

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y  
CONTABLES**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

**PROPUESTA DE UN MODELO DE SISTEMA DE INFORMACIÓN  
GERENCIAL QUE TIENDA A DINAMIZAR EL PROCESO DE  
COMERCIALIZACIÓN EN LA EMPRESA INVERSIONES CLAVIJO  
S.A.C. PIURA 2011**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO:**

**ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

**MORALES CLAVIJO FERNANDO**

**ASESOR:**

**DR. RICARDO BAYONA ESPINOZA**

**PIURA – PERÚ**

**2011**



## **PRESENTACIÓN**

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

De acuerdo con el CAPÍTULO II del ARTÍCULO 15° del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Piura y el de la escuela profesional de Administración, de optar el grado de Licenciado en Administración.

Sometemos a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

**PROPUESTA DE UN MODELO DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL  
QUE TIENDA A DINAMIZAR EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN EN LA  
EMPRESA INVERSIONES CLAVIJO S.A.C. PIURA 2011**

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradecemos anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que brinden al presente trabajo de Investigación

---

SECRETARIO

---

VOCAL

---

PRESIDENTE



## DEDICATORIA

- *A **Jehová**, quien me dio la oportunidad de vivir y me regaló una familia maravillosa.*
- *A **mi madre**, quien creyó en mí, y con su ejemplo de superación y entrega hoy puedo ver alcanzada mi meta. Ella siempre estuvo impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera y el orgullo que siente por mí fue lo que me hizo llegar hasta el final.*
- *A **mis tíos**, quienes con su ejemplo de lucha continua me enseñaron que el secreto de la felicidad no está en esforzarse por el placer, sino en encontrar el placer en el esfuerzo.*

## AGRADECIMIENTOS

- *A todas las personas que contribuyeron en la realización de la presente investigación: leyendo, opinando, corrigiendo, teniéndome paciencia y dándome ánimo.*
- *Agradezco al Dr. Ricardo Bayona Espinoza, por haber confiado en mí, por la paciencia y la dirección de este trabajo. A la MBA. Nélica Rodríguez Peña, por los consejos, el apoyo y el ánimo que me brindó.*
- *Gracias a la Escuela de Administración perteneciente a la Facultad de Ciencias Empresariales y contables de esta prestigiosa Universidad, quien a través de sus excelentes docentes contribuyeron a la ampliación y fortalecimiento de mis conocimientos, los cuales muchos de ellos ya puse en práctica en la gestión de mi empresa y la vida diaria.*
- *Y gracias a mis queridos amigos, que me apoyaron y me permitieron compartir con ellos durante estos cinco años experiencias de éxitos y reflexión tanto fuera como dentro de la universidad: Karen Avendaño, Carolyn Vilchez, Frank Ypanaqué y Andrés Ávila. Gracias amigos.*

## **RESUMEN**

Durante las últimas décadas los investigadores desde diferentes perspectivas han estudiado múltiples aspectos relacionados con la aparición, desarrollo y evolución de la Sociedad de la Información. Es notable observar que cada día las organizaciones dependen en mayor medida de la información, de las tecnologías de la información, de las comunicaciones que la procesan y de los sistemas de información en los que se apoya la gestión.

La información es un elemento imprescindible para el funcionamiento de la organización, un recurso básico e importante que requiere por tanto que se le apliquen las tradicionales técnicas de gestión, es decir, planificación, organización, dirección y control.

En la presente investigación realizada se ha pretendido analizar la realidad del proceso de la función de Comercialización de la Empresa Inversiones Clavijo S.AC., para ello se ha identificado las variables, relacionándolas con las etapas de la función. Se ha ponderado la visión que tienen tanto los trabajadores como la administración central, para descubrir una afinidad en la percepción de lo que debería ser la función de comercialización.

Al mismo tiempo se ha ponderado las diversas etapas que involucran dicha función y al mismo tiempo se ha aplicado un cuestionario que permite comprender mejor el por qué de aquellas calificaciones. Posteriormente en función del objetivo de la investigación y el sustento de los resultados, se ha procedido a mejorar el diagrama de flujo de la función de comercialización considerando sus etapas operativas.

Al mismo tiempo que se propone una estructura básica de un programa informático que permita le integración sistematizada de dicha función.

Con dicha propuesta se espera lograr mejoras en la función de comercialización que permita mejorar la gestión empresarial en forma más competitiva.

## **ABSTRACT**

During the last decades researchers have studied from different perspectives many aspects related to the appearance, development and evolution of the Information Society. It is remarkable that every day organizations rely more heavily on information, information technologies, communications that the processes and information systems that support management.

Information is an essential element for the functioning of the organization, an important basic resource and therefore requires you to apply traditional management techniques, as, planning, organization, direction and control.

The present research has tried to analyze the reality of the marketing process at Inversiones Clavijo S.A.C, for it has been identified variables related to the stages of the function. Vision has been weighted with the workers and the central administration, to find an affinity in the perception of what should be the marketing function.

At the same time has weighed the various stages that involve the function and at the same time it has applied a questionnaire to understand better why those qualifications? Then depending on the objective of the research and the livelihood of the results, we proceeded to improve the flow chart of the marketing function considering operational stages.

At the same time it proposes a basic structure of a computer program that will allow systematic integration of that function.

With this proposal is expected to achieve improvements in the marketing function to improve the management on a more competitive business.



## ÍNDICE

|   |      |
|---|------|
| DEDICATORIA:.....   | v    |
| AGRADECIMIENTOS: .....  | vi   |
| RESUMEN.....  | vii  |
| ABSTRACT... ..  | viii |
| INTRODUCCIÓN.....   | 12   |
| I. Planteamiento del Problema .....                                   | 14   |
| 1.1. Selección del Problema.....                                      | 14   |
| 1.2. Formulación del Problema.....                                    | 15   |
| 1.2.1. Problema General.....  | 15   |
| 1.2.2. Problemas Específicos .....                                    | 15   |
| 1.3. Justificación .....  | 15   |
| 1.4. Limitaciones.....  | 16   |
| 1.5. Delimitaciones.....  | 16   |
| 1.6. Antecedentes.....  | 17   |
| 1.7. Objetivos.....   | 20   |
| 1.7.1. General.....   | 20   |
| 1.7.2. Específicos .....  | 20   |
| 2.1. MARCO TEÓRICO .....  | 22   |
| 2.1.1. Información y Datos .....                                      | 22   |
| 2.1.2. Sistemas de Información.....                                   | 25   |
| 2.1.2.3. Enfoque de los sistemas de información .....                 | 26   |
| Fig. 1. Modelo teórico de la empresa.....                             | 27   |
| Fig. 2. Evolución de los Sistemas de Información en las empresas..... | 27   |
| Tabla 1. Relación Funciones- Actividades de gestión empresarial. .... | 29   |
| 2.1.3. Objetivos de los Sistemas de Información.....                  | 30   |
| 2.1.4. Elementos de un Sistema de Información.....                    | 31   |
| Fig. 3. Elementos de un Sistema de Información .....                  | 32   |
| 2.1.5. Pilares del Sistema de Información .....                       | 33   |
| Fig. 4. Pilares de los Sistemas de Información.....                   | 33   |
| 2.1.6. Etapas del Desarrollo del Sistema de Información .....         | 35   |

|  |    |
|--|----|
| Fig. 5. Etapas del Desarrollo de los Sistemas de Información .....                           | 35 |
| Tabla 2. Tipos de Fuentes de Información .....   | 40 |
| 2.1.7. Clasificación de los Sistemas de Información .....                                    | 42 |
| 2.1.8. Según las Características de la Información que el Sistema Administra .....           | 43 |
| 2.1.8.1. Sistemas de apoyo a las operaciones.....  | 43 |
| 2.1.8.2. Sistemas de apoyo gerencial.....  | 44 |
| 2.1.9. Según las Funciones que en la Mayoría de las Organizaciones existen .....             | 46 |
| 2.1.9.1. Funciones con sistemas de información independientes .....                          | 46 |
| 2.1.9.2. Funciones con sistemas de información integrados.....                               | 47 |
| Fig. 6. Sistema de Información Integrado .....   | 47 |
| Fig. 7. Distribución entre organización estructurada vertical y por procesos.....            | 49 |
| Fig. 8. Coordinación de los Sistemas de Información y las actividades de la Cadena de Valor  | 50 |
| 2.1.10. Sistema de información estratégico (SIE).....  | 50 |
| 2.1.11. Matriz de Evaluación. ....   | 53 |
| Tabla 3. Matriz de actividades administrativas vs Funciones Organizacionales.....            | 53 |
| Tabla 4. Verificación Matriz de actividades administrativas vs Funciones Organizacionales... | 54 |
| 2.1.12. Métodos de auditar los Sistema de Información.....                                   | 55 |
| 2.2. MARCO CONTEXTUAL.....   | 58 |
| 2.3. MARCO LEGAL.....  | 59 |
| 2.4. MARCO CONCEPTUAL .....  | 59 |
| 3.1. Hipótesis .....   | 61 |
| 3.1.1. Hipótesis General.....  | 61 |
| 3.1.2. Hipótesis Específicas.....  | 61 |
| 3.2. Variables .....   | 61 |
| 3.2.1. Definición conceptual.....  | 61 |
| 3.2.2. Definición operacional.....   | 61 |
| 3.3. Matriz de Consistencia .....  | 63 |
| 3.4. Metodología .....   | 66 |
| 3.4.1. Tipo de estudio.....  | 66 |
| 3.4.2. Diseño.....   | 66 |

|  |     |
|--|-----|
| 3.5. Población y muestra .....   | 66  |
| 3.6. Método de investigación.....  | 66  |
| 3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....  | 66  |
| 3.8. Métodos de análisis de datos.....   | 67  |
| 3.8.1. Forma de tratamiento de datos .....   | 67  |
| 3.8.2. Forma de análisis de información .....  | 67  |
| 4.1. Descripción .....   | 69  |
| 4.1.1. Importancia de la función de comercialización .....   | 69  |
| Tabla 5. Ponderación de la Función Comercialización según directivos.....  | 69  |
| Tabla 6. Ponderación de la Función Comercialización según Trabajadores.....  | 70  |
| 4.1.2. Descripción Operativa de la Función de comercialización.....  | 71  |
| Cuadro 1. Descripción de la Función de Comercialización .....  | 71  |
| 4.1.3. Ponderado de la descripción Operativa de la Función Comercialización.....                                       | 73  |
| Tabla 7. Ponderación descripción Operativa de la Función Comercialización .....  | 73  |
| 4.1.4. Diagrama de flujo del Sistema de Información que se relaciona con el Proceso de Comercialización (Actual) ..... | 74  |
| Fig. 9. Diagrama de flujo de la función de comercialización (Actual) .....   | 75  |
| 4.2. Discusión .....   | 76  |
| 4.2.1. Importancia de la función de comercialización .....   | 76  |
| 4.2.2. Descripción Operativo de la Función de Comercialización.....  | 77  |
| 4.2.3. Ponderado de la Descripción Operativa de la Función Comercialización.....                                       | 77  |
| 4.2.4. Diagrama de flujo del Sistema de Información que se relaciona con el Proceso de Comercialización (Actual) ..... | 78  |
| 5.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS .....  | 86  |
| 6.1. PROPUESTA.....  | 88  |
| 6.1.1. Diagrama de flujo de la función de Comercialización (Propuesta).....  | 90  |
| Fig. 10. Diagrama de flujo de la Función de comercialización (Propuesta). .....  | 92  |
| 6.1.2. Propuesto de un sistema Informático en la Función de Comercialización .....                                     | 94  |
| 6.2. CONCLUSIONES.....   | 98  |
| 6.3. SUGERENCIAS .....   | 99  |
| 7.1 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....   | 102 |
| ANEXO. ....  | 104 |