



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

SISTEMA WEB PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA
LUBRISSA S.A.C.

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

AUTOR:

MENDOZA RAMÍREZ XIOMARA JENNIFER

ASESOR:

IVÁN PÉREZ FARFÁN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistemas de Información y Comunicaciones

LIMA – PERÚ

2018

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 5

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) MENDOZA RAMIREZ, XIOMARA JENNIFER cuyo título es: SISTEMA WEB PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA LUBRISSA S.A.C

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 18 Dieciocho.

Ate, Viernes 13 de Julio del 2018



 Mgtr. PEREZ FARFAN IVAN MARTIN
 PRESIDENTE



 Mgtr. MENÉNDEZ MUERAS ROSA
 SECRETARIO



 Mgtr. ANGELES PINILLOS DANIEL
 VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

A mis padres, mi esposo, hijos y tía por brindarme su apoyo incondicional y comprensión para la realización de mi investigación.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme salud, fuerza y bendiciones en mi vida.

Agradezco a mi asesor Iván Pérez y maestros por el tiempo de ayuda y dedicación.

A mi familia por su comprensión y amor.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo XIOMARA JENNIFER MENDOZA RAMÍREZ estudiante de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Cesar Vallejo, identificada con el DNI N°72410937, con la tesis titulada "Sistema Web para el proceso de ventas en la empresa Lubrissa S.A.C." DECLARO BAJO JURAMENTO lo siguiente:

1. La presente información presentada en la tesis es de mi auditoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiada, es decir no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. De identificarse la presencia de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), autoplagio (de algún trabajo de investigación que ya haya sido publicado), asumo las consecuencias de mis acciones, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, julio del 2018



XIOMARA JENNIFER MENDOZA RAMIREZ

PRESENTACIÓN

Señor presidente

Señores miembros del jurado

Presento la tesis titulada “Sistema web para el proceso de ventas en la empresa Lubrissa S.A.C.”

En el capítulo I se detalla los datos principales los cuales son la realidad problemática, trabajos previos , teorías relacionadas al tema; además de la formulación del problema, planteamiento de hipótesis, la definición de nuestros objetivos y luego la metodología a utilizar para el desarrollo del sistema web.

En el capítulo II, se detalla el tipo y diseño de investigación así como las definiciones conceptuales y operacionales de las variables y los indicadores; seguido de ello se presenta la población y la muestra respectiva. Terminado el proceso se explica las herramientas utilizadas para la recolección de datos y metodología.

En el capítulo III, encontramos el resultado de la investigación, mediante la herramienta estadística SPSS.

En el capítulo IV, se presenta la discusión de la investigación

En el capítulo V, las conclusiones a la que se llegaron en la investigación.

En el capítulo VI, las recomendaciones, en el capítulo VII, las referencias de la investigación y para finalizar en el capítulo VIII los anexos respectivos.

La autora

Sistema Web para el proceso
De ventas en la empresa
Lubrissa S.A.C.

Xiomara Mendoza Ramírez

INDICE GENERAL

PÁGINA DEL JURADO.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTOS.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
I. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad Problemática.....	14
1.2. Trabajos previos.....	19
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	26
1.3.1 Sistema Web.....	26
1.3.2 Venta.....	28
1.3.3 Proceso de Venta.....	28
1.4. Formulación del problema.....	42
1.4.1 Problema Principal.....	42
1.4.2 Problemas Secundarios.....	42
1.5. Justificación de estudio.....	42
1.5.1 Justificación Tecnológica.....	42
1.5.2 Justificación Económica.....	43
1.5.3 Justificación Institucional.....	43
1.5.4 Justificación Operativa.....	44
1.6. Hipótesis.....	45
1.6.1 Hipótesis General.....	45
1.6.2 Hipótesis Específicas.....	45

1.7. Objetivos.....	45
1.7.1 Objetivo General.....	45
1.7.2 Objetivos Específicos.....	45
II. MÉTODO.....	46
2.1. Tipo de estudio.....	46
2.1.1 Tipo de Estudio.....	46
2.1.2 Diseño de Estudio.....	47
2.1.3 Método de Investigación.....	48
2.2. Variables, operacionalización.....	48
2.3. Población y muestra.....	52
2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	54
2.5. Método de análisis de datos.....	57
2.5.1 Prueba de Normalidad.....	58
2.5.2 Definición de variables.....	59
2.5.3 Hipótesis Estadística.....	59
2.6. Aspectos éticos.....	63
III. RESULTADOS.....	64
IV. DISCUSIÓN.....	82
V. CONCLUSIÓN.....	84
VI. RECOMENDACIONES.....	85
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
VII. ANEXOS.....	89

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Resultados del Indicador Margen de contribución total.,.....	18
Figura N° 2: Resultados del Indicador Volumen de ventas producto.....	19
Figura N° 3: Las iteraciones en RUP.....	34
Figura N° 4: Fases en el Proceso Unificado Racional.....	35
Figura N° 5: Fases SCRUM	36
Figura N° 6: Proceso SCRUM	38
Figura N° 7: Metodología XP.....	39
Figura N° 8: Fases de Programación Extrema.....	40
Figura N° 9: Cuadro comparativo de las metodologías.....	41
Figura N° 10: Diseño de Estudio.....	47
Figura N° 11: MCT antes y después de implementar el sistema.....	66
Figura N° 12: VVP antes y después de implementar el sistema.....	67
Figura N° 13: Pre-test para el indicador MCT.....	69
Figura N° 14: Post-test para el indicador MCT.....	70
Figura N° 15: Diagrama de Caja y Bigote para el MCT.....	71
Figura N° 16: Pre-test para el indicador VVP.....	73
Figura N° 17: Post-test para el indicador VVP.....	74
Figura N° 18: Diagrama de Caja y Bigote para el VVP.....	75

INDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Validación de expertos para aplicar la metodología.....	41
Tabla N°2: Operacionalización de Variables.....	50
Tabla N°3: Operacionalización de los Indicadores.....	51
Tabla N°4: Población.....	52
Tabla N°5: Medidas descriptivas del pre-test y post-test MCT.....	65
Tabla N°6: Medidas descriptivas del pre-test y post-test VVP.....	66
Tabla N°7: Prueba de normalidad para el MCT.....	68
Tabla N°8: Prueba de normalidad para el VVP.....	72
Tabla N°9: Prueba de Rangos de U Mann-Withney para el MCT.....	77
Tabla N°10: Estadísticos de contraste.....	78
Tabla N°11: Prueba de Rangos de Wilcoxon para el VVPT.....	80
Tabla N°12: Estadístico de contraste.....	80

INDICE DE ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia.....	90
Anexo 02: Acta de Entrevista.....	91
Anexo 03: Ficha de Registro para el indicador MCT(PRE-TEST).....	94
Anexo 04: Instrumento para el indicador Volumen de Ventas producto.	96
Anexo 05: Ficha de Registro para el indicador VVP(PRE-TEST).....	97
Anexo 06: Ficha de Registro para el indicador MCT(POST-TEST).....	98
Anexo 07: Ficha de Registro para el indicador VVP(POST-TEST).....	100
Anexo 08: Validación de Instrumento de Metodología.....	101
Anexo 09: Evaluación del Juicio de Expertos.....	104

RESUMEN

El presente proyecto comprende el estudio de proceso de ventas en la empresa LUBRISSA S.A.C., al cual se le propone el desarrollo e implementación de un sistema web. Dicho proceso se realizaba de forma manual, generando problemas en los registros, demora en ventas de productos. Presenta como objetivo principal determinar la influencia del sistema web en el proceso de ventas, teniendo en cuenta los objetivos específicos para su realización.

El sistema web está desarrollado bajo la metodología Scrum y base de datos MySQL, adaptándose a los requerimientos del usuario, para mejorar el proceso de ventas; automatizando los procesos de la empresa.

La investigación es de tipo aplicada , experimental como diseño de estudio es pre-experimental; donde se consideró como indicadores el margen de contribución total y el volumen de venta por producto; por el cual tuvo como muestra 24 registros diarios de venta para el indicador margen de contribución total y 20 productos para el volumen de ventas por producto, utilizando la prueba de Shapiro Wilk para la validación de hipótesis con respecto a la normalidad de datos y Wilcoxon para el contraste de ellas.

Finalmente se demostró que el sistema web mejoró el proceso de ventas en la empresa LUBRISSA S.A.C. obteniendo un aumento de 53,3% en el margen de contribución total y un aumento de 67,3% de aumento en el volumen de ventas por producto.

Palabras claves: Sistema Web, proceso de ventas, Scrum.

ABSTRACT

This project includes the study of sales process in the company LUBRISSA S.A.C., which is proposed the development and implementation of a web system. This process was carried out manually, generating problems in the records, delay in product sales. Its main objective is to determine the influence of the web system on the sales process, taking into account the specific objectives for its realization.

The web system is developed under the Scrum methodology and MySQL database, adapting to the user's requirements, to improve the sales process; automating the processes of the company.

The research is of applied, experimental type as study design is pre-experimental; where the total contribution margin and the volume of sales per product were considered indicators; for which it had as sample 24 daily sales records for the total contribution margin indicator and 20 products for the volume of sales per product, using the Shapiro Wilk test for the validation of hypothesis with respect to the normality of data and Wilcoxon for the contrast of them.

Finally it was shown that the web system improved the sales process in the company LUBRISSA S.A.C. obtaining a 53.3% increase in the total contribution margin and an increase of 67.3% in the volume of sales per product.

Keywords: Web System, sales process, Scrum.

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 4
--	---	---

Yo, Iván Martín Pérez Farfán, docente de la Facultad Ingeniería y Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad César Vallejo Filial Lima campus ate, revisor (a) de la tesis titulada "SISTEMA WEB PARA EL PROCESO DE VENTAS EN LA EMPRESA LUBRISSA S.A.C", del (de la) estudiante MENDOZA RAMIREZ, XIOMARA JENNIFER, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha Ate 13 de Julio del 2018




 Firma

Iván Martín Pérez Farfán
 DNI: 08647541

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Sistema Web para el proceso
 De ventas en la empresa
 Lubrissa S.A.C.

Xiomara Mendoza Ramírez