



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**DEPARTAMENTO DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MENCIÓN EN  
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MENCIÓN EN  
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS  
COHORTE I**

**TEMA**

**GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA  
TOMA DE DECISIONES EN EMPRESAS FAMILIARES**

**Autora:**

**ING. MAYRA ALEJANDRA MORA MORA**

**Tutor:**

**MG. FELIX DAVID FREIRE SIERRA**

**GUAYAQUIL-ECUADOR**

**2022**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS

**TÍTULO:** Gestión de la Administración de la Información para la Toma de Decisiones en Empresas Familiares.

**AUTOR:** Mayra Alejandra Mora Mora.

**TUTOR:** MG. Félix David Freire Sierra.

**INSTITUCIÓN:** Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

**Grado obtenido:** Magíster en Administración de Empresas, Mención en Dirección Estratégica de Proyectos.

**MAESTRÍA:** Administración de Empresas, Mención en Dirección Estratégica de Proyectos.

**COHORTE:**  
I

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** 2022

**N. DE PAGS:** 109

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Educación comercial y administración.

**PALABRASCLAVE:** Gestión de la Administración, Administración de la información, toma de decisiones, empresas familiares.

**RESUMEN:** La presente investigación analizó la gestión de la administración de la información en una empresa familiar localizada en la ciudad de Guayaquil. Se determinó que no existe un registro de información automatizado que permita el desarrollo programado de los procesos y que a su vez pueda influir en la toma de decisiones de la empresa, lo que en muchos casos ha dificultado la ejecución de las labores de los colaboradores, así como retrasos en los requerimientos de los clientes. Se realizó un diagnóstico que evidenció que la información que se genera no se encuentra alineada a los procesos del negocio; esto debido a la carencia de un sistema tecnológico de administración que facilite el monitoreo y coordinación de todas las operaciones del negocio, enfatizando que sus procesos se desarrollan de forma empírica, con lo aprendido y enseñado de padres a hijos, manteniendo la tradicionalidad familiar, así como de colaboradores anteriores a nuevos. Los Administradores de este establecimiento reconocieron la importancia de tener una base de datos debidamente sistematizada que incida en su Toma de Decisiones y apoye las funcionalidades del negocio, desde el inventario, manejo de efectivo, compras, hasta la nómina y gastos administrativos. El objetivo principal de este estudio es determinar la incidencia de la gestión de la administración de la información en el tipo de empresas antes mencionadas y como a través

de un modelo de gestión para la administración el negocio podrá desarrollar sus actividades con éxito en su administración y pronta expansión con organización y direccionamiento.

|   |   |                             |  |
|---|---|-----------------------------|--|
| <b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>               |   | <b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b> |  |
| <b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>                 |   |                             |  |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>                                     | <b>SI</b>   | <b>X</b>                    | <b>NO</b>  |
| <b>CONTACTO CON AUTOR:</b><br>Mayra Alejandra Mora Mora | <b>Teléfono:</b><br>0985126561  |                             | <b>E-mail:</b><br><a href="mailto:mmoramo@ulvr.edu.ec">mmoramo@ulvr.edu.ec</a> |
| <b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>                      | PhD. Eva Guerrero López<br><b>Teléfono:</b> (04)2596500 <b>Ext.</b> 170<br><b>E-mail:</b> eguerrerol@ulvr.edu.ec<br>Directora del Departamento de Posgrado<br>Mg. Violeta Rodríguez Basantes<br><b>Teléfono:</b> (04)2596500 <b>Ext.</b> 170<br><b>E-mail:</b> vrodriguez@ulvr.edu.ec<br>Coordinadora de Maestría |                             |  |

## **DEDICATORIA**

A Dios Todopoderoso, por el regalo de la vida, sabiduría y experiencias brindadas.

A mi esposo, por ser mi apoyo incondicional y por llenarme de amor y comprensión a lo largo de este proceso.

A mis padres, por ser mi ejemplo de lucha y perseverancia, por enseñarme que con trabajo duro las metas se cumplen, por brindarme su amor y paciencia en cada etapa de mi vida.

A mi familia y amigos, por siempre darme una palabra de aliento y motivación para continuar y alcanzar lo anhelado.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios, por guiarme en el camino de nuevos retos en mi formación como ser humano y profesional.

A mi esposo y mis padres, por siempre velar por mi bienestar, felicidad y acompañarme en cada paso de mi existencia.

También, a mis familiares y amigos, por felicitar y celebrar mis metas haciéndolas tuyas.

Por último, a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Autoridades, Coordinadora, Tutor, Maestros y compañeros de aula; por brindarme enseñanzas y conocimientos, que hicieron posible el desarrollo y feliz cumplimiento de este Posgrado.

# INFORME ANTIPLAGIO

## TESIS FINAL MAYRA MORA

### INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

< 1%

★ Repository.Unimilitar.Edu.Co

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado



MG. FELIX DAVID FREIRE SIERRA

TUTOR

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Guayaquil, 30 de junio de 2022

Yo, MAYRA ALEJANDRA MORA MORA declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establecido por las normativas Institucionales vigentes.



Firma: \_\_\_\_\_

ING. MAYRA ALEJANDRA MORA MORA

C.C.: 0918343906

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE LA TESIS

Guayaquil, 30 junio de 2022

Certifico que el trabajo titulado “GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EMPRESAS FAMILIARES”, ha sido elaborado por MAYRA ALEJANDRA MORA MORA, bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendido ante el tribunal examinador que se designe al efecto.



Firma: \_\_\_\_\_

MG. FELIX DAVID FREIRE SIERRA

C.C.: 0914020235



## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación analizó la gestión de la administración de la información en una empresa familiar localizada en la ciudad de Guayaquil. Se determinó que no existe un registro de información automatizado que permita el desarrollo programado de los procesos y que a su vez pueda influir en la toma de decisiones de la empresa, lo que en muchos casos ha dificultado la ejecución de las labores de los colaboradores, así como retrasos en los requerimientos de los clientes. Se realizó un diagnóstico que evidenció que la información que se genera no se encuentra alineada a los procesos del negocio; esto debido a la carencia de un sistema tecnológico de administración que facilite el monitoreo y coordinación de todas las operaciones del negocio, enfatizando que sus procesos se desarrollan de forma empírica, con lo aprendido y enseñado de padres a hijos, manteniendo la tradicionalidad familiar, así como de colaboradores anteriores a nuevos. Los Administradores de este establecimiento reconocieron la importancia de tener una base de datos debidamente sistematizada que incida en su Toma de Decisiones y apoye las funcionalidades del negocio, desde el inventario, manejo de efectivo, compras, hasta la nómina y gastos administrativos. El objetivo principal de este estudio es determinar la incidencia de la gestión de la administración de la información en el tipo de empresas antes mencionadas y como a través de un modelo de gestión para la administración el negocio podrá desarrollar sus actividades con éxito en su administración y pronta expansión con organización y direccionamiento.

### **Palabras claves:**

Gestión de la Administración, Administración de la información, Toma de decisiones, empresas familiares.

## **ABSTRACT**

This research analyzed the management of information administration in a family business located in the city of Guayaquil. It was determined that there is no automated information record that allows the programmed development of the processes and that in turn can influence the Decision Making of the company, which in many cases has hindered the execution of the tasks of the collaborators, as well as delays in the requirements of the clients. A diagnosis was made which showed that the information generated is not aligned with the business processes; this is due to the lack of a technological management system that facilitates the monitoring, and coordination of all business operations, emphasizing that its processes are developed empirically, with what has been learned and taught from parents to children, maintaining family traditionality, as well as from previous collaborators to new ones. The Administrators of this establishment recognized the importance of having a properly systematized database that affects their Decision Making and supports the functionalities of the business, from inventory, cash management, and purchases, to payroll and administrative expenses. The main objective of this study is to determine the impact of the management of information administration in the type of companies mentioned above and how through a management model for administration the business will be able to develop its activities successfully in its administration and early expansion with organization and direction.

### **Keywords:**

Administration Management, Information Management, Decision Making, Family Businesses.

## ÍNDICE GENERAL

|  |      |
|--|------|
| DEDICATORIA.....   | iv   |
| AGRADECIMIENTO .....   | v    |
| INFORME ANTIPLAGIO .....                                     | vi   |
| CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR ..... | vii  |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE LA TESIS .....                    | viii |
| RESUMEN EJECUTIVO.....                                       | ix   |
| ABSTRACT .....   | x    |
| ÍNDICE GENERAL.....  | xi   |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....                                       | xiv  |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                                       | xv   |
| ÍNDICE DE ANEXOS.....  | xvi  |
| CAPÍTULO 1: MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN .....          | 1    |
| 1.1. Tema .....  | 1    |
| 1.2. Planteamiento del Problema .....                        | 1    |
| 1.3. Formulación del Problema.....                           | 2    |
| 1.4. Sistematización del Problema .....                      | 2    |
| 1.5. Delimitación el Problema de Investigación.....          | 3    |
| 1.5.1. Delimitación temporal.....                            | 3    |
| 1.5.2. Delimitación espacial .....                           | 3    |
| 1.6. Línea de Investigación .....                            | 3    |
| 1.7. Objetivos de la Investigación .....                     | 3    |
| 1.7.1. Objetivo General.....                                 | 3    |
| 1.7.2. Objetivos Específicos.....                            | 3    |
| 1.8. Justificación de la Investigación .....                 | 4    |
| 1.8.1. Justificación Teórica .....                           | 4    |
| 1.8.2. Justificación Práctica .....                          | 4    |
| 1.8.3. Justificación Metodológica .....                      | 5    |
| 1.9. Idea a Defender .....                                   | 5    |
| 1.10. Variables de Estudio: .....                            | 5    |
| CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO .....                              | 6    |
| 2.1. Antecedentes Referenciales .....                        | 6    |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.2. Definición de la Administración .....                           | 8         |
| 2.2.1. Definición de la Gestión de la Administración .....           | 8         |
| 2.2.2. Sobre la Información.....                                     | 9         |
| 2.2.3. ERP.....  | 12        |
| 2.2.4. La Toma de Decisiones.....                                    | 14        |
| 2.2.5. Las Empresas Familiares .....                                 | 16        |
| 2.2.6. Empresas Familiares en el Ecuador .....                       | 18        |
| 2.3. Marco Conceptual .....  | 19        |
| 2.4. Marco Legal y Normativa.....                                    | 21        |
| 2.4.1. Ley de Compañías .....  | 21        |
| 2.4.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones..... | 21        |
| <b>CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA/ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>    |           |
| .....  | 23        |
| 3.1. Enfoque de la Investigación .....                               | 23        |
| 3.2. Tipo de Investigación.....                                      | 23        |
| 3.3. Métodos y técnicas utilizados.....                              | 23        |
| 3.3.1. Métodos.....  | 23        |
| 3.3.2. Técnicas .....  | 24        |
| 3.4. Población .....   | 25        |
| 3.5. Muestra .....   | 25        |
| 3.6. Análisis, interpretación y discusión de los resultados .....    | 26        |
| 3.6.1. Observación .....   | 26        |
| 3.6.2. Entrevista .....  | 28        |
| 3.6.3. Encuesta .....  | 35        |
| <b>CAPÍTULO 4: PROPUESTA .....</b>                                   | <b>47</b> |
| 4.1. Título.....   | 47        |
| 4.2. Objetivos.....  | 47        |
| 4.2.1. Objetivo General .....  | 47        |
| 4.2.2. Objetivos Específicos.....                                    | 47        |
| 4.3. Justificación .....   | 47        |
| 4.4. Descripción de la Propuesta .....                               | 48        |
| 4.4.1. ERP en Ecuador.....   | 48        |
| 4.4.2. Modelo del sistema de gestión empresarial .....               | 51        |
| 4.4.3. Tipos de Usuarios.....  | 52        |

|  |    |
|--|----|
| 4.4.4. Módulos del sistema.....              | 54 |
| 4.4.5. Administración del Sistema.....       | 62 |
| 4.4.6. Función del Sistema Informático ..... | 63 |
| 4.5 Factibilidad de aplicación.....          | 70 |
| 4.5.1. Tiempo .....                          | 70 |
| 4.5.2. Espacio.....                          | 71 |
| 4.5.3. Recursos.....                         | 71 |
| 4.5.4. Análisis de la herramienta.....       | 73 |
| 4.6. Beneficiarios.....                      | 73 |
| 4.6.1. Directos .....                        | 73 |
| 4.6.2. Indirectos .....                      | 74 |
| 4.7. Validación de la propuesta .....        | 74 |
| 4.7.1. Validación de experto 1 .....         | 74 |
| 4.7.2. Validación de experto 2 .....         | 76 |
| 4.7.3. Validación de experto 3 .....         | 78 |
| 4.8. Conclusiones.....                       | 81 |
| 4.9. Recomendaciones.....                    | 82 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                            | 83 |
| ANEXOS .....                                 | 87 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Sistema de Información de la Organización Empresarial: funciones. .... | 10 |
| Figura 2. Núcleo Competitivo de Porter. ....                                     | 11 |
| Figura 3. Superposición de los Sistemas de la empresa familiar. ....             | 17 |
| Figura 4. Empresas Familiares por Tamaño. ....                                   | 19 |
| Figura 5. Proceso de compra de clientes. ....                                    | 35 |
| Figura 6. Sistema Tecnológico de la empresa. ....                                | 36 |
| Figura 7. Medios para Promociones, Ofertas y descuentos. ....                    | 37 |
| Figura 8. Forma de recibir factura. ....   | 38 |
| Figura 9. Comercial Felipito. ....   | 39 |
| Figura 10. Proceso de entrega de productos. ....                                 | 40 |
| Figura 11. Sistema Tecnológico para empresa. ....                                | 41 |
| Figura 12. Servicio en Comercial Felipito. ....                                  | 42 |
| Figura 13. Sobre compra de productos. ....                                       | 43 |
| Figura 14. Sobre atenciones personalizadas a clientes. ....                      | 44 |
| Figura 15. Distribución PyMES ERP en Ecuador, Mediana Empresa. ....              | 49 |
| Figura 16. Distribución Pymes ERP en Ecuador, Pequeña Empresa. ....              | 50 |
| Figura 17. Validación de propuesta experto 1. ....                               | 75 |
| Figura 18. Validación de propuesta experto 2. ....                               | 77 |
| Figura 19. Validación de propuesta experto 3. ....                               | 79 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Distribución de la muestra clientes de la Encuesta.....              | 26 |
| Tabla 2. Guía de Observación para Administradores de Comercial Felipito ..... | 27 |
| Tabla 3. Entrevista realizada a Administradores de Comercial Felipito .....   | 33 |
| Tabla 4. Aspectos a mejorar según Entrevista.....                             | 34 |
| Tabla 5. Proceso de Compra .....  | 35 |
| Tabla 6. Sistema Tecnológico .....  | 36 |
| Tabla 7. Medios para Promociones .....  | 37 |
| Tabla 8. Factura .....  | 38 |
| Tabla 9. Sobre el establecimiento.....  | 39 |
| Tabla 10. Proceso de entrega .....  | 40 |
| Tabla 11. Ampliación de Tecnología .....                                      | 41 |
| Tabla 12. Satisfacción del servicio.....                                      | 42 |
| Tabla 13. Razón de Compra de Productos.....                                   | 43 |
| Tabla 14. Atenciones personalizadas .....                                     | 44 |
| Tabla 15. Aspectos a mejorar según Encuesta .....                             | 46 |
| Tabla 16. Inversión.....  | 72 |
| Tabla 17. Síntesis de la validación de la propuesta.....                      | 80 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|   |    |
|---|----|
| Anexo 1. Encuesta .....                   | 87 |
| Anexo 2. Entrevista.....                  | 90 |
| Anexo 3. Guía de Observación.....         | 91 |
| Anexo 4. Validación de la propuesta ..... | 92 |
| Anexo 5. Cronograma valorado.....         | 93 |



# **CAPÍTULO 1: MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Tema**

“Gestión de la Administración de la Información para la Toma de Decisiones en Empresas Familiares”.

## **1.2. Planteamiento del Problema**

En la actualidad, las empresas familiares representan un importante motor económico para el país; generando diversas fuentes de empleo y convirtiéndose en el sustento diario de muchas familias.

Uno de los principales modelos de negocios familiares gira entorno a la venta de productos de consumo masivo, siendo estos los de mayor volumen a nivel nacional. Estas microempresas generan un fuerte lazo de lealtad con su cliente, teniendo características particulares en su desarrollo, siendo involucrados diversos miembros de la familia.

En este contexto, es importante destacar que muchas de las decisiones de relevancia en este tipo de empresas son tomadas de manera intuitiva o basadas en situaciones semejantes que se vivieron en el pasado y donde los miembros de las empresas continúan replicando lo aprendido de padres a hijos, cabe mencionar que en este tipo de empresas hay aspectos que no se encuentran debidamente planificados y sin ningún protocolo organizacional, siendo así que los tiempos han cambiado y los procesos se encuentran automatizados, se considera imprescindible alcanzar la nueva tecnología para satisfacer cada una de las necesidades de los clientes y cumplir sus expectativas, ya que una equivocada determinación podría significar pérdidas para la empresa en el aspecto económico y de prestigio.

Hoy en día, la Gestión de la Administración de la Información en este tipo de organizaciones no se da de forma establecida, partiendo del hecho en que la mayoría

por no decir todas no cuentan con bases de datos que les permita observar su gestión general, tampoco con sistemas de tecnología a la vanguardia, por lo que esto dificulta que la información que se genera, pueda ser registrada, sistematizada y utilizada de manera útil, a diferencia de los grandes grupos empresariales que cuentan con todas las herramientas tecnológicas actualizadas para la implementación de cada uno de sus procesos.

La principal intención de esta problemática de estudio es que a través de la Gestión de la Administración se pueda analizar todo el flujo de información que nace de la transformación de los datos, con el fin de influir de manera positiva en la Toma de Decisiones de las empresas, ancladas a las necesidades que van surgiendo día a día.

### **1.3. Formulación del Problema**

¿Cómo incide la Gestión de la Administración de la Información para la toma de decisiones en Empresas Familiares?

### **1.4. Sistematización del Problema**

- a. ¿Cómo se fundamenta teóricamente la Gestión de la Administración de la Información y la Toma de Decisiones?
- b. ¿Cuál es la situación actual respecto al uso de la Gestión de la Administración de la Información en la Toma de Decisiones en Empresas Familiares?
- c. ¿Cuál es la metodología que se maneja en la Gestión de la Administración de la Información en la Toma de Decisiones en Empresas Familiares?
- d. ¿Cómo elaborar una propuesta que permita utilizar la Gestión de la Administración de la Información para la Toma de Decisiones en Empresas Familiares?

## **1.5. Delimitación el Problema de Investigación**

### **1.5.1. Delimitación temporal**

De julio de 2021 a marzo de 2022.

### **1.5.2. Delimitación espacial**

Empresa familiar de la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

## **1.6. Línea de Investigación**

Desarrollo empresarial y del Talento Humano.

- Gestión integral de procesos de empresas y emprendimientos.

## **1.7. Objetivos de la Investigación**

### **1.7.1. Objetivo General**

Evaluar la incidencia de la Gestión de la Administración de la Información para la toma de decisiones en Empresas Familiares.

### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- a. Fundamentar teóricamente la Gestión de la Administración de la Información y la toma de decisiones.
- b. Diagnosticar la situación actual respecto al uso de la Gestión de la Administración de la Información para la toma de decisiones en Empresas Familiares.

- c. Elaborar una propuesta que permita la utilización de la Gestión de la Administración de la Información para la toma de decisiones en Empresas Familiares.

## **1.8. Justificación de la Investigación**

### **1.8.1. Justificación Teórica**

El estudio de la Gestión de la información (GI) se refiere a la denominación convencional de un conjunto de procesos por los cuales se controla el ciclo de vida de la información, desde su obtención (por creación o captura), hasta su disposición final (su archivo o eliminación). Este proceso explica el comportamiento de la información que se genera de una data en específico y el posible uso que se le puede dar.

Las empresas que la Gestión de la Administración de la Información definen este proceso como valioso, ya que toda la información relevante puede ser visualizada para crear modelos que ayuden a predecir comportamientos de clientes o potenciales, así como la potencial influencia que tendrán en la toma de decisiones.

### **1.8.2. Justificación Práctica**

En la nueva era de la tecnología, las grandes empresas se nutren de toda la data que generan de manera cotidiana para tomar decisiones de forma correcta y minimizar errores, al mismo tiempo que buscan incrementar su rendimiento y mantener su productividad.

La influencia de esta herramienta permite a la empresa mejorar su relación con el cliente, así como tener una mayor garantía al extraer datos que se conviertan en información precisa.

### **1.8.3. Justificación Metodológica**

Este estudio se basa en la metodología cualitativa y cuantitativa, mismas que tienen como objetivo recopilar todos los datos de información basadas en un comportamiento en específico y que a través de esta información se pueda generar una toma de decisiones en beneficio de la empresa.

Así como la de requerir de los registros de data para que los administradores puedan llegar a conclusiones que mejoren sus procesos.

### **1.9. Idea a Defender**

La Gestión de la Administración de la Información incide en la Toma de Decisiones en Empresas Familiares.

### **1.10. Variables de Estudio:**

- La Gestión de la Administración de la Información.
- Toma de Decisiones en Empresas Familiares.

## CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes Referenciales

Esta investigación busca que la información que se genera en las actividades que desarrollan las Empresas Familiares, pueda ser tomada como guía para la mejora de la Toma de Decisiones en todos los procesos de la empresa.

En este sentido Altamirano (2014) menciona que: “Generalmente diferentes tipos de empresas con administración familiar o no, aplican modelos de administración sin conocer a fondo conceptos o fundamentos de esta, así como de administración estratégica”. (pág. 99). Se debe tener en cuenta que cada proceso debe tener una estrategia de implementación, para que la información que genere sirva para el crecimiento de la empresa.

Por otra parte, también se considera significativo controlar la gestión que realiza la empresa, a lo que Muentes (2013) hace referencia a: “La generación de hoy debe capacitarse en todos los procesos que conlleva responsabilidad de la administración de una organización empresarial y familiar” (pág. 17). Con esto, es sustancial destacar que cada miembro participante de la empresa debe tener una preparación anticipada a la posición que desempeña.

La Gestión Administrativa que realizan las empresas es el proceso más representativo para una correcta administración dentro de las mismas; es por eso por lo que Coque (2016) y sus palabras:

La gestión implica de requerimientos que necesita cumplir la empresa, para lograr sus objetivos organizacionales; y aunque la gestión a simple vista parece sencilla y que cualquier persona puede ejecutarla, en el mundo real de la empresa sucede todo lo contrario, se necesita una persona (gestor) que esté completamente capacitado y sepa hacer correctamente su trabajo. (pág. 21).

El Gestor o Administrador debe tener una visión amplia de su negocio y de las mejores estrategias que puede aplicar para lograr la mejora continua de la empresa.

Esta investigación considera relevante tener en cuenta que las Empresas que tienen sus negocios de manera familiar manejan la Organización desde la perspectiva de continuidad de la propia familia, a lo que Parreño (2019) indica:

La familia y la empresa familiar comparten características culturales, conceptuales, de cara al futuro de la empresa, estudiando aspectos tan importantes como los mencionados anteriormente. Cambiar esta cultura, es una tarea muy dura, pues es una estructura cohesionada y enraizada en lo más profundo de su ser, sus valores y convicciones. Esta cohesión y profunda convicción, da paso a la conformación de la Familia Empresaria, quien ve oportunidades de crecimiento, diversificación de su negocio y la generación constante de valor, reinventándose permanentemente, evitando el estancamiento, la dependencia de un solo tipo de negocio y por ende el cierre prematuro o la quiebra. El punto de partida de una empresa familiar es el emprendimiento, están siempre en busca de nuevos proyectos, estudiando y entendiendo el comportamiento del mercado y saben que con el paso de los años el mercado cambia, y emprenden en su misma empresa, en diferentes sectores e incluso en áreas no relacionadas e incursionan en ellas, garantizando la prosperidad de las futuras generaciones. (pág. 14)

Se entiende que la familia funciona como el núcleo de cada ser humano, y a través de la concepción de crear un negocio, siempre toma la decisión de mantenerse arraigada así misma, siendo esto que los propios negocios se heredan de padres a hijos.

Por lo antes mencionado, se vuelve indispensable considerar los cambios que viven las Empresas en cada uno de sus procesos, a lo que Tomalá (2017) replica:

Todas las compañías son frágiles a las transformaciones constantes del medio ambiente que las rodea, fundamentalmente a los ciclos y transiciones de las economías, la situación que se presentan en los mercados, el progreso tecnológico, la contemplación financiera de mayores conglomerados y las medidas de la estructura corporativa de los diferentes países. (pág. 34)

## **2.2. Definición de la Administración**

En la actualidad todas las empresas, grandes y pequeñas tienen un registro activo de toda la información que se genera en cada una de las transacciones y actividades que realizan, es ahí donde se vuelve imprescindible contar con la gestión de la administración de la información.

Se resalta como definición importante: “Administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar”. (Fayol, 1916, pág. 1)

El proceso de la administración permite organizar y ejercer control sobre toda la información que se registra en la empresa.

Koontz (2004) define a la administración como: “La dirección de un organismo social y su forma efectiva en alcanzar sus objetivos fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes” (pág. 6)

Las empresas del Ecuador a través de sus negocios reconocen la importancia de administrar cada una de las actividades que desempeñan, es así como este estudio permite observar cómo se desarrolla la administración a través de la información que se genera en cada una de sus actividades.

### **2.2.1. Definición de la Gestión de la Administración**

Cruz (2013) indica que:

La Gestión de la Administración es el conjunto de fases o pasos a seguir para darle solución a un problema administrativo, en él se encuentran problemas de organización, dirección y la solución a esto es tener una buena planeación, un estudio previo y tener los objetivos bien claros, para poder hacer del proceso lo menos trabado posible. (pág. 33)



Esto hace referencia, a que la gestión de la administración es el conjunto de actividades que se realiza para dirigir una organización, mediante la dirección de diferentes actividades definidas por las funciones encomendadas, en donde la empresa utiliza recursos y diversos esfuerzos que puedan coordinar todas estas acciones al interior de la empresa.

La Gestión de la Administración propone una evaluación preliminar y exhaustiva de la situación actual, de tal forma que se conozcan todos y cada uno de los procesos administrativos desarrollados dentro de la institución y los elementos que intervienen en ellos, tanto personal, como material. (Ramírez, 2016, pág. 10)

Desde épocas anteriores los diversos negocios, han tenido la necesidad de conocer cada proceso que se genera a través del direccionamiento o las directrices que se dan para el desarrollo de la empresa; de qué forma cada proceso mejora, y la recopilación de la Información y como le permite implementar una estrategia competitiva que incida en la Toma de Decisiones.

### **2.2.2. Sobre la Información**

La Información se ha vuelto un factor clave para la Toma de Decisiones Empresariales, cada directivo, jefe y colaborador en general de una Empresa, responde a los diferentes datos que genera en su diario colaborar frente a las funciones atribuidas.

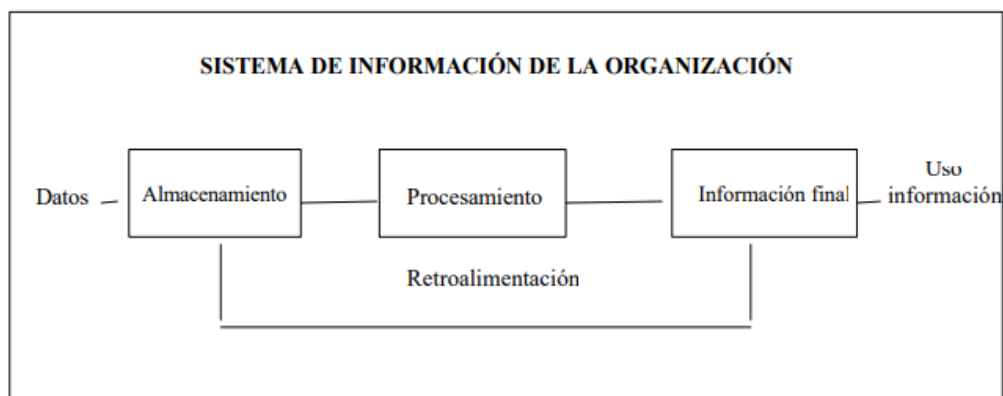
Muñoz (2003) indica que: “Entendemos como información corporativa aquella que una empresa lanza al exterior, de manera que le permita controlar sus canales y sus contenidos” (pág. 8).

En consideración a lo mencionado, podemos atender que los datos recopilados en un determinado proceso, la convierte en la principal herramienta que permitirá manejar los productos, precios, y calidad que la empresa ofrezca a todos sus grupos de interés.

### 2.2.2.1. Definición de un Sistema de Información

Heeks (1998) menciona que: “Un Sistema de Información es el conjunto de personas, datos, información, herramientas de procesamiento y almacenamiento de información dentro de una organización a través de las Tecnologías de la Información y Comunicación” (pág. 4) Con lo antes expuesto, se entiende que un Sistema de Información es un conjunto de herramientas en general, que operan y permiten establecer procesos dentro de una Organización a partir del buen uso de la tecnología y de la forma de comunicación y que le permiten obtener datos significativos para en este caso en particular, potencializar las ventas de la empresa.

Hernández (2003) refiere que cada sistema de información toma como materia prima los datos que genera, los cuales son almacenados, procesados y a su vez transformados para obtener un resultado final de datos, la misma que será retroalimentada a los distintos usuarios que intervienen y forman parte de este sistema, con el propósito de valorar si la información generada es conveniente a lo esperado o de qué forma podrá servir para la mejora continua de los procesos. (pág. 2). **Ver figura 1.**



**Figura 1. Sistema de Información de la Organización Empresarial: funciones.**

Fuente: Hernández (2003)

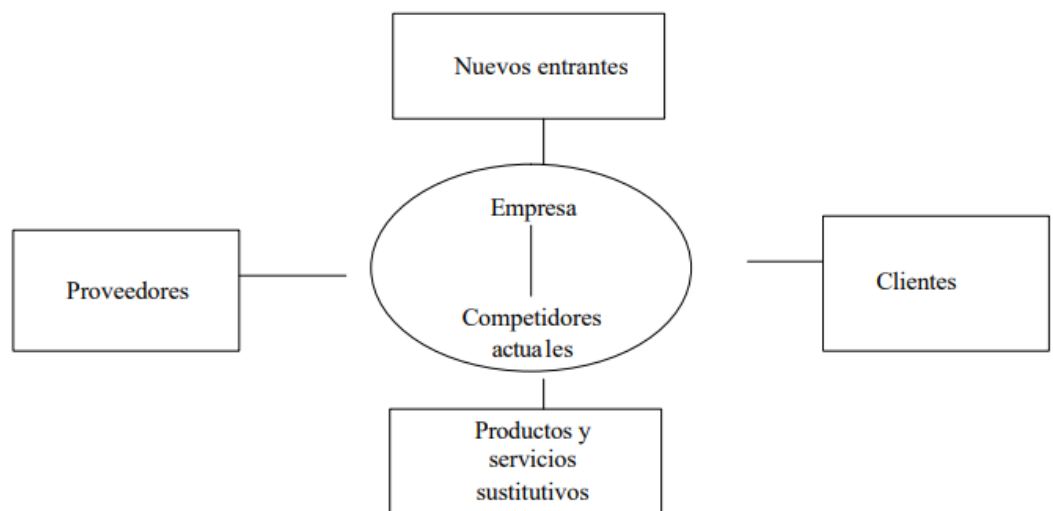
Es importante resaltar que además de los datos, los componentes básicos de un Sistema de Información también son los usuarios, estos pueden ser: empleados, directivos y cualquier colaborador perteneciente a la organización; así como los

equipos, estos pueden ser: programas informáticos, software, hardware, tecnología de información y de telecomunicaciones.

### ***2.2.2.2. Los Sistemas Estratégicos de Información***

Laudon y Laudon (1996) definen a los Sistemas Estratégicos de Información como: “Sistemas computacionales a cualquier nivel en la empresa que cambian las metas, operaciones, servicios, productos o relaciones del medio ambiente para ayudar a la institución a obtener una ventaja competitiva”. (pág. 6) Con esto podemos entender que los Sistemas de Información son indispensables para todas las áreas de la Organización porque mantienen activos los procesos con nueva información lo que le permite mantenerse a la vanguardia de su competencia.

Es así como Porter (1982) hace referencia a que: “Una organización puede plantearse utilizar el modelo de fuerzas competitivas, donde la empresa relaciona las amenazas y oportunidades que puede encontrarse con los agentes externos y actuar en consecuencia”. (pág. 8). **Ver figura 2.**



**Figura 2. Núcleo Competitivo de Porter.**

Fuente: Porter (1982)

Partiendo del modelo mencionado, podemos destacar que los sistemas de información se utilizarían para competir y lograr unos excelentes efectos:

- a) Amenaza de nuevos participantes
- b) Amenaza de productos o servicios sustitutivos
- c) Rivalidad con los competidores actuales
- d) Poder negociador de clientes y proveedores. (Porter, 1982, pág. 8)

### **2.2.3. ERP**

#### ***2.2.3.1. Definición de un ERP***

Uno de los Sistemas de Información más utilizados en las empresas es el ERP, a lo que se acota:

En el mundo de los negocios se conoce como ERP, al sistema de planificación de recursos empresariales, que adquiere esa denominación por abreviación de su nombre en inglés (Enterprise Resource Planning), el cual es definido como aquel sistema encargado de albergar la información de todos los datos y procesos que se llevan a cabo en la empresa. (CONCEPTO DEFINICIÓN, 2021, pág. 1)

El ERP es el sistema central que contiene todas las operaciones realizadas por la Organización, las mismas que le permiten comprender el funcionamiento de esta y que apoyan las decisiones que toman los Administradores de la empresa.

#### ***2.2.3.2. Tipos de empresas que utilizan un ERP***

“Las empresas que mayormente utilizan ERP son las de producción, manufactura, logística, almacenamiento e información tecnológica. Alojando en el ERP, información sobre su inventario, producción, distribución, logística, contabilidad y facturas” (CONCEPTO DEFINICIÓN, 2021, pág. 1)

Este Sistema de Información, facilita los procesos dentro de la empresa, brindando datos que permitirán la mejora continua en la administración.

### **2.2.3.3. Características de los ERP**

Dentro de las principales características de un ERP destacan las siguientes:

- **Adaptabilidad:** Capaz de adaptarse a las necesidades futuras de la empresa según su tiempo.
- **Integración:** Idóneo para integrarse con otras aplicaciones del negocio.
- **Escalabilidad:** Posibilidad de desarrollarse de manera constante, tienen una estructura modular capaz de incorporar múltiples funcionalidades.
- **Análisis de Información:** Capacidad de analizar los datos más relevantes de la empresa y medir los resultados. (SOFT DOIT, 2022, pág. 1)

### **2.2.3.4. Módulos de un ERP**

De acuerdo con las necesidades y tipos de empresas se menciona los siguientes módulos de ERP:

- **Cadena de suministro:** El software SCM (*Supply Chain Management*) optimiza y automatiza la gestión de la cadena de suministro, desde el pedido de materiales, al almacenaje y la entrega al cliente final.
- **Producción y fabricación:** Ideal para la planificación de la fabricación en cada una de sus fases, stock, trazabilidad, cadena de suministro, requerimientos materiales, etc.
- **MRP y MRP II:** Planificación de Requerimientos Materiales en los procesos productivos.
- **Gestión de pedidos (OMS):** Centraliza todos los pedidos de clientes que recibe una empresa en una única herramienta.
- **Gestión del inventario:** Controla los niveles de stock existentes, gestiona la entrada y salida de productos en comercios, tiendas online, cadenas de montaje, fábricas, etc.

- **Contabilidad:** Realiza los cierres contables y financieros, la gestión analítica y se adapta a las obligaciones fiscales del momento.
- **Facturación y presupuestos:** Realiza la gestión de todo tipo de negocio, automatiza cálculos e impuestos.
- **Compras y módulo de ventas:** Gestiona la actividad comercial, como la creación de promociones o el seguimiento de compras.
- **Control de calidad:** Garantiza que productos o servicios ofrecidos cumplen con los estándares de seguridad y calidad establecidos en tu sector.
- **Gestión de residuos:** Controla y programa las metodologías de tratamiento más eficientes cumpliendo con la normativa legal, generando la documentación necesaria. (SOFT DOIT, 2022, pág. 3)

Lo óptimo y más recomendado para las empresas es poder encontrar un ERP para la gestión integral de la empresa.

## **2.2.4. La Toma de Decisiones**

### ***2.2.4.1. Definición de la Toma de Decisiones***

La Toma de Decisiones en el ámbito empresarial atiende a los diferentes niveles de acciones según la jerarquía de la Organización, y va tomando forma de acuerdo con las necesidades de la empresa.

Arias (2020) indica:

La Toma de Decisiones en una empresa tiene como fin decidir sobre las posibles alternativas de una oportunidad o soluciones a un conflicto de manera que se alineen con los objetivos corporativos.

Todos los días el empresario debe tomar decisiones y una forma eficiente de hacerlo es conocer cómo hacerlo. Para llevar a cabo esta parte esencial de su trabajo debe saber qué sucede, cómo ha surgido, por qué ha ocurrido o qué quiere conseguir. Este proceso es esencial en mercados globales y cambiantes. (pág. 5)

A su vez, se puede indicar que la toma de decisiones nace de la concepción de proponer y dar solución a una problemática, generando facilidad a la empresa para adaptarse a cualquier cambio que se suscite. La capacidad de reacción de cada directivo, colaborador y propiamente de la empresa a enfrentar cada eventualidad es fundamental para generar una nueva oportunidad de desarrollo y minimizar los riesgos que se pueden dar tanto en: liquidez, administración en general, control de inventarios, satisfacción del cliente, y demás.

“La empresa ha sido objeto de estudio desde que, durante el siglo XIX, y fundamentalmente debido a la Revolución Industrial, su importancia fue creciendo ininterrumpidamente siendo considerada como una unidad socioeconómica y técnica” (Garza, 2007, pág. 2)

Por ello, también se considera necesario el estudio de los componentes que la integran y los que interactúan con ella. Para perseverar en el mercado, las empresas han ido acomodándose a los cambios del medio.

#### ***2.2.4.2. Etapas del proceso de la Toma de Decisiones***

Las etapas del proceso de la Toma de Decisiones se basan en la voluntad de acción, es decir la conciencia de que existe una necesidad de hacer algo para obtener un beneficio o evitar un daño. Así, la Toma de Decisiones inicia con una resolución individual o grupal de actuar.

1. Identificar y analizar el problema.
2. Identificar los criterios de decisión y ponderarlos.
3. Definir la prioridad para atender el problema.
4. Generar las alternativas de solución.
5. Evaluar las alternativas.
6. Elección de la mejor alternativa.
7. Aplicación de la decisión.
8. Evaluación de los resultados. (Balaguer, 2018, pág. 10)

## 2.2.5. Las Empresas Familiares

### 2.2.5.1. Empresa Familiar

Dentro del contexto latinoamericano y según lo que mencionan Vélez, Holguín, De La Hoz, Durán y Gutiérrez (2008):

La empresa familiar es aquella en la cual las personas de una o más familias ligadas por vínculos de parentesco poseen la suficiente propiedad accionaria de la empresa, el control de las decisiones y aplican un modelo de gestión interdependiente con el proceso de sucesión. (pág. 92)

Las Empresas Familiares son reconocidas y en ocasiones cuestionadas por la participación de varios miembros de la misma familia en el control de cada una de las operaciones que se realizan dentro de su organización, siendo que también se da la situación en que cada gestión registra diferentes procesos y diferentes tipos de liderazgo y de acción.

### 2.2.5.2. Los fines de la Empresa y de la familia

El principio y fin de cada negocio es el de generar dinero, esto significa ser productivo. Por otra parte, la familia tiene como motor el crear un vínculo estrecho basado en la convivencia y desarrollo de cada uno de sus miembros.

Abiti y Ocejo (2004) indican que: “Cuando la empresa está dirigida y gobernada por una familia, el resultado es que, en las decisiones de carácter empresarial, son los criterios de la familia los que acaban dominando sobre los criterios empresariales.” (pág. 9). **Ver figura 3.**



| <b>SISTEMA FAMILIAR</b>  | <b>SISTEMA EMPRESARIAL</b> |
|--------------------------|----------------------------|
| Emocional                | Va a lo concreto           |
| Enfoque hacia adentro    | Enfoque hacia fuera        |
| Poco cambio              | Mucho cambio               |
| Aceptación incondicional | Aceptación condicional     |

**Figura 3. Superposición de los Sistemas de la empresa familiar.**

Fuente: Braidot y Soto (1977)

### **2.2.5.3. Ventajas y Desventajas de una Empresa Familiar**

Braidot y Soto (1997) hacen referencia a: “Las empresas familiares desempeñan las actividades propias de cualquier organización y están permanentemente influenciadas por fuerzas positivas y negativas que por consecuencia condicionan su rendimiento se clasifican las ventajas y desventajas de la empresa familiar de la siguiente manera.” (pág. 94) Las Empresas familiares se encuentran de manera permanente bajo el condicionamiento del ambiente de la propia familia para el desarrollo de esta, por lo que de una y u otra forma generan influencia en la productividad de la empresa.

### **2.2.5.4. Ventajas**

Las ventajas simulan mucho los valores que crean y definen las empresas en general, mucho más si hablamos de las Empresas Familiares y de que camino estas trazan y siguen con el fin de lograr los objetivos deseados en su negocio.

- Compromiso.
- Conocimiento.
- Flexibilidad.
- Planeación a largo plazo.
- Confiabilidad y orgullo.
- Cultura estable. (Goyzueta, 2013, págs. 94-95)

Las Empresas Familiares presentan un gran sentido de pertenencia y de compromiso, razón por la cual pasan de generación en generación ya que parten del hecho de compartir información y conocimiento de padres a hijos, lo que les permite

mantenerse en el mercado y evolucionar conforme lo que se va suscitando en el presente de cada uno de ellos.

#### ***2.2.5.5. Desventajas***

Como desventajas destacan las características que vuelven de los procesos de las Empresas Familiares una gestión muchas veces basada en vivencias pasadas; con procesos desactualizados, enfrentamientos de cambio de directivos no necesariamente preparados para asumir los cargos, así como la posible presentación de problemáticas debido a la falta de liderazgo y correcto desempeño de labores.

- Rigidez.
- Desafíos comerciales.
- Sucesión.
- Conflictos emocionales.
- Liderazgo y legitimidad. (Goyzueta, 2013, págs. 96-97)

En repetidas ocasiones se vuelven un conflicto las riñas familiares que se pueden dar dentro y fuera del negocio; las problemáticas emocionales deben separarse y no ser involucradas dentro de la operatividad de la empresa.

#### **2.2.6. Empresas Familiares en el Ecuador**

Camino y Bermúdez (2018) indican que:

Las empresas familiares (EF) son la estructura productiva más antigua de la humanidad, representando un rol predominante en la economía de cada país. En Ecuador es notoria la importancia de las EF; en el 2016, las empresas de propiedad familiar aportaron con un 51% del PIB. Dentro de este estudio, también se ha obtenido que aproximadamente el 86% de las empresas son familiares, mientras que un 14% corresponde a empresas de estructura no-familiar. (pág. 1)

### 2.2.6.2. Tamaño de Empresas Familiares en el Ecuador

Los resultados obtenidos en el estudio de investigación de Camino y Bermúdez (2018) determinan lo siguiente: **Ver figura 4.**

|             | GRANDE | MEDIANA | PEQUEÑA | MICROEMPRESA | TOTAL  |
|-------------|--------|---------|---------|--------------|--------|
| FAMILIAR    | 2.620  | 7.803   | 19.729  | 28.748       | 58.900 |
| NO FAMILIAR | 1.200  | 1.531   | 3.402   | 3.503        | 9.636  |

**Figura 4. Empresas Familiares por Tamaño.**

Fuente: Camino y Bermudez (2018)

## 2.3. Marco Conceptual

**Administrador:** Persona encargada de planear, organizar y controlar las actividades en la organización; así como del manejo de los recursos con la finalidad de conseguir los objetivos planificados. Juárez (2006)

**Automatización:** Es la optimización de tareas o actividades vía software. Estos procesos deberán ser eficientes, reducir costos y tiempos de ejecución. Llamas (2020)

**Big data:** Gran volumen de datos que demuestran la particularidad de ser extraídos y explotados con métodos tradicionales de la minería de datos con el fin de darles un valor en la toma de decisiones de la empresa. Bustamante (2019)

**Control:** Función que mide y corrige el ejercicio individual y organizacional con el objetivo de cumplir con la planificación de la empresa. Rojas (2005)

**Gestión Empresarial:** Son acciones enmarcadas a un plan estratégico de negocios y que aportan valor al desarrollo de la empresa. Orellana (2019)

**Innovación empresarial:** Entrada de nuevos productos o servicios en el mercado mediante la gestión que realiza la empresa. Significados.com (2021)

**Inventarios:** Registro de bienes que pertenecen a una persona natural o jurídica. Westreicher (2020)

**Inversión:** Actividad que consiste en dedicar recursos para obtener un beneficio de cualquier tipo. López (2018)

**Proceso Comercial:** Acción donde se emplean estrategias de ventas, marketing, relaciones públicas y demás esfuerzos para alcanzar un mejor posicionamiento en el mercado. (Orellana & Orellana, 2020)

**Productividad:** Razón de producción de calidad de productos, servicios, insumos y/o actividades en un periodo determinado. Rojas (2005)

**Proveedores:** Persona natural o jurídica que suministra un determinado producto o servicio a un tercero o sociedad. Sánchez (2018)

**Registro:** Espacio físico o digital donde se deja constancia de una acción con el fin de que terceras personas posean información al respecto. Westreicher (2020)

**Satisfacción al cliente:** Es la medición de bienestar o satisfacción que puede tener un cliente sobre los productos y servicios de una empresa. Peiró (2018)

**Sistematización:** Proceso permanente y acumulativo de construcción de conocimiento a partir de la experiencia de acción/intervención en la realidad de la empresa. Rojas (2005)

**Tecnología:** Es el conjunto de técnicas que se aplican de manera organizada para alcanzar un objetivo o resolver alguna problemática. Roldán (2017)

## **2.4. Marco Legal y Normativa**

Sobre las Empresas en Ecuador:

### **2.4.1. Ley de Compañías**

Sección 1, Disposiciones Generales, Art. 3.- manifiesta que: “Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad. El objeto social de la compañía deberá comprender una sola actividad empresarial...”. (LEY DE COMPAÑÍAS, 2014, pág. 2)

La Compañía debe tener un solo objeto social, dedicarse de manera expresa a una actividad económica con la principal condición de ejercer sus derechos como empresa y cumplir con sus deberes de acuerdo con la actividad planteada, como empresa familiar promulgando sus intereses de cumplimiento y de organización con el fin de generar mayor impacto en el mercado.

### **2.4.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones**

El Código Orgánico de la Producción ecuatoriano vigente desde 2010, LIBRO III DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Capítulo II De los Órganos de Regulación de las MIPYMES menciona: “Art. 54.- Institucionalidad y Competencias. - El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de

la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes: a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero; ...”. (CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, 2018, págs. 24-25)

Así también, se puede referenciar que las Microempresas del Ecuador tienen como objetivo generar desarrollo productivo a nivel nacional. Este estudio plantea la importancia de que cada Empresa Familiar pueda manejar su propio Sistema de Información con el propósito de satisfacer las necesidades de sus consumidores y mejorar la operatividad de la compañía y su incidencia en la Toma de Decisiones.

Dentro de las principales funciones que se rigen en el Código Orgánico de la Producción, destacan la necesidad de promover herramientas que apoyen la administración de la información, así como el desarrollo organizacional de las empresas.

## **CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA/ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **3.1. Enfoque de la Investigación**

El enfoque que se utilizó en esta investigación fue mixto.

**CUALITATIVO:** La relevancia de este proceso se basa en las opiniones y resultados que se han obtenido del enfoque cualitativo, mismo que se gestionó a partir de la entrevista realizada dos administradores de la empresa.

**CUANTITATIVO:** Igualmente este estudio busca recopilar toda la información basada en los registros de las diversas transacciones generadas en la empresa como estos datos pueden incidir en la Toma de Decisiones.

### **3.2. Tipo de Investigación**

**DESCRIPTIVA:** En este caso, la investigación permitió estudiar los fenómenos que se presentan en el día a día de la Empresa, a través de las actividades que predominan en cada uno de los procesos que se desarrollan en base a la información que ingresa, así como las características y los comportamientos de los miembros de la empresa, de sus clientes, y de sus administradores.

### **3.3. Métodos y técnicas utilizados**

#### **3.3.1. Métodos**

**INDUCTIVO:** El método utilizado en esta investigación fue el inductivo, ya que se analizó la gestión administrativa que se realiza dentro cada uno de los procesos, así como el desarrollo por parte de los colaboradores de la empresa y como el

consumidor final responde a este proceso. A través de este método se puede observar, estudiar y conocer cada una de las características genéricas o comunes que se reflejan en la realidad de los datos generados por la empresa y con los que se podrá elaborar una propuesta de trabajo de acuerdo con la problemática considerada.

**ANALÍTICO:** Este método permitió, a partir del conocimiento general de la problemática obtener distinción, conocimiento y clasificación de los distintos elementos esenciales que forman parte de esta y de las interrelaciones que se generan entre todas las variables involucradas en el Sistema de Información de la compañía.

### **3.3.2. Técnicas**

Con el objetivo de poder validar lo planteado en esta investigación; las técnicas utilizadas fueron:

- Observación Directa a través de una Guía de Observación.
- Entrevista.
- Encuesta

#### ***3.3.2.1. Observación Directa***

La Observación directa fue realizada a través de una Guía de Observación, misma que fue aplicada a los Administradores de la empresa.

##### ***3.3.2.1.1. Guía de Observación***

La Guía de Observación estuvo comprendida por 15 criterios para evaluar.



### **3.3.2.2. Entrevista**

La entrevista fue aplicada a los Administradores de la Compañía.

### **3.3.2.3. Encuesta**

La encuesta estuvo dirigida a 20 clientes de la empresa, siendo estos seleccionados por realizar compras habituales.

## **3.4. Población**

La población de este estudio son 500 clientes de una empresa familiar de productos de consumo masivo “Comercial Felipito”, ubicado en la Ciudadela Las Orquídeas, sector norte de la ciudad de Guayaquil (COMERCIAL FELIPITO, 2021)

## **3.5. Muestra**

Esta muestra fue no probabilística y por conveniencia, ya que el investigador mantiene contacto con los Administradores del Comercial.

Esta muestra estuvo por 20 clientes de la empresa a quienes se les aplicó una encuesta; siendo estos quienes realizan sus compras con más frecuencia en el Comercial con un promedio de \$300 en compras mensuales; así como dos familiares que ejercen la función de Administradores y son quienes toman las decisiones en la empresa, a quienes se les pudo aplicar una Entrevista y Guía de Observación. **Ver tabla 1.**

Tabla 1

*Distribución de la muestra clientes de la Encuesta*

| Criterio                  | Número de clientes |
|---------------------------|--------------------|
| Mayores compras mensuales | 20                 |
| Total                     | 20                 |

Elaborado por: Mora (2022)

### **3.6. Análisis, interpretación y discusión de los resultados**

#### **3.6.1. Observación**

La observación directa fue realizada a través de una Guía de observación, la cual tuvo como objetivo recolectar información acerca del desempeño de los administradores en el proceso de la Gestión de la Administración de la Información para la Toma de Decisiones de la empresa; cómo se lleva a cabo el trato cotidiano con el cliente interno y externo de la empresa, de qué manera genera una buena atención con ellos, como se gestiona la data que maneja la empresa, que tipo de estrategias utilizan para la atracción de sus clientes y el servicio de atención que se les brinda, entre otros factores que influyen en una buena Toma de Decisiones.

La Observación directa se realizó a los dos Administradores del Comercial y estuvo comprendida por quince ítems que puntualizaron diversas actividades.

##### **3.6.1.1. Guía de Observación**

A continuación, se puede visualizar los ítems aplicados a los dos Administradores de la Compañía, en 5 días diferentes. Con una calificación mínima de 1 y máxima de 5. **Ver tabla 2.**

Tabla 2

**Guía de Observación para Administradores de Comercial Felipito**

| N° | Observación   | Adm. 1 | Adm. 2 | Adm. 1 | Adm. 2 | Adm. 1 | Adm. 2 | Adm. 1 | Adm. 2 | Adm. 1 | Adm. 2 | Promedio |
|----|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
|    |   | Día 1  | Día 1  | Día 2  | Día 2  | Día 3  | Día 3  | Día 4  | Día 4  | Día 5  | Día 5  |          |
| 1  | El control del inventario es realizado a través de su sistema tecnológico.  | 2      | 2      | 3      | 4      | 4      | 4      | 3      | 3      | 4      | 4      | 3,3      |
| 2  | El área de Tecnología tiene proyectos para expandir su sistema para el control de toda la empresa.                | 2      | 2      | 2      | 2      | 3      | 3      | 3      | 4      | 4      | 3      | 2,8      |
| 3  | La información registrada es usada para la toma de decisiones en la empresa.                                      | 2      | 2      | 2      | 2      | 3      | 3      | 4      | 4      | 4      | 4      | 3        |
| 4  | La base de datos de clientes se usa periódicamente para dar a conocer las estrategias comerciales de la empresa.  | 3      | 3      | 3      | 3      | 4      | 4      | 5      | 4      | 4      | 3      | 3,6      |
| 5  | Las medidas adoptadas para alcanzar las metas de ventas se basan en la información generada gracias al Marketing. | 3      | 3      | 4      | 3      | 4      | 3      | 3      | 3      | 3      | 3      | 3,2      |
| 6  | Los colaboradores son capacitados y hacen uso del sistema tecnológico de la empresa.                              | 3      | 3      | 3      | 2      | 4      | 4      | 4      | 5      | 3      | 5      | 3,6      |
| 7  | El Sistema tecnológico permite conseguir los objetivos planificados por la empresa.                               | 3      | 3      | 3      | 3      | 4      | 4      | 3      | 4      | 3      | 4      | 3,4      |
| 8  | Hacen uso permanente de la facturación electrónica de la empresa.   | 5      | 5      | 4      | 4      | 5      | 5      | 5      | 5      | 5      | 5      | 4,8      |
| 9  | Tienen inconvenientes en el manejo del sistema de información.  | 4      | 4      | 3      | 3      | 4      | 4      | 3      | 3      | 3      | 3      | 3,4      |
| 10 | Revisan de forma permanente la página web de la empresa.  | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1        |
| 11 | Monitorean la captación de nuevos clientes a través de la web.  | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1        |
| 12 | Mantienen presencia en redes sociales, Facebook, twitter, Instagram, WhatsApp Web.                                | 4      | 4      | 4      | 4      | 4      | 4      | 4      | 4      | 5      | 5      | 4,2      |
| 13 | Manejan un control de sus competidores principales y utilizan esta información para la toma de decisiones.        | 2      | 2      | 2      | 1      | 2      | 2      | 2      | 2      | 2      | 3      | 2        |
| 14 | Controla el stock disponible de productos.  | 2      | 3      | 3      | 3      | 4      | 4      | 4      | 5      | 4      | 3      | 3,5      |
| 15 | Controla las devoluciones o reclamos.   | 4      | 4      | 3      | 3      | 5      | 5      | 5      | 5      | 4      | 3      | 4,1      |

Elaborado por: Mora (2022)

**3.6.1.2. Resultados de la Guía de Observación**

Al momento de la aplicación de esta Guía de observación se determinó que, la empresa no cuenta con un sitio web disponible para los clientes lo que le impide poder mantenerse en contacto con ellos a través de esta plataforma, tampoco tiene un sistema tecnológico que le brinde facilidades en su operatividad, restringiendo su control de

inventarios, registro de compras para su abastecimiento y posterior expendio; la base de datos existente y toda la información generada a través de los procesos realizados no brinda las garantías de una comunicación acertada con los clientes; así como el correcto manejo de la información para los colaboradores y quienes administran el negocio lo que no les permite tomar mejores decisiones y demora el acatamiento de los objetivos delineados por la empresa.

### 3.6.2. Entrevista

La entrevista se realizó a los dos Administradores de la compañía, con el objetivo de conocer de qué manera administran la información que se genera en el desarrollo de sus procesos para la Toma de Decisiones.

#### 3.6.2.1. Entrevista a Administrador 1

**Objetivo:** Analizar como Administrador realiza la Gestión de la Administración de la Información para la Toma de Decisiones en una Empresa Familiar.

#### Datos generales de la entrevista:

|                                |                           |
|--------------------------------|---------------------------|
| <b>Nombres y apellidos:</b>    | ADEMIR FELIPE CRUZ FREIRE |
| <b>Cargo del entrevistado:</b> | ADMINISTRADOR             |
| <b>Fecha:</b>                  | DIC 23/2021               |
| <b>Nombre de la empresa:</b>   | COMERCIAL FELIPITO        |

1. ¿Qué sistemas de información gerencial maneja para los distintos departamentos como comercial, financiero, contable, recursos humanos?  
No se cuenta con un sistema de información gerencial, los temas son tratados directamente con los directivos y el personal operativo.
2. ¿Con qué tipos de bases de datos cuenta la empresa?  
La base de datos de los clientes del sistema CONTIFICO.

3. ¿Cuál es la metodología que se utiliza en la Gestión de la Administración de la Información en la toma de decisiones?  
Análisis de la cartera de clientes, de las existencias de mercaderías, auditoría de saldos de las cuentas más sensibles.
4. ¿Qué uso le da la empresa a la base de datos de clientes?  
Revisiones periódicas de los saldos de cartera.
5. ¿Qué estrategias comerciales de fidelización de clientes, posicionamiento de marca, promociones de venta, etc. ha realizado basado en la información de la base de datos de la empresa?  
Utilización de la red social FACEBOOK de Comercial Felipito para dar a conocer las promociones de ventas, así como la variedad de marcas que ofrece el negocio.
6. ¿Qué acciones de unificación y estandarización de procesos ha aplicado en la empresa?  
Al contar únicamente con una matriz sin sucursal no se ha realizado un proceso en ese sentido.
7. ¿Existe algún proceso documentado para la toma de inventarios dentro de la empresa? ¿En caso de que exista, se cumple?  
No se cuenta con documentación al respecto.
8. ¿Qué opina sobre el manejo de los precios de la empresa y cuál es su relación con la competitividad de la empresa frente a la competencia?  
La política de precios se maneja de acuerdo con el producto y en constante negociación con los proveedores tomando en consideración los precios de la competencia.
9. ¿Qué información de su base de datos empresarial le ayuda a tomar decisiones financieras, contables, administrativas de personal y de mercadeo?  
La evolución de las ventas, el nivel de la rotación de productos, la morosidad de la cartera de clientes.

10. ¿Cuál es la situación actual de la empresa respecto al uso de la Gestión de la Administración de la Información en la Toma de Decisiones?

Presenta falencias por la falta de un mejor análisis y revisión de la información para tomar las decisiones más acertadas.

### 3.6.2.2. Entrevista a Administrador 2

**Objetivo:** Analizar como Administrador realiza la Gestión de la Administración de la Información para la Toma de Decisiones en una Empresa Familiar.

#### Datos generales de la entrevista:

|                                |                    |
|--------------------------------|--------------------|
| <b>Nombres y apellidos:</b>    | GUILLERMO ZAMBRANO |
| <b>Cargo del entrevistado:</b> | ASIST FINANCIERO   |
| <b>Fecha:</b>                  | DIC 26/2021        |
| <b>Nombre de la empresa:</b>   | COMERCIAL FELIPITO |

1. ¿Qué sistemas de información gerencial maneja para los distintos departamentos como comercial, financiero, contable, recursos humanos?  
Aun no se ha determinado un sistema que permita la fluidez de comunicación entre las áreas de la empresa.

2. ¿Con qué tipos de bases de datos cuenta la empresa?  
Con la que se encuentra en el sistema contable.

3. ¿Cuál es la metodología que se utiliza en la Gestión de la Administración de la Información en la toma de decisiones?  
Solo se realizan revisiones de ciertos ítems de productos y saldos de cartera de clientes.

4. ¿Qué uso le da la empresa a la base de datos de clientes?  
Para control del efectivo, cuenta bancos, saldos de inventarios y cartera de clientes.

5. ¿Qué estrategias comerciales de fidelización de clientes, posicionamiento de marca, promociones de venta, etc. ha realizado basado en la información de la base de datos de la empresa?  
Conversaciones directas con los proveedores de productos de alta rotación para establecer lo relacionado con el posicionamiento de la marca del proveedor.
6. ¿Qué acciones de unificación y estandarización de procesos ha aplicado en la empresa?  
No se ha tratado este aspecto del negocio.
7. ¿Existe algún proceso documentado para la toma de inventarios dentro de la empresa? ¿En caso de que exista, se cumple?  
Solo se empezó a registrar las nuevas presentaciones de ciertos productos para darle opciones a los clientes en cuanto a precio y cantidad, utilizando un formato de producción diaria.
8. ¿Qué opina sobre el manejo de los precios de la empresa y cuál es su relación con la competitividad de la empresa frente a la competencia?  
Está relacionado directamente con los precios que se negocian con los proveedores y los que se manejan en la competencia, al existir problemas por proveedores que ofrecen productos con precios muy por debajo del mercado por cuestiones de dudosa procedencia de estos.
9. ¿Qué información de su base de datos empresarial le ayuda a tomar decisiones financieras, contables, administrativas de personal y de mercadeo?  
Los saldos del efectivo, la cartera de clientes y los niveles de inventarios.
10. ¿Cuál es la situación actual de la empresa respecto al uso de la Gestión de la Administración de la Información en la Toma de Decisiones?  
Aun no se cuenta con un procedimiento idóneo para la toma de decisiones más acertadas.

### ***3.6.2.3. Triangulación de Entrevista***

En esta triangulación se realizó el respectivo análisis de lo indicado por el Administrador 1, Administrador 2 y por el investigador. **Ver tabla 3.**



Tabla 3

**Entrevista realizada a Administradores de Comercial Felipito**

| N° | Tema de la pregunta   | Administrador 1   | Administrador 2  | Investigador   |
|----|---|---|--|--|
| 1  | Sistemas de Información Gerencial.  | Los temas son tratados directamente con los directivos y el personal operativo.   | No se ha determinado un sistema que permita la fluidez de comunicación entre las áreas de la empresa.  | No existe un sistema automatizado para la Toma de Decisiones en la empresa.  |
| 2  | Tipo de Base de Datos.  | Sistema Contífico.  | Sistema Contable de la empresa.  | El sistema es utilizado para monitorear la contabilidad de sus cuentas.  |
| 3  | Metodología utilizada para la Administración de la Información en la toma de decisiones.  | Análisis de cartera de clientes, existencias de mercaderías, auditoría de saldos de las cuentas más sensibles.                            | Revisiones de ciertos ítems de productos y saldos de cartera de clientes.  | Mantiene una metodología que administra solo cierta información generada por la operatividad de la misma.  |
| 4  | Uso de la base de datos de clientes.  | Revisiones periódicas de los saldos de cartera.   | Control del efectivo, cuenta bancos, saldos de inventarios y cartera de clientes.  | La base de datos monitorea procesos de crédito y débito, dinero en efectivo y bancario; así como el registro de productos.   |
| 5  | Estrategias comerciales basadas en la información de la base de datos de la empresa.  | Red social FACEBOOK para dar a conocer las promociones de ventas, así como marcas que oferta.   | Conversaciones directas con proveedores de productos de alta rotación para establecer posicionamiento de la marca del proveedor.   | Como estrategias usa la red FACEBOOK y la comunicación inmediata con sus proveedores.  |
| 6  | Acciones de unificación y estandarización de procesos.  | Al contar únicamente con una matriz sin sucursal no se ha realizado un proceso en ese sentido.  | No se ha tratado este aspecto del negocio.   | No cuenta con ningún plan de acción para estandarizar y automatizar sus procesos.  |
| 7  | Proceso documentado para la toma de inventarios.  | No se cuenta con documentación al respecto.   | Solo se registran las nuevas presentaciones de ciertos productos para darle opciones a los clientes en cuanto a precio y cantidad, utilizando un formato de producción diaria. | Los procesos se realizan de forma empírica; sin contar con un registro y/o programa para el control de inventarios.  |
| 8  | Manejo de los precios de la empresa y su relación frente a la competencia.  | Precios de acuerdo con el producto y en constante negociación con los proveedores tomando en consideración los precios de la competencia. | Precios que se negocian con los proveedores y los que se manejan en la competencia.  | Los precios son acordados con el proveedor y en análisis a los que se ofertan en la competencia.   |
| 9  | Información de su base de datos empresarial para la toma de decisiones financieras, contables, administrativas de personal y de mercadeo. | Evolución de ventas, nivel de la rotación de productos, Saldos del efectivo, la cartera de clientes y los niveles de inventarios.         | Saldos del efectivo, la cartera de clientes y los niveles de inventarios.  | Par la toma de decisiones es importante el manejo de base datos para controlar el ingreso por ventas, la rotación de productos, la cartera de cliente y el dinero en efectivo existente. |
| 10 | Actualidad de la empresa respecto al uso de la Gestión de la Administración de la Información en la Toma de Decisiones.                   | Falencias por la falta de un mejor análisis y revisión de la la información para tomar las decisiones más acertadas.                      | No se cuenta con un procedimiento idóneo para la toma de decisiones mejoradas.   | No mantiene un proceso establecido y documentado que haya sido socializado con todo el comercial para la toma de decisiones.   |

Elaborado por: Mora (2022)

### 3.6.2.4. Resultados de la Entrevista

Cabe señalar que tanto el Administrador 1 como el Administrador 2 reconocen la importancia de contar con un Sistema de Información Gerencial que influya en la Toma de Decisiones y que les permita tanto a ellos como a los colaboradores manejar la misma información y la mejora de sus procesos.

A continuación, en la **tabla 4**, se detalla los aspectos que podrían mejorar la gestión de la administración de la información en la empresa.

Tabla 4

#### *Aspectos a mejorar según Entrevista*

| <b>Empresa</b>        | <b>Área</b>    | <b>Descripción</b>   | <b>Aspectos a Mejorar</b>  |
|-----------------------|----------------|--|--|
|                       | Administrativa | Gestiona y administra la información general y gerencial para la Toma de Decisiones. | Automatización de información.<br>Comunicación efectiva.<br>Registro de procesos.<br>Modelo de uso de sistema de gestión.<br>Capacitación al personal. |
| Comercial<br>Felipito | Tecnológica    | Administra las herramientas informáticas para el desarrollo de los procesos.         | Herramienta tecnológica.<br>Modelo de uso de sistema de gestión.<br>Capacitación al usuario.   |
|                       | Comercial      | Realiza los procesos de visualización, venta y entrega de productos.                 | Planificación de plan anual.<br>Visualización efectiva para clientes.<br>Control de inventarios.   |

Elaborado por: Mora (2022)

### 3.6.3. Encuesta

La encuesta fue realizada a 20 clientes frecuentes de la empresa, con el objetivo de tener información sobre la gestión en el proceso de comercialización de la empresa.

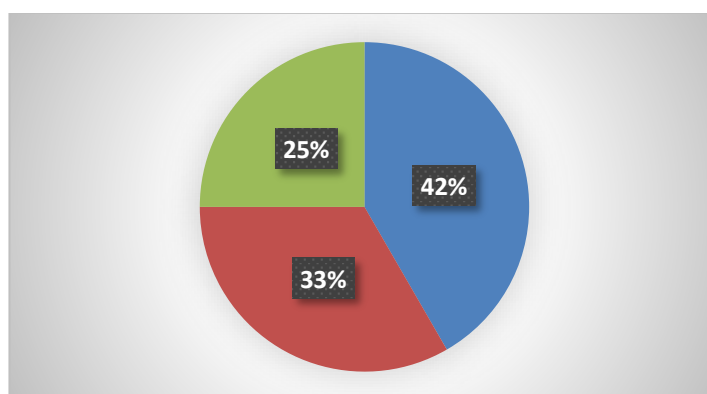
1. ¿Cómo califica el proceso de compra en el establecimiento? Marque con una X.  
(Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja). **Ver tabla 5.**

Tabla 5

#### *Proceso de Compra*

| Calificación | Encuestados | Porcentaje  |
|--------------|-------------|-------------|
| 5            | 12          | 42%         |
| 4            | 5           | 33%         |
| 3            | 3           | 25%         |
| 2            | 0           | 0%          |
| 1            | 0           | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>20</b>   | <b>100%</b> |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 5.** Proceso de compra de clientes.

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, se pudo obtener información de su apreciación sobre el proceso de compras, dando a conocer que el 42% califica con 5 puntos este proceso, el 33% lo califica con una puntuación de 4, y el 25% con una calificación de 3.

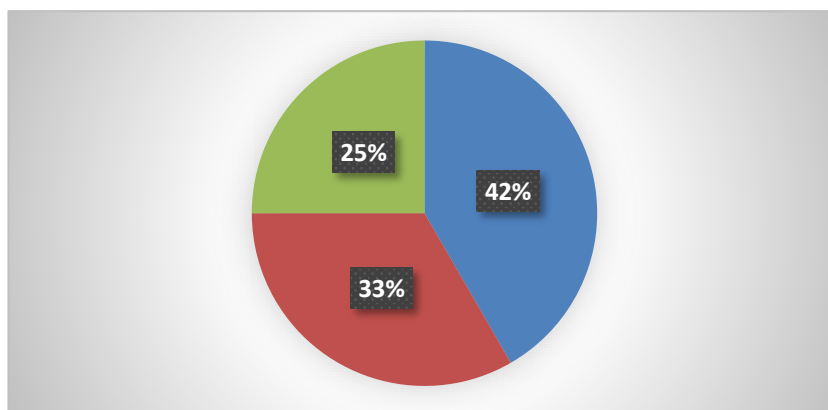
2. ¿Cómo califica el sistema tecnológico de la empresa? Marque con una X. (Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja). **Ver tabla 6.**

Tabla 6

*Sistema Tecnológico*

| Calificación | Encuestados | Porcentaje  |
|--------------|-------------|-------------|
| 5            | 2           | 25%         |
| 4            | 5           | 33%         |
| 3            | 13          | 42%         |
| 2            | 0           | 0%          |
| 1            | 0           | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>20</b>   | <b>100%</b> |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 6. Sistema Tecnológico de la empresa.**

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, se pudo obtener información de como ellos observan el Sistema Tecnológico actual de la empresa, dando a conocer que el 42% lo califica con 3 puntos, el 33% con una puntuación de 4, y el 25% con una calificación de 5.

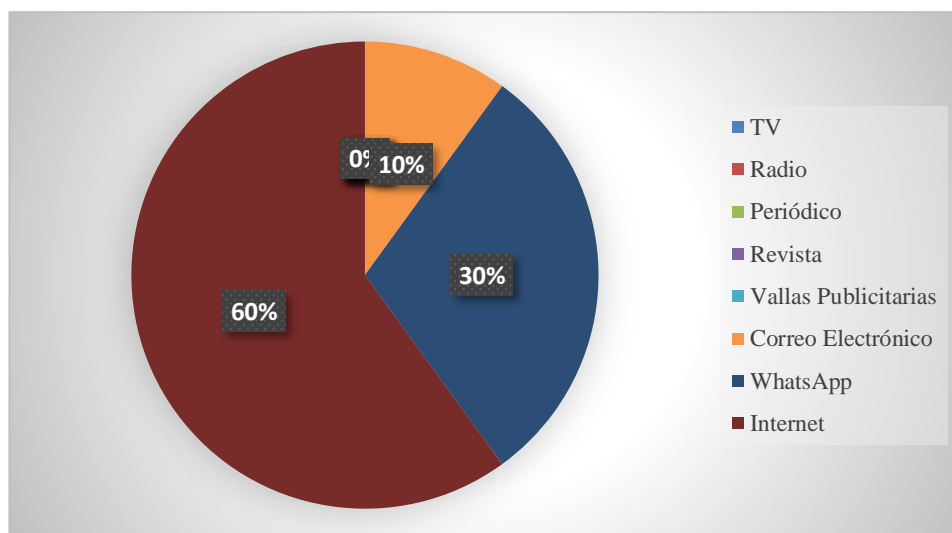
3. ¿Por qué medio usted se ha enterado de las promociones, ofertas y descuentos del establecimiento? **Ver tabla 7.**

Tabla 7

*Medios para Promociones*

| Medio                | Encuestados | Porcentaje  |
|----------------------|-------------|-------------|
| TV                   | 0           | 0%          |
| Radio                | 0           | 0%          |
| Periódico            | 0           | 0%          |
| Revista              | 0           | 0%          |
| Vallas Publicitarias | 0           | 0%          |
| Correo Electrónico   | 2           | 10%         |
| WhatsApp             | 6           | 30%         |
| Internet             | 12          | 60%         |
| <b>Total</b>         | <b>20</b>   | <b>100%</b> |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 7. Medios para Promociones, Ofertas y descuentos.**

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, se pudo obtener información de los medios por los cuales ellos reciben promociones, ofertas y descuentos del Comercial, dando como resultado que el 60% ha recibido notificaciones a través de Internet (Facebook e Instagram), el 30% a través de WhatsApp y el 10% a través de su correo electrónico.

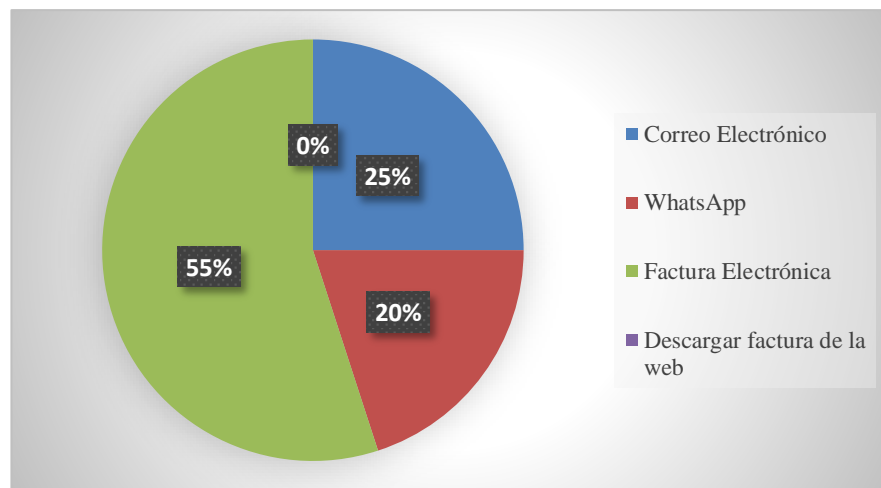
4. ¿Mediante qué forma le gustaría recibir su factura? **Ver tabla 8.**

Tabla 8

**Factura**

| <b>Forma</b>                | <b>Encuestados</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------------------|--------------------|-------------------|
| Correo Electrónico          | 5                  | 25%               |
| WhatsApp                    | 4                  | 20%               |
| Factura Electrónica         | 11                 | 55%               |
| Descargar factura de la web | 0                  | 0%                |
| <b>Total</b>                | <b>20</b>          | <b>100%</b>       |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 8.. Forma de recibir factura**

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, se pudo determinar de qué forma prefieren recibir sus facturas, obteniendo como resultado que el 55% prefieren una factura electrónica, el 25% mediante correo electrónico y el 20% por medio de WhatsApp.

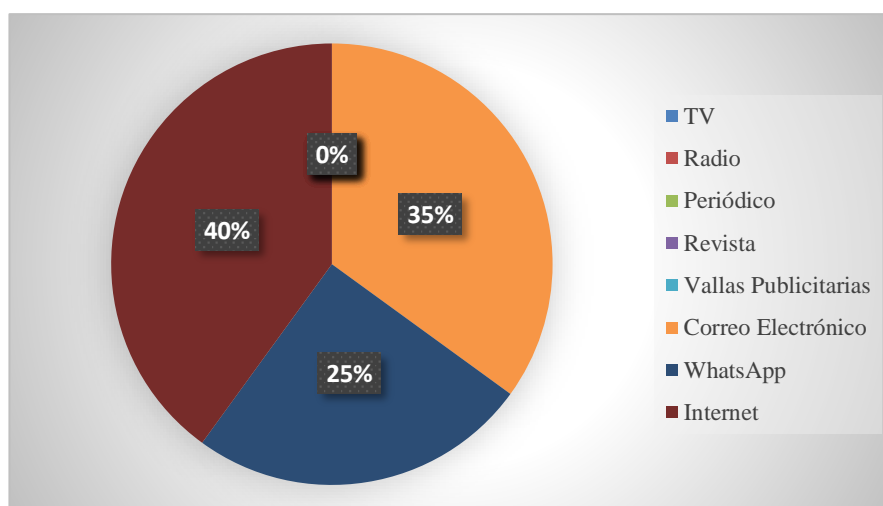
5. ¿De qué forma supo de la existencia del establecimiento? ¿Qué recomendaciones daría para que más personas lo conozcan? **Ver tabla 9.**

Tabla 9

*Sobre el establecimiento*

| Forma                | Encuestados | Porcentaje  |
|----------------------|-------------|-------------|
| TV                   | 0           | 0%          |
| Radio                | 0           | 0%          |
| Periódico            | 0           | 0%          |
| Revista              | 0           | 0%          |
| Vallas Publicitarias | 0           | 0%          |
| Correo Electrónico   | 7           | 35%         |
| WhatsApp             | 5           | 25%         |
| Internet             | 8           | 40%         |
| <b>Total</b>         | <b>20</b>   | <b>100%</b> |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 9. Comercial Felipito.**

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, se pudo conocer como los clientes lo conocieron, dando como resultado que el 40% lo hizo por medio de Internet (Facebook e Instagram), el 35% a través de correo electrónico y el 25% por WhatsApp.

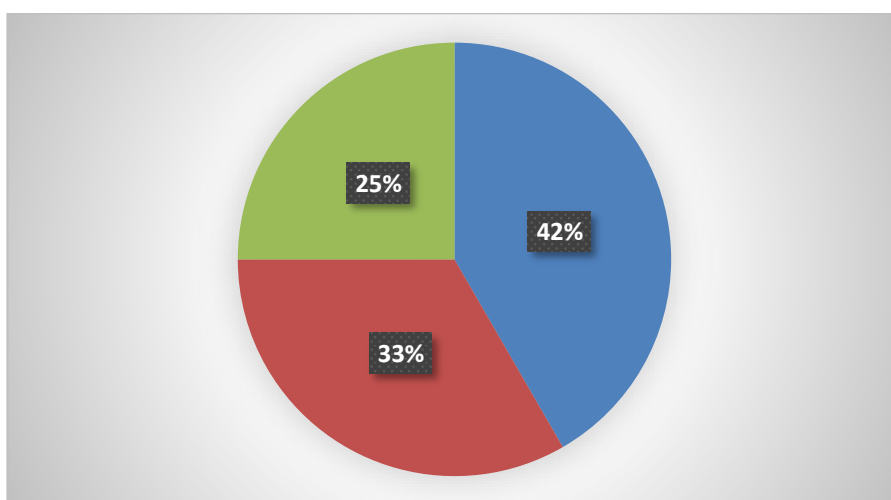
6. ¿Cómo califica el proceso de entrega de productos del establecimiento? Marque con una X. (Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja). **Ver tabla 10.**

Tabla 10

*Proceso de entrega*

| Calificación | Encuestados | Porcentaje  |
|--------------|-------------|-------------|
| 5            | 10          | 42%         |
| 4            | 7           | 33%         |
| 3            | 3           | 25%         |
| 2            | 0           | 0%          |
| 1            | 0           | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>20</b>   | <b>100%</b> |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 10. Proceso de entrega de productos.**

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, se pudo determinar que, sobre el proceso de entrega de productos, el 42% de los clientes lo califican con 5, el 33% le dieron una puntuación de 4 y el 25% lo calificaron con 3 puntos.



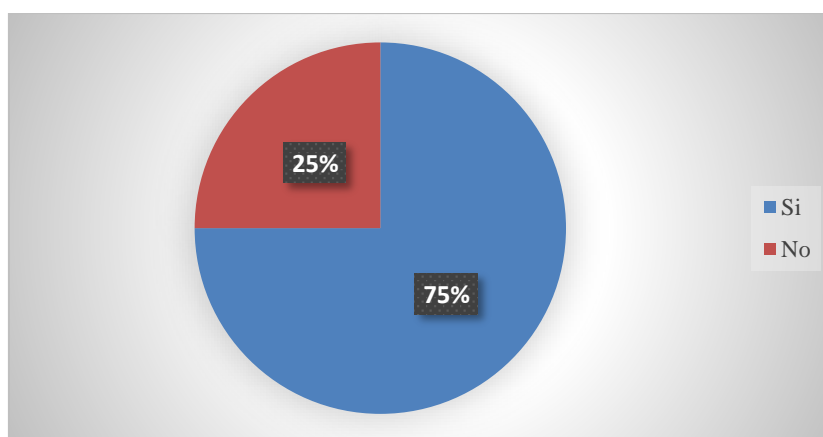
7. ¿Considera necesario que el establecimiento amplie su sistema tecnológico para atender de mejor manera al cliente? **Ver tabla 11.**

Tabla 11

*Ampliación de Tecnología*

| Sistema Tecnológico | Encuestados | Porcentaje  |
|---------------------|-------------|-------------|
| Si                  | 15          | 75%         |
| No                  | 5           | 25%         |
| <b>Total</b>        | <b>20</b>   | <b>100%</b> |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 11. Sistema Tecnológico para empresa.**

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, sobre la ampliación del Sistema Tecnológico existente, se pudo determinar que el 75% de los clientes considera necesario que la empresa mejore su sistema actual, mientras que el 25% no lo considera relevante.

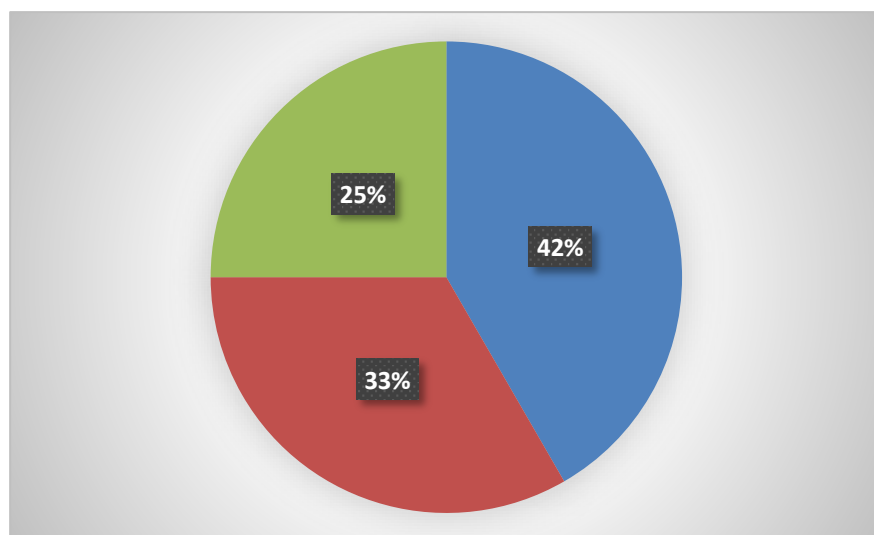
8. ¿Cómo calificara la satisfacción del servicio del establecimiento? Marque con una X. (Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja). **Ver tabla 12.**

Tabla 12

*Satisfacción del servicio*

| Calificación                | Encuestados | Porcentaje  |
|-----------------------------|-------------|-------------|
| 5                           | 11          | 42%         |
| 4                           | 6           | 33%         |
| 3                           | 3           | 25%         |
| 2                           | 0           | 0%          |
| 1                           | 0           | 0%          |
| <b>Total de Encuestados</b> | <b>20</b>   | <b>100%</b> |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 12. Servicio en Comercial Felipito**

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, sobre el servicio brindado a los clientes, se obtuvo como resultados que el 42% de los clientes lo calificó con 5 puntos, el 33% le dio una puntuación de 4 y el 25% le dio 3 puntos.

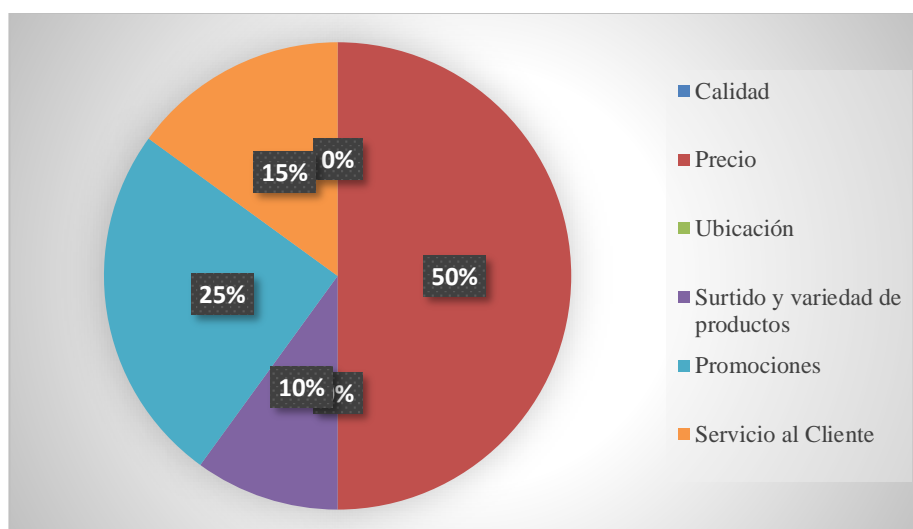
9. ¿Por qué razón compra los productos de la empresa? **Ver tabla 13.**

Tabla 13

*Razón de Compra de Productos*

| <b>Razón</b>                    | <b>Encuestados</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------------------------|--------------------|-------------------|
| Calidad                         | 0                  | 0%                |
| Precio                          | 10                 | 50%               |
| Ubicación                       | 0                  | 0%                |
| Surtido y variedad de productos | 2                  | 10%               |
| Promociones                     | 5                  | 25%               |
| Servicio al Cliente             | 3                  | 15%               |
| <b>Total</b>                    | <b>20</b>          | <b>100%</b>       |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 13. Sobre compra de productos.**

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, sobre porque las personas realizan sus compras en el establecimiento, se determinó que, el 50% compran debido al precio, el 25 a razón de las promociones, el 15% por el servicio al cliente y el 10% por el surtido y la variedad de productos que tienen.

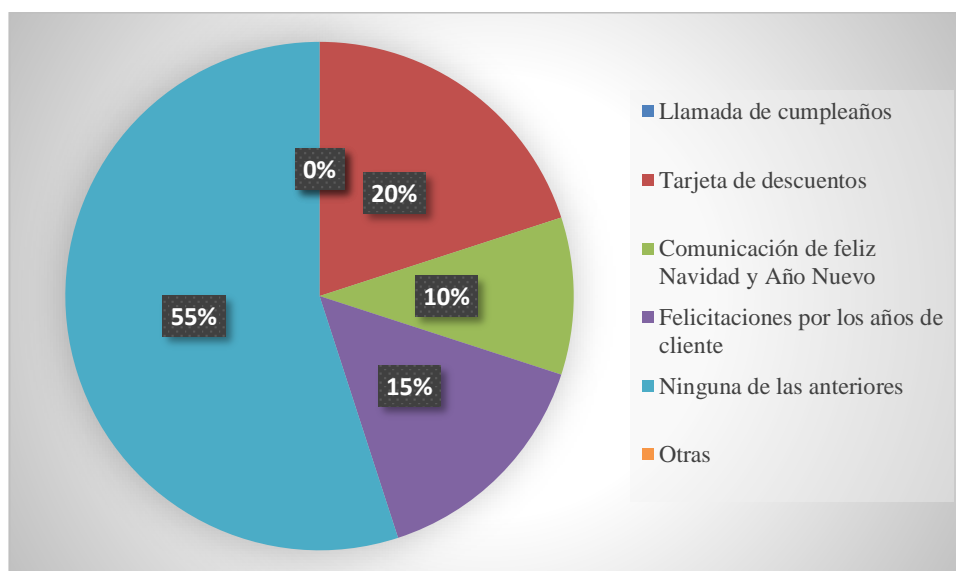
10. ¿Cuál de las siguientes atenciones personalizadas ha recibido? **Ver tabla 14.**

Tabla 14

*Atenciones personalizadas*

| <b>Atenciones Personalizadas</b>          | <b>Encuestados</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---|--------------------|-------------------|
| Llamada de cumpleaños                     | 0                  | 0%                |
| Tarjeta de descuentos                     | 4                  | 20%               |
| Comunicación de feliz Navidad y Año Nuevo | 2                  | 10%               |
| Felicitaciones por los años de cliente    | 3                  | 15%               |
| Ninguna de las anteriores                 | 11                 | 55%               |
| Otras                                     | 0                  | 0%                |
| <b>Total</b>                              | <b>20</b>          | <b>100%</b>       |

Elaborado por: Mora (2022)



**Figura 14. Sobre atenciones personalizadas a clientes.**

Fuente: Mora (2022)

**Interpretación:** De acuerdo con las encuestas realizadas a 20 clientes del Comercial Felipito, sobre las atenciones personalizadas que han recibido, se obtuvo como resultados que el 55% no ha recibido ninguna atención, el 20% por Tarjetas de descuentos, el 15% por Felicitaciones por años de clientes, y el 10% por Comunicaciones de Navidad y Feliz año nuevo.

### ***3.6.3.1. Resultados de la Encuesta***

Las encuestas realizadas a los clientes de Comercial Felipito fueron ejecutadas previo consentimiento de los Administradores de la compañía.

Se determinó que la empresa no cuenta con un sistema informático para automatizar las operaciones que realiza, se reiteró que no mantiene el uso correcto de la base de datos de clientes lo que les dificulta tener una atención diferenciada para con ellos, volviendo lentos los procesos de compra y entrega de productos, tampoco se encuentra explotando los canales digitales actuales de comunicación, contando con Facebook, Instagram y WhatsApp, donde solo llegan a una parte de sus clientes.

A continuación, se desglosa la **tabla 15** como resumen de los resultados obtenidos de la encuesta realizada, así como algunas opciones de mejora.

Tabla 15

*Aspectos a mejorar según Encuesta*

| Proceso                         | Criterios                                  | Porcentaje | Conclusiones   | Aspectos a Mejorar  |
|---------------------------------|--|------------|--|---|
| Sistema Tecnológico             | Si o No                                    | 75%        | El 75% de las personas encuestados indicaron la importancia de que la empresa debe ampliar su sistema tecnológico para atender los requerimientos. | Diseñar un modelo de sistema de gestión empresarial.  |
| Proceso de compra de productos  | Ponderación de 1 como menor y 5 como mayor | 42%        | El 42% de los encuestados calificaron con 5 el proceso actual de adquisición.  | Automatizar los procesos mediante el uso de un modelo de sistema de gestión empresarial.                                  |
| Proceso de entrega de productos | Ponderación de 1 como menor y 5 como mayor | 42%        | El 42% de los encuestados calificaron con 5 el proceso actual de entrega.  |   |
| Base de datos de clientes       | Llamada de cumpleaños                      | 0%         | El 55% de los encuestados indicaron que no han recibido alguna atención personalizada o diferenciada por parte de la empresa.                      | Implementar el uso permanente de la base de datos de la empresa, mantenerla actualizada y anclada al sistema tecnológico. |
|                                 | Tarjeta de descuentos                      | 20%        |  |   |
|                                 | Comunicación de feliz Navidad y Año Nuevo  | 10%        |  |   |
|                                 | Felicitaciones por los años de cliente     | 15%        |  |   |
|                                 | Ninguna de las anteriores                  | 55%        |  |   |
|                                 | Otras                                      | 0%         |  |   |

Elaborado por: Mora (2022)

## **CAPÍTULO 4: PROPUESTA**

### **4.1. Título**

Sistema de gestión empresarial para la Administración de la Información.

### **4.2. Objetivos**

#### **4.2.1. Objetivo General**

Diseñar un Modelo Sistema de gestión empresarial para la Administración de la Información.

#### **4.2.2. Objetivos Específicos**

- Documentar todas las operaciones administrativas para la Toma de Decisiones en Empresas Familiares.
- Socializar el modelo de gestión empresarial para la Toma de Decisiones en Empresas Familiares.
- Fortalecer los procesos administrativos a través del uso del modelo de gestión empresarial para la Toma de Decisiones en Empresas Familiares.

### **4.3. Justificación**

El mercado actual y sus tendencias a futuro exigen que incluso las pequeñas empresas familiares se actualicen y se vuelvan más competitivas. Cada una de estas empresas debe considerar primordial poder mantener su información actualizada.

Por lo antes dicho, la empresa debe disponer de un modelo de sistema que pueda automatizar de manera rápida toda la información que se genera en cada uno de sus procesos. En muchos de los casos, la empresa cuenta con un sistema con ciertos

aplicativos que no tienen un registro eficiente y que no cubre las necesidades de los clientes internos y externos. Por ello, una de las decisiones más acertadas por parte de la empresa y de quienes la lideran es la adquisición de un Sistema de Gestión Empresarial, herramienta tecnológica y de control administrativo que mejore su gestión y a su vez pueda incidir para la Toma de Decisiones.

La empresa debe tomar en cuenta la importancia de mantenerse en constante innovación de sus procesos, lo que le brindará mayor posicionamiento en el mercado.

#### **4.4. Descripción de la Propuesta**

La presente propuesta se plantea de acuerdo con las necesidades de las Empresas Familiares locales de contar con un modelo de sistema de gestión que les permita administrar la información de sus procesos para la Toma de Decisiones.

Esta propuesta consta de los siguientes criterios:

- Modelo del sistema de gestión empresarial.
- Tipos de usuarios del sistema.
- Módulos del sistema.
- Administración del sistema.
- Función del sistema.

##### **4.4.1. ERP en Ecuador**

Ecuador ha adoptado diferentes buenas prácticas empresariales; gracias a la llegada de la Globalización y la tecnología, los empresarios ecuatorianos han acogido la implementación de sistemas integrados de información para la operacionalización de sus negocios.



#### 4.4.1.1. Estadísticas de ERP en Ecuador

Según estudios realizados por diferentes organismos existen 16,000 Pymes en Ecuador. Las cuales están divididas entre empresas de manufactura (15%), Servicios (36%), Comercio (18%) y otros. De ellas menos del 15% cuentan con una Solución ERP. (SIDESOFT , 2020, pág. 1)

| MEDIANA   |                    |                       |                         |               |
|---|--------------------|-----------------------|-------------------------|---------------|
| ACTIVIDAD   | NÚMERO DE EMPRESAS | SUMA DE INGRESOS 2015 | SUMA DE UTILIDADES 2015 | RENTABILIDAD  |
| Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas. | 2.520              | 7.869.168,66          | 295.153,10              | <b>3,8%</b>   |
| Industrias manufactureras.  | 886                | 2.872.576,42          | 147.328,49              | <b>5,1%</b>   |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.   | 752                | 2.255.725,08          | 107.410,92              | <b>4,8%</b>   |
| Transporte y almacenamiento.  | 437                | 1.191.185,28          | 55.927,93               | <b>4,7%</b>   |
| Construcción.   | 409                | 1.148.506,98          | 66.260,70               | <b>5,8%</b>   |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas.  | 417                | 1.064.480,80          | 103.916,28              | <b>9,8%</b>   |
| Actividades de servicios administrativos y de apoyo.                                      | 365                | 986.304,07            | 57.431,12               | <b>5,8%</b>   |
| Actividades inmobiliarias.  | 192                | 495.361,86            | 79.143,27               | <b>16,0%</b>  |
| Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.                                      | 179                | 462.244,56            | 20.786,56               | <b>4,5%</b>   |
| Actividades financieras y de seguros.   | 158                | 461.060,61            | 128.070,29              | <b>27,8%</b>  |
| Información y comunicación.   | 171                | 414.334,59            | 24.670,26               | <b>6,0%</b>   |
| Explotación de minas y canteras.  | 73                 | 271.947,30            | (37.517,05)             | <b>-13,8%</b> |
| Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.                        | 90                 | 241.025,72            | 17.612,26               | <b>7,3%</b>   |
| Enseñanza.  | 69                 | 189.524,06            | 17.209,34               | <b>9,1%</b>   |
| Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.   | 29                 | 119.709,18            | (1.131,01)              | <b>-0,9%</b>  |

**Figura 15.** Distribución PyMES ERP en Ecuador, Mediana Empresa.

Fuente: Ekos (2020)

| PEQUEÑA   |                    |                       |                         |              |
|---|--------------------|-----------------------|-------------------------|--------------|
| ACTIVIDAD   | NÚMERO DE EMPRESAS | SUMA DE INGRESOS 2015 | SUMA DE UTILIDADES 2015 | RENTABILIDAD |
| Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas. | 4.075              | 1.648.126,57          | 41.255,39               | <b>2,5%</b>  |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas.  | 1.842              | 615.354,73            | 44.695,35               | <b>7,3%</b>  |
| Industrias manufactureras.  | 1.324              | 554.440,89            | 17.170,96               | <b>3,1%</b>  |
| Transporte y almacenamiento.  | 1.407              | 518.692,26            | 15.096,35               | <b>2,9%</b>  |
| Construcción.   | 1.167              | 409.592,24            | 17.816,82               | <b>4,3%</b>  |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.   | 946                | 408.152,08            | 16.308,92               | <b>4,0%</b>  |
| Actividades de servicios administrativos y de apoyo.                                      | 971                | 357.306,60            | 11.429,14               | <b>3,2%</b>  |
| Actividades inmobiliarias.  | 1.108              | 353.334,06            | 50.835,02               | <b>14,4%</b> |
| Información y comunicación.   | 604                | 208.216,09            | 7.315,89                | <b>3,5%</b>  |
| Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.                                      | 396                | 180.024,63            | 2.616,13                | <b>1,6%</b>  |
| Actividades financieras y de seguros.   | 394                | 140.516,12            | 26.918,97               | <b>19,2%</b> |
| Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.                        | 237                | 83.832,86             | 4.762,08                | <b>5,7%</b>  |
| Enseñanza.  | 203                | 70.191,34             | 2.088,61                | <b>3,0%</b>  |
| Explotación de minas y canteras.  | 125                | 52.638,09             | 1.028,51                | <b>2,0%</b>  |
| Otras actividades de servicios.   | 111                | 42.598,91             | 2.218,16                | <b>5,2%</b>  |
| Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.   | 70                 | 28.036,09             | 1.682,84                | <b>6,0%</b>  |

**Figura 16.** Distribución Pymes ERP en Ecuador, Pequeña Empresa.

Fuente: Ekos (2020)

En Ecuador, el ERP ha sido introducido a medianas y pequeñas empresas, quienes han iniciado con un sistema financiero contable y han reconocido la importancia del uso de herramientas administrativas y de control de acuerdo con la actual era tecnológica.

La mayoría de estas empresas son familiares, y en la historia han presentado un desarrollo no organizado y rápido, volviendo sus procesos deficientes y duplicando las funciones de sus colaboradores; afectando el servicio a sus clientes y no contando con la información adecuada para la mejora en su Toma de Decisiones; todo esto ha causado que las empresas tengan una visión futurista y a la vanguardia dando paso a la implementación de los sistemas de gestión de procesos para sus empresas.

#### **4.4.1.2. Soluciones desarrolladas por un ERP en Ecuador**

A nivel nacional el sistema ERP actúa en diferentes tipos de negocios, donde se ofrecen las siguientes soluciones:

- Ofrecer al mercado ecuatoriano soluciones a medida para negocios únicos y distintos.
- Reducir el riesgo de implementación a través de prácticas probadas y recomendadas en otros negocios similares.
- Mejorar la confianza en el cliente.
- Reducir costos de la solución. (SIDESOFT , 2020, pág. 2)

Estas soluciones han sido propuestas con el objetivo de generar valor agregado a la organización y mejorar cada uno de los procesos de esta.

#### ***4.4.1.3. Giros de negocio con ERP en Ecuador***

En el país se ha implementado el sistema ERP en diferentes tipos de negocio, dentro de los cuales se pueden indicar estos:

- Centros de Laboratorio Clínico y Exámenes Médicos.
- Panaderías y Pastelerías.
- Distribución de Consumo Masivo.
- Empresas que prestan servicios.
- Empresas Públicas Gubernamentales.
- Cadenas de Puntos de Venta Ferreterías.
- Cadenas de Restaurantes.
- Empresas de producción de textiles. (SIDESOFT , 2020, pág. 2)

#### **4.4.2. Modelo del sistema de gestión empresarial**

Este modelo está orientado a la automatización de los procesos de la empresa, a través de un modelo de sistema que permita desarrollar la gestión de la Información generada en la ejecución de las operaciones de la empresa. Este sistema podrá automatizar diferentes áreas; destacando las áreas de: contabilidad, comercial, servicio al cliente y capacitación de los colaboradores que darán sistema y quienes a su vez podrán compartir la información entre ellos.

En este sentido, el sistema promulgará el incremento en la productividad del negocio, logrando contar con un personal capacitado y activo en el uso de las herramientas tecnológicas del negocio; así como el control y gestión de toda su operación.

La gestión del sistema permitirá administrar de manera específica los siguientes procesos de la empresa:

- Base de datos.
- Adquisiciones.
- Control de Inventario.
- Manejo de efectivo.
- Registro actualizado de ventas.
- Monitoreo del servicio al cliente.
- Capacitación al usuario.

Este sistema tiene como objetivo brindar todas las facilidades para realizar actividades de control desde cualquier lugar, siendo un sistema online; lo que permitirá a los Administradores de la empresa el monitoreo permanente y accesible de la información.

#### **4.4.3. Tipos de Usuarios**

El Sistema contará con los siguientes usuarios:

##### ***4.4.3.1. Usuario Administrador***

Este usuario tendrá acceso al manejo total del sistema y de cada uno de sus módulos. Tendrá privilegios de control con una contraseña de seguridad para que solo Él pueda ingresar. El administrador tendrá la facultad para crear, modificar o eliminar campos de acuerdo con el módulo en el que esté trabajando.

Podrá participar en todas las transacciones del sistema, tales como: facturación, inventarios, adquisiciones, manejo de efectivo, actualizaciones de datos y reportes, así como revisión y actualización de datos en caso de necesitarlo.

#### ***4.4.3.2. Usuario Registrado***

Este tipo de usuario necesitará un previo registro en el sistema para poder acceder. De manera general, será registrado y reconocido por su nombre y contará con una contraseña antes informada para mantener la seguridad de la plataforma, esta información deberá ser enviada a su correo electrónico empresarial para validación de identidad e ingreso a la plataforma y en caso de necesitarlo para que pueda recuperar su contraseña por olvido.

Tendrá la facultad para crear o modificar ciertos campos, de acuerdo con la necesidad de la actividad siempre y cuando sea aprobado en el mismo sistema por el Usuario Administrador. Todas estas acciones se realizan en línea por lo que una alerta indicará las opciones al Administrador para la aprobación inmediata en caso de la opción de modificar.

Podrá participar en diversas transacciones, como: facturación, inventarios, adquisiciones, manejo de efectivo, actualizaciones de datos, también registro y actualización de base de datos de clientes y proveedores y reportes que deberán ser previamente solicitados por el Administrador a través de la plataforma o de un correo organizacional como soporte de lo encomendado.

#### ***4.4.3.3. Usuario Habilitado***

Este tipo de usuario tendrá acceso a todas las aplicaciones del sistema, conocerá su funcionamiento y podrá desarrollar lo que se le solicite. Podrá ser utilizado en caso de emergencia por algún colaborador de la empresa que no pueda hacer uso de su usuario registrado, siempre y cuando exista una justificación y aprobación previa del Usuario Administrador. Solo tendrá las opciones para crear y para alimentar un registro determinado.

Podrá participar en transacciones de facturación, inventarios, adquisiciones, y actualizaciones de datos para esta última transacción deberá ser solicitada o aprobada por el Administrador con el justificativo pertinente.

#### ***4.4.3.4. Usuario Administrador de Base de datos***

Este usuario se encargará de dar mantenimiento y seguimiento continuo a toda la base de datos previamente registrada.

#### ***4.4.3.5. Usuario Tester***

Este tipo de usuario se encargará de supervisar el correcto funcionamiento del sistema. Podrá ser de ayuda para el Usuario Administrador, Usuario Registrado y Usuario Habilitado.

Para este caso puntual, el Usuario Tester siempre será el proveedor externo que dará soporte a los Usuarios de la empresa.

### **4.4.4. Módulos del sistema**

#### ***4.4.4.1. Base de datos***

##### ***4.4.4.1.1. Concepto del módulo***

El módulo de Base de datos será utilizado para almacenar y administrar la información. Permitirá a cada uno de los usuarios conocer la data almacenada y actualizarla de acuerdo con las necesidades de la empresa, de sus clientes y proveedores.

##### ***4.4.4.1.2. Ventanas del módulo***

Este módulo contará con diferentes ventanas para la administración de la información, las cuales serán:

- Creación de un nuevo cliente.
- Clientes.
- Actualización de datos de cliente.
- Proveedores.
- Creación de un nuevo proveedor.
- Actualización de datos de proveedor.
- Compartir información de cliente con un usuario diferente.
- Compartir información proveedor con un usuario diferente.
- Migración de información a Microsoft Excel.
- Consulta de datos.

#### ***4.4.4.1.3. Características del módulo***

Este módulo tendrá las siguientes características:

- Regulación de los datos: Mitigar el riesgo de duplicidad y minimizar la opción de alguna anomalía.
- Restricciones de acuerdo con el Usuario: Definir las condiciones para validar y garantizar la información.
- Protocolos de Seguridad: Proteger la seguridad de los datos, podrán incluir autenticidad y autorización de usuarios.
- Copia de seguridad: Salvaguardar la base contra la pérdida de datos.
- Organización de datos: Consentir a los diferentes usuarios la organización de la información en una estructura clara.

#### ***4.4.4.2. Adquisiciones***

##### ***4.4.4.2.1. Concepto del módulo***

El módulo de Adquisiciones o compras será utilizado para gestionar de manera sencilla la compra de los productos que necesita la empresa. Así como también la garantía de comunicación que existirá con los proveedores al momento de realizar las adquisiciones, manteniendo así el stock necesario cumpliendo con los requerimientos solicitados que permitan a la empresa satisfacer su demanda.

#### ***4.4.4.2.2. Ventanas del módulo***

El módulo de Adquisiciones o compras contará con diferentes ventanas que beneficiarán el registro y monitoreo de lo requerido al proveedor, las cuales serán:

- Adquisiciones.
- Monitoreo de adquisiciones.
- Emisión de órdenes de compra.
- Proveedores.
- Incorporación y gestión de proveedores.
- Recepción de facturas y pedidos.
- Seguimiento al cumplimiento de pedidos.
- Pago a proveedores.
- Consulta de pago a proveedores.

#### ***4.4.4.2.3. Características del módulo***

El módulo contará con las siguientes características:

- Seguimiento de procesos de compra: Revisar el cumplimiento de la documentación requerida.
- Gestión de la provisión de adquisiciones: Incluir en el presupuesto anual de gastos, de acuerdo con la necesidad que requieran las ventas.
- Automatización de aprobaciones de gastos: Enviar por correo electrónico al usuario solicitante de acuerdo con la provisión efectuada.
- Documentos para adquisiciones: Se encargará de reunir los requisitos previos para las adquisiciones de acuerdo con lo indicado por el proveedor.



#### **4.4.4.3. Control de Inventario**

##### **4.4.4.3.1. Concepto del módulo**

El módulo de Control de Inventario permitirá mantener bajo control la mercadería de la empresa. Es decir que mostrará la cantidad disponible de existencias, así como la mercadería útil para la comercialización.

##### **4.4.4.3.2. Ventanas del módulo**

El módulo de Control de Inventario tendrá diferentes ventanas que le permitirán conocer la mercadería efectiva para la venta, las cuáles serán:

- Productos en stock.
- Disponibilidad por producto.
- Productos más solicitados.
- Precios de productos.
- Movimientos de inventario.

##### **4.4.4.3.3. Características del módulo**

El módulo de Control de Inventario contará con las siguientes características:

- Registro del ciclo de vida del producto: Dar seguimiento a las fechas de emisión y caducidad del producto.
- Clasificación de los productos más vendidos: Analizar los productos y su nivel de demanda.
- Control de los productos: Realizar el monitoreo permanente de productos existentes.
- Automatización de tareas de inventario: Rastrear las compras, ventas y registros de productos de la empresa.

#### ***4.4.4. Manejo de efectivo***

##### ***4.4.4.1. Concepto del módulo***

Este módulo permitirá tener una visualización clara y muy sintetizada de los movimientos que se realizan en la caja de la empresa, así como los movimientos bancarios y la disponibilidad real de dinero efectivo.

##### ***4.4.4.2. Ventanas del módulo***

El módulo de Manejo de efectivo contará con las siguientes ventanas:

- Dinero en efectivo.
- Bancos.
- Movimientos de efectivo.
- Registro de gastos, ingresos y egresos.
- Reporte de movimientos.

##### ***4.4.4.3. Características del módulo***

El módulo de Manejo de efectivo poseerá las características siguientes:

- Registro histórico: Conocer todos los movimientos de efectivo que se han realizado en la empresa.
- Resumen de cuentas por cobrar y pagar: Dar acceso a un resumen en donde se desplegará las cuentas por cobrar y pagar, lo que facilitará el trabajo en estos movimientos por parte de los colaboradores.
- Actualización de movimientos: Conocer los movimientos que se realizan al instante y de esa manera se controlará el efectivo real.
- Administración del efectivo: Garantizar la disponibilidad existente de efectivo para el cumplimiento de obligaciones de la empresa.

#### ***4.4.4.5. Registro de Ventas***

##### ***4.4.4.5.1. Concepto del módulo***

El módulo de Registro de ventas será el encargado de registrar todas las ventas que realice el negocio, también vigilará que se hayan realizado las gestiones de cobro o pago.

##### ***4.4.4.5.2. Ventanas del módulo***

Este módulo permitirá el fácil acceso a la gestión de ventas de la empresa, tendrá las siguientes ventanas:

- Facturación electrónica.
- Solicitud de pedidos.
- Pedidos pendientes
- Tarifario de productos.
- Cobros.
- Pagos.

##### ***4.4.4.5.3. Características del módulo***

Este módulo poseerá las siguientes características:

- Definición de productos, tarifas y ofertas: Tener productos y precios competitivos en el mercado y con ofertas diferenciales para compras al por mayor.
- Gestión de cuentas y contactos: Mantener relaciones comerciales con los clientes, así como ponerlos al día en las promociones del negocio.
- Análisis de la data: Identificar las necesidades de los consumidores.
- Seguimiento de ventas: Automatizar las tareas de ventas con el propósito de mantener la fidelidad de los clientes y atraer nuevos.
- Seguridad de la data: Asegurar los datos personales de los clientes.

#### **4.4.4.6. Servicio al Cliente**

##### **4.4.4.6.1. Concepto del módulo**

Este módulo consentirá que la empresa pueda brindar un servicio rápido y de calidad, brindándole el historial de comunicaciones con cada cliente desde la plataforma.

##### **4.4.4.6.2. Ventanas del módulo**

Este módulo brindará la posibilidad de mantener una atención personalizada y en línea con el cliente, poseerá las siguientes ventanas:

- Chat en línea.
- Reclamos.
- Solicitudes.
- Registro de correos y solicitudes.
- Respuestas automatizadas.

##### **4.4.4.6.3. Características del módulo**

El módulo de Servicio al cliente ofrecerá las siguientes características:

- Satisfacción al cliente: Tomar en cuenta todos los comentarios de los clientes y tener acceso a toda su información generando mayor satisfacción en ellos.
- Ahorro de tiempo y recursos: Asignar de forma centralizada la atención al cliente reduciendo el tiempo de respuesta.
- Registro de correos y solicitudes de clientes: Solicitudes con números únicos de referencia, donde el equipo de la empresa podrá encontrar en el historial la comunicación y dar trámite rápidamente.
- Soporte 24/7: Opción de autoservicio a través de un historial de solicitudes por parte de clientes y una biblioteca de autoayuda.

#### ***4.4.4.7. Capacitación al usuario***

##### ***4.4.4.7.1. Concepto del módulo***

El módulo de Capacitación al usuario ofrecerá conocimientos técnicos sobre las funciones y operación de la plataforma a cada una de las áreas o usuarios involucrados dispuestos por la organización.

##### ***4.4.4.7.2. Ventanas del módulo***

Este módulo permitirá conocer y utilizar el software y tendrá las siguientes ventanas:

- Manual de uso del sistema.
- Módulos del sistema.
- Tipos de usuario.
- Soporte en línea.
- Recuperación de clave.
- Actualizaciones de módulos en línea.

##### ***4.4.4.7.3. Características del módulo***

El módulo de Capacitación al usuario contará con las siguientes características:

- Aprendizaje en línea: Permite mantener a los usuarios actualizados creando una ventaja competitiva en el mercado.
- Ahorro de tiempo: Simplifica el uso de la movilidad generando aprendizaje más dinámico desde la propia herramienta de trabajo del colaborador.
- Roles definidos por usuario: La información visualizada será acorde al tipo de usuario.

## **4.4.5. Administración del Sistema**

### ***4.4.5.1. Administrador***

#### ***4.4.5.1.1. Descripción***

El sistema será administrado de manera directa por el responsable de la empresa. En este caso por el Administrador o Gerente General de Comercial Felipito. Para esto, el usuario Administrador será quien desempeñe esta función.

Los demás usuarios contemplados en esta propuesta solo tendrán acceso a la función de uso determinada según sus roles y con las capacidades descritas de acuerdo con la actividad o proceso en las que se encuentren inmersos.

#### ***4.4.5.1.2. Gestión del Administrador***

El Administrador deberá cumplir con una serie de lineamientos para poder realizar una correcta gestión de la administración del sistema; los cuáles serán:

- Planear: Decidir que va a realizar para intervenir en los procesos de la compañía.
- Organizar: Preparar el paso a paso de todo lo que se va a realizar para el mejoramiento de los procesos.
- Asignar al personal: Tomar en consideración las capacidades y habilidades de los colaboradores para designar las tareas de acuerdo con el perfil de cada uno.
- Dirigir: Dar directrices de las tareas a realizarse.
- Monitorear: Observar el avance de las tareas encomendadas.
- Controlar: Tomar acciones específicas que puedan enmendar inconvenientes en el funcionamiento de algún proceso.
- Innovar: Plantear soluciones diferenciadoras y que refuercen la imagen de la compañía en el mercado.
- Representar: Conectar con clientes y proveedores de la empresa a fin de garantizar las buenas relaciones con la empresa.

#### ***4.4.5.1.3. Visión del Administrador***

El Administrador tendrá una visión amplia para desarrollar una administración del Sistema informático para la mejora de la Toma de Decisiones en la empresa, es así como esta visión deberá contar con algunas características:

- Enfrentar las fechas límite: Tomar en cuenta los tiempos en que se debe realizar el abastecimiento de productos, así como el tiempo de caducidad de estos, fechas de pago a proveedores y colaboradores. Todo esto estará indicado en las ventanas según el módulo del software.
- Comunicar con efectividad a los clientes internos y externos: Mantener una relación asertiva con los clientes, escuchando siempre sus sugerencias y tomando en cuenta como satisfacer sus necesidades.
- Conseguir compromiso: Lograr empatizar con sus colaboradores, proveedores y clientes teniendo como resultado que todos sus esfuerzos les brinden estabilidad.
- Enfrentar cambios: Contar con planes de emergencia para perdurar en el tiempo tomando en cuenta las eventualidades que se pueden presentar.
- Negociar con proveedores: Ejecutar garantías de pagos según lo acordado.
- Afrontar conflictos: Mantener un equipo unido en donde todos puedan sobrepasar situaciones fortuitas pero que permitan que la empresa crezca.

#### **4.4.6. Función del Sistema Informático**

##### ***4.4.6.1. Descripción***

Este sistema tendrá como objetivo promover el buen desarrollo de procesos dentro de la organización. A través de su uso, se podrá establecer metodologías, recursos que

necesita la empresa, responsabilidades, y actividades que orientarán a la empresa a lograr el resultado de las metas planteadas.

La principal aplicación de este sistema informático será ordenar los flujos de trabajo de toda la empresa con el propósito de mejorar la atención y dar una respuesta inmediata dirigida a brindar satisfacción a los clientes; de igual manera facilitará todas las tareas de los colaboradores del Comercial.

#### ***4.4.6.2. Principales funciones del Sistema***

El Sistema podrá realizar las siguientes actividades de administración para el mejoramiento de procesos de la empresa:

- Planificación de abastecimiento o compras.
- Control permanente de inventario.
- Gestión de cuentas por cobrar.
- Confirmación de pedidos.
- Atención de reclamos.
- Atención de los requerimientos de los clientes.
- Monitoreo del manejo de efectivo.
- Capacitación a colaboradores.
- Carga formularios o declaraciones en la plataforma del SRI.
- Actualización de la base de datos de la empresa.
- Supervisión de las compras y gastos de la empresa.
- Control de la gestión de los colaboradores.
- Proporcionar información que incida en la Toma de Decisiones.

#### ***4.4.6.3. Especificaciones de equipos de cómputo***

La instalación del sistema debe estar directamente relacionado con el software básico o también conocido como equipo de cómputo que será utilizado para la implementación del sistema informático de administración, mismo que será ejecutado



por el usuario final de la empresa (Administradores y Colaboradores); este deberá contar con los siguientes requerimientos:

- Recomendaciones mínimas de hardware indicadas por el proveedor (Disco Duro, Memoria, CPU, entre otros).
- Software y sistema operativo actualizado.
- Vínculos o enlaces de acceso a la información registrada.
- Permisos o licencias para solicitar su respectivo usuario de acuerdo con su rol.
- Navegadores compatibles con el sistema a implementarse.

#### ***4.4.6.4. Alcance del Sistema***

El alcance de este sistema tiene como fin, brindar a la empresa las herramientas o insumos adecuados para el procesamiento de la información generada de acuerdo con la ejecución de sus procesos con el objetivo de apoyar la Toma de Decisiones.

La información obtenida con cada actividad podrá generar informes, reportes de ventas, documentos de adquisiciones, contratos con proveedores, bases de datos con información organizada, y otros datos que permitirán tener una comunicación efectiva entre los colaboradores y Administradores de la empresa, así como clientes y proveedores con el fin de dar acción integral a las transacciones comerciales del negocio; mejorar sus procesos de manera general y aumentar su competitividad en el mercado.

#### ***4.4.6.5. Beneficios del Sistema***

Tendrá algunos beneficios que influirán en los procesos y Toma de decisiones de la empresa, los cuáles serán:

- Manejo de información y con accesibilidad de uso oportuno.
- Elimina los datos inútiles evitando la duplicidad de tareas.
- Optimiza la gestión de sus procesos, a través de la automatización y sin redundar.

- Aumenta la productividad de los colaboradores, resolviendo problemas de gestión, inventarios no actualizados, compras retrasadas o depósitos saturados de productos, entre otros factores que requieren de mayor tiempo y personal.
- Análisis de la data en tiempo real, para desarrollar medidas que mejoren la Toma de Decisiones y el proceso productivo de la empresa.
- Posibilidad de anticiparse al futuro mediante informes o reportes.
- Mejora de los procesos contables y de ventas.

#### ***4.4.6.6. Indicadores del Sistema***

Los principales Indicadores que podrán ser medidos con apoyo de este sistema serán los siguientes:

- Ingresos por empleado: Este es un indicador de productividad para medir la fuerza de trabajo de la compañía. A través de este software se evidenciarán las ventas que realiza cada empleado y también la eficiente de los colaboradores como recurso interno de la empresa.
- Satisfacción de colaboradores: Permitirá comprender el agrado si los empleados se encuentran satisfechos con las tareas encomendadas por parte de la empresa.
- Índice de crecimiento en el mercado: Analizará la posibilidad de atraer nuevos clientes.
- Satisfacción del cliente: Definirá la forma en que los productos cumplen con las necesidades de los clientes.
- Redes Sociales: Podrá medir la imagen de la empresa debido a su presencia en redes sociales.

- Tiempo del cliente: Desarrollará posibles alternativas para conocer el tiempo de relación del cliente con la empresa, a través de la información generada por procesos anteriores hasta los más recientes.

#### ***4.4.6.7. Monitoreo del Sistema***

El sistema podrá monitorear las actividades del proceso de comercialización de productos, siendo estas las propias de acuerdo con el giro del negocio:

Dentro de lo mencionado, destacan las siguientes:

- Marketing y ventas: Técnicas o medios que serán utilizadas para atraer la compra de los clientes, visualizaciones en redes sociales, sitio web de la empresa; atracción con descuentos, promociones y ofertas.
- Logística: Podrá indicar el ingreso de los productos al negocio; funcionando desde la recepción, inventario o stock y la distribución de la organización.
- Despacho: Mostrará la salida de los productos, siendo esta la entrega que se realizará de acuerdo con lo solicitado por los clientes.
- Aprovisionamiento: Gestionará la compra de insumos o productos para la comercialización.
- Servicio: Permitirá el control continuo de la satisfacción del cliente.

#### ***4.4.6.8. Herramientas Administrativas del Sistema***

Las Herramientas de administración con las que contará el sistema, son necesarias para el desarrollo cotidiano del trabajo de la empresa. El sistema a ser implementado contará con los siguientes tipos de herramientas:

- CRM en español traducido a Gestión de las relaciones con los clientes: Esta herramienta enfatiza en los procesos que realiza al comunicarse con ventas, servicio al cliente y la atención postventa.
- Marketing: Esta es utilizada para mejorar los procesos de promoción del negocio, es decir; contenido publicitario para visualización del cliente, correos para dar a conocer promociones, entre otros.
- Facturación: La facturación electrónica es una de las herramientas más poderosas de este sistema, pues se encuentra conectada con los recursos necesarios para el desarrollo del negocio, como: control de inventarios, abastecimiento en caso de contar con poco producto, manejo de impuestos empresariales vinculados con los requisitos y normas indicados por el SRI y demás entidades reguladoras del Estado, control de efectivo del Comercial, etc.
- Manejo de equipos: El desarrollo de la administración de equipos de acuerdo con tareas específicas permite que el líder o Administrador pueda conocer el progreso de cada equipo entiendo real, así como también lo faculta para dar seguimiento a las demás gestiones encomendadas, sean éstas gestión de cobranzas, promoción de productos y demás.
- Talento Humano: Esta herramienta orienta al cumplimiento de responsabilidades para con los colaboradores por parte de la empresa, entre estas: Datos laborales, pago del IESS, Contratos, así como la administración de la realización de las tareas de cada colaborador.

#### ***4.4.6.9. Plan de Capacitaciones del Sistema***

Se predice que el sistema pueda capacitar de manera permanente y de manera virtual en lo siguiente:

- Soporte al usuario.
- Facturación electrónica.
- Cuentas por cobrar y por pagar.

- Conciliaciones bancarias.
- Creación y edición de clientes y proveedores.
- Reportes de ventas.
- Reportes tributarios (Declaraciones al SRI).
- Estados financieros de acuerdo con el año fiscal.
- Control de stock.
- Control de abastecimiento.
- Atención al usuario (Cliente del negocio).
- Reportes gerenciales.

Las capacitaciones serán brindadas por parte del proveedor y vienen incluidas al momento de realizar la implementación del sistema.

#### ***4.4.6.10. Manual del Usuario del Sistema***

##### ***4.4.6.10.1. Descripción***

Es necesario que el aplicativo cuente con un manual de usuario, mismo que deberá ser socializado y compartido con todos los usuarios del sistema. Este aplicativo será suministrado por el proveedor del sistema.

El manual de usuario es un documento que permitirá a los usuarios, conocer y familiarizarse con la utilización del software. Servirá de guía y asistencia para el usuario sobre el funcionamiento de la herramienta y le permitirá resolver problemas frecuentes que se le puedan presentar.

##### ***4.4.6.10.2. Lineamientos***

Tomando en consideración que el manual de usuario es una guía referencial de utilización para el usuario final, donde podrá conocer los diferentes módulos y funcionalidades de estos, este deberá contar los siguientes lineamientos:

- Guía de funcionalidad del aplicativo o sistema.

- Instrucciones de operatividad general y según los usuarios convenidos y habilitados por el proveedor (Módulos, ventanas de módulo y características del módulo).
- Guía de acceso o enlace del aplicativo.
- Instrucciones para realizar consultas de datos, clientes, proveedores, productos y demás información.
- Descripción general para la generación de informes o reportes.
- Guía de perfiles de usuarios para proteger la administración de cada uno.
- Solución de problemas a través de soporte del proveedor.
- Glosario de términos técnicos.

#### **4.4.6.10.3. Contenido**

El sistema deberá puntualizar los temas descritos a continuación:

- Requisitos de uso del aplicativo que debe tener el usuario final.
- Configuración del aplicativo en el equipo del usuario final.
- Función de los módulos convenidos.
- Descripción y paso a paso de cada opción del aplicativo.
- Datos de contacto para resolver problemas.
- Glosario de términos.

### **4.5 Factibilidad de aplicación**

En cuanto a la factibilidad de la propuesta es importante mencionar que:

#### **4.5.1. Tiempo**

El diseño del modelo de sistema de gestión empresarial propuesto podrá desarrollarse en un periodo estimado de 6 meses, en este tiempo se ejecutará lo siguiente:

- Modelo del sistema de gestión empresarial.
- Socialización de sistema de gestión empresarial al personal.
- Adquisición de sistema tecnológico de gestión empresarial.

#### 4.5.2. Espacio

Sobre el espacio para el diseño del sistema, este será compartido en los computadores que se encuentran y son utilizados por todas las áreas de la empresa, mismos que serán actualizados de acuerdo con los requerimientos mínimos indicados que requiera el sistema.

Comercial Felipito se encuentra ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil, ciudadela Las Orquídeas y consta de cinco áreas físicas:

- Oficina de Administradores.
- Departamento Administrativo, Contable e Informática.
- Ventas, despacho y caja.
- Bodega.
- Baño.

#### 4.5.3. Recursos

- **Recursos materiales:** Este modelo de sistema será compartido con los computadores existentes en la empresa, los mismos que son:
  - 2 computadores de Administradores.
  - 1 computador de Contador.
  - 1 computador de Soporte Técnico o Informática.
  - 2 computadores de vendedores.
  - 1 computador de cajero.

Se ha considerado mantener estos computadores en estado óptimo antes, durante y después de socialización del modelo de sistema de gestión empresarial.

- **Recursos humanos:** También se estima contar con la asesoría técnica del proveedor que proponga el modelo de sistema bajo los requerimientos específicos de la empresa.
- **Recursos económicos:** Este modelo de sistema es factible ya que se debe considerar los siguientes rubros: **Ver tabla 16.**

Tabla 16

*Inversión*

| <b>Proceso</b>   | <b>Personal requerido</b>      | <b>Cantidad</b> | <b>Costo Unitario</b> | <b>Costo Total</b>  |
|--|--------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|
| Recolección de información.  | Administrativo                 | 1               | \$ 500,00             | \$ 500,00           |
| Automatización de información.                                       | Tecnología –<br>Administrativo | 2               | \$ 500,00             | \$ 1.000,00         |
| Modelo de sistema de gestión empresarial.                            | Proveedor                      | 1               | \$ 2.000,00           | \$ 2.000,00         |
| Tipos de usuarios del sistema.                                       | Proveedor                      | 5               | \$ 300,00             | \$ 1.500,00         |
| Módulos del sistema.   | Proveedor                      | 7               | \$ 300,00             | \$ 2.100,00         |
| Administración del sistema.  | Proveedor                      | 1               | \$ 300,00             | \$ 300,00           |
| Función del sistema.   | Proveedor                      | 1               | \$ 300,00             | \$ 300,00           |
| Licencia del Sistema tecnológico de gestión empresarial.             | Proveedor                      | 1               | \$ 800,00             | \$ 800,00           |
| Monitoreo trimestral del sistema Tecnológico de gestión empresarial. | Proveedor                      | 1               | \$ 500,00             | \$ 500,00           |
| Retroalimentación del Sistema Tecnológico de gestión empresarial.    | Tecnología –<br>Administrativo | 2               | \$ 500,00             | \$ 1.000,00         |
| <b>Total</b>   |                                | <b>22</b>       | <b>\$ -</b>           | <b>\$ 10.000,00</b> |

Elaborado por: Mora (2022)



#### **4.5.4. Análisis de la herramienta**

Este modelo de sistema será capaz de simplificar el desarrollo de las actividades de la empresa, dentro de las principales novedades destacan:

- Organización de la base de datos de acuerdo con la especificidad para atender a los clientes de acuerdo con su historial.
- Información asegurada bajo la necesidad de la empresa para monitorear los procesos.
- Automatización de tareas y ejecución de los procesos dentro de los tiempos establecidos para satisfacer a los clientes.
- Observación periódica a la gestión de colaboradores procurando salvaguardar la información.
- Capacidad para evaluar la productividad de los procesos y el desarrollo de nuevas estrategias para una mejora constante.

#### **4.6. Beneficiarios**

Los beneficiarios totales de esta propuesta son todos los grupos de interés que interactúan y que tienen relaciones comerciales con Comercial Felipito.

##### **4.6.1. Directos**

Los beneficiarios directos de este proyecto son los colaboradores, Administradores, clientes y proveedores del Comercial, ya que a través del modelo de gestión de este sistema se podrán automatizar los procesos y mejorar el desarrollo de las tareas, así como el control de cada una de ellas, lo que se verá reflejado en la Toma de Decisiones de la empresa.

#### **4.6.2. Indirectos**

Para este proyecto, los beneficiarios indirectos serán las personas que consumen los productos que les suministran los clientes del local.

#### **4.7. Validación de la propuesta**

Consiste en mencionar la validación de tres expertos en el tema. Para este desarrollo se consideró el método de criterio de especialista. Los expertos completaron un formulario comprendido por 5 preguntas, mismas con acceso a diferentes opciones de respuesta.

##### **4.7.1. Validación de experto 1**

Ing. Gerardo Zambrano, graduado de Ing. Comercial en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, cuenta con más de 25 años de experiencia en administración pública y privada.

Se ha desempeñado en el área de Cartera, Financiera, Auditoría y Control Interno, así como Administrador y Asesor en diferentes giros de negocio, lo que le ha permitido tener un amplio conocimiento de la administración y de la información que se genera a raíz del control de los procesos generados en cada organización y su incidencia en la mejora de la toma de decisiones de la empresa.

### Validación de propuesta de expertos

**Objetivo:** Validar con su criterio de experto el diseño de la propuesta.

**Tema:** “GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EMPRESAS FAMILIARES”.

**Autor:** Mayra Alejandra Mora Mora.

#### Instrucciones para la validación:

1. Lea la propuesta planteada.
2. De acuerdo con su experiencia, responda con los siguientes criterios de evaluación.

|  |
|--|
| <b>TD:</b> Totalmente de acuerdo.  |
| <b>DA:</b> De acuerdo y con aspectos por mejorar.                          |
| <b>ED:</b> En Desacuerdo pero con aspectos importantes.                    |
| <b>OA:</b> Observaciones adicionales, en caso de considerarlas necesarias. |

3. Marque con una X el cuadro correspondiente:

| Validación de aspectos   | TD | DA | ED | OA |
|--|----|----|----|----|
| Valida la relación entre el marco teórico y la creación de la propuesta.             | X  |    |    |    |
| La propuesta incide en la administración de la información de la empresa.            | X  |    |    |    |
| La implementación de este modelo de gestión optimiza la base de datos de la empresa. | X  |    |    |    |
| La propuesta planteada influye en la toma de decisiones de la empresa.               | X  |    |    |    |
| Los clientes de la empresa serán beneficiados con la aplicación de esta propuesta.   | X  |    |    |    |

#### Datos generales del experto:

|                      |   |
|----------------------|---|
| Nombres y apellidos: | Gerardo Zambrano Naranjo  |
| Título o Cargo:      | Ingeniero Comercial   |
| Lugar de Trabajo:    | NEOLSA S.A.   |
| Firma de experto:    |  |
| Fecha:               | 17/06/2022  |

**Figura 17.** Validación de propuesta experto 1

Fuente: Mora (2022)

El experto Ing. Gerardo Zambrano, se encuentra totalmente de acuerdo con la relación entre el marco teórico y la creación de la propuesta, así como con la incidencia de este estudio en la administración de la información en el Comercial Felipito, de igual forma que con este modelo de gestión la empresa podrá automatizar su base de datos para provecho de todos sus procesos; también concordó con que el modelo propuesto influye en la toma de decisiones de la empresa y que beneficiará a los clientes de la misma.

#### **4.7.2. Validación de experto 2**

Diego Zambrano Bravo, Economista de profesión, titulado en la Universidad de Guayaquil, con diferentes reconocimientos por su trabajo. Con más de 20 años de experiencia laboral.

El Eco. Zambrano, se ha desenvuelto en Organizaciones privadas y no Gubernamentales, así como en diferentes entidades públicas, desarrollando sus habilidades y conocimientos en el manejo de información y de la gestión de la administración de esta, así como la creación e implementación de diferentes proyectos de impacto social y económico a nivel local y nacional.

### Validación de propuesta de expertos

**Objetivo:** Validar con su criterio de experto el diseño de la propuesta.

**Tema:** "GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EMPRESAS FAMILIARES".

**Autor:** Mayra Alejandra Mora Mora.

#### Instrucciones para la validación:

1. Lea la propuesta planteada.
2. De acuerdo con su experiencia, responda con los siguientes criterios de evaluación.

|  |
|--|
| <b>TD:</b> Totalmente de acuerdo.  |
| <b>DA:</b> De acuerdo y con aspectos por mejorar.                          |
| <b>ED:</b> En Desacuerdo pero con aspectos importantes.                    |
| <b>OA:</b> Observaciones adicionales, en caso de considerarlas necesarias. |

3. Marque con una X el cuadro correspondiente:

| Validación de aspectos   | TD | DA | ED | OA |
|--|----|----|----|----|
| Valida la relación entre el marco teórico y la creación de la propuesta.             | X  |    |    |    |
| La propuesta incide en la administración de la información de la empresa.            | X  |    |    |    |
| La implementación de este modelo de gestión optimiza la base de datos de la empresa. | X  |    |    |    |
| La propuesta planteada influye en la toma de decisiones de la empresa.               | X  |    |    |    |
| Los clientes de la empresa serán beneficiados con la aplicación de esta propuesta.   | X  |    |    |    |

#### Datos generales del experto:

|                      |   |
|----------------------|---|
| Nombres y apellidos: | Diego R. Zambrano Bravo   |
| Título o Cargo:      | Economista  |
| Lugar de Trabajo:    | Consultor independiente   |
| Firma de experto:    |  |
| Fecha:               | 17/06/2022  |

**Figura 18.** Validación de propuesta experto 2

Fuente: Mora (2022)

El Eco. Diego Zambrano, manifestó su total acuerdo con la relación entre el marco teórico y la propuesta, así como con la influencia de este estudio en la administración de la información en la empresa del estudio y la automatización su base de datos para provecho para el mejoramiento de las actividades y la toma de decisiones; de igual forma concordó con que el modelo podrá beneficiar la atención a los clientes de la empresa.

### **4.7.3. Validación de experto 3**

El señor Aníbal Jarrín Alvarado, es Economista de profesión, graduado de la Facultad de Economía de la Universidad de Guayaquil, con más de 20 años de experiencia en el sector público y privado.

Ha desarrollado sus conocimientos en el área de las Finanzas y Tributación del sector público. También ha destacado como Administrador de una empresa privada en el servicio de las comunicaciones en la provincia del Guayas, potenciando el mercado en dicho sector a través del fortalecimiento de estrategias comerciales y de administración adaptadas para ese segmento.

### Validación de propuesta de expertos

**Objetivo:** Validar con su criterio de experto el diseño de la propuesta.

**Tema:** "GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EMPRESAS FAMILIARES".

**Autor:** Mayra Alejandra Mora Mora.

#### Instrucciones para la validación:

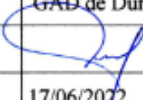
1. Lea la propuesta planteada.
2. De acuerdo con su experiencia, responda con los siguientes criterios de evaluación.

|  |
|--|
| <b>TD:</b> Totalmente de acuerdo.  |
| <b>DA:</b> De acuerdo y con aspectos por mejorar.                          |
| <b>ED:</b> En Desacuerdo pero con aspectos importantes.                    |
| <b>OA:</b> Observaciones adicionales, en caso de considerarlas necesarias. |

3. Marque con una X el cuadro correspondiente:

| Validación de aspectos   | TD | DA | ED | OA  |
|--|----|----|----|---|
| Valida la relación entre el marco teórico y la creación de la propuesta.             | X  |    |    |   |
| La propuesta incide en la administración de la información de la empresa.            | X  |    |    |   |
| La implementación de este modelo de gestión optimiza la base de datos de la empresa. | X  |    |    |   |
| La propuesta planteada influye en la toma de decisiones de la empresa.               | X  |    |    | Socializar de manera permanente el modelo de gestión. |
| Los clientes de la empresa serán beneficiados con la aplicación de esta propuesta.   | X  |    |    |   |

#### Datos generales del experto:

|                      |   |
|----------------------|---|
| Nombres y apellidos: | Anibal Jarrín Alvarado  |
| Título o Cargo:      | Economista  |
| Lugar de Trabajo:    | GAD de Durán  |
| Firma de experto:    |  |
| Fecha:               | 17/06/2022  |

*Figura 19. Validación de propuesta experto 3*

Fuente: Mora (2022)

El Eco. Jarrín, destaca su acuerdo con la relación que existe entre el marco teórico y la propuesta que se plantea, de igual forma con la influencia de esta propuesta con la administración de la información de la empresa, su modelo de gestión y automatización en la base de datos, concuerda que el sistema de gestión propuesto podrá influir en la toma de decisiones de la empresa y acota la importancia de socializar de forma permanente este modelo, así como el destacado interés del mismo para los clientes del negocio.

Tabla 17

*Síntesis de la validación de la propuesta*

| <b>VALORACIÓN DE ASPECTOS</b>   | <b>Ing. Gerardo Zambrano</b> | <b>Eco. Diego Zambrano, Mgs.</b> | <b>Eco. Aníbal Jarrín</b> |
|---|------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| 1. Valida la relación entre el marco teórico y la creación de la propuesta.             | TD                           | TD                               | TD                        |
| 2. La propuesta incide en la administración de la información de la empresa.            | TD                           | TD                               | TD                        |
| 3. La implementación de este modelo de gestión optimiza la base de datos de la empresa. | TD                           | TD                               | TD                        |
| 4. La propuesta planteada influye en la toma de decisiones de la empresa.               | TD                           | TD                               | TD                        |
| 5. Los clientes de la empresa serán beneficiados con la aplicación de esta propuesta.   | TD                           | TD                               | TD                        |

Elaborado por: Mora (2022)



#### **4.8. Conclusiones**

Las Empresas Familiares en el Ecuador realizan sus operaciones de manera empírica, por lo transmitido de generación a generación, sin un sistema automatizado previamente establecido.

En la Guía de Observación aplicada se concluyó que la Empresa no cuenta con un Sistema Informático que le permita el monitoreo de los inventarios, registro de compras y ventas, así como el uso efectivo de la base de datos para su operatividad.

La Entrevista realizada a los Administradores mostró que el Comercial no posee un Sistema de Información Gerencial que pueda influir en la Toma de Decisiones de la empresa.

El 75% de los encuestados manifestaron que la empresa debe perfeccionar su Sistema Tecnológico que les permita mantener una buena gestión y satisfacer las necesidades de sus clientes.

En base a los resultados obtenidos mediante la metodología de triangulación aplicada a los Administradores de una empresa familiar, se pudo evidenciar la falta de un Sistema de gestión empresarial que permita el correcto desarrollo de la gestión administrativa de la información y su influencia en la Toma de Decisiones.

El modelo de sistema de gestión planteado, que resulta del proceso de investigación realizado, puede servir como reseña para el impulso de futuros estudios que demuestren como las Empresas Familiares pueden mejorar su funcionamiento e incrementar su rentabilidad con la ayuda de Sistemas a la vanguardia.

#### **4.9. Recomendaciones**

- Se recomienda a las Empresas Familiares nacionales aplicar el modelo de gestión empresarial propuesto, mismo que se basa en la correcta administración de la información de los procesos que desarrolla la compañía, promulgando así una acertada Toma de Decisiones.
  
- Considerar el análisis realizado tanto a clientes, colaboradores y Administradores, con el fin de reconocer las buenas prácticas que desarrollan y a su vez mejorar los procesos de operacionalización que retrasan y en muchos casos entorpecen su operación.
  
- Se propone realizar un levantamiento inicial de información que permita que el sistema propuesto tenga una base de datos consolidada y de fácil acceso a los usuarios del sistema.
  
- Efectuar reuniones programadas y agendadas con el área de Tecnología y Administradores de la compañía, así como colaboradores en general para socializar el direccionamiento que tendrá este sistema y aplicativo del mismo; su contenido, manual de uso, accesibilidad a la información así como a las prestaciones de este.
  
- Planificar el presupuesto y cronograma para la aplicación del modelo y posterior adquisición del sistema tecnológico.
  
- Introducir este modelo de Sistema de gestión empresarial para optimizar la administración de los procesos de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abiti, M. E., & Ocejo, X. (2004). *La sucesión de poder en la empresa familiar: Análisis de dos casos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941261003.pdf>
- Altamirano, E. (2014). Propuesta para optimizar la gestión en las Empresas Familiares del Sector Comercial en la ciudad de Guayaquil, que tenga impacto en su rendimiento y competitividad. Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2727/1/T-UCSG-POS-MAE-50.pdf>
- Arias, R. (2020). *Economipedia*. Obtenido de La toma de decisiones en una empresa tiene como fin decidir sobre las posibles alternativas de una oportunidad o soluciones a un conflicto de manera que se alineen con los objetivos corporativos.
- Balaguer. (2018). Las 8 etapas del proceso de toma de decisiones en la empresa. pág. 1. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/el-proceso-de-toma-de-decisiones.html>
- Braidot, N., & Soto, E. (1997). *Las Pymes Latinoamericanas*.
- Bustamante, C. (2019). *La Inteligencia de negocios y administración de Empresas: Un enfoque actual*.
- Camino, S., & Bermudez, N. (2018). *Las Empresas Familiares en el Ecuador: Definición y aplicación metodológica*. Obtenido de <file:///C:/Users/Mayra/Desktop/MAYRA/MAESTR%C3%8DA%20MBA/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N/EMPRESAS%20FAMILIARES%20ECUADOR%20LEER.pdf>
- CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN. (2018). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito. Obtenido de <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- COMERCIAL FELIPITO. (2021). Obtenido de <https://www.facebook.com/cfelipito/>
- CONCEPTO DEFINICIÓN. (2021). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/erp/>
- Coque. (2016). La Gestión Administrativa y su impacto en la rentabilidad de la Empresa Megamicro S.A. de la Ciudad de Ambato. Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/22863/1/T3604M.pdf>

- Cruz, J. &. (2013). Proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control. Grandes Pymes. Obtenido de <https://www.grandespymes.com.ar/2013/08/10/proceso-administrativo>
- EKOS. (s.f.). *ERP: la plataforma del futuro*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/erp-la-plataforma-del-futuro>
- Fayol, H. (1916). *Administration industrielle et générale*. Obtenido de <http://www.cca.org.mx/cca/cursos/administracion/artra/padm/enfadm/escclas/fayol.htm>
- Garza. (2007). Toma de Decisiones Empresariales: Un enfoque Multicriterio Multiexperto. 2-3. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433562007.pdf>
- Goyzueta, S. (2013). *Modelo de gestión para las empresas familiares con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad*.
- Heeks. (1998). *Information technology and public sector corruption: Institute for Development Policy and Management, University of Manchester*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/896/89653552007.pdf>
- Hernandez, A. (2003). *Los Sistemas de Información: Evolución y Desarrollo*. Zaragoza. Obtenido de file:///C:/Users/Mayra/Downloads/Dialnet-LosSistemasDeInformacion-793097.pdf
- Juárez, G. (2006). Formación General para la eficacia escolar. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-administrador-que-hace-su-perfil-y-habilidades/>
- Koontz, H. (2004). Administración una Perspectiva Global. Obtenido de <http://administracionenteoria.blogspot.com/2009/07/definicion-de-administracion.html>
- Laudon, K., & Laudon, J. (1996). Administración de los Sistemas de Información.
- LEY DE COMPAÑÍAS. (2014). *LEY DE COMPAÑÍAS*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Llamas, J. (2020). *Automatización de procesos*. *Economipedia.com* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/automatizacion-de-procesos.html>
- López, F. (2018). *Inversión*. *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Muentes, L. (2013). Modelo de Reorganización de una Empresa Familiar para mejorar la producción y la comercialización estratégica, caso Remolques

- Romuece. Ecuador. Obtenido de  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5409/1/UPS-GT000509.pdf>
- Muñoz, A. (2003). *Sistemas de Información en las Empresas*. Obtenido de  
[https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-1/sistem\\_infor.html](https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-1/sistem_infor.html)
- Orellana. (2019). *Gestión empresarial. Economipedia.com*. Obtenido de  
<https://economipedia.com/definiciones/gestion-empresarial.html>
- Orellana, P., & Orellana, P. (2020). *Desarrollo organizacional. Proceso de mejora continua. Economipedia.com*. Obtenido de  
<https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-organizacional.html>
- Parreño. (2019). Modelo de Gestión para la Empresa Familiar Parcor – Equipos Industriales. Ecuador. Obtenido de  
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3937/1/T-UIDE-2260.pdf>
- Peiró, R. (2018). *Satisfacción del cliente. Economipedia.com*. Obtenido de  
<https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>
- Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva*.
- Ramírez, C. (2016). *Fundamentos de Administración de Empresas. ECOE Ediciones*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-32.pdf>
- Rojas, J. (2005). *Glosario de administración de empresas; Control, Productividad, Sistematización*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/glosario-de-administracion-de-empresas/>
- Roldán, P. (2017). *Tecnología. Economipedia.com*. Obtenido de  
<https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>
- Sánchez, J. (2018). *Proveedor. Economipedia.com*. Obtenido de  
<https://economipedia.com/definiciones/proveedor.html>
- SIDESOFT . (2020). Obtenido de <http://www.sidesoft.com.ec/presente-del-erp-ecuador/>
- Significados.com. (2021). *Innovación* . Obtenido de  
<https://www.significados.com/innovacion/>
- SOFT DOIT. (2022). Obtenido de <https://www.softwaredoit.es/software-erp/index.html>
- Tomalá. (2017). Plan Estratégico para la Sostenibilidad de Emrpesas Familiares en Guayaquil. Ecuador. Obtenido de  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16493/1/TESIS%20ALISON%20TOMALA.pdf>

Velez, D., Holguín , H., De LaHoz, G., Duran, Y., & Gutiérrez, I. (2008). *Dinamica de la Empresa Familiar Pyme, Estudio Expolratorio en Colombia.*

Westreicher, G. (2020). *Inventario. Registro. Economipedia.com.* Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inventario.html>

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta

| <b>Información de contacto</b> |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Nombres y Apellidos:</b>    |  |
| <b>Correo electrónico:</b>     |  |
| <b>Número de Celular:</b>      |  |

**Objetivo:** Conocer la Gestión de la Administración de la Información para la Toma de Decisiones en Empresas Familiares.

1. ¿Cómo califica el proceso de compra en el establecimiento? Marque con una X. (Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja).

| <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|----------|----------|----------|----------|----------|
|          |          |          |          |          |

2. ¿Como califica el sistema tecnológico de la empresa? Marque con una X. (Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja).

| <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|----------|----------|----------|----------|----------|
|          |          |          |          |          |

3. ¿Por qué medio usted se ha enterado de las promociones, ofertas y descuentos del establecimiento?

- TV
- Radio
- Periódico
- Revista
- Vallas publicitarias
- Teléfono
- Correo Electrónico

WhatsApp

Internet

4. ¿Mediante qué forma le gustaría recibir su factura?

Correo electrónico.

WhatsApp.

Factura física.

Descargar factura de la web.

5. ¿De qué forma supo de la existencia del establecimiento? ¿Qué recomendaciones daría para que más personas lo conozcan?

Correo electrónico

TV

Radio

Periódico

Revista

Vallas Publicitarias

Teléfono

Correo Electrónico

WhatsApp

Internet

Recomendaciones:

.....  
.....



6. ¿Cómo califica el proceso de entrega de productos del establecimiento? Marque con una X. (Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja).

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|
|   |   |   |   |   |

7. ¿Considera necesario que el establecimiento amplie su sistema tecnológico para atender de mejor manera al cliente?

- Si.
- No, tiene lo suficiente.

8. ¿Cómo calificara la satisfacción del servicio del establecimiento? Marque con una X. (Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja).

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|
|   |   |   |   |   |

9. ¿Por qué razón compra los productos de la empresa?

- Calidad
- Precio
- Ubicación
- Surtido y variedad de productos
- Promociones
- Servicio al cliente

10. ¿Cuál de las siguientes atenciones personalizadas ha recibido?

- Llamada de cumpleaños
- Tarjeta de descuentos
- Comunicación de feliz navidad y año nuevo
- Felicitaciones por los años de cliente
- Otras

## Anexo 2. Entrevista

**Objetivo:** Analizar como Administrador realiza la Gestión de la Administración de la Información para la Toma de Decisiones en una Empresa Familiar.

### Datos generales de la entrevista:

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Nombres y apellidos:</b>    |  |
| <b>Cargo del entrevistado:</b> |  |
| <b>Fecha:</b>                  |  |
| <b>Nombre de la empresa:</b>   |  |

1. ¿Qué sistemas de información gerencial maneja para los distintos departamentos como comercial, financiero, contable, recursos humanos?
2. ¿Con qué tipos de bases de datos cuenta la empresa?
3. ¿Cuál es la metodología que se utiliza en la Gestión de la Administración de la Información en la toma de decisiones?
4. ¿Qué uso le da la empresa a la base de datos de clientes?
5. ¿Qué estrategias comerciales de fidelización de clientes, posicionamiento de marca, promociones de venta, etc. ha realizado basado en la información de la base de datos de la empresa?
6. ¿Qué acciones de unificación y estandarización de procesos ha aplicado en la empresa?
7. ¿Existe algún proceso documentado para la toma de inventarios dentro de la empresa? ¿En caso de que exista, se cumple?
8. ¿Qué opina sobre el manejo de los precios de la empresa y cuál es su relación con la competitividad de la empresa frente a la competencia?
9. ¿Qué información de su base de datos empresarial le ayuda a tomar decisiones financieras, contables, administrativas de personal y de mercadeo?
10. ¿Cuál es la situación actual de la empresa respecto al uso de la Gestión de la Administración de la Información en la Toma de Decisiones?

### Anexo 3. Guía de Observación

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Nombre de la empresa:</b> |  |
| <b>Nombre del observado:</b> |  |
| <b>Puesto o cargo:</b>       |  |
| <b>Fecha de Observación:</b> |  |

**Objetivo:** Recolectar información para conocer como el Administrador realiza la Gestión de la Administración de la Información para la Toma de Decisiones en una Empresa Familiar.

Instrucciones: Observar la ejecución de las actividades marcando con una (x) el cumplimiento de acuerdo con la escala establecida (Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja).

| N.º | Criterios para evaluar  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|---|---|---|---|---|---|
| 1   | El control del inventario es realizado a través de su sistema tecnológico.  |   |   |   |   |   |
| 2   | El área de Tecnología tiene proyectos para expandir su sistema para el control de toda la empresa.                |   |   |   |   |   |
| 3   | La información registrada es usada para la toma de decisiones en la empresa.                                      |   |   |   |   |   |
| 4   | La base de datos de clientes se usa periódicamente para dar a conocer las estrategias comerciales de la empresa.  |   |   |   |   |   |
| 5   | Las medidas adoptadas para alcanzar las metas de ventas se basan en la información generada gracias al Marketing. |   |   |   |   |   |
| 6   | Los colaboradores son capacitados y hacen uso del sistema tecnológico de la empresa.                              |   |   |   |   |   |
| 7   | El Sistema tecnológico permite conseguir los objetivos planificados por la empresa.                               |   |   |   |   |   |
| 8   | Hacen uso permanente de la facturación electrónica de la empresa.   |   |   |   |   |   |
| 9   | Tienen inconvenientes en el manejo del sistema de información   |   |   |   |   |   |
| 10  | Revisan de forma permanente la página web de la empresa.  |   |   |   |   |   |
| 11  | Monitorean la captación de nuevos clientes a través de la web.  |   |   |   |   |   |
| 12  | Mantienen presencia en redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp Web.                                |   |   |   |   |   |
| 13  | Manejan un control de sus competidores principales y utilizan esta información para la toma de decisiones.        |   |   |   |   |   |
| 14  | Controla el stock disponible de productos.  |   |   |   |   |   |
| 15  | Controla las devoluciones o reclamos.   |   |   |   |   |   |

#### Anexo 4. Validación de la propuesta

**Objetivo:** Validar con su criterio de experto el diseño de la propuesta.

**Tema:** “GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EMPRESAS FAMILIARES”.

**Autor:** Mayra Alejandra Mora Mora.

#### Instrucciones para la validación:

1. Lea la propuesta planteada.
2. De acuerdo con su experiencia, responda con los siguientes criterios de evaluación.

|  |
|--|
| <b>TD:</b> Totalmente de acuerdo.  |
| <b>DA:</b> De acuerdo y con aspectos por mejorar.                          |
| <b>ED:</b> En Desacuerdo pero con aspectos importantes.                    |
| <b>OA:</b> Observaciones adicionales, en caso de considerarlas necesarias. |

3. Marque con una X el cuadro correspondiente:

| Validación de aspectos   | TD | DA | ED | OA |
|--|----|----|----|----|
| Valida la relación entre el marco teórico y la creación de la propuesta.             |    |    |    |    |
| La propuesta incide en la administración de la información de la empresa.            |    |    |    |    |
| La implementación de este modelo de gestión optimiza la base de datos de la empresa. |    |    |    |    |
| La propuesta planteada influye en la toma de decisiones de la empresa.               |    |    |    |    |
| Los clientes de la empresa serán beneficiados con la aplicación de esta propuesta.   |    |    |    |    |

#### Datos generales del experto:

|                      |  |
|----------------------|--|
| Nombres y apellidos: |  |
| Título o Cargo:      |  |
| Lugar de Trabajo:    |  |
| Firma de experto:    |  |
| Fecha:               |  |

## Anexo 5. Cronograma valorado

| Proceso   | Personal requerido          | Cantidad  | Costo Unitario | Costo Total         | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 en adelante |
|---|-----------------------------|-----------|----------------|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------|
| 1. Recolección de información.  | Administrativo              | 1         | \$ 500,00      | \$ 500,00           |       |       |       |       |       |       |                   |
| 2. Automatización de información.                                       | Tecnología – Administrativo | 2         | \$ 500,00      | \$ 1.000,00         |       |       |       |       |       |       |                   |
| 3. Modelo de sistema de gestión empresarial.                            | Proveedor                   | 1         | \$ 2.000,00    | \$ 2.000,00         |       |       |       |       |       |       |                   |
| 4. Tipos de usuarios del sistema.                                       | Proveedor                   | 5         | \$ 300,00      | \$ 1.500,00         |       |       |       |       |       |       |                   |
| 5. Módulos del sistema.   | Proveedor                   | 7         | \$ 300,00      | \$ 2.100,00         |       |       |       |       |       |       |                   |
| 6. Administración del sistema.  | Proveedor                   | 1         | \$ 300,00      | \$ 300,00           |       |       |       |       |       |       |                   |
| 7. Función del sistema.   | Proveedor                   | 1         | \$ 300,00      | \$ 300,00           |       |       |       |       |       |       |                   |
| 8 Licencia del Sistema tecnológico de gestión empresarial.              | Proveedor                   | 1         | \$ 800,00      | \$ 800,00           |       |       |       |       |       |       |                   |
| 9. Monitoreo trimestral del sistema Tecnológico de gestión empresarial. | Proveedor                   | 1         | \$ 500,00      | \$ 500,00           |       |       |       |       |       |       |                   |
| 10. Retroalimentación del Sistema Tecnológico de gestión empresarial.   | Tecnología – Administrativo | 2         | \$ 500,00      | \$ 1.000,00         |       |       |       |       |       |       |                   |
| <b>Total</b>  |                             | <b>22</b> | <b>\$ -</b>    | <b>\$ 10.000,00</b> |       |       |       |       |       |       |                   |