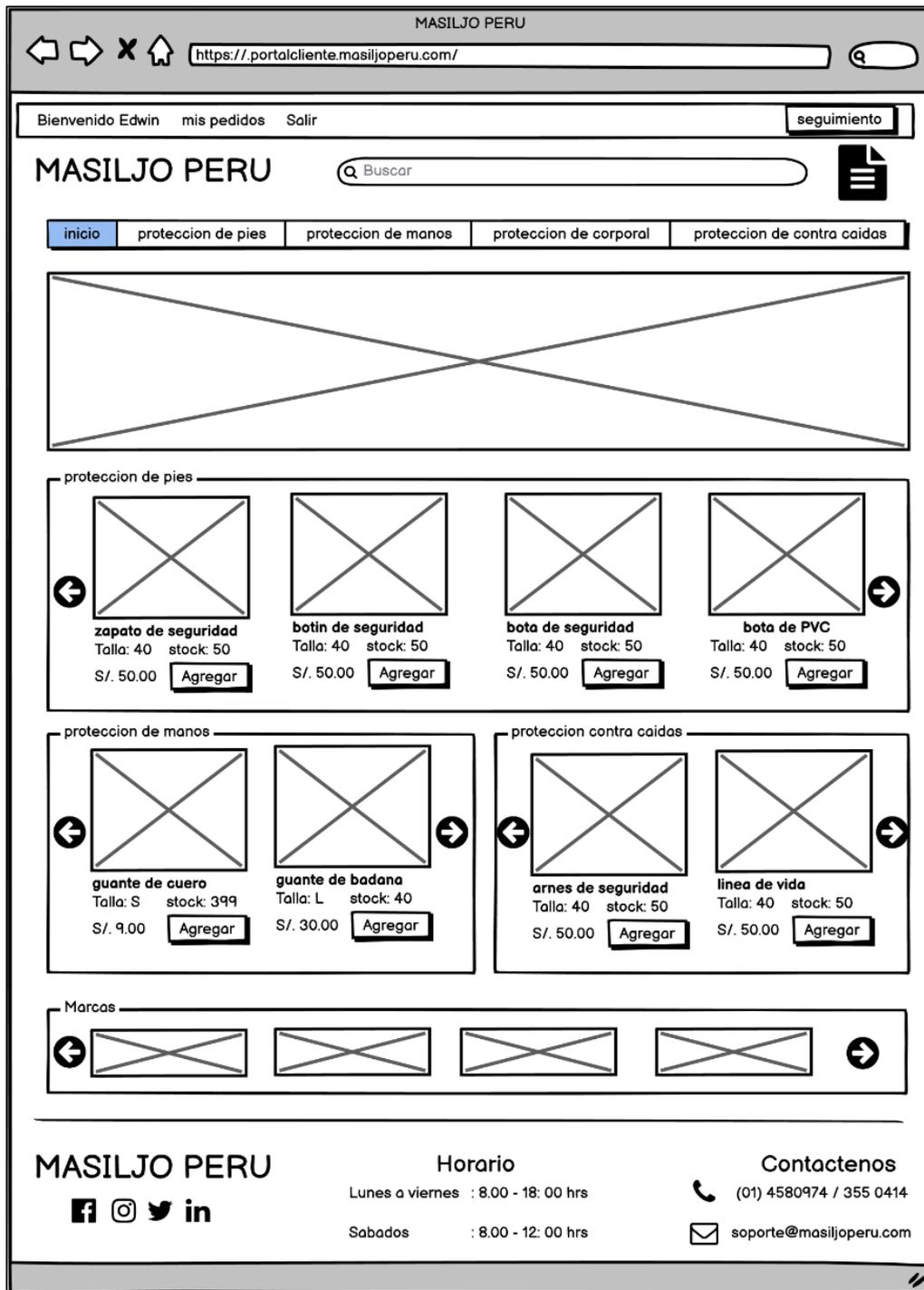
*Registro de cliente, mensaje.*



*Fuente: Elaboración propia (2021)*

En esta interfaz de la figura 44, una vez rellenada correctamente, aparecerá el mensaje registro de datos del cliente.

**Figura 45**  
*Interfaz de cliente*

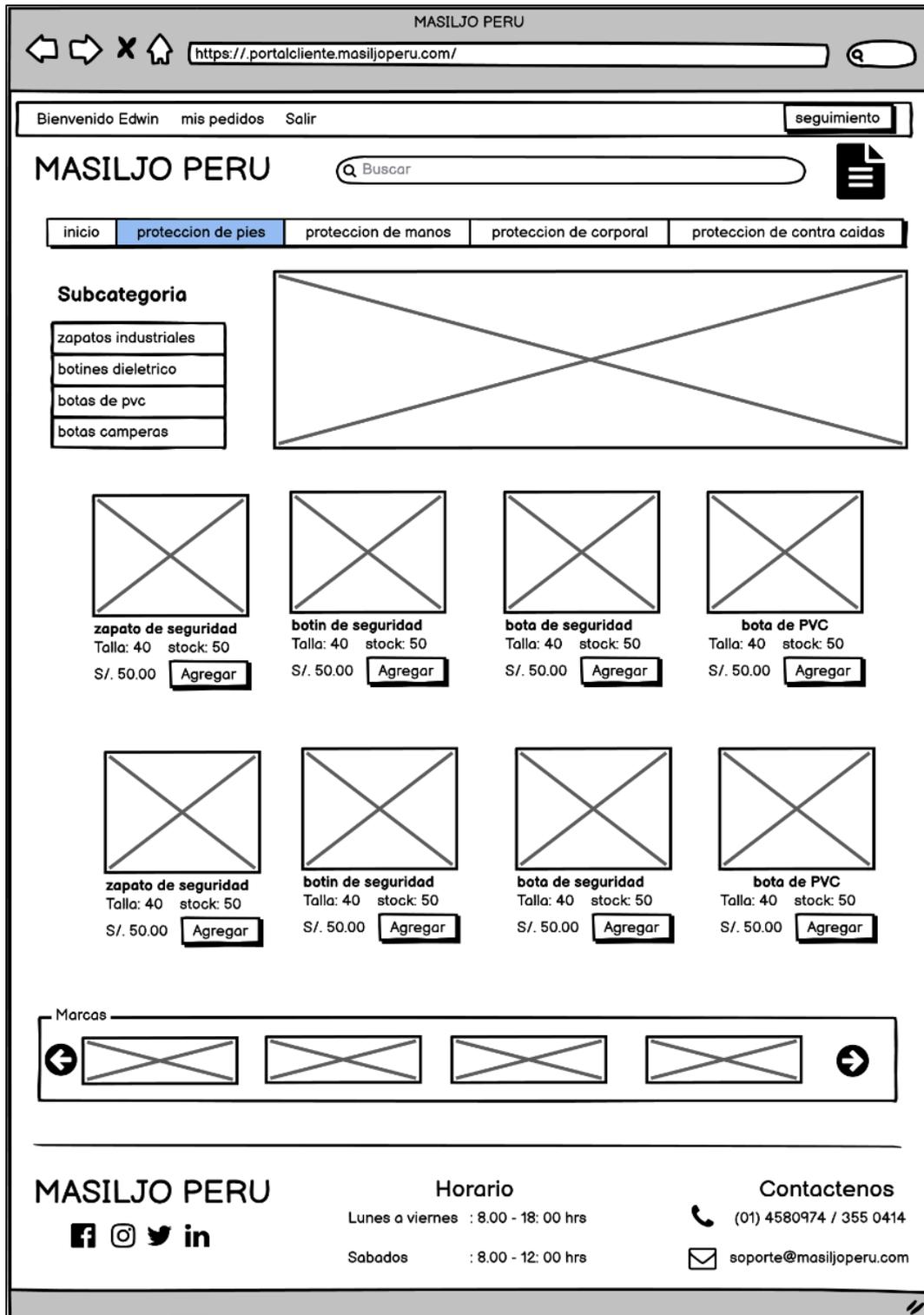


Fuente: Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 45, podrá visualizar precios de productos, cantidad, tallas.

**Figura 46**

*Selección de categoría*

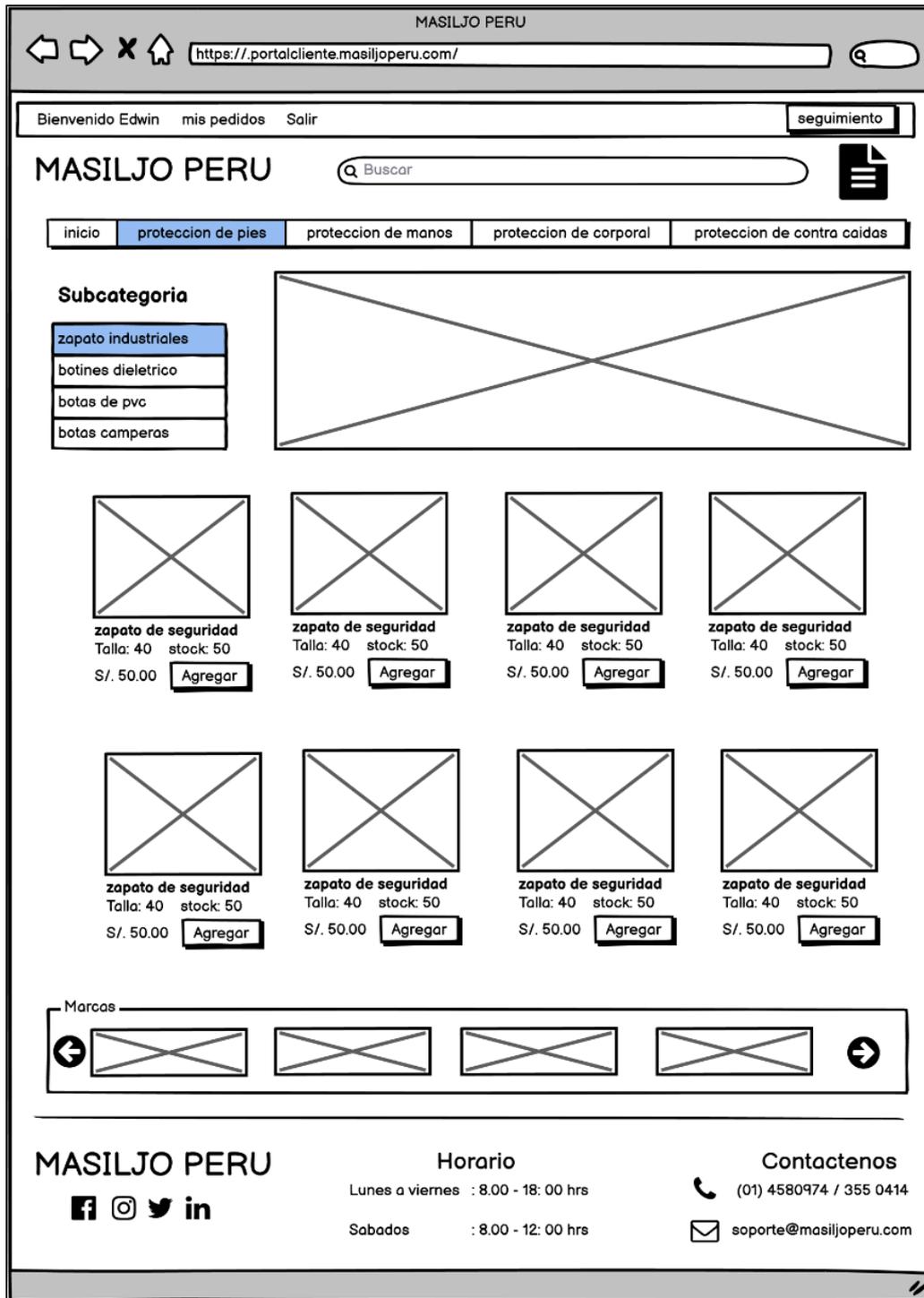


*Fuente: Elaboración propia (2021)*

En esta interfaz de la figura 46, al seleccionar alguna categoría, se mostrará sus subcategorías y productos relacionados.

**Figura 47**

*Selección de subcategoría*

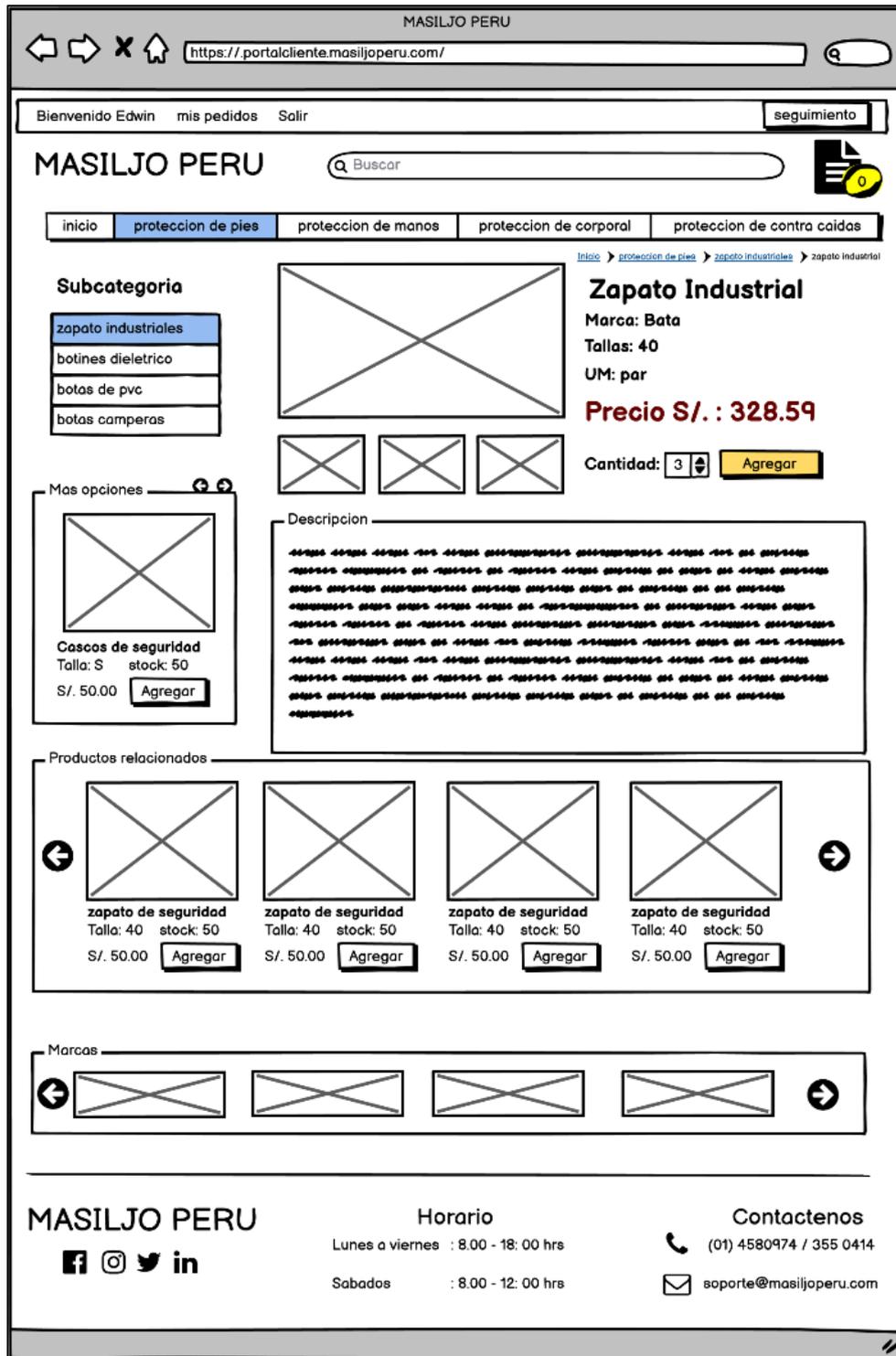


Fuente: Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 47, al seleccionar alguna subcategoría productos relacionados.

Figura 48

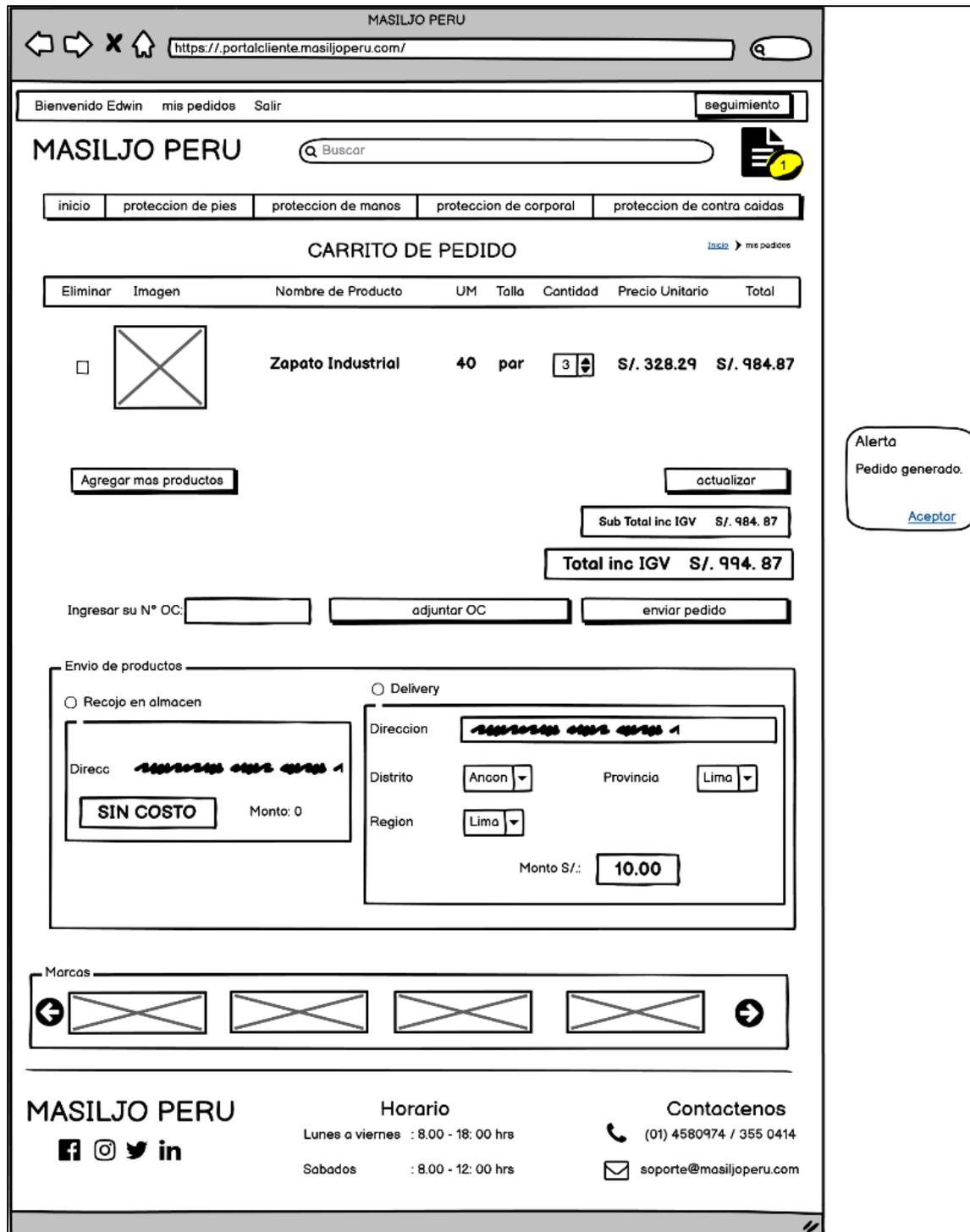
Agregar productos al pedido



Fuente: Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 48, al seleccionar algún producto, podrá visualizar el detalle del producto y poder agregar al pedido.

**Figura 49**  
*Registrar pedido*



Fuente: Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 49, en la sección de pedido puedes agregar más productos, y seleccionar si es envió por delivery o recojo en almacén, pero antes se tiene que adjuntar y colocar el número de Orden de compra.

**Figura 50**

*Consulta de despacho*

The screenshot displays the MASILJO PERU customer portal. At the top, the browser address bar shows the URL <https://portalcliente.masiljoperu.com/>. The user is logged in as Edwin, with navigation links for 'mis pedidos' and 'Salir'. A red 'seguimiento' button is visible in the top right.

The main content area features the MASILJO PERU logo and a search bar. Below this is a navigation menu with categories: 'inicio', 'proteccion de pies', 'proteccion de manos', 'proteccion de corporal', and 'proteccion de contra caidas'. The central section is titled 'SEGUIMIENTO DE PEDIDOS' with a link to 'historial de pedidos'.

N° de pedido	N° OC	Monto Total	Fecha de Creación	Comp. Pago	Informacion
1235466	2323-435	S/. 994.87	09-11-21	Descargar	seguimiento

Below the table is a 'Marcas' section with four placeholder boxes for product images.

The footer contains the MASILJO PERU logo, social media icons (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn), the company's operating hours (Lunes a viernes: 8:00 - 18:00 hrs; Sabados: 8:00 - 12:00 hrs), and contact information (phone: (01) 4580974 / 355 0414; email: soporte@masiljoperu.com).

On the right side, a 'seguimiento' sidebar shows a table with the following data:

N° de pedido	Estado	Fecha
1235466	entregado	10-11-21

Below the table, there is an 'Observaciones:' section with three lines of illegible text and an 'Evidencia' section with a 'descargar fotografia' link.

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 50, en la sección de seguimiento de pedido podrás visualizar el comprobante de pago, como también el visualizador de seguimiento de tus productos, la cual podrás descargar la fotografía de despacho.

Figura 51

Gestión de despacho, despachos pendientes

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://portaltrabajador.masiljoperu.com/>. The page title is "PORTAL" and the user is logged in as "ADMIN".

On the left, there is a navigation menu with the following items:

- Gestión de Despacho (highlighted)
- Despacho Pendientes
- Despacho Atendidos
- Gestión de Productos
- Gestión de Clientes
- Facturación
- Empleados

The main content area is titled "Pedidos pendientes" and contains a search bar and a table of pending orders:

N° Pedido	Empresa	Dirección	Distrito	Provincia	Region	Fecha de Reg	Acción
1235466	abc sac	jr paruro 233	Lima	Lima	Lima	09-11-21	Ver <input type="button" value="Atender"/>
1235467	wd sac	jr paruro 233	Lima	Lima	Lima	09-11-21	Ver <input type="button" value="Atender"/>
1235468	hfd sac	jr paruro 233	Lima	Lima	Lima	09-11-21	Ver <input type="button" value="Atender"/>
1235469	fc44 sac	jr paruro 233	Lima	Lima	Lima	09-11-21	Ver <input type="button" value="Atender"/>

On the right, there is a detailed view for a specific order titled "Atender":

N° de pedido	Estado	Fecha
1235466	Entregado <input type="button" value="▼"/> Pendiente <input type="button" value="▲"/>	10-11-21

Below the table, there are "Observaciones:" and a section for "Evidencia" with buttons for "Subir imagen" and "Actualizar".

Fuente: Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 51, cuando se ingresa como empleado de la empresa, se logrará realizar la gestión y administración de los despachos pendientes.

Figura 52

Gestión de despacho, despachos atendidos

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://portaltrabajador.masiljoperu.com/>. The page title is "PORTAL" and the user is logged in as "ADMIN". The main content area is titled "Pedidos Atendidos" and contains a table with the following data:

N° Pedido	Empresa	Dirección	Distrito	Provincia	Region	Fecha de Reg	Fecha de Aten.	
1235466	abc sac	jr paruro 233	Lima	Lima	Lima	09-11-21	10-11-21	i
1235467	wd sac	jr paruro 233	Lima	Lima	Lima	09-11-21	10-11-21	i
1235468	hdf sac	jr paruro 233	Lima	Lima	Lima	09-11-21	10-11-21	i
1235469	fc44 sac	jr paruro 233	Lima	Lima	Lima	09-11-21	10-11-21	i

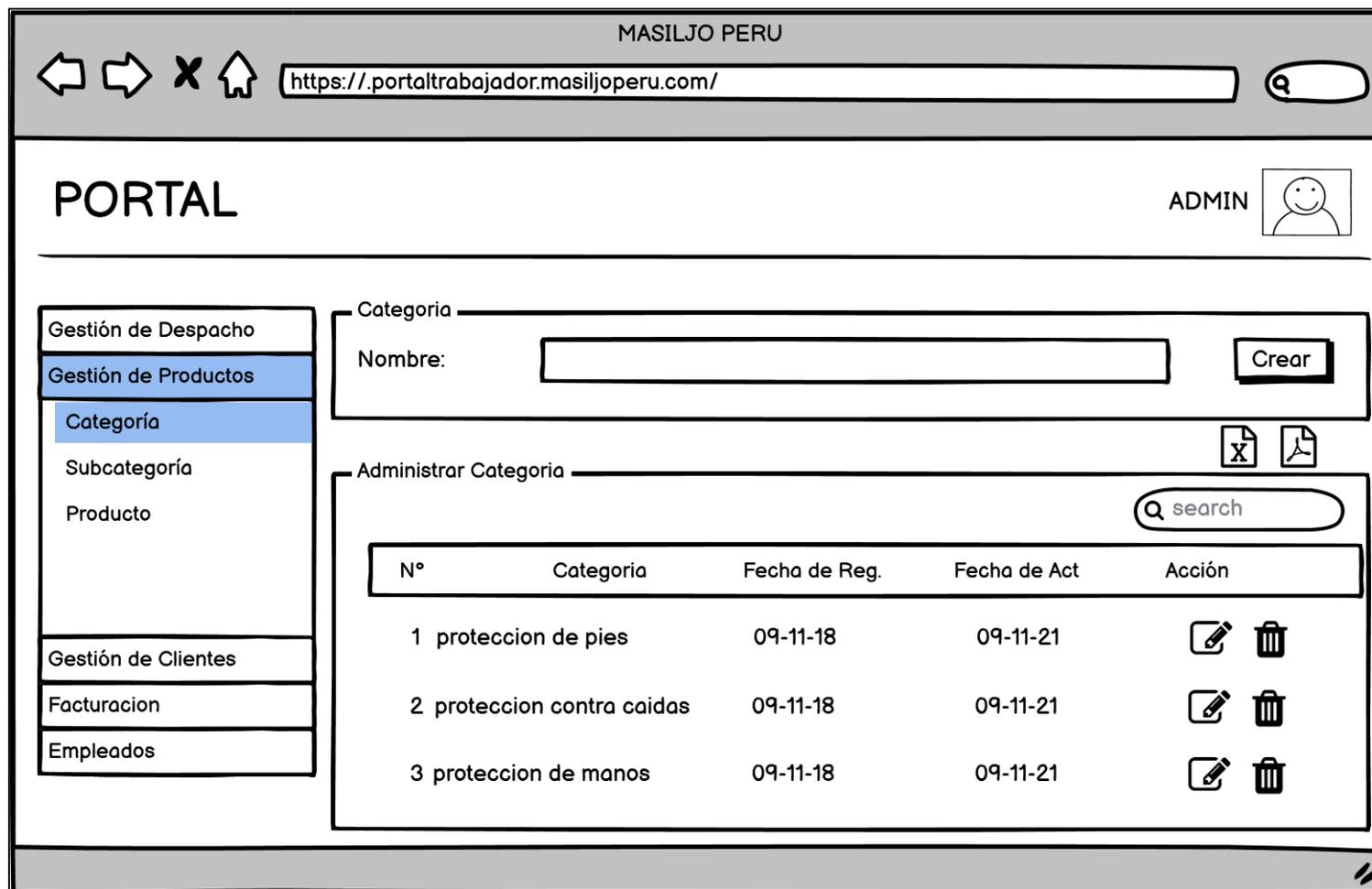
To the right of the table is a "Detalle" section for order 1235466, showing the state "entregado" and date "10-11-21". It also includes a section for "Observaciones" with redacted text and a link to "descargar fotografia".

Fuente: Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 52, se visualiza el estado y reporte de atención de cada despacho realizado.

**Figura 53**

*Gestión de productos, categorías*

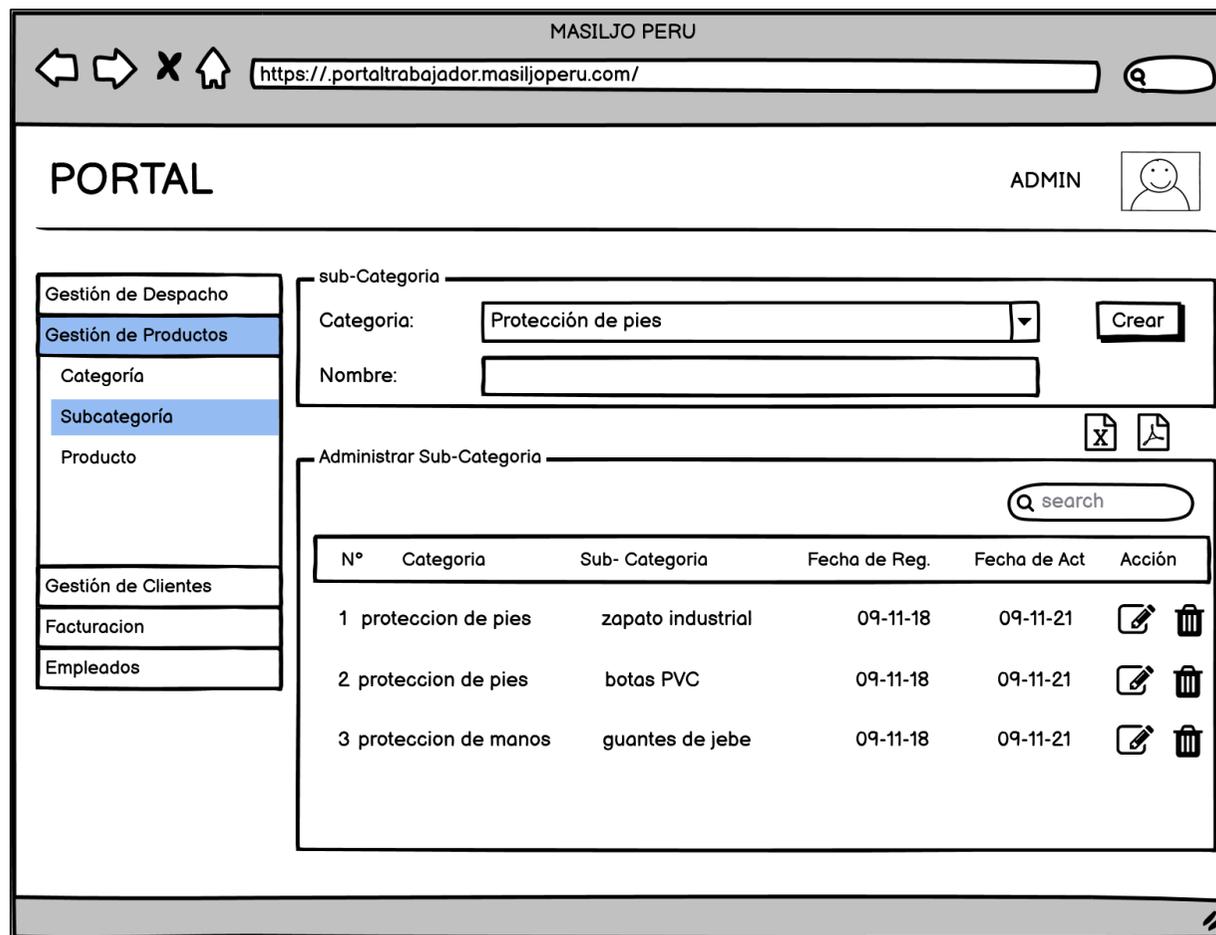


*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 53, permite agregar nuevas categorías, como también modificarlas y eliminarlas.

**Figura 54**

*Gestión de productos, sub categoría*

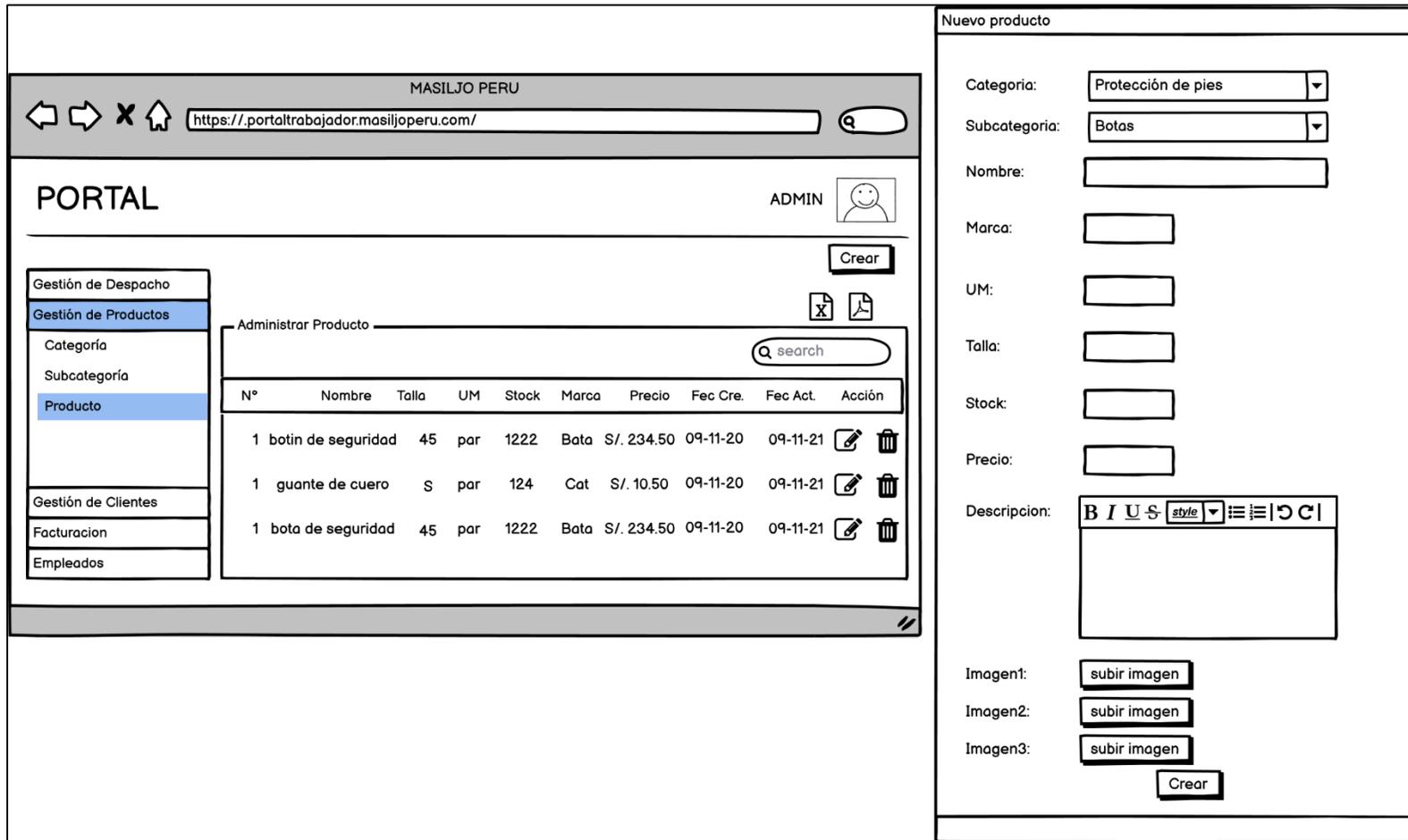


*Fuente: Elaboración propia (2021)*

En esta interfaz de la figura 54, permite agregar nuevas subcategorías, como también modificarlas y eliminarlas.

**Figura 55**

*Gestión de productos*



*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 55, permite agregar nuevos productos, como también modificarlas y eliminarlas.

**Figura 56**

*Evaluación de solicitud de afiliación*

The screenshot shows a web portal for MASILJO PERU. The browser address bar displays <https://portaltrabajador.masiljoperu.com/>. The page title is "PORTAL" and the user is logged in as "ADMIN".

On the left, there is a navigation menu with the following items: Gestión de Despacho, Gestión de Productos, Gestión de Clientes (highlighted), Solicitudes Pendientes (highlighted), Solicitudes Atendidos, Registro de clientes, Facturación, and Empleados.

The main content area is titled "solicitudes pendientes" and contains a search bar and a table of pending requests:

N° Solicitud	Ruc / DNI	Razón Social	Contacto	Email	cond de pago	Accion
543	8765432321	abc sac	Juan Ruiz	jruiz@abc.com	credito 60 dias	Atender
2323	8765432321	wd sac	Pedro Campos	pcampos@wd.co	credito 30 dias	Atender
2323	8765432321	hfd sac	Juan Ruiz	jruiz@abc.com	credito 90 dias	Atender
2332	8765432321	fc44 sac	Pedro Campos	pcampos@wd.co	credito 30 dias	Atender

Two detailed views of request 543 are shown on the right:

**View 1 (Left):** Shows the request details for N° Solicitud 543, Fecha 10-11-21, and Estado Aceptar. It includes a "Condicion de pago" field with the value "credito 60 dias", the email "Correo: jruiz@abc.com", and the RUC "Clave: 8765432321". A button "Enviar Respuesta" is at the bottom.

**View 2 (Right):** Shows the same request details but with the Estado set to Rechazar. It includes the email "Correo: jruiz@abc.com" and a button "Enviar Respuesta" at the bottom.

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 56, una vez recibida una nueva solicitud, el empleado determinara si el cliente cumple con los requerimientos mínimos.

Figura 57

Reporte de solicitudes atendidas

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://portaltrabajador.masiljoperu.com/>. The page title is "PORTAL" and the user is logged in as "ADMIN". A sidebar on the left contains navigation options: "Gestión de Despacho", "Gestión de Productos", "Gestión de Clientes" (highlighted), "Solicitudes Pendientes", "Solicitudes Atendidas" (highlighted), "Registro de clientes", "Facturación", and "Empleados". The main content area is titled "solicitudes atendidas" and features a search bar. Below the search bar is a table with the following data:

N° Solicitud	Ruc / DNI	Razón Social	Contacto	Email	cond de pago	Fech .aten.	Estado
543	8765432321	abc sac	Juan Ruiz	jruiz@abc.com	credito 60 dias	09-11-21	Aceptado
2323	8765432321	wd sac	Pedro Campos	pcampos@wd.co	credito 30 dias	09-11-21	Rechazado
2323	8765432321	hfdf sac	Juan Ruiz	jruiz@abc.com	credito 90 dias	09-11-21	Aceptado
2332	8765432321	fc44 sac	Pedro Campos	pcampos@wd.co	credito 30 dias	09-11-21	Rechazado

Fuente: Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 57, se visualiza todas las solicitudes que fueron atendidas.

Figura 58

Gestión de clientes: Registro de clientes

MASILJO PERU

https://.portaltrabajador.masiljoperu.com/

# PORTAL

ADMIN

Historial de Clientes

N° cliente	Ruc / DNI	Razón Social	Contacto	Email	cond de pago	Fecha .aten.	Accion
543	8765432321	abc sac	Juan Ruiz	jruiz@abc.com	credito 60 dias	09-11-21	
2323	8765432321	wd sac	Pedro Campos	pcampos@wd.co	credito 30 dias	09-11-21	
2323	8765432321	hdf sac	Juan Ruiz	jruiz@abc.com	credito 90 dias	09-11-21	
2332	8765432321	fc44 sac	Pedro Campos	pcampos@wd.co	credito 30 dias	09-11-21	

Navigation menu:

- Gestión de Despacho
- Gestión de Productos
- Gestión de Clientes**
  - Solicitudes Pendientes
  - Solicitudes Atendidos
  - Registro de clientes**
- Facturación
- Empleados

Fuente: Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 58, permite al empleado, actualizar, eliminar a los clientes.

**Figura 59**

*Reporte de facturación*

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://portaltrabajador.masiljoperu.com/>. The page title is "PORTAL" and the user is logged in as "ADMIN". On the left, there is a navigation menu with options: "Gestión de Despacho", "Gestión de Productos", "Gestión de Clientes", "Facturación" (highlighted), and "Empleados". The main content area is titled "Historial de Facturas" and contains a table with the following data:

N° Pedido	Ruc / DNI	Razón Social	OC	Fech. Creacion	N° Factura	Monto	Accion
543	8765432321	abc sac	001-234	09-11-21	001-34545	S/. 1268.00	Descargar
2323	8765432321	wd sac	032-2345	09-11-21	001-34546	S/. 1268.00	Descargar
2323	8765432321	hfdf sac	032-2345	09-11-21	001-34547	S/. 1268.00	Descargar
2332	8765432321	fc44 sac	001-234	09-11-21	001-34548	S/. 1268.00	Descargar

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 59, permite al empleado, descargar las facturas generadas.

**Figura 60**

*Empleados*

MASILJO PERU

ADMIN

Crear

Administrar Personal

N°	Nombre	Apellidos	correo	password	ocupacion	Acción
1	Juan	Ruiz	jruiz@abc.com	pwd4564	auxiliar de logistica	
1	Pedro	Campos	pcampos@wd.co	pwd4564	ejecutivo de ventas	
1	Juan	Ruiz	jruiz@abc.com	pwd4564	administrador	

Nuevo personal

Nombre:

Apellido:

dni:

email:

password:

ocupacion:

Crear

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

En esta interfaz de la figura 60, el empleado puede agregar, actualizar, eliminar personal.

**Figura 61**

Base de datos: *masiljo.sql* : tabla *pedidos*

The screenshot shows a database management interface for the 'pedidos' table. The table structure is as follows:

#	Nombre	Tipo de datos	Longitud/Co...	Sin signo	Permitir...	Relle...	Predeterminado	Comentario	Collation	Exp
1	id	BIGINT	20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AUTO_INCREME...			
2	cliente_id	BIGINT	20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			
3	producto_id	BIGINT	20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			
4	tipo_entrega_id	BIGINT	20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			
5	cantidad	INT	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			
6	fecha	DATETIME		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			
7	dir_envio	VARCHAR	255	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...		utf8mb4_unicode_ci	
8	estado	VARCHAR	255	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	'1'		utf8mb4_unicode_ci	
9	oc	VARCHAR	255	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...		utf8mb4_unicode_ci	
10	arch_oc	VARCHAR	255	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...		utf8mb4_unicode_ci	
11	factura	VARCHAR	255	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL		utf8mb4_unicode_ci	
12	id_factura	VARCHAR	255	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL		utf8mb4_unicode_ci	
13	subtotal	DOUBLE		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			
14	total	DOUBLE		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			

Fuente: Elaboración propia (2021)

Figura 62

Base de datos: *masiljo.sql*: tabla *producto*

Host: 127.0.0.1 Base de datos: masiljo Tabla: productos Datos Consulta

Básico Opciones Índices (3) Llaves foráneas (2) Comprobar restricción (0) Particiones Código CREATE Código ALTER

Nombre: productos

Comentario:

Columnas: + Agregar x Borrar ▲ Subir ▼ Bajar

#	Nombre	Tipo de datos	Longitud/Co...	Sin signo	Permitir...	Relle...	Predeterminado	Comentario	Collation	Expresión
1	id	BIGINT	20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AUTO_INCREME...			
2	nombre	VARCHAR	70	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...		utf8mb4_unicode_ci	
3	marca	VARCHAR	70	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL		utf8mb4_unicode_ci	
4	precio	DOUBLE		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			
5	descripcion	VARCHAR	255	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...		utf8mb4_unicode_ci	
6	imagen1	VARCHAR	250	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL		utf8mb4_unicode_ci	
7	imagen2	VARCHAR	250	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL		utf8mb4_unicode_ci	
8	imagen3	VARCHAR	250	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL		utf8mb4_unicode_ci	
9	stock	INT	11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL			
10	um	VARCHAR	70	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL		utf8mb4_unicode_ci	
11	talla	VARCHAR	70	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL		utf8mb4_unicode_ci	
12	id_categoria	BIGINT	20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			
13	id_subcatargo...	BIGINT	20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter...			
14	estado	INT	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	'1'			

Fuente: Elaboración propia (2021)

**Figura 63**

Base de datos: *masiljo.sql*: tabla *subcategoría*

Host: 127.0.0.1 Base de datos: masiljo Tabla: sub\_categorias Datos Consulta

Básico Opciones Índices (2) Llaves foráneas (1) Comprobar restricción (0) Particiones Cód

Nombre: sub\_categorias

Comentario:

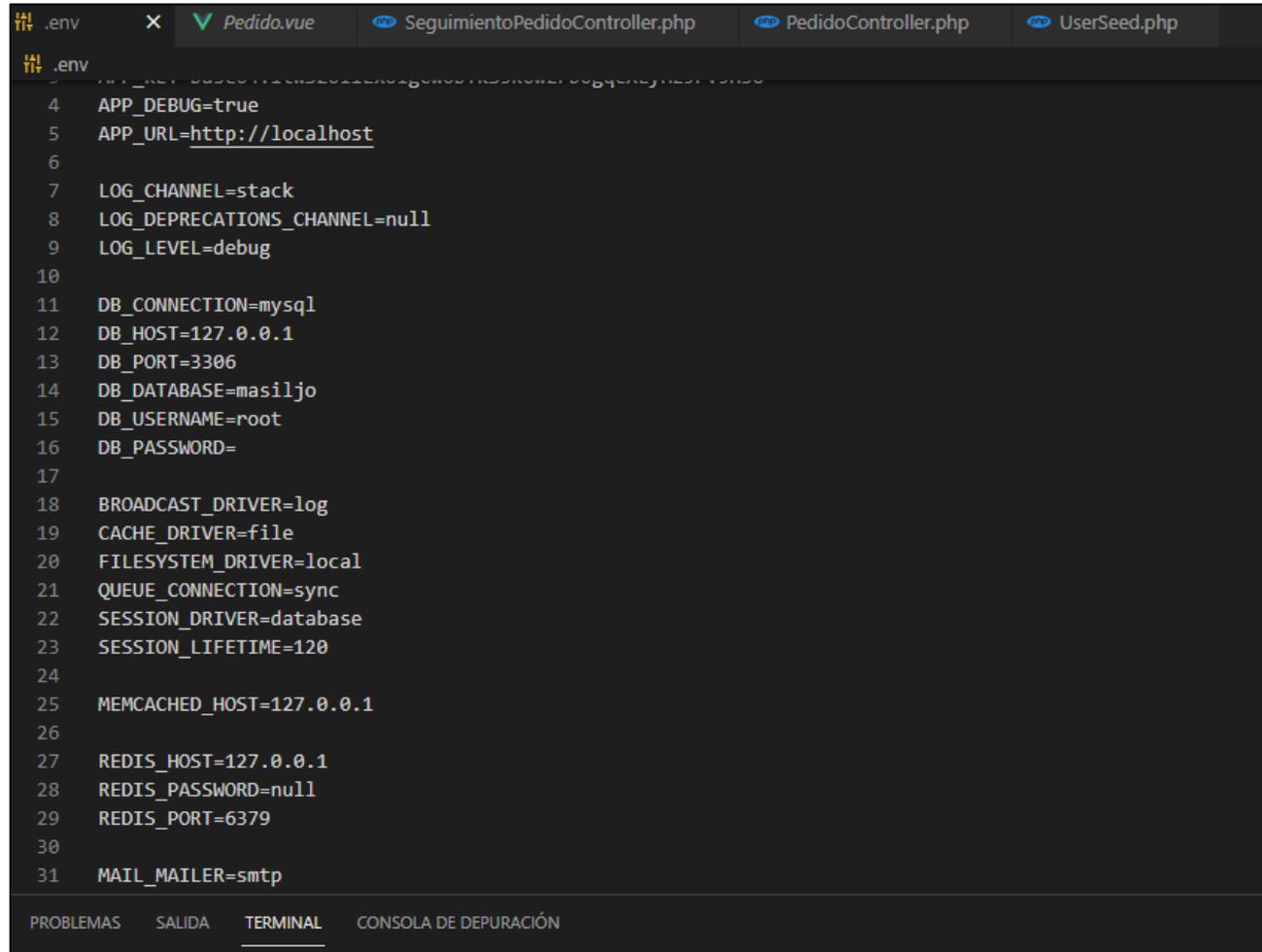
Columnas: + Agregar × Borrar ▲ Subir ▼ Bajar

#	Nombre	Tipo de datos	Longitud/Co...	Sin signo	Permitir...	Relle...	Predeterminado
1	id	BIGINT	20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AUTO_INCREME...
2	nombre	VARCHAR	255	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter..
3	id_categoria	BIGINT	20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sin valor predeter..
4	estado	INT	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	'1'
5	created_at	TIMESTAMP		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL
6	updated_at	TIMESTAMP		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NULL

Fuente: Elaboración propia (2021)

**Figura 64**

*Conexión con la base de datos: .env*



```
.env
APP_DEBUG=true
APP_URL=http://localhost

LOG_CHANNEL=stack
LOG_DEPRECATIONS_CHANNEL=null
LOG_LEVEL=debug

DB_CONNECTION=mysql
DB_HOST=127.0.0.1
DB_PORT=3306
DB_DATABASE=masiljo
DB_USERNAME=root
DB_PASSWORD=

BROADCAST_DRIVER=log
CACHE_DRIVER=file
FILESYSTEM_DRIVER=local
QUEUE_CONNECTION=sync
SESSION_DRIVER=database
SESSION_LIFETIME=120

MEMCACHED_HOST=127.0.0.1

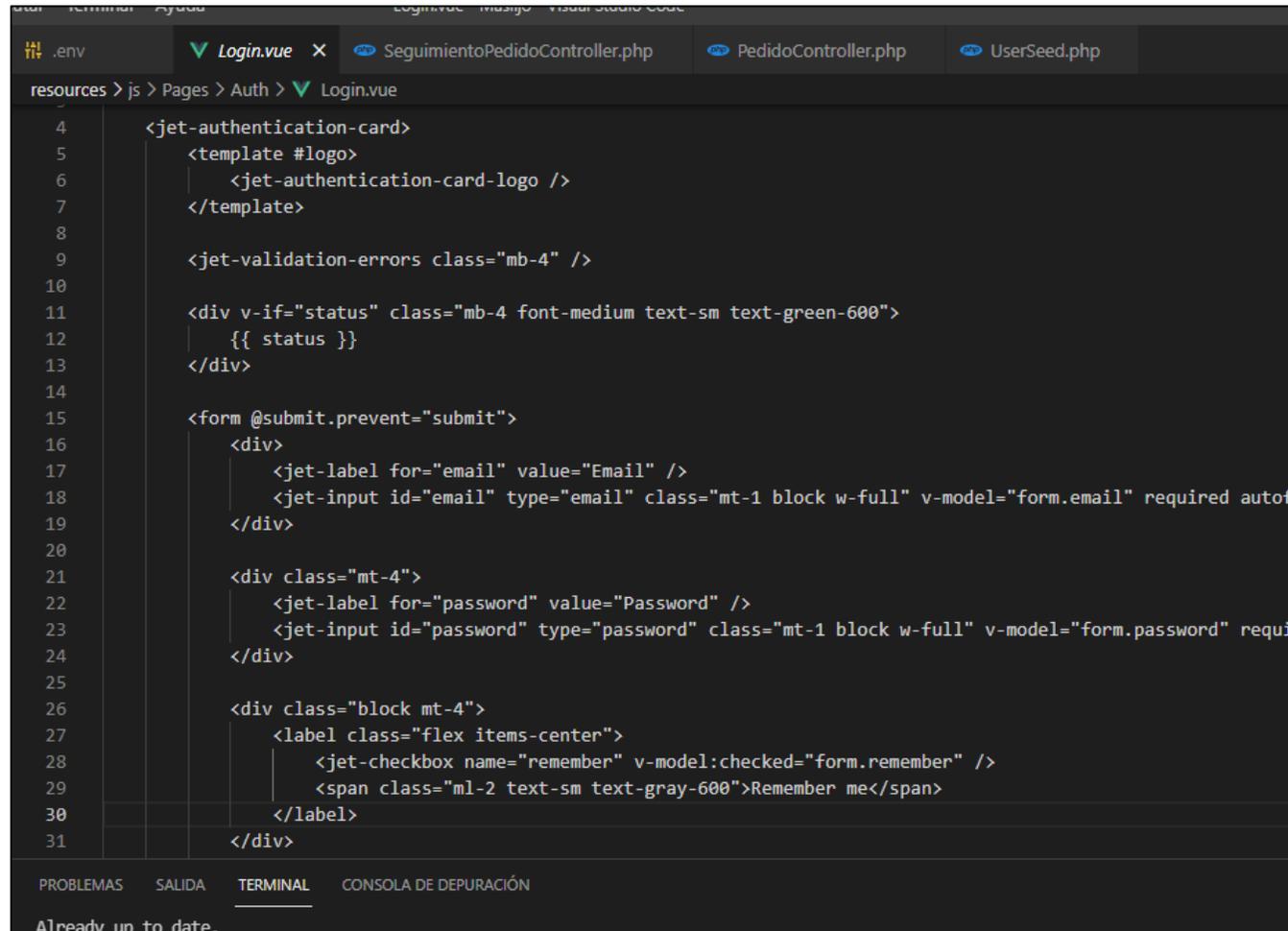
REDIS_HOST=127.0.0.1
REDIS_PASSWORD=null
REDIS_PORT=6379

MAIL_MAILER=smtp
```

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

Figura 65

Login



```
4 <jet-authentication-card>
5   <template #logo>
6     <jet-authentication-card-logo />
7   </template>
8
9   <jet-validation-errors class="mb-4" />
10
11   <div v-if="status" class="mb-4 font-medium text-sm text-green-600">
12     {{ status }}
13   </div>
14
15   <form @submit.prevent="submit">
16     <div>
17       <jet-label for="email" value="Email" />
18       <jet-input id="email" type="email" class="mt-1 block w-full" v-model="form.email" required autofocus />
19     </div>
20
21     <div class="mt-4">
22       <jet-label for="password" value="Password" />
23       <jet-input id="password" type="password" class="mt-1 block w-full" v-model="form.password" required />
24     </div>
25
26     <div class="block mt-4">
27       <label class="flex items-center">
28         <jet-checkbox name="remember" v-model:checked="form.remember" />
29         <span class="ml-2 text-sm text-gray-600">Remember me</span>
30       </label>
31     </div>
32 </form>
33 </jet-authentication-card>
```

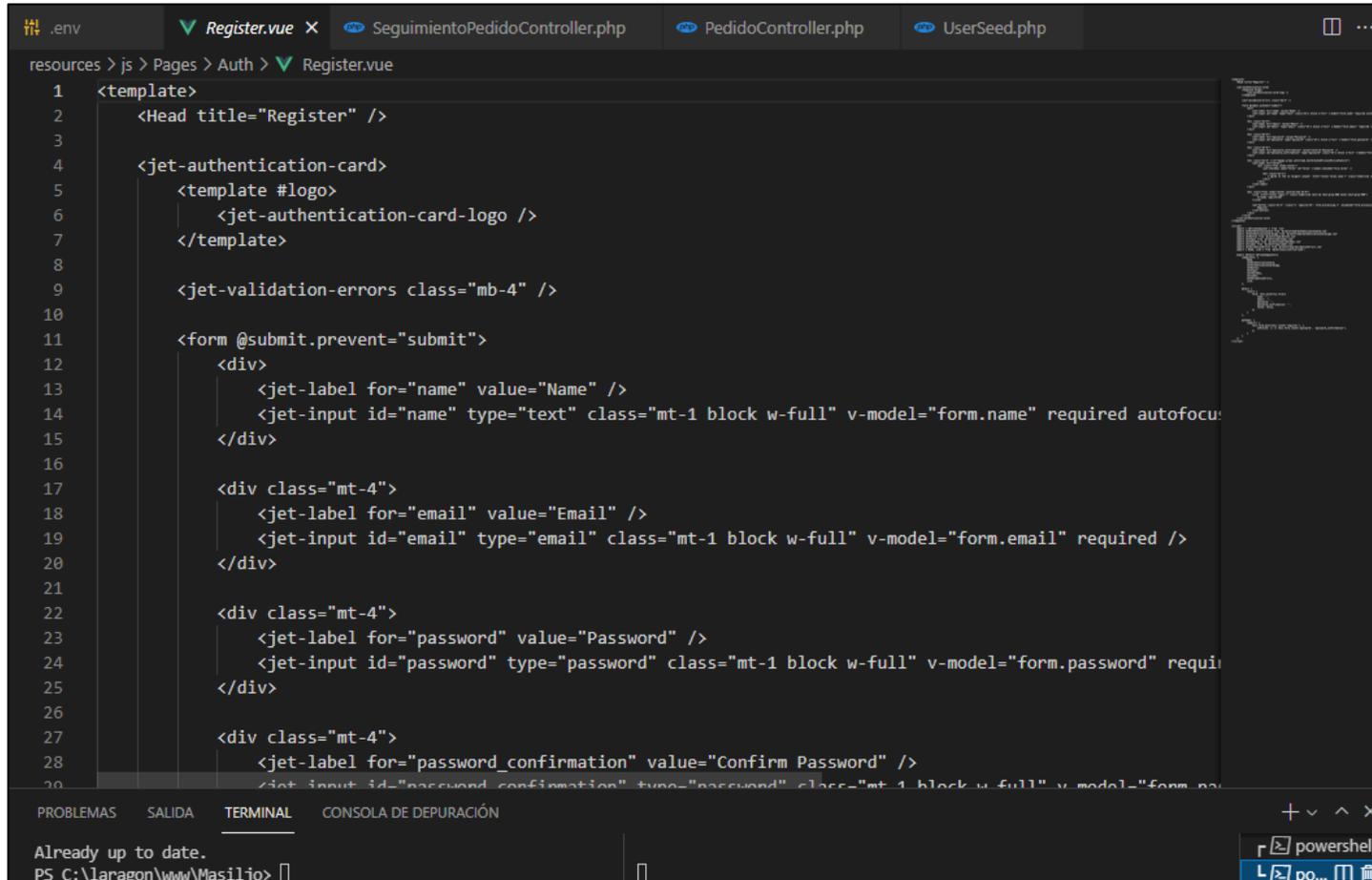
PROBLEMAS SALIDA TERMINAL CONSOLA DE DEPURACIÓN

Already up to date.

Fuente: Elaboración propia (2021)

Figura 66

Registro de usuario

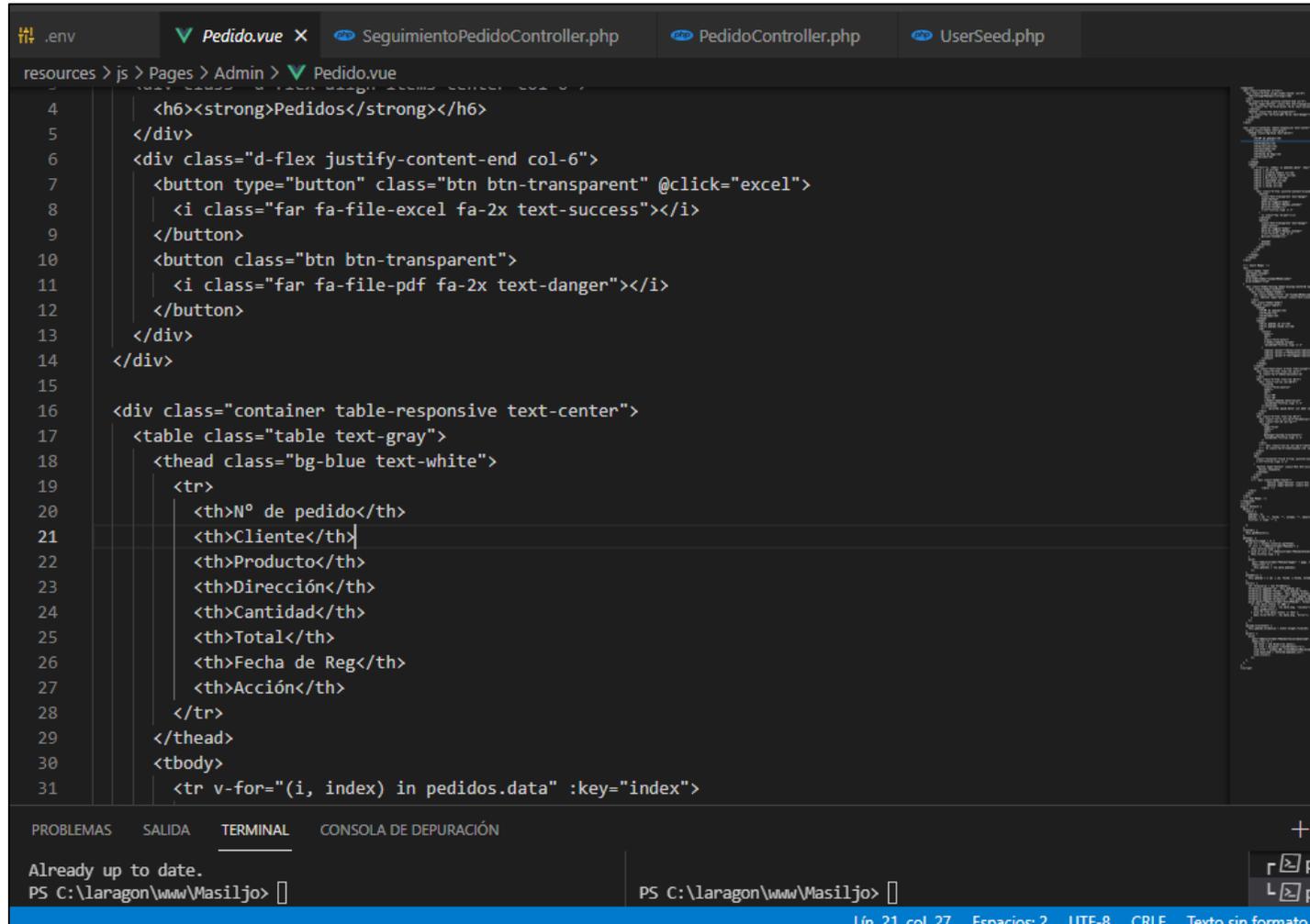


```
resources > js > Pages > Auth > Register.vue
1  <template>
2    <Head title="Register" />
3
4    <jet-authentication-card>
5      <template #logo>
6        <jet-authentication-card-logo />
7      </template>
8
9      <jet-validation-errors class="mb-4" />
10
11     <form @submit.prevent="submit">
12       <div>
13         <jet-label for="name" value="Name" />
14         <jet-input id="name" type="text" class="mt-1 block w-full" v-model="form.name" required autofocus />
15       </div>
16
17       <div class="mt-4">
18         <jet-label for="email" value="Email" />
19         <jet-input id="email" type="email" class="mt-1 block w-full" v-model="form.email" required />
20       </div>
21
22       <div class="mt-4">
23         <jet-label for="password" value="Password" />
24         <jet-input id="password" type="password" class="mt-1 block w-full" v-model="form.password" required />
25       </div>
26
27       <div class="mt-4">
28         <jet-label for="password_confirmation" value="Confirm Password" />
29         <jet-input id="password_confirmation" type="password" class="mt-1 block w-full" v-model="form.password_confirmation" required />
30       </div>
31     </form>
32   </jet-authentication-card>
33 </template>
```

Fuente: Elaboración propia (2021)

**Figura 67**

*Vista de ingreso de pedido*



```
.env | Pedido.vue | SeguimientoPedidoController.php | PedidoController.php | UserSeed.php
resources > js > Pages > Admin > Pedido.vue
4 | <h6><strong>Pedidos</strong></h6>
5 | </div>
6 | <div class="d-flex justify-content-end col-6">
7 |   <button type="button" class="btn btn-transparent" @click="excel">
8 |     <i class="far fa-file-excel fa-2x text-success"></i>
9 |   </button>
10 |   <button class="btn btn-transparent">
11 |     <i class="far fa-file-pdf fa-2x text-danger"></i>
12 |   </button>
13 | </div>
14 | </div>
15 |
16 | <div class="container table-responsive text-center">
17 |   <table class="table text-gray">
18 |     <thead class="bg-blue text-white">
19 |       <tr>
20 |         <th>Nº de pedido</th>
21 |         <th>Cliente</th>
22 |         <th>Producto</th>
23 |         <th>Dirección</th>
24 |         <th>Cantidad</th>
25 |         <th>Total</th>
26 |         <th>Fecha de Reg</th>
27 |         <th>Acción</th>
28 |       </tr>
29 |     </thead>
30 |     <tbody>
31 |       <tr v-for="(i, index) in pedidos.data" :key="index">
```

PROBLEMAS SALIDA TERMINAL CONSOLA DE DEPURACIÓN

Already up to date.  
PS C:\laragon\www\Masiljo> PS C:\laragon\www\Masiljo>

Lín. 21, col. 27 Espacios: 2 UTF-8 CR LF Texto sin formato

*Fuente:* Elaboración propia (2021)

### Anexo 3: Instrumento cuantitativo

#### Ficha de Registro Documental

Título del documento	Registro de empresas por categoría clasificados por cantidad de colaboradores e ingresos anuales
Período	2018 - 2020

<b>SECTORES</b>	<b>N° Empleados</b>
ADMINISTRACION PUBLICA	12433
AGROINDUSTRIA Y GANADERIA	36073
AUTOMOTRIZ	3745
BEBIDAS	441
CAUCHO Y PLASTICO	20239
CONSTRUCTORAS	14443
CONSULTORIAS Y SERVICIOS	48186
ENERGIA Y AGUA	729
HIDROCARBUROS	12407
INDUSTRIA ALIMENTARIA	5506
MINERALES NO METALICOS	3253
MINERIA	7120
PAPEL	982
PESCA	4585
SALUD	6154
TEXTILES	2854
TRANSPORTE	24562
<b>Total general</b>	<b>203712</b>

RUC	Razón Social	2020	2019	2018	2017
20603192576	CORPORACION HERMANOS ORE S.A.C.	S/ 5,399,999.50	S/ 14,249,999.50	S/ 10,149,999.50	S/ 828,999,999.50
20106832111	GALLEGOS, CASABONNE, ARANGO, QUESADA, INGENIEROS S.A.C.	S/ 6,849,999.50	S/ 19,999,999.50	S/ 19,999,999.50	S/ 374,999,999.50
20534760664	POLICLINICO CONDE DE NIEVA S.A.C.	S/ 3,349,999.50	S/ 249,999,999.50	S/ 254,999,999.50	S/ 254,999,999.50
20100335604	PUBLICIS ASOCIADOS S.A.C.	S/ 201,499,999.50	S/ 240,000,000.00	S/ 240,000,000.00	S/ 254,999,999.50
20601694752	INTELIGENCIA SEGURIDAD & ASESORAMIENTO S.A.C.	S/ 3,349,999.50	S/ 13,499,999.50	S/ 12,249,999.50	S/ 254,999,999.50
20603425091	EVERGREEN SHIPPING AGENCY (PERU) S.A.C.	S/ 27,199,999.50	S/ 44,999,999.50	S/ 42,099,999.50	S/ 232,999,999.50
20559080951	COMERCIAL MINERA GOLD A&C S.R.L.	S/ 5,799,999.50	S/ 77,999,999.50	S/ 36,349,999.50	S/ 232,999,999.50
20602498833	GRUPO ALIMENTICIO SAN JOSE S.A.	S/ 3,999,999.50	S/ 92,999,999.50	S/ 78,999,999.50	S/ 216,999,999.50
20517773957	PHOENICIAN S.A.C.	S/ 4,299,999.50	S/ 22,749,999.50	S/ 22,949,999.50	S/ 216,999,999.50
20100328497	IQVIA SOLUTIONS DEL PERU S.A.	S/ 14,249,999.50	S/ 58,999,999.50	S/ 51,799,999.50	S/ 196,499,999.50
20261603919	PROEXI S.A.C.	S/ 3,199,999.50	S/ 41,499,999.50	S/ 58,299,999.50	S/ 150,999,999.50
20508810912	ROBOCON SERVICIOS S.A.C.	S/ 80,999,999.50	S/ 39,000,000.00	S/ 54,600,000.00	S/ 150,999,999.50
20557921355	PRODUCCIONES GANADERAS ANDINAS S.A.C.	S/ 15,999,999.50	S/ 133,999,999.50	S/ 150,999,999.50	S/ 120,999,999.50
20100065038	RESINPLAST S.A.	S/ 105,499,999.50	S/ 130,000,000.00	S/ 147,000,000.00	S/ 120,999,999.50
20601710456	COOP. AGRARIA DE PRODUCTORES PERUANOS ORGANIZADA S.A.C.	S/ 12,099,999.50	S/ 22,749,999.50	S/ 22,949,999.50	S/ 120,999,999.50
20100341671	PRAGMA DE PUBLICIDAD S.A.C.	S/ 5,399,999.50	S/ 12,499,999.50	S/ 12,249,999.50	S/ 120,999,999.50
20505880171	RED DE COMBUSTIBLES LIQUIDOS S.A.C.	S/ 105,499,999.50	S/ 12,000,000.00	S/ 12,000,000.00	S/ 120,999,999.50
20486627141	EMPRESA COMUNAL DE SERVICIOS MULTIPLES PUCARAN S.A.C.	S/ 13,249,999.50	S/ 12,499,999.50	S/ 12,249,999.50	S/ 95,999,999.50
20600529251	CM & LPADILLA E.I.R.L.	S/ 4,999,999.50	S/ 27,999,999.50	S/ 95,999,999.50	S/ 78,999,999.50
20600546113	HERRI PERU S.A.C.	S/ 3,999,999.50	S/ 11,499,999.50	S/ 14,149,999.50	S/ 78,999,999.50
20559962881	GRIFO EL CAMPANARIO E.I.R.L.	S/ 3,349,999.50	S/ 14,249,999.50	S/ 14,149,999.50	S/ 78,999,999.50
20601814791	MULTI GESTION ASSIST PERU S.A.C.	S/ 12,099,999.50	S/ 27,999,999.50	S/ 30,599,999.50	S/ 67,499,999.50
20550253985	DYKE GROUP S.A.C. - DYKE S.A.C.	S/ 3,649,999.50	S/ 27,999,999.50	S/ 30,599,999.50	S/ 67,499,999.50

Título del documento	Historial de inventario
Período	2018 - 2020

<b>INVENTARIO</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>físico</b>	<b>3721</b>	<b>4538</b>	<b>2755</b>
<b>faltante</b>	<b>109</b>	<b>162</b>	<b>162</b>
<b>mal estado</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>13</b>
<b>Totales</b>	<b>3850</b>	<b>4715</b>	<b>2930</b>

Título del documento	Historial de Pedido
Período	2018 - 2020

<b>pedidos generadas por periodos</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>1er Semestre</b>	3682	4287	2017
<b>2do sementre</b>	3526	3055	1847
<b>Totales</b>	7208	7342	3864

Título del documento	Historial de Despacho
Período	2018 - 2020

<b>Despachos por delivery</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>1er semenstre</b>	1756	1954	0
<b>2do semenstre</b>	1588	1842	1199
<b>Totales</b>	3344	3796	1199

Título del documento	Historial de Seguimiento
Período	2018 – 2020

<b>seguimiento de clientes potenciales</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>llamadas</b>	2658	3631	2536
<b>correos</b>	2796	2954	2644
<b>mensajes</b>	1680	1783	1955
<b>Totales</b>	7134	8368	7135

## Anexo 4: Instrumento cualitativa

### Ficha de entrevista

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>	Gerente Comercial
<b>Nombres y apellidos</b>	Edgar Joel León Rosales
<b>Código de la entrevista</b>	Entrevistado1 (Entrev.1)
<b>Fecha</b>	
<b>Lugar de la entrevista</b>	Oficina de la empresa, La Molina

<b>Nro.</b>	<b>Sub categoría</b>	<b>Preguntas de la entrevista</b>
1	<b>Entrada de pedido</b>	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la cotización al cliente?
		¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?
2	<b>Stock</b>	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea con los productos en físico?
		¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?
3	<b>Registro</b>	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?
		¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?
4	<b>Post Venta</b>	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?
		¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?

### Matriz de respuestas

<b>Nro.</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la cotización al cliente?	Que no cuento con el stock total de los solicitado. Y Cliente solicita todo el paquete a cotizar.
2	¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?	Sunat, ver si está activo, cantidad de trabajador y sentinel para ver su estado financiero.
3	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea	Confirmando con el almacén, si hay el stock.

	con los productos en físico?	
4	¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?	No realizan, solo como asesor se informa el cliente la fecha de ingreso u otra alternativa.
5	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?	No hacer el seguimiento cuando se cotiza.
6	¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?	El horario de entrega, la comunicación con el personal de despacho.
7	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?	Si ayudan a que el cliente siga confiando en nuestros productos y buen servicio.
8	¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?	Si son efectivas, ver respuestas a las cotizaciones, precios, despachos, conformidad.

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>	Jefa de Ventas
<b>Nombres y apellidos</b>	Elva Candia Contreras
<b>Código de la entrevista</b>	Entrevistado2 (Entrev.2)
<b>Fecha</b>	
<b>Lugar de la entrevista</b>	Oficina de la empresa, La Molina

<b>Nro.</b>	<b>Sub categoría</b>	<b>Preguntas de la entrevista</b>
1	<b>Entrada de pedido</b>	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la atención al cliente?
		¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?
2	<b>Stock</b>	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea con los productos en físico?
		¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?
3	<b>Registro</b>	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?
		¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?
4	<b>Post Venta</b>	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?
		¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?

### Matriz de respuestas

<b>Nro.</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la atención al cliente?	1.- Falta de Stock 2.- Bloqueo por Morosidad o límite de Crédito
2	¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?	1.-Las Prospecciones de las Asesoras son revisadas bajo el Sistema de Sunat (Cantidad de trabajadores, Rubro) 2.- Revisión de la empresa por Sentinel 3.- Visitas Comerciales para sacar toda información como Proyección de Compra
3	¿Qué acciones realizan cada vez que el Kardex no se alinea con los productos en físico?	1.-Comunicar inmediatamente al cliente por el problema que se ha suscitado y por parte de Almacén revisar problema y actualizar el kardex para no tener más problemas

4	¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?	<p>1.-En el caso de licitaciones por las penalidades se transporta el producto por línea aérea</p> <p>2.-Clientes Fidelizados, Informar al cliente que se agotó el producto</p> <p>3. Se Coordina con gerencia para que dé el visto bueno en comprar el producto que se agotó solamente para clientes A1</p>
5	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?	No tenemos problemas, ya que las condiciones y políticas están en la cotización y si hubiera algún problema, el Asesor informa y coordina con el cliente
6	¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?	<p>1.- Llevar un producto por otro o no la cantidad requerida.</p> <p>2.- Horarios de Atención de los almacenes.</p>
7	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?	1.-Realizamos un post venta por ello la respuesta es oportuna el menor tiempo.
8	¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?	<p>1.-Evaluacion del cliente por parte del Área de Créditos</p> <p>2.- Se supervisa los correos, el ingreso de solicitudes de cotizaciones y respuestas de estas mismas vía correo.</p> <p>3.- Monitorear a los encargados de Compra consultando como es la Atención de la Asesora para con ellos. Si la asesora no cumple la expectativa se cambia de Asesor</p>

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>	Ejecutiva de Ventas 1
<b>Nombres y apellidos</b>	Roxana Espinoza Peña
<b>Código de la entrevista</b>	Entrevistado3 (Entrev.3)
<b>Fecha</b>	
<b>Lugar de la entrevista</b>	Oficina de la empresa, SJL

<b>Nro.</b>	<b>Sub categoría</b>	<b>Preguntas de la entrevista</b>
1	<b>Entrada de pedido</b>	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la cotización al cliente?
		¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?
2	<b>Stock</b>	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea con los productos en físico?
		¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?
3	<b>Registro</b>	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?
		¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?
4	<b>Post Venta</b>	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?
		¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?

### Matriz de respuestas

<b>Nro.</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la cotización al cliente?	Que no cuento con el stock total de los solicitado. Y Cliente solicita todo el paquete a cotizar.
2	¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?	Sunat, ver si está activo, cantidad de trabajador y sentinel para ver su estado financiero.
3	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea con los productos en físico?	Confirmando con el almacén, si hay el stock.
4	¿Qué tipo de contingencias realizan	No realizan, solo como asesor se informa el cliente la fecha de ingreso u otra alternativa.

	cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?	
5	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?	No hacer el seguimiento cuando se cotiza.
6	¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?	El horario de entrega, la comunicación con el personal de despacho.
7	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?	Si ayudan a que el cliente siga confiando en nuestros productos y buen servicio.
8	¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?	Si son afectivas, ver respuestas a las cotizaciones, precios, despachos, conformidad.

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>	Ejecutivo de Ventas 2
<b>Nombres y apellidos</b>	Jaime Flores Palma
<b>Código de la entrevista</b>	Entrevistado4 (Entrev.4)
<b>Fecha</b>	
<b>Lugar de la entrevista</b>	Oficina de la empresa, SJL

<b>Nro.</b>	<b>Sub categoría</b>	<b>Preguntas de la entrevista</b>
1	<b>Entrada de pedido</b>	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la cotización al cliente?
		¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?
2	<b>Stock</b>	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea con los productos en físico?
		¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?
3	<b>Registro</b>	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?
		¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?
4	<b>Post Venta</b>	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?
		¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?

### Matriz de respuestas

<b>Nro.</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la cotización al cliente?	Cuando el cliente solicita un producto sin especificar el modelo. El rubro del cliente Volumen de compra
2	¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?	Cantidad de trabajadores Volumen de compra Estado financiero Rubro de la empresa
3	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea con los productos en físico?	Se solicita al área responsable que revise y realice Inventario o conteo de los productos.

4	¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?	Se informa a logística, jefatura de ventas una alternativa al producto. Ofrecer propuesta alternativa al cliente Para cerrar una venta
5	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?	Si el cliente envía una orden d compra mal elaborada, sería un día perdido a su despacho. Esperar a que envíe O/C correcta y evitar horas hombres perdido.
6	¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?	Según, el tiempo de espera en las empresas. El conteo d los productos en almacén del cliente, toma tiempo El horario de atención de almacén de las empresas
7	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?	Si, porque muestra la atención prestada al cliente como un indicativo de buen servicio. Sea por teléfono, correos.
8	¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?	Efectivas: El buen servicio, interactuando con el cliente Apoyando en sus dudas e inquietudes Realizar visitas y publicidad No efectiva; Precios no competitivos No seguimiento de las cotizaciones.

## Anexo 5: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos



**Universidad  
Norbert Wiener**

**Facultad de Ingeniería y Negocios**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL**

<b>Título del documento:</b>	<b>Registro de Venta</b>	
<b>Periodo o año:</b>	<b>Agosto 2021</b>	
<b>Objetivo del documento:</b>	<b>Descripción del documento:</b>	<b>El documento responde al área o institución:</b>
Analizar y diagnosticar las pedidos, de acuerdo con las disponibilidades y el control de los despachos durante el mes de agosto 2021	Es el conjunto documentos que están enlazados entre si como registro de inventario, ordenes de venta y despachos diarios de empresas quienes están registrados en un sistema.	Ventas, Almacén

**CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL**

N.º	Documentos	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	Registro de inventario de productos	x		x		x			
2	Registro de pedidos	x		x		x			
3	Registro de Despacho diarios	x		x		x			

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si aplica

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X ]**    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Nombres y Apellidos	David Flores Zafra	DNI N°	41541647
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	992040030
Años de experiencia	4	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Doctor en Administración	Lugar y fecha	05-10-2021
Metodólogo/ temático	temático		

<sup>1</sup>Pertinencia: La pregunta abierta corresponde el concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar el componente o subcategoría específica del constructo  
<sup>3</sup>Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

<b>Título del documento:</b>	Registro de Satisfacción al cliente	
<b>Período o año:</b>	Agosto 2021	
<b>Objetivo del documento:</b>	<b>Descripción del documento:</b>	<b>El documento responde al área o institución:</b>
Determinar el nivel de atención a los clientes, antes, durante y después de atención del servicio durante el mes de agosto 2021	Esta enfocado a la anticipación de necesidades y expectativas del cliente, en busca de la fidelización a través del ofrecimiento de beneficios superiores a los de su competencia	Ventas

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N.º	Documentos	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	Registro de Seguimiento al cliente	x		x		x			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable []    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Nombres y Apellidos	David Flores Zafra	DNI N <sup>o</sup>	41541847
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	992040030
Años de experiencia	4	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Doctor en Administración	Lugar y fecha	05-10-2021
Metodólogo/ temático	temático		

<sup>1</sup>Pertinencia: La pregunta abierta corresponde el concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar el componente o subcategoría específica del constructo

<sup>3</sup>Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

<b>Título del documento:</b>	Registro de empresas	
<b>Periodo o año:</b>	Agosto 2021	
<b>Objetivo del documento:</b>	<b>Descripción del documento:</b>	<b>El documento responde al área o institución:</b>
Analizar y diagnosticar las empresas que puedan ser óptimas para iniciar una relación comercial durante el mes de agosto 2021	Es el conjunto de empresas quienes están registrados en una data, pueden estar clasificados según reporte de cantidad de trabajadores, rubro, etc.	Ventas, Cobranzas

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N.º	Documentos	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	Registro de Potenciales Clientes de <u>PeruTop</u>	x		x		x			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DERL REGISTRO DOCUMENTAL:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable []    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Nombres y Apellidos	David Flores Zafra	DNIN*	41541847
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	992040030
Años de experiencia	4	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Doctor en Administración	Lugar y fecha	05-10-2021
Metodología/ temático	temático		

<sup>1</sup>Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar el componente o subcategoría específica del constructo

<sup>3</sup>Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

<b>Título del documento:</b>	<b>Registro de Venta</b>	
<b>Período o año:</b>	<b>Agosto 2021</b>	
<b>Objetivo del documento:</b>	<b>Descripción del documento:</b>	<b>El documento responde al área o institución:</b>
Analizar y diagnosticar las pedidos, de acuerdo con las disponibilidades y el control de los despachos durante el mes de agosto 2021	Es el conjunto documentos que estan enlazados entre si como registro de inventario, ordenes de venta y despachos diarios de empresas quienes están registrados en un sistema.	Ventas, Almacén

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N.º	Documentos	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	Registro de inventario de productos	x		x		x			
2	Registro de pedidos	x		x		x			
3	Registro de Despacho diarios	x		x		x			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [  ]      Aplicable después de corregir [   ]      No aplicable [   ]

Nombres y Apellidos	Fernando Alexis Nolazco Labajos	DNI N°	400961822
Condición en la universidad	Docente metodólogo	Teléfono / Celular	947480893
Años de experiencia	19 años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Licenciado/ doctor		
Metodólogo temático	Metodólogo	Lugar y fecha	Setiembre del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

<sup>3</sup>Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

<b>Título del documento:</b>	Registro de Satisfacción al cliente	
<b>Período o año:</b>	Agosto 2021	
<b>Objetivo del documento:</b>	<b>Descripción del documento:</b>	<b>El documento responde al área o institución:</b>
Determinar el nivel de atención a los clientes, antes, durante y después de atención del servicio durante el mes de agosto 2021	Esta enfocado a la anticipación de necesidades y expectativas del cliente, en busca de la fidelización a través del ofrecimiento de beneficios superiores a los de su competencia	Ventas

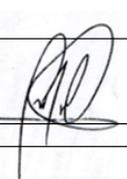
CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N.º	Documentos	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	Registro de Seguimiento al cliente	x		x		x			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [  ],      Aplicable después de corregir [  ]      No aplicable [  ]

Nombres y Apellidos	Fernando Alexis Nolazco Labajos	DNI N°	400961822
Condición en la universidad	Docente metodólogo	Teléfono / Celular	947480893
Años de experiencia	19 años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Licenciado/ doctor		
Metodólogo/ temático	Metodólogo	Lugar y fecha	Setiembre del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

<sup>3</sup>Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

<b>Título del documento:</b>	Registro de empresas	
<b>Período o año:</b>	Agosto 2021	
<b>Objetivo del documento:</b>	<b>Descripción del documento:</b>	<b>El documento responde al área o institución:</b>
Analizar y diagnosticar las empresas que puedan ser optimas para iniciar una relacion comercial durante el mes de agosto 2021	Es el conjunto de empresas quienes estan registrados en una data, pueden estar clasificados segun reporte de cantidad de trabajadores, rubro, etc.	Ventas, Cobranzas

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N.º	Documentos	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	Registro de Potenciales Clientes de <u>PeruTop</u>	x		x		x			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [  ] Aplicable después de corregir [  ] No aplicable [  ]

Nombres y Apellidos	Fernando Alexis Nolazco Labajos	DNI N°	400961822
Condición en la universidad	Docente metodólogo	Teléfono / Celular	947480893
Años de experiencia	19 años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Licenciado/ doctor		
Metodólogo/ temático	Metodólogo	Lugar y fecha	Setiembre del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

<sup>3</sup>Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

## Anexo 6: Fichas de validación de la propuesta

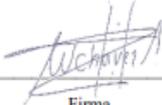
		Anexo.....Ficha de validez de la propuesta							
<b>CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA</b>									
Título de la investigación: Propuesta de una aplicación web para la gestión de ventas de una empresa comercializadora en Lima, 2021									
Nombre de la propuesta: Aplicación web para la optimización de la gestión de ventas de una empresa comercializadora en Lima, 2021									
Yo, <u>Walter Amador Chávez Alvarado</u> identificado con DNI Nro 09731774.... Especialista en... <u>Ingeniería de Sistemas</u> ..... Actualmente laboro en <u>Universidad Norbert Wiener</u> Ubicado en... <u>Av. Petit Thouars 2021, Lince</u> ...Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:									
<b>Pertinencia:</b> La propuesta es coherente entre el problema y la solución.									
<b>Relevancia:</b> Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.									
<b>Construcción gramatical:</b> se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.									
N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X		X		X			

8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

1. Aprobar la propuesta.....
2. ....
3. ....

Es todo cuanto informo;


  
 Firma

Fecha:.....18 /11/2021...

<b>Apellidos y nombres:</b>	Chávez Alvarado Walter Amador		
<b>Profesional en:</b>	Ingeniería de Sistemas	<b>Máximo grado:</b>	Magister
<b>Experiencia en años:</b>	20 años	<b>Experto en:</b>	Tecnologías de la Información
<b>DNI:</b>	09731774	<b>Celular:</b>	922517343
		<b>Relación con la entidad:</b>	Docente



Anexo.....Ficha de validez de la propuesta

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Gestión de ventas de una empresa comercializadora d en Lima, 2021

Nombre de la propuesta: Propuesta de un sistema web para la optimización de la gestión de ventas de una empresa comercializadora en Lima, 2021

Yo, Edgar Joel Leon Rosales identificado con DNI Nro|09653327 Especialista en Dirección de empresas Actualmente laboro en Masiljo Peru Sac Ubicado en Av. Los Ingenieros 263, La Molina Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

**Pertinencia:** La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

**Relevancia:** Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

**Construcción gramatical:** se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	x		x		x			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	x		x		x			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	x		x		x			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	x		x		x			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	x		x		x			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	x		x		x			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	x		x		x			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	x		x		x			

9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	x		x		x			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	x		x		x			

Y después de la revisión opino que:

1. Propuesta Aprobada

2. ....

3. ....

Es todo cuanto informo;

Firma

Fecha:22/11/2021

Apellidos y nombres:	Edgar Joel Leon Rosales		
Profesional en:	Lic. Administración en Economía y Finanzas	Título / grado	Magister
Experiencia en años:	25 años	Experto en:	Dirección de Empresas
DNI:	09653327	Celular:	964 105 377
		Relación con la entidad	Gerente Comercial

## Anexo 7: Base de datos (instrumento cuantitativo)

### Ficha de Registro Documental

Título del documento	Registro de empresas por categoría clasificados por cantidad de colaboradores e ingresos anuales
Período	2018 - 2020

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	RUC	Razón Social	Nombre Comercial	Ciudad	Nivel de Actividad	Restricción	Descripción	Descripción	Sector Especial	Sector Ingreso	Subsector	Productos
2	20451384024	AGENCIA DE TRANSPORTE	6023	Muy Alto	Sin restricción	Transporte de Freight trans	TRANSPORTE	TRANSPORTE	TRANSPORTE	TRANSPORTE	TRANSPORTE	-
3	20451384024	AGENCIA DE TRANSPORTE	6023	Muy Alto	Sin restricción	Transporte de Freight trans	TRANSPORTE	TRANSPORTE	TRANSPORTE	TRANSPORTE	TRANSPORTE	-
4	20382355751	CORPORACIÓN COTISA	1729	Muy Alto	Sin restricción	Fabricación de Manufacture	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	CO Fabricación
5	20382355751	CORPORACIÓN COTISA	1729	Muy Alto	Sin restricción	Fabricación de Manufacture	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	CO Fabricación
7	20382355751	CORPORACIÓN COTISA	1729	Muy Alto	Sin restricción	Fabricación de Manufacture	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	CO Fabricación
8	20382355751	CORPORACIÓN COTISA	1729	Muy Alto	Sin restricción	Fabricación de Manufacture	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	CO Fabricación
9	20382355751	CORPORACIÓN COTISA	1729	Muy Alto	Sin restricción	Fabricación de Manufacture	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	CO Fabricación
10	20382355751	CORPORACIÓN COTISA	1729	Muy Alto	Sin restricción	Fabricación de Manufacture	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	CO Fabricación
11	20382355751	CORPORACIÓN COTISA	1729	Muy Alto	Sin restricción	Fabricación de Manufacture	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	CO Fabricación
12	20382355751	CORPORACIÓN COTISA	1729	Muy Alto	Sin restricción	Fabricación de Manufacture	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	CO Fabricación
13	20382355751	CORPORACIÓN COTISA	1729	Muy Alto	Sin restricción	Fabricación de Manufacture	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	TEXTILES	CO Fabricación
14	20479376639	MOLINO'S ESCALY S.R.L.	1531			Elaboración de productos c	INDUSTRIA A	FOOD				-
15	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
16	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
17	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
18	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
19	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
20	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
21	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
22	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
23	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
25	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
26	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
27	20144649215	MUNICIPALIDAD DEL CENT	7511	Muy Alto	Sin restricción	Actividades c General (ove	ADMINISTR	PUBLIC ADM	ADMINISTR			-
28	20538617416	S.M.R.L. LOS TESOROS DEL	1429	Muy Alto	Sin restricción	Explotación c Other mining	MINERIA	MINING	MINERIA / M			-

## Ficha de Registro Documental

Título del documento	Inventario
Período	2018 - 2020

MASILIO PERU
Fecha : 21/01/2020  
Hora : 12:44:15

**Inventario Valorizado**  
 Inventario Físico y Valorizado

103 ALMACEN PRODUCTOS VENDIDOS					VS REPORTE MAL ESTADO						
Código	Cod. Proveed	Descripción	Act	UNI	SOLES	DOLAR	o	Clasificaci	Categoría	Marca	
011268	46181604	BOTAS CAMPERA EXPLORER T142 PUNTERA COMPOSITE SAK	1.00	PAR	US\$	95.07	28.60	IMPORTACION	BOTAS	SAKERHET	
010786	46181611	BOTAS DE PVC C/NEGRO DITTAFORTE PTA/REFORZADA PLA	6.00	PAR	US\$	86.66	26.07	DISTRIBUCION DIRECTA	BOTAS	POLISHOES	
000195	46181611	BOTAS DE PVC T142 C/NEGRO DITTAFORTE-A PTA/ACERO PL	1.00	PAR	US\$	19.74	5.94	DISTRIBUCION DIRECTA	BOTAS	POLISHOES	
000196	46181611	BOTAS DE PVC T143 C/NEGRO DITTAFORTE-A PTA/ACERO PL	2.00	PAR	US\$	40.09	12.06	DISTRIBUCION DIRECTA	BOTAS	POLISHOES	
000197	46181611	BOTAS DE PVC T144 C/NEGRO DITTAFORTE-A PTA/ACERO PL	1.00	PAR	US\$	20.58	6.19	DISTRIBUCION DIRECTA	BOTAS	POLISHOES	
010177	46181605	BOTIN MOD. ECO SAKER T/36 PIACERO CON PLANTA PU SAK	1.00	PAR	US\$	28.72	8.64	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
010178	46181605	BOTIN MOD. ECO SAKER T/37 PIACERO CON PLANTA PU SAK	2.00	PAR	US\$	57.44	17.28	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
010180	46181605	BOTIN MOD. ECO SAKER T/39 PIACERO CON PLANTA PU SAK	4.00	PAR	US\$	114.88	34.56	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
010181	46181605	BOTIN MOD. ECO SAKER T/40 PIACERO CON PLANTA PU SAK	1.00	PAR	US\$	28.72	8.64	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
010182	46181605	BOTIN MOD. ECO SAKER T/41 PIACERO CON PLANTA PU SAK	3.00	PAR	US\$	86.16	25.92	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
010183	46181605	BOTIN MOD. ECO SAKER T/42 PIACERO CON PLANTA PU SAK	3.00	PAR	US\$	84.10	25.30	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
010739	46181605	BOTIN MODELO WARRIOR T140 C/NEGRO PUNTA DE ACERO SA	5.00	PAR	US\$	172.85	52.00	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
003731	46181605	BOTIN T/35 PIACERO CON PLANTA PU MOD. O-5010 SAKERHE	1.00	PAR	US\$	30.12	9.06	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
003732	46181605	BOTIN T/36 PIACERO CON PLANTA PU MOD. O-5010 SAKERHE	2.00	PAR	US\$	62.36	18.76	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
003733	46181605	BOTIN T/37 PIACERO CON PLANTA PU MOD. O-5010 SAKERHE	2.00	PAR	US\$	62.41	18.78	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
003735	46181605	BOTIN T/39 PIACERO CON PLANTA PU MOD. O-5010 SAKERHE	7.00	PAR	US\$	216.60	65.16	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
003736	46181605	BOTIN T/40 PIACERO CON PLANTA PU MOD. O-5010 SAKERHE	20.00	PAR	US\$	609.02	183.22	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
003737	46181605	BOTIN T/41 PIACERO CON PLANTA PU MOD. O-5010 SAKERHE	10.00	PAR	US\$	305.14	91.80	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
003738	46181605	BOTIN T/42 PIACERO CON PLANTA PU MOD. O-5010 SAKERHE	7.00	PAR	US\$	214.35	64.67	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	
003739	46181605	BOTIN T/43 PIACERO CON PLANTA PU MOD. O-5010 SAKERHE	5.00	PAR	US\$	152.94	46.01	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	

Inventario Masilo 27-12-19 - Excel

Faltantes												\$ 172.86	
Código	Descripción	UND	Stock Act.	DIFERENCIA	TOTAL	Mon	Val. en DOLAR	Utl.Costo	Clasificaci	Categoría	Marca	CATEGORIA	Val. en DOLAR
011194	ANTEOJOS S10 MODELO WARRIOR LUNA OSCURA HC SAKERHET	UND	7787	-17	7770	US\$	6.46	0.38	IMPORTACION	ANTEOJOS	SAKERHET	GUANTES	\$ 94.47
010843	ANTEOJOS S20 MODELO WORKER FILO NEGRO LUNA OSCURA ANTIFOG SAK	UND	7488	-11	7477	US\$	6.47	0.59	IMPORTACION	ANTEOJOS	SAKERHET	BOTIN	\$ 46.01
011179	LENTES GOGGLE S50 PANORAMICO TRANSPARENTE ANTI-FOG SAKERHET	UND	2167	-2	2165	US\$	4.69	2.24	IMPORTACION	ANTEOJOS	SAKERHET	LINEA DE VIDA	\$ 22.16
011080	BOTIN MOD. ECO SAKER T/39 PIACERO CON PLANTA PU SAKERHET	PAR	1820	-2	1818	US\$	16.17	8.09	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	ANTEOJOS	\$ 17.61
010797	BOTIN MODELO WARRIOR T/38 C/NEGRO PUNTA DE ACERO SAKERHET	PAR	171	-1	170	US\$	10.15	10.15	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	TAPON	\$ 15.04
010798	BOTIN MODELO WARRIOR T/39 C/NEGRO PUNTA DE ACERO SAKERHET	PAR	197	-1	196	US\$	9.88	9.88	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	FAJAS	\$ 6.10
010800	BOTIN MODELO WARRIOR T/41 C/NEGRO PUNTA DE ACERO SAKERHET	PAR	462	-1	461	US\$	9.81	9.81	IMPORTACION	BOTIN	SAKERHET	Total general	\$ 201.39
000741	FAJA LUMBAR JYR - 826 TXL C/NEGRO C/ELASTICO REFORZ. Y CINTA REF	UND	22	-1	21	US\$	6.30	6.30	IMPORTACION	FAJAS	SAKERHET		
010911	GUANTES DE JEBE INDUSTRIAL RHINO 13" C-30 TALLA 9 PROTECION	PAR	158	-1	157	US\$	1.03	1.03	IMPORTACION	GUANTES	PROTECION		
010914	GUANTES DE JEBE INDUSTRIAL RHINO 13" C-35 TALLA 9 PROTECION	PAR	5658	-9	5649	US\$	10.46	1.16	IMPORTACION	GUANTES	PROTECION		
010916	GUANTES DE JEBE INDUSTRIAL RHINO 13" C-50 TALLA 9 PROTECION	PAR	454	-1	453	US\$	1.97	1.97	IMPORTACION	GUANTES	PROTECION		
010751	GUANTES DE NITRILLO VERDE 13" 0,18MM TALLA 7 CON FLOCK SAKERHET	PAR	169	-41	118	US\$	30.80	0.80	IMPORTACION	GUANTES	SAKERHET		
010753	GUANTES DE NITRILLO VERDE 13" 0,18MM TALLA 3 CON FLOCK SAKERHET	PAR	1504	-23	1481	US\$	13.80	0.80	IMPORTACION	GUANTES	SAKERHET		
010946	GUANTES SOLDADOR CUERO 18" ROJO KEVLAR FORRO INTERNO SAKERHE	PAR	2975	-2	2973	US\$	5.64	2.82	IMPORTACION	GUANTES	SAKERHET		
010945	GUANTES SOLDADOR DESCARNE 14" NARANJA KEVLAR CON FORRO SAKER	PAR	6624	-1	6623	US\$	2.44	2.44	IMPORTACION	GUANTES	SAKERHET		
010941	LINEA DE VIDA DOBLE 1,80M GANCHOS GRANDES AMORTIGUADOR ANSI SA	UND	689	-1	688	US\$	22.16	22.16	IMPORTACION	LINEA DE VIC	SAKERHET		
010360	TAPON DE OIDO SILICONA AMARILLO CON CORDON SK-TC ESTUCHE SAKER	UND	73327	-47	73290	US\$	15.04	0.14	IMPORTACION	TAPON	SAKERHET		

Título del documento	Historial de Pedido
Período	2018 - 2020

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Nitro Pro 10 ¿Qué desea hacer? Compartir

K6

MASILJO PERU

**Detalle de Documentos de Salidas**  
Detalle de Documentos de Salidas - del 01/01/2020 al 01/12/2020

Emisión	Td	Numero	ID Cliente	Nombre o Razón Social	Mon	Valor Neto	Impuestos	Total	Saldo	Condición	Fec.Vcto.	Días	Td	Doc.Ref.	Respons	
10	20/01/2020	P	000007773	007079	HAIUS S.A	USD	928.25	293.03	1221.27	CREDITO 30 DIAS	19/02/2020	65.00		000004 AGUADO POCIO	3.32	CFCH40548
11	20/01/2020	P	000007774	004382	PROFESIONALES EN MANTENIMIENTO S.R.L.	USD	1388.47	249.93	1638.40	LETRAS 30 DIAS	19/02/2020	65.00		000005 LESLY UTRILLA	3.32	2020-22000001
12	20/01/2020	P	000007774	004633	TRANSPORTES ACOMESA S.A.C.	USD	447.00	89.46	536.46	CREDITO 30 DIAS	20/02/2020	64.00		000005 MARITZA LLAMCOCA	3.31	
13	20/01/2020	P	000007774	000893	JUAN LENG DELGADO S.A.C.	USD	1286.64	231.60	1518.24	CREDITO 30 DIAS	20/02/2020	64.00		000004 AGUADO POCIO	3.31	OIC 02881
14	20/01/2020	P	000007774	000795	UNA DAS S.A	USD	25.00	4.50	29.50	CREDITO 30 DIAS	20/02/2020	64.00		000005 MARITZA LLAMCOCA	3.31	OIC 451624310
15	22/01/2020	P	000007774	002159	CONSORCIO GEODERMALICA S.A.C.	USD	48.44	8.36	56.80	CREDITO 30 DIAS	21/04/2020	536.00		000005 ROCANA ESPINOSA	3.32	
16	22/01/2020	P	000007774	002159	CONSORCIO GEODERMALICA S.A.C.	USD	65.25	11.74	76.99	CREDITO 30 DIAS	21/04/2020	536.00		000005 ROCANA ESPINOSA	3.32	
17	24/01/2020	P	000007774	000495	INDUSTRIAL DON MARTIN S.A.C.	USD	437.00	78.68	515.68	CREDITO 30 DIAS	23/02/2020	536.00		000005 ROCANA ESPINOSA	3.32	
18	19/09/2020	P	000007774	002886	C2 MINING SOLUTIONS S.A.C.	USD	371.30	66.63	437.93	CREDITO 30 DIAS	14/02/2020	662.00		000004 ELIZABETH CARBAJAL	3.32	
19	20/02/2020	P	000007774	004633	TRANSPORTES ACOMESA S.A.C.	USD	638.88	105.62	744.50	CREDITO 30 DIAS	20/02/2020	937.00		000005 MARITZA LLAMCOCA	3.43	OIC2002 H6
20	14/03/2020	P	000007774	002159	CONSORCIO GEODERMALICA S.A.C.	USD	102.50	19.45	121.95	CREDITO 30 DIAS	4/06/2020	491.00		000005 ROCANA ESPINOSA	3.44	
21	26/05/2020	P	000007777	000971	BDA SEGURIDAD S.A.C	USD	762.69	127.27	889.97	CONTADO	26/05/2020	500.00		000093 DISTRIBUIDOR	3.43	
22	19/06/2020	P	000007777	000508	SAVI GROUP S.A.C.	USD	258.75	46.87	305.62	CONTADO	19/06/2020	500.00		000093 DISTRIBUIDOR	3.59	
23	23/06/2020	P	000007772	002769	G V YICHANG & CIA S A	USD	4400.00	820.00	5220.00	CREDITO 30 DIAS	20/02/2020	322.00		000005 ROCANA ESPINOSA	3.59	
24	11/02/2020	P	000007774	002626	PAPIFICADORA BEMO DEL PERU S.A	USD	73.42	12.22	85.64	CREDITO 30 DIAS	23/02/2020	290.00		000003 KATHERINE OLIVARES	3.61	
25	10/02/2020	P	000007774	004488	VFD GENERAL SOLUTIONS S.A.C.	USD	104.86	19.87	124.73	CONTADO	10/02/2020	300.00		000093 DISTRIBUIDOR	3.61	
26	23/04/2020	P	000007862	000133	G & R SERVICE S.A.C.	USD	231.20	41.62	272.82	CREDITO 30 DIAS	23/04/2020	527.00		000005 LESLY UTRILLA	3.36	
27	20/01/2020	P	000007858	000462	LARI CONTRATISTAS S.A.C.	USD	1432.50	257.85	1690.35	LETRAS 30 DIAS	19/02/2020	65.00		000004 ELIZABETH CARBAJAL	3.32	50377
28	20/01/2020	P	000007858	000133	CONSORCIO GEODERMALICA S.A.C.	USD	895.24	99.34	994.58	CREDITO 30 DIAS	19/04/2020	999.00		000005 ROCANA ESPINOSA	3.32	20-LM
29	20/01/2020	P	000007858	000881	APPLE GLASS PERUANA S.A.C	USD	400.82	72.80	473.62	CREDITO 30 DIAS	19/02/2020	65.00		000005 MARITZA LLAMCOCA	3.32	5074
30	20/01/2020	P	000007858	000981	APPLE GLASS PERUANA S.A.C	USD	210.00	37.80	247.80	CREDITO 30 DIAS	19/02/2020	65.00		000005 MARITZA LLAMCOCA	3.32	5783
31	20/01/2020	P	000007858	000438	AUSPIC S.A.C.	USD	248.40	44.71	293.11	CREDITO 30 DIAS	19/02/2020	65.00		000004 AGUADO POCIO	3.32	000786

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Nitro Pro 10 ¿Qué desea hacer? Compartir

E7

MASILJO PERU

**Detalle de Documentos de Salidas**  
Detalle de Documentos de Salidas - del 01/01/2019 al 01/12/2019

Emisión	Td	Numero	ID Cliente	Nombre o Razón Social	Mon	Valor Neto	Impuestos	Total	Saldo	Condición	Fec.Vcto.	Días	Td	Doc.Ref.	Respons
10	2/01/2019	P	0000071687	003769	G V YICHANG & CIA S A	USD	75.70	13.63	89.33	CREDITO 30 DIAS	1/02/2019	980.00		000010 ROXANA ESPINO	
11	2/01/2019	P	00010075522	004905	SMARTCOLD S.A.C	USD	1084.00	195.12	1279.12	CONTADO	2/01/2019	10.00		000008 OFICINA VENTAS	
12	2/01/2019	P	00010075523	000679	MECANICOS DEL PLASTICO S.A.C.	USD	56.00	10.08	66.08	CREDITO 30 DIAS	1/02/2019	980.00		000008 MARITZA LLAMO	
13	2/01/2019	P	00010075524	000353	AJPER DEL ORIENTE S.A.	USD	168.00	30.24	198.24	CREDITO 60 DIAS	3/03/2019	950.00		000008 MARITZA LLAMO	
14	2/01/2019	P	00010075525	000353	AJPER DEL ORIENTE S.A.	USD	1042.50	187.65	1230.15	CREDITO 60 DIAS	3/03/2019	950.00		000008 MARITZA LLAMO	
15	2/01/2019	P	00010075528	004462	EMPRESA SUMINISTRADORA DEL NORTE DE PRODUCTOS INDU	USD	2838.86	510.99	3349.85	LETRAS 30 DIAS	1/02/2019	980.00		000064 ELIZABETH CARE	
16	2/01/2019	P	00010075529	000009	AJPER S.A.	USD	2003.01	360.54	2363.55	CREDITO 60 DIAS	3/03/2019	950.00		000008 MARITZA LLAMO	
17	2/01/2019	P	00010075530	004462	EMPRESA SUMINISTRADORA DEL NORTE DE PRODUCTOS INDU	USD	2838.86	510.99	3349.85	LETRAS 30 DIAS	1/02/2019	980.00		000064 ELIZABETH CARE	
18	2/01/2019	P	00010075531	000353	AJPER DEL ORIENTE S.A.	USD	845.40	152.17	997.57	CREDITO 60 DIAS	3/03/2019	950.00		000008 MARITZA LLAMO	
19	2/01/2019	P	00010075532	004186	EULEN DEL PERU DE SERVICIOS GENERALES S.A.	USD	86.10	15.50	101.60	CREDITO 30 DIAS	1/02/2019	980.00		000065 LESLY UTRILLA	
20	2/01/2019	P	00010075533	001458	P&G INDUSTRIAL PERU S.R.L.	USD	171.84	30.93	202.77	CREDITO 60 DIAS	3/03/2019	950.00		000008 MARITZA LLAMO	
21	2/01/2019	P	00010075534	002478	JM SEGURIDAD INDUSTRIAL S.A.C	USD	35.76	6.44	42.20	CREDITO 30 DIAS	1/02/2019	980.00		000093 DISTRIBUIDOR	
22	2/01/2019	P	00010075535	001458	P&G INDUSTRIAL PERU S.R.L.	USD	70.44	12.68	83.12	CREDITO 60 DIAS	3/03/2019	950.00		000008 MARITZA LLAMO	
23	2/01/2019	P	00010075536	001458	P&G INDUSTRIAL PERU S.R.L.	USD	203.60	36.65	240.25	CREDITO 60 DIAS	3/03/2019	950.00		000008 MARITZA LLAMO	
24	2/01/2019	P	00010075537	000137	SUDAMERICANA DE FIBRAS S.A.	USD	1136.60	204.59	1341.19	CREDITO 30 DIAS	1/02/2019	980.00		000065 LESLY UTRILLA	
25	2/01/2019	P	00010075538	004472	METALCROX CORPORACION METAL MECANICA S.A.C.	USD	425.43	76.58	502.01	CREDITO 30 DIAS	1/02/2019	980.00		000008 MARITZA LLAMO	
26	2/01/2019	P	00010075539	004559	TECNO AIRE SRL	USD	54.00	9.72	63.72	CONTADO	2/01/2019	10.00		000093 DISTRIBUIDOR	

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Nitro Pro 10 ¿Qué desea hacer? Compartir

P19

MASILJO PERU

**Detalle de Documentos de Salidas**  
Detalle de Documentos de Salidas - del 01/01/2018 al 01/12/2018

Emisión	Td	Numero	ID Cliente	Nombre o Razón Social	Mon	Valor Neto	Impuestos	Total	Saldo	Condición	Fec.Vcto.	Días	Td	Doc.Ref.	Respons
10	2/01/2018	PV	000010015008	000205	WILBY BUSCH S.C.R.L.	USD	93.78	16.88	110.66	CREDITO 07 DIAS	9/01/2018	1368.00		000005 MARITZA	
11	2/01/2018	PV	000010015009	001634	2 A INGENIEROS S.A.C.	USD	7927.50	1426.95	9354.45	CREDITO 30 DIAS	1/02/2018	1345.00		000010 ROXANA E	
12	2/01/2018	PV	000010015010	000161	APPLE GLASS PERUANA SAC	USD	596.18	107.31	703.49	CREDITO 30 DIAS	1/02/2018	1345.00		000008 MARITZA	
13	2/01/2018	PV	000010015011	001050	GEOFUNDACIONES DEL PERU S.A.C.	USD	40.03	7.21	47.24	CREDITO 45 DIAS	16/02/2018	1330.00		000010 ROXANA E	
14	2/01/2018	PV	000010015013	0004133	G & R SERVICE S.A.C.	USD	236.00	42.48	278.48	CREDITO 30 DIAS	1/02/2018	1345.00		000007 OFICINA P	
15	2/01/2018	PV	000010015014	000199	SAGER SOCIEDAD ANONIMA SUOCURSAL PERU	USD	47.56	8.56	56.12	CREDITO 30 DIAS	1/02/2018	1345.00		000007 OFICINA P	
16	2/01/2018	PV	000010015015	003724	INDELPAS S.A.	USD	294.00	52.92	346.92	CREDITO 30 DIAS	1/02/2018	1345.00		000105 ROSARIO	
17	2/01/2018	PV	000010015016	004945	WARS SERVICE S.A.C	USD	188.00	33.84	221.84	CREDITO 30 DIAS	1/02/2018	1345.00		000007 OFICINA P	
18	2/01/2018	PV	000010015017	004036	EMPRESA DE TRANSPORTES EXPRESO INTERNACIONAL PALOM	USD	188.00	33.84	221.84	CREDITO 30 DIAS	1/02/2018	1345.00		000007 OFICINA P	
19	2/01/2018	PV	000010015021	000218	FABRICA NACIONAL DE ACUMULADORES ETNA S.A.	USD	240.27	43.25	283.52	CREDITO 60 DIAS	3/03/2018	1315.00		000010 ROXANA E	
20	3/01/2018	PV	000010015023	000709	AEI S.R.L.	USD	2167.33	390.12	2557.45	CREDITO 30 DIAS	23/01/2018	1354.00		000010 ROXANA E	
21	3/01/2018	PV	000010015024	001243	MJR - WY S.A.C.	USD	322.50	58.05	380.55	CREDITO 30 DIAS	2/02/2018	1344.00		000094 AGUADO P	
22	3/01/2018	PV	000010015025	003866	C2 MINING SOLUTIONS S.A.C.	USD	1145.40	206.17	1351.57	CREDITO 30 DIAS	2/02/2018	1344.00		000064 ELIZABETH	
23	3/01/2018	PV	000010015026	003447	CIA DE SEGURIDAD PROSEGUR S A	USD	61.70	11.11	72.81	CREDITO 30 DIAS	2/02/2018	1344.00		000064 ELIZABETH	
24	3/01/2018	PV	000010015028	002140	AUSTIN ENGINEERING PERU S.A.C.	USD	332.12	59.78	391.90	CREDITO 60 DIAS	4/03/2018	1314.00		000008 MARITZA	
25	3/01/2018	PV	000010015029	002886	HLC INGENIERIA Y CONSTRUCCION SOCIEDAD ANONIMA CER	USD	142.26	25.61	167.87	CREDITO 30 DIAS	2/02/2018	1344.00		000008 MARITZA	
26	3/01/2018	PV	000010015030	000799	AEI S.R.L.	USD	390.00	70.20	460.20	CREDITO 30 DIAS	2/02/2018	1344.00		000010 ROXANA E	

Título del documento	Historial de Despacho
Período	2018 - 2020

C10 CLINICA SAN FELIPE SA

MASILJO PERU

**Detalle de Despachos**  
del 01/01/2019 al 01/12/2019

Fecha	Cliente	Lugar	Guia Remision	Factura	Monto	Vendedor	Estado
1-Jul 0-1	TECNOSOILSAC	SAN ISIDRO	107079	101-12787	1.149,84	ROXANA	DESPACHO
0-2	VE SOLUCIONES LOGIST SAN ISIDRO		107074	101-12782	1.257,50	LESLY	DESPACHO
0-3	CLINICA SAN FELIPE SA	JESUS MARIA	107088	101-12796	US\$ 1,755.00	JAIME	DESPACHO
0-4	SERVICIOS INTEGRADO SURQUILLO		107096	101-12804	189,00	JAIME	DESPACHO
	SERVICIOS INTEGRADO SURQUILLO		107094	101-12802	1.129,50	JAIME	DESPACHO
	SERVICIOS INTEGRADO SURQUILLO		107085	101-12793	1.734,60	JAIME	DESPACHO
	SERVICIOS INTEGRADO SURQUILLO		107084	101-12792	888,60	JAIME	DESPACHO
	SERVICIOS INTEGRADO SURQUILLO		107083	101-12791	1.489,20	JAIME	DESPACHO
	SERVICIOS INTEGRADO SURQUILLO		107075	101-12783	447,20	JAIME	DESPACHO
	SERVICIOS INTEGRADO SURQUILLO		107071	101-12779	1.793,60	JAIME	DESPACHO
	SERVICIOS INTEGRADO SURQUILLO		107076	101-12784	309,60	JAIME	DESPACHO
	SERVICIOS INTEGRADO SURQUILLO		107086	101-12794	796,00	JAIME	DESPACHO
0-5	AUTORIDAD DE TRASN SURQUILLO		107070	101-12777	2.795,00	JAIME	DESPACHO
0-6	CARTONES VILLA MARIA VES				1.224,00	LESLY	DESPACHO
2-Jul 0-1	SERVICIOS LA MARINA	LIMA	107064	101-12772	1.580,00	ELIZABETH	DESPACHO
0-2	ADM INCA SAC	CALLAO	107029	101-12737	US\$ 1,392.00	ELVA	DESPACHO
0-3	ALIDA SA	LIMA	107022	101-12730	US\$ 689.50	LESLY	DESPACHO
0-4	BASF PERUANA	LIMA	107078	101-12786	1.222,42	JAIME	DESPACHO
0-5	VE SOLUCIONES LOGIST CALLAO		107071	101-12782	1.267,50	LESLY	DESPACHO
0-6	EANKA CAPITAL SAC	LOS OLIVOS	107090	101-12797	1.926,69	ELVA	DESPACHO

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Nitro Pro 10 ¿Que desea hacer? Compartir

N20

MASILJO PERU

**Detalle de Despachos**  
del 01/01/2020 al 01/12/2020

Fecha	Cliente	Lugar	Remision	Factura	Monto	Vendedor	Estado
4-Ene	1 TRANSPORTES CRL STA ANITA		001-109025	101-14550	949,90	MARITZA	DESPACHO
	2 INDUSTRIAS NETT/ ATE		001-109037	101-14562	236,00	MARITZA	DESPACHO
	3 RIVERA DIESEL SA ATE		001-109038	101-14563	510,00	MARITZA	DESPACHO
	4 SMART CAMPS PEF CALLAO		001-109040	101-14565	512,00	LESLY	DESPACHO
	5 CERTIFICACIONES CALLAO		001-109039	101-14564	401,20	LESLY	DESPACHO
5-Ene	1 OEFA JESUS MARIA		1108741	101-14328		JAIM	DESPACHO
	2 ASCENSORES CHIN SURQUILLO		001-109047	101-14572	206,50	LESLY	DESPACHO
	3 DELCROSA SA LIMA		001-109049	101-14574	382,20	MARITZA	DESPACHO
	4 ALIDA SA CERCADO		001-109050	101-14575	538,74	LESLY	DESPACHO
	5 INTERAMERICAN S CALLAO		001-109051	101-14576	67,26	LESLY	DESPACHO
	6 ISCO TRANSPORTE CALLAO		001-109053	101-14578	48,85	LESLY	DESPACHO
	7 GRUAS SA CALLAO		001-109056	101-14581	525,69	KATHERINE	DESPACHO
	8 ACTIVIDADES ELEC COMAS		001-109054	101-14579	1.512,29	ROXANA	DESPACHO
	1 YOBEL SUPPLY CHA SJL		001-109058	101-14583	2.564,73	LESLY	DESPACHO
	2 CHEM MASTERS DE SJL		001-13534	201-1613	448,40	YESSICA	DESPACHO
	3 MODAS DIVERSAS SJL		001-13535	201-1614	1.538,72	YESSICA	DESPACHO
	4 TECNOFLOW SAC ATE		001-109048	101-14573	276,12	ROXANA	DESPACHO
	5 EULEN DEL PERU LA MOLINA		001-109057	101-14582	339,25	LESLY	DESPACHO
	6 FERROSALT SA LURIN		001-109043	101-14568	130,74	ELIZABETH	DESPACHO

Título del documento	Historial de Seguimiento
Período	2018 - 2020

REPORTE ROCIO - Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Nitro Pro 10 ¿Qué desea hacer?

J20

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2		<b>Detalle de Consumos: Llamadas Salientes</b>				<b>Fecha: 29/09/2018</b>		
3		<b>Número: 979345601</b>				<b>Hora: 09:02:50 AM</b>		
4		<b>Desde: 06/09/2018 Hasta: 05/10/2018</b>						
5								
6								
7		<b>Fecha y Hora</b>	<b>Línea de Destino</b>	<b>Duración</b>	<b>Consumo</b>	<b>Saldo</b>	<b>Destino</b>	<b>Operador</b>
8		26-sep 11:04 AM	940142224	00:01:45	1.75	0.00 Min	RPC	CLARO
9		26-sep 10:58 AM	999779970	00:01:00	1.00	66,666,285.47	Off Net Movil	ENTEL
10		24-sep 06:28 PM	940142224	00:00:20	0.33	0.00 Min	RPC	CLARO
11		24-sep 05:57 PM	940142224	00:00:36	0.60	0.00 Min	RPC	CLARO
12		24-sep 05:39 PM	987866410	00:01:04	1.07	0.00 Min	RPC	CLARO
13		24-sep 05:38 PM	940142224	00:00:36	0.60	0.00 Min	RPC	CLARO
14		24-sep 04:56 PM	998170269	00:00:51	0.85	66,666,291.77	Off Net Movil	ENTEL
15		24-sep 04:41 PM	940142224	00:01:28	1.47	0.00 Min	RPC	CLARO
16		24-sep 04:36 PM	940142224	00:01:39	1.65	0.00 Min	RPC	CLARO
17		24-sep 04:30 PM	998170269	00:01:33	1.55	66,666,292.62	Off Net Movil	ENTEL
18		24-sep 04:30 PM	998170269	00:02:00	2.00	66,666,296.17	Off Net Movil	ENTEL
19		24-sep 04:30 PM	998170269	00:02:00	2.00	66,666,294.17	Off Net Movil	ENTEL
20		24-sep 03:56 PM	998170269	00:01:01	1.02	66,666,298.17	Off Net Movil	ENTEL
21		24-sep 02:58 PM	987117572	00:01:09	1.15	0.00 Min	RPC	CLARO
22		24-sep 12:07 PM	971773633	00:00:44	0.73	66,666,299.18	Off Net Movil	MOVISTAR
23		24-sep 12:05 PM	971773633	00:00:40	0.67	66,666,299.92	Off Net Movil	MOVISTAR
24		22-sep 12:48 PM	986255421	00:00:14	0.23	0.00 Min	RPC	CLARO
25		22-sep 10:29 AM	940142224	00:01:49	1.82	0.00 Min	RPC	CLARO
26		22-sep 09:28 AM	960111757	00:00:58	0.97	66,666,300.58	Off Net Movil	ENTEL
27		22-sep 08:05 AM	960111757	00:02:00	2.00	66,666,301.57	Off Net Movil	ENTEL

llamada saliente mensaje correos

REPORTE ROCIO - Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Nitro Pro 10 ¿Qué desea hacer?

J17

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2			<b>Detalle de Consumos: SMS</b>			<b>cha: 29/09/2018</b>		
3			<b>Número: 979345601</b>			<b>Hora: 09:03:23 AM</b>		
4			<b>Desde: 06/09/2018 Hasta: 05/10/2018</b>					
5								
6								
7								
		<b>Fecha y Hora</b>	<b>línea de Destino</b>	<b>Saldo</b>	<b>Operador</b>			
8		18-sep 06:27 PM	973473754	999999999956 MSJ	CLARO			
9		18-sep 06:27 PM	973473754	999999999957 MSJ	CLARO			
10		18-sep 06:27 PM	973473754	999999999958 MSJ	CLARO			
11		18-sep 06:26 PM	973473754	999999999959 MSJ	CLARO			
12		18-sep 06:26 PM	973473754	999999999960 MSJ	CLARO			
13		18-sep 06:26 PM	973473754	999999999961 MSJ	CLARO			
14		18-sep 12:18 AM	973473754	999999999962 MSJ	CLARO			
15		18-sep 12:18 AM	973473754	999999999963 MSJ	CLARO			
16		18-sep 12:18 AM	973473754	999999999964 MSJ	CLARO			
17		18-sep 11:49 AM	957205679	999999999965 MSJ	CLARO			
18		18-sep 11:49 AM	957205679	999999999966 MSJ	CLARO			
19		18-sep 11:49 AM	957205679	999999999967 MSJ	CLARO			
20		18-sep 11:46 AM	957205679	999999999968 MSJ	CLARO			
21		18-sep 11:46 AM	957205679	999999999969 MSJ	CLARO			
22		18-sep 11:46 AM	957205679	999999999970 MSJ	CLARO			
23		18-sep 11:45 AM	957205679	999999999971 MSJ	CLARO			
24		18-sep 11:45 AM	957205679	999999999972 MSJ	CLARO			
25		18-sep 11:45 AM	957205679	999999999973 MSJ	CLARO			
26		18-sep 11:43 AM	957205679	999999999974 MSJ	CLARO			
27		18-sep 11:43 AM	957205679	999999999975 MSJ	CLARO			

llamada saliente **mensaje** correos +

Listo

### Anexo 8: Transcripción de las entrevistas y/o informe del análisis documental

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>		Gerente Comercial
<b>Nombres y apellidos</b>		Edgar Joel León Rosales
<b>Código de la entrevista</b>		Entrevistado1 (Entrev.1)
<b>Fecha</b>		
<b>Lugar de la entrevista</b>		Oficina de la empresa, La Molina
<b>Nro.</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la cotización al cliente?	Que no cuento con el stock total de los solicitado. Y Cliente solicita todo el paquete a cotizar.
2	¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?	Sunat, ver si está activo, cantidad de trabajador y sentinel para ver su estado financiero.
3	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea con los productos en físico?	Confirmando con el almacén, si hay el stock.
4	¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?	No realizan, solo como asesor se informa el cliente la fecha de ingreso u otra alternativa.
5	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?	No hacer el seguimiento cuando se cotiza.
6	¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?	El horario de entrega, la comunicación con el personal de despacho.
7	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?	Si ayudan a que el cliente siga confiando en nuestros productos y buen servicio.

8	¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?	Si son efectivas, ver respuestas a las cotizaciones, precios, despachos, conformidad.
---	--	---

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>		Jefa de Ventas
<b>Nombres y apellidos</b>		Elva Candia Contreras
<b>Código de la entrevista</b>		Entrevistado2 (Entrev.2)
<b>Fecha</b>		
<b>Lugar de la entrevista</b>		Oficina de la empresa, La Molina
<b>Nro.</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la atención al cliente?	1.- Falta de Stock 2.- Bloqueo por Morosidad o límite de Crédito
2	¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?	1.-Las Prospecciones de las Asesoras son revisadas bajo el Sistema de Sunat (Cantidad de trabajadores, Rubro) 2.- Revisión de la empresa por Sentinel 3.- Visitas Comerciales para sacar toda información como Proyección de Compra
3	¿Qué acciones realizan cada vez que el Kardex no se alinea con los productos en físico?	1.-Comunicar inmediatamente al cliente por el problema que se ha suscitado y por parte de Almacén revisar problema y actualizar el kardex para no tener más problemas
4	¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?	1.-En El caso de licitaciones por la penalidad se transporta el producto por línea aérea 2.-Clientes Fidelizados, Informar al cliente que se agotó el producto 3. Se Coordina con gerencia para que dé el visto bueno en comprar el producto que se agotó solamente para clientes A1

5	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?	No tenemos problemas, ya que las condiciones y políticas están en la cotización y si hubiera algún problema el Asesor informa y coordina con el cliente
6	¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?	1.- Llevar un producto por otro o no la cantidad requerida. 2.- Horarios de Atención de los almacenes.
7	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?	1.-Realizamos un post venta por ello la respuesta es oportuna el menor tiempo.
8	¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?	1.-Evaluacion del cliente por parte del Área de Créditos 2.- Se supervisa los correos, el ingreso de solicitudes de cotizaciones y respuestas de estas mismas vía correo. 3.- Monitorear a los encargados de Compra consultando como es la Atención de la Asesora para con ellos. Si la asesora no cumple la expectativa se cambia de Asesor

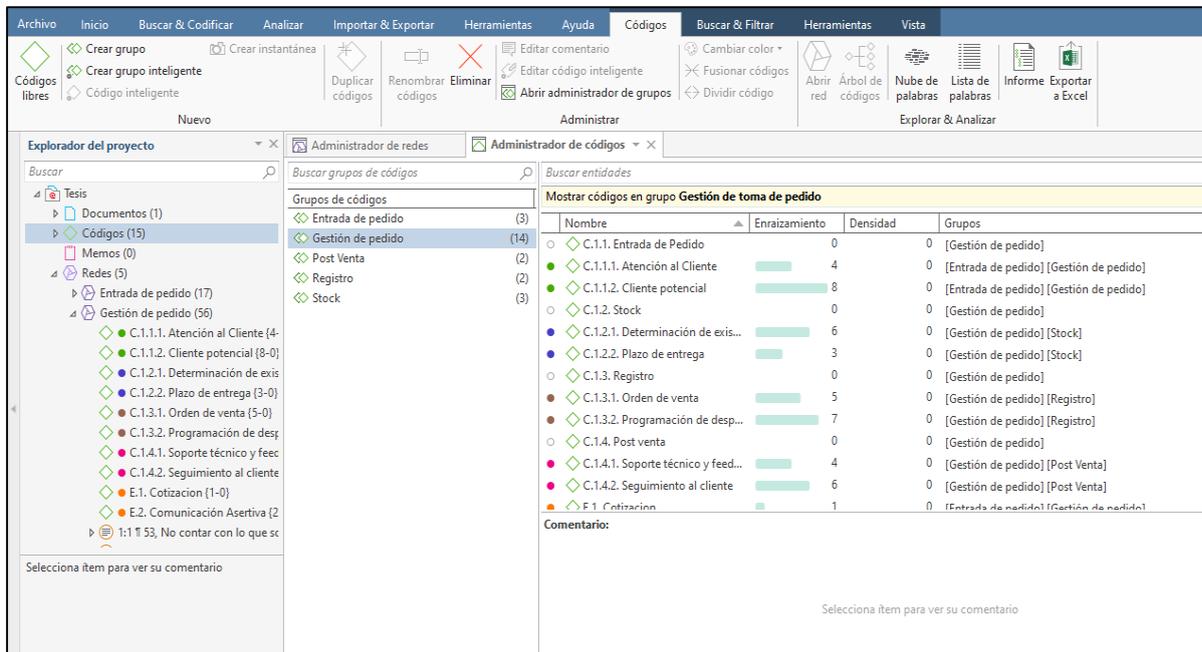
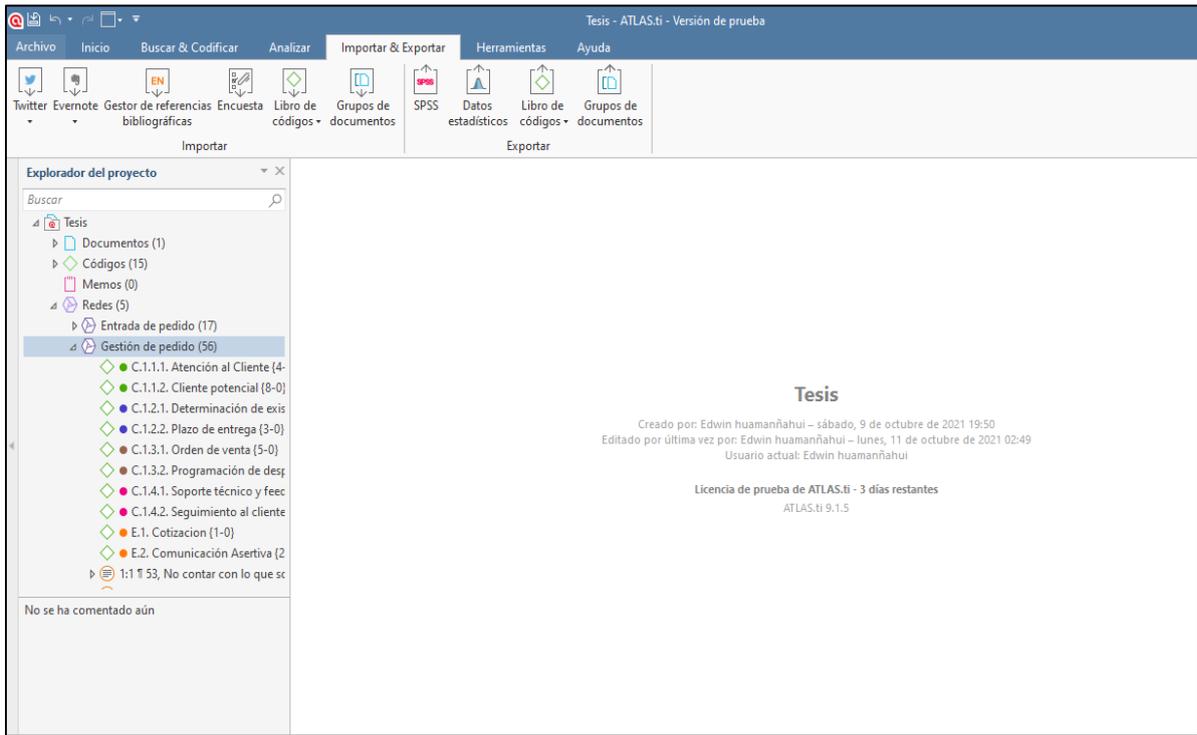
<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>		Ejecutiva de Ventas 1
<b>Nombres y apellidos</b>		Roxana Espinoza Peña
<b>Código de la entrevista</b>		Entrevistado3 (Entrev.3)
<b>Fecha</b>		
<b>Lugar de la entrevista</b>		Oficina de la empresa, SJL
<b>Nro.</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la cotización al cliente?	Que no cuento con el stock total de los solicitado. Y Cliente solicita todo el paquete a cotizar.
2	¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?	Sunat, ver si está activo, cantidad de trabajador y sentinel para ver su estado financiero.
3	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea con los productos en físico?	Confirmando con el almacén, si hay el stock.

4	¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?	No realizan, solo como asesor se informa el cliente la fecha de ingreso u otra alternativa.
5	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?	No hacer el seguimiento cuando se cotiza.
6	¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?	El horario de entrega, la comunicación con el personal de despacho.
7	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?	Si ayudan a que el cliente siga confiando en nuestros productos y buen servicio.
8	¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?	Si son afectivas, ver respuestas a la cotización, precios, despachos, conformidad.

<b>Cargo o puesto en que se desempeña:</b>		Ejecutivo de Ventas 2
<b>Nombres y apellidos</b>		Jaime Flores Palma
<b>Código de la entrevista</b>		Entrevistado4 (Entrev.4)
<b>Fecha</b>		
<b>Lugar de la entrevista</b>		Oficina de la empresa, SJL
<b>Nro.</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
1	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la cotización al cliente?	Cuando el cliente solicita un producto sin especificar el modelo. El rubro del cliente Volumen de compra
2	¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?	Cantidad de trabajadores Volumen de compra Estado financiero Rubro de la empresa

3	¿Qué acciones realizan cada vez que el kardex no se alinea con los productos en físico?	Se solicita al área responsable que revise y realice Inventario o conteo de los productos.
4	¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?	Se informa a logística, jefatura de ventas una alternativa al producto. Ofrecer propuesta alternativa al cliente Para cerrar una venta
5	Con respecto al tiempo, ¿En cuánto afecta la mala elaboración de las órdenes de venta?	Si el cliente envía una orden d compra mal elaborada, sería un día perdido a su despacho. Esperar a que envíe O/C correcta y evitar horas hombres perdido.
6	¿Cuáles son los problemas comunes que se presenta durante el despacho de los productos?	Según, el tiempo de espera en las empresas. El conteo d los productos en almacén del cliente, toma tiempo El horario de atención de almacén de las empresas
7	¿Los métodos utilizados en la respuesta oportuna al cliente, ayudan a mantener una buena relación comercial?	Si, porque muestra la atención prestada al cliente como un indicativo de buen servicio. Sea por teléfono, correos.
8	¿Las estrategias planteadas al seguimiento al cliente son efectivas, cuales son efectivas y cuales no dieron los resultados esperados?	Efectivas: El buen servicio, interactuando con el cliente Apoyando en sus dudas e inquietudes Realizar visitas y publicidad No efectiva; Precios no competitivos No seguimiento de las cotizaciones.

## Anexo 9: Pantallazos del Atlas ti



Archivo Inicio Buscar & Codificar Analizar Importar & Exportar Herramientas Ayuda Redes Buscar & Filtrar Vista

Crear grupo Crear grupo inteligente Duplicar Renombrar red Eliminar Editar comentario Abrir administrador de grupos Abrir red Exportar a Excel Explorar Analizar

Nuevo Administrar

Explorador del proyecto Administrador de redes Administrador de códigos Administrador de grupos de códigos Administrador de documentos D 1: ENTREVISTAS

Buscar

Tesis
 

- Documentos (1)
- Códigos (15)
- Memos (0)
- Redes (5)
  - Entrada de pedido (17)
  - Gestión de pedido (56)
  - Post Venta (13)
  - Registro (15)
  - Stock (11)
- Grupos de documentos (0)
- Grupos de códigos (5)
- Grupos de memos (0)
- Grupos de redes (0)
- Transcripciones de multimedia (0)

Selecciona ítem para ver su comentario

No hay grupos de redes  
Cargar redes para así agruparlas  
[Conoce más sobre grupos](#)

Buscar redes

Nombre	Grado	Grupos	Creado por	Modifica
Entrada de pedido	17		Edwin huamannahui	Edwin hu
Gestión de pedido	56		Edwin huamannahui	Edwin hu
Post Venta	13		Edwin huamannahui	Edwin hu
Registro	15		Edwin huamannahui	Edwin hu
Stock	11		Edwin huamannahui	Edwin hu

Comentario:

Selecciona ítem para ver su comentario

Archivo Inicio Buscar & Codificar Analizar Importar & Exportar Herramientas Ayuda Documento Herramientas Transcripciones Vista

Crear cita libre Asignar códigos Codificación in vivo Codificación rápida Buscar & Codificar Codificación de grupo focal Renombrar Eliminar Desvincular Invertir Relación vínculo Comentario Nube de palabras Lista de palabras Buscar en documento Editar Imprimir

Codificación Cita Entidades en el área al margen Explorar & Analizar Documento

Explorador del proyecto administrador de redes Administrador de códigos Administrador de grupos de códigos Administrador de documentos D 1: ENTREVISTAS W

Buscar

Tesis
 

- Documentos (1)
- Códigos (15)
- Memos (0)
- Redes (5)
  - Entrada de pedido (17)
  - Gestión de pedido (56)
  - Post Venta (13)
  - Registro (15)
  - Stock (11)
- Grupos de documentos (0)
- Grupos de códigos (5)
- Grupos de memos (0)
- Grupos de redes (0)
- Transcripciones de multimedia (0)

Selecciona ítem para ver su comentario

## Matriz de respuestas

Nro	Preguntas	Respuestas
1	¿Cuáles son algunos problemas que se puede detectar durante la atención al cliente?	No contar con lo que solicita, que no envíe su telefónico para el correspondiente seguimiento
2	¿Cuáles son los filtros y criterios que usan para determinar si una empresa es potencial cliente?	Número de trabajadores, solidez financiera,
3	¿Qué acciones realizan cada vez que el cardex no se alinea con los productos en físico?	Revisar las salidas en ventas, muestras u otro manera que se pueda saber que paso con esa mercadería
4	¿Qué tipo de contingencias realizan cada vez que no cuentan con productos de alta rotación?	Contingencias: malestar del cliente, descredito empresa, riesgo de pérdida de la cuenta, falta de previsión.
5	Con respecto al	Es evidente que se pierde tiempo, recursos de

C1.1.1. Atención al Cliente

C1.1.2. Cliente potencial

C1.2.1. Determinación de exist...

C1.2.1. Determinación de exist...

C1.3.2. Programación de desp...