



Sistema de Información C-VIC  
Recolección de Información

HOJA DE CONTROL

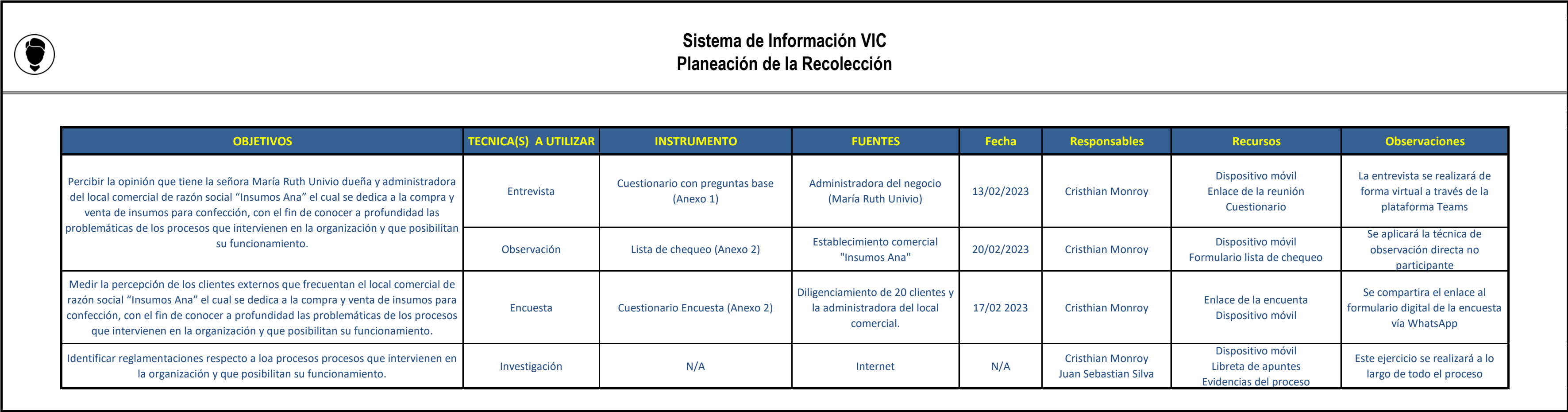
Organismo	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA		
Proyecto	Sistema de Información C-VIC		
Entregable	Recolección de Información		
Autor	Insumos Ana		
Versión / Edición	0100	Fecha Versión	26/02/2023
	EDWIN ALBEIRO RAMOS VILLAMIL	Fecha Aprobación	DD/MM/AAAA
	Aprobado Por	Nº Total de Páginas	7

REGISTRO DE CAMBIOS

Versión	Causa del cambio	Responsable del cambio	Fecha del cambio
0100	Versión Inicial	Cristhian Monroy Univio	24/02/2023

CONTROL DE DISTRIBUCIÓN

Nombre y Apellidos
Cristhian Camilo Monroy Univio
Juan Sebastian Silva Garzón





## Sistema de Información C-VIC Técnicas de Recolección

A continuación se describen las técnicas utilizadas para el proceso de recolección de información para el Sistema de Información C-VIC:

**1. Entrevista semiestructurada:** En la investigación cualitativa, la entrevista semiestructurada es una técnica de recopilación de datos de orden cualitativo en la que el entrevistador realiza una serie de preguntas, que en principio son predeterminadas y abiertas, pero que a medida que transcurre la entrevista permite que surjan nuevas preguntas derivadas de las respuestas del entrevistado. Para nuestro proyecto en particular, el objetivo de la entrevista fue percibir la opinión que tiene la señora María Ruth Unvio administradora del local comercial de razón social “Insumos Ana” el cual se dedica a la compra y venta de insumos para confección, con el fin de conocer a profundidad las problemáticas de los procesos que intervienen en la organización y que rigen su funcionamiento. Entre los elementos que tuvimos en cuenta para la implementación de esta técnica se destacan el planteamiento de las preguntas abiertas que dinamizaron la conversación con la administradora del negocio, la generación de nuevas cuestiones basadas en las respuestas de la entrevistada y los recursos utilizados para el desarrollo de la entrevista que en este caso se llevo a cabo de forma virtual, por lo que se requirió un equipo de computo con su correspondiente sistema de audio y video, así como la instalación de la plataforma de videoconferencia (Microsoft Teams).

**2. Observación directa no participante:** Es una técnica para recopilación de datos donde el investigador se centra en estudiar directamente el objeto sobre el que se va a ser investigado manteniéndose como un espectador pasivo que se limita a registrar la información que aparece ante él, sin interacción, ni implicación alguna, de tal forma que pueda obtener la mayor veracidad y objetividad posible. En nuestro caso aplicamos esta técnica con el objetivo de identificar los elementos que requieren atención en los procesos de ejecución que permiten el funcionamiento del establecimiento comercial denominado “Insumos Ana” el cual se dedica a la venta de insumos para confección, con el fin de conocer a profundidad las problemáticas de dichos procesos. Para la aplicación de esta técnica dentro de los elementos importantes que se tuvieron en cuenta se destacan, por un lado, el agendamiento de una visita al negocio durante un tiempo de mayor afluencia de clientes para identificar como se llevaban a cabo ciertos procesos, para lo que se utilizó una lista de chequeo en forma de cuestionario digital donde se registraron las observaciones realizadas, por lo que se requirió de un dispositivo móvil con conexión a internet.

**3. Encuesta de preguntas cerradas:** Esta técnica de recopilación de datos se caracteriza por ofrecer al encuestado una serie de preguntas cuyas respuestas cuentan con un listado determinado de opciones, es decir, no tiene mas posibilidades aparte de las opciones de respuesta que ofrece cada pregunta, por lo que su único fin es obtener respuestas breves e informativas orientadas a los resultados. Para la recolección de datos en nuestro proyecto aplicamos este tipo de encuesta con el objetivo de medir la percepción de los clientes que frecuentan el local comercial de razón social “Insumos Ana” el cual se dedica a la compra y venta de insumos para confección, frente a los procesos que intervienen en la organización y que posibilitan su funcionamiento. Para el caso de la encuesta cerrada, se generó un formulario digital que fue enviado vía WhatsApp a la administradora del negocio con el fin de generar su difusión con los clientes del establecimiento, siendo este el principal elemento a tener en cuenta para la aplicación de esta técnica.



Sistema de Información C-VIC  
Instrumentos de Recolección

Cuestionario con preguntas base (Anexo 1)

Tipo de entrevista: Entrevista Semiestructurada

Objetivo: Percibir la opinión que tiene la señora María Ruth Univio dueña y administradora del local comercial de razón social "Insumos Ana" el cual se dedica a la compra y venta de insumos para confección, con el fin de conocer a profundidad las problemáticas de los procesos que intervienen en la organización y que posibilitan su funcionamiento.

Nombre de la organización: \_\_\_\_\_

Persona entrevistada: \_\_\_\_\_

Cargo y/o Departamento: \_\_\_\_\_

BANCO DE PREGUNTAS:

1. ¿Cuánto tiempo lleva el negocio?, ¿Quién fue el/la fundador(a), ¿Es su primer negocio?
2. ¿Qué le llevó a tener este negocio? ¿Cuál fue su objetivo para crearlo?
3. ¿Le gustaría tener otro emprendimiento?, ¿Tiene en mente alguno? Descríbalo.
4. ¿Por qué decidió crear este negocio?
5. ¿Qué ha sido lo más difícil de atender en el negocio?
6. ¿Esta es su única fuente de ingreso o tiene otra? Descríbala.
7. ¿Este es un negocio familiar?, ¿Quién más lo integra?
8. ¿Qué es lo que más le gusta del negocio?
9. ¿Cuáles son los planes a corto y mediano plazo con el negocio?
10. ¿Tiene relación este negocio con su vida profesional?
11. ¿Cuál es la actividad del negocio? ¿Qué hace el negocio?
12. ¿Cuál es su cargo?, ¿Cuáles son sus responsabilidades?
13. ¿Cuántos colaboradores tiene el negocio?
14. ¿De qué forma hizo difusión de su negocio? ¿Cómo lo dio a conocer?
15. ¿Qué de diferente tiene este negocio a otros que hacen lo mismo?
16. ¿Tiene conocimiento y dominio de la computadora?
17. ¿Qué herramientas de software se usan en el negocio?
18. ¿Sabe que es un sistema de información?
19. ¿En que formas se almacena la información en el negocio?
20. ¿Cómo considera usted la forma en que actualmente se maneja la información del negocio?
21. ¿Actualmente el negocio cuenta con algún tipo de sistema de información?
22. ¿Quiénes son sus clientes?
23. ¿Qué productos venden?
24. ¿Cuáles son los productos que más venden?
25. ¿Cómo es el proceso de venta de un producto?, descríballo.
26. ¿De qué forma registran las ventas que realizan?
27. ¿Cómo hacen la facturación de las ventas?
28. ¿Cuáles son los canales de ventas, es decir, por donde venden los productos?
29. ¿Cuál es el valor aproximado de ventas anuales en el negocio?
30. ¿Cómo es el proceso de compra de los productos que venden?, detállelo.
31. ¿Cómo llevan el control del inventario del negocio?
32. ¿Tienen registro de los proveedores a los que compran los productos?
33. ¿Llevan algún control de los precios que entregan los proveedores?
34. ¿Cuáles son los principales riesgos que identifican en el negocio?
35. ¿Cuáles han sido los logros más importantes del negocio?
36. ¿Qué es lo más difícil que le ha tocado vivir en el negocio?
37. ¿Qué le hace falta a su negocio para ser más próspero y exitoso?
38. ¿Existe un presupuesto bien elaborado?
39. ¿Se cuenta con los recursos necesarios para operar el negocio?
40. ¿Se sabe cuánto se gasta y el costo total de mantener el negocio?
41. ¿Los procesos son adecuados o necesitan redefinirse?
42. ¿Puede medir grado de satisfacción de los clientes que atiende?
43. ¿Cuál es el nivel tecnológico del negocio? ¿es suficiente o insuficiente para el desarrollo de las actividades de este?
44. ¿El negocio dispone de estadísticas?
45. ¿Tiene el negocio catálogos, manuales de uso, especificaciones técnicas de sus productos, folletos, etc? ¿Cómo se dan a conocer los productos y precios?
46. ¿Cuáles serían las metas y objetivos principales que se busca cubrir con un sistema de Información en su negocio, a través del uso de tecnología?
47. ¿Cuáles son los procesos que considera medulares en cuanto al manejo de información en su negocio?
48. ¿Cuáles son las ventajas que identifica con la instauración de los sistemas de información?
49. ¿Implementaría un sistema de información en su negocio?
50. ¿Cuáles de los procesos del negocio automatizaría a través del sistema de información?



Sistema de Información C-VIC  
Instrumentos de Recolección

1. Lista de chequeo (Anexo 2)

Tipo de lista de chequeo: indicadores cerrados

Objetivo: Identificar los elementos que requieren atención en los procesos de ejecución que permiten el funcionamiento del establecimiento comercial denominado “Insumos Ana” el cual se dedica a la venta de insumos para confección, con el fin de conocer a profundidad las problemáticas de dichos procesos.

INDICADORES

1. ¿El negocio "Insumos Ana" cuenta con una página web?
2. ¿La propietaria del negocio está interesada en crear una página web?
3. ¿"Insumos Ana" posee un catalogo de productos que facilite la compra a sus clientes?
4. ¿Utiliza algún tipo de Sistema de Información para gestionar los procesos que se dan a su interior?
5. ¿Cuenta con algún tipo de pronóstico para poder identificar las ventas en diferentes lapsos de tiempo?
6. ¿El negocio puede identificar plenamente cuando un producto se agota o tiene exceso?
7. ¿Tiene en cuenta cual es su demanda en un mes, para así hacer la planeación de sus compras?
8. ¿Posee una base de datos de proveedores y clientes?
9. ¿El negocio tiene un sistema de venta y atención al cliente?
10. ¿Han aplicado encuestas sobre satisfacción al cliente?
11. ¿Se conoce la percepción que tiene el cliente del negocio?
12. ¿Ofrecen incentivos a los clientes habituales o permanentes?
13. ¿Manejan un nivel de stock o inventario en el negocio?
14. ¿Genera y entrega factura a sus clientes de los productos que adquiere?
15. ¿Se tienen todos los documentos y recibos de los gastos realizados con dinero de la caja menor?
16. ¿El proceso de facturación cuenta con una tabla de precios que es revisada y aprobada por un nivel adecuado?
17. ¿Las facturas están debidamente pre numeradas?
18. ¿La factura cumple con los requisitos legales?
19. ¿La facturación es preparada de forma automática con base en los precios del inventario?
20. ¿La facturación se realiza de tal forma que los cálculos matemáticos se efectúan de forma automática?
21. ¿Se asegura que los montos facturados son correctos (cantidad y precio)?
22. ¿La factura original se entrega al cliente y se conserva una o más copias?
23. ¿El negocio ha implementado un sistema de transferencia electrónica para el pago de los productos que adquieren los clientes?
24. ¿Mensualmente se efectúa un análisis de los días de ventas en inventario (rotación del inventario)?
25. ¿Se efectúa una comparación de la lista vieja de precios con la lista nueva de precios para garantizar que los cambios efectuados reflejen la actualización de estos?
26. ¿Llevan algún control de los precios que entregan los proveedores?
27. ¿Existe un presupuesto bien elaborado?
28. ¿Cuenta con los soportes digitales de compras de productos a proveedores?
29. ¿Los productos esta debidamente referenciados?
30. ¿Generan reportes de ventas en algún lapso de tiempo?



**Sistema de Información C-VIC**  
**Instrumentos de Recolección**

**1. Cuestionario de preguntas cerradas (Anexo 3)**

**Tipo de encuesta:** Cuestionario de preguntas cerradas

**Objetivo:** Medir la percepción de los clientes que frecuentan el local comercial de razón social “Insumos Ana” el cual se dedica a la compra y venta de insumos para confección, frente a los procesos que intervienen en la organización y que posibilitan su funcionamiento.

**BANCO DE PREGUNTAS**

1. Nombre y apellido (Pregunta abierta)

R:

2. Edad. (Varias opciones)

- Entre 1 y 10 años
- Entre 11 y 20 años
- Entre 21 y 30 años
- Entre 31 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Más de 50 años

3. ¿Hace cuanto frecuenta el local comercial “Insumos Ana”? (Varias opciones)

- De 1 a 6 meses
- De 6 meses a 1 año
- De 1 año a 2 años
- De 2 años a 3 años
- De 3 años a 4 años
- Mas de 4 años

4. ¿Con que frecuencia adquiere productos de “Insumos Ana”? (Varias opciones)

- Diariamente
- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente

5. ¿Alguna vez ha comprado y pagado productos en línea? (Varias opciones)

A) SI B) NO

6. ¿Cree que actualmente la estrategia para el control de ventas en “Insumos Ana” debería hacer uso de una herramienta digital? (Varias opciones)

A) SI B) NO

7. ¿Usted cree conveniente que la tienda “Insumos Ana” lleve el control de sus procesos por medio de un sistema informático? (Varias opciones)

A) SI B) NO

8. ¿Piensa que los productos que ofrece “Insumos Ana” son fáciles de identificar a la hora de hacer sus compras? (Varias opciones)

A) SI B) NO

9. ¿Conoce todos los productos que “Insumos Ana” tiene disponibles en su negocio? (Varias opciones)

A) SI B) NO

10. ¿Hay algún producto que no haya encontrado en “Insumos Ana”? (Varias opciones)

A) SI B) NO

11. ¿Considera que un catálogo de productos facilitaría sus compras? (Varias opciones)

A) SI B) NO

12. ¿Ha utilizado canales digitales (Nequi, Daviplata, Movii, etc.) para pagar productos que haya adquirido? (Varias opciones)

A) SI B) NO

13. ¿Considera viable la opción de comprar un producto de “Insumos Ana” a través de algún sistema en línea? (Varias opciones)

A) SI B) NO

14. ¿Conoce sobre la existencia o escasez de un producto en la tienda “Insumos Ana”? (Varias opciones)

A) SI B) NO

15. ¿Recibe factura cuando realiza su compra? (Varias opciones)

A) SI B) NO

16. ¿Considera que “Insumos Ana” debería tener un registro digital de sus clientes? (Varias opciones)

A) SI B) NO

17. ¿Conoce los precios de los productos que vende “Insumos Ana”? (Varias opciones)

A) SI B) NO

18. ¿Piensa que “Insumos Ana” debería implementar diferentes métodos de pago? (Varias opciones)

A) SI B) NO

19. ¿Le gustaría que “Insumos Ana” lleve sus pedidos a domicilio? (Varias opciones)

A) SI B) NO

20. ¿Usted encuentra lo que necesita en “Insumos Ana”? (Varias opciones)

A) SI B) NO

21. La atención en “Insumos Ana” es (Varias opciones)

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

22. ¿Cuánto tiempo en promedio demora realizando una compra en “Insumos Ana”?

- De 1 a 5 minutos
- De 6 a 10 minutos
- De 11 a 15 minutos
- De 16 a 20 minutos



Sistema de Información C-VIC  
Tabulación de la Información

Tabulación de datos de la encuesta de percepción para clientes		
Pregunta	Respuestas	
	SI	NO
5	6	24
6	23	7
7	25	5
8	26	4
9	17	13
10	13	17
11	27	3
12	8	22
13	26	4
14	10	20
15	6	24
16	17	13
17	11	19
18	24	6
19	25	5
20	24	6

Tabulación de datos de la lista de chequeo para identificación de procesos		
Pregunta	Respuestas	
	SI	NO
1		X
2	X	
3		X
4		X
5		X
6		X
7		X
8		X
9		X
10		X
11		X
12		X
13	X	
14		X
15	X	
16		X
17		X
18		X
19		X
20		X
21	X	
22		X
23		X
24		X
25		X
26		X
27		X
28		X
29		X
30	X	

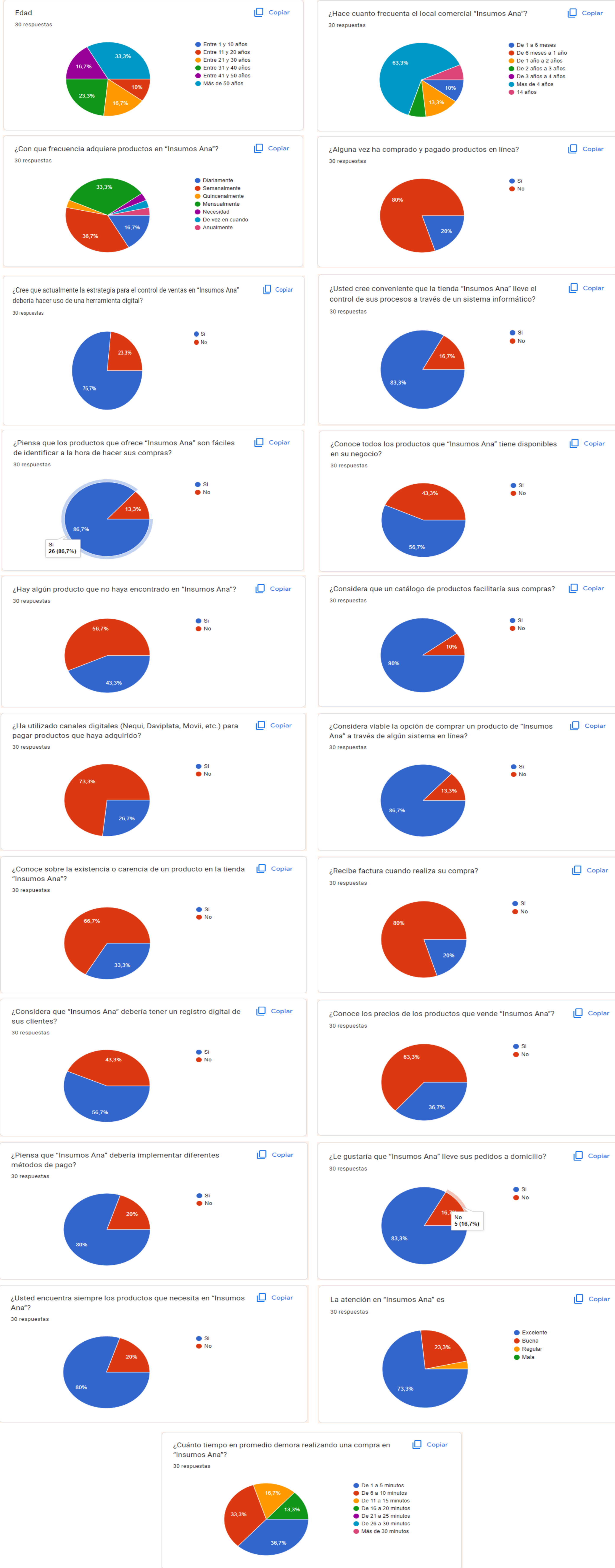




## Sistema de Información C-VIC

### Reportes Gráficos

#### Encuesta







Sistema de Información C-VIC  
Reportes Gráficos

Lista de chequeo





Sistema de Información C-VIC  
Análisis de la información

Luego de la aplicación de los instrumentos para recolección de información, la tabulación y graficación de datos, realizamos un análisis de los resultados para cada técnica y llegamos a las siguientes conclusiones:

1. Entrevista

La entrevista a la administradora del establecimiento comercial "Insumos Ana" nos permitió conocer a profundidad las problemáticas asociadas a los procesos que intervienen en la organización, así como identificar las principales necesidades que se presentan en su interior y que posibilitan su funcionamiento. En primera instancia, la señora María Ruth nos indica en el minuto 13:24 y lo reitera en el 15:20 que el negocio no utiliza ningún tipo de tecnología o software para gestionar sus procesos y afirma en el minuto 13:50 "todo lo hacemos manual, en un cuaderno vamos apuntando la venta, el valor y lo que se vende, y así mismo podemos tener control del inventario, porque vamos mirando que falta o que queda poco para ir anotando, eso también lo hacemos manual para ir teniendo el listado de lo que vamos a comprar", de la misma forma, menciona doña María en el minuto 14:40 su deseo de contar con otras herramientas que le permitan manejar la información lo que pone en evidencia la necesidad de contar con un Sistema de Información para automatizar y gestionar los procesos, sin embargo, requerirían de un proceso de capacitación para manejarlo de forma adecuada. En el minuto 17:20 la entrevistada menciona el proceso que se lleva a cabo en una venta mencionando que en el caso de los hilos los clientes solicitan el catálogo o llevan la muestra de la tela, identificar el color que necesitan solicitando las cantidades de cada producto que desean comprar, evidenciando que no cuentan con un catálogo digital de productos ni un control de inventario para identificar si los productos se encuentran en existencia, haciéndose necesario gestionar este proceso en el SI. Por otro lado, la señora Ruth en el minuto 18:20 responde a la pregunta ¿Cómo hacen la facturación de las ventas?, lo siguiente "Hay algunas que nos piden, digamos si es un taller grande que necesitan reportar su compra entonces nos piden una factura, pero hacemos una factura normalita, pues que se vende en cualquier papelería, una factura normal, no con factura de nit ni nada de eso, sino una normalita que se hace manual" poniendo en evidencia la necesidad de establecer en el SI un requerimiento para generar facturas impresas con los datos requeridos para los efectos legales a que haya lugar. Se evidencia de igual forma en la respuesta que da la señora María en el minuto 19:30 que en el negocio únicamente se lleva el reporte de las ventas que realizan diariamente, no hay forma de establecer las ventas totales semanales, mensuales, semestrales o anuales, hallando un nuevo factor determinante para el desarrollo del SI, así como para el proceso de ventas, como es la generación de los reportes. Otra de las necesidades que se identifican está relacionada con la gestión del inventario del negocio, aquí la señora María en el minuto 20:50 nos menciona la forma en que se controlan los productos en stock y los que se van agotando, sin embargo, este ejercicio se hace de forma manual a partir de listados a la par con las ventas que se van realizando, lo que nos permite percibir que a pesar de que se lleva un registro en el cuaderno de los productos que rotan, no se lleva un control sobre estos, ya que no es posible determinar a ciencia cierta las cantidades que hay de cada referencia ni el stock, haciéndose necesario intervenir en el proceso de inventario por medio del SI. En el minuto 24:14 la señora María indica los logros que han tenido con el negocio, entre los que menciona el crecimiento de este, el aumento en el inventario de productos y el incremento de las ventas, lo que nos lleva a pensar en la necesidad de desarrollar e implementar el SI en el establecimiento para una mejor gestión de sus procesos. Una de las principales dificultades que nos comenta la señora María en el minuto 30:25 es la de no contar con un registro, una base de datos o un catálogo de todos precios y productos que ofrecen, ya que tienen una amplia variedad de artículos, referencias y marcas, lo que se presenta como un requerimiento a la hora gestionar un inventario, así mismo confirma en el minuto 31:15 que si instaurara un SI en su negocio, el principal objetivo de este sería el control total del inventario y de las ventas, acudiendo a una persona capacitada para realizar dicho proceso. Finalmente, la señora María nos menciona en el minuto 33:40 algunos beneficios que traería para su negocio la implementación de un sistema de información, entre los que identifica una mayor agilidad, la reducción en los tiempos y el control de los productos que más rotan en el negocio, contemplando la posibilidad de implementarlo a modo de prueba piloto.

2. Lista de chequeo

Luego de aplicar la técnica de observación directa no participante y consignar los resultados en el instrumento construido (lista de chequeo) se logró identificar, a través de los indicadores propuestos, que el negocio "*Insumos Ana*" carece de una herramienta digital que le permita gestionar la información asociada a los procesos que intervienen en el funcionamiento del negocio, tal como se señala en los indicadores 1,2, 4 y 8. A través de esta técnica se establecieron 4 procesos que rigen la actividad comercial del establecimiento, por un lado, el que genera la gestión de los usuarios que intervienen en el ejercicio de compra y venta de productos, sean estos los colaboradores, los proveedores y los clientes quienes no se encuentran registrados en alguna base de datos del negocio, como se evidencia en el indicador 8; este proceso se denominó "*Registro de usuarios*". En segundo lugar, se identificó el proceso encargado de la gestión para la compra de productos a proveedores, este se definió como "*Gestión de proveedores*" donde evidenciamos deficiencias en cuanto al control de los productos y precios que ofrecen, la solicitud de los artículos que surten el negocio, la expedición y entrega de soportes de compra, así como la generación de reportes, tal como se evidencia en los indicadores 7, 15, 26, 27 y 28. El tercer proceso que requiere atención en el local comercial "*Insumos Ana*" lo hemos apodado "*Control de inventario*" el cual se encarga de movilizar la entrada y salida de los productos que se venden en el negocio, donde hemos identificado falencias a la hora del registro y difusión de productos y precios, la gestión de existencias de los artículos y la generación de reportes de los productos que entran, salen y permanecen en el establecimiento; dificultades que hemos reconocido en los indicadores 3, 6, 13, 24, 25 y 29. Finalmente, el cuarto proceso que queremos intervenir lo hemos llamado "*Atención al cliente*" donde se presentan dificultades asociadas a la gestión de ventas, la creación de soportes de ventas y la generación de reportes, esto evidenciado a través de los indicadores 5, 9, 10, 11, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23 y 30.

3. Encuesta de percepción para clientes

A partir de la aplicación de la encuesta a través de un cuestionario digital, se buscó identificar la percepción de los clientes que frecuentan el local comercial "Insumos Ana", respecto a los procesos que se llevan a cabo en su negocio, logrando obtener el diligenciamiento de 30 encuestas con las cuales se realizó este análisis. En principio, se logró identificar que el 33% de los/las encuestados/das superan los 50 años, siendo este grupo poblacional que más se dedica a oficios relacionados con la confección, seguido por las personas que oscilan entre los 31 y 40 años, con un 23.3%, del mismo modo, alrededor del 63.3% de los clientes frecuentan hace más de 4 años el establecimiento comercial, haciéndolo un 36.7% semanalmente y un 33.3% mensualmente, lo que nos permite inferir que los clientes conocen de forma indirecta y en cierta escala, los procesos que se dan al interior del negocio, así como su funcionamiento. En términos generales, el 83.3% de las personas encuestadas coinciden en que el negocio requiere el uso de una herramienta informática para su adecuada gestión y operación, esto evidenciado en las respuestas afirmativas a la pregunta 7, siendo esta la principal motivación para el desarrollo de un Sistema de Información que sirva como herramienta software de apoyo al seguimiento de los procesos que intervienen en el funcionamiento del negocio. Respecto a la gestión de usuarios, el 56.7% coinciden en que el negocio debería realizar el registro de clientes para generar una base de datos de tal forma que pueda llevarse un control más riguroso de los visitantes frecuentes, posibilitando que estos puedan acceder a beneficios, promociones y descuentos. A pesar de que el 80% de los clientes responden afirmativamente que encuentran lo que buscan en el establecimiento comercial, el 90% de los encuestados coincide en que un catálogo digital de productos ayudaría de forma significativa a la identificación de los productos que desean comprar. Por otra parte, aunque los clientes del negocio encuentran los productos que necesitan, el 66.7% manifiesta no saber cuando un producto está sin stock, por lo que pierden su tiempo visitando el lugar y deciden acudir a otro negocio, motivo por el cual se hace necesario que el SI gestione los productos del inventario para tener un control más exhaustivo. Actualmente, el proceso de ventas de "Insumos Ana" sucede de forma presencial, donde el 36.7% de las personas indicaron que demoran alrededor de 20 minutos realizando sus compras, sin embargo, el 86.7% respondieron que estos tiempos podrían reducirse si se implantara algún sistema en línea y el 80% que sería más funcional si se ofrecieran diferentes métodos de pago. Finalmente, de la totalidad de encuestados, el 80% expresó que no reciben factura por sus compras, sin embargo, para efectos de control en las ventas y generación de los reportes respectivos, se hace necesario la expedición de estos soportes, manteniendo copias para la gestión a que haya lugar.