

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS APLICADAS



INGENIERÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

SISTEMAS DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL

Resultados tabulados de entrevistas y encuestas

ING. NORALMA YANEZ

SEMESTRE: 10MO – P1

FRANCISCO CUMBAL

JEFFERSON JACOME

JONATHAN VARGAS

09/05/2025

2025-2025



INFORME DE ANÁLISIS DE VENTAS POR TEMPORADA Y COMPORTAMIENTO DE PRODUCTOS

EMPRESA: DISTRIBUIDORA TAPIA

OBJETIVO DEL INFORME

El presente informe tiene como propósito principal analizar el comportamiento de ventas por temporada y las preferencias de productos de los clientes de Distribuidora Tapia, con el fin de identificar patrones de compra estacional, evaluar la satisfacción con el servicio y disponibilidad de inventario, y proponer acciones estratégicas orientadas a mejorar la toma de decisiones operativas. Esta investigación busca ofrecer una base técnica sólida para la planificación eficiente del inventario, la modernización de los procesos comerciales, la reducción de pérdidas por desabastecimiento y el incremento en la satisfacción del cliente final.

El análisis se orienta a detectar oportunidades de mejora en la logística, el abastecimiento, la coordinación interna entre áreas, y la adopción de herramientas tecnológicas que optimicen la eficiencia del negocio.

FUENTE DE INFORMACIÓN

- 40 encuestas aplicadas a clientes frecuentes de Distribuidora Tapia mediante formulario digital (Google Forms).
- 3 entrevistas semiestructuradas realizadas a miembros clave del personal interno:
 - Responsable de Bodega
 - Responsable de Administración
 - Encargado de Ventas

Estas herramientas permitieron recopilar tanto datos cuantitativos como cualitativos, proporcionando una visión completa desde la perspectiva del cliente y del equipo operativo. Las encuestas permitieron detectar tendencias en la demanda, comportamiento de compra por temporadas, grado de satisfacción con el servicio y sugerencias de mejora, mientras que las entrevistas ofrecieron información de primera mano sobre los procesos internos, limitaciones actuales y propuestas desde el equipo humano de la empresa.

RESULTADOS CUALITATIVOS DE LAS ENTREVISTAS INTERNAS

1. BODEGA

- **Control actual:** El control de inventario se realiza manualmente, lo cual representa un riesgo operativo por errores humanos y desactualización de la información.
- **Productos más críticos:** En invierno suele agotarse el plástico polietileno debido a su uso en protección contra humedad; en verano, la manguera de polietileno por su uso en riego. Se evidencia una clara estacionalidad.
- **Planificación:** Aunque se hace un esfuerzo por abastecer más en temporada alta, esto se hace de forma empírica y sin herramientas tecnológicas.



- **Dificultades:** El cumplimiento de entregas por parte de los proveedores es un punto crítico. Cuando los proveedores fallan, se generan demoras y quiebres de stock.
- **Reabastecimiento:** Se contactan nuevos proveedores, lo cual implica esfuerzo adicional y posible aumento de costos.
- **Propuesta de mejora:** Automatizar el inventario y lanzar promociones para rotar productos en stock.

2. ADMINISTRACIÓN

- **Planificación de compras:** Se realiza revisión semanal, pero sin análisis predictivo o histórico en tiempo real.
- **Historial de ventas:** Existe desde 2022, pero no se explota mediante herramientas informáticas.
- **Herramientas utilizadas:** No hay uso de software específico para decisiones de reabastecimiento.
- **Rotación:** Se monitorea semanalmente, pero sin datos integrados.
- **Presupuesto:** Existe margen para compras por alta demanda, lo que representa una fortaleza.
- **Pérdidas:** No se han reportado pérdidas por vencimiento, lo que indica un buen manejo del tiempo de vida útil de los productos.

3. VENTAS

- **Productos más solicitados:** En verano, la manguera; en invierno, el plástico. El accesorio PVC mantiene demanda constante todo el año.
- **Estacionalidad:** Se reconoce que los meses de mayor venta pueden variar según factores externos, como obras públicas, clima, demanda agrícola, entre otros.
- **Manejo del desabastecimiento:** Se intenta negociar plazos de entrega con el cliente y encontrar alternativas.
- **Comunicación interna:** Se reconoce que la automatización de la información entre áreas (bodega, ventas, administración) mejoraría la eficiencia.
- **Propuesta:** Implementar sistema digital de ventas e inventario y realizar reuniones mensuales de revisión y planificación.

ANÁLISIS INTEGRADO: ENCUESTAS + ENTREVISTAS

Al integrar los resultados de encuestas y entrevistas se evidencia una alta coherencia entre lo que los clientes expresan y lo que los responsables internos perciben. Ambos grupos coinciden en varios aspectos:

- Existe una clara **estacionalidad en la demanda**.
- Los productos más críticos son: **manguera polietileno, plástico polietileno y accesorios PVC**.
- **El control manual del inventario es una limitación operativa importante.**



- Hay un **grado de improvisación en la gestión de inventario**, aunque existe experiencia y conocimiento empírico de parte del equipo humano.
- La **falta de herramientas tecnológicas** impide sistematizar, predecir y coordinar adecuadamente.
- Hay **disposición al cambio y apertura para implementar mejoras**, lo cual es una gran oportunidad.

REVISIÓN Y REFORMULACIÓN DE ACCIONES DE MEJORA OPERATIVA

1. Digitalización del control de inventario:

- Implementar una hoja de cálculo automatizada, con macros o scripts simples que alerten sobre stock mínimo.
- Capacitar al personal de bodega y administración para su uso semanal.
- En una segunda etapa, evaluar la adopción de un sistema ERP modular para pequeñas empresas.

2. Integración entre áreas mediante herramienta compartida:

- Crear un archivo en la nube con acceso controlado donde bodega, administración y ventas compartan datos clave (stock, pedidos, entregas).
- Establecer indicadores simples (por ejemplo: días de cobertura de stock, tiempo promedio de entrega, quiebres de stock por mes).
- Realizar reuniones mensuales de coordinación y revisión de indicadores.

3. Diseño de una estrategia estacional sistematizada:

- Analizar ventas por mes a partir de los registros desde 2022.
- Prever incrementos en productos clave al menos un mes antes del inicio del trimestre con mayor rotación.
- Definir una política de “stock de seguridad” para cada producto.
- Formalizar relaciones con proveedores secundarios para abastecimiento en emergencias.

CONCLUSIÓN FINAL DEL INFORME

Distribuidora Tapia es una empresa consolidada en su nicho, con una clientela fiel, experiencia operativa y productos de alta demanda estacional. No obstante, la empresa se enfrenta a un entorno comercial que exige rapidez, eficiencia y adaptabilidad. Las principales limitaciones actuales están en la falta de automatización, la toma de decisiones basada en la intuición más que en datos, y la limitada comunicación estructurada entre áreas.

El presente informe ofrece un diagnóstico claro y propositivo, demostrando que existe una base sólida desde donde aplicar mejoras. Las acciones propuestas son viables, adaptadas al tamaño y capacidad de la empresa, y pueden implementarse de forma progresiva. La digitalización, la planificación estacional y la integración del equipo son pilares clave para avanzar hacia una gestión moderna, eficiente y orientada al cliente.