



**UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE DESARROLLO Y FINANZAS E INFORMATICA**

**PROCESO DE TITULACION**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO DE FIN**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**INGENIERIA EN SISTEMAS**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:**  
**INGENIERO (A) EN SISTEMA DE INFORMACION**

**TEMA:**

“Aplicación de un sistema de información en los sistemas de venta y distribución de cacao para el productor AlExito de la Parroquia Zapotal”

**EGRESADO**

JAMA TABARA ANDRES SALVADOR

**TUTOR**

ING. HUGO JAVIER GUERRERO TORRES

**AÑO 2022**

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

AlExito es un centro de acopio independiente que compra y vende cacao, tiene 20 años brindando sus servicios a la ciudadanía en general, está ubicado en la Vía a Las Naves y Liborio Castañeda del Cantón Ventanas, cuenta con un sistema de venta y distribución manual, este sistema de ventas se ha tornado un problema a la hora de ofrecer el producto (cacao).

Hoy en día todas las empresas independientes del sector comercial (agrícola) necesitan un sistema de estrategias competitivas de ventas, que les permita el manejo organizado de los proveedores, clientes, productos y servicios, mejorando la actividad comercial al proveer información en tiempo real con respecto al registro de las necesidades de los clientes.

En estos tiempos la transformación digital ha traído consigo una serie de retos para las pequeñas y grandes empresas, en la actualidad se ha acelerado la digitalización, muchas empresas tuvieron que verse obligados en hacer cambios enérgicos en sus organizaciones para seguir funcionando magníficamente en el mercado. Actualmente los sistemas de información son vistos como áreas de conveniencia para lograr ventajas en el área de ventas y distribución de productos de la cadena agrícolas.

Un sistema de venta y distribución es un conjunto de relaciones que debe construir y sostener una empresa, para hacer llegar su producto hasta el consumidor final. La distribución comercial es una pieza fundamental que genera equilibrio y valor para la sociedad en general, dado que proporciona utilidades al usuario, consumidor y fabricante al mismo tiempo.

El sistema de venta o de distribución comercial involucra dos temas: la forma de venta y los canales de comercialización. La forma de venta es la manera de cómo elige una empresa vender sus productos al consumidor y los canales de comercialización o distribución son las diferentes rutas o conductos por los que atraviesa un producto para desplazarse desde el sitio de producción hasta el sitio de consumo.

AlExito actual mente cuenta con dificultades al momento de vender el producto (cacao) por que no cuenta con información ordenada y confiable de la compra-venta que se realizan día a día. Una de las dificultades primordiales es que con el sistema de venta manual no se puede llegar fácilmente a los clientes. Esto ha dificultado el acercamiento entre proveedor y consumidores, difuminando la participación de los distintos agentes distribuidores.

El centro de acopio no cuenta con un control preciso de sus trabajadores al momento de llegada, tiene dificultades para registrar la asistencia y la salida. Estos dependen de un sistema manual.

Se tiene un mal manejo de sus productos no tienen en cuenta la fecha de elaboración ni de caducidad de los mismos. Los productos tóxicos no llevan un manejo apropiado de parte de la empresa. No lleva un medio de comunicación con los clientes de la empresa.

## JUSTIFICACIÓN

La transformación digital ha traído consigo una serie de retos para las pequeñas y grandes empresas, en la actualidad se ha acelerado la digitalización, muchas empresas tuvieron que verse obligados en hacer cambios enérgicos en sus organizaciones para seguir funcionando en el mercado.

Según (Herrera, 2006) “Un sistema de compra-venta manual no es recomendado por que en la actualidad se utilizan sistemas de ventas que son manejados virtualmente donde el cliente tiene la opción de visualizar el precio del producto antes de que realice la compra”.

Con la aplicación de un sistema de venta y distribución actualizado podrá salir al mercado con mayor nivel de competitividad y además podrá ser pionera en el uso de esta plataforma tecnológica. Con la utilización de este sistema de información el centro de acopio AIExito desarrollara sus actividades de gestión operativa y comercial con una forma más productiva.

El propósito de este estudio de caso es aplicar un sistema de información de para la venta y distribución al centro de acopio AIExito para mejorar los niveles de ventas, y mejorar los resultados con una visión estratégica a través del desarrollo de planes de acción buscando nuevas oportunidades y que sus propietarios tomen decisiones correctas para expandir sus ventas frente a sus competidores.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

- Análisis de un sistema de información para optimizar los procesos de venta y distribución de cacao del centro de acopio AIExito.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar la utilización de un sistema de información de venta y distribución para el centro de acopio AIExito.
- Estudiar la situación actual del sistema de información del centro de acopio AIExito,
- Analizar la información de un sistema de venta y distribución para utilizar procesos confiables y eficientes al centro de acopio AIExito.

## LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

### Línea de Investigación

Sistema de información y comunicación, emprendimiento e innovación.

### Sub Líneas

La sub-línea de investigación que rige este estudio de caso es la tecnología inteligente de software y Hardware. Que son aplicaciones que se relacionan a un sistema de información de venta y distribución inteligente que ayudaran al centro de acopio AIExito a promover sus ventas (físico o virtual) para ofrecer el producto (cacao) a los clientes.

## MARCO CONCEPTUAL

### Sistema de información.

Los sistemas de información (SI) son esenciales en las empresas para desempeñar las actividades comerciales diarias que se realizan en una empresa, así como también para alcanzar los objetivos planteados, existe una correlación cada vez mayor en las capacidades para servirse de la tecnología de la información y su aptitud para poner en función tácticas empresariales que permitan alcanzar efectivamente las funciones planteadas en la organización. (Laudon, 2016)

(Effy, 2018) En su libro administración define al sistema de información “como un conjunto de elementos que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades de una empresa o negocio”. En un sentido amplio, un sistema de información no necesariamente incluye equipo electrónico (hardware). Sin embargo, en la práctica se utiliza como sinónimo de sistema de información computarizado.

En la actualidad un Sistema de Información (SI) es un conjunto de componentes interrelacionados que trabajan juntos para recopilar, procesar, almacenar y difundir información para apoyar la toma de decisiones, a través de su uso se puede lograr significativos avances, puesto que son incorporados para poder llevar a cabo una automatización de los procesos operativos que se realizan dentro de la empresa. Además, brindan información relevante para la toma de decisiones, la misma que se ha posicionado como uno de los recursos que poseen información. (VELTHUIS, 2015)

“Los sistemas de información ayudan a administrar, recolectar, recuperar, procesar, almacenar y distribuir información relevante para los procesos fundamentales y las particularidades de cada organización”. (Chen, 2008).

Para (Mesquita, 2019) El objetivo de los sistemas de información es entender y analizar cómo ocurre el impacto de la adopción de las tecnologías de información en los procesos de decisión gerenciales y administrativos de las empresas. El sistema de

información puede trabajar con diversos elementos. Entre ellos están software, hardware, base de datos, sistemas especialistas, sistemas de apoyo a la gerencia, entre otros.

### **Tipos de sistemas de información**

Estos sistemas de información trabajan de manera integrada, atendiendo los intereses de la empresa. Ellos actúan en los niveles estratégico, operacional, de conocimiento y táctico.

### **ERP (Enterprise Resource Planning)**

“Es un software de gestión global que estandariza, racionaliza e integra los procesos de negocio en los departamentos de finanzas, recursos humanos, compras, distribución y otros departamentos de una empresa”. Por lo general, los sistemas ERP funcionan en una plataforma de software integrada que utiliza definiciones de datos comunes que funcionan en una sola base de datos. Los datos brindados por el software ERP ayudan a traer más agilidad a los procesos y permiten cumplir la producción por demanda, el objetivo es ayudar a una empresa en sus tareas de administración y toma de decisiones, automatizando todos sus procesos. (Mesquita, 2019).

### **Características del ERP**

Existen muchos ERP, pero podemos encontrar un conjunto de características en el software ERP. (Meyer-Delius., 2022)

- **Administración de la cadena de suministro:** Se puede seguir fácilmente el proceso de suministro. Desde la producción hasta la distribución.
- **Análisis de información:** Como toda la información se almacena en una única base de datos, es fácil para el sistema ERP analizarla.
- **Automatización:** Los ERP siempre automatizan tareas como la creación de informes, por ejemplo.
- **Contabilidad:** Gestión de finanzas y facturación. Normalmente se compagina con compras y ventas.

- **CRM:** Gestión de relación con el cliente, comunicación directa, seguimiento de oportunidades, etc.
- **Generación de informes:** Como gestionan tantos datos, todos los ERP realizan informes.
- **Gestión de compras y ventas:** Opciones para controlar los gastos y entradas desde un solo lugar.
- **Gestión de proyectos:** Gracias a la integración con finanzas, permite calcular las ganancias.
- **Gestión de stock e inventario:** Organización desde el precio y los almacenes hasta los pedidos. Especialmente si son compatibles con una aplicación como Shopify.
- **Integración:** Este integra las distintas ramas de una empresa y centraliza sus datos. Esta es absoluta a través de departamentos y unidades de negocio.
- **Operaciones en tiempo real:** Los problemas se identifican rápidamente, dándole así tiempo al vendedor de reaccionar y encontrar una respuesta rápida.
- **Pagos online:** Opciones de pago online y facilidad para conectar con aplicaciones como PayPal y Stripe, por ejemplo.
- **Personalización:** Es imposible diseñar el software perfecto que se adapte a todas las necesidades. Por esta razón, los buenos ERP se pueden personalizar y son flexibles.
- **Un aspecto uniforme:** Distintas ramas de la empresa se agrupan bajo un mismo programa, dándole así un aspecto uniforme.
- **Recursos humanos (RRHH):** Gestión de nóminas, contratos, ausencias, información de empleados, etc.

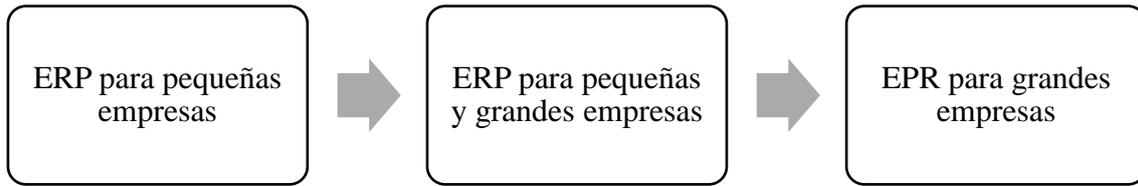
## **Tipos de ERP**

Para (Meyer-Delius., 2022) Existen 2 tipos de ERP por tamaño y por instalación

### **ERP por tamaño**

Está diseñado para pymes pero existen otros softwares que se han creado exclusivamente para compañías de gran tamaño.

#### **Grafico # 1 EPR por tamaño**

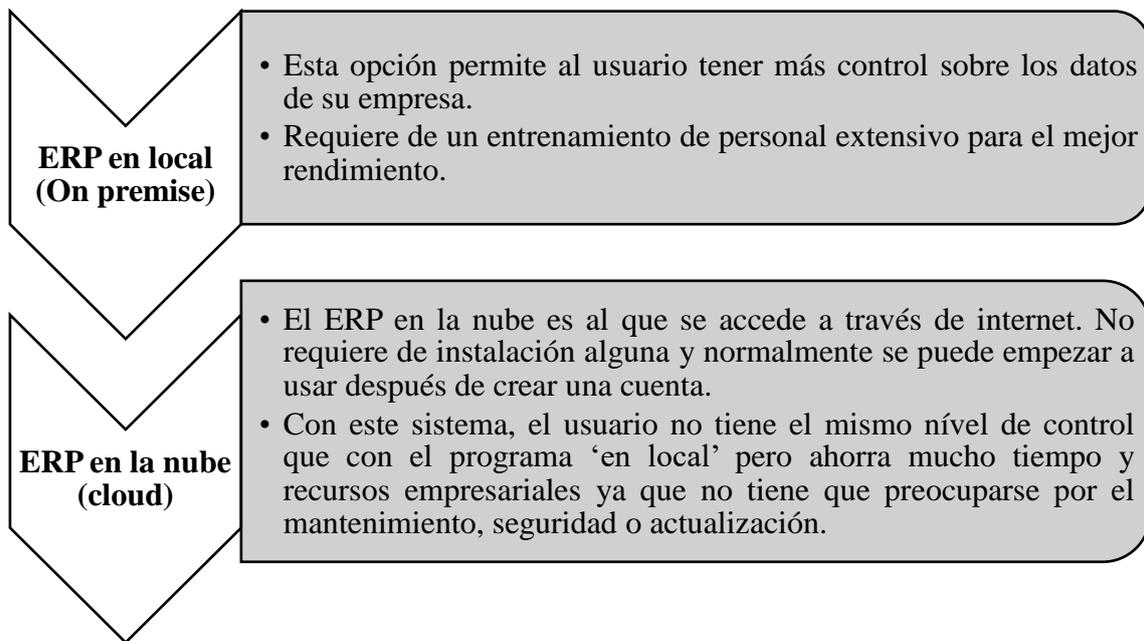


**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

### ERP por Instalación

Cuando se trata de ERP, tenemos la opción de instalarlo en nuestros sistemas (on premise) o accederlo a través de la nube (cloud) y cada opción tiene sus ventajas y desventajas.

#### Grafico # 2 ERP por Instalación



**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

### CRM (Customer Relationship Management)

Para (Mesquita, 2019) Un CRM es un software que automatizan todas las funciones relativas de los clientes para gestionar los vínculos, permitiendo que la empresa recolecte y almacene los datos de los clientes, el objetivo principal del CRM es atender las necesidades de los consumidores de manera anticipada.

“Un CRM es un software que satisface a los clientes para gestionar los vínculos con ellos, apela al uso inteligente de la información para estrechar la relación con los clientes y así generar más valor para la empresa”. Trata de una herramienta diseñada para ayudar a los equipos de ventas y marketing. Sobre todo a gestionar la manera en la que se relacionan con sus clientes y prospectos.

“Este sistema de control de ventas fue diseñado para mejorar la productividad, los procesos y la visibilidad del pipeline de los equipos de ventas, esta herramienta permite que tus vendedores estén 100% enfocados en vender”. (Da Silva, 2020)

El CRM es la gestión para de relacionarnos con los clientes. Estas plataformas sirven de base de dato y el objetivo principal es de tramitar a la empresa con el cliente, ya sea para organizar, la finalidad que se quiere conseguir con esta herramienta es tener un buen sistema de control de ventas. (Agraz, 2021)

“Las plataformas CRM son espacio competitivo y en total crecimiento. Todas las empresas hablan de las experiencias que han tenido con el cliente y las estrategias del CRM. Pero para el avance, es importante que cualquier empresa conozca las tendencias de CRM para poderlas aplicar”. (Agraz, 2021).

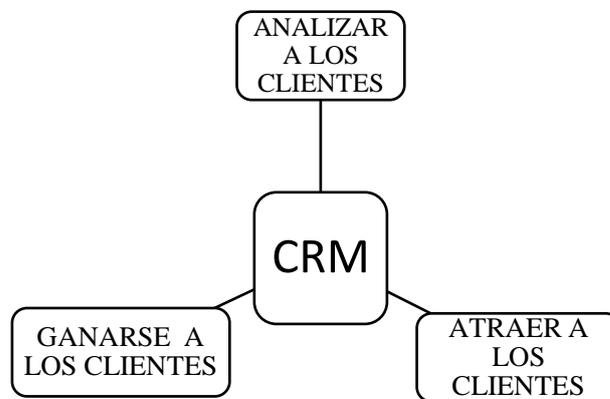
CRM, es un término que hace referencia a los procesos y estrategias que una empresa pone en marcha para gestionar sus relaciones con los clientes, así como las herramientas y sistemas que emplea con el fin de mantener su base de usuarios e impulsar las ventas. “La CRM engloba el conjunto de acciones y procesos que establece un negocio con el objetivo puesto en la captación de prospectos y la satisfacción de los clientes de cartera”.

Es una herramienta que permite que haya un conocimiento estratégico de los clientes las preferencia así como un manejo eficiente de la información, con el firme propósito de que pueda haber un desarrollo adecuado de todos los procesos internos que estén representados en la capacidad de retroalimentación y medición de los resultados de los negocio.

### **Funcion principal de un CRM**

Esta funcion trata de gestionar relaciones con los clientes, por medio de la Gestión de ventas, Gestión de ingresos y Análisis de campañas de marketing. Se analiza, se ganan y se atraen a los clientes.

**Gráfico # 3 Función de CRM**



**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

(Camilo Clavijo, 2021) Muchas empresas disponen de un sistema CRM . Los sistemas CRM existen para automatizar el proceso de ventas. Sin importar qué tipo de sistema elijas, lograr una implementación exitosa es clave para aprovechar el uso de sus funcionalidades.

### **SCM Supply Chain Management**

Para (Markos, 2014) “Un SCM es el responsable de gestionar y organizar todas las actividades de adquisición, producción y distribución de los bienes que una compañía pone a disposición de sus clientes”. Este tipo de software integra los datos relativos a fabricantes, proveedores y puntos de venta, garantizando que los productos sean entregues en las cantidades necesarias y en el plazo correcto, evitando la falta de mercancía o el exceso de stock.

Es importante resaltar que este software es compuesto por los sistemas de gestión de suministros y componentes, de la cadena de suministros, de la estructura de producto, del rastreo de origen y uso y de control de la cadena de suministros. (Mesquita, 2019).

SCM se refiere a la gama de herramientas informáticas que están diseñadas para controlar los procesos de una empresa para realizar las operaciones y gestionar las relaciones con los proveedores. Mientras que la funcionalidad de estos sistemas varía enormemente, hay características comunes que incluyen el cumplimiento de órdenes de compra, transporte, inventario y gestión de almacenes, y el proveedor de abastecimiento. (EVALUANDO, 2022)

### **SIG (Sistemas de Información Gerenciales)**

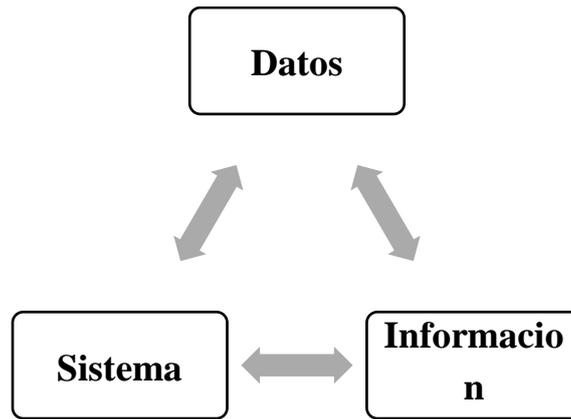
Para (Mesquita, 2019) El SIG es un conjunto de sistemas y procedimientos que recopilan información de una variedad de fuentes, hoy en día los SIG dependen en gran medida de la tecnología para compilar y presentar datos, pero el concepto es más antiguo que las tecnologías de cómputo modernas. El objetivo principal de un sistema de información gerencial es hacer que la toma de decisiones de los gerentes sea más eficiente y productiva.

En el caso de los informes, ellos pueden ser categorizados en 4 tipos:

- Informes programados
- Informes de excepción
- Informes y respuestas por solicitud
- Informes en pilas

Los sistemas de información están cambiando en la forma que operan las empresas. A través de su uso se logran mejoras en los procesos operativos por que proporcionan información de apoyo al proceso de la toma de decisiones.

### **Grafico # 4 Datos, Información y Sistema del (SI)**



**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

**Dato** puede ser un número, una palabra, una imagen y se utiliza en plural “datos” los cuales son la materia prima para la producción de información.

**Información** por su parte son datos que dentro de un contexto dado tiene un significado para alguien finalmente

**Sistema** es el mecanismo por el cual se genera la información que se requiere.

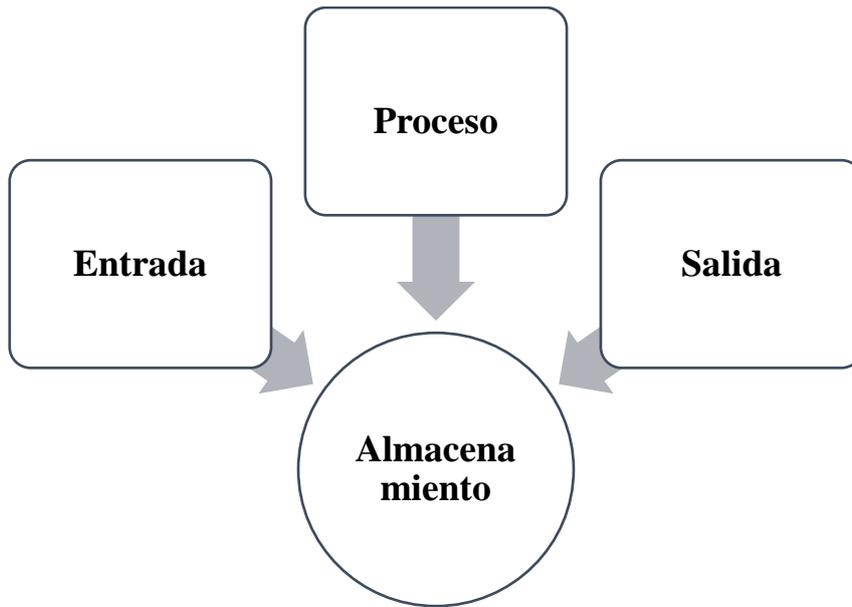
### **Características del sistema de información**

Existen algunas características inherentes a este sistema que deben ser llevadas en consideración y estos son:

- Relevancia
- Integración
- Flujo independiente
- Control
- Directrices. (Mesquita, 2019)

### **Actividades básicas de un sistema de información**

**Grafico # 5 Actividades Básicas de un (SI)**



**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

**Entrada:** “Se ubican los datos generales del cliente, el nombre, la dirección, el tipo de clientes, políticas de créditos, límite de créditos, plazo, logo, facturas, etc.”.

**Proceso:** “Cálculo de antigüedad de saldos cálculo del interés moratorio y cálculo de saldo de un cliente”.

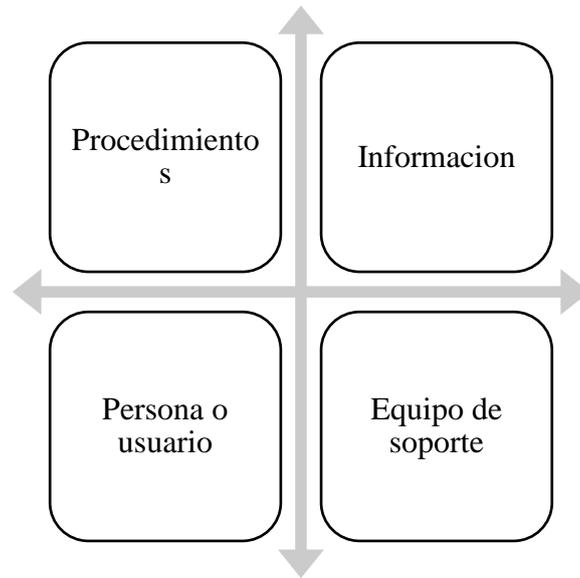
**Salida:** “Es la capacidad que sirve para sacar la información procesada o datos de entrada al exterior como los movimiento del mes pago depuración catálogo del cliente y las facturas”.

**Almacenamiento:** Es una de las actividades más importantes que tiene una computadora, ya que a través de esta propiedad el sistema puede recordar la información guardada en la sesión o proceso anterior. Almacena Informe de pago, estado de cuenta, pólizas contables, intereses automáticos y consulta de saldo.

### **Elementos de un sistema de información**

(García Peñalvo, 2018) Definen a los elementos de este Sistema de Información de la siguiente manera:

**Gráfico # 6 Elementos del (SI)**



**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

### **Procedimientos**

Prácticas habituales de trabajo que se siguen al ejecutar las actividades necesarias para un buen funcionamiento del sistema.

### **Información**

Es el elemento fundamental del sistema, son datos útiles para la organización que se adaptan a las personas que los manejan y al equipo disponible de acuerdo a los procedimientos.

### **Personas o usuarios**

Individuos o unidades de la organización que introducen, manejan o usan la información

- **Usuario final directo:** Opera con el sistema
- **Usuario final indirecto:** Utiliza la información generada por el sistema
- **Administradores:** Supervisan la inversión en el desarrollo o uso del sistema. Controlan las actividades del sistema.
- **Directivos:** Incorporan los usos estratégicos y competitivos de los sistemas de información.

**Equipo de soporte** Sistema físico utilizado para la comunicación, procesamiento y almacenamiento de la información.

## **Sistema de Control de Ventas**

Un sistema de control de ventas es una herramienta que se utiliza para facilitar la gestión de oportunidades en todo el embudo de ventas. También puede ser utilizado por los líderes para monitorear el desempeño del equipo frente a los objetivos establecidos, ya sean individuales o colectivos. Tener un sistema de control de ventas en cualquier empresa es importantísimo para lograr toda y cualquier meta económica estipulada (Silva., 2021).

Según estudios académicos, el sistema de ventas se puede dividir en dos tipos: Control de resultados y Control de comportamiento el primero se basa directamente en medidas objetivas y el segundo se centra en los esfuerzos laborales que tienen los vendedores de la empresa.

### **Para que sirve un sistema de control de ventas.**

“Sirve para lograr toda y cualquier meta económica estipulada. Este programa ayuda a recopilar las informaciones de los clientes y registrar correctamente los precios de los productos y servicios”. (Da Silva, 2020)

Un sistema de control de ventas te ayuda a recopilar información sobre los ingresos reales y comparar los resultados con lo esperado de forma simple y eficaz. Puedes monitorear todas las transacciones, facturas y operaciones financieras que se realizan en la empresa, sin datos duplicados o incorrectos. (Da Silva, 2020)

“En un sistema de control de ventas, los vendedores pueden ingresar información detallada sobre la facturación, incluyendo descuentos dados a los clientes o modificación del valor de un producto en caso de que este tenga un defecto”. (Da Silva, 2020)

### **Ventajas de un sistema de control de ventas**

Entre las ventajas de este sistema de control tenemos las siguientes:

- Establecer metas realistas
- Aumentar los ingresos
- Mantener tu negocio sincronizado

- Obtener información contextual y actualizada de tus clientes
- Personalizar las ofertas
- Gestionar los datos de forma segura

## **Infraestructura del sistema de distribución de ventas**

La infraestructura de la tecnología de la información (TI) hace referencia a los elementos necesarios para operar y gestionar entornos de TI empresariales. Una infraestructura define el éxito de una empresa a medida que su sostenibilidad se incrementa a la inversión en TI. Por este motivo es crucial conocer todos sus componentes o elementos a nivel de software y de hardware. Una infraestructura sólida permite a un software operar de manera eficiente y eficaz durante el tiempo previsto con niveles altos de servicios y prestaciones. Estos productos de infraestructura de TI se pueden descargar como aplicaciones de software que se ejecutan en los recursos de TI actuales o como soluciones en línea que ofrecen los proveedores de los servicios. (Red-Hat., 2019)

## **Componentes de la infraestructura IT**

Entre esos componentes se destacan los siguientes:

**Hardware:** Este elemento es de suma importancia. Hace referencia a las partes físicas que forman parte de un ordenador. Por lo tanto, cuando hablamos de este concepto debemos tener la visión de que son los dispositivos materiales que sirven para poder llevar a cabo una gestión informática (pantalla o dispositivo móvil). (Red-Hat., 2019)

**Software:** Si el anterior elemento era importante, este también es imprescindible. Se refiere a todo aquello que no es tangible en relación con la informática. El software se compone de todos aquellos programas necesarios que consiguen que el hardware funcione. Ambos conforman la combinación perfecta para conseguir desarrollar las actividades informáticas de la empresa con éxito. (Red-Hat., 2019)

**Redes:** El objetivo prioritario de una empresa cuando desarrolla una infraestructura de estas características es que los dispositivos de la compañía estén conectados a nivel interno y externo. Por lo tanto, configurar las redes de forma adecuada es imprescindible para conectar los aparatos tecnológicos pertinentes. La conexión de

forma interna se puede llevar a cabo de forma inalámbrica o bien por cable. (Red-Hat., 2019)

## **Tipos de infraestructuras de TI**

### **Infraestructura tradicional**

En la infraestructura tradicional, las empresas son las propietarias de todos los elementos (centros de datos, sistemas de almacenamiento de datos), a los cuales gestionan en sus propias instalaciones. El funcionamiento de esta infraestructura suele considerarse costoso y requiere grandes cantidades de sistemas de hardware. (Red-Hat., 2019)

### **Infraestructura de nube**

La infraestructura de nube hace referencia a los elementos y los recursos que se necesitan para el cloud computing. Puede diseñar una nube privada usted mismo utilizando los recursos que se le destinan de forma exclusiva. O bien, puede usar una nube pública a través del alquiler de una infraestructura de nube de un proveedor de nube, como Alibaba, Amazon, Google, IBM o Microsoft. También puede diseñar una nube híbrida mediante la incorporación de un cierto grado de gestión, organización y portabilidad de las cargas de trabajo en varias nubes. (Red-Hat., 2019)

### **Infraestructura hiperconvergente**

La infraestructura hiperconvergente le permite gestionar los recursos informáticos, de red y de almacenamiento de datos desde una sola interfaz. Así podrá admitir cargas de trabajo más modernas con arquitecturas escalables en el hardware estándar del sector a través de la combinación del almacenamiento de datos y la informática definidos por software. (Red-Hat., 2019)

## MARCO METODOLOGICO

El método de investigación que se utilizara para poder recopilar la información necesaria en el presente estudio de caso es deductivo, que se basa en las estrategias del razonamiento para así llegar a tener las conclusiones pertinentes sobre la aplicación de sistema de información en los sistemas de venta y distribución que se utilizaran en el centro de acopio AIExito.

La metodología aplicada dentro de este estudio de caso es cuantitativa, se forma a partir de un enfoque deductivo en el que se hace hincapié en la comprobación de la teoría, se buscó aplicar y conocer el sistema de venta y distribución que se utilizara en el centro de acopio AIExito, para tener una perspectiva más amplia y profunda del tema y producir datos más eficientes.

Como técnicas de esta investigación se utilizó la entrevista y la encuesta.

**Entrevista:** Se realizó la entrevista al propietario del centro de acopio AIExito, donde detallo la relación comercial que mantiene con los clientes, el sistema de venta y distribución que utilizan en el mismo y el conocimiento de los sistemas de infraestructuras que se implementan actualmente en las empresas para ofrecer un sistema de información de venta.

**Pregunta 1. ¿Usted mantiene relación comercial con sus clientes?**

Sí

No

**Pregunta 2. ¿Le gustaría contar con información personal de todos los posibles clientes para realizarles ofertas o promociones?**

Sí

No

**¿Qué métodos utiliza para comunicarles a sus clientes que tiene producto en venta?**

Teléfono

Redes sociales

Correos electrónicos

Otros

**¿Qué tipo de sistema de venta y distribución utiliza usted en su establecimiento?**

Manual

CRM

Otro

**¿Usted tiene conocimiento de los sistemas de infraestructura que se implementan en las empresas para ofrecer un sistema de información de venta?**

Si

No

**¿En su empresa usted utilizaría un sistema de venta y distribución CRM para tener información de sus clientes?**

Si

No

**Encuesta:** Es la técnica que facilita la obtención de información mediante un cuestionario de preguntas relacionadas al tema de estudio, que serán aplicadas a los clientes del centro de acopio AIExito para determinar la opinión que tienen ellos sobre el sistema de venta y distribución que se aplica en el mismo.

**Pregunta 1. Como cliente del centro de acopio AIExito ¿Usted está de acuerdo con el sistema de venta que utilizan actualmente?**

Si

No

**¿A usted le gustaría que el centro de acopio AIExito implemente un sistema de ventas y distribución rápida, moderna y de fácil acceso?**

Si

No

**¿A usted como cliente como le gustaría recibir información acerca de las promociones del producto (cacao) que se vende en el centro de acopio AIExito?**

Teléfono

Correo

Otros

**¿A usted como cliente le gustaría mantener relación estrecha con el centro de acopio AIExito por medio de un sistema de venta y distribución?**

Si

No

**Población.**

**Gerente**     1     Gerente de la empresa, provee información administrativa

**Clientes**     10     Compra de producto al mayoreo

## RESULTADOS

1.) **Cómo cliente del centro de acopio ALExito ¿Usted está de acuerdo con el sistema de venta que utilizan actualmente?**

Respuestas	Total	porcentaje
	Cantidad	%
<b>Si</b>	2	20%
<b>No</b>	8	80%
<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborada por:** Jama Tabara Andrés Salvador

**Grafico # 1 Acuerdo con el sistema de venta que se utiliza en ALExito**



**Fuente:** Tabla # 1

**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

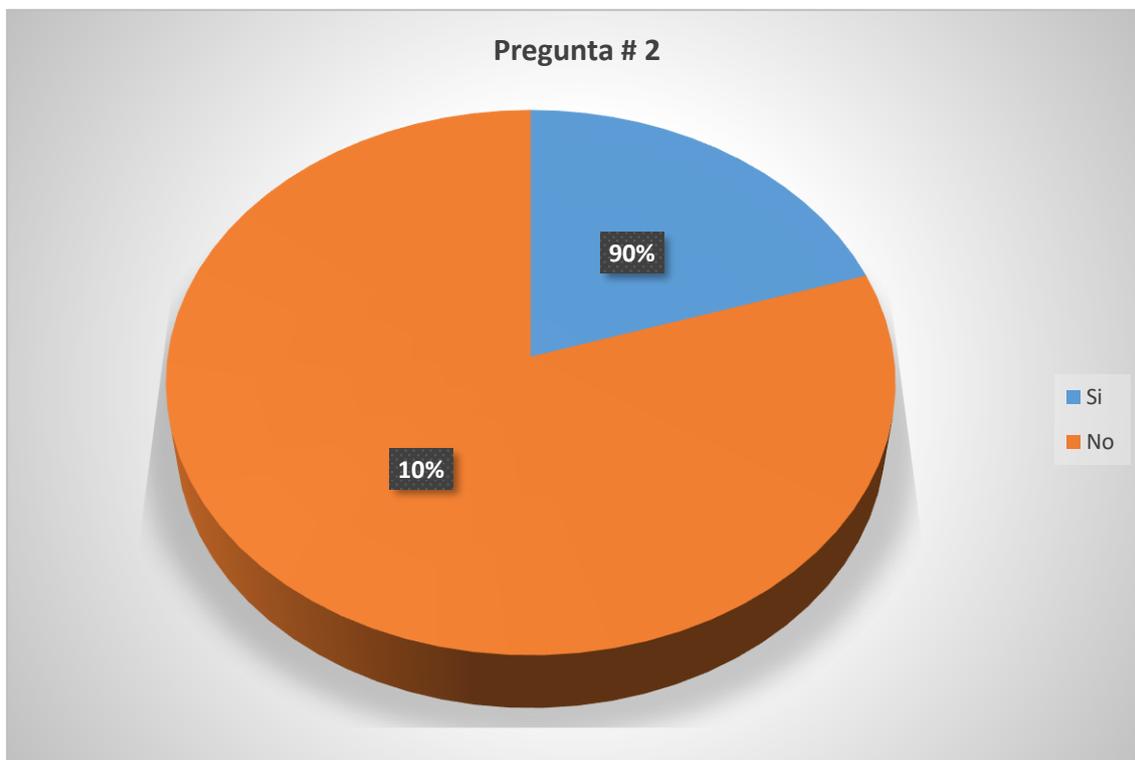
2.) **¿A usted le gustaría que el centro de acopio ALExito implemente un sistema de ventas y distribución rápida, moderna y de fácil acceso?**

Respuestas	Total	porcentaje
	Cantidad	%
<b>Si</b>	9	90%
<b>No</b>	1	10%
<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborada por:** Jama Tabara Andrés Salvador

**Grafico # 2 implemente un sistema de ventas y distribución rápida, moderna y de fácil acceso**



**Fuente:** Tabla # 2

**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

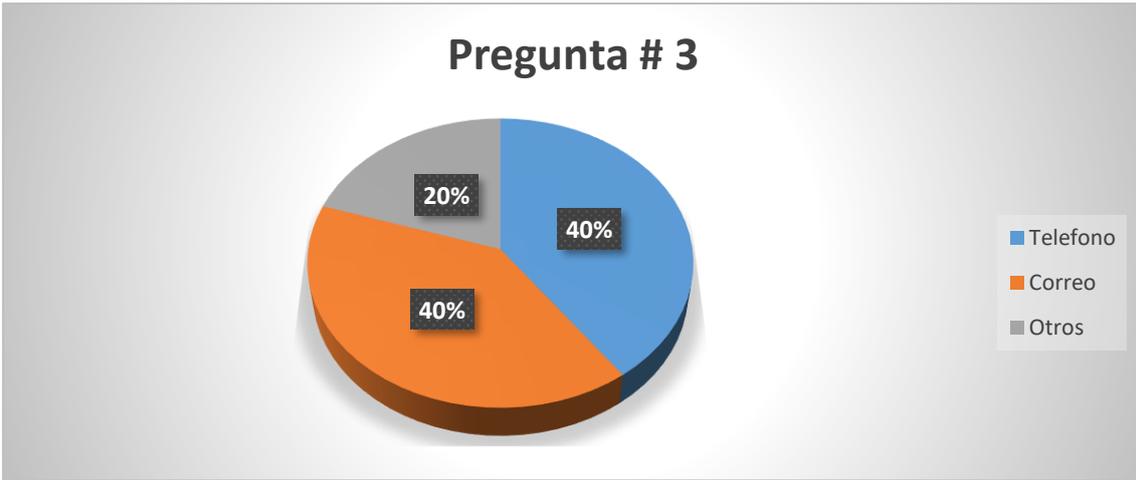
**3.) ¿A usted como cliente como le gustaría recibir información acerca de las promociones del producto (cacao) que se vende en el centro de acopio AlExito?**

<b>Respuestas</b>	<b>Total</b>	<b>porcentaje</b>
	Cantidad	%
<b>Teléfono</b>	6	60%
<b>Correo</b>	3	30%
<b>Otros</b>	1	10%
<b>Total</b>	10	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborada por:** Jama Tabara Andrés Salvador

**Grafico # 3 Información de promociones de ventas**



**Fuente:** Tabla # 3

**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

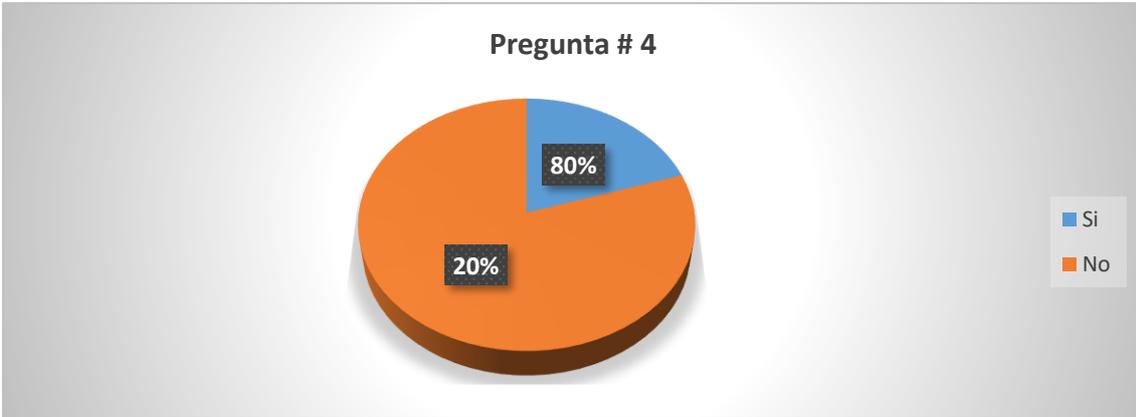
**4.) ¿A usted como cliente le gustaría mantener relación comercial estrecha en el centro de acopio AIExito por medio de un sistema de venta y distribución?**

Respuestas	Total	porcentaje
	Cantidad	%
<b>Si</b>	8	80%
<b>No</b>	2	20%
<b>TOTAL</b>	10	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborada por:** Jama Tabara Andrés Salvador

**Grafico # 4 como cliente le gustaría mantener relación estrecha con el centro de acopio AIExito**



**Fuente:** Tabla # 4

**Elaborado por:** Jama Tabara Andrés Salvador

## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En base a la pregunta número uno de la entrevista los resultados muestran que el centro de acopio AIExito no mantiene relación comercial con sus clientes.

En base a la pregunta número dos de la entrevista los resultados muestran que el propietario del centro de acopio AIExito le gustaría contar con información de todos los posibles clientes para realizarles ofertas o promociones.

En base a la pregunta número tres de la entrevista los resultados muestran que el método que utiliza para comunicarles a sus clientes que tiene producto en venta son afiches pancartas y volantes.

En base a la pregunta número cuatro de la entrevista, los resultados muestran que el tipo de sistema de venta y distribución que utilizan en el centro de acopio AIExito es manual

En base a la pregunta número cinco de la entrevista, los resultados muestran que no tiene conocimiento de los sistemas de infraestructura que se implementan en las empresas para ofrecer un sistema de información de venta

En base a la pregunta número cinco de la entrevista, los resultados muestran que el propietario del centro de acopio si utilizaría un sistema de venta y distribución CRM para tener información de los clientes.

- 1.) Cómo cliente del centro de acopio AIExito ¿Usted está de acuerdo con el sistema de venta que utilizan actualmente?**
- 2.) ¿A usted le gustaría que el centro de acopio AIExito implemente un sistema de ventas y distribución rápida, moderna y de fácil acceso?**
- 3.) ¿A usted como cliente como le gustaría recibir información acerca de las promociones del producto (cacao) que se vende en el centro de acopio AIExito?**
- 4.) ¿A usted como cliente le gustaría mantener relación comercial estrecha en el centro de acopio AIExito por medio de un sistema de venta y distribución?**

**5.) ¿En su empresa usted utilizaría un sistema de venta y distribución CRM para tener información de sus clientes?**

## CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de la entrevista y la encuesta se puede concluir de la siguiente manera:

Al propietario le gustaría contar con información de todos los clientes para realizarles ofertas o promociones y así poder incrementar las ventas y obtener más ganancias. La revisión de la información se realizaría en menor tiempo, puesto que ya no será necesario recurrir a archivos físicos que demanden mayor cantidad de tiempo.

El método de información que utiliza el centro de acopio AlExito para comunicarse con los clientes que tiene producto en venta es muy antiguo y no proporciona ventas ni rentabilidad para el centro de acopio.

El tipo de sistema de venta y distribución que utilizan en el centro de acopio AlExito es manual el ingreso de la información de compra es lenta no se puede imprimir ni detallar comprobantes de peso para que el agricultor lo haga efectivo en el momento que desee.

El propietario del centro de acopio no tiene conocimiento de los sistemas de infraestructura que se implementan en las empresas para ofrecer un sistema de información de venta. Pero manifiesta que si le gustaría conocer y aplicar un sistema de venta y distribución CRM para tener información de los clientes y poder obtener más rentabilidad económica.

Los clientes del centro de acopio AlExito están de acuerdo que se implemente un sistema de ventas y distribución que sea rápido, moderno y de fácil acceso para que el propietario recolecte y almacene los datos.

A los clientes les gustaría recibir información vía telefónica y por correo electrónico acerca de las promociones de los productos (cacao) que se vende, hacerles saber de los descuentos de nuevos productos que llegan a el centro de acopio ayudarles con asesoramiento profesional para su cultivos y mantener una estrecha relación comercial con los clientes y socios del centro de acopio.

## RECOMENDACIONES

La empresa, al no mantener relaciones comerciales con los clientes, está perdiendo oportunidades de ventas del producto. Es necesario que se utilice un sistema que permita garantizar esta relación productor-cliente como son los CRM para mejorar relación comercial con los clientes actuales y futuros clientes.

Los sistemas de ventas son antiguos se recomienda actualizar o mejorar ese sistema para tener una mayor comunicación con sus clientes y así promocionar sus productos y tengan mayor salida y sea más rentable para el centro de acopio.

El centro de acopio al contar con un sistema de venta y distribución manual esta propenso a perder la información de productos se recomienda utilice un sistema que sea factible detallar comprobantes de peso para sus productos y así el agricultor tenga conocimiento cual es la medida exacta para su cultivo.

El propietario al no conocimiento de los sistemas que se implementan en las empresas. Es necesario hacerle saber, ofrecer un sistema de información de venta y comunicar cuales son los beneficios de un sistema CRM para tener una buena rentabilidad económica.

Al momento de implementar un sistema de venta y distribución garantiza un fácil acceso al propietario recolectar y almacenar datos de los clientes y de los socios del centro de acopio, se recomienda implementar un sistema CRM para recolectar los datos de cada cliente y almacenar de forma continua para llevar de forma ordenada la información de los clientes.

La empresa al tener un sistema CRM podría dar mayores facilidades al cliente se recomienda utilizar diferentes medios de comunicación (teléfono, correo) para ayudar con nueva información a sus clientes y mantener una relación estrecha con los clientes y socios de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agraz, M. (2021). *Evolución del CRM*. Obtenido de FOXTER: <https://www.foxter.io/blog/evoluci%C3%B3n-del-crm>
- Camilo Clavijo. (03 de Junio de 2021). *5 pasos para implementar un sistema CRM exitosamente*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/pasos-para-implementar-un-sistema-crm-exitosamente>
- Chen, C. (2008). Significado de Sistema de información.
- Da Silva, D. (21 de Julio de 2020). *Sistema de control de ventas: ¿qué es y para qué sirve*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/sistema-de-control-de-ventas/#:~:text=El%20sistema%20de%20control%20de,y%20de%20cierre%20de%20tratos>.
- Effy, O. (2018). *Administración de los sistemas de información*. Mexico: Thompson Editoriales.
- EVALUANDO. (02 de Febrero de 2022). *SCM ¿Qué es la cadena de suministro? ¿Cuáles son sus aplicaciones?* Obtenido de <https://www.evaluandoerp.com/scm-que-es-cadena-de-suministro/>
- García Peñalvo, F. &. (02 de Febero de 2018). *Sistema de Informacion*. Obtenido de [file:///C:/Users/PC/Downloads/IS\\_I%20Tema%202%20-%20Sistemas%20de%20Informacion.pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/IS_I%20Tema%202%20-%20Sistemas%20de%20Informacion.pdf)
- Herrera, C. (20 de Junio de 2006). Obtenido de <https://www.adictosaltrabajo.com/2005/06/20/crm-1/>
- Laudon, J. P. (2016). *Sistemas de Informacion Gerencial*. Mexico: Pearson.
- Markos, G. (07 de Agosto de 2014). *Qué es y qué hace un Supply Chain Manager*.
- Mesquita, R. (01 de Junio de 2019). *Qué es un Sistema de Información y cuáles son sus características*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-sistema-de-informacion/>
- Meyer-Delius., H. (03 de Febrero de 2022). *Qué es y para qué sirve un ERP*.
- Red-Hat. (17 de Junio de 2019). *Qué es la infraestructura de TI*. Obtenido de <https://www.redhat.com/es/topics/cloud-computing/what-is-it-infrastructure>

Silva., D. d. (29 de Abril de 2021). *Sistema de control de ventas: ¿qué es y para qué sirve?*

VELTHUIS, P. (2015). CALIDAD DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN. . Madrid: RAMA EDITORIAL .

## ANEXOS

Babahoyo, 16 de marzo del 2022

Sr.

Ledo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE.

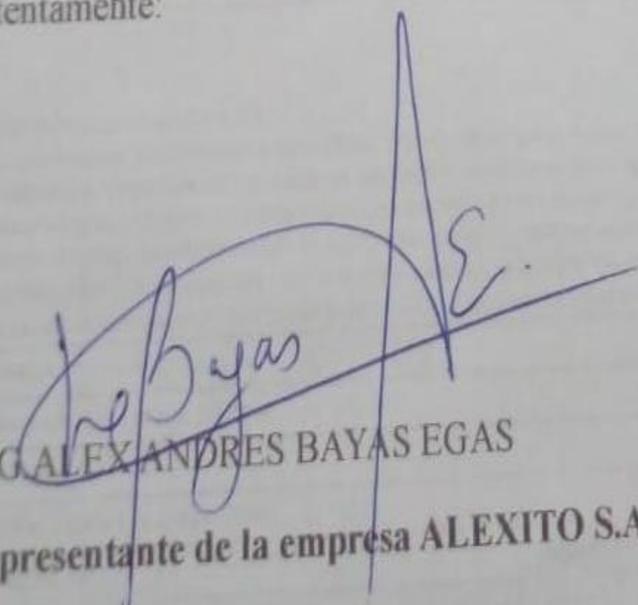
**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E  
INFORMATICA**

En su despacho. –

Reciba un cordial saludo de parte del MSC. ALEX ANDRES BAYAS EGAS, representante legal de la empresa SOCIOS ALEXITO, el motivo de la presente es para informarle que se le fue otorgado el permiso correspondiente para realizar su caso de estudio con el tema **APLICACIÓN DE SISTEMA DE INFORMACIÓN EN LOS SISTEMAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE CACAO PARA EL PRODUCTOR ALEXITO DE LA PARROQUIA ZAPOTAL** con cédula de identidad N.0922192778, estudiante de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Información, matriculado en el proceso de titulación en el periodo noviembre 2021- abril 2022 para la obtención de su grado académico profesional universitario de tercer nivel como **INGENIERO EN SISTEMAS DE INFORMACION.**

Siendo su petición aceptada me despido amablemente.

Atentamente:



ING. ALEX ANDRES BAYAS EGAS

Representante de la empresa ALEXITO S.A