

EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS CONCAR Y ODOO APLICADOS EN EL PROCESO DE VENTAS DE UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO EN LA CIUDAD DE JULIACA

por CRISTHIAN ALEN NAVARRO FLORES

Fecha de entrega: 07-abr-2024 08:24p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2342784744

Nombre del archivo: T036_72172296_T.docx (11.6M)

Total de palabras: 17368

Total de caracteres: 94753

UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



**EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS ² CONCAR Y ODOO
APLICADOS EN EL PROCESO DE VENTAS DE
₁ UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO
EN LA CIUDAD DE JULIACA**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. CRISTHIAN ALEN NAVARRO FLORES

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**

JULIACA – PERÚ

2023

UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS CONCAR Y ODOO
APLICADOS EN EL PROCESO DE VENTAS DE
UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO
EN LA CIUDAD DE JULIACA

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. CRISTHIAN ALEN NAVARRO FLORES

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

: 
M.Sc. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA

PRIMER MIEMBRO

: 
Dr. RICHARD CONDORI CRUZ

SEGUNDO MIEMBRO

: 
M.Sc. JUAN CARLOS PINTO LARICO

ASESOR DE TESIS

: 
Mgtr. JACKELINE FLORES APAZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS – P25



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N° 1084-2023-D-FIS-UANCV-J

Juliaca, 26 de diciembre del 2023

VISTOS; El expediente N° 2023-CU-18716 (fecha y hora de sustentación) y el expediente N° 18552-CU-18705 (Título), la RESOLUCIÓN N° 815-2023-D-FIS-UANCV que aprueba el Borrador de Tesis RESOLUCIÓN N° 1083-2023-D-FIS-UANCV (cambio de jurado) y el DICTAMEN N° 1418-2023-OI-VRI DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN presentado por el (la) bachiller, **NAVARRO FLORES, CRISTHIAN ALEN** quien solicita FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS, titulado: **EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS CONCAR Y ODOO APLICADOS EN EL PROCESO DE VENTAS DE UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO EN LA CIUDAD DE JULIACA** para la obtención del Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO** por la modalidad de Sustentación de Tesis,



CONSIDERANDO:

Que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud calificó el brote del coronavirus (COVID-19) como una pandemia al haberse extendido en varios países del mundo de manera simultánea;

Que, a través del Decreto Supremo N° 44-2020-PCM, el poder Ejecutivo declaró estado de emergencia nacional ampliado temporalmente mediante los Decretos Supremos N° 051-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 075-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 156-2020-PCM; y precisado o modificado por los Decretos Supremos N° 045-2020-PCM, N° 046-2020-PCM, N° 051-2020-PCM, N° 053-2020-PCM, N° 057-2020-PCM, N° 058-2020-PCM, N° 061-2020-PCM, N° 063-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 068-2020-PCM, N° 072-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 129-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 139-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 151-2020-PCM, N° 156-2020-PCM, N° 162-2020-PCM, N° 165-2020-PCM, N° 170-2020-PCM, N° 174-2020-PCM, N° 184-2020-PCM y finalmente con el Decreto Supremo N° 201-2020-PCM se prorroga el estado de emergencia nacional por el plazo de treinta y un (31) días calendario a partir del viernes 01 de enero del 2021, por las graves circunstancias que afectan la vida de las personas a consecuencia de la COVID-19. Todo dentro del marco de la emergencia sanitaria declarada a nivel nacional con el Decreto Supremo N° 008-2020-SA, prorrogada por Decreto Supremo N° 020-2020-SA y N° 027-2020-SA, finalmente con el Decreto Supremo N° 031-2020-SA, a partir del 07 de diciembre de 2020 por un plazo de noventa (90) días de calendario;

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220 y sus modificatorias, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la

C.E.
Arch. 2023
JCHM/
Distribución: Jurados, Interesado



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca y de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, para la nominación de jurados mediante sorteo del mismo modo programar la fecha y hora de sustentación de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- NOMINAR Jurados para la Sustentación de Tesis del tema titulado: **EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS CONCAR Y ODOO APLICADOS EN EL PROCESO DE VENTAS DE UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO EN LA CIUDAD DE JULIACA** presentado por el (la) bachiller: **NAVARRO FLORES, CRISTHIAN ALEN**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO** habiéndose designado por sorteo a la siguiente terna de jurados:

- Presidente : M. SC. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
- 1er. Miembro : DR. RICHARD CONDORI CRUZ
- 2do. Miembro : M. SC. JUAN CARLOS PINTO LARICO
- Asesor de Tesis : MGTR. JACKELINE FLORES APAZA

SEGUNDO.- PROGRAMAR la Fecha y Hora de Sustentación de Tesis para el día **26 de diciembre del 2023**, a horas **08:00 p.m.** hora exacta.

TERCERO.- El acto académico de sustentación se llevará a cabo a través de la plataforma de video conferencia Cisco Webex Meetings.

CUARTO.- Realizada la Sustentación de Tesis, el Presidente de la terna de jurados levantará y firmará el Acta de Sustentación de Tesis, en el cual se consignará el resultado obtenido por el (la) Bachiller sustentante, del mismo modo firmaran los otros dos miembros de jurado, dando conformidad al acto.

QUINTO.- La Dirección de la Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial e Informática, el Jurado y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO

C.C.
Arch. 2023
JCHM

Distribución: Jurados, Interesado

Metadatos Complementarios

Título de la tesis	
EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS CONCAR Y ODOO APLICADOS EN EL PROCESO DE VENTAS DE UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO EN LA CIUDAD DE JULIACA	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	Cristhian Alen Navarro Flores
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	72172296
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0003-5684-4800
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Jackeline Flores Apaza
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	41369602
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-9003-333X
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Juan Carlos Herrera Miranda
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29606930
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Richard Condori Cruz
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02442917
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Juan Carlos Pinto Larico
Tipo de documento	DNI

Número de documento de identidad	41742156
Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y dirección de empresas - P25
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca Localidad: Juliaca Latitud: S 15° 29' 27" Longitud: O 70° 07' 37" https://maps.app.goo.gl/DMqfIJ62L6xaf6KWd6
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Octubre 2023 – Diciembre 2023
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	Ingeniería de sistemas y comunicaciones https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.02.04 Ingeniería de procesos https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.04.02





DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo CRISTHIAN ALEN NAVARRO FLORES, identificado con DNI
Nro. 72172296, en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico
denominada:

"EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS CONCAR Y ODOO APLICADOS EN EL PROCESO DE
VENTAS DE UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO EN LA CIUDAD DE JULIACA

Asesorado por: Mgtr. JACKELINE FLORES APAZA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y no existe plagio/copia de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 02 de Abril del 2024


Firma del Asesor
(obligatoria)


Firma del Estudiante
(obligatoria)


Huella

DEDICATORIA

Quiero dedicar mi tesis a mi madre con todo mi amor y cariño por los sacrificios y esfuerzos que siempre nos ha brindado, por ser el pilar básico en mi familia y por su apoyo incondicional sin esperar nada a cambio. Al esfuerzo y empeño de estos años de educación los cuales van dando frutos y que me impulsan a un futuro cada ves mejor.

AGRADECIMIENTO

Quisiera expresar mi gratitud a mi familia, a mis amigos por el apoyo, a mi novia por la inspiración y a dios claramente.

1 INDICE GENERAL

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
ÍNDICE GENERAL	III
INDICE DE TABLAS	VII
INDICE DE FIGURAS	IX
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCIÓN	XV

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Análisis de la situación problemática	1
1.2 Planteamiento del problema	3
<i>1.2.1 Problema general</i>	<i>3</i>
<i>1.2.2 Problemas específicos</i>	<i>3</i>
1.3 Objetivos de la investigación	3
<i>1.3.1 Objetivo general</i>	<i>3</i>
<i>1.3.2 Objetivos específicos</i>	<i>3</i>
1.4 Justificación de la investigación	4
<i>1.4.1 Justificación técnica</i>	<i>4</i>
<i>1.4.2 Justificación económica</i>	<i>4</i>
<i>1.4.3 Justificación social</i>	<i>4</i>
1.5 Hipótesis de la investigación	5
<i>1.5.1 Hipótesis general</i>	<i>5</i>
<i>1.5.2 Hipótesis específicas</i>	<i>5</i>
1.6 Variables e indicadores	5

1.6.1 Variable independiente	5
1.6.2 Variable dependiente	5
1.7 Operacionalización de variables	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

2.1 Antecedentes de la investigación	7
2.1.1 Antecedentes internacionales	7
2.1.2 Antecedentes nacionales	10
2.1.3 Antecedentes locales	12
2.2 Bases teóricas	13
2.2.1 Enterprise resource planning (ERP)	13
2.2.1.1 Características de un ERP	15
2.2.1.2 Ventajas de un ERP	15
2.2.2 Sistema concar	17
2.2.2.1 Características del sistema	18
2.2.3 Sistema Odoo	19
2.2.3.1 Características del sistema	21
2.2.4 Proceso de venta	22
2.2.4.1 Características del proceso de venta	23
2.2.4.2 Etapas del proceso de venta	23
2.2.4.3 Proceso de venta para el rubro ferretero	25
2.3 Marco conceptual	26
2.3.1 Automatización	26
2.3.2 Competitividad	26
2.3.3 Enterprise Resource Planning (ERP)	26

2.3.4 Estrategias	26
2.3.5 Proceso	27
2.3.6 Venta	27

1 CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño de la investigación	28
3.2 Método de la investigación	28
3.3 Nivel y tipo de la investigación	29
3.3.1 Nivel de la investigación	29
3.3.2 Tipo de la investigación	29
3.4 Población y muestra	29
3.4.1 Población	29
3.4.2 Muestra	30
3.5 Aspectos de la unidad base de la investigación	32
3.5.1 Aspectos generales de la empresa	32
3.6 Técnicas e instrumentos de investigación para la recolección de datos	34
3.6.1 Técnicas de recolección de datos	34
3.6.2 Instrumentos de recolección de datos de investigación	34
3.7 Validación y confiabilidad del instrumento	35
3.7.1 Validación de los instrumentos	35
3.7.2 Confiabilidad de instrumentos	36
3.8 Consideraciones del elemento empleado	36
3.8.1 Aspectos éticos	37
1 3.8.2 Desarrollo del plan de investigación	37
3.8.3 Procesamiento y análisis de datos	40

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Resultados obtenidos	41
<i>4.1.1 Resultados del nivel actual del proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L. de la ciudad de Juliaca</i>	41
<i>4.1.1.1 Resultado general sobre el nivel actual del proceso de venta de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.</i>	53
<i>4.1.1.2 Resultado general del nivel actual del proceso de ventas de la empresa</i>	54
<i>4.1.2 Resultado del análisis de los sistemas concar y odoo aplicados en el proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.</i>	55
<i>4.1.2.1 Comparación de sistemas concar y odoo.</i>	60
<i>4.1.3 Resultados de la implementación y evaluación de la incidencia del sistema más eficiente aplicado en el proceso de ventas para la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.</i>	63
<i>4.1.3.1 Resultado de la evaluación sobre la influencia del sistema concar aplicado en el proceso de venta de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.</i>	79
<i>4.1.3.2 Resultado general de la influencia del sistema concar en el proceso de ventas de la empresa</i>	80
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82
REFERENCIAS	83
ANEXOS	87

4 INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	6
Tabla 2 Comparativo de ventajas y desventajas de los ERP.....	16
Tabla 3 Proyección de población actual.....	30
Tabla 4 Validación del instrumento.....	35
Tabla 5 Estadística de fiabilidad.....	36
Tabla 6 Cuestionario aplicado en relación al proceso de ventas.....	39
Tabla 7 Roles del nivel actual del proceso de ventas.....	42
Tabla 8 Actividades del proceso de venta.....	43
Tabla 9 Nivel actual del proceso de ventas.....	44
Tabla 10 Servicio en el momento y tiempo adecuado.....	46
Tabla 11 Registro de pedidos libre de errores.....	47
Tabla 12 Confía en las transacciones que realiza con la empresa.....	48
Tabla 13 Los productos cumplen con sus expectativas.....	49
Tabla 14 El proceso de compra es fácil de completar.....	50
Tabla 15 La empresa resuelve todas las dudas durante el proceso de venta.....	51
Tabla 16 Los aspectos negativos en el proceso de venta son mayores que los positivos.....	52
Tabla 17 Resultado general del nivel actual del proceso de venta.....	53
Tabla 18 Resultado del nivel actual del proceso de venta de la empresa.....	54
Tabla 19 Comparación del sistema concar y odoos.....	60
Tabla 20 Decisión del sistema.....	62
Tabla 21 Cuestionario aplicado a la implementación del sistema concar.....	72
Tabla 22 La atención es más rápida con la implementación del sistema.....	73
Tabla 23 El registro de compra con el sistema.....	74

Tabla 24 <i>La información de productos en stock es exacta.....</i>	75
Tabla 25 <i>Registro de su pedido está libre de errores.....</i>	76
Tabla 26 <i>De acuerdo con los tipos de comprobantes del sistema.....</i>	77
Tabla 27 <i>De acuerdo con los cálculos de compra que brinda el sistema.</i>	78
Tabla 28 <i>Resultado de la evaluación sobre la influencia del sistema concar.....</i>	79
Tabla 29 <i>Resultado general de la influencia del sistema concar.....</i>	80

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Etapas del proceso de venta</i>	24
Figura 2 <i>Servicio en el momento y tiempo adecuado</i>	46
Figura 3 <i>Registro de pedidos libre de errores</i>	47
Figura 4 <i>Confía en las transacciones que realiza con la empresa</i>	48
Figura 5 <i>Los productos cumplen con sus expectativas</i>	49
Figura 6 <i>El proceso de compra es fácil de completar</i>	50
Figura 7 <i>La empresa resuelve todas sus dudas durante el proceso de venta</i>	51
Figura 8 <i>Los aspectos negativos en el proceso de venta son mayores que los positivos</i>	52
Figura 9 <i>Resultado del nivel actual del proceso de venta de la empresa</i>	54
Figura 10 <i>Sistema Concar 2023</i>	57
Figura 11 <i>Sistema Odoo</i>	60
Figura 12 <i>Cabecera del comprobante</i>	63
Figura 13 <i>Registro de comprobante</i>	66
Figura 14 ² <i>Detalle del comprobante</i>	67
Figura 15 <i>Comprobante registrado</i>	68
Figura 16 <i>Emisión de comprobante</i>	68
Figura 17 <i>Opción de impresión</i>	69
Figura 18 <i>Documento de comprobante</i>	69
Figura 19 <i>Tipos de comprobantes</i>	70
Figura 20 ⁴ <i>Ingreso de ventas</i>	70
Figura 21 <i>Tasas de IGV</i>	71
Figura 22 <i>Registro de ventas</i>	71
Figura 23 <i>La atención es más rápida con la implementación del sistema</i>	73

Figura 24 <i>El registro de la compra con el sistema.....</i>	74
Figura 25 <i>La información de los productos en stock es exacta.....</i>	75
Figura 26 <i>Registro de su pedido está libre de errores.</i>	76
Figura 27 <i>De acuerdo con los tipos de comprobantes del sistema.</i>	77
Figura 28 <i>De acuerdo con los cálculos de compra que brinda el sistema.....</i>	78
Figura 29 <i>Resultado general de la influencia del sistema con car.</i>	80

RESUMEN

El presente trabajo de investigación cuyo título es “EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS CONCAR Y ODOO APLICADOS EN EL PROCESO DE VENTAS DE UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO EN LA CIUDAD DE JULIACA”.

Se planteo como objetivo general. Evaluar los sistemas concar y odoo aplicados en el proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac.

Como objetivos específicos se planteó el primero. Analizar el nivel actual del proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac, el segundo objetivo específico. Analizar los sistemas concar y odoo en el proceso de ventas para la empresa ferretera grupo Yamirac, el tercer objetivo específico. Implementar y evaluar la influencia del sistema más eficiente aplicado en el proceso de venta de la empresa ferretera grupo Yamirac.

El diseño de la investigación es no experimental, de método cuantitativa y de nivel explicativa, se tomó una población de 155 clientes y la muestra de 88 clientes, como técnica la encuesta y instrumento el cuestionario.

La resolución en cuanto al primer objetivo específico, se analizó el nivel actual del proceso de venta de la empresa tras la observación resultado ineficiente, y con la percepción del cliente los resultados se sintetizaron en tres niveles, en su nivel alto representado por el 23.54%, el nivel medio 37.66% y el nivel bajo 38.80%, estos resultados nos indican que el nivel actual del proceso de ventas es bajo.

En cuanto al segundo objetivo específico, se analizó los sistemas concar y odoo con un cuadro comparativo se pudo evidenciar que en cuanto características y funcionalidades el sistema concar es el más adecuado para la empresa ferretera grupo Yamirac.

El tercer objetivo específico, Se implemento el sistema concar a la empresa con todas sus funciones, como reporte de comprobante, registro de ventas, registro de compras y otros,

después se evaluó la influencia de la implementación con la percepción del cliente, cuyos resultados fueron sintetizados en tres niveles, el nivel alto alcanzó el 66.48%, el nivel medio 25.95 y el nivel bajo 7.57%, dichos resultados indicaron que la implementación es positiva para la empresa como para los clientes.

Al evaluar los sistemas conca y odo aplicados en el proceso de ventas se concluyó que el sistema conca es el más adecuado para la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L., ya que los resultados de la presente investigación lo demuestran.

Palabra clave: Sistemas, proceso, ventas.

⁴ ABSTRACT

The present research work whose title is “EVALUATION OF THE CONCAR AND ODOO SYSTEMS APPLIED IN THE SALES PROCESS OF A COMPANY IN THE HARDWARE BUSINESS IN THE CITY OF JULIACA”. It was proposed as a general objective. Evaluate the concar and odoo systems applied in the sales process of the Yamirac group hardware company. The first was proposed as specific objectives. Analyze the current level of the sales process of the Yamirac group hardware company, the second specific objective. Analyze the concar and odoo systems in the sales process for the Yamirac group hardware company, the third specific objective. Implement and evaluate the influence of the most efficient system applied in the sales process of the Yamirac group hardware company. The research design is non-experimental, with a quantitative method and an explanatory level, a population of 155 clients and a sample of 88 clients were taken, the survey was used as a technique and the questionnaire was instrumented.

The resolution regarding the first specific objective, the current level of the company's sales process was analyzed after the observation was found to be inefficient, and with the customer's perception the results were synthesized into three levels, at its high level represented by 23.54%, the medium level 37.66% and the low level 38.80%, these results indicate that the current level of the sales process is low.

Regarding the second specific objective, the concar and odoo systems were analyzed with a comparative table, it was evident that in terms of characteristics and functionalities the concar system is the most suitable for the Yamirac group hardware company.

The third specific objective, the system was implemented to cover the company with all its functions, such as receipt reporting, sales registration, purchase registration and others, then the influence of the implementation with the customer's perception was evaluated, the results

of which were synthesized into three levels, the high level reached 66.48%, the medium level 25.95 and the low level 7.57%, these results indicated that the implementation is positive for the company as well as for the clients.

When evaluating the concar and odoo systems applied in the sales process, it was concluded that the concar system is the most appropriate for the hardware company Yamirac Group S.C.R.L., since the results of this research demonstrate it.

Keyword: Systems, process, sales.

INTRODUCCIÓN

El panorama empresarial contemporáneo ha experimentado avances significativos como resultado de las transformaciones tecnológicas, la creciente necesidad de información y la influencia de los cambios sociales, culturales y económicos.

El rápido ritmo de los avances tecnológicos supera la capacidad de integrarlos plenamente, dadas las crecientes expectativas de los clientes y sus crecientes exigencias.

Los clientes con grandes expectativas y los ciclos de vida de los productos que cambian rápidamente se han identificado como factores significativos (Montoya L, 2015).

Nuestro país está muy familiarizado con estos avances tecnológicos, en los que los sistemas de información asumen un papel significativo en las operaciones cotidianas de las empresas.

Los sistemas desempeñan un papel crucial en las operaciones cotidianas de las empresas, ya que mejoran en gran medida las funciones administrativas y operativas.

El uso de sistemas de información contable se ha convertido en un requisito esencial para el avance y el progreso esencial para el desarrollo, sostenibilidad y competitividad de la empresa (De la Cruz, 2018)

Este requisito surge como resultado del hecho de que la organización sería capaz de mantener una variedad de datos cruciales para el propósito de la toma de decisiones a través de la utilización de un sistema informático. Estos datos incluyen el registro de ventas, compras, inventarios, proveedores, consumidores, clientes, los sistemas Concar y Odoos serán sometidos a un análisis de sus características y sus beneficios, el cual nos lleva a una comparación de dichos sistemas para poder determinar cuál es el más indicado para la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.

La presente investigación, presenta la siguiente estructura:

1
Capítulo I: En este capítulo se plantea el problema general junto a los problemas específicos, para después plantear los objetivos de la investigación para después formar nuestras justificaciones para tener nuestras hipótesis y finalmente la operación de variables.

Capítulo II: En este capítulo se parte por los antecedentes de la investigación como son el internacional, el nacional y en este caso no se encontraron los locales, seguidamente el marco teórico de la investigación y se termina con las bases teóricas.

Capítulo III: Para cumplir los objetivos previstos, en este capítulo se ha formulado la metodología de investigación. Comienza por dilucidar el diseño del estudio, seguido de la identificación del tipo y el nivel de investigación. A continuación, se determinan la población y la muestra de la investigación.

Capítulo IV: Este capítulo presenta un análisis y una discusión de los resultados, utilizando ayudas visuales como gráficos, tablas y cuadros, así como otro material pertinente. El propósito es ofrecer un resumen exhaustivo de la investigación realizada en consonancia con los objetivos establecidos.

La parte final de esta investigación presenta las respectivas conclusiones derivadas de los numerosos trabajos y actividades realizados durante su creación, así como las recomendaciones. Le siguen la bibliografía y, por último, los anexos

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Análisis de la situación problemática

La expansión actual del panorama empresarial mundial hace necesario que las organizaciones utilicen sistemas de información para mejorar su eficacia operativa. Un número considerable de personas ha llegado a reconocer ⁶ la importancia de gestionar eficazmente la tecnología de la utilización de la información como técnica para perfeccionar los procedimientos de toma de decisiones, minimizar las limitaciones de tiempo y recortar gastos, entre otras ventajas. Toda organización tiene su origen en una conceptualización que se introduce en el mercado, acompañada de conocimientos fundamentales relativos a ese concepto. Sin embargo, a medida que la organización se expande y alcanza la prosperidad, necesita una reorganización de sus operaciones para pasar de gestionar la información a través de hojas de cálculo Excel a abordar los requisitos asociados con la contratación de proveedores, el aumento de los niveles de inventario y la gestión del creciente volumen de datos. Ante esta consideración, la organización se vio obligada a evaluar un software ¹³ de planificación de recursos empresariales (ERP) que facilitara el procesamiento de los datos esenciales necesarios para el funcionamiento óptimo de la empresa (Wolff, 2021).

Según, Ñahui (2021) A nivel internacional, un estudio realizado en Europa revela una escasa utilización de sistemas automatizados por parte de las empresas, lo que se traduce en importantes problemas relacionados con el rendimiento, como ciclos de trabajo prolongados y reducción de la producción. Las organizaciones que emplean ¹⁹ sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) para mejorar los procesos de venta y adoptar mejoras en la estandarización de procesos obtienen una ventaja competitiva frente a las empresas que no cuentan con sistemas centralizados que faciliten la toma de decisiones corporativas, como destacan Gamarra y Cornejo (2018).

⁵ Según, Hernandez & Medina (2022) A nivel nacional, en la ciudad de Bagua Grande la demanda por los servicios de asesoría tributaria y financiera ha crecido mucho estos últimos años y las empresas que ofrecen este servicio deben afrontar grandes cambios y la tecnología es uno de ellos, estos cambios tecnológicos conllevan una serie de retos y dificultades a los que el contador profesional tiene que lidiar día a día. Como bien se sabe algunas empresas están en la capacidad de enfrentar los cambios y los desafíos para corregir la calidad del servicio ofrecida.

⁵ A su vez, la empresa al no contar con un medio informático contable busca optar por una mejor alternativa y los beneficios que implican trabajar con esta, por ello en este estudio se plantea un Sistema Contable CONCAR, como la mejor alternativa, adecuada para dicha empresa.

A nivel local la empresa actualmente investigada opera dentro del sector de la construcción y tiene un ámbito local limitado. Carece de sistema informático y adolece de una cultura organizativa caracterizada por la escasa comunicación entre los distintos departamentos. Esta cultura actúa como una barrera para el desarrollo y la capacidad de tomar decisiones acertadas, impidiendo el acceso oportuno a información precisa con respecto a diversas funciones empresariales, incluida la gestión de múltiples factores.

⁴ 1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Problema general

- ¿Como evaluar los sistemas concar y odoo aplicados en el proceso de ventas de una empresa del rubro ferretero ¹ en la ciudad de Juliaca?

1.2.2 Problemas específicos

1. ¿Como analizar el nivel actual del proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac?
2. ¿Como analizar los sistemas concar y odoo en el proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac?
3. ¿Como implementar y evaluar la influencia del sistema más eficiente aplicados en el proceso de ventas para la empresa ferretera grupo Yamirac?

⁸ 1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

- Evaluar los sistemas concar y odoo aplicados en el proceso de ventas de ¹ una empresa del rubro ferretero en la ciudad de Juliaca.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Analizar el nivel actual del proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac.
2. Analizar los sistemas concar y odoo ⁹ en el proceso de ventas para empresa ferretera grupo Yamirac.
3. Implementar y evaluar ³ la influencia del sistema más eficiente aplicado en el proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación técnica

La justificación técnica se basa en el proceso de ventas, sobre la necesidad de mejorar y optimizar la estructura de gestión de ventas de la empresa, dando aplicabilidad a todo lo aprendido a lo largo de carrera profesional, los sistemas, tanto Concar como Odoo ofrecen capacidades que pueden agilizar los procesos de ventas.

1.4.2 Justificación económica

La justificación económica de los sistemas Concar y Odoo en el proceso de ventas se basa en una serie de consideraciones financieras y beneficios tangibles que estas soluciones pueden aportar a la empresa como son reducción de costos operativos, ambos sistemas ofrecen la capacidad de agilizar tareas repetitivas y manuales en el proceso de ventas, lo que lleva a una reducción de costos operativos.

1.4.3 Justificación social

La justificación social de los sistemas Concar y Odoo en el proceso de ventas se relaciona con los beneficios que estos sistemas pueden aportar a los empleados, clientes y la sociedad en general como son la mejora de la experiencia del cliente, la eficiencia y la eficacia en el proceso de ventas, permiten a la empresa brindar un mejor servicio al cliente y los tiempos de respuesta más rápidos, la disponibilidad de información precisa.

1.5 Hipótesis de la investigación

1.5.1 Hipótesis general

- La evaluación de los sistemas concar y odoo aplicados en el proceso de ventas de una empresa del rubro ferretero en la ciudad de Juliaca estará enmarcada en distintas acciones.

1.5.2 Hipótesis específicas

1. El nivel actual del proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac, será de media baja.
2. El análisis de los sistemas concar y odoo aplicados en el proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac, estará enmarcada en diferentes acciones.
3. La implementación y evaluación de la influencia del sistema más eficiente aplicado en el proceso de venta de la empresa ferretera grupo Yamirac, será por sus características favorables.

1.6 Variables e indicadores

1.6.1 Variable independiente.

SISTEMAS CONTABLES.

Indicadores

- Características.
- Eficiencia.
- Reporte de compras.
- Reporte de ventas.

1.6.2 Variable dependiente.

PROCESO DE VENTAS.

Indicadores.

- Registro de compras.
- Registro de ventas.
- Tiempo de atención.

1.7 Operacionalización de variables.

Tabla 1

Operacionalización de variables.

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
SISTEMAS CONTABLES	<p>3</p> Un sistema contable facilita la recopilación exhaustiva de los datos financieros de una empresa. Gracias a ello, es posible comprender rápida y eficazmente su situación económica.	CONCAR	Características. Reporte de compras.	Observación. Cuestionario. Software.
		ODOO	Reporte de ventas. Eficiencia	
VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
PROCESO DE VENTAS	<p>3</p> El proceso de ventas abarca una serie de fases o etapas distintas que atraviesa una organización, comenzando por los esfuerzos iniciales de marketing, es decir, la identificación y búsqueda de clientes potenciales, y culminando con el éxito de la venta de un producto o servicio.	SISTEMA IMPLEMENTADO	Registro de compra. Registro de ventas. Tiempo de atención. Emisión de comprobantes.	Observación. Cuestionario. Software.

¹ Nota. Adaptación a la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

Según, Santana & Beltran (2019) en su proyecto “Eficacia en el proceso de implementación de los sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP - Enterprise Resource Planning) en las pymes colombianas” Los sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) son sofisticados sistemas de información empresarial diseñados para automatizar e integrar los datos organizativos, lo que permite una coordinación y gestión eficaces de los recursos y la información en tiempo real. Sin embargo, el proceso de implantación requiere una preparación y planificación minuciosas, dado que alrededor del 35% de las implantaciones se cancelan durante esta fase. Además, el 55% de estas cancelaciones conllevan costes más elevados y duraciones más largas de lo previsto inicialmente. Por lo tanto, es imperativo delinear los criterios para medir la eficacia de la implantación de un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) en una pequeña y mediana empresa (PYME), dilucidando los elementos de riesgo fundamentales que permiten a una PYME ejecutar este proceso con el máximo éxito.

¹³ Los sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) son herramientas sofisticadas que se utilizan para automatizar e integrar la información organizativa, permitiendo una coordinación y gestión eficaces de ²⁰ los recursos y de la información en tiempo real. Sin embargo, es crucial preparar y planificar adecuadamente el proceso de implantación, ya que aproximadamente el 35% de las implantaciones se cancelan y el 55% experimentan sobrecostos y retrasos con respecto a las previsiones iniciales. Por lo tanto, es imperativo determinar los criterios para lograr la eficacia en la implantación de un sistema ¹³ de planificación de recursos empresariales (ERP) en una pequeña y mediana empresa (PYME), identificando los factores de riesgo clave que permiten a la PYME llevar a cabo este procedimiento con una eficacia óptima.

Además, Narvaez (2019) en su proyecto ³¹ “Benchmarking de sistemas ERP (Planificación de recursos empresariales Open Source) aplicado a la empresa pública Yachay” El objetivo de este proyecto es realizar un análisis exhaustivo de cuatro sistemas de planificación de recursos empresariales de código abierto. El objetivo es determinar qué sistema es el más adecuado para su implantación ⁴ en el departamento de servicios urbanos de la empresa pública Yachay. El análisis se basará en los parámetros descritos en la norma ISO 25010, que proporciona un método de comparación. En las páginas iniciales se ofrece una visión general del proyecto, que incluye un análisis del estado ⁴ actual de la empresa, el ⁴ problema que debe abordarse, los objetivos, el alcance y la justificación para emprender ⁴ este proyecto. El capítulo uno presenta un marco teórico que ofrece un análisis completo y exhaustivo ⁴ de los sistemas de planificación de recursos empresariales, incluidos Odo, OpenBravo, Dolibarr y ErpNext. El capítulo analiza las características distintivas, los aspectos arquitectónicos, los módulos o áreas funcionales cubiertos y los métodos de implementación de estos sistemas. Además, es importante considerar la forma específica de evaluación comparativa que se utilizará en este proyecto académico.

En el capítulo dos, se hace especial hincapié en la creación de un estudio comparativo utilizando la norma ISO 25010 y sus características correspondientes. Además, se aclara la metodología de investigación empleada para la recopilación de datos, así como los criterios y la justificación de la selección del sistema ERP entre las cuatro opciones que se sometieron al estudio de evaluación comparativa para cada implantación individual.

El sistema ERP ODOO alcanzó el mejor nivel de conformidad con la norma según el análisis comparativo. El capítulo tres ofrece una explicación de la encuesta de necesidades, la metodología de investigación empleada para la recopilación de datos y las fases esenciales que debe cumplir un sistema ERP para implantarse en la empresa. Además, describe la configuración, la transferencia de datos y los procedimientos de prueba del sistema ODOO V10 que se implantará en el departamento de servicios urbanos de la empresa pública Yachay.

Ademas, Cañizares y Valverde (2018) En su investigación que tiene la finalidad de implementación de software y cuyo tema es: Plataforma erp con software libre orientado a la web para el control administrativo de los procesos de ventas, inventarios y facturación para la ferretería "g&g" de santo domingo, Las medidas mencionadas ayudarán a mejorar la supervisión administrativa de la ferretería "G&G", concretamente en la gestión de inventarios de productos, ventas y facturación.

Para iniciar la presente investigación, comenzaremos por recopilar información que englobe todos los problemas y deficiencias presentes en la ferretería. Esta información se recabará de los empleados que trabajan en la tienda. Posteriormente, se realizará una investigación bibliográfica para fundamentar teóricamente la información recopilada y concentrarse en las variables y el tema general relacionado con el control administrativo de la Ferretería. Una vez suministrado el material, se inició la investigación para construir el marco metodológico junto con las metodologías e instrumentos utilizados.

Los resultados obtenidos de la aplicación de este marco servirían de base para la propuesta final. La propuesta pretende dar respuesta a las necesidades de la Ferretería "G&G" aportando soluciones en diversos ámbitos. Entre ellas, mejorar la supervisión directiva de los procedimientos de venta, gestión de inventarios y facturación. Además, pretende mejorar la gestión de productos, clientes y servicios.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Según, Corak y Sanchez (2023) en su trabajo² “El sistema Concar y el sistema Odo en su aplicación en el proceso de ventas para una ferretería”. El propósito de este estudio fue evaluar la efectividad del sistema Concar y el sistema Odo en términos de su uso dentro del proceso de ventas de una ferretería en Lima en el año 2021. Una de las características destacables del sistema Concar es su proceso de ventas, el cual está diseñado para cumplir con los más nuevos estándares SUNAT. También ofrece flexibilidad, informes y análisis de cuentas integrales, un sistema de cuentas unificado, informes de centros de costos, impresión de recibos e informes de transferencias.

Las responsabilidades involucradas en la contabilidad incluyen normalizar las disparidades monetarias, corregir errores automáticamente, conciliar cuentas, automatizar procesos bancarios, generar publicaciones de cierre y apertura, manejar archivos SUNAT y cargar publicaciones automatizadas desde otros sistemas.

¹⁴ El proceso de toma de decisiones constó de las siguientes etapas: identificar el problema, establecer criterios de decisión, asignar pesos a los criterios, generar alternativas de solución, analizar las alternativas, seleccionar la mejor opción, implementar la alternativa elegida y evaluar la eficacia de la decisión. -proceso de fabricación. El proceso de toma de decisiones en la investigación contable mejorará a medida que avance la idea.

Además, Veras (2020) en su trabajo ³ **Propuesta de un sistema informático contable de compra-venta para mejorar la gestión empresarial de la estación de servicios Jhon E.I.R.L, Pacasmayo.** Los sistemas de información contable son esenciales para analizar y gestionar eficazmente grandes cantidades de información. ³⁹ **Esto permite a las organizaciones tomar decisiones informadas y optimizar sus actividades en beneficio de la empresa.** ³ **El presente estudio consiste en el desarrollo de un sistema contable informatizado de compras y ventas para mejorar la gestión de la Estación de Servicios Jhon E. I. R. L de Pacasmayo.** **La presente tesis es un estudio no experimental con un diseño descriptivo y un enfoque transversal.** ³ **Consistió en encuestar a una población muestra de 80 usuarios y 4 trabajadores de la estación de servicios Jhon E. I. R. R. L, Pacasmayo.** Los resultados mostraron ³ **que el 80% de los usuarios percibe como inadecuado el sistema actual utilizado por la estación de servicio.** Adicionalmente, se encontró ³ **que el 100% de los clientes valora altamente la implementación de un sistema informático contable de compra y venta.** Asimismo, se desarrolló **un diseño del sistema informático contable de compra y venta, con el objetivo de mejorar la gestión de la estación de servicio Jhon E. I. R. L de Pacasmayo.** El estudio determinó **que la empresa carece de un sistema informático contable de compras y ventas, y consideran altamente favorable su instalación.**

Según, Diaz (2020) ⁷ **En el estudio titulado: “Sistema contable Concar y su influencia en la gestión de información financiera de la empresa Industria Megal E.I.R.L., San Martin de Porres, 2020”;** La finalidad del estudio era ⁷ **determinar la influencia entre las variables en la empresa indicada.** El estudio empleó un enfoque **cuantitativo** para proporcionar un análisis explicativo, sin utilizar ningún procedimiento experimental. La muestra estaba compuesta por 15 personas empleadas en el departamento de contabilidad, que cumplimentaron los cuestionarios diseñados para cada variable. Una de las principales conclusiones fue ⁷ **que el sistema contable Concar tenía un impacto fuerte y estadísticamente significativo en la**

gestión de la información financiera, representando el 92,9% de su influencia ($R^2 = .929$). El estudio también reconoció el impacto sustancial de sus dimensiones: Registro del sistema contable Concar ($R^2 = 0,748$), Información del sistema contable Concar ($R^2 = 0,743$) y Toma de decisiones basada en el sistema contable Concar ($R^2 = 0,953$). En general, la investigación confirma las hipótesis planteadas, ya que tanto la implementación del sistema contable Concar como sus diversos aspectos tienen una influencia sustancial, positiva y estadísticamente significativa en la gestión de los datos financieros en Industria Megal E.I.R.L., San Martín de Porres, en el año 2020.

⁴⁸ 2.1.3 Antecedentes locales

Según, Mamani (2019) En su tesis “Implementación de un sistema de información para el control de almacén y ventas de la empresa davsol eco systems Perú s.r.l. juliaca 2019”. El objetivo es implementar un Sistema de Información para el control de almacén y ventas de Davsol Eco Systems Perú S.R.L. El sistema manejará la información de los clientes y los productos adquiridos en las ventas a través de las diferentes sucursales. El producto será promocionado a través de la página web de la empresa. La metodología de desarrollo utilizada para este proyecto fue Extreme Programming (XP), que es conocida por su velocidad y enfoque ligero para el desarrollo de software. XP hace hincapié en la simplicidad, la comunicación y la retroalimentación para la reutilización del código. Se utilizó el lenguaje de programación PHP y MySQL para la base de datos del software, lo que dio resultados eficientes. Se recopiló información de los propietarios y del personal implicado en la venta de calentadores solares de agua para desarrollar el sistema en términos de requisitos de información, análisis, diseño, implementación y evaluación, siguiendo la metodología XP. Se puede concluir que el sistema de información mejora y controla

efectivamente las ventas, clientes e inventario de calentadores solares de agua en Davsol Eco Systems Perú S.R.L.

Según, Gómez (2017) en su tesis “Sistema de ventas para micro y pequeñas empresas, aplicado a la empresa san santiago, acora – puno - 2017”. La presente investigación se realizó en la comunidad de Caritamaya, ubicada en la región Acora del departamento de Puno. La micro y pequeña empresa "San Santiago" carece de un sistema de ventas, basándose en cambio en la supervisión administrativa manual mediante cuadernos. El sistema de ventas se desarrolló utilizando el enfoque de desarrollo XP, a veces conocido como programación extrema. La programación extrema es un estilo ágil de desarrollo de software que da prioridad a la simplicidad, la comunicación eficaz y la retroalimentación continua. También hace hincapié en la reutilización del código ya producido. Basándose en la validación del software, se puede concluir que el sistema de ventas para microempresas y pequeñas empresas cumple los requisitos con una puntuación media de 114 puntos según la escala de valoración ISO - 9126. El valor Tc de 13,02697303 rechaza la hipótesis nula (Ho) y acepta la hipótesis alternativa (H1), lo que indica que existe una diferencia entre el sistema antes y después de la implantación. El sistema ha mostrado una mejora del 100% en el proceso de venta, el control de existencias y el cumplimiento de las expectativas. El sistema implantado en la micro y pequeña empresa San Santiago proporciona una satisfacción significativa y notable a los usuarios.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Enterprise resource planning (ERP)

Según, Hernandez y Medina (2022) La palabra se refiere a los programas de planificación empresarial que superan las funcionalidades convencionales proporcionadas por el software MRP al entrar en el mercado. ERP, o Planificación de Recursos

Empresariales, es un sofisticado sistema informático que ayuda en la toma de decisiones en muchos aspectos de una organización. En consecuencia, ha pasado de ser exclusivo de las empresas manufactureras a estar al alcance de empresas de todo tipo. Estos sistemas fueron los primeros en introducir e implantar la gestión de procesos empresariales, sustituyendo eficazmente a los anticuados sistemas heredados. Además, representan el avance del programa de planificación de recursos de fabricación MRP, que se centra en la organización de las actividades de una organización de fabricación (Carmen, Howlet y Aguilar, 2013).

El objetivo principal de los sistemas ERP es facilitar la integración de varios departamentos funcionales dentro de una organización. Además, es un sistema de software integral para gestionar diversos aspectos de una empresa, que comprende una colección personalizable de módulos funcionales para satisfacer las necesidades individuales de los clientes. El sistema ERP integra muchos programas de gestión en un único sistema, utilizar una base de datos centralizada que garantice que los datos accesibles a cada departamento sean únicos y de alta calidad. Esto elimina la necesidad de acceder o recuperar datos de aplicaciones individuales (Valverde, 2017). Mediante la utilización de un sistema ERP, las empresas pueden llevar a cabo de manera eficiente las operaciones comerciales en un plazo mínimo, lo que resulta en un mayor compromiso y una mayor adaptabilidad de los procedimientos operativos, lo que en última instancia conduce a la satisfacción del público objetivo.

La mejora del posicionamiento en el mercado también está correlacionada con su capacidad para mejorar la competitividad. El ERP facilita la puesta en común de las acciones planificadas en todos los departamentos, promoviendo así la colaboración para alcanzar los objetivos de la empresa. Al garantizar una difusión eficaz de la información, es posible mejorar el nivel de compromiso entre todos los miembros del personal. (Hernandez & Medina, 2022)

² 2.2.1.1 Características de un ERP

- a) Capacidad de parametrización: se refiere a la capacidad de un sistema de ajustarse y personalizarse fácilmente para satisfacer requisitos diversos. Esto incluye la introducción de las funciones necesarias sin necesidad de un desarrollo adicional.
- ² b) Interfaz de usuario flexible y avanzado: Los sistemas ERP incorporan las innovaciones más recientes en materia de interfaces de usuarios, incluidos elementos gráficos y diferentes dispositivos de acceso.
- c) Capacidad para acceder a información: Los sistemas poseen salidas de información predeterminadas, lo que facilita la interacción de las herramientas de acceso a los datos.
- d) Integrarse con otras aplicaciones: Los sistemas ERP son capaces de interactuar perfectamente con otros sistemas. (Narvaez, 2019)

2.2.1.2 Ventajas de un ERP

Según, Corak y Sanchez (2023), ⁴¹ la implantación eficaz de un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) se traduce en la adquisición de ventajas operativas y estratégicas, incluida la reducción de costes en diversas actividades organizativas.

Además, Ñahui (2021) conduce a una disminución del tiempo necesario para diversas operaciones, facilita el flujo fluido de información, agiliza el desarrollo de la información financiera y ayuda a formular estrategias operativas creativas.

Otras ventajas asociadas a estos sistemas son un mayor control y trazabilidad, una ⁵² mejora de la capacidad de toma de decisiones, un aumento de la seguridad gracias a las medidas de control de acceso, la simplificación de los procedimientos de copia de seguridad,

la agilización de la obtención de certificaciones de calidad gracias a una mejor definición de los procesos fundamentales, la reducción potencial de la demanda de personal, una mayor adaptabilidad al comercio electrónico y, en consecuencia, una mayor accesibilidad mundial. (Ñahui, 2021)

2
Tabla 2

Comparativo de ventajas y desventajas de los ERP.

<i>Ventajas</i>	<i>Desventajas</i>
<p>Optimización de los procesos de las empresas: reduce el tiempo de los procesos para la empresa por sus módulos se conectan entre sí, eliminando operaciones que sean innecesarias.</p> <p>Permite tener acceso a información confiable, precisa y oportuna, debido a que posee una base de datos única, evitando la posibilidad de que exista una duplicación de datos.</p> <p>Comparte información con cada componente de la empresa, permitiendo elegir información que se puede compartir con cada colaborador, área o departamento en tiempo real.</p> <p>Reducción de costes: permite una toma de decisión instantánea y puede proporcionar una ventaja estratégica sobre los competidores.</p>	<p>El proceso de instalación suele ser costoso, por ende, tiene altos costes de instalación y posteriormente de mantenimiento.</p> <p>Los sistemas son complejos en la mayoría de casos, y se requiere que los empleados aprendan a manejarlos, esto supone un riesgo de inversión para la empresa en caso deba modificar la planilla.</p> <p>La experiencia en ERP es limitada, por ende, representa un problema constante de conocimientos y algunas empresas no logran adaptarse a él, ya que depende de la habilidad para manejarlo.</p>

Nota. Adaptado de Aguilar (2020).

2.2.2 Sistema concar

Finalmente, Matos y Ponce (2018) El software en cuestión es un sistema basado en el conocimiento que incluye numerosas bases de datos. Mediante la integración de datos específicos de la empresa, este programa es capaz de generar informes que ofrecen utilidad en diversos sectores.

El desarrollo de este sistema fue pensado para su utilización en el ámbito contable, con el objetivo principal de mejorar la eficiencia y facilitar las tareas. Sus funcionalidades abarcan la generación de Balances, Libros Contables y Estados Financieros, a la vez ⁵¹ que permite el acceso a la información en tiempo real. En consecuencia, estas características contribuyen a la mejora de la precisión y prontitud de los resultados, facilitando así procesos óptimos de toma de decisiones.

Además, La organización también distribuye diversos documentos financieros, ² incluidos estados financieros, informes de centros de coste, análisis de estados financieros proporcionados como anexos y documentos asociados, presupuestos, conciliaciones bancarias y ratios y tablas financieras. Además, este sistema permite el examen rápido de los datos financieros para la toma de decisiones. Esto otorga a los usuarios un importante nivel de autonomía para personalizar ¹⁰ el sistema según sus propias necesidades, ya que los parámetros están regulados por planes de cuentas y tablas. Esta solución es aplicable a todo tipo de empresas y sectores.

Además, ofrece funcionalidades como la ⁶ gestión de cuentas a cobrar y a pagar, la creación de presupuestos, el cálculo de ratios, la generación de gráficos, la realización de conciliaciones de las cuentas bancarias y el análisis PDT SUNAT. (Matos & Ponce, 2018)

² 2.2.2.1 Características del sistema

Según Carrasco y Ramírez (2018), Hay algunas características significativas del sistema CONCAR que es esencial conocer:

- A. **Flexibilidad.** El sistema es adecuado para empresas y organizaciones que operan en cualquier industria o sector. Múltiples empresas pueden colaborar utilizando un único plan contable, lo que permite estandarizar la información relativa a los grupos de empresas y ofrece a los usuarios un importante nivel de autonomía, permitiéndoles personalizarlo según ² sus necesidades específicas.
- B. **Variedad de reportes complementarios.** Además de los informes fundamentales de US FF, ofrece varias opciones personalizables que permiten a los usuarios obtener la información específica que necesitan.
- C. **Emisión de cheque-voucher.** Permite la generación e impresión de comprobantes de cheques en formato preparado por el cliente o manual. Además, permite emitir cheques escritos, y todos los cheques ² tienen la posibilidad de elegir el intervalo de fechas deseado.
- D. **Regularización y ajuste automático de diferencias de cambio.** Este asiento regulariza los documentos anulados cuando el ajuste por diferencia de cambio no se realizó durante el proceso de anulación. Se prepara un asiento automatizado para las desviaciones ² del tipo de cambio del FASB 52, utilizando el tipo de cambio a final de mes y para las cuentas especificadas en función de los parámetros establecidos ² en el software.
- E. **Archivos para la SUNAT.** Este software permite la generación automática de archivos para la importación de PDT a la SUNAT. Está diseñado para cumplir con

los requisitos existentes y cuenta con el mecanismo ² necesario para adaptarse a cualquier cambio futuro.

F. Configuración del software por el usuario. Tras la instalación, el programa se configura en primer lugar de acuerdo con los requisitos específicos de la empresa. Posteriormente, se pueden ajustar los grados de análisis deseados, lo que permite personalizar el software de forma que se alinee con los objetivos de la empresa.

2.2.3 Sistema Odoo

Según, Peñaloza (2020) El sistema mencionado es ³⁷ un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) de código abierto que demuestra mejoras en la productividad. Permite una delegación eficiente del trabajo, la organización de equipos y contribuye a mejorar los márgenes de beneficio.

Además, optimiza los procesos de producción, mejora la capacidad de seguimiento de los procesos, simplifica la gestión de las operaciones y facilita la gestión del talento. Esta solución ofrece la ventaja de ser rentable, ya que no necesita derechos de licencia. Además, es capaz de dar respuesta a una amplia gama de requisitos y facilitar una integración perfecta de las tareas de los distintos departamentos que suele darse en la mayor parte de las organizaciones (Aguilar, 2020).

Odoo es una aplicación profesional sólida que facilita la integración de los procesos empresariales, permitiendo un control y gestión eficiente de las operaciones.

La integración de los procesos empresariales facilita una gestión eficiente sobre su correcto funcionamiento. Esta solución de software sirve como ² alternativa de código abierto tanto a SAP ERP como a Microsoft Dynamics.

Existen alternativas ² de código abierto para SAP ERP y Microsoft Dynamics. El objetivo es identificar y seleccionar la conexión o los módulos adecuados que se ajusten a

los requisitos específicos ³² de la empresa. La plataforma ofrece una amplia gama de más de cuatro mil módulos que pueden integrarse perfectamente entre sí, lo que permite crear un sistema altamente escalable.

Este sistema es capaz de instalar los módulos necesarios e incorporar soluciones óptimas. Los módulos disponibles para la presentación incluyen: (Peñalosa, 2020)

➤ **Finanzas**

Desempeñan un papel vital en el funcionamiento ¹³ de un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP), ya que las empresas lo adoptan ampliamente para mejorar sus capacidades de gestión financiera.

Las organizaciones utilizan esta iniciativa como medio para mejorar sus prácticas de gestión financiera. Supervisa eficazmente las operaciones financieras de la organización.

➤ **Recursos humanos**

Este estudio abarca varios temas relacionados con las personas, como la gestión de nóminas, las políticas salariales, los métodos de evaluación del rendimiento, la gestión de los empleados y el control de asistencia, entre otros factores relevantes.

➤ **Ventas**

La integración de este componente en el sistema ERP es un proceso gradual que abarca varias operaciones comerciales, como la elaboración de ofertas y presupuestos, incluido el seguimiento de los pedidos y la distribución de productos, entre otras.

² 2.2.3.1 *Características del sistema*

Asimismo, Figueroa (2018) El software Odoo posee atributos distintivos que lo diferencian de otros sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP). Estas cualidades clave se dilucidarán en el análisis posterior.

1. **Tecnología actualizada:** El sistema Odoo posee la capacidad de incorporar constantemente los avances tecnológicos más recientes, garantizando que todos los componentes permanezcan integrados de acuerdo con las especificaciones y requisitos deseados.
2. **Completo:** Odoo ofrece una amplia gama de funciones que abarcan más de un millar de módulos que pueden desplegarse eficazmente para satisfacer requisitos específicos. El software está en continuo desarrollo y recibe el apoyo de la comunidad, lo que se traduce en una pila de funcionalidades en continua expansión.
3. **Personalizable:** Odoo es un programa que presenta características de facilidad de uso, lo que lo convierte en un sistema versátil capaz de adaptarse a los diversos requisitos y necesidades operativas de varias entidades. Esta adaptabilidad se considera esencial en el panorama empresarial contemporáneo, caracterizado por una intensa competencia y transformaciones perpetuas.

Comprender y abordar los requisitos y demandas únicos de cada entidad es crucial en el panorama empresarial contemporáneo, caracterizado por una intensa competencia y una evolución constante.
4. **Flexibilidad:** El sistema utiliza procesos dinámicos que se adaptan a requisitos específicos. Además, este software facilita la personalización y manipulación de procesos a través de su robusto motor de generación de flujos de trabajo, ayudando así al desarrollo y diseño de flujos de trabajo.

Un motor eficaz para el desarrollo de flujos de trabajo del software ayuda también en la elaboración de informes individualizados desde cero, informes a medida.

5. **Tarifas:** Los costes de Odoo variarán en función del tipo de instalación específica y de los módulos requeridos, incluyendo la elección entre opciones de despliegue basadas en la nube.

El individuo posee un servidor personal. El sitio web oficial ofrece un periodo de prueba gratuito de 15 días para que los usuarios puedan evaluar la funcionalidad del producto sin coste alguno, seguido de la opción de proceder a una suscripción. (Figueroa, 2018)

2.2.4 Proceso de venta

Según, Muñoz (2022) el proceso de venta puede describirse como una serie sistemática de cuatro fases que sigue un vendedor para relacionarse con un posible comprador y obtener la respuesta deseada del consumidor, que normalmente se traduce en una compra.

La respuesta esperada del comprador, que suele traducirse en una compra.

Este documento constituye un manual exhaustivo y sistemático de estrategias y técnicas de marketing de ventas. En otros términos, significa las fases secuenciales que atraviesa un individuo en el proceso de transición desde que conoce la existencia de una empresa hasta que acaba convirtiéndose en cliente.

El individuo en cuestión es un consumidor que realiza transacciones con una entidad empresarial. El embudo de ventas es un marco conceptual que delimita las numerosas fases del proceso de venta. Cada paso del proceso se basa en una secuencia prescrita de acciones que son esenciales para dirigir la toma de decisiones de su clientela. No se proporciona el texto del usuario. Por favor, proporcione el texto que desea que reescriba.

Estas fases también ayudan a evaluar si el prospecto pasa al nivel siguiente. el texto del usuario ya es académico.

Ayudan a dirigir su atención hacia clientes potenciales que tienen un interés genuino en su producto o servicio, emplean estrategias que les persuaden para que seleccionen su solución y emplean estrategias que les persuaden para que seleccionen su solución.

Decisiones que persuadan eficazmente a las personas para que seleccionen la solución que usted propone, filtrando al mismo tiempo a aquellos cuyos requisitos no se alinean con su oferta.

Los requisitos de los clientes que no se ajustan a las características u ofertas de su producto o servicio. (Muñoz, 2022)

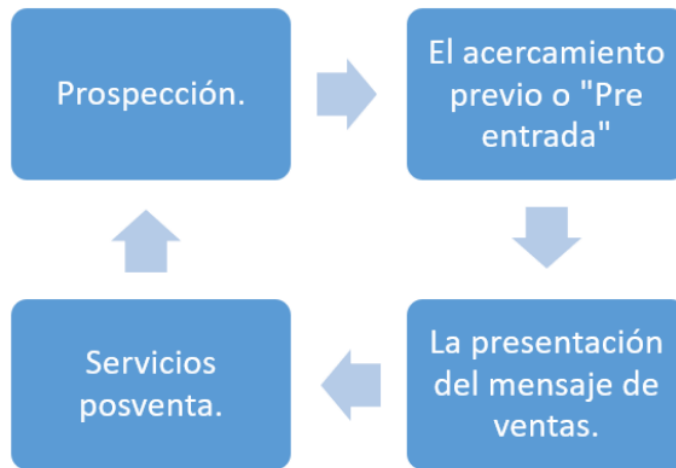
² 2.2.4.1 Características del proceso de venta

- ✓ Las métricas se utilizan en el examen ² del flujo del proceso de ventas.
- ✓ Mejorar las ventas mediante estrategias de mantenimiento.
- ✓ ² Se evalúa cómo optimizar el proceso completo.
- ✓ La gestión de los recursos de la fuerza de ventas y su uso eficaz es un aspecto crucial que requiere una cuidadosa atención.
- ✓ La gestión de ventas es un procedimiento crucial en el ámbito empresarial.
- ✓ La previsión de ventas ⁴⁷ desempeña un papel crucial en la mejora de la generación de ingresos.
- ✓ La incorporación de varias herramientas, el objetivo es mejorar el rendimiento empresarial agilizando los procesos de gestión y aumentando las ventas.

2.2.4.2 Etapas del proceso de venta

Figura 1

2
Etapas del proceso de venta.



Nota. Vásconez (2015).

✓ **Prospección.**

La etapa inicial consiste en identificar a las personas que poseen el potencial para ser clientes potenciales, que tengan la capacidad **2** de convertirse en consumidores.

✓ **El acercamiento previo o pre entrada.**

Durante esta etapa se adquieren datos exhaustivos sobre la clientela potencial, lo que permite formular estrategias de venta adaptadas **2** a cada cliente.

✓ **La presentación del mensaje de ventas.**

Según Kotler (2004), esta etapa consiste en presentar la narrativa del producto al cliente, siguiendo la fórmula AIDA que engloba captar la Atención, mantener el Interés, estimular el Deseo e incitar a la Acción (concretamente, a realizar una compra).

El objetivo de cualquier estrategia de marketing es captar la atención del público objetivo, mantener su interés, estimular el deseo por el producto o servicio y, en última instancia, animarle a pasar a la acción, como realizar una compra.

✓ **Servicios posventa.**

Stanton et al (2016) destacan su objetivo de perseguir la felicidad del cliente.

El concepto de satisfacción. la fidelidad del cliente se consigue aportando un valor añadido que supere sus expectativas.

2.2.4.3 Proceso de venta para el rubro ferretero

Según, Vílchez (2022) En el contexto de una ferretería, el proceso de venta presenta similitudes al atender tanto a consumidores individuales que buscan productos específicos como a proyectos a gran escala.

En el contexto de los proyectos a gran escala, es dentro de esta última categoría donde la información tiene una importancia significativa a lo largo de todo el procedimiento de venta.

La importancia de una comunicación eficaz es crucial a lo largo de todo el proceso de venta. Por lo tanto, al participar en proyectos, es imperativo que las empresas den prioridad a este aspecto.

Es importante que las organizaciones cuenten con un sistema sólido que les ayude a gestionar eficazmente la información de ventas. (Vilchez, 2022)

28

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Automatización

Según, Sánchez (2017) El sistema considerado supone la transferencia de responsabilidades de producción, tradicionalmente desempeñadas por operarios humanos, a un conjunto de componentes tecnológicos, en lugar de ser ejecutadas por estos individuos.

2.3.2 Competitividad

Según, Santiago (2018) La competencia de una organización o país se refiere a su capacidad para producir o vender productos/servicios que se ajusten a las normas de calidad del mercado, maximizando al mismo tiempo la utilización de los recursos en su producción.

2.3.3 Enterprise Resource Planning (ERP)

Asimismo, Pérez (2019) El software de planificación de recursos empresariales (ERP) es una herramienta muy utilizada por las empresas para supervisar y controlar eficazmente muchos aspectos operativos de su negocio. Como la contabilidad, compras, gestión de proyectos, gestión de riesgos, cumplimiento y operaciones de la cadena de suministro son algunas de las principales responsabilidades que abarcan.

2.3.4 Estrategias

Según, Guerrero (2021) Los planes estratégicos y las decisiones que rigen las acciones de una organización en la búsqueda de objetivos específicos, como obtener una ventaja competitiva, establecer una posición fuerte en el mercado, garantizar la rentabilidad y promover la viabilidad a largo plazo.

2.3.5 *Proceso*

Según, García (2022) Los procesos pueden definirse como una serie de acciones interconectadas ⁵³ que se llevan a cabo en un orden determinado para lograr un resultado predeterminado.

El proceso puede descomponerse en subprocesos, Demuestra ² el funcionamiento de una función o servicio.

2.3.6 *Venta*

Según, Gomez (2017) La venta se refiere al proceso de intercambiar una mercancía, trabajo, producto o servicio por una compensación monetaria, normalmente con la expectativa de obtener beneficios tangibles, con una expectativa concreta.

¹ **CAPÍTULO III**

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño de la investigación

Según, Leyva y Guerra (2020) Los diseños no experimentales suelen abstenerse de manipular variables y, en su lugar, se centran en la observación y el análisis de fenómenos tal y como ocurren de forma natural en entornos del mundo real. (Leyva & Guerra, 2020)

Basándose en las observaciones del autor, ⁴⁵ el presente trabajo de investigación posee un **diseño no experimental** ya que los hechos se darán tal y como ocurren sin manipularlos de ninguna manera.

¹⁵ **3.2 Método de la investigación**

Según, Hernandez y Baptista (2018) La metodología implica la recogida ⁴⁴ y el análisis de datos para responder a las preguntas de la investigación y validar los supuestos preexistentes. Depende de la medición cuantitativa, el recuento y el uso frecuente de técnicas estadísticas para identificar con precisión las tendencias de comportamiento dentro de una población.

Según la observación del autor, la presente investigación empleará una metodología de investigación **cuantitativa**, ya que utilizará métodos de recogida de datos que se basan en mediciones numéricas y análisis estadísticos.

⁸ 3.3 Nivel y tipo de la investigación

3.3.1 Nivel de la investigación

Según, Condori (2020) El nivel de investigación es de índole **explicativa** puesto que su objetivo es fundamentar un ²⁴ fenómeno y las condiciones específicas en las que se produce, o los factores subyacentes, mediante el análisis estadístico y la experimentación.

En este caso, se analizó los sistemas Concar y Odoos aplicados en el proceso ¹⁵ de ventas.

3.3.2 Tipo de la investigación

Según, Garcia (2017) El propósito es ofrecer una explicación causal de un ²⁴ fenómeno y de las condiciones específicas en las que se produce, o identificar los factores que influyen en él, utilizando análisis y pruebas estadísticas.

Teniendo esto en cuenta, el presente estudio fue de tipo **básico** porque su único objetivo era adquirir conocimientos y lograr una comprensión más profunda de los sistemas Concar y Odoos aplicados en proceso de ventas.

¹¹ 3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

Según Bernal (2018), un grupo se refiere a una colección de individuos que poseen un cierto conjunto de rasgos sobre los que se desea inferir.

Los sujetos poseen un conjunto de rasgos identificables que se pueden deducir; en otras palabras, la población incluye todas las entidades que se van a examinar.

El término "totalidad de unidades a analizar" se refiere al conjunto de entidades o elementos que son objeto de examen o investigación.

De acuerdo con los hallazgos de (Hernández, Fernández y Baptista, 2018), una población se refiere a la totalidad de casos que cumplen con un determinado conjunto de criterios”.

A la luz de la información facilitada por los autores, mi población es de tipo finito y, a efectos de esta actividad de investigación, se identifica como el número total de 155 individuos entre consultas y atenciones en la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.

Tabla 3

Proyección de población actual.

Días	Clientes
Lunes	23
Martes	26
Miércoles	21
Jueves	26
Viernes	30
Sábado	29
Total	155

Nota. Información de la empresa.

3.4.2 Muestra

Según Hernández (2018) Establece que ¹ la muestra es un subconjunto de la población de interés de la que se recogerán datos. Hace hincapié en la necesidad de una definición

clara y específica de la muestra, así como en su representatividad en relación con la población.

Según los autores, la muestra se seleccionará mediante un método probabilístico denominado muestreo aleatorio simple. La selección de la muestra se basará en la media de la población.

La fórmula para determinar el tamaño de mi muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pqN}{e^2(N-1) + Z_{\alpha/2}^2 pq}$$

DONDE:

N= Tamaño de la población (155).

$Z_{\alpha/2}$ = Nivel de confianza (95%). El cual equivale a 1.96

p= Probabilidad de éxito (95%).

q= Probabilidad de fracaso (1-p, 5%).

e= Precisión o error máximo permisible (3%).

Reemplazando Valores se Tiene.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.95 * 0.05 * 155}{0.03^2(155 - 1) + 1.96^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n = 87.84 = 88$$

La muestra estará compuesta por 88 individuos.

18

3.5 Aspectos de la unidad base de la investigación

3.5.1 Aspectos generales de la empresa

La empresa base de investigación, se tomó a la ferretera grupo Yamirac S.C.R.L. ya que cuenta con más de 10 años de experiencia y que poseen los siguientes atributos:

a) Datos generales de la empresa

- ✓ **Ruc:** 20448357202
- ✓ **Razón Social:** Grupo Yamirac S.C.R.L.
- ✓ **Nombre Comercial:** Grupo Yamirac
- ✓ **Tipo Empresa:** Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada
- ✓ **Condición:** Activo
- ✓ **Fecha Inicio Actividades:** 18 / Agosto / 2011
- ✓ **Actividades comerciales:**
 - Venta al por mayor de materiales de construcción.
 - Venta al por menor de artículos de ferretería.
- ✓ **Ciu:** 51430
- ✓ **Dirección Legal:** Av. Horacio Zevallos Mza. H3 Lote. 11
- ✓ **Urbanización:** Ciudad nueva (a tres cuadras de la avenida)
- ✓ **Distrito / Ciudad:** Juliaca
- ✓ **Provincia:** San Román
- ✓ **Departamento:** Puno, Perú

b) Aspectos de Visión y Misión de la empresa

a) Misión:

Nuestra empresa tiene como misión ofrecer una amplia gama de materiales de construcción y ferretería, dando prioridad a precios competitivos, alta calidad y excelente servicio al cliente de acuerdo con las demandas del mercado. Nos dedicamos a formar continuamente a nuestros empleados para garantizar que posean una cualificación excepcional, productividad y compromiso para mantener la preferencia y satisfacción de los clientes.

b) Visión:

Para consolidarnos como líderes en el sector de la ferretería y la construcción, queremos dar un servicio rápido, eficaz y de alta calidad, basado en la innovación permanente. Nuestro personal, dotado de una formación completa, se dedica a ofrecer el máximo nivel de servicio, esforzándose por sobresalir y superar a los competidores dentro del mercado.

c) Valores:

- ✓ Honestidad
- ✓ Innovación
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Compromiso
- ✓ Disciplina
- ✓ Integridad
- ✓ Eficiencia
- ✓ Trabajo en equipo

¹⁵ 3.6 Técnicas e instrumentos de investigación para la recolección de datos

3.6.1 Técnicas de recolección de datos

De acuerdo con Arias (2006), las técnicas de investigación hacen referencia a los numerosos métodos, formatos o procesos empleados por los investigadores para recopilar o adquirir datos o información.

²⁵ Para (Trespalcios, Vázquez y Bello, 2015) Las encuestas son un tipo de metodología de investigación descriptiva que requiere la predeterminación de las preguntas que se van a plantear, la selección de individuos de ²⁵ una muestra representativa de la población, la especificación de las posibles respuestas y la determinación de la metodología empleada para recabar la información deseada.

Considerando los recursos disponibles y las comodidades ofrecidas por la empresa para facilitar la ejecución de la tarea actual, se utilizará la encuesta y la observación.

¹ 3.6.2 Instrumentos de recolección de datos de investigación.

(Arias, 2017, pág. 74) En el ámbito de la investigación, los instrumentos suelen entenderse como los instrumentos tangibles o intangibles empleados por un investigador para recopilar datos.

En el presente estudio se utilizarán los siguientes instrumentos:

- ❖ **Cuestionario:** Para que el dispositivo de recogida de datos pueda utilizarse, debe someterse a un proceso de evaluación exhaustivo que garantice su conformidad con determinados requisitos.

❖ **Cámara fotográfica:** Para garantizar la conservación de la información y los acontecimientos pertinentes a lo largo del proceso de recopilación de datos, es imprescindible mantener una documentación exhaustiva.

❖ **Softwares de validación:** En el presente estudio se han utilizado las siguientes herramientas:

- Estadística SPSS.
- Alfa de Cronbach.

3.7 Validación y confiabilidad del instrumento

3.7.1 Validación de los instrumentos

Según (Rusque M., 2015) ¹⁹ “La validez se refiere a la medida en que una técnica de investigación tiene el potencial de abordar eficazmente las cuestiones definidas. La validez se refiere a la capacidad de lograr resultados comparables de forma coherente en muchos contextos. El concepto de validez se refiere a las herramientas de medición y observación utilizadas en un estudio, más que a los datos en sí. En concreto, se refiere a la medida en que las respuestas obtenidas no se ven afectadas por factores ajenos a la investigación ni por sucesos fortuitos”.

² La validación de los instrumentos se llevó a cabo mediante la evaluación de tres evaluadores que poseían formación especializada, tal como se documenta en el proyecto de estudio. (Hernandez & Baptista, 2018)

Tabla 4

Validación del instrumento.

N.º	Especialidad	Promedio	Opinión
1	Especialista	4.8	Aplica

2	Especialista	4.5	Aplica
3	Especialista	4.9	Aplica

Nota. Resultados de especialistas.

3.7.2 Confiabilidad de instrumentos

El concepto de confiabilidad, definido por (Hernandez & Baptista, 2018), se refiere al grado de consistencia y mensurabilidad en los resultados producidos por un instrumento (p. 198). Se realizó una prueba estadística para verificar la precisión y fiabilidad de los datos recogidos.

Cuando el valor del alfa de Cronbach se sitúa entre 0,70 y 0,90, indica un alto nivel de consistencia de la escala. Por el contrario, si el valor es inferior a 0,70, sugiere un bajo nivel de consistencia de la escala. El alfa de Cronbach es una métrica estadística utilizada para evaluar la consistencia interna de una escala, que también se denomina correlación de elementos. (Gonzales y Pasmíño 2015).

1
Tabla 5

Estadística de fiabilidad.

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,867	13

Nota. Resultados de confiabilidad.

3.8 Consideraciones del elemento empleado

En relación con este aspecto, se describe la secuencia subsiguiente, a través de los cuales se ha llevado a cabo esta investigación para cumplir los objetivos planteados.

3.8.1 Aspectos éticos

³⁵ El presente trabajo de investigación titulado: “Evaluación de los sistemas conca y odoos aplicados en el proceso de ventas de una empresa del rubro ferretero en la ciudad de Juliaca” tiene las siguientes consideraciones.

Los criterios éticos incorporados en el procedimiento de recolección, fueron los siguientes:

- ✓ **La confidencialidad:** Los datos recopilados durante la realización del estudio se utilizaron exclusivamente para los objetivos académicos.
- ✓ **Objetivo:** Los resultados de este estudio se examinan utilizando normas objetivas y rigurosas.
- ✓ **Libre participación:** El éxito de la aplicación del método de recogida dependía de la ayuda imparcial de los clientes.
- ✓ **Anonimidad:** La utilización de herramientas garantizó la preservación del anonimato de quienes decidieron participar como informantes.
- ✓ **Veracidad de la información:** Las conclusiones derivadas del estudio representaban fielmente los datos adquiridos, lo que indica que el investigador se abstuvo deliberadamente de manipular o modificar cualquier tipo de respuesta.
- ✓ **Originalidad:** Según las normativas de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, es necesario citar las fuentes bibliográficas para evitar casos de plagio.

¹ 3.8.2 Desarrollo del plan de investigación

Para alcanzar los objetivos previstos, el estudio se dividió en numerosas fases, que se aplicaron para garantizar un desarrollo óptimo. ¹ En las secciones siguientes se describen estas fases:

FASE I. Desarrollo de la evaluación de los sistemas concar y odoo aplicados en el proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.

Durante la etapa inicial, se ha elaborado el desglose que se muestra a continuación.

Este desglose se presentará en las etapas posteriores:

Fase I.1 Revisión bibliográfica: El paso inicial consistió en la recopilación de información bibliográfica, que nos permitió construir un marco global de los aspectos singulares del estudio.

Fase I.2 Coordinaciones con el representante de la empresa: En este punto, nos reunimos varias veces con el gerente de la empresa. El objetivo principal de estas reuniones era informar al gerente del propósito de nuestra visita, que es evaluar la situación actual del proceso de ventas en la empresa mencionada. Además, pretendíamos comunicarle los beneficios potenciales que podrían derivarse de diversos aspectos y que, en última instancia, supondrían una mejora para la empresa.

Fase I.3 Elaboración de la ficha de cuestionario: En esta fase se creó un formulario de cuestionario compuesto por preguntas que abarcaban 6 criterios de evaluación relacionados con el estado actual del proceso de venta. Las preguntas se valoraron en una escala de 1 a 5.

CUESTIONARIO

El objetivo de este cuestionario es recabar datos sobre la situación actual del proceso de venta a clientes dentro de la empresa de ferretería Grupo Yamirac.

Tabla 6

Cuestionario aplicado en relación al proceso de ventas.

Nº	Proceso de ventas	Si	A veces	Nunca
		1	2	3
1	¿La empresa ferretera le brindo un servicio en el momento y tiempo adecuado desde su primera visita?			
2	¿La empresa ferretera registro su pedido libre de errores en el proceso de compra?			
3	¿La empresa ferretera le brinda confianza en todas las transacciones que realiza?			
4	¿Los productos de la empresa ferretera cumple con sus expectativas?			
5	¿El proceso de compra en la empresa ferretera es fácil de entender y completar?			
6	¿Recibe respuestas a todas sus preguntas y preocupaciones durante el proceso de venta?			
7	¿Considera que los aspectos negativos en el proceso de venta son mayores a los positivos?			

Nota. Adaptado a la empresa.

Fase I.4 Análisis de los sistemas concar y odoo aplicados en el proceso de ventas:

En esta fase que describirá todas las bases con respecto a los sistemas como es su importancia y sus beneficios.

FASE II. Etapa de implementación del sistema concar en la empresa ferretera grupo Yamirac de la ciudad de Juliaca.

Su éxito se basa en saber definir muy bien cuál es el objetivo del sistema, aterrizar de forma realista las expectativas y usar la mejor tecnología en su implementación para facilitar el trabajo a la empresa.

3.8.3 *Procesamiento y análisis de datos*

Según Peña (2017, pág. 134), El análisis de datos consiste en realizar los procedimientos necesarios que emplean los investigadores para manipular y examinar los datos, con el propósito de cumplir los objetivos del estudio.

Según el autor, el método de análisis de información y datos puede desglosarse en las siguientes categorías principales.

Los datos recopilados se evaluarán mediante ¹ el programa SPSS versión 25. Los datos estadísticos se analizarán utilizando tablas y gráficos de Excel, lo que facilitará la presentación de los resultados ¹ y las conclusiones del estudio.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Resultados obtenidos

Tras formular la metodología de nuestra investigación, condensamos y organizamos los datos para alinearlos con los objetivos planteados, que se exponen a continuación.

1. Primeramente, se mostrará los resultados del nivel actual del proceso de ventas de la empresa.
2. Seguidamente se analizará los sistemas concar y odoo en el proceso de ventas, con una comparación final.
3. Al final se implementará el mejor sistema entre concar y odoo aplicado en el proceso de ventas para la empresa y su impacto.

4.1.1 Resultados del nivel actual del proceso de ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L. de la ciudad de Juliaca

A. Nivel actual del proceso de ventas de la empresa: Se pudo observar que, en la empresa ya mencionada, su proceso de ventas no es eficiente, ya que no se respondía, ni tampoco se brindaba una información rápida.

B. Percepción del cliente el nivel actual del proceso de ventas de la empresa: Para conocer la percepción de este elemento concreto, se diseñó un cuestionario que se administró a un total de 88 clientes, conformado por 7 ítems los cuales se mostrarán secuencialmente del cuestionario.

a) **Nivel actual del proceso de ventas de la empresa ferretera grupo yamirac s.c.r.l.**

Tabla 7

Roles del nivel actual del proceso de ventas.

Encargados	Rol Identificado	Descripción del Rol	Interés en el proceso Actual
Gerente – Administrador	Cargo directo	Tiene la responsabilidad de organizar y supervisar a los empleados para facilitar el buen funcionamiento de un proceso y las actividades diarias.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Garantizar la correcta ejecución del procedimiento. ▪ Proporcionar al cliente una atención excepcional. ▪ Gestión eficaz de los inconvenientes.
Supervisor de área.	Cargo directo	El objetivo es coordinar y supervisar eficazmente la asignación y el uso de los recursos humanos, financieros, logísticos y patrimoniales dentro de la organización, en estricto cumplimiento de las políticas y normativas establecidas.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La tarea en cuestión implica la gestión eficaz del inventario y su suministro, con especial atención al almacenamiento y la variedad de artículos. ✓ Además, cabe destacar que el personal presta sistemáticamente un servicio excepcional al cliente. ✓ Los trabajadores de la empresa muestran un alto nivel de profesionalidad en su aspecto.
Asistente de venta	Cargo directo	Supervisar y gestionar el proceso de ventas, lo que incluye planificar, organizar,	<ul style="list-style-type: none"> ○ A los clientes se les da una cálida bienvenida y se les ofrece la oportunidad de

		dirigir, controlar y coordinar, así como ocuparse de la atención al cliente.	seleccionar sus productos preferidos. ○ Prestación de un servicio de atención al cliente eficaz ○ Realizar un análisis exhaustivo de las evoluciones del mercado y de la dinámica de la competencia.
11 Ayudante del Asistente en venta y encargado de Servicio requerido	Cargo directo	Apoyar las tareas realizadas por el asistente de ventas y mejorar la atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Entregue los productos solicitados lo antes posible. • Atender eficazmente a los consumidores y ofrecer un servicio personalizado.
Cliente		Persona que ofrece una compensación a cambio de la adquisición de determinadas mercancías y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener asistencia de alta calidad en un plazo razonable.

Nota. Información de la empresa.

Tabla 8

Actividades del proceso de venta.

Actividad identificada	Tipo de desarrollo	Descripción	Rol
Alistar el producto Solicitado	Manual	11 alista el producto según especificaciones de los clientes.	Ayudante del Asistente de venta.
Entregar producto Solicitado	Manual	Se hace entrega del producto según especificaciones de los clientes.	Ayudante del Asistente en ventas.
Solicitar cuenta	Verbal	11 Se solicita la cuenta al asistente de venta.	Cliente

Pedir cuenta	Verbal	Se pide al cajero que facilite la cuenta solicitada anteriormente.	Asistente de venta.
Calcular total cuenta	Manual	Se ejecuta el cálculo de la cantidad agregada de la mercancía deseada dentro de una cuenta.	Administrador
Entregar	Manual	Se envía la factura del artículo adquirido.	Administrador

Nota. Información de la empresa.

Tabla 9

Nivel actual del proceso de ventas.

Identificados	Descripción	Parámetros Considerados	Interés en el proceso Actual
Lista de espera	Muestra la lista de clientes por orden cronológico de llegada.	<ul style="list-style-type: none"> • Hora de llegada. • Nombres y apellidos • Número de personas 	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente de venta. • Cliente
Características.	Representa la información sobre el producto que se entregará al comprador.	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre del producto • Cantidad requerida 	<ul style="list-style-type: none"> • 11 Asistente de ventas • Asistente de ventas y supervisor de área • Cliente
Pre - venta	Engloba el gasto total de la cuenta, que comprende el costo de cada producto individual.	<ul style="list-style-type: none"> • Fecha. • Lista de productos. • Precio por unidad. • Total de la cuenta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente de venta. • Administrador. • Cliente.
Boleta	El recibo de la transacción sirve como representación gráfica de los detalles	<ul style="list-style-type: none"> • Fecha. • Numero correlativo de la boleta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente de ventas

	pormenorizados del consumo.	¹ <ul style="list-style-type: none"> • Detalle del pedido con precio. • Total de la cuenta. • Detalle del pago. 	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador • Cliente
Factura	Este documento sirve de recibo de la transacción y proporciona una lista detallada de las cosas que se han consumido en totalidad. La factura y el recibo de venta difieren en que la factura permite al minorista solicitar la devolución del IVA. El recibo no lo hace.	¹ <ul style="list-style-type: none"> • Fecha. • Numero correlativo de la factura. • RUC • Razón social • Detalle del pedido con precio. • Detalle del pago. • Total de la cuenta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asistente de Ventas • Administrador • Cliente

Nota. Información de la empresa.

b) Evaluación, percepción del cliente del nivel ⁹ actual del proceso de ventas de la empresa.

- **Según la pregunta 1:** ¿La empresa ferretera le brindó un servicio en el momento y tiempo adecuado desde su primera visita?

Tabla 10

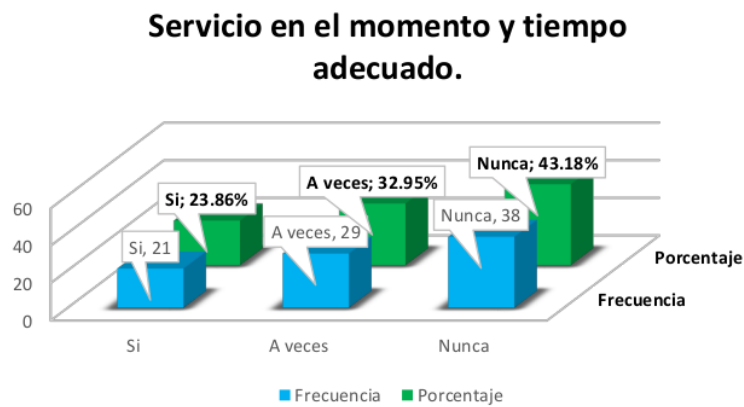
Servicio en el momento y tiempo adecuado.

<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>Si</i>	21	23.86 %
<i>A veces</i>	29	32.95 %
<i>Nunca</i>	38	43.18 %
Total	88	100 %

El momento y tiempo adecuado ⁵ del servicio bajo la percepción de los clientes de la empresa, es que nunca lo sintieron de esa forma ya que son representados por el 43.18%

Figura 2

Servicio en el momento y tiempo adecuado.



El momento y tiempo adecuado ⁵ del servicio bajo la percepción de los clientes de la empresa, es que nunca lo sintieron de esa forma ya que son representados por el 43.18%

- **Según la pregunta 2:** ¿La empresa ferretera registro su pedido libre de errores en el proceso de compra?

Tabla 11

Registro de pedidos libre de errores.

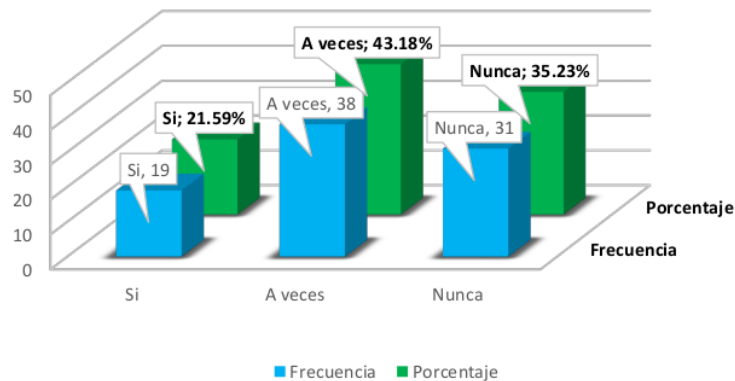
<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>Si</i>	19	21.59 %
<i>A veces</i>	38	43.18 %
<i>Nunca</i>	31	35.23 %
Total	88	100 %

Los pedidos registrados son libres de errores bajo ¹ la percepción de los clientes el resultado, es que a veces representado por el 43.18%.

Figura 3

Registro de pedidos libre de errores.

Pedidos registrados sin errores.



Los pedidos registrados son libres de errores bajo ¹ la percepción de los clientes el resultado, es que a veces representado por el 43.18%.

- **Según la pregunta 3:** ¿La empresa ferretera le brinda confianza en todas las transacciones que realiza?

Tabla 12

Confía en las transacciones que realiza con la empresa.

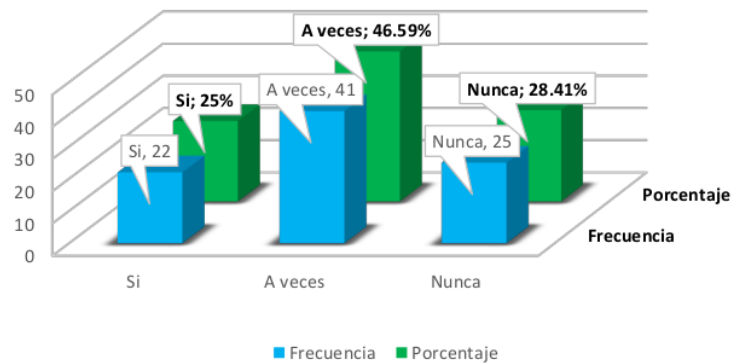
<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>Si</i>	22	25 %
<i>A veces</i>	41	46.59 %
<i>Nunca</i>	25	28.41 %
Total	88	100 %

La confianza con las transacciones que se realiza en ¹ la empresa tras la percepción de los clientes el resultado, es que a veces, representados por el 46.59%.

Figura 4

Confía en las transacciones que realiza con la empresa.

Confianza en las transacciones.



La confianza con las transacciones que se realiza en ¹ la empresa tras la percepción de los clientes el resultado, es que a veces, representados por el 46.59%.

- **Según la pregunta 4:** ¿Los productos de la empresa ferretera cumple con sus expectativas?

Tabla 13

Los productos cumplen con sus expectativas.

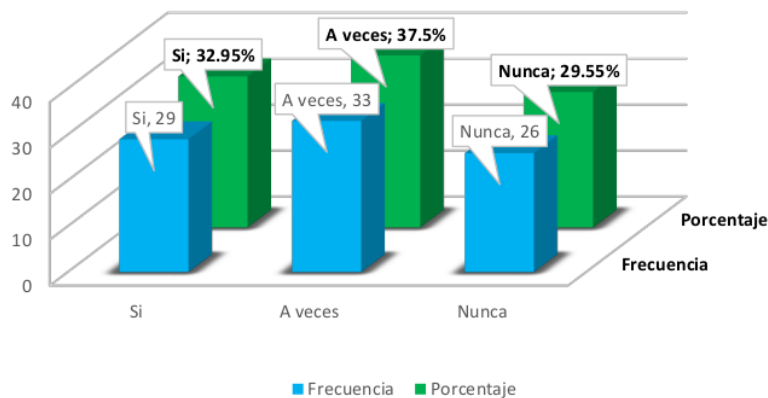
<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>Si</i>	29	32.95 %
<i>A veces</i>	33	37.50 %
<i>Nunca</i>	26	29.55 %
Total	88	100 %

Los productos cumplen con sus expectativas, según la percepción de los clientes el resultado es que a veces representado por el 37.50%.

Figura 5

Los productos cumplen con sus expectativas.

Los productos cumplen con su expectativa.



Los productos cumplen con sus expectativas, según la percepción de los clientes el resultado es que a veces representado por el 37.50%.

- Según la pregunta 5: ¹² ¿El proceso de compra en la empresa ferretera es fácil de entender y completar?

Tabla 14

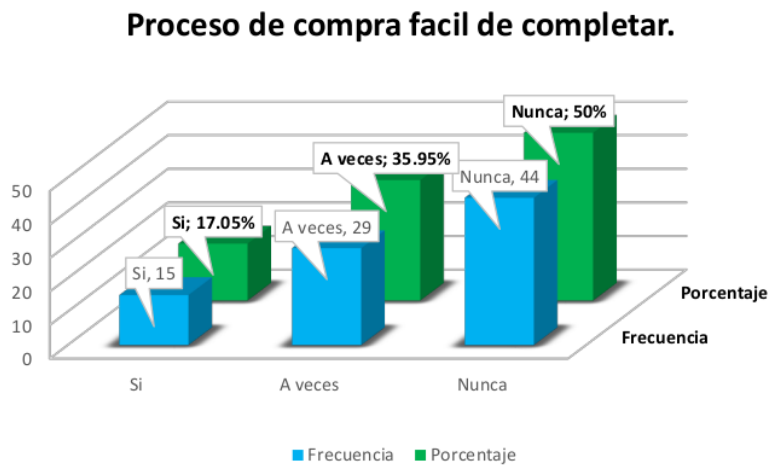
El proceso de compra es fácil de completar.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
Si	15	17.05 %
A veces	29	32.95 %
Nunca	44	50.00 %
Total	88	100 %

El proceso de compra es fácil de completar ¹ según la percepción de los clientes es que nunca lo es representados por el 50%.

Figura 6

El proceso de compra es fácil de completar.



El proceso de compra es fácil de completar ¹ según la percepción de los clientes es que nunca lo es representados por el 50%.

- **Según la pregunta 6:** ¿Recibe respuestas a todas sus preguntas y preocupaciones durante el proceso de venta?

Tabla 15

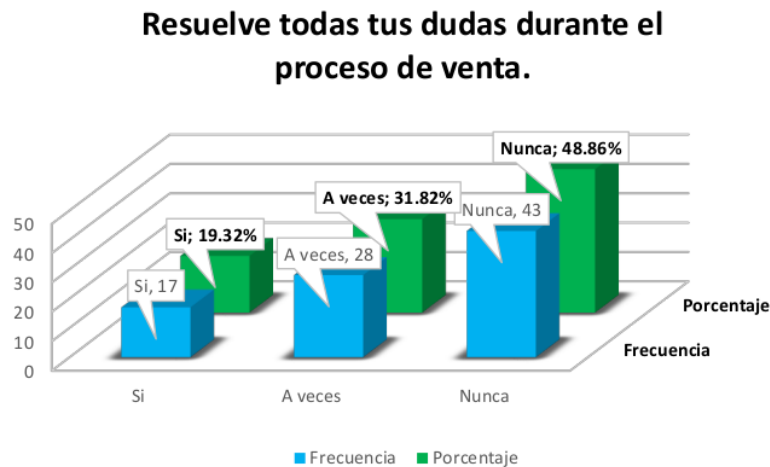
La empresa resuelve todas las dudas durante el proceso de venta.

<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>Si</i>	17	19.32 %
<i>A veces</i>	28	31.82 %
<i>Nunca</i>	43	48.86 %
Total	88	100 %

Resuelve todas tus dudas durante el proceso de venta, según la percepción de los clientes el resultado, es que nunca lo hacen ya que están representados por el 48.86%.

Figura 7

La empresa resuelve todas sus dudas durante el proceso de venta.



Resuelve todas tus dudas durante el proceso de venta, según la percepción de los clientes el resultado, es que nunca lo hacen ya que están representados por el 48.86%.

- **Según la pregunta 7:** ¿Considera que los aspectos negativos en el proceso de venta son mayores a los positivos?

Tabla 16

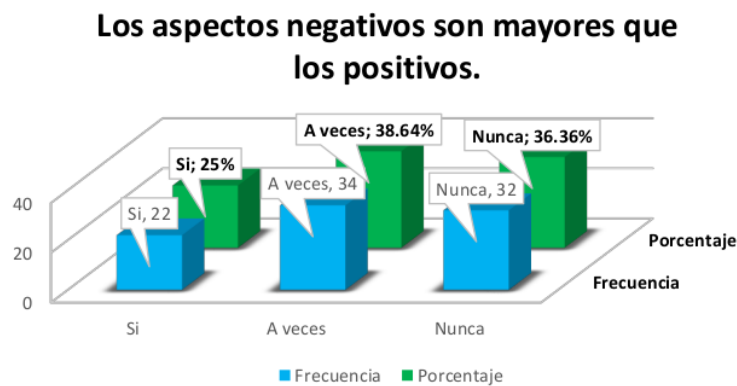
Los aspectos negativos en el proceso de venta son mayores que los positivos.

<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>Si</i>	22	25.00 %
<i>A veces</i>	34	38.64 %
<i>Nunca</i>	32	36.36 %
<i>Total</i>	88	100 %

Los aspectos negativos en el proceso de venta son mayores que los positivos, según la percepción de los clientes el resultado es que A veces ya que está representado por el 38.64%.

Figura 8

Los aspectos negativos en el proceso de venta son mayores que los positivos.



Los aspectos negativos en el proceso de venta son mayores que los positivos, ¹ según la percepción de los clientes el resultado es que A veces ya que está representado por el 38.64%.

1
4.1.1.1 Resultado general sobre el nivel actual del proceso de venta de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.

Tabla 17

Resultado general del nivel actual del proceso de venta.

N°	Proceso de ventas	Si	A veces	Nunca
		1	2	3
1	¿La empresa ferretera le brinda un servicio en el momento y tiempo adecuado desde su primera visita?	23.86%	32.95%	43.18%
2	¿La empresa ferretera registro su pedido libre de errores en el proceso de compra?	21.59%	43.18%	35.23%
3	¿La empresa ferretera le brinda confianza en todas las transacciones que realiza?	25.00%	46.59%	28.41%
4	¿Los productos de la empresa ferretera cumple con sus expectativas?	32.95%	37.50%	29.55%
5	¿El proceso de compra en la empresa ferretera es fácil de entender y completar?	17.05%	32.95%	50.00%
6	¿Recibe respuestas a todas sus preguntas y preocupaciones durante el proceso de venta?	19.32%	31.82%	48.86%
7	¿Considera que los aspectos negativos en el proceso de venta son mayores a los positivos?	25.00%	38.64%	36.36%
	PROMEDIO	23.54%	37.66%	38.80%

Nota. Resultados generales de la encuesta.

1 4.1.1.2 Resultado general del nivel actual del proceso de ventas de la empresa.

Los resultados de la encuesta sobre la percepción de los clientes del proceso de venta de la empresa se clasificaron en tres niveles: alto, medio y bajo.

Tabla 18

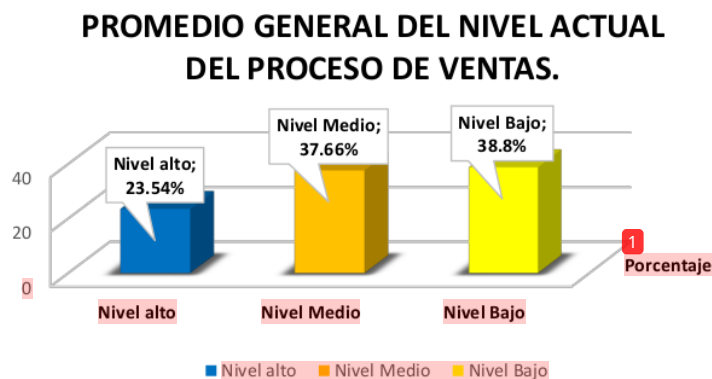
Resultado del nivel actual del proceso de venta de la empresa.

Nivel Alto	Nivel Medio	Nivel Bajo
23.54%	37.66%	38.80%

El resultado del nivel actual de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L. resulto en su nivel alto representado por el 23.54%, el nivel medio 37.66% y en su nivel bajo 38.8%, estos resultados nos indican **14** que el nivel actual del proceso de ventas de la empresa es de media baja.

Figura 9

9 Resultado del nivel actual del proceso de venta de la empresa.



El resultado del nivel actual de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L. resulto en su nivel alto representado por el 23.54%, el nivel medio 37.66% y en su nivel bajo 38.8%, estos resultados nos indican **14** que el nivel actual del proceso de ventas de la empresa es de media baja.

4.1.2 Resultado del análisis de los sistemas ² *concar y odoo* aplicados en el proceso de *ventas de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L*

1. Sistema concar:

CONCAR es un software de contabilidad y gestión empresarial desarrollado por la empresa peruana Real Systems, para llevar a cabo tareas contables, financieras y administrativas en empresas de diferentes tamaños y sectores.

Este software permite la creación y administración de información financiera de manera fácil e intuitiva, y se integra fácilmente con los requerimientos de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria o SUNAT, permitiendo los libros oficiales de forma física y electrónica

Algunas de las funcionalidades que ofrece CONCAR son:

✓ **Contabilidad:**

Concar suele ofrecer herramientas para llevar un registro preciso de las transacciones contables, como el registro de facturas, asientos contables, estados financieros, balances, entre otros.

✓ **Gestión Tributaria:**

Ayuda a cumplir con las obligaciones fiscales peruanas, generando informes y declaraciones necesarias para el pago de impuestos.

✓ **Gestión de Inventarios:**

Permite llevar un control detallado del inventario de productos, lo que es especialmente útil para empresas minoristas como tiendas de ferretería.

✓ **Gestión de Ventas:**

Ayuda en la generación de facturas, control de cuentas por cobrar, seguimiento de ventas y otros aspectos relacionados con el proceso de ventas.

✓ **Gestión de Compras:**

Facilita la gestión de proveedores, control de cuentas por pagar y la generación de órdenes de compra.

✓ **Nómina y Recursos Humanos:**

Algunas versiones de Concar pueden incluir módulos para administrar la nómina de los empleados y otros aspectos de recursos humanos.

✓ ⁴³ **Generación de Informes:**

Proporciona la capacidad de generar informes financieros y contables para tomar decisiones informadas.

✓ **Personalización:**

Puede permitir la personalización ³² para adaptarse a las necesidades específicas de la empresa.

✓ **Cumplimiento Legal:**

Se actualiza para cumplir con las regulaciones y requisitos legales en Perú.

Figura 10

Sistema Concar 2023.



Nota. Real Systems.

2. Sistema odoo:

Odoo es un sistema de gestión empresarial de libre acceso que ofrece una amplia gama de aplicaciones para gestionar eficazmente diversos elementos de una empresa.

Estas aplicaciones abarcan desde la gestión de ventas y CRM hasta la contabilidad, la gestión de inventarios, la producción, los recursos humanos y más.

Al ser de código abierto, Odoo permite la personalización de cada una de sus funciones ⁵⁴ para adaptarse a las necesidades de la empresa, y cuenta con más de 10,000 aplicaciones que se integran perfectamente entre sí

Además, Odoo está disponible tanto para entornos de uso local como para entornos SaaS (Software as a Service)

Odoo fue creado en Bélgica en 2005 por Fabien Pinckaers y es desarrollado por Odoo S.A. y la comunidad de desarrolladores.

Odoo es uno de los ERPs más utilizados por pequeñas y medianas empresas, y es conocido por su flexibilidad y personalización.

Aquí hay una descripción general de algunas de las características y módulos clave que ofrece Odoo:

✓ **Gestión de Ventas y CRM:**

Odoo permite gestionar las oportunidades de ventas, automatizar la gestión de contactos y clientes, hacer un seguimiento de las comunicaciones con los clientes y generar cotizaciones y facturas.

✓ **Gestión de Inventarios:**

Facilita el control de existencias y la gestión de productos, la asignación de productos a ubicaciones específicas, y el seguimiento de movimientos de inventario.

✓ **Compras:**

Permite gestionar proveedores, generar órdenes de compra, realizar seguimiento de entregas y gestionar cuentas por pagar.

✓ **Contabilidad:**

Incluye características contables completas, como el registro de transacciones, la generación de informes financieros, la conciliación bancaria y el cumplimiento fiscal.

✓ **Recursos Humanos:**

Ofrece herramientas para administrar empleados, nóminas, asistencia y procesos de reclutamiento.

✓ **Producción:**

Facilita ¹⁶ la planificación de la producción, la gestión de órdenes de trabajo y la optimización de procesos de fabricación.

✓ **Página Web y Comercio Electrónico:**

Odoo permite crear y gestionar sitios web y tiendas en línea, con opciones para integrarlas con otros módulos, como inventario y ventas.

✓ **Proyectos y Tareas:**

Facilita la planificación, el seguimiento y la gestión de proyectos y tareas, incluyendo la asignación de recursos y el seguimiento del tiempo.

✓ **Mantenimiento:**

Ayuda a gestionar el mantenimiento preventivo y correctivo de activos y equipos.

✓ **Marketing:**

Incluye herramientas para campañas de marketing, automatización de marketing y gestión de eventos.

✓ **Ayuda y Soporte Técnico:**

Ofrece funcionalidades para la gestión de tickets y solicitudes de soporte al cliente.

✓ **Informe y Análisis:**

Proporciona herramientas para crear informes personalizados y realizar ¹² análisis de datos para la toma de decisiones.

✓ Personalización y Aplicaciones Adicionales:

Odoo es altamente personalizable y permite la integración de aplicaciones adicionales desarrolladas por la comunidad o por terceros.

Figura 11

Sistema Odoo.



Nota. Simplifica.

4.1.2.1 Comparación de sistemas concar y odoo.

Tabla 19

Comparación del sistema concar y odoo.

	CONCAR	ODOO
Funcionalidad.	El sistema posee una naturaleza versátil que permite su uso en muchos contextos organizativos. Los usuarios disponen de flexibilidad para personalizar el sistema según	El sistema proporciona una gama diversa de funciones, que se ofrecen a través de varios módulos que pueden integrarse en empresas de todo tipo. Esta

	<p>sus propias necesidades, ya que todas las operaciones se ven facilitadas por un plan integral y componentes complementarios.</p>	<p>es la razón por la que se avala su continua expansión.</p>
<p>Instalación.</p>	<p>El proceso de instalación del sistema es sencillo, facilitado por el distribuidor del software, que ofrece orientación y complementos junto con el manual del usuario. Este enfoque global permite al personal responsable del sistema asimilar rápida y eficazmente sus funcionalidades.</p>	<p>Existen muchas categorías en función del nivel de libertad que busque el usuario. Existe una dicotomía según la cual el programa puede instalarse en un servidor local perteneciente a la empresa o en un servidor propiedad del implantador. En el primer caso, se considera un servicio por el que hay que pagar una cuota.</p>
<p>Personalización.</p>	<p>El programa ofrece a los usuarios un grado considerable de personalización y configuración, y su eficacia depende de su capacidad para discernir y abordar los requisitos específicos de la organización mediante un estudio exhaustivo.</p>	<p>El grado de personalización está estrechamente correlacionado con la presencia de módulos, y es a través de su utilización eficaz como se puede determinar la solución deseada. El criterio aportado por el usuario también tiene una importancia significativa.</p>
<p>Tarifas y Precio de adquisición.</p>	<p>El paquete de software ofrece muchas opciones de precios para los clientes, a saber, VER MONO y VER REDES. Estas opciones se clasifican a su vez en función de determinadas características, como el número de ordenadores y la duración de la formación. La compra incluye varios componentes, como formación y certificación, así como el</p>	<p>Hay disponibles varios paquetes en línea que ofrecen asistencia de expertos en la instalación y orientación para seleccionar el paquete más adecuado de entre cuatro opciones. Cada paquete incluye gestión de proyectos, asistencia telefónica y por correo electrónico, formación y entrenamiento,</p>

	<p>suministro de versiones actualizadas sin gastos adicionales durante un año.</p> <p>Su precio de adquisición 360 soles</p>	<p>configuración, asistencia para la importación de datos, servicios de consultoría y personalizaciones como formularios, informes y flujos de trabajo.</p> <p>Su precio de adquisición 460 dólares.</p>
Módulos.	<p>El sistema tiene varios componentes que pueden clasificarse en seis clases distintas. MODRET, SISFINMODCOM, SISALM, SISVEN y PLACAR son sistemas informáticos distintos, cada uno de los cuales posee atributos y características únicos que pueden resultar ventajosos para diversas empresas en función de sus requisitos específicos.</p>	<p>El sistema presenta un alto grado de modularidad, ya que abarca una amplia gama de más de 1.000 módulos distintos. Los usuarios tienen la flexibilidad de empezar con los módulos más esenciales en un momento dado e ir incluyendo otros módulos según sea necesario. La preinstalación abarca una colección de componentes fundamentales, todos ellos interconectados.</p>

Nota. Real Systems & Simplifica.

Tabla 20

Decisión del sistema.

<i>Sistemas</i>	Funcionalidad	Instalación	Adaptabilidad	Personalización	Precio accesible
<i>ODOO</i>	✓	X	X	✓	X
<i>CONCAR</i>	✓	✓	✓	✓	✓

Según la tabla N° 20 y después del análisis de los sistemas concar y odoo se considera por conveniente implementar el sistema concar por sus diferentes características más acertantes con la empresa.

4.1.3 Resultados de la implementación y evaluación de la incidencia del sistema más eficiente aplicado en el proceso de ventas para la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.

i. Implementación del sistema concar.

La implementación del sistema Concar aplicado en el proceso de ventas para la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L. será considerando los siguientes pasos:

Para registrar comprobantes de venta en el sistema CONCAR el procedimiento a seguir es el siguiente:

El sistema ofrece una funcionalidad que permite el registro simplificado y automático de los comprobantes de venta. Adicionalmente, el sistema crea inmediatamente el cargo en cuenta por la provisión, así como los abonos por el IGV y el valor de la venta.

Figura 12

Cabecera del comprobante.

Nota. Real Systems.

Estos son algunos apartados que contiene la cabecera de comprobante.

➤ **Código de venta:**

Se ha seleccionado la cuenta designada para el registro de las cuentas deudoras. Previamente se ha configurado en el Registro de Ventas de Parámetros de Mantenimiento. La importancia de este dato reside en su capacidad no sólo para establecer la cuenta deudora, sino también para indicar ¹⁰ la moneda de registro, que debe corresponderse con la moneda original en la que se genera el documento.

➤ **Comprobante:**

Si elige la opción de numeración automática, el número correspondiente se asignará automáticamente.

➤ **Código del cliente:**

Pulse la combinación de teclas Shift y F1 y elija el cliente del Mantenimiento de Anexos si está registrado tecleando "C". Si no lo está, se puede dar de alta pulsando el botón situado a la derecha. Si la contabilidad implica el uso del anexo "Clientes Varios", es posible modificar el nombre.

➤ **RUC:**

Al presionar la tecla Enter, el sistema presenta el RUC (Registro Único de Contribuyentes) del cliente que ha sido seleccionado. Cuando ² se utiliza el código "Varios Clientes", es necesario ingresar el RUC o DNI del proveedor. En el campo RUC se debe asegurar que sean 11 caracteres exactos. Si se proporciona un DNI, debe ir precedido de tres espacios. El campo debe estar siempre ocupado.

➤ **Tipo documento:**

Elija el ² tipo de documento. El número debe estar asociado a su número de serie correspondiente.

➤ **Numero. documento:**

Es obligatorio que el número esté ¹⁰ registrado con su número de serie correspondiente.

➤ **Fecha emisión:**

Fecha de emisión del documento en formato día/mes/año.

➤ **Fecha de vencimiento:**

Fecha de caducidad del documento en formato día/mes/año. El campo permanece operativo. Es obligatorio para los documentos que lo requieran.

➤ **Descuento:**

La cantidad y el documento de acompañamiento deben notificarse siempre que la cuenta esté definida en la actualización de parámetros de venta.

➤ **I.S.C.:**

El importe y el calendario del ISC deben facilitarse si se indican en la actualización de los parámetros de venta.

➤ **IGV:**

Debido a que el sistema se encarga de calcular el impuesto general a las ventas, no es necesario que se emita un comprobante o ticket, ya que se depositará o debitará

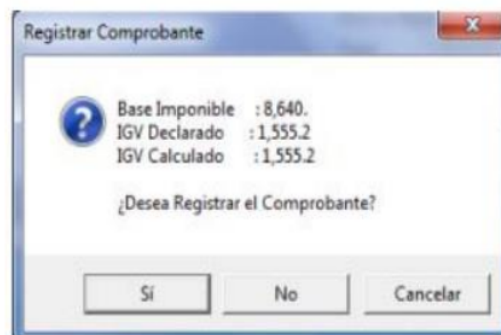
(dependiendo de las circunstancias) en la cuenta del IGV que se registró previamente en la transacción de actualización de parámetros de venta.

➤ ²⁶ **Total:**

Importe total calculado por el sistema (Valor de venta + Descuento+ ISC + IGV), Al pulsar el botón “Guardar”, el sistema mostrara un mensaje ¹² como se puede observar en la siguiente figura.

Figura 13

Registro de ¹² comprobante.



Nota. real systems.

- ✓ Si presiona la opción ¹⁷ SI, El sistema almacenará el comprobante en estado pendiente (P) y presentará una ventana con los datos específicos del asiento.
- ✓ Si presiona la opción NO, ¹⁰ el sistema no guardará el comprobante, pero mantendrá abierta la ventana registro del comprobante.
- ✓ Si presiona la opción ¹⁷ CANCELAR, el sistema cerrara la venta de registro del comprobante.







- ✓ Una vez registrada la información, el sistema genera rápidamente el asiento de venta. La siguiente ventana permitirá el registro de datos contables complementarios o la modificación de los datos actuales.

Figura 14

2 *Detalle del comprobante.*

Sec.	Cuenta	Anexo	Cos.	F	Importe	TP	Docmto	Fec.Doc.	Fec.Ven.	Area
0001	121201	20516532115		D	10195.20	FT	001-8564	15/05/2013	//	
0002	401111			H	1955.20	FT	001-8564	15/05/2013	//	
0003	701111			H	8640.00	FT	001-8564	15/05/2013	//	

En esta pantalla se podrá:

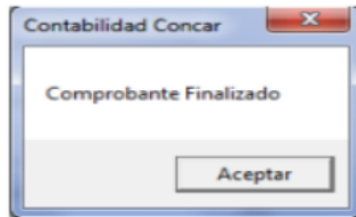
-  CREAR (Alt-C)
-  MODIFICAR (Alt-M)
-  ELIMINAR (Alt-E)
-  GRABAR (Alt-G)
-  BUSCAR (Alt-B)
-  FINALIZAR (Alt-F)

Nota. Real Systems.

El sistema genera automáticamente el asiento contable, y el usuario puede completar el comprobante pulsando el botón "E".

Figura 15

Comprobante registrado.



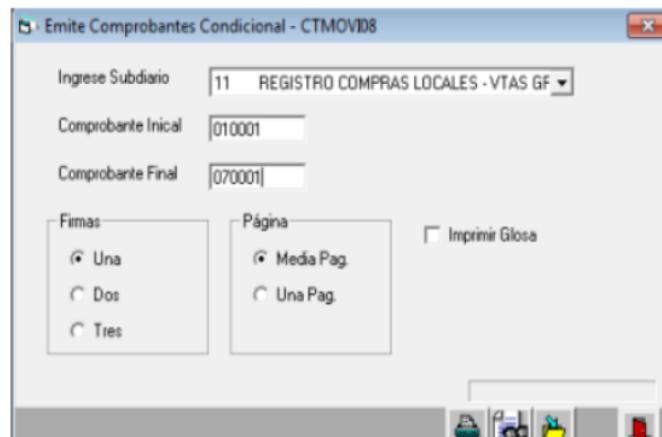
Nota. Real Systems.

➤ **Reporte de comprobante.**

Esta opción muestra los informes de los comprobantes que se han ingresado, independientemente de si se encuentran en la fase "Pendiente" (P) o "Finalizado" (F). Además, permite generar el informe de comprobantes en base a subsidiarios, mostrando los comprobantes exclusivamente en su moneda original.

Figura 16

Emisión de comprobante.

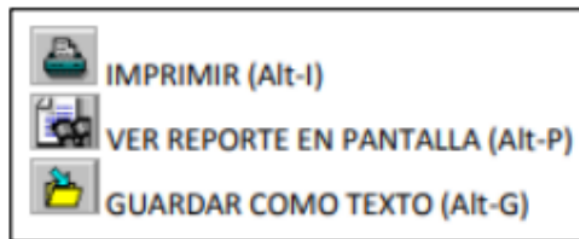


Nota. ² Real Systems.

- ✓ Ingreso subsidiario: Abra el menú y seleccione el subsidiario específico para el que desea generar el reporte.
- ✓ Imprimir glosa: Marque esta casilla si desea incorporar las glosas exhaustivas en el reporte.

Figura 17

2
Opción de impresión.



Nota. Real Systems.

Figura 18

Documento de comprobante.

COMPROBANTE							PAG. 1		
SUB-DIARIO : 11		REGISTRO COMPRAS LOCALES							
COMPROBANTE : 010001		FECHA :15/01/2013				MONEDA : MS			
						CONVERSION : S			
						TIPO CONVERSION : V			
						T.CAMBIO : 2.6940			
CONCEPTO : EDELNOR		, FT 0010-88							
CUENTA	ANEXO	DESCRIPCION	CC.	DEBE	HABER	DOCUMENTO	FECHA	VENC.	ARE
401111				18.00		FT 0010-88	15/01/13	/ /	
421201	20269985900	EDELNOR			118.00	FT 0010-88	15/01/13	15/01/13	
631121			100	100.00		FT 0010-88	15/01/13	/ /	
T O T A L SOLES				118.00	118.00				
				Hecho por SIST	Vo Bo				

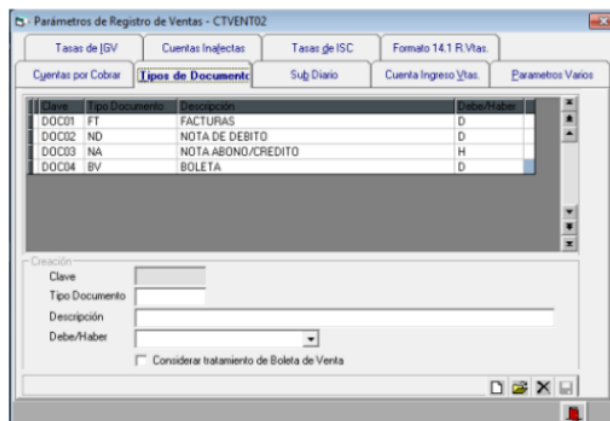
Nota. Real Systems.

➤ Registro de ventas.²

Este módulo facilita el registro de parámetros como (Cuentas, subdiarios y tipos de documentos), necesarios para el funcionamiento del Registro de Comprobantes de Venta.

Figura 19

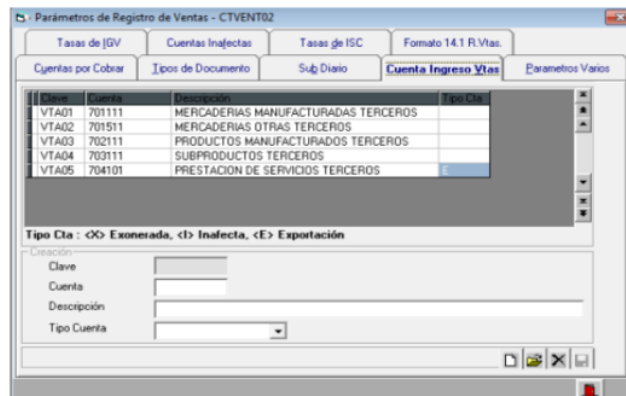
Tipos de comprobantes.



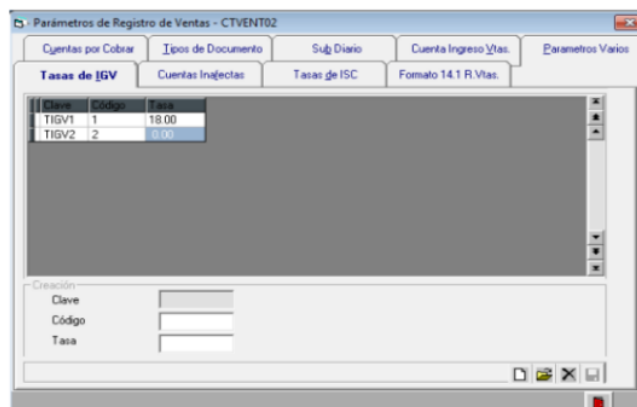
Nota. Real Systems.

Figura 20

Ingreso de ventas.



Nota. Real Systems.

Figura 21*Tasas de IGV.**Nota. Real Systems.***Figura 22****2**
Registro de ventas.*Nota. Real Systems.*

El **archivo mensual** de **ventas** se genera mediante **un** procedimiento similar a la consolidación, que sirve para actualizar el registro de ventas. El proceso debe completarse **COMPULSORIAMENTE** antes de emitir cualquier informe de ventas.

➤ **Resultado de la evaluación, de influencia de la implementación del sistema concar.**

Se realizó un cuestionario de 6 preguntas, para determinar la influencia de la implementación del sistema concar aplicado en el proceso de ventas para la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.

Tabla 21

Cuestionario aplicado a la implementación del sistema concar.

Nº	Proceso de ventas	De acuerdo	Indiferente	Desacuerdo
		1	2	3
1	¿Considera usted que la atención es más rápida después de la implementación del sistema CONCAR?			
2	¿Cuál es su postura con respecto al registro de la compra con el sistema CONCAR?			
3	¿Considera que la información sobre los productos stock es exacta después de la implementación del sistema CONCAR?			
4	¿Considera que el registro su pedido está libre de errores con la implementación del sistema CONCAR?			
5	¿Está de acuerdo con los tipos de comprobantes que brinda el sistema CONCAR?			
6	¿Está de acuerdo con el cálculo que brinda el sistema CONCAR sobre las compras que realiza?			

Nota. Adaptado a la encuesta.

- **Según la pregunta 1:** ¿Considera usted que la atención es más rápida después de la implementación del sistema CONCAR?

Tabla 22

La atención es más rápida con la implementación del sistema.

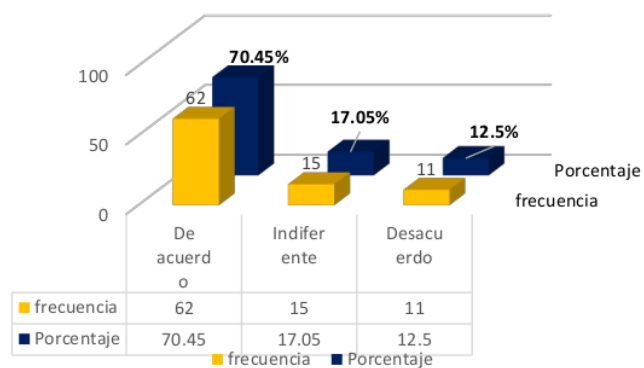
<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>De acuerdo</i>	62	70.45 %
<i>Indiferente</i>	15	17.05 %
<i>Desacuerdo</i>	11	12.50 %
Total	88	100 %

Según la percepción del cliente después de la implementación del sistema, la atención del cliente es más rápida representada por el 70.45%.

Figura 23

La atención es más rápida con la implementación del sistema.

Atención rápida con la implementación.



Según la percepción del cliente después de la implementación del sistema, la atención del cliente es más rápida representada por el 70.45%.

- **Según la pregunta 2:** ¿Cuál es su postura con respecto al registro de la compra con el sistema CONCAR?

Tabla 23

El registro de compra con el sistema.

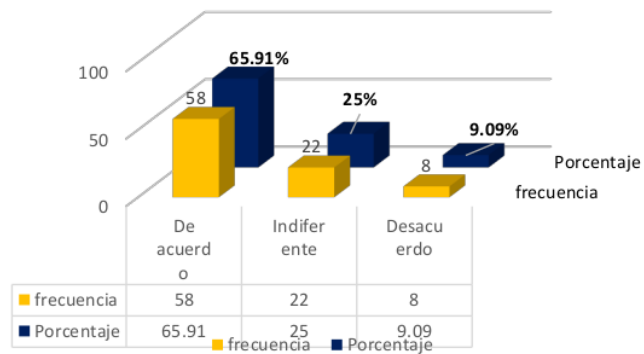
<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>De acuerdo</i>	58	65.91 %
<i>Indiferente</i>	22	25.00 %
<i>Desacuerdo</i>	8	9.09 %
<i>Total</i>	88	100 %

El registro de compra con el sistema según la percepción de los clientes es favorable representado por el 65.91%.

Figura 24

El registro de la compra con el sistema.

Registro de compra con el sistema.



El registro de compra con el sistema según la percepción de los clientes es favorable representado por el 65.91%.

- **Según la pregunta 3:** ¿Considera que la información sobre los productos en stock es exacta después de la implementación del sistema CONCAR?

Tabla 24

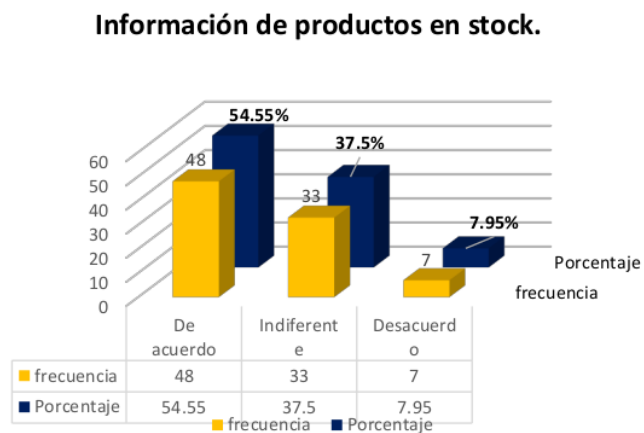
La información de productos en stock es exacta.

<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>De acuerdo</i>	48	54.55 %
<i>Indiferente</i>	33	37.50 %
<i>Desacuerdo</i>	7	7.95 %
<i>Total</i>	88	100 %

La información de los productos después de la implementación es exacta ya que el 54.55% está de acuerdo.

Figura 25

La información de los productos en stock es exacta.



La información de los productos después de la implementación es exacta ya que el 54.55% está de acuerdo.

- **Según la pregunta 4:** ¿Considera que el registro de su pedido está libre de errores con la implementación del sistema CONCAR?

Tabla 25

Registro de su pedido está libre de errores.

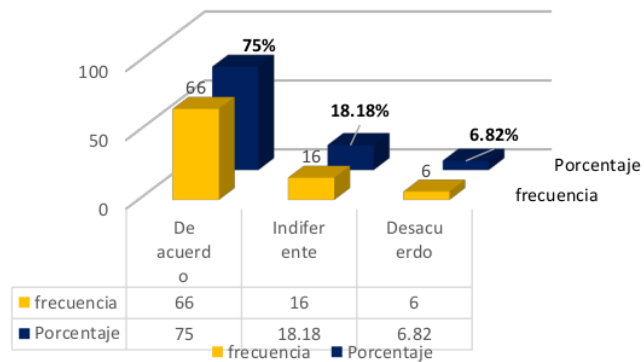
<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>De acuerdo</i>	66	75.00 %
<i>Indiferente</i>	16	18.18 %
<i>Desacuerdo</i>	6	6.82 %
Total	88	100 %

El registro de pedidos con la implementación del sistema es libre de errores ya que el 75% de los clientes lo afirman.

Figura 26

Registro de su pedido está libre de errores.

Registro de su pedido libre de errores.



El registro de pedidos con la implementación del sistema es libre de errores ya que el 75% de los clientes lo afirman.

- **Según la pregunta 5:** ¿Está de acuerdo con los tipos de comprobantes que brinda el sistema CONCAR?

Tabla 26

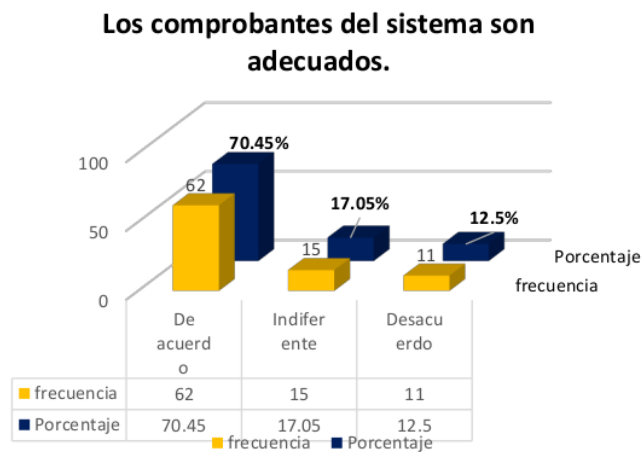
De acuerdo con los tipos de comprobantes del sistema.

<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>De acuerdo</i>	62	70.45 %
<i>Indiferente</i>	15	17.05 %
<i>Desacuerdo</i>	11	12.50 %
<i>Total</i>	88	100 %

Los tipos de comprobantes del sistema Concar son factibles ya que el 70.45% de los clientes opina de esa manera.

Figura 27

De acuerdo con los tipos de comprobantes del sistema.



Los tipos de comprobantes del sistema Concar son factibles ya que el 70.45% de los clientes opina de esa manera.

- **Según la pregunta 6:** ¿Está de acuerdo con el cálculo, que brinda el sistema CONCAR sobre las compras que realiza?

Tabla 27

De acuerdo con los cálculos de compra que brinda el sistema.

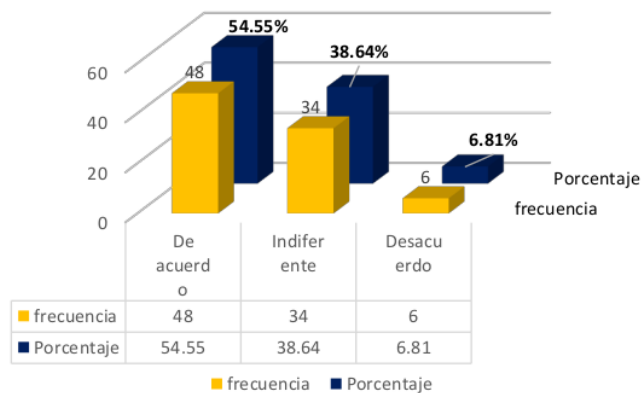
<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje %
<i>De acuerdo</i>	48	54.55
<i>Indiferente</i>	34	38.64
<i>Desacuerdo</i>	6	6.81
<i>Total</i>	88	100 %

Los cálculos del sistema Cocar son exactos y libre de errores es la percepción de los clientes ya que el 54.55% opina de esa forma.

Figura 28

De acuerdo con los cálculos de compra que brinda el sistema.

Los calculos del sistema son exactos.



Los cálculos del sistema Cocar son exactos y libre de errores es la percepción de los clientes ya que el 54.55% opina de esa forma.

4.1.3.1 Resultado de la evaluación ¹⁴ sobre la influencia del sistema concar aplicado en el proceso de venta de la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.

Tabla 28

Resultado de la evaluación sobre ³ la influencia del sistema concar.

N°	Proceso de ventas	De acuerdo	Indiferente	Desacuerdo
		1	2	3
1	¿Considera usted que la atención es más rápida después de la implementación del sistema CONCAR?	70.45	17.05	12.50
2	¿Cuál es su postura con respecto al registro de la compra con el sistema CONCAR?	65.91	25.00	9.09
3	¿Considera que la información sobre los productos en stock es exacta después de la implementación del sistema CONCAR?	54.55	37.50	7.95
4	¿Considera que el registro de su pedido está libre de errores con la implementación del sistema CONCAR?	75.00	18.18	6.82
5	¿Está de acuerdo con los tipos de comprobantes que brinda el sistema CONCAR?	78.41	19.32	2.27
6	¿Está de acuerdo con el cálculo que brinda el sistema CONCAR sobre las compras que realiza?	54.55	38.64	6.81
	PROMEDIO	66.48	25.95	7.57

Nota. Resultado general de la encuesta.

1 **4.1.3.2 Resultado general de la influencia del sistema concar en el proceso de ventas de la empresa.** **6**

Los resultados después de la implementación del sistema, la percepción de los clientes se evaluó **1** y los resultados se sintetizaron en tres niveles que son el nivel alto, nivel medio y el nivel bajo.

Tabla 29

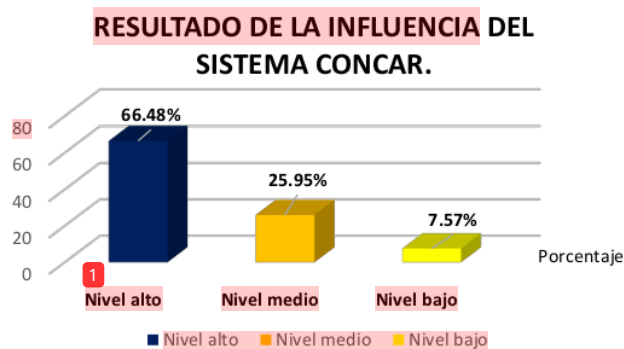
1 *Resultado general de la influencia del sistema concar.*

Nivel Alto	Nivel Medio	Nivel Bajo
66.48 %	25.95 %	7.57 %

El resultado de la influencia de la implementación del sistema concar fue favorable ya que el nivel alto alcanzo el 66.48%, el nivel medio 25.95%, mientras que el nivel bajo solo llego al 7.57%.

Figura 29

1 *Resultado general de la influencia del sistema concar.*



El resultado de la influencia de la implementación del sistema concar fue favorable ya que el nivel alto alcanzo el 66.48%, el nivel medio 25.95%, mientras que el nivel bajo solo llego al 7.57%.

CONCLUSIONES

C1: Se observo que nivel actual del proceso de venta de la empresa es ineficiente porque todas las funciones son realizadas manualmente, y la percepción de los clientes tras aplicar el cuestionario, los resultados se sintetizaron en tres niveles, el nivel alto representado por el 23.54%, el nivel medio 37.66% y el nivel bajo 38.80%, estos resultados nos indicaron que el nivel actual del proceso de ventas es bajo.

C2: Al analizar los sistemas concar y odoo con todas sus funciones y características, se realizó un cuadro comparativo y se optó por el sistema concar ya que sus funciones se apegan a la empresa ferretera grupo Yamirac S.C.R.L.

C3: Se implemento el sistema concar para la empresa, con sus funciones, reporte de comprobante, registro de ventas, registro de compras y otros, se realizó una encuesta para evaluar la influencia de la implementación del sistema, cuyos resultados fueron sintetizados en tres niveles, el nivel alto representado por el 66.48%, el nivel medio 25.95% y el nivel bajo 7.57%, dichos resultados nos indicaron que la implementación es positiva para la empresa y para los clientes.

RECOMENDACIONES

R1: Se recomienda realizar una evaluación del ⁶ proceso de ventas de la empresa porque es importante ⁵⁰ la percepción de los clientes, ya que la publicidad de boca a boca es la más efectiva y tener una buena imagen de la empresa traerá nuevos clientes.

R2: Se recomienda tener en cuenta la información recolectada en la presente investigación ya que los sistemas se actualizan, en funciones y características, para ser más eficientes en el proceso de ventas.

R3: Se recomienda actualizar el sistema implementado ya que sus nuevas versiones siempre traen nuevas funciones para un buen proceso de venta, como también evaluar la percepción del cliente eventualmente para mejorar aspectos negativos que se pueda tener con respecto al sistema.

REFERENCIAS

- arias, F. (2017). *El Proyecto De Investigación. Introducción A La Metodología Científica*. Caracas: Episteme.
- Bautista Vasquez, D. A. (2020). *Modelo De Planificación De La Gestión Comercial Para Una Empresa De Atención Domiciliaria*. Colombia: Universidad Católica De Colombia. Obtenido De <https://hdl.handle.net/10983/24806>
- Benchmarking De Sistemas Erp (Planificación De Recursos Empresariales) Benchmarking De Sistemas Erp Open Source Aplicado A La Empresa Pública Yachay*. (2019). Ecuador: Universidad Técnica Del Norte. Obtenido De <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9356>
- Bernal A, C. (2018). *Metodología De La Investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Borja.S. (2012). *Metodología De Investigación Científica Para Ingeniería Civil*.
- Cañizares Galarza, F. P., & Valverde Huanga, D. M. (2018). *Plataforma Erp Con Software Libre Orientado A La Web Para El Control Administrativo De Los Procesos De Ventas, Inventarios Y Facturación Para La Ferretería G&G De Santo Domingo*. Santo Domingo- Ecuador: Universidad Regional Autónoma De Los Andes. Obtenido De <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/6803>
- Castillo Ayora, C. A. (2016). *Diseño De Un Modelo De Gestión Comercial Para Empresas Comercializadoras De Combustible Del Sector Automotor Ecuatoriano*. Ecuador: Universidad Internacional Del Ecuador. Obtenido De <http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/1749>
- Condori, O. P. (2020). *Niveles De Investigación. Curso Taller, 1-10*.
- Corak, V. J., & Sanchez, M. L. (2023). *El Sistema Concar Y El Sistema Odoos En Su Aplicación En El Proceso De Ventas Para Una Ferretería*. Lima: Universidad San Ignacio De Loyola. Obtenido De <https://hdl.handle.net/20.500.14005/13142>

- Diaz Damazo, F. B. (2020). Sistema Contable Concar Y Su Influencia En La Gestion De Informacion Financiera De La Empresa Industria Megal E.I.R.L. San Martin De Porres. Lima- Peru: Universidad Peruana De Las Americas. Obtenido De [Http://Repositorio.Ulasamericas.Edu.Pe/Bitstream/Handle/Upa/2362/1.Tesis%20diaz%20damazo.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](http://Repositorio.Ulasamericas.Edu.Pe/Bitstream/Handle/Upa/2362/1.Tesis%20diaz%20damazo.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)*
- Figuroa, M. M. (2018). Implementación Del Sistema OdoO Erp Para La Mejora De La Gestión Logística De La Empresa Palma Aceitera De Oleaginosas Del Perú S.A. (Olpesa) De La Provincia De Tocache. Tarapoto-Perú: Universidad Peruana Unión.*
- Garcia, K. (2017). Tipos De La Investigacion. Scielo, 1-14.*
- Garcia, S. L. (2022). Gestion De Procesos Comerciales Y Su Influencia En La Calidad De Servicio De La Muebleria Multiservicios Vigo. Trujillo - Peru: Universidad Privada Del Norte. Obtenido De [Https://Repositorio.Upn.Edu.Pe/Bitstream/Handle/11537/32133/Garcia%20sandoval%20leydy%20marelsi%20-%20mu%C3%B1oz%20quispe%20angelita-Parcial.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://Repositorio.Upn.Edu.Pe/Bitstream/Handle/11537/32133/Garcia%20sandoval%20leydy%20marelsi%20-%20mu%C3%B1oz%20quispe%20angelita-Parcial.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)*
- Gomez, C. O. (2017). Sistema De Ventas Para Micro Y Pequeñas Empresas, Aplicado A La Empresa San Santiago, Acora – Puno - 2017. Puno-Perú: Universidad Nacional Del Altiplano.*
- Guerrero, Z. S. (2021). Estrategias De Comercialización Para Incrementar Las Ventas En La Empresa Productos Naturales Reina Del Bosque S.R.L. San Ignacio - 2018. Pimentel-Perú: Universiad Señor De Sipán.*
- Hernandez & Baptista. (2018). Metodologia De La Investigación. Mc Graw Hill. Mexico.*

- Hernandez, S. S., & Medina, F. E. (2022). Propuesta De Sistema Contable Concar Para Mejorar La Calidad Del Servicio En Un Estudio De Asesoría Tributaria Y Financiera Bagua Grande, 2021. Pimentel-Perú: Universidad Señor De Sipán.*
- Leyva, H. J., & Guerra, V. Y. (2020). Objeto De Investigación Y Campo De Acción: Componentes Del Diseño De Una Investigación Científica. Edumecentro.*
- Mamani, Q. C. (2019). Implementación De Un Sistema De Información Para El Control De Almacén Y Ventas De La Empresa Davsol Eco Systems Perú S.R.L. Juliaca 2019. Puno-Perú: Universidad Nacional Del Altiplano.*
- Matos, G. M., & Ponce, M. G. (2018). Implementación Del Sistema Contable Concar Para Una Gestion Empresarial Eficiente Y Eficaz En La Empresa Fulgas S.A Amarilis-Huánuco 2015. Huánuco-Perú: Universidad Nacional Hermilio Valdizan .*
- Muñoz, G. W. (2022). Implementación De Un Sistema De Ventas En La Ferretería Sol Andino – Piura; 2020. Piura-Perú: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.*
- Narvaez, F. L. (2019). Benchmarking De Sistemas Erp(Planificacion De Recursos Empresariales Open Source Aplicado A La Empresa Publica Yachay. Urcuqui-Ecuador.: Universidad Tecnica Del Norte. Obtenido De [Http://Repositorio.Utn.Edu.Ec/Handle/123456789/9356](http://Repositorio.Utn.Edu.Ec/Handle/123456789/9356)*
- Ñahui, C. G. (2021). El Sistema Concar Y Su Incidencia En Las Declaraciones Mensuales En La Empresa Gybs E.I.R.L. Durante El Periodo 2020. Lima-Perú: Universidad Autónoma Del Perú.*
- Peña, S. (2017). Analisis De Datos. Bogota- Colombia: Universidad Del Area Andina. Obtenido De [Http://Areandina.Edu.Co](http://Areandina.Edu.Co)*
- Peñaloza, F. C. (2020). Implementación Del Erp “Odoo” Para Aumentar La Capacidad De Producción Y Mejorar El Tiempo “Takt” En La Empresa Mantari Group S.A.C. Huancayo- 2020. Huancayo-Perú: Universidad Continental.*

- Pérez, O. J. (2019). Sistema Erp (Enterprise Resource Planning) Para La Empresa Ecuatran S.A. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica De Ambato.*
- Santana Hernandez, C. L., & Beltran Avila, F. Y. (2019). Eficacia En El Proceso De Implementacion De Los Sistemas De Planificacion De Recursos Empresariales Erp En Las Pymes Colombianas. Colombia: Universidad Ean. Obtenido De [Http://Hdl.Handle.Net/10882/9643](http://hdl.handle.net/10882/9643)*
- Santiago, B. E. (2018). Innovación Y Competitividad Empresarial. Universitat.*
- Veras Dominguez, K. F. (2020). Propuesta De Un Sistema Informatico Contable De Compra - Venta Para Mejorar La Gestion Empresarial De La Situacion De Servicios Jhon E.I.R.L. Pacasmayo. Chiclayo- Peru: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido [De
 Htps://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12692/52617/Varas_Dkf
 -Sd.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52617/Varas_Dkf-Sd.Pdf?Sequence=1&isallowed=Y)*
- Vilchez, A.R. (2022). Implementación De Un Sistema De Ventas En Ferretería Edu, Ignacio Escudero - Sullana; 2021. Sullana-Perú: Universidad Católica Los Angeles Chimbote.*

ANEXOS



ANEXO I
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 02-04-2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: CRISTHIAN ALEN NAVARRO FLORES

Dirección: Jr. DE LA CRUZ MZ-E4 LT-06 ESPINAL

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 72172296

Teléfono: 913 442 373 email: navarroflores.alen@hotmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: INGENIERÍA DE SISTEMAS

Escuela Profesional o Mención: INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Título o Grado Académico a optar: INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

Asesor: Mgtr. JACKELINE FLORES APAZA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS CONCAR Y ODOO APLICADOS EN EL PROCESO DE VENTAS DE UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO EN LA CIUDAD DE JULIACA

Palabras claves, (3 a 5 términos): SISTEMA, PROCESO, VENTAS

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1, 2}?

1

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

- Bachiller Titulo 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS - P25

Firma de Autor



huella digital

07-04-2024

Fecha

EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS CONCAR Y ODOO APLICADOS EN EL PROCESO DE VENTAS DE UNA EMPRESA DEL RUBRO FERRETERO EN LA CIUDAD DE JULIACA

INFORME DE ORIGINALIDAD

26%

INDICE DE SIMILITUD

21%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	10%
2	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	4%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	1library.co Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%

9	repositorio.untels.edu.pe Fuente de Internet	1 %
10	unijuanpablo.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
13	www.dspace.espol.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.utesup.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
17	datospdf.com Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Mountain Lakes High School Trabajo del estudiante	<1 %
19	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
20	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %

21	rraae.cedia.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
22	laccei.org Fuente de Internet	<1 %
23	pdfslide.net Fuente de Internet	<1 %
24	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	infotributaria.files.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
27	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
28	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
29	www.universidadperu.com Fuente de Internet	<1 %
30	latam.portalerp.com Fuente de Internet	<1 %
31	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
32	www.seidor.com Fuente de Internet	<1 %

33	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	www.w3aeiou.org Fuente de Internet	<1 %
35	repository.javeriana.edu.co Fuente de Internet	<1 %
36	info.lineadirecta.com Fuente de Internet	<1 %
37	worldwidescience.org Fuente de Internet	<1 %
38	María Rocío del Amor del Amor. "Deep Learning Strategies for Overcoming Diagnosis Challenges with Limited Annotations", Universitat Politecnica de Valencia, 2023 Publicación	<1 %
39	Submitted to Universidad San Marcos Trabajo del estudiante	<1 %
40	Submitted to Universidad del Pacifico Trabajo del estudiante	<1 %
41	ddd.uab.cat Fuente de Internet	<1 %
42	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
43	www.euroinnova.mx Fuente de Internet	<1 %

44	repositorio.escuelamilitar.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
45	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	repositorio.utea.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
47	scholar.uprm.edu Fuente de Internet	<1 %
48	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1 %
49	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
50	rrppwriters.wixsite.com Fuente de Internet	<1 %
51	www.econgresos.com Fuente de Internet	<1 %
52	www.emagister.com Fuente de Internet	<1 %
53	www.metas.org Fuente de Internet	<1 %
54	www.softwareadvice.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Apagado

Excluir bibliografía Activo

Exclude assignment Activo
template

Excluir coincidencias < 10 words