



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**Implementación de un sistema web para la automatización del  
proceso de ventas en la Empresa Best Store21 S.A.C. - 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero de Sistemas

**AUTORES:**

Bustamante Paz, Flavio Ronaldo (ORCID: 0000-0001-8049-4343)

Madrid Aquino, Jhoe Armando Francisco (ORCID: 0000-0003-4732-1859)

**ASESOR:**

Dr. Romero Ruiz, Hugo José Luis (ORCID: 0000-0002-6179-8736)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Sistemas de Información y Comunicación

LIMA – PERÚ

2020

## DEDICATORIA

A mis padres Francisco Madrid y Marlene Aquino por haberme forjado como la persona que soy actualmente. Me formaron con principios y valores los cuales me motivaron para culminar mi carrera satisfactoriamente.

Madrid Aquino, Jhoe Armando  
Francisco

Para mis padres, Félix Bustamante y Julia Paz siempre me han apoyado incondicionalmente moral y económicamente, para que pueda convertirme en un profesional. En todos los años de mi carrera universitaria.

Bustamante Paz, Flavio Ronaldo

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por permitirme alcanzar este gran logro en mi vida, en segundo lugar a mis docentes UCV por haberme asesorado correctamente en el desarrollo de mi tesis, por ultimo agradecer a todas las personas que confiaron en mí.

Madrid Aquino, Jhoe Armando  
Francisco

A Dios por permitirme alcanzar este gran logro en mi vida. A mi familia porque siempre ha estado allí desde el primer día para darme ánimos y apoyo.

Bustamante Paz, Flavio Ronaldo

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria .....	i
Agradecimiento .....	ii
Índice de contenidos .....	iii
Índice de tablas .....	iv
Índice de gráficos y figuras.....	v
Resumen.....	vi
Abstract .....	vii
I. Introducción .....	1
II. Marco Teórico.....	4
III. Metodología .....	10
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	10
3.2. Variables y Operacionalización .....	10
3.3. Población (criterios de selección) , muestra, muestreo, unidad de análisis.....	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	11
3.5. Procedimientos.....	11
3.6. Método de análisis de datos .....	12
3.7. Aspectos éticos .....	13
IV. Resultados.....	14
V. Discusión .....	25
VI. Conclusiones .....	29
VII. Recomendaciones .....	30
Referencias .....	31
Anexos .....	36

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Prueba de normalidad para el pretest del indicador de número de ventas.....	16
Tabla N° 02: Prueba de normalidad para el postest del indicador de número de ventas.....	16
Tabla N° 03: Prueba de normalidad para el pretest del indicador de fidelización de clientes .....	18
Tabla N° 04: Prueba de normalidad para el postest del indicador de fidelización de clientes .....	19
Tabla N° 05: Prueba de hipótesis del pretest y postest del indicador número de ventas.....	22
Tabla N° 06: Prueba de hipótesis del pretest y postest del indicador de fidelización de clientes .....	23
Tabla N° 07: Cuadro comparativo de metodología de desarrollo	
Tabla N° 08: Descripción de la Operacionalización de variables	
Tabla N° 09: Determinación de la población	
Tabla N° 10: Determinación de la población	
Tabla N° 11: Técnicas e instrumentos de recolección de datos	
Tabla N° 12: Confiabilidad del indicador número de ventas	
Tabla N° 13: Confiabilidad del indicador fidelización de clientes	
Tabla N° 14: Matriz de consistencia	

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura N° 01: Pretest y Postest del número de ventas.....	14
Figura N° 02: Pretest y Postest de fidelización de clientes .....	14
Figura N° 03: Indicador de número de ventas en el Pretest.....	16
Figura N° 04: Indicador de número de ventas en el Postest .....	17
Figura N° 05: Índice de fidelización de clientes en el Pretest.....	19
Figura N° 06: Índice de fidelización de clientes en el Pretest.....	21
Figura N° 07: Fases del proceso de la Metodología XP	
Figura N° 08: Diseño de Estudio	
Figura N° 09: Formula del Coeficiente de Pearson	

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo implementar un sistema web para la automatización del proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. tuvo como tipo de investigación aplicada y diseño experimental del tipo pre experimental. En los resultados se logró una mejora en el número de ventas donde se incrementó un 12.99% y un 19.43% en la fidelización de clientes. Finalmente, se obtuvo un incremento de mejora de un 16.21% en promedio para la automatización del proceso de ventas utilizando el sistema web como herramienta tecnológica.

**Palabras Clave:** Sistema Informático, Automatización, Comercio.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to implement a web system for the automation of the sales process in the company Best Store21 S.A.C. had as a type of applied research and experimental design of the pre-experimental type. In the results, an improvement was achieved in the number of sales where there was an increase of 12.99% and a 19.43% in customer loyalty. Finally, an average improvement increase of 16.21% was obtained for the automation of the sales process using the web system as a technological tool.

**Keywords:** Computer System, Automation, Commerce.



## I. INTRODUCCIÓN

In Italy and Romania, the sales processes are carried out from the implementation of techniques where customers can be attracted and achieve their satisfaction with the service provided (Inbound and outbound marketing techniques: a comparison between italian and romanian pure players and click and mortar companies, 2015).

Today micro-businesses, sales are done manually, and so much time is wasted and it becomes very tedious (Design of a Web System for Sales Processes in a Microenterprise in Peru, 2020).

En el Perú, el sector de ventas se vio como un medio para la adquisición y despacho de productos; es decir que, para las organizaciones es sumamente importante, puesto que estas generan ingresos para la misma, cabe decir que los artículos sean entregados a tiempo según la fecha establecida a fin de que el cliente este conforme por el servicio brindado.

La empresa BEST STORE21 S.A.C., es una empresa que hace ventas al por mayor y menor de artículos para el hogar, la cual registra sus ventas en una hoja bond, lo cual genera mayor riesgo en perdida de información ya sea de los productos vendidos o de los clientes. Así mismo, hay una pérdida de dinero ya que el cliente realiza devoluciones de los productos vendidos por una mala digitalización de parte del vendedor. Esto genera muy poca fiabilidad en la venta de productos y de la empresa en sí por lo que se están perdiendo a los clientes que generaban más compras en el mes. A la empresa esto le genera muchos problemas frente a otras organizaciones por el descenso de clientes, por la cual esto no ayuda a alcanzar los objetivos que se ha propuesto como establecimiento.

Según la conversación (Anexo N° 01) que se tuvo realizado con la encargada de dirigir la empresa nos dice que las causas por lo que han bajado sus ventas es por la mala digitalización por parte del vendedor, como perdida de productos que no se encuentran registrado.

Ante esta situación, se le propuso a la dueña soluciones: Una de ellas es contratar más personal altamente capacitado para realizar las ventas de forma

correcta. También una de las soluciones, es la realización de una plataforma web para así automatizar las ventas, donde todos sus productos se mantengan organizados por categorías, esto ayudará a realizar la venta mucho más eficiente, exacta e interactiva.

De la presente investigación se formuló el siguiente problema:

¿Cómo la implementación de un sistema web influye para la automatización del proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. - 2020?

La justificación en investigaciones permitió mejorar los procesos de ventas para que se realicen mucho más rápido y efectivo; de igual manera, evaluó la calidad de servicio y las transacciones de venta, por lo que se estima la funcionalidad y efectividad previa y posterior de la implementación del plataforma Web (González, y otros, 2017).

En vista de la teoría anterior se pudo realizar la justificación teórica, practica y social, donde, la justificación teórica se realizó ya que el sistema web como herramienta de evaluación del logro de competencias de exploración científica en las empresas con el rubro de ventas, cuya calidad de servicio y transacciones se pudo sistematizarse, para ser incluido como conocimiento a las organizaciones que se dedican a las ventas en sí, en otras palabras la justificación práctica se realizó porque es necesario mejorar el nivel de desempeño de las organizaciones dedicadas al rubro de ventas ya que se dio una mejor calidad de servicio para los clientes mediante una transacción fluida y sin demoras, finalmente, la presente investigación se realizó la justificación social ya que tiene un aporte muy significativo para las empresas que se dedican a rubro de ventas ya que apoya a evaluar la eficiencia en que se realizaron las transacciones y como se lleva a cabo la calidad de servicio en la organización; es decir, el uso del sistema web puede solucionar problemas mucho más complejos en las organizaciones.

Se planteó como objetivo general lo siguiente:

Determinar la influencia del sistema web para la automatización del proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

De igual forma se plantearon los siguientes objetivos específicos:

Determinar cómo al automatizar el proceso de ventas influye en el número de ventas con un sistema web en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

Determinar cómo al automatizar el proceso de ventas influye en la fidelización de clientes con un sistema web en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

Se planteó como hipótesis general lo siguiente:

La implementación del sistema influye positivamente en la automatización del proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

De igual forma, se plantearon las siguientes hipótesis específicas:

La implementación del sistema web aumenta el número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

La implementación del sistema web aumenta la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes nacionales de la presente investigación:

Guillermo planteó un problema por la creciente demanda de colocación de tarjetas de crédito y los inconvenientes que generó la baja tasa de activación de las tarjetas emisoras. ScotiaBank redujo el número de sus socios estratégicos, dejando solo los canales que más contribuyeron a la producción y activación. Esto dio lugar a que las materias primas (en este caso, el "prospecto") se subdividieron, asignaron y reasignaron de la misma manera para todos los socios estratégicos. Su propósito fue realizar un sistema web. Tipo de investigación aplicada, el valor de la muestra se determinó en la atención de 30 clientes, pues este fue el valor básico para poder utilizar la tabla t-Student, se tomó como tipo de muestreo Aleatorio Simple. Se pudo detectar algunos factores que nos ayudaron en nuestra investigación los cuales son: las ventas en 30.99%, etc. Se tomó como referencia el número de ventas, para así poder entender a la perfección las ventas. En conclusión, los siguientes factores implícitos en este artículo tuvo un impacto positivo en el proceso de venta (Guillermo, 2017).

Ipanaque planteó como problemática que el área de sistemas observó el desborde de una gran cantidad de procesos que generaron dentro de sus departamentos, a los que tienen que dar una solución inmediata. El objetivo fue determinar el impacto del desarrollo de aplicaciones web en la mejora del proceso de ventas. El tipo de investigación fue descriptiva. La aplicación de ventas desarrollada para la entidad Terabyte influencio favorablemente en la apreciación de las ventas para que los clientes estén satisfechos por la compra, pieza importante que definió al índice de calidad de servicio. Esta referencia ayudó a tener más ideas sobre la variable "Proceso de Ventas" que condujo para la explicación y entendimiento, ya que esto ayudo a definir perfectamente la teoría de proceso de ventas e identificar mejor el índice. Finalmente, el desarrollo de una plataforma web, donde ayudo a tener un flujo de información más ordenada y a disposición de los altos mandos (Ipanaque, 2017).

Negri planteó como problemática, a la hora de presentar informes de clientes y estado de ventas, esto condujo a una mala gestión y falta de herramientas técnicas para controlar a los clientes. El objetivo fue determinar el impacto del desarrollo de aplicaciones web en la mejora de la gestión de clientes. El tipo de investigación fue experimental-aplicada. La aplicación web ayudo a tener un mayor control de la cartera de clientes que posee la empresa IMECSA S.A.C. en la cual mejoro en un 98.93% la gestión de clientes. Esta referencia ayudo a tener más ideas sobre CLV (Customer Lifetime Value) para poder aumentar la producción de la empresa en estudio. Finalmente, la implementación del sistema web ayudo a tener un mejor flujo de información de los clientes (Negri, 2017).

Saavedra planteó el problema de la falta de herramientas técnicas que cubran toda su base de clientes. Por tanto, el objetivo fue producir y comercializar productos de pastelería innovadores y de alta calidad. La propuesta de implementar la tienda virtual fue rentable, por lo que las ventas se incrementaron en más de 10 veces y la calidad del servicio también mejoró. Este precedente ayudo a comprender y especificar cómo las herramientas virtuales centradas en el negocio pueden multiplicar las ventas (Saavedra, 2016).

Antecedentes internacionales de la presente investigación:

El propósito de la investigación de Guanolema fue desarrollar un sistema Web de monitoreo interno que utilizó un método de guía de prueba para ayudar a automatizar el proceso de compra y venta de manera efectiva y satisfacer las necesidades de la microempresa comercial "Raza". Tipo de investigación aplicada, como muestra se requirieron 3 requisitos funcionales, el cual fue parte del sistema seleccionado aplicando el muestreo no probabilístico más importante, por lo que la población fue de 29 requisitos funcionales, donde, se utilizó la ayuda de observación y cronómetro. Partiendo de esta premisa, se tuvo en cuenta la definición de un sistema de automatización de procesos de venta. Finalmente, luego de analizar los resultados estadísticos, se confirmó que existe una diferencia real en la reducción de la cantidad de ventas, esta

reducción se lleva a cabo entre procesos manuales y automáticos del 25% al 91% (Guanolema, 2019).

Reinoso tuvo como propósito de estudio implementar una aplicación web para la gestión de venta de productos. Fue un estudio de tipo documental, de campo e investigación - acción, la población de estudio fue de 500, la muestra fue de 64 personas, y el muestreo 70 entre clientes y empleados; la herramienta de colección de datos fue la guía de entrevista y cuestionario. El principal impacto fue que la empresa no puede informar a sus clientes sobre la existencia de sus productos, estas fueron las únicas formas de comunicación empresa-cliente: el teléfono y la presencia física, por lo que se ve obligado a realizar una Aplicación Web para la gestión de ventas, que le permita realizar el proceso de ventas de sus productos a través de internet. Finalmente, la plataforma web desarrollada, logró mejorar la administración comercial, principalmente en temas relacionados con el uso de los inventarios, registrando, ordenando y permitiendo que la información se ejecute de una forma ligera y segura (Reinoso, 2018).

Apugllón tuvo como propósito de estudio implementar una aplicación web para mejorar la gestión de ventas y de servicios en la Empresa COMPUDAV. El tipo de investigación que se empleó fue Bibliográfica y de Campo, la comunidad fue de 54 personas, la muestra fue toda la gente dentro de la comunidad a las que se realizaron las encuestas. Los principales resultados fueron que se pudo lograr la comunicación correctamente durante la entrevista, ya que se vio también el proceso de venta desde la perspectiva de los clientes para que puedan tener una mejor atención y una venta correcta. En conclusión, se implementó el aplicativo web haciendo uso de un hosting para realizar las pruebas de funcionamiento correcto de la web (Apugllón, 2018).

Según algunos autores, podemos definir un sistema o aplicación web es:

Un sistema web es una herramienta tecnológica que automatiza los procesos del negocio, nos sirve para que a través de internet se pueda realizar tareas de algún proceso del negocio (Dextre, 2018).

Web system is any tool that can make requests for information while the server and the database work internally to process the information and show it to the user (Jakobson, y otros, 2015).

Definiciones sobre el desarrollo de sistemas y/o aplicaciones web:

Structured programming is a programming paradigm designed to improve the clarity, quality, and development time of computer programs. (Structured Programming, 2018).

En la ingeniería de programación de aplicaciones web, actualmente existen una variedad de tecnologías y lenguajes de programación que pueden ayudarnos a hacer la Web más robusta y tener mayor seguridad de la información, estos lenguajes son: Java, C, Python, C++, C#, Visual Basic .NET, JavaScript, PHP, SQL, MySQL, Oracle, etc. (Enfoque basado en gamificación para el aprendizaje, 2016).

Using PHP and MySQL to develop applications, you can establish dynamic web and user interaction to improve functionality between web pages (Edling, 2017).

PHP se puede ejecutar en cualquier dispositivo con capacidad suficiente para conectarse a cualquier base de datos; además, cuenta con una buena fuente de documentación en su sitio web oficial. (Torres, 2014).

Definiciones de procesos de ventas:

En la actualidad Las ventas forman una gran herramienta fundamental para las empresas, haciendo mejoras desde la perspectiva del cliente para que logre tener una mejor calidad de servicio y una mejor transacción (Virgilio, 2014).

Today, marketing has been applied to various organizations that intend to offer and sell the products they own (Baines, y otros, 2017). Sales procedures have a number of methods adopted by employers to engage and provide clients with high-quality services, which is why sales transactions often have a relationship between clients and the company. (Design of a Web System for Sales Processes in a Microenterprise in Peru, 2020).

Este proceso implica establecer una relación positiva entre el consumidor y la empresa para que puedan volver a comprar su producto o servicio (El marketing como estrategia para la fidelización del cliente, 2017).

Customer Lifetime Value theories:

CLV (Customer Lifetime Value) It is a marketing strategy that helps the company determine value or profits from customers for a certain time (Customer value anticipation, product innovativeness, and customer lifetime value: The moderating role of advertising strategy, 2016).

(CLV) is an important and increasingly considered concept in the field of general marketing and business management to improve the profit margins obtained. It represents the total value generated by the customer throughout his life (On the customer lifetime value: a mathematical perspective, 2016).

Definición de calidad de servicio y transacción:

La calidad del servicio se implementa en la organización para asegurar la satisfacción de sus clientes, pues para los clientes, no solo es una tarea importante continuar asistiendo a la empresa en la compra de productos, sino también comunicarse o recomendar con otros, lo cual es muy importante. (Rojas, 2018).

Una transacción es el proceso de proporcionar información almacenada en un sistema de información que realiza un acuerdo económico y comercial entre dos personas, como un acuerdo de compraventa (Zambrano, 2018).

Definiciones sobre automatización de procesos / process automation:

The way things are changing all the time, and even seeking to streamline the execution of their processes, thus reducing work time, reducing costs and increasing the importance of each task (Web Pages Classification with Parliamentary Optimization Algorithm, 2017).

Según los autores, el propósito de automatizar el proceso de ventas es resolver sus problemas de manera más efectiva y comprender mejor a sus clientes. Puede utilizar herramientas técnicas para resolver este problema, que pueden



automatizar las operaciones de comunicación sin gastar mucho tiempo y energía lidiando con estos procesos en cada ejecución. (Herrera, y otros, 2017).

Podemos investigar sobre metodología de implementación de sistemas web, las cuales son:

Extreme Programming (XP), focus on improving interpersonal relationships as a key to successful software development, promoting teamwork, caring for programmers learning and creating a good work environment (Beck, y otros, 2004).

Extreme Programming se basa en los comentarios de los usuarios y programadores, porque se mantienen en contacto con los participantes, lo que reduce el tiempo de finalización de cada ciclo que se ejecutará y ayuda enormemente a los usuarios porque XP enfrenta desafíos.

Se considera que, XP es un método de desarrollo de software ligero. Por lo tanto, se clasifica como software de pasantía, donde la comunidad entre los desarrolladores de software está en constante evolución para resolver problemas de inmediato y ser capaz de satisfacer las cambiantes necesidades comerciales. (Fuentes, 2015).

La figura de las fases del proceso de la metodología XP se puede ver en el Anexo N° 08.

Rational Unified Process (RUP), management discipline to specify the tasks and responsibilities in the developer company. The intention is to be in charge of developing high-level programs that meet the client's requirements (complying with the assigned schedule and budget), according to the different stages of the methodology: initiation, elaborated design, construction, transition (Rational Unified Process, 2014).

La metodología Scrum es un escenario de trabajo, que está diseñado para lograr la efectividad del equipo de trabajo. Aplica una gran cantidad de reglas y las trata como contexto para producir una o más estructuras que funcionen bien. Esto significa que Scrum es un método que se puede aplicar a cualquier empresa para facilitar su implementación, tiene 3 roles: Scrum Master, Product

Owner y Working Group. También tienen un elemento llamado Sprint, que ayuda a crear versiones útiles del producto durante la fase de trabajo. (Metodologías ágiles frente a las tradicionales en el proceso de desarrollo de software, 2018).

Para la selección de la metodología se tomara en cuenta el siguiente criterio del juicio de expertos el cual se puede ver en el Anexo N° 03, 04 y 05.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

La investigación fue de tipo aplicada; porque, ayudo a explorar más la influencia del sistema Web y el proceso de ventas automatizado (Hernández, y otros, 2014)

El diseño fue experimental de tipo preexperimental por lo que administra el programa del equipo y luego explora variables para verificar el nivel de grupo (Hernández, y otros, 2014).

Observe el Anexo N° 16, el cual hace relación al diseño de estudio en la Figura N° 08.

#### **3.2. Variables y Operacionalización**

(VI): Sistema Web.

(VD): Proceso de Ventas.

VI: Ayudó a darle un mejor funcionamiento en la gestión del proceso del negocio.

VD: Proceso en el cual intervienen las dimensiones junto con los indicadores medibles para el negocio.

Observe el Anexo N° 17, la tabla N° 08 donde se muestra la Descripción de la Operacionalización de Variables.

#### **3.3. Población (criterios de selección) , muestra, muestreo, unidad de análisis**

Población es un conjunto de casos, que formarán la relación de selección de muestras e implementarán una serie de métodos preestablecidos. (El protocolo de investigación III: la población de estudio, 2016).

The sample is a subset of the population from which a smaller number of the population obtained can be obtained, so we will not need so many resources (Methodology Series Module 5: Sampling Strategies, 2016).

La población y la muestra para la presente tesis la puede observar en el Anexo N° 18, el cual hace referencia a la Tabla N° 09 y N° 10.

In this study, a non-probabilistic convenience sampling was used (Sampling and Sampling Methods, 2017).

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

La técnica de observación trató de verificar ciertos hechos que sucedieron en la situación real y registrar datos de acuerdo con ciertos programas planificados previamente (Yañez, 2017).

El instrumento de ficha de registro es un método que sirvió para recopilar y almacenar información que además de incluir la extensión, también le da una unidad y un valor. (Yañez, 2017).

Observe el Anexo N° 19 - Tabla N° 11, el cual es Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

#### **3.5. Procedimientos**

En la presente tesis se realizó un documento donde se justificó la colección de datos de la empresa (Ver Anexo N° 01 y N° 02), tal recolección ayudo a obtener las ventas que realiza la empresa, el cual apoyara a los indicadores “número de ventas” y “fidelización de clientes” para lo cual se utilizó el instrumento ficha de registro de la técnica observación. Dichos indicadores se obtuvieron de las teorías referenciadas anteriormente.

### 3.6. Método de análisis de datos

H1: La implementación del sistema web aumenta el índice del número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

Indicador: Número de Ventas

Dónde:

PVa: Número de Ventas previo al poner en práctica la plataforma web.

PVb: Número de Ventas posterior al poner en práctica la plataforma web.

Hipótesis H1<sub>0</sub>: La implementación del sistema web no aumenta el índice del número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

$$H1_0 = PVa \geq PVb$$

Hipótesis H1<sub>1</sub>: La implementación del sistema web aumenta el índice del número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

$$H1_1 = PVb > PVa$$

H2: La implementación del sistema web aumenta el índice de la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

Indicador: Fidelización de Clientes.

Dónde:

FCa: Fidelización de Clientes previo al poner en práctica la plataforma web.

FCb: Fidelización de Clientes posterior al poner en práctica la plataforma web.

Hipótesis H2<sub>0</sub>: La implementación del sistema web no aumenta el índice de la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

$$H2_0 = FCa \geq FCb$$

Hipótesis H2<sub>1</sub>: La implementación del sistema web aumenta el índice de la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

$$H2_1 = FCb > FCa$$

### **3.7. Aspectos éticos**

In our current society, people often debate values and believe that they will also depend on current needs and can be completely reinterpreted (Zane, y otros, 2020).

La Empresa fue informada como corresponde y se obtuvo la verificación de la encargada de dirigir la empresa para la finalidad de este proyecto de investigación (ver Anexo N° 01 y N° 02). El trato que los autores del presente proyecto tuvieron una notable cercanía con la encargada de la dirección de la entidad comercial él cual fue amable. La información que la entidad comercial nos brindó fue únicamente para fines del desarrollo del presente proyecto. El proyecto fue aceptado y correctamente documentada para su posterior implementación. Los autores de este proyecto se comprometen acatar la fidelidad del producto obtenido y la fiabilidad de la información proporcionados por la empresa.

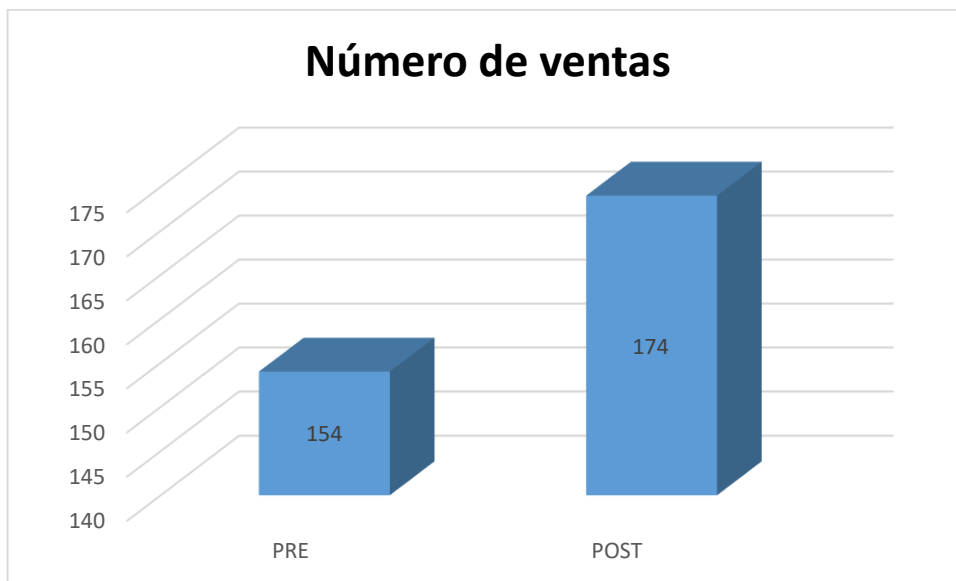
#### IV. RESULTADOS

The data analysis was carried out using the SPSS V.20 tools to evaluate the effect and the improvement of the central process of the investigated company (Using spss for research and data analysis, 2019).

Análisis descriptivo de los indicadores: número de ventas y fidelización de clientes.

Indicador de número de ventas

Figura N° 01: Pretest y Postest del número de ventas



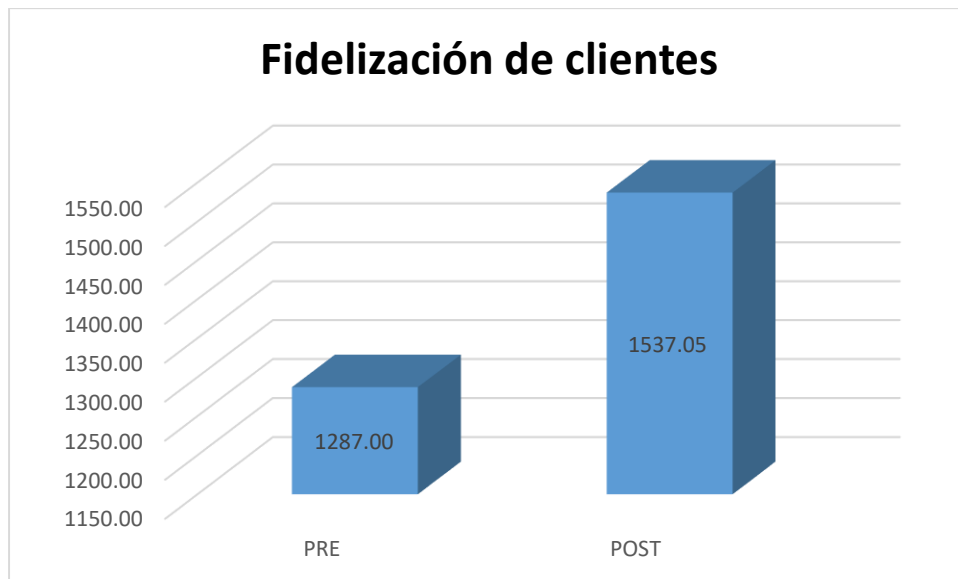
Fuente: Microsoft Excel 2013

Elaboración: Propia

Como indicador del número de ventas, hubo 154 transacciones en la prueba previa y 174 transacciones en la prueba posterior medidas dentro de los 5 días de septiembre de 2020 y octubre de 2020. A través de la Figura N° 04, se puede ver que hubo un incremento en 20 ventas.

Indicador de fidelización de clientes

Figura N° 02: Pretest y Postest de fidelización de clientes



Fuente: Microsoft Excel 2013  
Elaboración: Propia

Para el índice de fidelización de clientes se obtuvo 1287.00 en la preprueba y 1537.05 en la postprueba, representa el valor de vida de 10 clientes analizados y se midieron por las ventas ya visualizadas en el número de ventas. De estos resultados se desprende que los ingresos de la empresa aumentaron en 250.05 soles.

Test de normalidad para los siguientes indicadores: número de ventas y fidelización de clientes.

Se utilizó los datos muestrales de cada uno de los indicadores para poder así determinar que hipótesis de conseguirá como resultado.

The Shapiro Wilk test was performed since less than 50 samples were used, since the Kolmogorov Smirnov test is used greater than or equal to 50 samples (Descriptive Statistics and Normality Tests for Statistical Data, 2019).

Para que el test sea correcto debe cumplir ciertas consideraciones y esas son las siguientes:

Si la prueba de significación es menor a 0.05, es normal; pero si es mayor, no es normal.

Dado que esta muestra fue una muestra no probabilística por conveniencia, se tomó 5 días de la población, por lo que se realizó Shapiro Wilk como prueba.

En las tablas N° 01 y N° 02, se observa la prueba de normalidad para el indicador de número de ventas.

Tabla N° 01: Prueba de normalidad para el pretest del indicador de número de ventas

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
NUMVENTASMEN_PRE	,928	5	,581

Fuente: SPSS, V.20

Elaboración: Propia

En la Tabla N ° 01, la significancia del índice de número de ventas utilizado para la automatización del proceso de ventas es mayor a 0.05, y el valor obtenido es 0.581, por lo que se expresa como una distribución normal.

Tabla N° 02: Prueba de normalidad para el postest del indicador de número de ventas

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
NUMVENTASMEN_POST	,950	5	,738

Fuente: SPSS, V.20

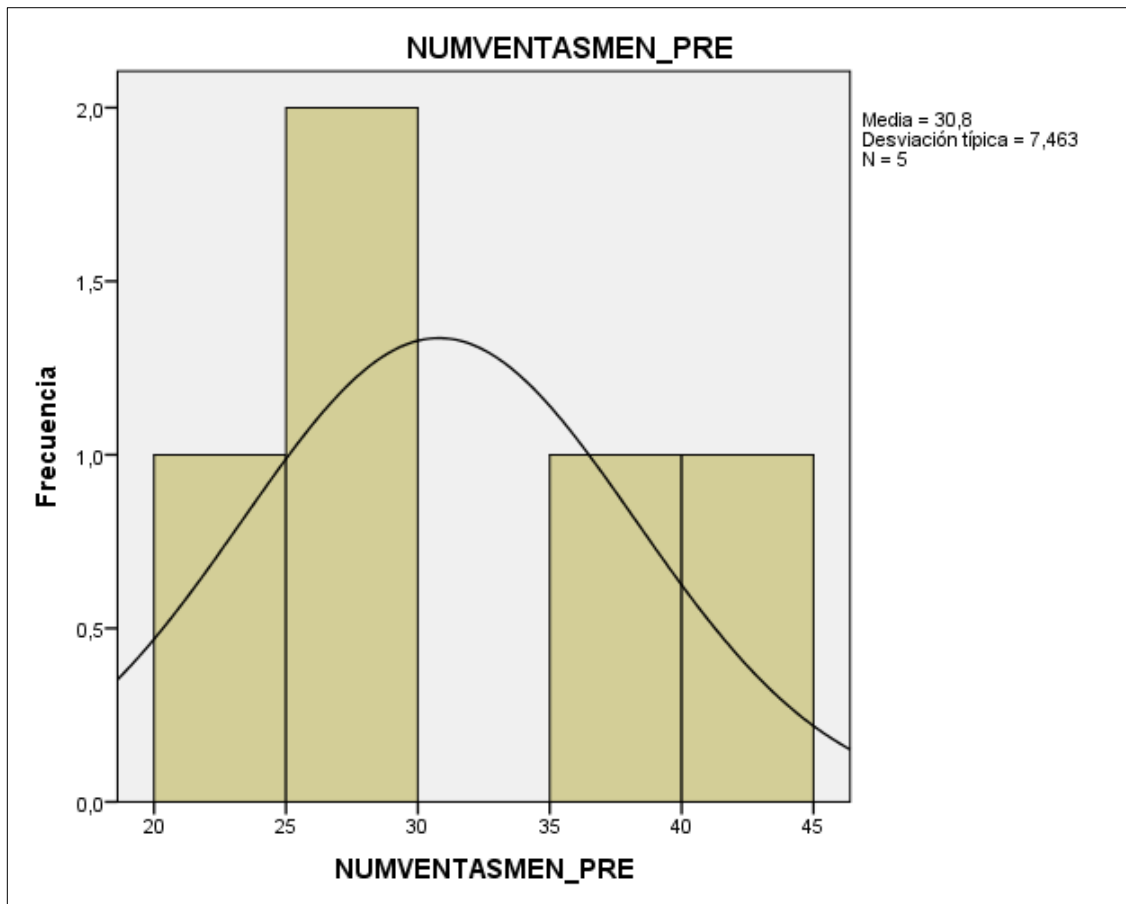
Elaboración: Propia

En la Tabla 02, la significancia del índice de número de ventas utilizado para la automatización del proceso de ventas es mayor que 0.05 y el valor obtenido es 0.738, por lo que se expresa como una distribución normal.

En esta sección se realizó una estadística descriptiva del indicador de número de ventas tanto en Pretest y Postest.

Figura N° 03: Indicador de número de ventas en el Pretest

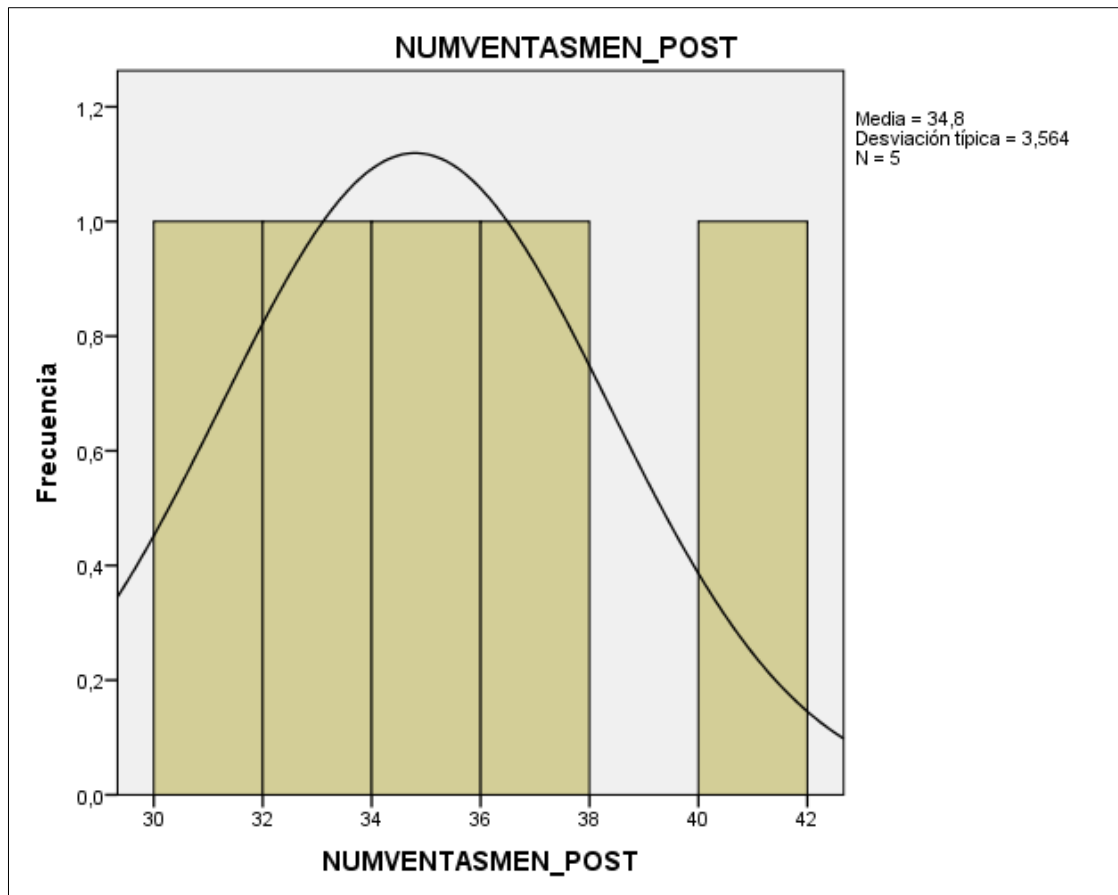




Fuente: SPSS, V.20  
Elaboración: Propia

En el gráfico No. 03, indicador de número de ventas para la automatización del proceso de ventas tiene un valor promedio de 30,8 y una desviación estándar de 7,463.

Figura N° 04: Indicador de número de ventas en el Postest



Fuente: SPSS, V.20  
Elaboración: Propia

En la Figura N° 04, indicador de número de ventas para la automatización del proceso de ventas tiene un valor promedio de 34,8 y una desviación estándar de 3,564.

En las tablas N° 03 y N° 04, se observó la prueba de normalidad para el indicador el cual es: índice de fidelización de clientes.

Tabla N° 03: Prueba de normalidad para el pretest del indicador de fidelización de clientes

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
FIDELIZACIONCLI_PRE	,876	10	,118

Fuente: SPSS, V.20  
Elaboración: Propia

En la Tabla 3, la significancia del índice de fidelización del cliente utilizado para automatizar el proceso de venta es mayor que 0.05, y el valor obtenido es 0.118, por lo que se expresa como una distribución normal.

Tabla N° 04: Prueba de normalidad para el postest del indicador de fidelización de clientes

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
FIDELIZACIONCLI_POS T	,924	10	,388

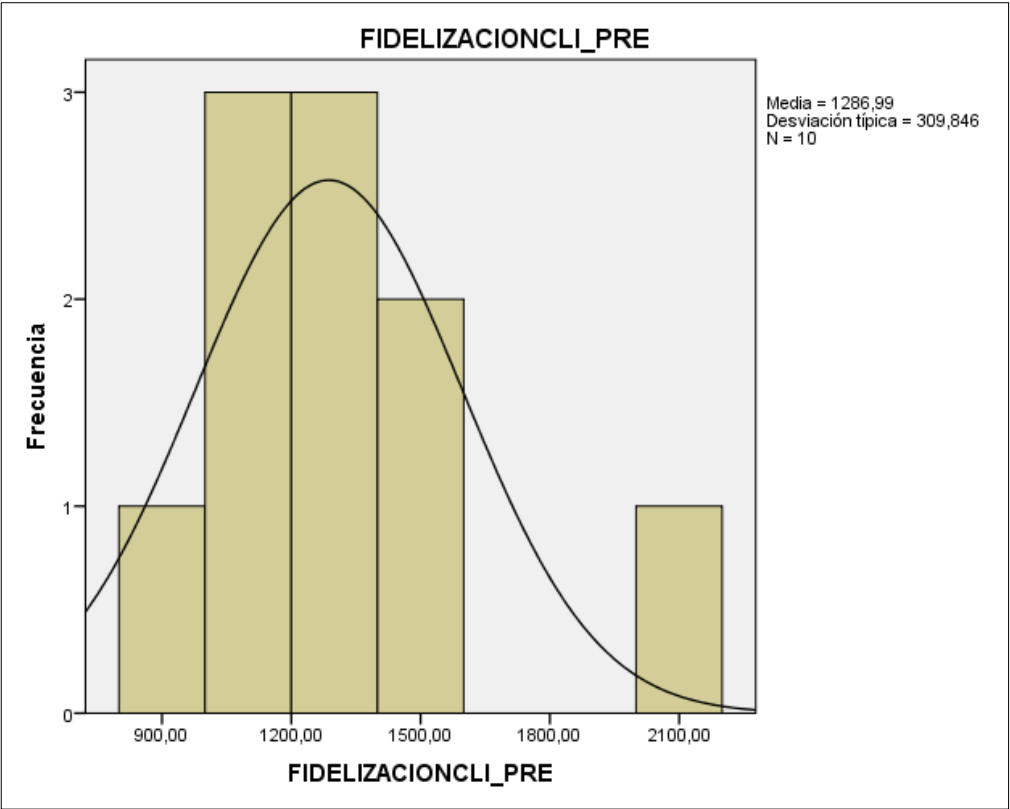
Fuente: SPSS, V.20

Elaboración: Propia

En la Tabla 4, la significancia del índice de fidelización del cliente utilizado para automatizar el proceso de venta es mayor que 0.05, y el valor obtenido es 0.388, por lo que se expresa como una distribución normal.

En esta sección se realizó una estadística descriptiva del indicador de fidelización de clientes tanto en Pretest y Postest.

Figura N° 05: Índice de fidelización de clientes en el Pretest

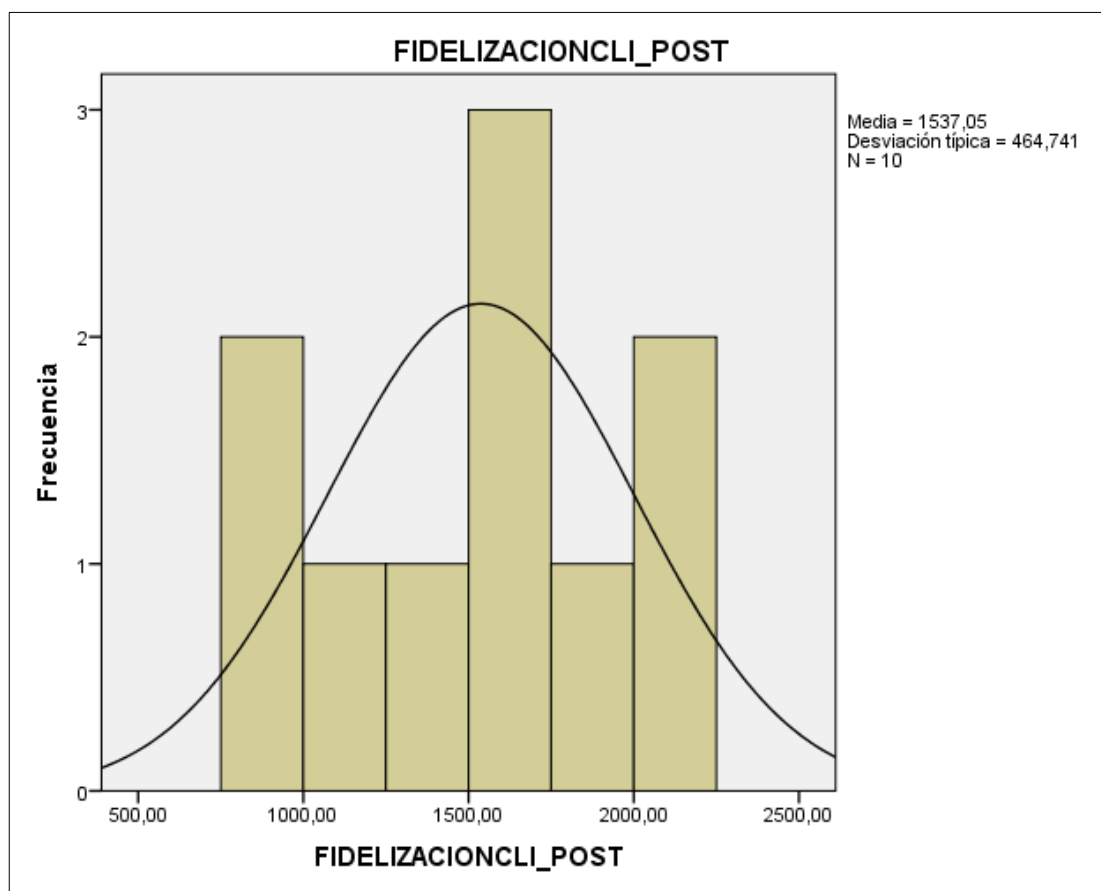


Fuente: SPSS, V.20

Elaboración: Propia

En el gráfico No. 05 se obtuvo el valor promedio de 1286,99 y la desviación estándar de 309,846 para el índice de fidelización de clientes para automatizar el proceso de venta.

Figura N° 06: Índice de fidelización de clientes en el Pretest



Fuente: SPSS, V.20  
Elaboración: Propia

En la Figura N ° 06 se obtuvo el valor promedio de 1537.05 y la desviación estándar de 464.741 de los indicadores de fidelización de clientes utilizados para automatizar el proceso de venta.

Se realizó la prueba de hipótesis de la presente investigación, por lo que se acontece lo siguiente:

HE1: La implementación del sistema web aumenta el número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

Para el indicador número de ventas se realizó una hipótesis estadística, para lo cual definiremos las siguientes variables:

PVa: Número de ventas previo al uso del sistema web.

PVb: Número de ventas posterior al uso del sistema web.

Hipótesis nula ( $H_0$ ): La implementación del sistema web no aumenta el número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

$$H_0 = PVb - PVa \leq 0$$

Hipótesis alterna ( $H_a$ ): La implementación del sistema web aumenta el número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

$$H_a = PVa - PVb > 0$$

Tabla N° 05: Prueba de hipótesis del pretest y postest del indicador número de ventas

Prueba de muestras relacionadas								
	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
NUMVENTASMEN_PRE - NUMVENTASMEN_POST	-4,000	5,523	2,470	-10,857	2,857	-1,620	4	,181

Fuente: SPSS, V.20

Elaboración: Propia

En cuanto a los resultados de la evaluación de hipótesis, se utilizó la prueba t-Student porque fue una distribución normal, como se detalló en la Tabla 13. Dado que el nivel de contraste fue de 0.181 y tiende a ser cercano a 0, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa con un nivel de confianza del 95%, La plataforma web incrementó el índice del número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

HE2: La implementación del sistema web aumenta la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

Para el indicador de fidelización de clientes se realizó una hipótesis estadística, para lo cual definiremos las siguientes variables:

FCa: Fidelización de clientes previo al uso del sistema web.

FCb: Fidelización de clientes posterior al uso del sistema web.

Hipótesis nula ( $H_0$ ): La implementación del sistema web no aumenta la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

$$H_0 = FCb - FCa \leq 0$$

Hipótesis alterna ( $H_a$ ): La implementación del sistema web aumenta la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.

$$H_a = FCa - FCb > 0$$

Tabla N° 06: Prueba de hipótesis del pretest y postest del indicador de fidelización de clientes

**Prueba de muestras relacionadas**

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
FIDELIZACIONCLI_PRE - FIDELIZACIONCLI_POST	-250,06 500	541,968 33	171,385 43	-637,765 79	137,635 79	-1,459	9	,179

Fuente: SPSS, V.20

Elaboración: Propia

En cuanto a los resultados obtenidos para evaluar la hipótesis, se utilizó la prueba t-Student porque fue una distribución normal y se explica en detalle en la Tabla 14. Dado que el nivel de contraste es 0.179 y tiende a ser cercano a 0, entonces se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa con

una confianza del 95%. La plataforma web incrementó la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.



## V. DISCUSIÓN

Presentando los resultados obtenidos en la tesis actual y realizando una cotización de los índices que son: número de ventas y fidelización de clientes, con los indicadores encontrados en los antecedentes expuestos en el presente estudio.

En la presente tesis se empleó el indicador de número de ventas para la automatización del proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C donde se realizó la medición de un pretest y postest para comprobar si hubo un aumento en las ventas gracias al sistema web implementado, obteniendo en el pretest 154 ventas sin sistema web y en el postest 174 ventas con sistema web por lo que esto equivale a un 12.99% de mejora gracias a la herramienta tecnológica implementada, estos resultados se consiguieron de la evaluación de 5 días en los meses de septiembre (pretest) y octubre (postest) del 2020, Por lo tanto, es seguro que a través de la plataforma web, se pudo automatizar el proceso de venta para aumentar significativamente las ventas en 20.

Guillermo en su tesis se realizó la medición de un pretest y postest para comprobar si hubo un aumento en las ventas gracias al sistema web implementado, se afirma que para el pretest se obtuvo 1420 ventas y en el postest se obtuvo 1860 ventas, por lo que esto representa a un aumento de 440 ventas y esto equivale a un 30.99% de ventas con el sistema web implementado, estos resultados se consiguieron gracias a la evaluación de 30 días en los años del 2014 (pretest) y 2015 (postest) del 2017 (Guillermo, 2017); por esta razón de los resultados obtenidos y gracias a la comparación del indicador número de ventas expuesto en la presente investigación se pudo afirmar que “La implementación del sistema web aumenta el número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020”.

En la presente investigación se empleó el indicador de fidelización de clientes para que el proceso de ventas se automatice de la empresa Best Store21 S.A.C, en el que la prueba previa y posterior para comprobar si existía un aumento de ingresos para la empresa gracias al sistema web implementado, obteniendo en el pretest 1287.00 soles del tiempo de vida de 10 clientes sin

sistema web y en el postest 1537.05 soles del tiempo de vida de 10 clientes con sistema web por lo que esto equivale a un 19.43% de mejora gracias a la herramienta tecnológica implementada, estos resultados se consiguieron de la evaluación de 5 días en los meses de septiembre (pretest) y octubre (postest) del 2020, por lo tanto, se afirmó que con el sistema web las ganancias aumentaron significativamente en 250.05 soles.

Según la investigación que realizó Kevin Negri en la tesis “Sistema Informático bajo Plataforma Web de Gestión de Relaciones con el Cliente CRM para el área de ventas en la Empresa IMECSA S.A.C.” en la Universidad Cesar Vallejo – Lima, Perú, donde se hizo la medición de un pretest y postest para observar si hubo un aumento de ganancias gracias al sistema web implementado, se afirmó que para el pretest se obtuvo 61.32% y en el postest se obtuvo 98.93% del tiempo de vida de los clientes en estudio, por lo que esto representa a un aumento de 37.61% en el CLV (Customer Lifetime Value) con el sistema web implementado, estos resultados se consiguió gracias a la evaluación de 63 clientes en los meses de Enero a Mayo para el pretest y Abril a Julio para el postest del 2017; por esta razón de los resultados obtenidos y gracias a la comparación del indicador fidelización de clientes expuesto en la presente investigación se afirmó que “La implementación del sistema web aumenta la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020”.

En la presente tesis se utilizó el tipo de investigación aplicada y diseño experimental de tipo pre experimental ya que hoy en día existe una variedad de herramientas tecnológicas para que una empresa salga adelante y se posicione en el mercado. De esta manera, se realizó la puesta en funcionamiento de un sistema web para la automatización del proceso de ventas en la Empresa Best Store21 S.A.C que se encuentra ubicada en la San Juan de Lurigancho, dicha investigación expuesta fue apoyada por autores de talla internacional y nacional el cual nos enfocamos en sus resultados y conclusiones, por lo que gracias a los libros, tesis, revistas, etc. leídas anteriormente se pudo conseguir los indicadores que son número de ventas y la fidelización de clientes, estos dos indicadores fueron aceptados por la empresa en cuestión para poder continuar

con la investigación, en donde se realizó un test y re-test para medir los indicadores y hallar la confiabilidad (ver Anexo N° 15), en estudio se realizó en los meses de Septiembre y Octubre del 2020, después de realizó el pretest (Septiembre) y posttest (Octubre) utilizando 5 días de los meses ya mencionados para poder afirmar si la implementación de la herramienta tecnológica es factible o no.

La evaluación que se efectuó en la presente investigación fueron de 1 mes por lo que esto equivale a un aproximado de 2000 ventas, y la muestra que se escogió para observar los resultados de dicha implementación fue de 5 días en los meses ya mencionados anteriormente, uno de los inconvenientes se observó en la investigación fue que no se pudo recolectar mucho más datos por la situación que se presentó en el país (pandemia mundial Covid-19).

En esta investigación, la empresa Best Store21 S.A.C. utilizó como herramienta tecnológica una plataforma web donde el proceso de ventas se automatizó. Situado en San Juan de Lurigancho en 2020. De esta manera, se dijo que usar una herramienta tecnológica es de mucha utilidad ya que se usa para aumentar las ganancias, mejorar procesos, etc., se puede decir que el uso de herramientas técnicas como los sistemas web favorece la captación de clientes totalmente informados sobre tu empresa y estar compitiendo en el mercado con las diferentes empresas. Este fue un método de marketing, comunicación, tecnología, etc., que todas las empresas en el mundo la están usando ya que no se invierte mucho dinero, es fácil de utilizar, tiene escalabilidad, tiene un trabajo colectivo y se puede trabajar de manera remota entre distintos puntos de la empresa, hacen que los datos y la información de los clientes sean más precisos y estén mucho más seguro. Es decir, que un sistema web es de mayor utilidad y se ejecutó en esta investigación como resultado de la implementación del sistema se ha obtenido la satisfacción de los clientes y de la empresa consiguió a que sus ventas aumenten y los ingresos suban de una manera significativa.

La metodología de desarrollo utilizada en la presente investigación fue Extreme Programming (XP) porque nos ayudó a tener más eficiencia en las pruebas y planificación por lo que facilita los cambios, origina una programación

organizada y fomenta la satisfacción del programador; es decir la metodología XP promovió la comunicación entre los desarrolladores y los clientes. Esta metodología se planteó ya que se puede aplicar a cualquier lenguaje de programación, por la cual en este caso se aplicó PHP como lenguaje de programación y MySQL como motor de base de datos. Una de las mejores ventajas que tiene la metodología XP fue que el cliente tiene todo el control sobre el proyecto a realizar y está involucrado en las diversas pruebas que se realizan e ir midiendo los resultados obtenidos para poder así ahorrar tiempo y tener más ingresos para el cliente a quien se está realizando el proyecto.

De esta forma, se comparó los antecedentes encontrados y mencionados en el marco teórico correspondiente al Capítulo II con los indicadores que propusimos, y se pudo extraer una conclusión satisfactoria, se puede observar en los resultados del Capítulo IV. Se explicó las ventajas y desventajas de utilizar esta metodología para probar su aplicación y, finalmente, describió la relevancia de la investigación para el entorno de las ciencias sociales.

## **VI. CONCLUSIONES**

Se presenta los resultados de la actual tesis concluyendo con lo siguiente:

1. Se logró aumentar el número de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C, en 20 y esto representa a 12.99% de incremento de las ventas, analizados de acuerdo a los resultados mostrados en el capítulo IV.
2. Se logró aumentar la fidelización de clientes en la empresa Best Store21 S.A.C, en 250.05 y esto representa a 19.43% de incremento de ingresos en soles, de acuerdo a los resultados mostrados en el capítulo IV.
3. Por tanto, debido a los resultados satisfactorios obtenidos para los dos indicadores mencionados en el Capítulo IV, se pudo concluir que la implementación del sistema web afectó la automatización del proceso de ventas en un aumento de 16.21% de mejora.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Para mejorar y apoyar la automatización del proceso de ventas, se recomienda implementar una aplicación móvil para mejorar el rendimiento del proceso.

Así mismo, se recomienda medir el tiempo de cada venta para tener un mayor análisis y una buena toma de decisiones a futuro.

Se recomienda presentar más indicadores a futuro para un buen análisis en la mejora del proceso de ventas.

Con el objetivo de mejorar el proceso de ventas, se desea que haya una mejora continua del mismo; por ello se recomienda a futuro estudiantes a aportar en el proyecto ya se la implementación de nuevos módulos y/o metodologías de trabajo.

## REFERENCIAS

**Aduviri, Patricia. 2016.** Repositorio de la Universidad Mayor de San Andrés, La Paz - Bolivia. [En línea] 2016. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/9987/T.3231.pdf>.

**Apugllón, Juana. 2018.** Aplicación web, para la gestión de venta y servicios, en la empresa Computav. *Repositorio de la Universidad Regional Autónoma de los Andes "Uniandes-Santo Domingo" - Ecuador.* [En línea] 2018. <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/8163>.

**Baines, Paul, y otros. 2017.** Fundamentals of Marketing. [En línea] 2017. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0AapDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Fundamentals+of+marketing&ots=3HvnZhD7L7&sig=p6ck0t9psFaG9HZxcEoabYVk2ug#v=onepage&q=Fundamentals%20of%20marketing&f=false>.

**Beck, Kent y Andres, Cynthia. 2004.** Extreme Programming Explained. *Google Books.* [En línea] 17 de Noviembre de 2004. <https://books.google.com.pe/books?id=-DNcBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Extreme+Programming+Explained&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi4-YeKyKPqAhX3IrkGHXshB3QQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q=Extreme%20Programming%20Explained&f=false>. 978-0-13-405199-4.

*Customer value anticipation, product innovativeness, and customer lifetime value: The moderating role of advertising strategy.* **Zhang, Hao, Liang, Xiaoning y Wang, Shiquan. 2016.** 9, China : Journal of Business Research, 2016, ScienceDirect, Vol. 69.

*Descriptive Statistics and Normality Tests for Statistical Data.* **Mishra, Prabhaker, y otros. 2019.** 1, India : Annals of Cardiac Anaesthesia, 2019, Annals of Cardiac Anaesthesia, Vol. 22, págs. 67-72. 0971-9784.

*Design of a Web System for Sales Processes in a Microenterprise in Peru.* **Palma, Charlie y Alexi, Kiko. 2020.** 4, USA : Global Journal of Research In Engineering, 06 de 08 de 2020, Global Journal of Research In Engineering, Vol. 20. 2249-4596.

—. **Palma, Charlie y Alexi, Kiko. 2020.** 4, USA : Global Journal of Research In Engineering, 2020, Global Journal of Research In Engineering, Vol. 20. 2249-4596.

**Dextre, Mirtha. 2018.** Implementación de un sistema web para el control de servicios de la empresa Tec Computer S.A.C. - Huarmey; 2018. *Repositorio de Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de Perú.* [En línea] 2018. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3448>.

**Edling, Elliott. 2017.** Learning PHP, MySQL, and JavaScript. *ACM Digital Library.* [En línea] 2017. <https://dl.acm.org/doi/book/10.5555/3164657>. 978-1-975791-66-7.

*El marketing como estrategia para la fidelización del cliente.* **VILLALBA MIRANDA, Raul, MEDINA CHICAIZA, Ricardo y ABRIL FLORES, Jorge. 2017.** 6, Ecuador :

Polo del Conocimiento, 15 de 06 de 2017, Polo del Conocimiento, Vol. 2, págs. 1259-1268-1268. 2550-682X.

*El protocolo de investigación III: la población de estudio.* **Arias, Jesús, Villasís, Miguel y Miranda, María. 2016.** 2, Ciudad de México : Revista Alergia México, 11 de 05 de 2016, Revista Alergia México, Vol. 63, pág. 201. 2448-9190, 0002-5151.

*Enfoque basado en gamificación para el aprendizaje.* **Astudillo, Gustavo, Bast, Silvia y Willging, Pedro. 2016.** 12, Virtualidad, Educación y Ciencia : Virtualidad, Educación y Ciencia, 2016, Virtual, Educación y Ciencia, Vol. 7.

**Fuentes, José. 2015.** Desarrollo de Software ÁGIL. *Google Books.* [En línea] 24 de 10 de 2015. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=M4fJCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA6&dq=extreme+programming&ots=1HVFQvN-ho&sig=Y8Rxx8MRkczlwlyye1Y7JZbdIHo#v=onepage&q=extreme%20programming&f=false>. 978-1-5029-5222-6.

**Gonzáles, Humberto, Ureta, Gustavo y Di Gregorio, Rodolfo. 2017.** Mejoramiento de los procesos de venta de CocaCola en el municipio de Ciénaga (Magdalena). *Repositorio de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.* [En línea] 2017. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1574/T371.pdf?sequence=1>.

**Guanolema, Luis. 2019.** Desarrollo de un sistema web para automatizar el proceso de compra y venta en la microempresa raza utilizando la tecnología laravel y vue.js bajo un enfoque de desarrollo diri. *Repositorio de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba - Ecuador.* [En línea] 2020. <http://dspace.espace.edu.ec/handle/123456789/13636>.

**Guillermo, Ronald. 2017.** Implementación de un sistema web para las ventas en la empresa one to one contact solutions. *Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola - Perú.* [En línea] 2017. [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2764/1/2017\\_Guillermo\\_Implementacion-de-un-sistema-web.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2764/1/2017_Guillermo_Implementacion-de-un-sistema-web.pdf).

**Hernández, Roberto, Fernández, Carlos y Baptista, Pilar. 2014.** Metodología de la Investigación. *WorldCat.* [En línea] 2014. <https://www.worldcat.org/title/metodologia-de-la-investigacion/oclc/1009111824>. 978-1-4562-2396-0 978-1-4562-2760-9.

**Herrera, Meysi y Duarte, Yaneskha. 2017.** Creatividad Empresarial : Automatización del proceso de ventas. *Repositorio Institucional UNAN-Managua.* [En línea] 13 de Marzo de 2017. <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/3609>.

*Inbound and outbound marketing techniques: a comparison between italian and romanian pure players and click and mortar companies.* **Rancati, Elisa, Codignola, Federica y Capatina, Alexandru. 2015.** 7, Galati, Romania : "Dunarea de Jos" University of Galati – Faculty of Economics and Business Administration, 2015,



“Dunarea de Jos” University of Galati – Faculty of Economics and Business Administration, Vol. 16.

**Ipanaque, Yessenia. 2017.** Desarrollo de una aplicación web para la mejora del proceso de venta de equipos informáticos en la empresa suministros tecnológicos Terabyte. *Repositorio de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega - Perú.* [En línea] Octubre de 2017. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1762>.

**Jakobson, Gabriel y Steven, Reuben. 2015.** Presentation of document history in a web browsing application. *Google Patents.* [En línea] 15 de September de 2015. <https://patentimages.storage.googleapis.com/49/44/d3/fff29b42f569bd/US9135228.pdf>.

*La investigación aplicada a los estudios de mercado.* **TOBAR, Luis. 2019.** 50, Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación - El Salvador : Realidad y Reflexión, 2019, Vol. 50.

*Methodology Series Module 5: Sampling Strategies.* **Setia, Maninder. 2016.** 5, USA : Indian J Dermatol, 2016, Indian J Dermatol, Vol. 61, págs. 505-509. 0019-5154.

*Metodologías ágiles frente a las tradicionales en el proceso de desarrollo de software.* **Molina, Bryan, Vite, Harry y Dávila, Jefferson. 2018.** 17, s.l. : Espirales revista multidisciplinaria de investigación, 24 de 06 de 2018, Espirales revista multidisciplinaria de investigación, Vol. 2. 2550-6862.

**Negri, Kevin. 2017.** Sistema informático bajo plataforma web de gestión de relaciones con el cliente crm para el área de ventas en la empresa imecsa s.a.c. *Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo - Perú.* [En línea] Octubre de 2017. [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1705/Negri\\_CKN.pdf](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1705/Negri_CKN.pdf).

*On the customer lifetime value: a mathematical perspective.* **Ferrentino, R., Cuomo, M. y Boniello, C. 2016.** 4, Germany : Computational Management Science, 01 de 10 de 2016, Computational Management Science, Vol. 13, págs. 521-539. 1619-6988.

*Rational Unified Process.* **Anwar, Ashraf. 2014.** 2, Atlanta, USA : International Journal of Software Engineering, 2014, International Journal of Software Engineering, Vol. 5, pág. 17.

**Reinoso, Mercedes. 2018.** Aplicación web para la gestión de ventas en la empresa diego mejia distribuciones de la ciudad de Ibarra. *Repositorio de la Universidad Regional Autónoma de los Andes "Uniandes-Ibarra" - Ecuador.* [En línea] 2018. <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/9605>.

**Rojas, Kevin. 2018.** La calidad de servicio y la satisfacción de clientes corporativos en la Empresa Comercial LI S.A., sucursal Independencia, 2018. *Repositorio Digital de la Universidad Cesar Vallejo.* [En línea] 2018. <http://hdl.handle.net/20.500.12692/19307>.

**Saavedra, Arnaldo. 2016.** Análisis y diseño de un sistema e-commerce para la gestión de ventas: caso empresa world of cakes. *Repositorio de la Universidad de Piura - Perú*. [En línea] 10 de 2016. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17525/1/UPS-GT002706.pdf>.

*Sampling and Sampling Methods*. **Etikan, Ilker. 2017.** 6, s.l. : Biometrics & Biostatistics International Journal, 4 de 5 de 2017, Biometrics & Biostatistics International Journal, Vol. 5. 2378315X.

*Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones*. **HERNÁNDEZ, Juan, y otros. 2018.** 5, Cúcuta, Colombia : Universidad Simón Bolívar, Departamento de Ciencias Sociales y Humanas, 2018, Vol. 37.

*Structured Programming*. **Jemutai, Noela. 2018.** 32, USA : Applied Computer Science: CSI 2103, 22 de 02 de 2018, Applied Computer Science: CSI 2103, Vol. 7.

**Torres, Manuel. 2014.** Desarrollo de aplicaciones web con PHP. *Google Books*. [En línea] 2014. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NCMwDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=Desarrollo+de+aplicaciones+web+con+PHP&ots=hU8tRWYJpL&sig=MaWz1g\\_e7r5-1f5H-SH-SohThnQ#v=onepage&q=Desarrollo%20de%20aplicaciones%20web%20con%20PHP&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NCMwDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=Desarrollo+de+aplicaciones+web+con+PHP&ots=hU8tRWYJpL&sig=MaWz1g_e7r5-1f5H-SH-SohThnQ#v=onepage&q=Desarrollo%20de%20aplicaciones%20web%20con%20PHP&f=false).

*Using spss for research and data analysis*. **Alili, Argon y Krstev, Dejan. 2019.** 3, s.l. : Knowledge International Journal, 26 de 07 de 2019, Knowledge International Journal, Vol. 32, págs. 363-368. 1857-923X.

**Virgilio, Morales. 2014.** Administración de Ventas. *Google Books*. [En línea] 21 de Octubre de 2014. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=C9\\_hBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=ventas&ots=0AbaQWEpoV&sig=nx8\\_laApje5zQsni0gh2CLzpd4w#v=onepage&q=ventas&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=C9_hBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=ventas&ots=0AbaQWEpoV&sig=nx8_laApje5zQsni0gh2CLzpd4w#v=onepage&q=ventas&f=false). 978-607-438-858-9.

*Web Pages Classification with Parliamentary Optimization Algorithm*. **Kiziloluk, Soner y Ozer, Ahmet. 2017.** 3, Singapore : International Journal of Software Engineering and Knowledge Engineering, 1 de April de 2017, International Journal of Software Engineering and Knowledge Engineering, Vol. 27, págs. 499-513. 0218-1940.

**Yañez, Robinson. 2017.** Sistema Web para el Proceso de Ventas en la Empresa Rysoft. *Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo, Lima - Perú*. [En línea] 2017. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/1853>.

**Zambrano, Jefferson. 2018.** Sistema de procesamiento de transacciones (tps) orientado a la web para mejorar el control de los procesos de ventas e inventarios para la joyería y relojería “Santo Domingo” de la Ciu. *Repositorio de la Universidad*

*Regional Autónoma de los Andes "Uniandes"*. [En línea] 2018.  
<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/8846>.

**Zane, Thomas, y otros. 2020.** Ethics in Basic and Applied Research. *Wiley Online Library*. [En línea] 2020.  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781119171492.wecad059>. 978-1-119-17149-2.

## ANEXOS

### Anexo N° 01: Consentimiento Informado

Lima, 14 de Mayo del 2020

#### AUTORIZACION

De nuestra consideración:

Por la presente, en mi calidad de Gerente General de la empresa Best Store21 S.A.C con RUC: 20603045425, autorizo a los Sr(es). Bustamante Paz, Flavio Ronaldo y Madrid Aquino, Jhoe Armando Francisco estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo, identificados con los DNI: 71446653 y DNI: 72393592 respectivamente, a recolectar información del proceso de ventas de la empresa que represento, con el propósito de culminar el estudio de su Proyecto de Investigación y la elaboración del sistema web para la automatización del proceso en mención.

Sin otro particular y agradeciendo de antemano por la atención prestada, me despido.

Atentamente



-----  
Evelyn M. Hualpa Vasquez  
GERENTE GENERAL  
BEST STORE 21 S.A.C.

Elaboración: Propia

## Anexo N° 02: Autorización para la aplicación del instrumento

Lima, 9 de Octubre del 2020

### AUTORIZACIÓN

De nuestra consideración:

Por la presente, en mi calidad de Gerente General de la empresa Best Store21 S.A.C con RUC: 20603045425, autorizo a los Sr(es): Bustamante Paz, Flavio Ronaldó y Madrid Aquino Jhoe Armando Francisco estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo, identificados con los DNI: 71446653 y DNI: 72393592 respectivamente, autorizando la aplicación del uso del instrumento que en este caso nos presentan las fichas de registros para buscar la mejora gracias al sistema web en nuestra empresa.

Sin otro particular y agradeciendo de antemano por la atención prestada, me despido.

Atentamente

  
-----  
Evelyn M. Huaura Vasquez  
GERENTE GENERAL  
BEST STORE 21 S.A.C.

Elaboración: Propia

## Anexo N° 03: Experto N°1 – Metodología de desarrollo de software

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: VASQUEZ VALENCIA YESENIA DEL ROSARIO

Título y/o grado: PhD. ( ) Doctor (X) Magister ( ) Ingeniero (X) Otros.....  
Fecha: 23/06/2020 Universidad Cesar Vallejo Lima- Norte

### TÍTULO DE PROYECTO

Implementación de un sistema web para la automatización del proceso de ventas en la Empresas Best Store21 S.A.C, San Juan de Lurigancho - 2020

### Tabla de evaluación de expertos para la elección de la metodología

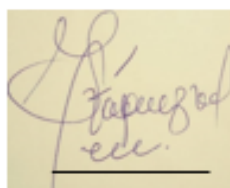
Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de calificar las metodologías involucradas, mediante una serie de preguntas marcando un valor en las columnas.

ITEM	CRITERIOS	Metodologías		
		XP	RUP	SCRUM
1	Más énfasis en la adaptabilidad que en la previsibilidad.	3	2	3
2	Es el más destacado de los procesos ágiles de desarrollo software.	3	3	2
3	Se simplifica el diseño para agilizar el desarrollo y facilitar el mantenimiento.	3	2	2
4	Capaz de adaptarse a los cambio de requisitos.	3	3	2
5	El cliente está integrado en el proyecto.	3	2	3
6	Pruebas unitarias continuas, frecuentemente repetidas y automatizadas, incluyendo pruebas de regresión.	3	3	2
Total		18	15	14

La escala a evaluar es de 1: Malo, 2: Regular y 3: Bueno

Sugerencias:

.....  
.....  
.....



Firma Experto

Elaboración: Propia

## Anexo N° 04: Experto N°2 – Metodología de desarrollo de software

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: ...Peres Rojas Even Deyser.....  
Título y/o grado: Ph.D. ( ) Doctor ( ) Magister ( x ) Ingeniero ( ) Otros.....  
Fecha: 06/07/2020 Universidad Cesar Vallejo Lima- Este

### TÍTULO DE PROYECTO

Implementación de un sistema web para la automatización del proceso de ventas en la  
Empresas Best Store21 S.A.C, San Juan de Lurigancho - 2020

### Tabla de evaluación de expertos para la elección de la metodología

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de calificar las metodologías involucradas, mediante una serie de preguntas marcando un valor en las columnas.

ITEM	CRITERIOS	Metodologías		
		XP	RUP	SCRUM
1	Más énfasis en la adaptabilidad que en la previsibilidad.	3	2	2
2	Es el más destacado de los procesos ágiles de desarrollo software.	3	2	2
3	Se simplifica el diseño para agilizar el desarrollo y facilitar el mantenimiento.	3	3	3
4	Capaz de adaptarse a los cambios de requisitos.	3	3	3
5	El cliente está integrado en el proyecto.	3	3	3
6	Pruebas unitarias continuas, frecuentemente repetidas y automatizadas, incluyendo pruebas de regresión.	3	3	3
Total		18	16	16

La escala a evaluar es de 1: Malo, 2: Regular y 3: Bueno

Sugerencias:

.....  
.....  
.....  
.....



Firma Experto

Elaboración: Propia

## Anexo N° 05: Experto N°3 – Metodología de desarrollo de software

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: More Valencia Rubén Alexander  
Título y/o grado: PhD. ( ) Doctor ( ) Magister ( X ) Ingeniero ( ) Otros.....  
Fecha: 23/06/2020 Universidad Cesar Vallejo Piura

### TÍTULO DE PROYECTO

Implementación de un sistema web para la automatización del proceso de ventas en la  
Empresas Best Store21 S.A.C, San Juan de Lurigancho - 2020

### Tabla de evaluación de expertos para la elección de la metodología

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de calificar las metodologías involucradas, mediante una serie de preguntas marcando un valor en las columnas.

ITEM	CRITERIOS	Metodologías		
		XP	RUP	SCRUM
1	Más énfasis en la adaptabilidad que en la previsibilidad.	3	2	3
2	Es el más destacado de los procesos ágiles de desarrollo software.	3	2	2
3	Se simplifica el diseño para agilizar el desarrollo y facilitar el mantenimiento.	3	3	3
4	Capaz de adaptarse a los cambio de requisitos.	3	3	3
5	El cliente está integrado en el proyecto.	3	3	3
6	Pruebas unitarias continuas, frecuentemente repetidas y automatizadas, incluyendo pruebas de regresión.	3	3	3
Total		18	16	17

La escala a evaluar es de 1: Malo, 2: Regular y 3: Bueno

Sugerencias: Metodología aplicable XP (Programación Extrema)



Firma Experto

Elaboración: Propia



Anexo N° 06: Ficha de Registro del indicador número de ventas

Ficha de Registro	
<b>Autor (es):</b>	Bustamante Paz Flavio Ronaldo Madrid Aquino Jhoe Armando Francisco
<b>Organización:</b>	B2B PROFESIONAL SAC
<b>Fecha Inicio:</b>	
<b>Fecha Fin:</b>	


  

Variable	Indicador	Fórmula
Proceso de Ventas	Número de Ventas	$IV = NV * 1$
		IV: Total de Ventas
		NV: Numero de Ventas

ITEM	FECHA	NV	IV




.....  
 Evelyn M. Huaura Vasquez  
 GERENTE GENERAL  
 BEST STORE 21 S.A.C.

Elaboración: Propia

Anexo N° 07: Ficha de Registro del indicador fidelización de clientes

Ficha de Registro						
<b>Autor (es):</b>		Bustamante Paz Flavio Ronaldo				
		Madrid Aquino Jhoe Armando Francisco				
<b>Organización:</b>		B2B PROFESIONAL SAC				
<b>Fecha Inicio:</b>						
<b>Fecha Fin:</b>						
Variable	Indicador	Fórmula				
Proceso de Ventas	Fidelización de Clientes	<b>CLV = MTC * CC * TVC</b>				
		CLV = VALOR DE VIDA DEL CLIENTE				
		MTC = MONTO TOTAL DEL CLIENTE (COMPRAS)				
		CC = CONCURRENCIA DEL CLIENTE				
		TVC = TIEMPO DE VIDAL DEL CLIENTE				
ITEM	CLIENTE	FECHA	MTC	CC	TVC	CLV



-----  
 Evelyn M. Huaura Vasquez  
 GERENTE GENERAL  
**BEST STORE 21 S.A.C.**

Elaboración: Propia

Anexo N° 08: Ficha de Registro de las Ventas Septiembre del 2020

PERIODO	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE DEL 2020
EMPRESA	BEST STORE21 S.A.C. - 20603045425
TESISTAS	BUSTAMENTE PAZ, FLAVIO RONALDO
	MADRID AQUINO, JHOE ARMANDO F.

INFORMACIÓN DEL COMPROBANTE DE PAGO UTILIZADO							INFORMACIÓN DEL PROVEEDOR		
FECHA DE EMISIÓN	DOCUMENTO	SERIE	NUMERO	VENDEDOR	FORMA DE PAGO	TOTAL_VENTA	TIPO DE DOCUMENTO	NUMERO	CLIENTE
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008449	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	19.80	DNI		JUAN VILLEGAS
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008450	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	38.00	DNI		MONTOYA VILLEGAS LUZ MARINA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008451	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	7.90	DNI		MIGUEL MURILLO
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008452	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		MARGARITA LONDOÑO
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008453	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	9.00	DNI		JULIAN RAMIREZ
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008454	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	9.50	DNI		STELLA JARAMILLO
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008455	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	26.80	DNI		EDUARDO LÓPEZ
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008456	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	30.99	DNI		MORA TABORDA YOHAN ADRIAN
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008457	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	16.90	DNI		LOPEZ MIRA LIZETH JULIANA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008458	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	38.90	DNI		LUJAN SANCHEZ SANDRA MARIANA

12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008459	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	22.90	DNI		MADRIGAL HOYOS ESMERALDA LUCIA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008460	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	15.70	DNI		MARTINEZ VELEZ CARMEN ELENA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008461	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	12.00	DNI		MENDOZA MONTOYA MONICA PATRICIA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008462	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	28.41	DNI		MONTOYA VILLEGAS LUZ MARINA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008463	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	56.45	DNI		MORA GONZALEZ RUBIEL ALBERTO
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008464	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	34.99	DNI		MORA TABORDA YOHAN ADRIAN
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008465	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	16.90	DNI		MUNERA PARRA JHON WILLIAM
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008466	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	33.44	DNI		OSPINA ESCOBAR WILSÓN GERMÁN
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008467	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	27.40	DNI		PAREJA ARANGO FERNANDO DE JESUS
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008468	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	19.56	DNI		PEMBERTHY LOPERA DIEGO ALEJANDRO
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008469	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	49.80	DNI		PEREZ GAVIRIA YASMIR ANDREA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008470	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	14.90	DNI		PIEDRAHITA GIRALDO GENNI CATALINA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008471	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	7.90	DNI		PORRAS AGUDELO YOMAIRA ANDREA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008472	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.40	DNI		PORRAS ARENAS MARTA LUCIA
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008473	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	11.80	DNI		POSADA HOYOS HOMERO ESTEBAN
12/09/2020	Boleta de Venta	010	0008474	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	31.70	DNI		POSADA VALENCIA ORLANDO ANTONIO

13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008475	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	7.90	DNI		RESTREPO PRISCO OLGA INES
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008476	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	20.00	DNI		RESTREPO PRISCO HERNAN DARIO
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008477	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	46.80	DNI		RIOS MONSALVE GLORIA EUGENIA
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008478	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	16.90	DNI		ROJAS MARTINEZ ANA MARIA
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008479	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	19.80	DNI		ROJO ATEHORTUA DIANA MARCELA
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008480	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	8.90	DNI		ROJO MACIAS DARWIN ARLEY
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008481	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	55.22	DNI		ESCUDERO CODINA SILVIA
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008482	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	33.00	DNI		SANCHEZ PIEDRAHITA MARLENY
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008483	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	36.00	DNI		SANCHEZ GOMEZ HUMBERTO LEÓN
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008484	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	9.90	DNI		SEPÚLVEDA ORREGO JUAN JOSÉ
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008485	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	16.00	DNI		SIERRA BETANCUR LUZ AMPARO
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008486	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	6.90	DNI		SOTO LENNIS JUAN CARLOS
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008487	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	9.00	DNI		SOTO MISAS MARGARITA MARIA
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008488	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	13.00	DNI		SOTO ZAPATA RUTH MARLENY
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008489	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	16.00	DNI		SOTO ANGULO JUAN ALBERTO
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008490	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	8.00	DNI		SOTO ANGULO MARIA DE LAS MERCEDES

13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008491	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	17.00	DNI		TOBÓN CARDONA ELIANA PATRICIA
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008492	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	18.90	DNI		VARGAS CORREA LUIS FERNANDO
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008493	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	25.60	DNI		VÉLEZ ARGÁEZ JOAQUIN EMILIO
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008494	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	15.90	DNI		VELEZ LOAIZA JHULIANA MARIA
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008495	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	32.50	DNI		VELEZ ZEA LUZ MARIANA
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008496	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	13.30	DNI		VILLA AMAYA JUAN ALBERTO
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008497	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	12.00	DNI		VILLA MESA JOSE FERNANDO
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008498	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	23.90	DNI		VILLA TABORDA ANDRES FELIPE
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008499	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	6.00	DNI		ZEA HENAO JOHN JAIRO
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008500	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	23.00	DNI		JOSSIE CHAPONAN OCHOA
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008501	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	17.90	DNI		VILLACORTA RODRIGUEZ NILTON
13/09/2020	Boleta de Venta	010	0008502	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	22.70	DNI		BACA CABANILLAS PAOLA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008503	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	26.70	DNI		KATY AYALA ROBLES
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008504	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	57.20	DNI		PEREYRA VALDIZAN EDUARDO
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008505	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	55.22	DNI		ESCUDERO CODINA SILVIA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008506	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	25.19	DNI		GUEVARA SANCHEZ ELEUTERIO

14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008507	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	50.56	DNI		CHUNGA HIDALGO WALTER
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008508	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	23.00	DNI		URRUTIA VALDIZAN EDUARDO
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008509	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	25.19	DNI		GUEVARA SANCHEZ ELEUTERIO
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008510	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	54.66	DNI		MUNERA PARRA JHON WILLIAM
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008511	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	30.60	DNI		PEREYRA VALDIZAN EDUARDO
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008512	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	25.19	DNI		GUEVARA SANCHEZ ELEUTERIO
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008513	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	50.56	DNI		CHUNGA HIDALGO WALTER
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008514	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	9.90	DNI		URRUTIA VALDIZAN EDUARDO
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008515	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	25.19	DNI		GUEVARA SANCHEZ ELEUTERIO
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008516	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	14.00	DNI		PORTUGUEZ VICENTE CARLOS
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008517	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	14.80	DNI		ACUÑA LOPEZ KAROL JULIANA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008518	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.90	DNI		ALVARADO PACHECO EDUARDO ALFONSO
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008519	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	21.00	DNI		ARENALES LOPEZ INGRID LORENA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008520	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	23.90	DNI		BARAJAS GOMEZ JULIAN FERLEY
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008521	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	25.70	DNI		BARRETO RUZ VEYKER ALDAIR
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008522	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	21.90	DNI		BASTO PICO KAREN DAYANA

14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008523	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	12.00	DNI		BERMUDEZ DELGADO KAREN YULIANA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008524	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	29.00	DNI		BUITRAGO LOZANO DANIEL ESTEBAN
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008525	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	19.50	DNI		CACERES PERALTA SILVIA JULIANA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008526	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	17.80	DNI		CORREDOR DURAN KAROL DANIELA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008527	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	40.80	DNI		DELGADO CONTRERAS YOHANA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008528	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	26.90	DNI		DELGADO SARMIENTO ANGEL DAVID
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008529	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	23.00	DNI		GAMARRA CARVAJAL ANDRES FELIPE
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008530	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	13.00	DNI		GAMBOA MOJICA MAUREN JAVIER
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008531	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	36.00	DNI		GARCIA CABALLERO CAROL DAYANA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008532	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	18.00	DNI		GONZALEZ SANDOVAL LAURA DANIELA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008533	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		GUTIERREZ RODRIGUEZ GABRIELA FERNANDA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008534	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	31.00	DNI		OSPINA ESCOBAR WILSÓN GERMÁN
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008535	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	52.00	DNI		HERNANDEZ RIVERA EDGAR STEVEN
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008536	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	30.70	DNI		MONTOYA VILLEGAS LUZ MARINA
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008537	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	37.83	DNI		MORA GONZALEZ RUBIEL ALBERTO
14/09/2020	Boleta de Venta	010	0008538	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	29.30	DNI		MORA TABORDA YOHAN ADRIAN



15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008539	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	16.00	DNI		MUNERA PARRA JHON WILLIAM
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008540	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	22.40	DNI		OSPINA ESCOBAR WILSÓN GERMÁN
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008541	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	27.40	DNI		PAREJA ARANGO FERNANDO DE JESUS
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008542	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	24.00	DNI		PEMBERTHY LOPERA DIEGO ALEJANDRO
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008543	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	13.00	DNI		PEREZ GAVIRIA YASMIR ANDREA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008544	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	16.90	DNI		JARAMILLO FIGUEROA SOFIA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008545	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	18.30	DNI		MANTILLA ARDILA NESTOR EDUARDO
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008546	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	72.00	DNI		MANTILLA RUEDA JUAN CAMILO
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008547	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		MENDEZ TRISTANCHO ANDRES FELIPE
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008548	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	12.90	DNI		MENDOZA ROLON LIZETH DAYANA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008549	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		MONSALVE VILLAMIZAR DUVAN ESTEBAN
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008550	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	8.00	DNI		MORA MALDONADO MIGUEL ANGEL
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008551	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	18.80	DNI		MORENO GALINDO SERGIO ALEJANDRO
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008552	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	8.90	DNI		ORDUZ SOTO STIFER YAJAIRA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008553	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	9.80	DNI		PEDRAZA PEÑA ANDRES
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008554	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	27.80	DNI		PAREJA ARANGO FERNANDO DE JESUS

15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008555	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		PORTILLA BARRERA ANDREA JULIANA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008556	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	9.90	DNI		RAMIREZ MELGAREJO KAREN NATALIA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008557	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.90	DNI		RAMIREZ JAIMES CRISTIAN CAMILO
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008558	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	28.10	DNI		RANGEL MUÑOZ ANGIE JULIETH
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008559	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	13.80	DNI		ROJAS BOHORQUEZ ANDRES JULIAN
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008560	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	23.50	DNI		ROJAS MEDINA JEIDY YESENIA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008561	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	19.90	DNI		ROJAS PRADA MYLLER YAMIT
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008562	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		ROJAS ROJAS PAULA ALEJANDRA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008563	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	19.90	DNI		SALAZAR DELGADO JAVIER YESID
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008564	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	28.80	DNI		SANABRIA ZAPATA SANTIAGO
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008565	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	19.00	DNI		SUAREZ MALDONADO ANGELA DAYANNA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008566	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	15.90	DNI		TARAZONA MONSALVE JUAN MANUEL
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008567	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	36.00	DNI		ACEVEDO ZAPATA OMAR DAVID
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008568	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	22.50	DNI		AVILA PIÑERES ISABELLA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008569	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	16.90	DNI		CALVETE AMAYA MARIA LUCIANA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008570	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	20.00	DNI		HOLGUIN DIAZ STEFANIA

15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008571	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	23.40	DNI		MANTILLA GALVIS SASKYA FERNANDA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008572	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	23.90	DNI		MORALES MARTINEZ FREDDY RODRIGO
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008573	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	19.00	DNI		ORTEGA GAMBOA LISBETH LORIANA
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008574	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	12.00	DNI		ACELAS MANTILLA GABRIEL LEONARDO
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008575	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	36.90	DNI		ALBERNOZ RUIZ JULIAN SANTIAGO
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008576	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		ALVAREZ SANCHEZ FREDDY ALEXANDER
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008577	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		ANGARITA CHANAGA LARRY GIOVANNY
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008578	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	22.90	DNI		ANGULO SANABRIA SHARON SAYREE
15/09/2020	Boleta de Venta	010	0008579	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	20.00	DNI		ARDILA TORRES SERGIO ANDRES
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008580	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	15.60	DNI		BALAGUERA MUÑOZ KEMLLY STEHICI
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008581	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	26.80	DNI		PEMBERTHY LOPERA DIEGO ALEJANDRO
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008582	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	13.90	DNI		BOHORQUEZ BAUTISTA DAVID SANTIAGO
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008583	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	13.00	DNI		CARREÑO ESPINOSA JUAN FELIPE
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008584	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	15.90	DNI		CASTILLO SALGUERO GERLY
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008585	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	13.90	DNI		DELGADO ANAYA PAULA ANDREA
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008586	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	27.00	DNI		DELGADO DIAZ MAYCOL JULIAN

16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008587	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	22.00	DNI		DIAZ VEGA SAMANTHA
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008588	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	19.80	DNI		FLOREZ AGUILAR ALEXIS GUSTAVO
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008589	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	24.90	DNI		FOSECA CARDENAS ESTEFANNY YISEL
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008590	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		GAMBOA MOTTA HANNYS LYNEY
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008591	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.00	DNI		GOMEZ CASTILLO LUNA ALEXANDRA
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008592	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	10.90	DNI		GUTIERREZ PANQUEVA STEVEN
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008593	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	14.90	DNI		JAIMES GONZALEZ NESTOR FELIPE
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008594	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	11.70	DNI		JAIMES JAIMES KEVIN FERNEY
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008595	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	13.70	DNI		PEREZ ZURITA JORGE
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008596	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	11.00	DNI		AYALA MIRA LUZ ELENA
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008597	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	9.50	DNI		BARRIENTOS GONZÁLEZ JHON JAIRO
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008598	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	27.00	DNI		BETANCUR PINEDA MAURO ALBEIRO
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008599	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	7.90	DNI		BUSTAMANTE TABORDA LUIS REINALDO
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008600	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	37.00	DNI		CARDENAS CHAVERRA YULIETH
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008601	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	11.80	DNI		CARDONA LOAIZA DANIEL
16/09/2020	Boleta de Venta	010	0008602	BRIGGITH DIAZ PERALES	CONTADO	11.70	DNI		CASTAÑO PIEDRAHITA JEISSON ALEJANDRO

Anexo N° 09: Ficha de Registro de las Ventas Octubre del 2020

PERIODO	12 AL 16 DE OCTUBRE DEL 2020
EMPRESA	BEST STORE21 S.A.C. - 20603045425
TESISTAS	BUSTAMENTE PAZ, FLAVIO RONALDO
	MADRID AQUINO, JHOE ARMANDO F.

INFORMACIÓN DEL COMPROBANTE DE PAGO UTILIZADO									INFORMACIÓN DEL PROVEEDOR		
FECHA DE EMISIÓN	DOCUMENTO	SERIE	NUMERO	VENDEDOR	FORMA DE PAGO	TIP_TARJETA	N_TARJETA	TOTAL_VENTA	TIPO DE DOCUMENTO	NUMERO	CLIENTE
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000001	bdiaz	EFFECTIVO			37.17	DNI	08373214	JUAN ZACARIAS ABANTO CHAVEZ
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000002	bdiaz	EFFECTIVO			31.74	DNI	18212331	CARMEN MARINA ABANTO GARCIA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000003	bdiaz	EFFECTIVO			26.52	DNI	41335958	CARLOS EYVE DE LA CRUZ ALAYA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000004	bdiaz	EFFECTIVO			13.92	DNI	19426402	SANTOS PEDRO ACOSTA USQUIANO
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000005	bdiaz	EFFECTIVO			16.28	DNI	19925903	ROBERTA ADAUTO DE QUISPE
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000006	bdiaz	EFFECTIVO			17.58	DNI	46424187	FLOR ADRIANO QUINTO
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000007	bdiaz	EFFECTIVO			14.16	DNI	43188601	PERCY AGAMA PONCIANO
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000008	bdiaz	EFFECTIVO			13.69	DNI	10117485	ABDON SERGIO AGUADO LAZARO

12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000009	bdiaz	EFFECTIVO			167.56	DNI	41335958	NEREIDA RAQUEL ABRIL GARCIA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000010	bdiaz	EFFECTIVO			13.92	DNI	19925903	ROBERTA ADAUTO DE QUISPE
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000011	bdiaz	EFFECTIVO			7.67	DNI	43188601	PERCY AGAMA PONCIANO
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000012	bdiaz	EFFECTIVO			65.73	DNI	27684269	ALFONSO AGUILAR MALCA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000013	bdiaz	EFFECTIVO			13.45	DNI	05348615	RUSWELL AHUANARI RICOPA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000014	bdiaz	EFFECTIVO			44.60	DNI	43589926	JEFREY AHUITE PEREYRA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000015	bdiaz	EFFECTIVO			30.33	DNI	73671062	CINTHYA SOLEDAD ALCANTARA ALARCON
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000016	bdiaz	EFFECTIVO			11.80	DNI	19042017	LAURO ALFARO CRUZ
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000017	bdiaz	EFFECTIVO			32.80	DNI	10610445	CONSTANTINO ALMEIDA MENDOZA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000018	bdiaz	EFFECTIVO			2.36	DNI	40095707	ALEX OMARALTAMIRANO MONTENEGRO
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000019	bdiaz	EFFECTIVO			35.28	DNI	27751248	VILMA ANGASPILCO FERNANDEZ
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000020	bdiaz	EFFECTIVO			19.82	DNI	46424187	FLOR ADRIANO QUINTO
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000021	bdiaz	EFFECTIVO			8.22	DNI	41335958	ROSAURA CIEZA MUÑOZ
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000022	bdiaz	EFFECTIVO			8.14	DNI	05348615	RUSWELL AHUANARI RICOPA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000023	bdiaz	EFFECTIVO			11.56	DNI	20978067	MATEO APAZA HUANCA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000024	bdiaz	EFFECTIVO			24.54	DNI	42679736	YORELA ESTHER APOLINARIO MEZA

12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000025	bdiaz	EFFECTIVO			31.62	DNI	22520068	LUCINDA AQUINO MOYA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000026	bdiaz	EFFECTIVO			30.44	DNI	45552364	ELVIS LARSEN ARBIZU HUAPAYA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000027	bdiaz	EFFECTIVO			32.80	DNI	42588995	EDWUAR HUMBERTO ARCE QUIROZ
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000028	bdiaz	EFFECTIVO			50.50	DNI	40480884	GUADALUPE ARENAS CHAVEZ
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000029	bdiaz	EFFECTIVO			22.18	DNI	47270879	ONAR AREVALO TONGO
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000030	bdiaz	EFFECTIVO			38.70	DNI	40027974	SUSANA ARIMUYA GUTIERREZ
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000031	bdiaz	EFFECTIVO			14.51	DNI	19042017	LAURO ALFARO CRUZ
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000032	bdiaz	EFFECTIVO			64.78	DNI	46942418	FELIX BANDA PERALTA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000033	bdiaz	EFFECTIVO			10.50	DNI	10053995	ISIDRO BARRIENTOS SAES
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000034	bdiaz	EFFECTIVO			28.08	DNI	16128170	ROSA BAUTISTA COTERA
12/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000035	bdiaz	EFFECTIVO			29.15	DNI	45659252	YULENI BECERRA VASQUEZ
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000036	bdiaz	EFFECTIVO			6.96	DNI	33569453	BALTAZAR YGNACIO BENITES OJEDA
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000037	bdiaz	EFFECTIVO			7.55	DNI	43397142	JESUS OBISPO BERMEO HEREDIA
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000038	bdiaz	EFFECTIVO			100.30	DNI	40590262	BLANCO RAMIREZ CLARA
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000039	bdiaz	EFFECTIVO			52.86	DNI	46320308	SHIRLEY KARIM BORJA ARRIETA
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000040	bdiaz	EFFECTIVO			24.54	DNI	45552364	ELVIS LARSEN ARBIZU HUAPAYA

13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000041	bdiaz	EFFECTIVO			47.08	DNI	44014555	BILLY JOEL BRIONES GUERRERO
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000042	bdiaz	EFFECTIVO			44.60	DNI	18072586	MARIA FANNY CABALLERO HERRERA
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000043	bdiaz	EFFECTIVO			25.84	DNI	00254378	CESAR CAJUSOL RUIZ
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000044	bdiaz	EFFECTIVO			17.46	DNI	46756555	ELCER DUBERLI CALDERON FLORES
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000045	bdiaz	EFFECTIVO			49.44	DNI	41836138	TOLENTINA LISBED CAMPOS ABAD
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000046	bdiaz	EFFECTIVO			31.62	DNI	48321874	MELISA MELENA CARO LOPEZ
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000047	bdiaz	EFFECTIVO			26.90	DNI	48557955	REYNALDO MANUEL CASTILLO MALDONADO
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000048	bdiaz	EFFECTIVO			36.34	DNI	09358984	MARIBEL SULMA CELESTINO PONCE
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000049	bdiaz	EFFECTIVO			51.68	DNI	33569453	BALTAZAR YGNACIO BENITES OJEDA
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000050	bdiaz	EFFECTIVO			82.36	DNI	47032902	CLAUDIA NELLY CENTENO SANTIAGO
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000051	bdiaz	EFFECTIVO			11.09	DNI	45531064	ESTER CERNA CHUQUILIN
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000052	bdiaz	EFFECTIVO			15.22	DNI	41957694	CHALAN CHILON LUIS ALBERTO
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000053	bdiaz	EFFECTIVO			26.43	DNI	80173956	ENA HORTENCIA CHANCA VICENTE
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000054	bdiaz	EFFECTIVO			25.72	DNI	46200469	ELISET YOELY CHAUPE RODRIGUEZ
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000055	bdiaz	EFFECTIVO			18.76	DNI	44650618	JOSE LUIS CHUMBIRAYCO ZARATE
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000056	bdiaz	EFFECTIVO			26.90	DNI	46034539	ROSAURA CIEZA MUÑA'OZ



13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000057	bdiaz	EFFECTIVO			29.97	DNI	03696413	PABLO ABSALON COLLAZOS GOMEZ
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000058	bdiaz	EFFECTIVO			32.80	DNI	41915728	SILVERIO LUIS CONDOR ROMO
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000059	bdiaz	EFFECTIVO			35.16	DNI	09101206	RIVER JESUS CONTRERAS CHUQUIMUNI
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000060	bdiaz	EFFECTIVO			64.66	DNI	47575464	ANDREA IVONIS CORNEJO VENTURA
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000061	bdiaz	EFFECTIVO			22.07	DNI	46641887	YOSIMAR ALEXANDER CORONEL BANCES
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000062	bdiaz	EFFECTIVO			3.54	DNI	48289672	SEGUNDO JOSELITO CORTEZ ZEGARRA
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000063	bdiaz	EFFECTIVO			54.04	DNI	41511447	VANESSA LISSETTE CRESPO VARGAS
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000064	bdiaz	EFFECTIVO			94.28	DNI	44750853	CARLOS EYVE DE LA CRUZ ALAYA
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000065	bdiaz	EFFECTIVO			29.50	DNI	48623020	SULI REINALDA DE LOS SANTOS RODRIGUEZ
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000066	bdiaz	EFFECTIVO			31.74	DNI	45388969	ORFELINA DELGADO REQUEJO
13/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000067	bdiaz	EFFECTIVO			13.69	DNI	19401855	VICTORIA PREPEDIGNA DIAZ CRUZADO
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000068	bdiaz	EFFECTIVO			27.85	DNI	45862063	RONEL DIAZ RIVERA
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000069	bdiaz	EFFECTIVO			82.60	DNI	46446071	NOE MOSHE DONOHUE ALEONG
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000070	bdiaz	EFFECTIVO			30.33	DNI	22735184	PASCANIA AVELIA DUEÑAS BERNAL
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000071	bdiaz	EFFECTIVO			17.46	DNI	41104306	WALTER EUGENIO ESCOBAR
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000072	bdiaz	EFFECTIVO			7.55	DNI	45021367	LUIGI HEVER EVANGELISTA PEREZ

14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000073	bdiaz	EFFECTIVO			62.30	DNI	43203725	PETER ALEXANDER FAJARDO VASQUEZ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000074	bdiaz	EFFECTIVO			10.50	DNI	05330328	REINA FLORES SANGAMA
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000075	bdiaz	EFFECTIVO			19.94	DNI	44124565	ALEX HERNAN GARCIA CRUZADO
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000076	bdiaz	EFFECTIVO			34.69	DNI	21484216	CONCEPCION GASTELU AGUADO
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000077	bdiaz	EFFECTIVO			51.45	DNI	44734070	NELCI GOMEZ POMA
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000078	bdiaz	EFFECTIVO			37.41	DNI	15381778	MARCELINA GUERRA DE GIRON
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000079	bdiaz	EFFECTIVO			47.08	DNI	40412614	ROSA HUAMAN HUAMAN
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000080	bdiaz	EFFECTIVO			35.16	DNI	45388969	ORFELINA DELGADO REQUEJO
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000081	bdiaz	EFFECTIVO			39.88	DNI	43203725	PETER ALEXANDER FAJARDO VASQUEZ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000082	bdiaz	EFFECTIVO			17.46	DNI	08987138	HERMAN ALMILCAR LINAREZ SUAREZ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000083	bdiaz	EFFECTIVO			24.54	DNI	27145127	NANCY SOLEDAD LOPEZ VASQUEZ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000084	bdiaz	EFFECTIVO			15.22	DNI	19080025	ALBERTO CICILIO LUJAN RODRIGUEZ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000085	bdiaz	EFFECTIVO			11.09	DNI	32824147	ALCIDES MALCA VASQUEZ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000086	bdiaz	EFFECTIVO			32.33	DNI	31672145	RAFAEL ARMANDO MALLQUI CHINCHAY
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000087	bdiaz	EFFECTIVO			114.11	DNI	01132928	ELMER MARIN VALVERDE
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000088	bdiaz	EFFECTIVO			2.36	DNI	10730427	CHARO YANET MATEO SANTIVAÑA'EZ

14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000089	bdiaz	EFFECTIVO			3.54	DNI	45862063	RONEL DIAZ RIVERA
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000090	bdiaz	EFFECTIVO			20.89	DNI	21484216	CONCEPCION GASTELU AGUADO
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000091	bdiaz	EFFECTIVO			17.58	DNI	19426402	SANTOS PEDRO ACOSTA USQUIANO
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000092	bdiaz	EFFECTIVO			4.72	DNI	09101206	RIVER JESUS CONTRERAS CHUQUIMUNI
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000093	bdiaz	EFFECTIVO			10.62	DNI	09958472	HARRY MICHAEL LEON SEGURA
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000094	bdiaz	EFFECTIVO			11.68	DNI	08987138	HERMAN ALMILCAR LINAREZ SUAREZ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000095	bdiaz	EFFECTIVO			8.14	DNI	43612991	WARRIN ALVAN TENAZOA
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000096	bdiaz	EFFECTIVO			8.02	DNI	19954677	RAUL ARTURO LOARDO CARHUAMACA
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000097	bdiaz	TARJETA	VISA	9029	52.51	DNI	46320308	SHIRLEY KARIM BORJA ARRIETA
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000098	bdiaz	EFFECTIVO			11.68	DNI	47032902	CLAUDIA NELLY CENTENO SANTIAGO
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000099	bdiaz	EFFECTIVO			41.18	DNI	19033624	PEDRO DEMETRIO CRUZ VILLEGAS
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000100	bdiaz	EFFECTIVO			21.00	DNI	27667081	JOSE ANTONIO APONTE GUERRERO
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000101	bdiaz	EFFECTIVO			23.60	DNI	33578935	WALTER ENRIQUE ALAMO ARICOCHÉ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000102	bdiaz	EFFECTIVO			18.17	DNI	43326656	WILINTON HUATANGARE DIAZ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000103	bdiaz	EFFECTIVO			19.94	DNI	05330328	REINA FLORES SANGAMA
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000104	bdiaz	EFFECTIVO			32.92	DNI	46641887	YOSIMAR ALEXANDER CORONEL BANCES

14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000105	bdiaz	EFFECTIVO			15.10	DNI	16130314	YULIANA ESMIT CALIXTRO LOPEZ
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000106	bdiaz	EFFECTIVO			17.46	DNI	42412764	ELKY EDGARDO CHAPOÑ'AN BANCES
14/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000107	bdiaz	EFFECTIVO			28.08	DNI	45021367	LUIGI HEVER EVANGELISTA PEREZ
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000108	bdiaz	EFFECTIVO			4.72	DNI	47546600	DANY MARIBEL CERNA GUEVARA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000109	bdiaz	EFFECTIVO			7.67	DNI	46424187	FLOR ADRIANO QUINTO
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000110	bdiaz	EFFECTIVO			26.55	DNI	70590685	JULISSA EDITH BEJARANO HUAMAN
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000111	bdiaz	EFFECTIVO			25.37	DNI	07104555	JULIA VICTORIA CHATE HUAMANÑ'AUPA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000112	bdiaz	EFFECTIVO			21.00	DNI	44650618	JOSE LUIS CHUMBIRAYCO ZARATE
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000113	bdiaz	EFFECTIVO			15.10	DNI	40480884	GUADALUPE ARENAS CHAVEZ
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000114	bdiaz	EFFECTIVO			46.61	DNI	26700980	PASCUAL CASTOPE MICHA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000115	bdiaz	EFFECTIVO			44.60	DNI	44355403	ELSA FERNANDEZ VILLALOBOS
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000116	bdiaz	EFFECTIVO			44.60	DNI	45298423	DAYCYS SMITH JULIAN GARCIA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000117	bdiaz	EFFECTIVO			14.99	DNI	47061220	JIM JORGE BARRERA DEL AGUILA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000118	bdiaz	EFFECTIVO			26.90	DNI	42455265	MIRTHA APAZA CAMPOS
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000119	bdiaz	EFFECTIVO			64.66	DNI	46440673	EDGAR ABIMAEI BAZAN BELLO
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000120	bdiaz	EFFECTIVO			29.26	DNI	40270257	ELIZALDE NUNO BAUTISTA CALIXTRO

15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000121	bdiaz	EFFECTIVO			10.03	DNI	10610445	CONSTANTINO ALMEIDA MENDOZA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000122	bdiaz	EFFECTIVO			82.36	DNI	45552364	ELVIS LARSEN ARBIZU HUAPAYA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000123	bdiaz	EFFECTIVO			18.17	DNI	44213080	JOSE MANUEL BANCES CAJUSOL
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000124	bdiaz	EFFECTIVO			22.07	DNI	47095620	MIRFAK SOLANGE CORREA REYES
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000125	bdiaz	EFFECTIVO			36.34	DNI	07111614	MARIA LEONOR ACUÑA MAMANI
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000126	bdiaz	EFFECTIVO			51.57	DNI	42031382	ISAIAS ATANACIO AREVALO LAYANGO
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000127	bdiaz	EFFECTIVO			50.62	DNI	47061220	JIM JORGE BARRERA DEL AGUILA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000128	bdiaz	EFFECTIVO			16.28	DNI	16128170	ROSA BAUTISTA COTERA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000129	bdiaz	EFFECTIVO			17.46	DNI	46634649	EINER MERA CELIS
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000130	bdiaz	EFFECTIVO			17.46	DNI	44861146	JOSE ERICKSON ANCAJIMA VILAFRANQUI
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000131	bdiaz	EFFECTIVO			11.56	DNI	41320923	JANETH SARA CAYCHO CAJA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000132	bdiaz	EFFECTIVO			45.78	DNI	80334901	MICHAEL CRISANTE BELLIDO
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000133	bdiaz	EFFECTIVO			8.73	DNI	16293429	TOMAS ESCOLASTICO GONZALES ROJAS
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000134	bdiaz	EFFECTIVO			25.84	DNI	48001929	ESTHER MAGALY ERAZO PABLO
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000135	bdiaz	EFFECTIVO			21.00	DNI	21113728	FELIX ROLANDO JULCA CALERO
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000136	bdiaz	EFFECTIVO			70.56	DNI	45298423	DAYCYS SMITH JULIAN GARCIA

15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000137	bdiaz	EFFECTIVO			25.72	DNI	16130314	YULIANA ESMIT CALIXTRO LOPEZ
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000138	bdiaz	EFFECTIVO			18.64	DNI	45659252	YULENI BECERRA VASQUEZ
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000139	bdiaz	EFFECTIVO			25.84	DNI	42679736	YORELA ESTHER APOLINARIO MEZA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000140	bdiaz	EFFECTIVO			35.16	DNI	47646968	HERNAN ACOSTA ANGOMA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000141	bdiaz	EFFECTIVO			15.10	DNI	45298423	DAYCYS SMITH JULIAN GARCIA
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000142	bdiaz	EFFECTIVO			16.28	DNI	27667081	JOSE ANTONIO APONTE GUERRERO
15/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000143	bdiaz	EFFECTIVO			55.22	DNI	44650618	JOSE LUIS CHUMBIRAYCO ZARATE
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000144	bdiaz	EFFECTIVO			18.64	DNI	45453602	MARIA ISABEL CHUQUILIN CUEVA
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000145	bdiaz	EFFECTIVO			11.68	DNI	44355605	LUIS HEINER ACUÑA CRUZ
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000146	bdiaz	EFFECTIVO			51.21	DNI	41335958	NEREIDA RAQUEL ABRIL GARCIA
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000147	bdiaz	EFFECTIVO			15.81	DNI	46942418	FELIX BANDA PERALTA
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000148	bdiaz	EFFECTIVO			35.28	DNI	06207563	ERNESTO FLORES VALVERDE
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000149	bdiaz	EFFECTIVO			70.56	DNI	19966169	FERMIN ANTONIO ANCHIRAICO CUEVA
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000150	bdiaz	EFFECTIVO			26.90	DNI	44976956	JOSE BUITRON SALDAÑA
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000151	bdiaz	EFFECTIVO			23.48	DNI	46200469	ELISET YOELY CHAUPE RODRIGUEZ
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000152	bdiaz	EFFECTIVO			18.64	DNI	10053995	ISIDRO BARRIENTOS SAES

16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000153	bdiaz	EFFECTIVO			35.28	DNI	42356139	ROMELIA FASABI AMASIFUEN
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000154	bdiaz	EFFECTIVO			44.60	DNI	71064957	JESUS LLATAS SANTACRUZ
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000155	bdiaz	EFFECTIVO			38.70	DNI	45531064	ESTER CERNA CHUQUILIN
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000156	bdiaz	EFFECTIVO			15.10	DNI	23238382	MARCELO CARMONA LAYME
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000157	bdiaz	EFFECTIVO			11.09	DNI	42412764	ELKY EDGARDO CHAPOÑ'AN BANCES
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000158	bdiaz	EFFECTIVO			28.08	DNI	33678463	JORGE LUIS BURGA CONDOR
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000159	bdiaz	EFFECTIVO			19.82	DNI	47410299	HERMELINDA FERNANDEZ ESPINOZA
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000160	bdiaz	EFFECTIVO			94.40	DNI	46142472	KELLY GERALDINE JARAMILLO GUTIERREZ
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000161	bdiaz	EFFECTIVO			18.64	DNI	40480884	GUADALUPE ARENAS CHAVEZ
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000162	bdiaz	EFFECTIVO			11.56	DNI	10117485	ABDON SERGIO AGUADO LAZARO
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000163	bdiaz	EFFECTIVO			34.10	DNI	73826217	MARINA CAJA LUCANO
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000164	bdiaz	EFFECTIVO			15.10	DNI	42121575	CARLOS RIGOBERTO CELIS HERNANDEZ
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000165	bdiaz	EFFECTIVO			23.48	DNI	16137371	CARMEN YSIDORA CUELLAR HUARINGA
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000166	bdiaz	EFFECTIVO			29.26	DNI	18151461	LUISA JESICA ESPEJO PINPINCO
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000167	bdiaz	EFFECTIVO			52.86	DNI	41957694	CHALAN CHILON LUIS ALBERTO
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000168	bdiaz	EFFECTIVO			6.84	DNI	18226473	LUCY MARIZOL CHUN RODRIGUEZ

16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000169	bdiaz	EFFECTIVO			32.92	DNI	19401855	VICTORIA PREPEDIGNA DIAZ CRUZADO
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000170	bdiaz	EFFECTIVO			16.40	DNI	40270257	ELIZALDE NUNO BAUTISTA CALIXTRO
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000171	bdiaz	EFFECTIVO			3.42	DNI	10107715	MANUEL YSMAEL CORTEZ REYNOSO
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000172	bdiaz	EFFECTIVO			18.76	DNI	42416980	JOVANA LIZ CHAUPIN MORALES
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000173	bdiaz	EFFECTIVO			15.10	DNI	47410299	HERMELINDA FERNANDEZ ESPINOZA
16/10/2020	BOLETA DE VENTA	020	0000174	bdiaz	EFFECTIVO			13.92	DNI	44559652	MARIA MELITA CARO OBREGON



Anexo N° 10: Ficha de Registro para el Pretest del indicador número de ventas

Ficha de Registro	
Autor (es):	Bustamante Paz Flavio Ronaldo
	Madrid Aquino Jhoe Armando Francisco
Organización:	B2B PROFESIONAL SAC
Fecha Inicio:	12/09/2020
Fecha Fin:	16/09/2020


  

Variable	Indicador	Fórmula
Proceso de Ventas	Número de Ventas	$IV = NV * 1$
		IV: Total de Ventas
		NV: Numero de Ventas

ITEM	FECHA	NV	IV
1	12/09/2020	26	26
2	13/09/2020	28	28
3	14/09/2020	36	36
4	15/09/2020	41	41
5	16/09/2020	23	23
6	RESULTADO	154	154



.....  
 Evelyn M. Huarua Vasquez  
 GERENTE GENERAL  
 BEST STORE 21 S.A.C.

Fuente: Best Store21 S.A.C

Elaboración: Propia

Anexo N° 11: Ficha de Registro para el Postest del indicador número de ventas

Ficha de Registro	
<b>Autor (es):</b>	Bustamante Paz Flavio Ronaldo Madrid Aquino Jhoe Armando Francisco
<b>Organización:</b>	B2B PROFESIONAL SAC
<b>Fecha Inicio:</b>	12/10/2020
<b>Fecha Fin:</b>	16/10/2020


  

Variable	Indicador	Fórmula
Proceso de Ventas	Número de Ventas	$IV = NV * 1$
		IV: Total de Ventas
		NV: Numero de Ventas

ITEM	FECHA	NV	IV
1	12/10/2020	35	35
2	13/10/2020	32	32
3	14/10/2020	40	40
4	15/10/2020	36	36
5	16/10/2020	31	31
6	RESULTADO	174	174



.....  
 Evelyn M. Huaura Vasquez  
 GERENTE GENERAL  
 BEST STORE 21 S.A.C.

Fuente: Best Store21 S.A.C

Elaboración: Propia

Anexo N° 12: Ficha de Registro para el Pretest del indicador fidelización de clientes

Ficha de Registro	
<b>Autor (es):</b>	Bustamante Paz Flavio Ronaldo Madrid Aquino Jhoe Armando Francisco
<b>Organización:</b>	B2B PROFESIONAL SAC
<b>Fecha Inicio:</b>	12/09/2020
<b>Fecha Fin:</b>	16/09/2020


  

Variable	Indicador	Fórmula
Proceso de Ventas	Fidelización de Clientes	$CLV = MTC * CC * TVC$
		CLV = VALOR DE VIDA DEL CLIENTE
		MTC = MONTO TOTAL DEL CLIENTE (COMPRAS)
		CC = CONCURRENCIA DEL CLIENTE
		TVC = TIEMPO DE VIDAL DEL CLIENTE

ITEM	CLIENTE	FECHA	MTC	CC	TVC	CLV
1	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	110.44	2	5	1104.40
2	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	101.12	2	5	1011.20
3	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	100.76	4	5	2015.20
4	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	97.11	3	5	1456.65
5	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	94.28	2	5	942.80
6	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	95.28	3	5	1429.20
7	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	87.56	3	5	1313.40
8	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	86.84	3	5	1302.60
9	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	82.60	3	5	1239.00
10	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	70.36	3	5	1055.40
11	RESULTADO	12 AL 16 DE SEPTIEMBRE 2020	92.635	2.8	5	1287.0



Evelyn M. Huaura Vasquez  
GERENTE GENERAL  
BEST STORE 21 S.A.C.

Fuente: Best Store21 S.A.C

Elaboración: Propia

Anexo N° 13: Ficha de Registro para el Postest del indicador fidelización de clientes

Ficha de Registro	
Autor (es):	Bustamante Paz Flavio Ronaldo
	Madrid Aquino Jhoe Armando Francisco
Organización:	B2B PROFESIONAL SAC
Fecha Inicio:	12/10/2020
Fecha Fin:	16/10/2020


  

Variable	Indicador	Fórmula
Proceso de Ventas	Fidelización de Clientes	<b>CLV = MTC * CC * TVC</b>
		CLV = VALOR DE VIDA DEL CLIENTE
		MTC = MONTO TOTAL DEL CLIENTE (COMPRAS)
		CC = CONCURRENCIA DEL CLIENTE
		TVC = TIEMPO DE VIDAL DEL CLIENTE

ITEM	CLIENTE	FECHA	MTC	CC	TVC	CLV
1	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	222.06	2	5	2220.60
2	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	137.34	3	5	2060.10
3	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	130.26	3	5	1953.90
4	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	114.11	3	5	1711.65
5	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	105.37	3	5	1580.55
6	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	102.18	3	5	1532.70
7	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	100.30	2	5	1003.00
8	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	94.98	2	5	949.80
9	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	94.40	2	5	944.00
10	CONFIDENCIAL	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	94.28	3	5	1414.20
11	RESULTADO	12 AL 16 DE OCTUBRE 2020	119.53	2.6	5	1537.05



Evelyn M. Huaura Vasquez  
GERENTE GENERAL  
BEST STORE 21 S.A.C.

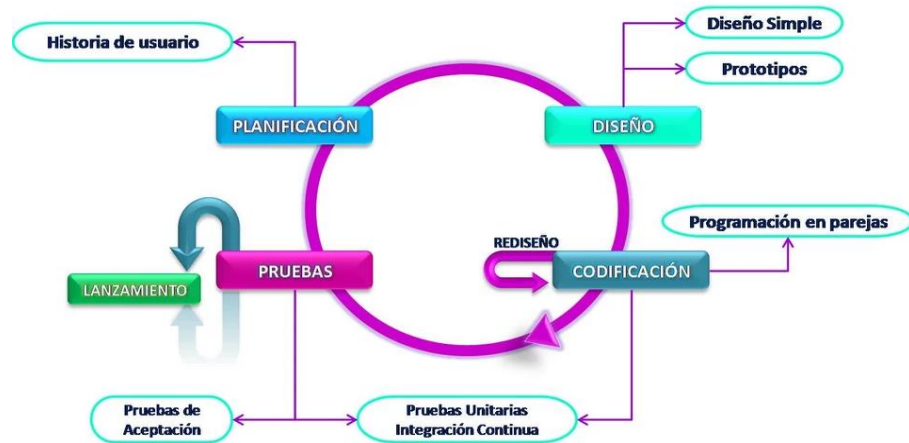
Fuente: Best Store21 S.A.C

Elaboración: Propia

Anexo N° 14: Fases del proceso de la Metodología XP

Figura N° 07: Fases del proceso de la Metodología XP

## PROGRAMACIÓN EXTREMA (XP)



Fuente: <https://bit.ly/3mDPldJ>

Anexo N° 15: Cuadro comparativo de metodología de desarrollo

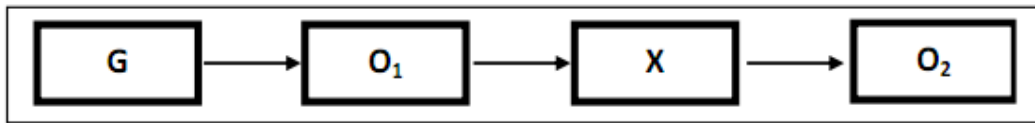
Tabla N° 07: Cuadro comparativo de metodología de desarrollo

Experto	Metodología		
	XP	RUP	SCRUM
<b>Dra. Vásquez Valencia, Yesenia del Rosario</b>	18	15	16
<b>Mg. Pérez Rojas, Even Deyser</b>	18	16	16
<b>Mg. More Valencia, Rubén Alexander</b>	18	16	17

Elaboración: Propia

Anexo N° 16: Diseño de Estudio

Figura N° 08: Diseño de Estudio



Fuente: (Hernández, y otros, 2014)

**Describiendo el gráfico:**

**G:** Grupo experimental, esto nos ayudara a estudiar las pruebas de pre-test y post-test

**X:** Implementación del sistema web del presente proyecto.

**O1:** Es el resultado que se obtuvo gracias al pre-test que se llevó a cabo, es decir sin la implementación del sistema web.

**O2:** Es el resultado que se obtuvo gracias al post-test que se llevó a cabo, es decir con la implementación del sistema web.

Esto se llevó a cabo con la finalidad de establecer las desigualdades entre las variables O1 y O2, para observar si existe una evolución en la ejecución del proceso y luego poder validarlas con la hipótesis.

Elaboración: Propia

Anexo N° 17: Descripción de la Operacionalización de variables

Tabla N° 08: Descripción de la Operacionalización de variables

Variable de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Sistema Web	Es una herramienta que automatiza los procesos del negocio (Dextre, 2018).	Ayuda a darle un mejor funcionamiento en la gestión del proceso del negocio.			
Proceso de Ventas	Las ventas forman una gran herramienta fundamental para las empresas, haciendo mejoras desde la perspectiva del cliente para que logre tener una mejor calidad de servicio y una mejor transacción (Virgilio, 2014).	Proceso en el cual intervienen las dimensiones junto con los indicadores medibles para el negocio.	Transacción	Número de Ventas	De razón
			Calidad de Servicio	Fidelización de Clientes	De razón

Elaboración: Propia

Anexo N° 18: Población y muestra empleada

Tabla N° 09: Determinación de la población

<b>Población (número de ventas mensuales)</b>
<b>1 mes = 2000 Ventas aproximado</b>

Fuente: Best Store21 SAC

Elaboración: propia

Tabla N° 10: Determinación de la población

<b>Muestra</b>
<b>No probabilístico por conveniencia = 5 días</b>

Fuente: Best Store21 SAC

Elaboración: propia



Anexo N° 19: Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Tabla N° 11: Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Variable	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento	Fuente
VD: Proceso de Venta	Transacción	Número de Ventas	Observación	Ficha de Registro	Documentos de registro elaborados
	Calidad de servicio	Fidelización de Clientes	Observación	Ficha de Registro	Documentos de registro elaborados

Elaboración: propia

Anexo N° 20: Formula del Coeficiente de Pearson

Figura N° 09: Formula del Coeficiente de Pearson

$$r_{xy} = \frac{n \sum X * Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Fuente: (Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones, 2018)

**Cuándo:**

**$r_{xy} = 0$ : Ninguna correlación**

**$r_{xy} = 1$ : Correlación positiva perfecta**

**$0 < r_{xy} < 1$  = Correlación positiva**

**$r_{xy} = -1$ : Correlación negativa perfecta**

**$-1 < r_{xy} < 0$  = Correlación Negativa**

Elaboración: Propia

Anexo N° 21: Confiabilidad de indicadores empleados

Tabla N° 12: Confiabilidad del indicador número de ventas

		<b>Correlaciones</b>	
		NUMVENTASM EN_PRE	NUMVENTASM EN_POST
NUMVENTASMEN_PRE	Correlación de Pearson	1	,712
	Sig. (bilateral)		,177
	N	5	5
NUMVENTASMEN_POST	Correlación de Pearson	,712	1
	Sig. (bilateral)	,177	
	N	5	5

Fuente: SPSS, V.20

Elaboración: Propia

Tabla N° 13: Confiabilidad del indicador fidelización de clientes

		<b>Correlaciones</b>	
		FIDELIZACION CLI_PRE	FIDELIZACION CLI_POST
FIDELIZACIONCLI_PRE	Correlación de Pearson	1	,663
	Sig. (bilateral)		,862
	N	10	10
FIDELIZACIONCLI_POST	Correlación de Pearson	,663	1
	Sig. (bilateral)	,862	
	N	10	10

Fuente: SPSS, V.20

Elaboración: Propia

Anexo N° 22: Matriz de consistencia

Tabla N° 14: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensión	Indicador	Método
Principal	General	General	Independiente			Tipo de Investigación Aplicada
¿Cómo la implementación de un sistema web influye para la automatización del proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. - 2020?	Determinar la influencia del sistema web para la automatización del proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. - 2020.	La implementación del sistema influye positivamente en la automatización del proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. - 2020	Sistema Web  (Dextre Sánchez, 2018)			Según (Hernández, y otros, 2014)
Específicos			Dependiente			Diseño de investigación Pre-Experimental
	Determinar cómo al automatizar el proceso de ventas influye en el índice del número de ventas con un sistema web en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.	La implementación del sistema web aumenta el índice del número de ventas al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.	Proceso de Ventas	Transacción	<b>Número de Ventas</b> $IV = NV * 1$  <b>IV: Total de Ventas</b> <b>NVM: Numero de Ventas</b>	Según (Hernández, y otros, 2014)
						Población 1 mes = 2000 ventas aproximado  Muestra No probabilística

	<p>Determinar cómo al automatizar el proceso de ventas influye en el índice de fidelización de clientes con un sistema web en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.</p>	<p>La implementación del sistema web aumenta el índice de la fidelización de clientes al automatizar el proceso de ventas en la empresa Best Store21 S.A.C. – 2020.</p>	<p>(Vásquez, 2018)</p>	<p>Calidad de Servicio</p>	<p><b>Fidelización de Clientes</b></p> <p><math>CLV = MTC * CC * TVC</math></p> <p><b>CLV</b> = VALOR DE VIDA DEL CLIENTE</p> <p><b>MTC</b> = MONTO TOTAL DEL CLIENTE (COMPRAS)</p> <p><b>CC</b> = CONCURRENCIA DEL CLIENTE</p> <p><b>TVC</b> = TIEMPO DE VIDAL DEL CLIENTE</p>	<p>Técnica</p> <p>Observación</p> <p>(Yañez, 2017)</p> <p>Instrumento</p> <p>Ficha de registro</p>
--	--	---	------------------------	----------------------------	---	--

## Anexo N° 23: Desarrollo de la metodología XP (Extreme Programming)

### 1. Planificación

En la primera etapa del método de desarrollo de software XP (Extreme Programming), la forma actual de trabajar es a través de casos de usuario y requisitos del sistema Web, que nos ayudaron a definir todas las tareas para desarrollar e implementar el sistema web, y a través de tarjetas de tareas, finalizar el plan de entrega. El plan tendrá iteraciones para implementar el proyecto.

#### 1.1. Clasificación e identificación de roles

Identificar todos los roles que interactuarán con el sistema y luego clasificarlos en categorías y subcategorías de participantes, lo que lo convierte en una mejor organización para acceder a la información del sistema y, por lo tanto, un mejor control y monitoreo del sistema.

Rol	Descripción
Gerente - Administrador	Es la persona encargada de realizar el control y seguimiento de la organización.
Encargado de Ventas	Se encarga de registrar las ventas de los clientes

#### 1.2. Obtención de requerimientos

Se muestra cada requisito descrito por el cliente y los futuros usuarios del sistema:

- **Contacto directo con el vendedor:** El sistema debe proporcionar un contacto directo con el vendedor de la empresa, según los privilegios que se le otorgue.
- **Registrar ventas:** Las ventas se deben registrar cada vez que se realiza una venta de algún producto
- **Registra datos de ingreso de productos:** El gerente -administrador, debe registrar todo ingreso de productos nuevos o reposición de productos faltantes.
- **Registra información de productos nuevos para la empresa:** El gerente – administrador debe registrar el ingreso de información de productos nuevos.
- **Administrar Ventas:** Todas las ventas realizadas por el vendedor se deben registrar.

- **Software amigable al usuario:** El usuario deberá adaptarse fácilmente al uso del sistema.

### 1.3. Historias de usuario y tarjetas de tarea

El primer paso en cualquier proyecto que sigue la metodología XP es definir un caso de usuario con el cliente. Los casos de usuario y los casos de uso tienen el mismo propósito, pero son diferentes: Constan de 3-4 líneas escritas por el cliente en un lenguaje no técnico, sin demasiado énfasis en los detalles; no debemos hablar de posibles algoritmos o diseños de bases de datos adecuados para implementarlo, etc. Se utilizan para estimar el tiempo de desarrollo de la parte de la aplicación que describen. (Aduviri, 2016).

#### Tarjeta de tarea

Las historias de usuario se dividen en varias tareas de ingeniería, que describen las actividades que se realizarán en cada historia de usuario. Se plantea de esta manera como se gráfica y se coloca cada dato.

#### Historia de usuario y tareas - Autenticación de usuario:

HISTORIA DE USUARIO	
<b>Numero:</b> 1	<b>Nombre:</b> Autenticación de usuario
<b>Autor:</b> Flavio Bustamante Paz, Jhoe Madrid Aquino	Iteración asignada
<b>Prioridad:</b> Alta	
<b>Descripción:</b> Se desarrollará el módulo de autenticación de usuario para el ingreso al sistema, se debe ingresar al sistema usando el nombre de usuario y contraseña teniendo en cuenta que existen privilegios de los mismos	

TAREA	
<b>Número de tarea:</b> 1.1	<b>Número de Historia:</b> 1
<b>Nombre de Tarea:</b> Desarrollo de módulo de introducción nombre de usuario y contraseña del usuario	
<b>Tipo de Tarea:</b> Desarrollo	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	

**Descripción:** Se desarrolla un módulo el cual será la página principal antes de poder utilizar el sistema esta contará con los campos que será usuario y la contraseña.

TAREA	
<b>Número de tarea:</b> 1.2	<b>Número de Historia:</b> 1
<b>Nombre de Tarea:</b> Diseño de la interfaz de introducción nombre de usuario y contraseña del usuario.	
<b>Tipo de Tarea:</b> Diseño	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Se desarrolla una interfaz el cual será la página principal antes de poder utilizar el sistema esta contará con los campos que será usuario y la contraseña.	

TAREA	
<b>Número de tarea:</b> 1.3	<b>Número de Historia:</b> 1
<b>Nombre de Tarea:</b> Validación de datos introducidos	
<b>Tipo de Tarea:</b> Validación	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Una vez registrada los campos se presionará el botón enviar para ingresar al menú principal del sistema, en caso de haber ingresado algún dato que no corresponda al usuario se mostrara un mensaje de "Usuario no Registrado".	



## Historia de usuario y tareas –Usuario

HISTORIA DE USUARIO	
<b>Numero:</b> 2	<b>Nombre:</b> Usuario
<b>Autor:</b> Flavio Bustamante Paz, Jhoe Madrid Aquino	Iteración asignada
<b>Prioridad:</b> Media	
<b>Descripción:</b> Se realiza la implementación del módulo de usuario. El administrador o gerente general serán las únicas personas que podrán registrar a los empleados en el sistema.	

TAREA	
<b>Número de tarea:</b> 2.1	<b>Número de Historia:</b> 2
<b>Nombre de Tarea:</b> Desarrollo del módulo de Usuario.	
<b>Tipo de Tarea:</b> Desarrollo	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Realizar el módulo de registro de empleados, donde los empleados tendrán un código de empleado o DNI, nombre, apellidos.	
TAREA	
<b>Número de tarea:</b> 2.2	<b>Número de Historia:</b> 2
<b>Nombre de Tarea:</b> Desarrollo del módulo de Usuario	
<b>Tipo de Tarea:</b> Diseño	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Se crea un formulario que permita registrar al usuario con sus descripciones, además se comprobarán que estos datos son almacenados correctamente en la base de datos.	

TAREA	
<b>Número de tarea:</b> 2.3	<b>Número de Historia:</b> 2
<b>Nombre de Tarea:</b> Implementación de la base de datos del módulo de Usuario	
<b>Tipo de Tarea:</b> Implementación	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Se implementarán las clases necesarias para el registro de los usuarios, el código necesario para altas, bajas y modificaciones en la base de datos.	

## Historia de usuario y tareas – Productos

HISTORIA DE USUARIO	
<b>Numero:</b> 3	<b>Nombre:</b> Productos
<b>Autor:</b> Flavio Bustamante Paz, Jhoe Madrid Aquino	Iteración asignada
<b>Prioridad:</b> Alta	
<b>Descripción:</b> Se desarrolla el módulo de productos. El administrador será el encargado del registro de productos. Donde se introducirá el código del producto, nombre del producto, precio, y el sistema confirmará la correcta recepción de la información.	

TAREA	
<b>Número de tarea:</b> 3.1	<b>Número de Historia:</b> 3
<b>Nombre de Tarea:</b> Desarrollo del módulo de productos	
<b>Tipo de Tarea:</b> Desarrollo	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> El desarrollo del módulo de registro de producto tendrá las siguientes características: código de producto, nombre del producto, precio y cantidad. El sistema deberá almacenar esta información que solo podrá ser modificador por el gerente - administrador.	

TAREA	
<b>Número de tarea:</b> 3.2	<b>Número de Historia:</b> 3
<b>Nombre de Tarea:</b> Diseño de la interfaz del módulo de productos	
<b>Tipo de Tarea:</b> Diseño	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Se creará el formulario que permita introducir el nombre del producto, con toda la descripción además el diseño de la interfaz del módulo de registro de producto deberá tener un entorno sencillo y amigable.	

<b>TAREA</b>	
<b>Número de tarea:</b> 3.3	<b>Número de Historia:</b> 3
<b>Nombre de Tarea:</b> Implementación de la Base de datos de registro del producto.	
<b>Tipo de Tarea:</b> Implementación	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Se implementará la base de datos de registro de productos, los mismos que la empresa ofrece a los clientes.	

### Historia de usuario y tareas - Ventas

<b>HISTORIA DE USUARIO</b>	
<b>Numero:</b> 4	<b>Nombre:</b> Ventas
<b>Autor:</b> Flavio Bustamante Paz, Jhoe Madrid Aquino	Iteración asignada
<b>Prioridad:</b> Alta	
<b>Descripción:</b> El administrador y el personal de venta podrán tener acceso a esta información para que puedan realizar sus actividades respectivas. Realizara el registro de ventas de los productos que tiene cada sucursal teniendo en cuenta los datos necesarios, así como: código venta, fecha, monto, descripción y la opción de añadir un nuevo producto.	

<b>TAREA</b>	
<b>Número de tarea:</b> 4.1	<b>Número de Historia:</b> 4
<b>Nombre de Tarea:</b> Desarrollo del módulo de ventas	
<b>Tipo de Tarea:</b> Desarrollo	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Se desarrollará un formulario que permita introducir el nombre del artículo, precio, cantidad, descuento, monto total y también tendrá la opción de añadir articulo nuevo.	

<b>TAREA</b>	
<b>Número de tarea:</b> 4.2	<b>Número de Historia:</b> 4
<b>Nombre de Tarea:</b> Diseño de módulo de ventas	
<b>Tipo de Tarea:</b> Diseño	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Se diseña la interfaz con el propósito de que el registro de datos se lo pueda realizar de manera sencilla con un entorno amigable.	
<b>TAREA</b>	
<b>Número de tarea:</b> 4.3	<b>Número de Historia:</b> 4
<b>Nombre de Tarea:</b> Desarrollo de reportes del módulo de ventas	
<b>Tipo de Tarea:</b> Desarrollo	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> El sistema tendrá una opción de reportes en el cual se de gran ayuda para el administrador para tener información actual de la cantidad de productos vendidos.	

### Historia de usuario y tareas - Proveedor

<b>HISTORIA DE USUARIO</b>	
<b>Numero:</b> 5	<b>Nombre:</b> Proveedor
<b>Autor:</b> Flavio Bustamante Paz, Jhoe Madrid Aquino	Iteración asignada
<b>Prioridad:</b> Media	
<b>Descripción:</b> El sistema debe tener la opción de administrar los proveedores con los siguientes datos: nombre del proveedor.	

<b>TAREA</b>	
<b>Número de tarea:</b> 5.1	<b>Número de Historia:</b> 5
<b>Nombre de Tarea:</b> Diseño del formulario de registro de proveedores	
<b>Tipo de Tarea:</b> Desarrollo	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Se crea un formulario que permita introducir el nombre del proveedor, con toda la descripción de los datos del proveedor además se comprobara que estos datos almacenados y guardados correctamente en la base de datos.	

<b>TAREA</b>	
<b>Número de tarea:</b> 5.2	<b>Número de Historia:</b> 5
<b>Nombre de Tarea:</b> Listado de proveedores	
<b>Tipo de Tarea:</b> Desarrollo	
<b>Programador Responsable:</b> Bustamante Paz Flavio y Madrid Aquino Jhoe	
<b>Descripción:</b> Se mostrará un listado de todos los proveedores con los siguientes campos: nombre de la agencia proveedora.	

### Resumen de las Historias de Usuario y su implementación.

N°	Nombre	Prioridad	Riesgo	Puntos estimado s	Iteracione s
1	Autenticación del usuario	Alta	Alta	3	1
2	Usuario	Media	Media	2	1
3	Producto	Alta	Alta	3	2
4	Cliente	Alta	Alta	3	3
5	Venta	Alta	Alta	2	4

#### 1.4. Plan de entregas

Después de haber definido las historias de usuario, se creó un plan de entregas que indique las historias de usuario que se crearán para cada versión del programa y las fechas de lanzamiento de esas versiones.

N°	Semanas/Fases	Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Planificación																
2	Diseño																
3	Desarrollo																
4	Pruebas																

#### 1.5. Plan de iteración

Cualquier proyecto que siga la metodología X.P. lo divide en iteraciones de aproximadamente 1 a 3 semanas. Para cada iteración, se define un módulo para el historial de usuario que se implementará y el producto se entrega al final de cada iteración. El producto debe

pasar la prueba de aceptación establecida por el cliente para cumplir con los requisitos

Iteraciones	Historia de Usuario	Duración	Fecha inicio	Fecha fin
Primera	Autenticación de usuario	1 semana	3/08/2020	10/08/2020
	Usuario			
Segunda	Producto	1 semana	11/08/2020	18/08/2020
Tercera	Cliente	1 semana y 5 días	19/08/2020	31/08/2020
Cuarta	Venta	1 semana y 2 días	1/09/2020	10/09/2020

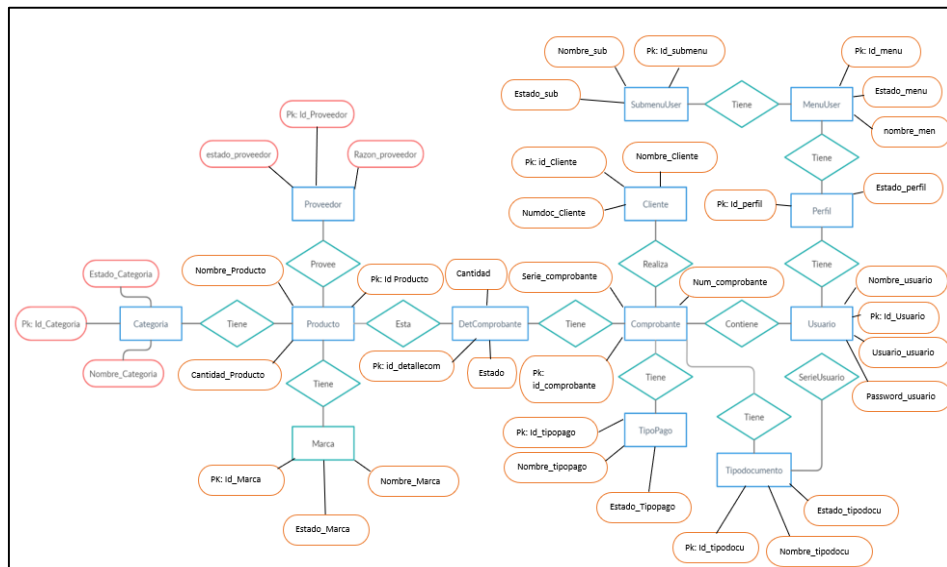
Elaboración: Propia

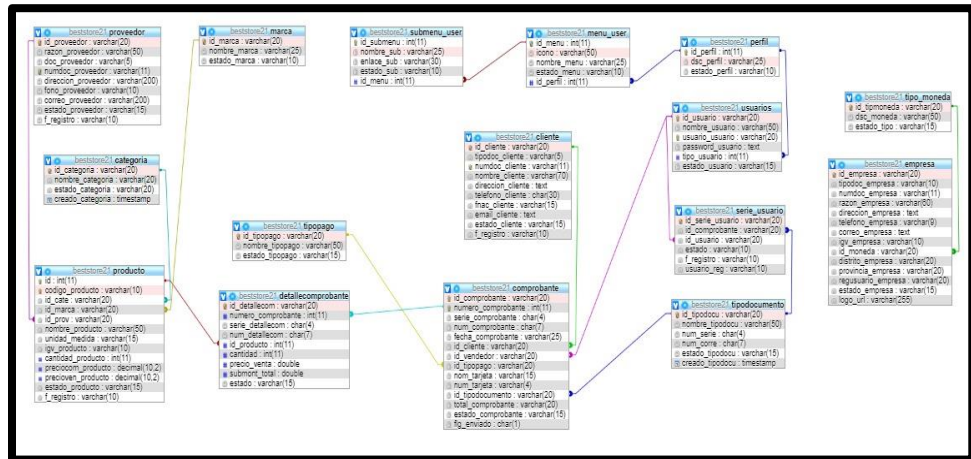
## 2. Diseño

En esta fase se presentará diseños simples como sugiere la metodología XP. Para una mejor comprensión de la funcionalidad del sistema y el diseño debe ser sencillo y amigable.

### 2.1. Modelo estructural

El modelo de Datos es la representación de todas las tablas de Entidad- Relación a utilizar en el presente proyecto, la misma que se plasma en las siguientes figuras a continuación.





## 2.2. Primera iteración

Entre los requisitos de la metodología XP tenemos el modelo de presentación que vendría a ser la representación de los diagramas de hipertexto de forma visual, al igual que se presentan las Tarjetas CRC.

- Tarjeta CRC

Se mostrará las tarjetas C.R.C de las clases de Autenticación de usuario y usuario.

- Clase Autenticación de Usuario.

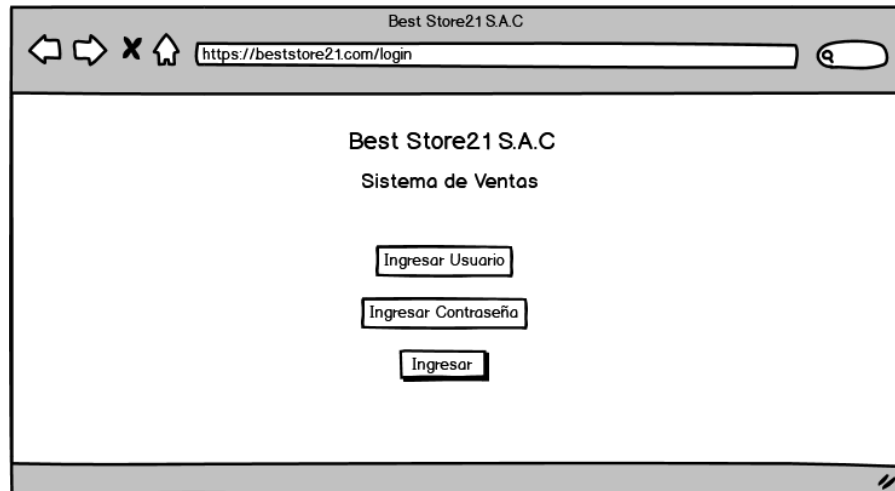
Autenticación de Usuario	
Responsabilidades	Responsables
» Crea registros de usuario	» Usuarios
» Modifica el usuario	» Usuarios

- Clase Usuario

Usuario	
Responsabilidades	Responsables
» Nuevo Usuario	» Autenticación
» Actualizar Usuario	» Registro de Usuario
» Eliminar Usuario	» Base de datos de Usuario
» Listar Usuario	

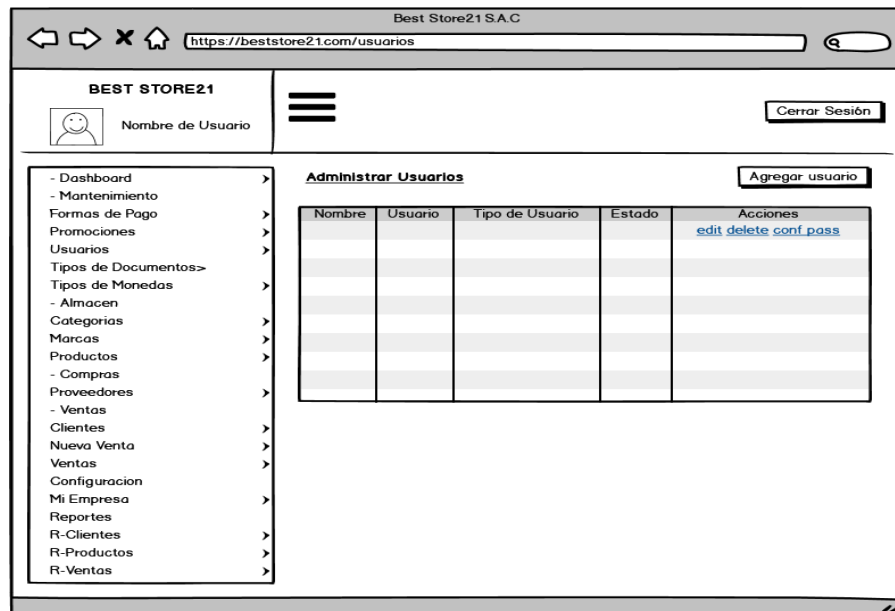
- Modelo presentación:

La pantalla de Autenticación de Usuario hace referencia al acceso del sistema previo registro



Elaboración: Propia

La pantalla de usuarios muestra el registro del usuario. El mismo que tendrá la opción de guardar, eliminar y agregar un nuevo usuario.



Elaboración: Propia

### 2.3. Segunda iteración



A continuación, se realiza una descripción del Modelo de presentación y para las historias de usuario correspondientes a la segunda interacción.

- Tarjeta CRC

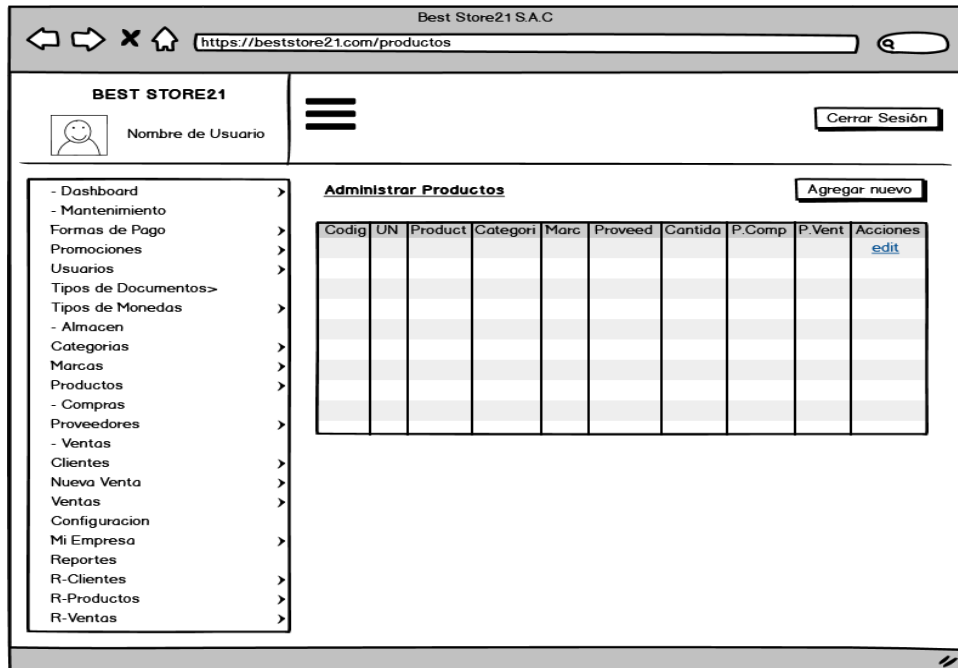
A continuación, se observa la tarjeta CRC correspondiente a la iteración a la clase Producto.

- Clase Producto

Productos	
Responsabilidades	Responsables
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Crea, actualiza, lista y elimina los registros de productos.</li> <li>» Calcula el precio del producto</li> <li>» Provee búsqueda de productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Autenticación</li> <li>» Registro de productos</li> <li>» Base de datos de productos</li> </ul>

- Modelo de presentación

La pantalla de productos muestra cómo se realizará el registro de producto. Este registro tendrá la opción de guardar y registrará un nuevo producto.



Elaboración: Propia

## 2.4. Tercera iteración

A continuación, se realiza una descripción del modelo de presentación para las historias de usuario 4 correspondiente a la tercera iteración, que es el control de ventas.

- Tarjeta CRC

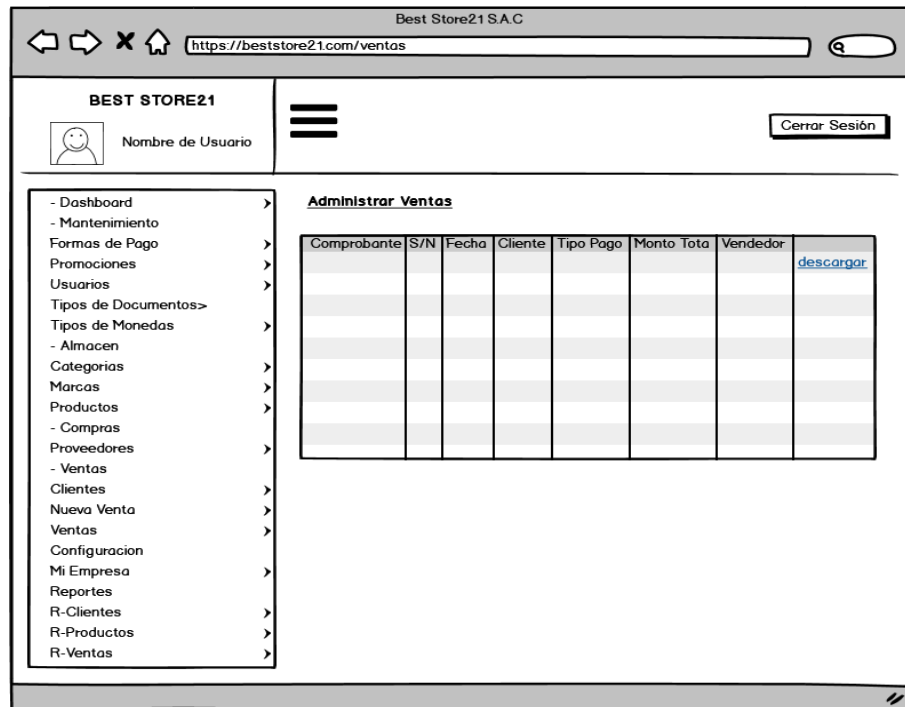
A continuación, se observa la tarjeta CRC correspondiente a la iteración a la clase Venta.

- Clase Venta

Ventas	
Responsabilidades	Responsables
» Crea registros de ventas	» Producto
» Calcula total de ventas	» Usuarios
» Registra las ventas en efectivo o tarjeta	

- Modelo de presentación

La pantalla de ventas muestra los campos que se tendrá en el momento de registrar las ventas diarias. Esta información almacenada tendrá la opción de guardar e ingresar nuevas ventas.



Elaboración: Propia

## 2.5. Cuarta iteración

La siguiente iteración representas las historias de usuario correspondiente a la cuarta iteración, a continuación, se presenta el modelo de presentación correspondiente a dichas historias de usuario.

- Tarjeta CRC

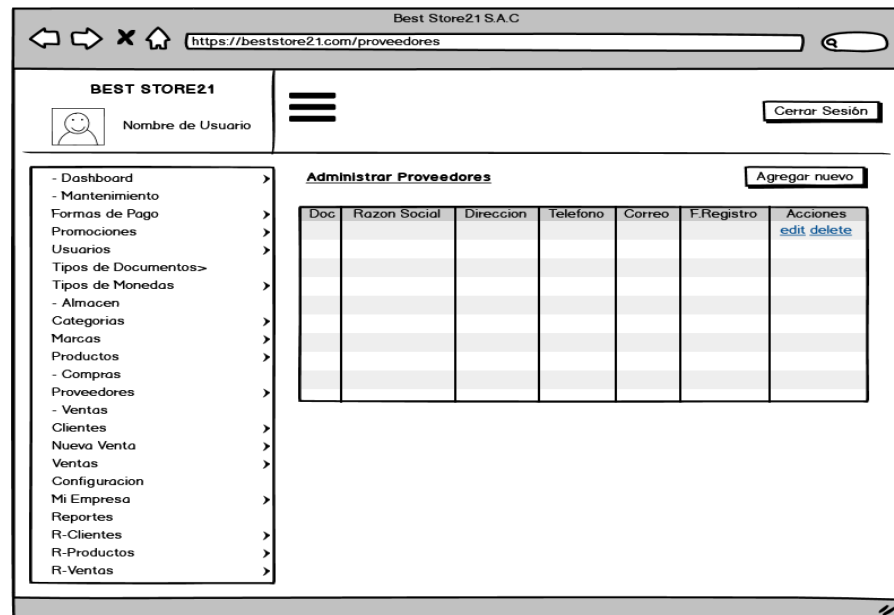
A continuación, se observa la tarjeta CRC correspondiente a la iteración a la clase Proveedor.

- Clase Proveedor

Proveedor	
Responsabilidades	Responsables
» Nuevo Proveedor	» Autenticación
» Actualiza Proveedor	» Registro de Proveedores
» Eliminar Proveedor	» Base de datos de Proveedores
» Listar Proveedor	

- Modelo de presentación

La pantalla registro de proveedores muestra la pantalla de proveedores. Este registro tendrá la opción de guardar, eliminar y agregar un nuevo empleado.



Elaboración: Propia

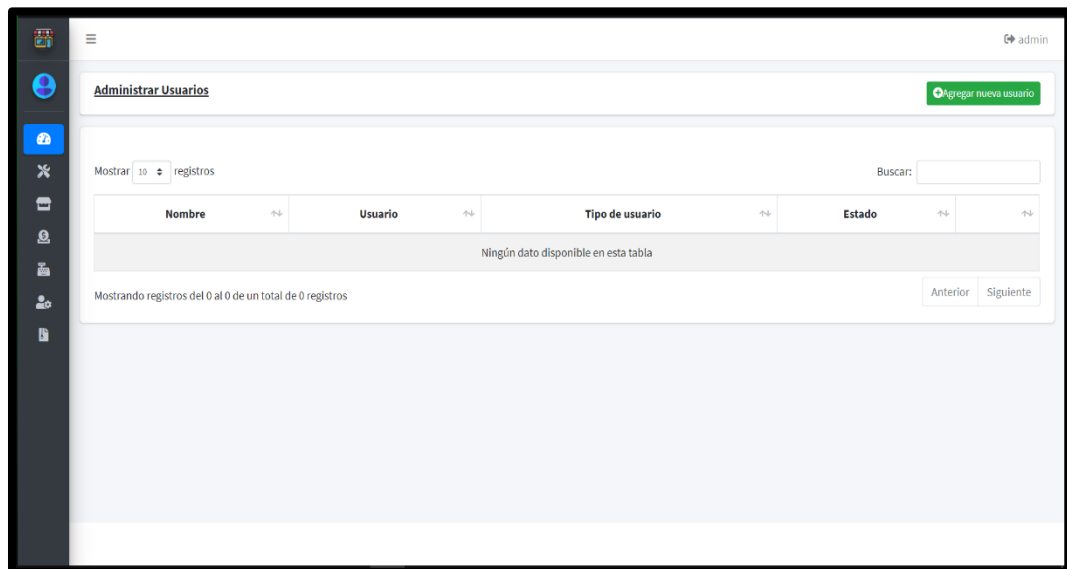
### 3. Codificación o desarrollo

En esta fase se realiza la programación del sistema web acorde al plan de entregas realizadas anteriormente, teniendo en cuenta todas las características que se presentaron y diseñaron.

A continuación, se muestra la figura donde la pantalla de inicio del sistema es la misma que se apreciara por todos los usuarios al momento de acceder al sistema.



A continuación, se muestra la pantalla del Registro de Usuarios.



A continuación se muestra la lista de proveedores

Administrar Proveedores

Mostrar 10 registros

Buscar:

DOC	Razon Social	Direccion	Telefono	Correo	F.Registro
RUC-0000000000	SIN PROVEEDOR	XXX	XXX	XXX	29/09/2020

Mostrando registros del 1 al 1 de un total de 1 registros

Anterior 1 Siguiente

A continuación, en la figura se muestra la lista de Reportes.

BEST STORE21

ADMINISTRADOR

Dashboard

Mantenimiento

Almacen

Compras

Ventas

Configuracion

Reportes

Reporte de Productos

Descargar Ventas

Descargar Cliente-Ventas

Mostrar 10 registros

Buscar:

Comprobante	S/N	Fecha	Cliente	Tipo Pago	Monto Total	Vendedor
BOLETA DE VENTA	020-0000001	12/10/2020	JUAN ZACARIAS ABANTO CHAVEZ	EFFECTIVO	37.17	bdiaz
BOLETA DE VENTA	020-0000002	12/10/2020	CARMEN MARINA ABANTO GARCIA	EFFECTIVO	31.74	bdiaz
BOLETA DE VENTA	020-0000003	12/10/2020	CARLOS EYVE DE LA CRUZ ALAYA	EFFECTIVO	9.90	bdiaz
BOLETA DE VENTA	020-0000004	12/10/2020	SANTOS PEDRO ACOSTA USQUIANO	EFFECTIVO	13.92	bdiaz
BOLETA DE VENTA	020-0000005	12/10/2020	ROBERTA ADAUTO DE QUISPE	EFFECTIVO	16.28	bdiaz
BOLETA DE VENTA	020-0000006	12/10/2020	FLOR ADRIANO QUINTO	EFFECTIVO	17.58	bdiaz
BOLETA DE VENTA	020-0000007	12/10/2020	PERCY AGAMA PONCIANO	EFFECTIVO	14.16	bdiaz
BOLETA DE VENTA	020-0000008	12/10/2020	ABDON SERGIO AGUADO LAZARO	EFFECTIVO	13.69	bdiaz
BOLETA DE VENTA	020-0000009	12/10/2020	NEREIDA RAQUEL ABRIL GARCIA	EFFECTIVO	167.56	bdiaz

A continuación, en la figura se muestra el listado de productos.

Codigo	Producto	Categoria	Marca	Proveedor	Cantidad	P.Compra	P.Venta	
PRO0000001	MEDIAS	SIN CATEGORIA	SIN MARCA	SIN PROVEEDOR	38	2.50	2.90	
PRO0000002	FRUTERO	SIN CATEGORIA	SIN MARCA	SIN PROVEEDOR	24	7.50	7.90	
PRO0000003	PORTA BOCADITO 2	SIN CATEGORIA	SIN MARCA	SIN PROVEEDOR	27	12.50	12.90	
PRO0000004	VOLT	SIN CATEGORIA	SIN MARCA	SIN PROVEEDOR	25	2.50	3.00	
PRO0000005	PORTA BOCADITO 3	SIN CATEGORIA	SIN MARCA	SIN PROVEEDOR	45	14.50	14.90	
PRO0000006	PORTA BOCADITO	SIN CATEGORIA	SIN MARCA	SIN PROVEEDOR	41	10.50	10.90	
PRO0000007	SET DE VASOS	SIN CATEGORIA	SIN MARCA	SIN PROVEEDOR	35	9.50	9.90	

A continuación, en la figura se muestra el registro de una venta.

BOLETA DE VENTA

Cliente: SELECCIONAR CLIENTE Pago: EFECTIVO

Imprimir

PORTA BOCADITO 2-----Cantidad: 27 Ingrese cantidad Agregar

No hay productos agregados

#### 4. Pruebas

Para esta fase a continuación se va a realizar un conjunto de pruebas hechas a los módulos que ya se han implementado y utilizados dentro de la empresa, se utilizara la tarjeta de aceptación o llamado pruebas de aceptación, seguido de ello, se presentara todas las tarjetas de aceptación, que fueron calificadas dentro del departamento de distribución.

#### 4.1. Pruebas de aceptación

La prueba de aceptación 1, comprueba la función de las ejecuciones de las funciones de la Historia de Usuario 1 Autenticación de Usuario, que luego de realizar las pruebas correspondientes se pudo obtener el siguiente resultado.

PRUEBA DE ACEPTACIÓN	
<b>Número:</b> 1	<b>Historia de Usuario N°:</b> 1
<b>Nombre:</b> Verificación de ingreso del usuario al sistema	
<b>Descripción:</b> Ingreso al sistema haciendo uso y password	
<b>Condiciones de ejecución:</b> Servidor ejecutándose, ingresar al sistema con datos correctos.	
<b>Entrada/Pasos de ejecución:</b>	
El gerente y el encargado de ventas podrán ingresar al sistema previa autenticación	
<b>Resultado Esperado:</b>	
El sistema responde al ingreso de datos, usuario y password, ingresando al menú principal del sistema, para empezar a interactuar con el mismo.	
<b>Evaluación de la Prueba:</b>	Aceptada

La prueba de aceptación 2, corresponde a la historia de usuario 2 registros de empleados, que luego de realizar las pruebas correspondientes por los usuarios del sistema, viendo los resultados que despliega el sistema se aceptó la prueba.

PRUEBA DE ACEPTACION	
<b>Numero:</b> 2	<b>Historia de usuario N°:</b> 2
<b>Nombre:</b> Verifica registro de usuarios	
<b>Descripción:</b> Tener información actualizada sobre los datos de los usuarios autorizados al ingreso del sistema.	
<b>Condiciones de ejecución:</b> Servidor ejecutándose, ingresar al módulo de registro de usuarios.	



<b>Entrada/Pasos de ejecución:</b>
El personal autorizado para ingresar a este módulo puede realizar cambio en la información de algún usuario al igual que alimenta la información de dicho modulo.

La prueba de aceptación 3, corresponde a la historia de usuario 3 registro de producto del mismo que se le habrá una evaluación posterior a su implementación por parte de los encargados del sistema este resultado se ve en dicha prueba a su aceptación.

<b>PRUEBA DE ACEPTACION</b>	
<b>Numero: 3</b>	<b>Historia de usuario N°: 3</b>
<b>Nombre:</b> Verifica Registro de Ventas	
<b>Descripción:</b> Verifica y comprobar que el módulo de ventas almacene información proporcionadas	
<b>Condiciones de ejecución:</b> Servidor ejecutándose, ingresar al módulo de registro de productos.	
<b>Entrada/Pasos de ejecución:</b>	
El personal autorizado para el registro de productos proporcionando datos de ingreso de producto al sistema, el sistema actualiza la información dentro de la base de datos.	
<b>Resultado Esperado:</b>	
El sistema proporciona reportes propios y generales sobre los productos registrados	
<b>Evaluación de la Prueba:</b>	Aceptada

La prueba de aceptación 4, corresponde a la historia de usuario 4 del mulo de ventas el mismo que se habrá una evaluación posterior a su implementación por parte de los encargados del sistema este resultado se ve en dicha prueba de aceptación.

<b>PRUEBA DE ACEPTACION</b>	
<b>Numero:</b> 4	<b>Historia de usuario N°:</b> 4
<b>Nombre:</b> Verifica el módulo de Ventas.	
<b>Descripción:</b> Verifica y comprueba que el módulo de ventas almacene información proporcionada.	
<b>Condiciones de ejecución:</b> Servidor ejecutándose, seleccionar el módulo de ventas.	
<b>Entrada/Pasos de ejecución:</b>	
El personal del departamento de ventas alimenta el sistema con datos diarios acerca de las cantidades de productos vendidos el sistema almacena esta información en la base de datos.	
<b>Resultado Esperado:</b>	
El sistema registra la venta realizada.	
<b>Evaluación de la Prueba:</b>	Aceptada

## Anexo N° 24: Conformidad y Aceptación del Proyecto

Lunes, 28 de septiembre de 2020

Señor:  
Srta. Huaura Vásquez Evelyn Magaly  
Gerente General  
Best Store21 S.A.C.  
**PRESENTE.-**

### **ASUNTO: CONFORMIDAD DEL PROYECTO**

Es grato dirigirnos a usted para saludarla cordialmente en nombre de la Universidad Cesar Vallejo – Lima Norte, que me honro en dirigir y a la vez, hacer de su conocimiento que el(los) señor(es) **Bustamante Paz, Flavio Ronaldo y Madrid Aquino, Jhoe Armando Francisco**, estudiante(s) de la experiencia curricular de **Desarrollo de Proyecto de Investigación** de la carrera de **INGENIERÍA DE SISTEMAS** de vuestra casa de estudios, aplicó en nuestra institución sus conocimientos e investigaciones del caso y entre otras actividades, desarrolló el proyecto **“Implementación de un sistema web para la automatización del proceso de ventas en la Empresa Best Store21 S.A.C. - 2020”**; el cual fue instalado en esta dependencia para las pruebas respectivas de su funcionamiento, así como también la provisión del código fuente y la base de datos del sistema.

En tal sentido, hago de su conocimiento que el(los) señor(es) **Bustamante Paz, Flavio Ronaldo y Madrid Aquino, Jhoe Armando Francisco**, han culminado satisfactoriamente su periodo de desarrollo de proyecto de investigación. Por lo que estamos ofreciendo la **CONFORMIDAD Y ACEPTACIÓN DEL PROYECTO** desarrollado de acuerdo al compromiso definido.

Sin otro particular, quedo de ud.

Atentamente,

  
-----  
Evelyn M. Huaura Vasquez  
GERENTE GENERAL  
**BEST STORE 21 S.A.C.**