



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**“MANEJO ADECUADO DE LA INFORMACIÓN CONTABLE PARA  
LA TOMA DE DECISIONES”**

**SUSTENTADO POR**

**RENÉ ARTURO ULLOA CABALLERO**

**RONALD URBINA ALVARADO**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN  
MERCADOTECNIA Y LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TEGUCIGALPA HONDURAS, C.A.**

**AGOSTO, 2023**

**DERECHOS DE AUTOR**

**RENÉ ARTURO ULLOA CABALLERO**  
**RONALD URBINA ALVARADO**

© Copyright 2023

## DEDICATORIA

Primeramente, a Dios que me ha llenado de fuerza para seguir adelante en cada uno de los proyectos emprendidos, y en especial a este que estoy culminando.

A mi esposa Johana, mi compañera incondicional, gracias por su empuje, por siempre creer en mí, por ser la ayuda idónea que Dios me dio, por estar siempre en las buenas, en las no tan buenas, gracias mi vida.

A mis hijos Jasson, Alejandra, Johana, Daniela y Sharon, que, a pesar de mi edad, espero inspirarles a que nunca es tarde para poder cumplir sus sueños y metas, los amo mucho.

A mis padres, en especial a mi papá Adán Urbina que siempre soñó con verme graduado, espero poderle decir el día de mi graduación, padre aquí está, me gradué, lo pudo ver.

A mi cuñada Fanny que al comienzo de esta travesía fue fundamental con su apoyo, ayudándome como docente a poder despejar dudas y apoyándome, muchas gracias, hermana.

A mi suegra Ana María (Abu), que desde el cielo sé que estará muy alegre, me duele mucho no pueda estar en este momento.

A mi nieta Amira y mis hermanos Adán y Senovia que sé que se alegrarán mucho también.

**Ronald Urbina Alvarado**

## DEDICATORIA.

Dedico este proyecto a mi madre por su apoyo incondicional y por fomentar en mí el deseo de superación con su ejemplo de vida. A mi esposa por acompañarme en cada paso de esta larga carrera, Ambas son parte indispensable en este logro académico. Quiero agradecer también a CEUTEC por ofrecerme las alternativas y el seguimiento para poder alcanzar mi título universitario.

**Rene Ulloa Caballero**

## Contenido

RESUMEN EJECUTIVO .....	7
<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	8
1.1 INTRODUCCIÓN .....	8
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA .....	9
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	10
1.3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	10
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	11
1.4.1 OBJETIVO GENERAL .....	11
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	11
1.5 JUSTIFICACIÓN .....	11
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO</b> .....	12
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	12
2.1.1 Antecedentes de la empresa.....	12
2.1.1.1 Breve descripción histórica.....	12
2.1.1.2 Productos que elabora o servicios que ofrece.....	13
2.1.1.3 Información relevante sobre la empresa.....	14
2.2 PROCESO ACTUAL .....	15
2.2.1 Descripción de los procesos relacionados con el problema .....	15
2.3 TEORÍA QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN .....	15
2.3.1 Antecedentes de estudios previos .....	16
2.3.2 Hipótesis de la investigación.....	17
2.3.3 Operacionalización de las variables .....	18
2.4 CONCEPTUALIZACIÓN.....	19
2.5 INSTRUMENTOS UTILIZADOS (SI APLICA).....	21
<b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA</b> .....	23
3.1.1 Tipo y nivel de investigación .....	23
3.1.2 Descripción del ámbito de la investigación .....	24
3.1.3 Población y muestra .....	24
3.1.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	25
3.1.5 Plan de recolección y procesamiento de datos .....	25
<b>4.1 Método de medición aplicado</b> .....	26
4.1.1 Justificación.....	26
4.1.2 Aplicación .....	26
<b>4.2 Resultados y análisis de resultados</b> .....	27
<b>4.3 Propuesta de mejora</b> .....	37

<b>4.4 Implementación de los cambios</b> .....	38
<b>4.4.1 Cronograma de aplicación</b> .....	38
<b>4.4.2 Detalle de cambios y responsables de su ejecución</b> .....	38
<b>5.1 Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	40
<b>5.1.1 Conclusiones</b> .....	40
<b>5.1.2 Recomendaciones</b> .....	41
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	42
<b>ANEXOS</b> .....	43
<b>Encuesta</b> .....	43
<b>GLOSARIO</b> .....	47

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación es previo a la graduación de las carreras de Mercadotecnia y Administración de empresas de Universidad Virtual del Centro Universitario Tecnológico (Ceutec).

La investigación se desarrolló en la empresa Farmacias del Ahorro, ubicadas sus oficinas principales en la ciudad de Tegucigalpa, Distrito Central, Honduras.

Sus sucursales están a lo largo y ancho del territorio nacional, contando con sucursales en 16 de los 18 departamentos, por lo que el manejo de los datos de información se vuelve sumamente importante, y la presente investigación está enfocada en encontrar la manera del manejo adecuado de dicha información de la mejor manera para las mejores tomas de decisiones.

Y para lo anterior la investigación se enfoca bajo un objetivo primordial, y es la razón por la que la empresa no está utilizando de forma adecuada la información. Esta investigación está seccionada, primero que todo es entender como gestionan sus datos, como los recopilan, como los analizan y sobre todo como la manejan para la toma de decisiones dentro de la empresa.

El objetivo principal es determinar el porque no se maneja de forma adecuada la información de los datos para análisis y tomar las mejores decisiones basadas en datos y no en conjeturas y supuestos.

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

## *1.1 INTRODUCCIÓN*

La presente investigación tiene como finalidad entender la importancia de la explotación adecuada de la información para la toma de decisiones, representando esto un gran reto las empresas. Por lo que es importante saber cómo manejar de manera eficiente la data que se recibe, ya que esto evitará muchos problemas que vienen como consecuencia de no hacerlo de la mejor manera, por lo que se debe entender lo valioso y relevante que es, y lo imprescindible de saber cómo administrarla de manera correcta.

Se tomo como principio básico la idea de que cada venta o transacción que se lleva a cabo en la empresa deja datos o información que se debe utilizar para mejorar los procesos que hacen funcionar la empresa. Pero toda esta data debe administrarse de manera que ayude en la toma de decisiones y la elaboración de un plan de acción y estrategias funcionales que arrojen los resultados que se buscan. Se debe recordar que la toma de decisiones es un factor muy importante para cualquier empresa y esta debe hacerse con la mayor cantidad de datos posibles para que las iniciativas estén en la línea que la empresa busca. La información que generan las transacciones en todas las sucursales de la empresa Farmacias del Ahorro es muy vasta por lo que se debe categorizar e identificar los parámetros que permitan saber qué tipo de data es, y qué hacer esta información, en base a su tipo, prioridad, y el nivel de seguridad que esta merece ya sea esta información personal de sus clientes, su frecuencia de consumo entre otras.

La información es poder y para lograr alcanzar una imagen corporativa integral y completa en el mercado, manejar el Big Data es vital para que los encargados de tomar las decisiones tengan éxito en desarrollar sus estrategias deben valerse de tecnología que tenga la capacidad de recolectar y analizar grandes cantidades de información. Aprovechar esta tecnología para el análisis de data aumentará el porcentaje de los ingresos y la adquisición de clientes y las



probabilidades de ser rentable en comparación a la competencia y por sobre todas las cosas, tomar las mejores decisiones.

## *1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA*

Farmacias del Ahorro es una empresa líder en el rubro farmacéutico a nivel nacional, inicio operaciones en el mes de septiembre del año 2002 en la ciudad de Tegucigalpa, donde apertura al público su primera sucursal.

Nace con la única finalidad de ofrecer medicamentos a precios accesibles, y por eso fueron la primera farmacia en ofrecer descuentos al público, marcando un antes y un después en la industria farmacéutica.

En los siguientes años la empresa fue creciendo y expandiéndose en todo el país su rápido crecimiento fue en algunos aspectos de forma precipitada, logrando llegar a tener más de 100 sucursales a nivel nacional, por lo que se detecta un problema, y es como analizar los datos de las ventas diarias y proyecciones, analizar los clientes, verificar que productos son los más vendidos, examinar y evaluar el rendimiento de los colaboradores, controles de los inventarios, tanto en su rotación como en el manejo del mismo, poder conocer las caídas, tener un comparativo de posicionamiento de mercado con respecto a la competencia.

Lo anterior dificulta poder tomar las mejores decisiones, ya que no se tienen los datos que puedan dar un panorama claro, de esta forma transformar la organización mediante la información estructurada, permitiendo tener las posibles soluciones o fortalecer aquellas áreas que son buenas en términos de estadísticas de desempeño.

### *1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA*

“La clave de una buena toma de decisiones es evaluar la información disponible -los datos- y combinarla con tus propias estimaciones de ventajas y desventajas. Como economista, lo hago todos los días” (Oster, 2023).

El problema que presenta la empresa es que no cuenta con una herramienta actualizada para poder visualizar sus datos de productividad general, en un mismo lugar para tomar las decisiones; cada una de estas se toma muchas veces según lo que se cree y no basados en los datos.

“Sin análisis de grandes volúmenes de datos, las empresas son ciegos y sordos, vagando hacia fuera sobre la web como ciervos en una autopista” (Moore, 2022).

Y eso es lo que pasa en la organización, tienen grandes volúmenes de datos, pero sin un orden, sin una herramienta actualizada o un área encargada de recopilar y manejar la información y así permitirles visualizar, para poder tomar las mejores decisiones a nivel gerencial en su empresa.

#### *1.3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN*

1.3.1.1 ¿Cuál es la forma de recolección de datos de información?

1.3.1.2 ¿De qué manera gestionan la información que reciben de las sucursales?

1.3.1.3 ¿Qué herramienta usan para la toma de decisiones oportunas en la empresa?

## *1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN*

### *1.4.1 OBJETIVO GENERAL*

Definir un sistema para el manejo de información contable, gastos y ventas en la empresa

### *1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS*

- Identificar la forma de recolección de datos e información de la empresa.
- Reforzar la importancia de entender los procesos en la transmisión de la información contable, ventas y gastos.
- Resaltar la influencia de la información que se extrae de las sucursales y se transmite a la gerencia para la toma de decisiones.
- Identificar las herramientas que utilizan para análisis de datos
- Generar un análisis de la situación actual en cuanto a manejo de la información.

## *1.5 JUSTIFICACIÓN*

Para la empresa Farmacias del Ahorro es primordial mejorar la relación con sus clientes además de conocer con exactitud sus necesidades para lo que es necesario hacer un buen uso de los datos que estos nos dejan con la finalidad de que aumente la adquisición de clientes. Por otro lado, para una empresa con tantas sucursales es indispensable el manejo eficiente de los recursos, que es uno de los beneficios que tiene el buen manejo de los datos financieros por lo que se hace indispensable contar con las herramientas que nos ayuden a lograrlo de manera eficiente. La empresa busca mejorar los procesos y que estos puedan estandarizarse por lo que debemos encontrar el modo de manejar todos los datos que nos ayuden a lograr una mayor productividad y en esta investigación se presentan alternativas que puedan suplir esa necesidad actualizando la forma en que se manejan los datos.

## **CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO**

### *2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL*

Farmacias del Ahorro cuenta con aproximadamente con 104 puntos de ventas a nivel nacional; en las tres ciudades más importantes y grandes del país, la distribución de puntos de ventas son 18 en San Pedro Sula, en Tegucigalpa 25 y en La Ceiba 6 sucursales, y representando un 47% de sus sucursales en estas ciudades con respecto al total del país.

Su continuo crecimiento acelerado de puntos de ventas hace que en la empresa haya un gran flujo de datos, y aquí es donde radica el problema, en el manejo de estos; al ser grandes cantidades de información y llegando de forma desordenada, y de paso usando herramientas no automatizadas, desactualizadas; no permite a los directivos y gerentes tomar las decisiones adecuadas y a tiempo.

#### *2.1.1 Antecedentes de la empresa*

En el año de 2002 nace Farmacias del Ahorro en la ciudad de Tegucigalpa, con la única finalidad de ofrecer medicamentos a bajos costos mediante descuentos a sus clientes; además son considerados como la primera cadena farmacéutica en nuestro país, contando con 104 Farmacias a nivel nacional y 1,600 empleados distribuidos en cada una de estas.

##### *2.1.1.1 Breve descripción histórica*

Farmacias del Ahorro fue fundada por el empresario Italiano Massimo Mazzone, el 13 de septiembre de 2002 en la ciudad de Tegucigalpa, luego de este haber salido de ser el Gerente General de Celtel (Tigo), como el mismo lo menciona, “Enfermo y cansado de ser (en su

opinión) maltratado en serie y despedido por tontos secuaces corporativos, decidió liberarse y comenzar Farmacias del Ahorro” (Mazzone, s.f.)

La novedad de lo que ofrecían a sus clientes les permitió crecer rápidamente, y posicionarse dentro de la mente de cada consumidor, ya que fueron la primera farmacia luego convertida en cadena que ofrecía descuentos en las compras de los medicamentos, y su mayor orientación se enfocó en las necesidades de las personas y en la profunda vocación de servicio a la salud del pueblo hondureño.

Lo anterior a permitido que la empresa se expanda, de solo estar en Tegucigalpa, a estar en 16 de los 18 departamentos del país, teniendo un crecimiento exponencial pasando de solo tener una farmacia en 2002 a 33 sucursales para el año de 2012; actualmente en este año 2023 cuentan con 104 sucursales.

En sus inicios tuvieron muchos inconvenientes, de competidores que no veían bien el hecho de que existiera una farmacia que ofreciera descuentos a los clientes, tratando de cerrarles el camino mediante el bloqueo de compras a proveedores, por lo que tuvieron que luchar férreamente y pensar en tener su propia droguería de distribución y que les sirviera de respaldo, por lo que algunos años después compraron Droguería Proconsumo.

En la actualidad la empresa sigue su expansión a nivel nacional, y ofreciendo siempre a sus clientes los mejores precios y la mejor atención.

#### *2.1.1.2 Productos que elabora o servicios que ofrece*

Los productos que ofrecen son medicamentos, también productos de higiene y conveniencia, dermatológicos, bebés y equipos médicos.

Medicamentos: Al ser una farmacia, el fuerte son ofrecer medicamentos para toda la familia, enfocándose mucho en los clientes crónicos y de tercera edad.

Productos de higiene y conveniencia: Como ser toallas sanitarias, shampoo, jabones y otros.

Dermatológicos: También se pueden encontrar cremas de cuidado personal, tratamientos para belleza.

Bebés: Venta de pañales, toallas húmedas, leches a los mejores precios.

Equipos Médicos: Con su división de Médica Hogar, ofrecen sillas de ruedas, muletas, tobilleras, férulas, etc.

### *2.1.1.3 Información relevante sobre la empresa*

Como se ha visto en su breve historia, Farmacias del Ahorro es una empresa muy grande y el flujo de información y datos es bastante alta, por lo que es importante una gestión adecuada y el buen uso de la información para la toma de decisiones.

Otro dato importante de la empresa es que ellos manejan sus sucursales como una unidad de negocio independiente, donde el Gerente de cada Sucursal vela por los resultados generales, su administración total y libre con supervisión. Su rol va desde realizar la contabilidad, pagar renta, pagar servicios, contratar personal, despedir, compra de insumos directos, donde cada uno debe rendir cuentas de sus márgenes, utilidades y gastos.

Lo anterior ha permitido que las decisiones se hagan sin tanta burocracia, aunque en el tema de datos si se vuelve un poco complicado consolidar.

## *2.2 PROCESO ACTUAL*

### *2.2.1 Descripción de los procesos relacionados con el problema*

Al ser una empresa con una gran cantidad de sucursales la recolección de datos es muy general, cada punto de venta o servicio genera una gran cantidad de datos. Estos datos son extraídos del sistema y enviados a cada departamento. Esta información es de mucho valor para los departamentos de ventas, marketing y servicio. Cada equipo necesita datos precisos y actualizados basados en los datos reales que son indispensables para la toma de decisiones. Para Farmacias del Ahorro el manejo de los datos es un reto, ya que no es sencillo luego la modulación y el aprovechamiento de estos, en temas puntuales que necesita cada departamento y que son fundamentales al momento del análisis y la toma de decisiones.

En la actual investigación se ha podido constatar que el manejo de gran flujo de datos, y el modelaje de estos para la toma de decisiones importantes en la empresa, es un tema de mucha oportunidad, ya que por ejemplo para presentar sus resultados usan programas como Excel que vuelve complicado el manejo de grandes cantidades de información.

Y por lo anterior en la actualidad estos procesos no logran ser eficientes debido a que no presentan información detallada de acuerdo con lo que los gerentes requieren.

## *2.3 TEORÍA QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN*

La presente investigación tiene su teoría de fundamento, en que la información si fluye, llega a un centro de datos que se puede acceder como una página web, pero la falla es como modelar estos datos, no se tiene una herramienta adecuada y actual, automatizada para la visibilidad de estos y de esta manera hacer un análisis actual de la empresa y tomar las mejores decisiones, así como su acceso en tiempo real.

### *2.3.1 Antecedentes de estudios previos*

El manejo de los datos en la actualidad para todas las empresas es sumamente importante, ya que está en la era de informática y la digitalización de la información.

Iván Cipolla menciona en su artículo en openwebinars, la realidad es simple: la informática llegó para cambiarlo todo. Cualquier ámbito empresarial se nutre de los datos que se almacenan en los servidores. Ya sea que estén digitalizados o no, la información que recopilan las compañías puede ser de gran interés para los objetivos comerciales que se tengan. (Openwebinars, s.f.)

Shelley Pursell en un artículo para HubSpot nos enumera la importancia del análisis adecuado de los datos y entre los que podemos destacar se encuentran:

1. Medir los resultados de las ventas y de los responsables de esta.
2. Conocer nuestros clientes, productos que compran y la regularidad con que lo hacen.
3. Tomar mejores decisiones de inversión porque se cuenta con información histórica, real y medible, que te ayuda a plantear panoramas más realistas. (Hubspot, s.f.)

Farmacias del Ahorro carece de un manejo adecuado de la información y los datos, y ahí es donde radica que la empresa entienda la importancia del adecuado análisis de la información con que cuenta la empresa, ya que estos son un punto fundamental en todo negocio, sin importar su tamaño, y el buen uso de estos mediante las herramientas adecuadas, dependerán las decisiones que tome la empresa en los diferentes frentes comerciales.

Es de recordar que en tiempos pasados, el manejo de los datos y la información se tornaba complicada, ya que los registros de estos se hacían de forma manual, y en una empresa grande era complicado llevar buenos controles de las fuerzas o puntos de ventas, a día de hoy la tecnología ha avanzado mucho y es hasta cierto punto inaceptable que una empresa y una



grande como Farmacias del Ahorro no le den la importancia al buen manejo de los datos y el modelaje de los mismos para la adecuada toma de las mejores decisiones dentro de la organización.

### *2.3.2 Hipótesis de la investigación*

- La empresa no cuenta con una herramienta adecuada que le permita el análisis de la gran cantidad de datos que manejan, y tampoco tienen un proceso definido.
- Los reportes que usan los hacen mediante la herramienta Excel y hace varios años que no la actualizan los reportes.
- Dicha herramienta si les sirve para la toma de decisiones, pero esto de forma parcial y no completa, ya que no les permite tener una amplitud de análisis con respecto a la gran cantidad de información.

### 2.3.3 Operacionalización de las variables

<b>MATRIZ OPERACIONAL DE LAS VARIABLES</b>						
<b>Variable dependiente: Procesos no definidos</b>						
<b>CONCEPTUALIZACIÓN</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>SUB-DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>FUENTES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Procesos que se implementan en la recolección y análisis de datos para la toma de decisiones	Falta de un área encargada.	No existe una persona asignada a esta función.	Los gerentes no utilizan la información que genera el sistema.	¿Quién define los procesos?	Gerentes de sucursales	Cuestionario de entrevista
	Comunicación empresarial no es clara.		Falta de presupuesto para una nueva área encargada.	¿Qué departamento requiere la información?	La Empresa	Cuestionario de entrevista
<b>MATRIZ OPERACIONAL DE LAS VARIABLES</b>						
<b>Variable dependiente: Herramienta utilizada para el análisis de datos.</b>						
<b>CONCEPTUALIZACIÓN</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>SUB-DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>FUENTES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
La herramienta que utilizan es Excel y hace varios años que no la actualizan a programas más completos y automatizados	Presupuesto para una nueva herramienta	Falta de capacitación.	Excel es una herramienta económica.	¿Es Excel una herramienta económica?	Gerentes de Sucursales	Cuestionario de entrevista
			Requiere de conocimientos básicos	¿Se necesita capacitaciones para utilizar Excel?		
	Resistencia al cambio de nuevas plataformas.			Falta de tiempo para capacitaciones. Costos adicionales para capacitaciones.		La Empresa
<b>MATRIZ OPERACIONAL DE LAS VARIABLES</b>						
<b>Variables dependientes: Toma de decisiones.</b>						

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	FUENTES	INSTRUMENTOS
Procesos que se implementan en la recolección y análisis de datos para la toma de decisiones	Envío de reportes	Procesos establecidos	Programación de reportes.	¿Qué tipos de reporte son requeridos para la toma de decisiones?	Gerentes de Sucursales	Cuestionario de entrevista
			Diseño de los reportes			
	Depuración de la información		Actualización de base de datos	¿Quién depura la información?	La Empresa	Cuestionario de entrevista
			Herramientas implementadas en la transmisión de datos			
			Asertividad de la data			
			Diseño de los reportes			

## 2.4 CONCEPTUALIZACIÓN

### 2.4.1 Análisis de datos

Se define el análisis de datos como una herramienta que mediante un proceso sistemático maneja los datos e información importante para descubrir comportamientos entre las diferentes variables que son fundamentales para tomar decisiones y la definición de procesos. Para todas las empresas es importante tomar decisiones con base en datos concretos para hacer más eficientes sus procesos y mejorar la percepción de su entorno. Para esto es necesario reunir, depurar y transformar los datos por medio de diferentes herramientas tecnológicas y de estadística que permita entender y analizar los datos. Cuando se habla de datos se refiere a toda la información que generan las actividades comerciales de la empresa como son; ventas y compras de los productos o servicios que ofrece la empresa. Esta información debe ser recibida y transmitida de forma eficiente y puntual para las áreas pertinentes, de manera que pueda

visualizarse fácilmente, y así tener una visión clara de los resultados para lograr un correcto análisis basado en estos datos.

Una estrategia de análisis de datos actualizada ofrece a los sistemas y empresas formas de trabajo que permiten un análisis automatizado en tiempo real, que proporcionan resultados inmediatos y eficientes.

#### *2.4.2 Toma de decisiones*

Seleccionar una, de entre varias opciones que van en línea con los objetivos de una empresa, con la conciencia de que es el camino correcto para el desarrollo de un producto o de un negocio. Estas decisiones se toman para dar soluciones a los problemas que se presentan en los procesos y es por eso su importancia ya que su eficacia contribuye al desarrollo de mejores oportunidades. Para una correcta toma de decisiones se deben tomar en cuenta todos los datos que apoyen la hipótesis para basar su decisión en ellos.

El proceso para tomar decisiones más productivas debe evitar tomar estas de forma precipitadas y orientarse a implementar un proceso formal para la toma de decisiones.

Para poner en marcha un proceso que permita que las altas gerencias solucionen problemas basados en datos y analizando las posibles soluciones, eligiendo el camino a seguir en base al análisis, el proceso debe ofrecer alternativas que confirmen que la decisión fue la correcta.

Tomar una decisión, implicar identificar el problema que se necesita solucionar, una vez ya identificado es momento de reunir toda la información relacionada. Debemos evaluar las oportunidades de mejoras y los éxitos obtenidos con los procesos ya implementados para poder identificar y evaluar las posibles soluciones al problema, es en este momento cuando efectivamente se podrá tomar una decisión basada en la información pertinente, habiendo analizado los posibles cursos que se pueden tomar.

## 2.5 INSTRUMENTOS UTILIZADOS

1. Grupo focal: con una representación de las áreas que generan los datos (Farmacias) y son los encargados de transmitir la información. Fueron cinco gerentes de las sucursales escogidas en la muestra.
2. Investigación documental: De los documentos de EXCEL y fuentes de información como el sistema POWER BI, que ya se implementan para recopilar datos relevantes que probablemente se puedan utilizar en la investigación.
3. Encuestas: Encuestas con cuestionarios con preguntas abiertas.

### *Grupo focal*

<b>Metodología</b>	<b>Preguntas o Guía</b>	<b>Resultados</b>
<i>Grupos focales</i>	¿Cuál es su nombre?	
	¿Qué puesto tiene dentro de la organización?	El 100% de los participantes son Gerentes de sucursal.
	¿Toma decisiones Usted en la empresa?	El 100% de los participantes mencionan que si toman algún tipo de decisión dentro de la empresa.

<p>¿Cómo tomas las decisiones?</p>	<p>El 80% menciona que si toman decisiones, uno de ellos menciona que no está claro.</p>
<p>¿Tiene alguna injerencia en la recopilación de datos?</p>	<p>El 100% de los participantes comenta que si tiene injerencia en todos los datos generados en cada una de las sucursales.</p>
<p>¿Considera importante conocer la información de la empresa?</p>	<p>El 100% de los participantes afirma que sí es sumamente importante conocer la información de la organización.</p>
<p>¿Conoce toda la información generada dentro de la empresa?</p>	<p>El 60% afirma que sí conoce la información, el 40% no la conoce a profundidad.</p> <p>Indagando en la plática se constató que quienes la conocen son personas que saben gestionar herramientas</p>

	de análisis de la información y datos.
--	--

## **CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA**

La recolección de datos es un paso importante para el proceso de investigación, en este caso el enfoque es explorar los métodos que se utilizan para la recolección y análisis de datos. Se utilizará métodos de investigación que nos ayuden a encontrar los medios que la empresa utiliza para la transmisión, recolección y análisis de datos. Se medirá el alcance correlacional que tiene el uso de los datos y la importancia que este tiene dentro de una empresa de este tamaño. Y por último se explicará las causas que generan problemas en la transmisión de datos.

Se realizó una investigación exploratoria, para hacer un análisis de la información recolectada.

### *3.1 Metodología*

#### *3.1.1 Tipo y nivel de investigación*

Se ejecutó el método descriptivo para recopilar información de las áreas, que muestre y describan los procesos tal como funcionan. Este tipo de investigación se aplicó antes de implementar una solución al problema, para saber específicamente qué procesos se deben mejorar.

### 3.1.2 Descripción del ámbito de la investigación

En el caso de Farmacias del Ahorro es una empresa con sucursales a nivel nacional y el objetivo del estudio fue a nivel central y en determinadas sucursales, por lo tanto, la investigación se hará con un enfoque en el personal Administrativo de cada sucursal y Gerente de Área.

Las ciudades que se abarcaron son Tegucigalpa, San Pedro Sula y La Ceiba, al ser las 3 ciudades más importantes de ventas de la organización y la cantidad de farmacias por cada ciudad son 25, 18 y 6 respectivamente.

### 3.1.3 Población y muestra

La población para realizar la investigación serán un total de 49 sucursales en las tres ciudades y las personas que manejan la información son los Gerentes de cada una de las sucursales.

Por lo que, al ser una población finita, la muestra será de 44 empleados y misma cantidad de sucursales y enfocado en los que manejan la información, los Gerentes de cada sucursal.

Donde las cantidades elegidas por ciudad son, 5 para La Ceiba, 16 San Pedro Sula y 23 en Tegucigalpa.

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2(N-1) - Z^2 p q}$$

$$n = \frac{(3.84) (49) (0.50) (0.50)}{(0.05)^2(49-1) - 3.84 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{47.04}{1.08}$$

$$n = 44$$

Confianza	95%	
Z <sup>2</sup>	3.84	
Población	49	Gerentes



### 3.1.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Métodos cualitativos:

Grupos focales: Esta se realizó con los gerentes de cada sucursal, que son los que generan los datos (Farmacias) y encargados de transmitir la información.

Investigación documental: De los documentos y fuentes de información que ya se implementan para recopilar datos relevantes que probablemente se puedan utilizar en la investigación, la reportería que utilizan.

Encuestas: Encuestas con cuestionarios.

Entrevistas: A la muestra, que son 45 gerentes, que son los encargados de las unidades de negocios, sobre como explotan los datos de la empresa.

### 3.1.5 Plan de recolección y procesamiento de datos

N.º	Semana	Descripción	Encargado	Método	Cantidad	Ciudad
1.	6	Focus Group	René	Reuniones	5	Tegucigalpa
2.	6	Encuesta	Ronald	Enlace por medio de Formulario	12	La Ceiba, Tegucigalpa y San Pedro Sula
3.	7	Entrevista con Gerentes de Operaciones	Ronald y René	Presencial	2	La Ceiba y Tegucigalpa
4.	7	Documentar fuentes de	René	Visita a una sucursal	1	Tegucigalpa

		información de la empresa				
--	--	------------------------------	--	--	--	--

## **4.1 Método de medición aplicado**

El método de investigación utilizado para resolver el problema de investigación fue la aplicación de una encuesta al personal de la empresa involucrado en el proceso de transmisión y análisis de datos, este cuestionario proporcionará una descripción cuantitativa de las opiniones de la muestra y mediante la recopilación de la información se podrá interpretar los datos recopilados y sacar conclusiones sobre los resultados obtenidos en la encuesta.

### ***4.1.1 Justificación***

Se implementó la encuesta para encontrar las causas del problema y aclararlos, esto ayuda a entender el problema de forma más puntual. La encuesta se aplicará en línea ya que es la forma más fácil de compartir, ayudara a llegar a cada punto y persona incluida en la muestra.

Se utilizó el programa SPSS, para el análisis estadístico de datos obtenidos de las encuestas aprovechando la flexibilidad y escalabilidad de este programa. Esta herramienta es la más adecuada para el tamaño de la muestra y la distancia en la que se encuentran los participantes de la encuesta ya que sus resultados permiten mejorar la eficiencia y minimizan el riesgo de error.

### ***4.1.2 Aplicación***

Para la aplicación de la encuesta se utilizó Google form.

El domingo tres de septiembre de 2023, se compartió un enlace en línea vía correo electrónico con las preguntas de la encuesta a cada uno de los participantes con el objetivo de obtener la información requerida.

Una vez teniendo los resultados, se ingresaron en el programa estadístico SPSS. Para el análisis de estadísticos descriptivos, que genera las tablas de frecuencias para cada una de las preguntas, y de esta manera realizar el cruce entre las variables y poder realizar el análisis de los resultados.

### 3.2 Resultados y análisis de resultados

Figura 1

*Género y edad de los encuestados.*

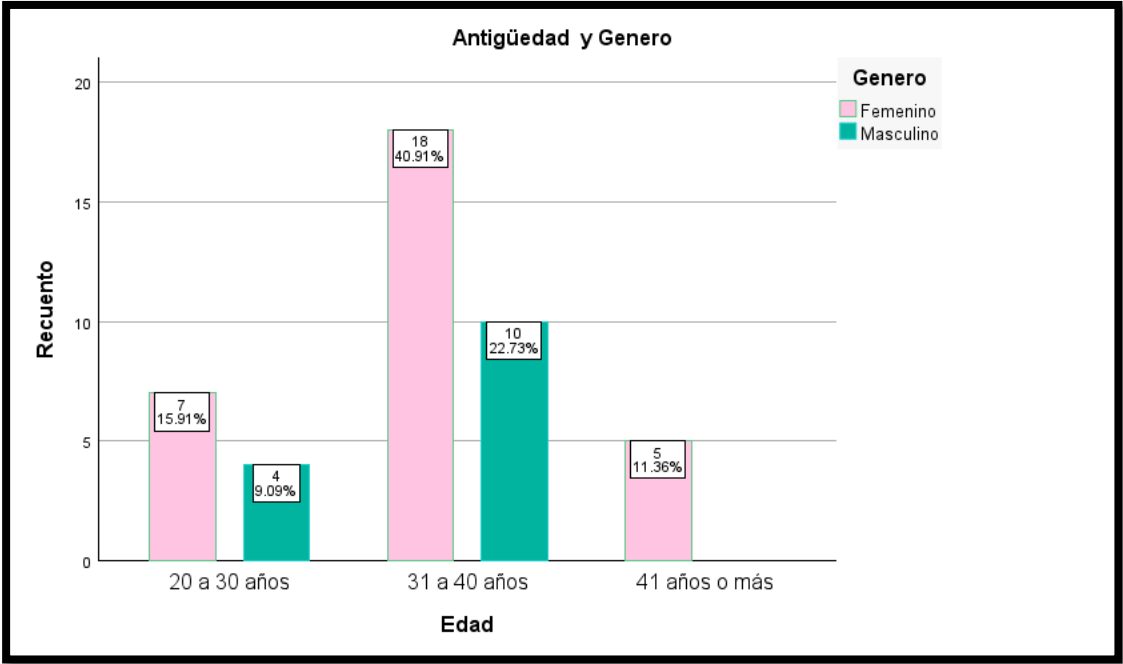


Tabla 1

Recuento		Genero		Total
		Femenino	Masculino	
Edad	20 a 30 años	7	4	11
	31 a 40 años	18	10	28
	41 años o más	5	0	5
Total		30	14	44

Se identificó que la edad de los empleados de la empresa Farmacias del Ahorro oscilan en su mayoría en un rango de edad de 31 a 40 años. Y predomina el género Femenino con un total de 68.2%. Por lo general y en este análisis se observó que el panorama laboral de las farmacias tiene mayor presencia femenina y que tiene más preferencia a esta carrera.

Figura 2

*Nivel escolaridad.*

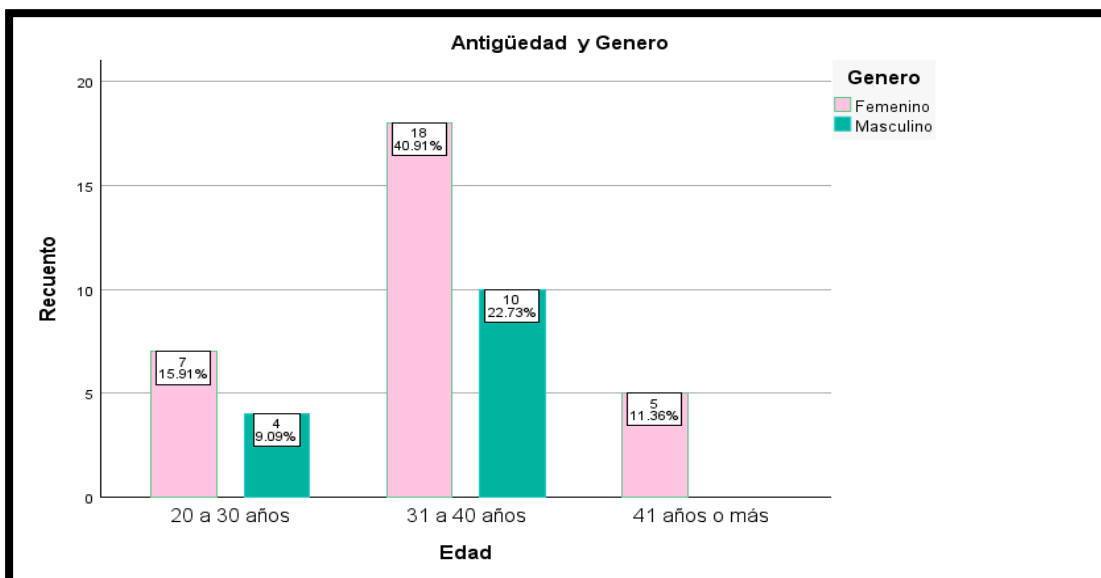


Tabla 2

		<b>Nivel de escolaridad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pregrado	18	40.9	40.9	40.9
	Secundaria completa	26	59.1	59.1	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

El nivel de escolaridad que predomina entre los encuestados es de secundaria con un porcentaje de 59.1%. solo un 40.9% son personas graduadas de la universidad, se puede observar que el nivel de escolaridad es bajo en la mayoría de los empleados de la farmacia.

Figura 3

*Antigüedad laboral.*

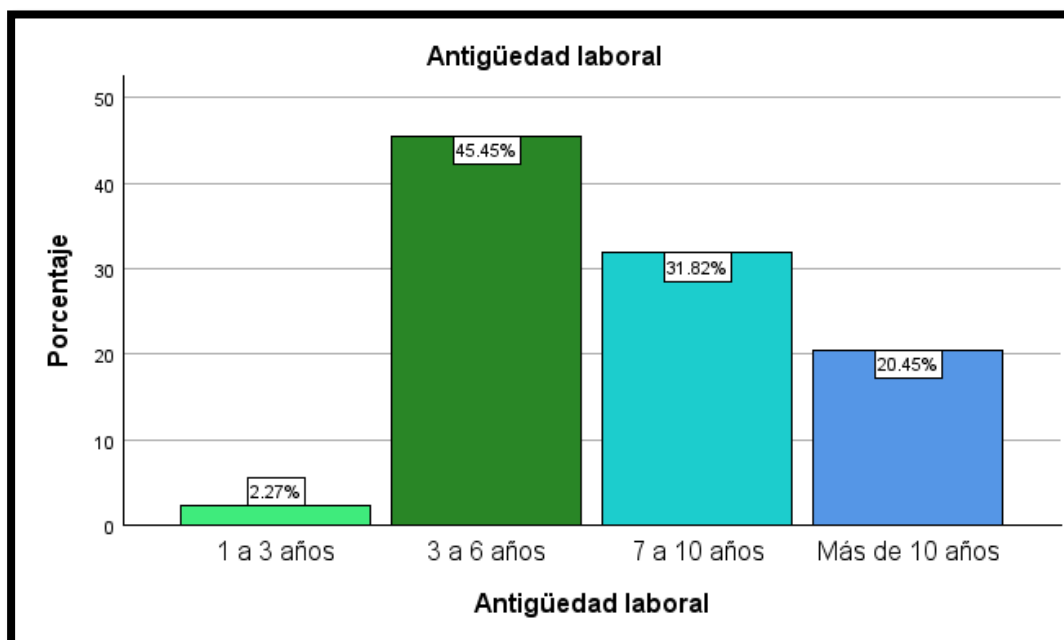


Tabla 3

Antigüedad laboral					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 3 años	1	2.3	2.3	2.3
	3 a 6 años	20	45.5	45.5	47.7
	7 a 10 años	14	31.8	31.8	79.5
	Más de 10 años	9	20.5	20.5	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

El 45.5% de los encuestados tiene entre 3 a 6 años de antigüedad en la empresa y un 20.5% con más de 10 años, por lo que el 66% de las personas encuestadas es personal de confianza y con experiencia, se cuentan con trabajadores calificados y compenetrados. Se puede identificar que la empresa es un lugar estable que logra mantener el equilibrio entre mantener el talento motivado y la productividad, ofreciéndoles beneficios, oportunidades y estabilidad.

Figura 4

*Área que define el proceso del manejo de información de Farmacias del Ahorro.*

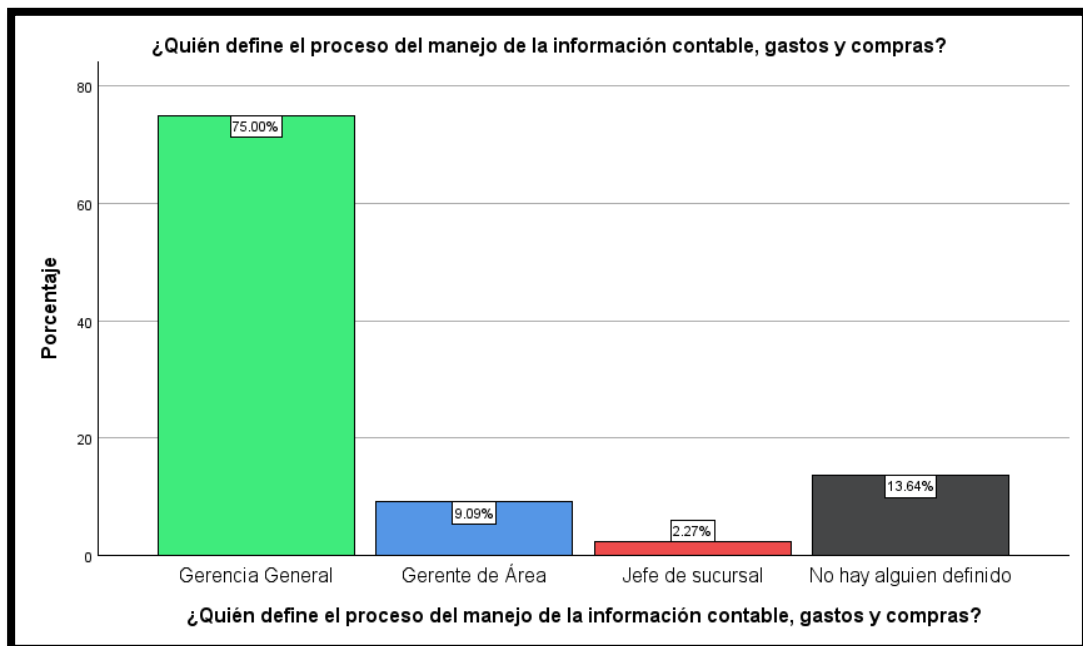


Tabla 4

¿Quién define el proceso del manejo de la información contable, gastos y compras?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gerencia General	33	75.0	75.0	75.0
	Gerente de Área	4	9.1	9.1	84.1
	Jefe de sucursal	1	2.3	2.3	86.4
	No hay alguien definido	6	13.6	13.6	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Según el análisis de las respuestas obtenidas un 75% definen que el proceso y manejo de la información contable, gastos y compra depende de la gerencia general de la empresa, esto indica que únicamente el gerente tiene acceso a la información y que un 13.6% consideran que no hay alguien definido para esta función. Siendo el porcentaje 2.3% que los jefes de cada sucursal tengan el acceso a la información de su tienda a cargo es realmente muy bajo, siendo esto una deficiencia en el manejo y distribución de esta.

Figura 5

*Departamento que procesa y maneja la información en Farmacias del ahorro.*

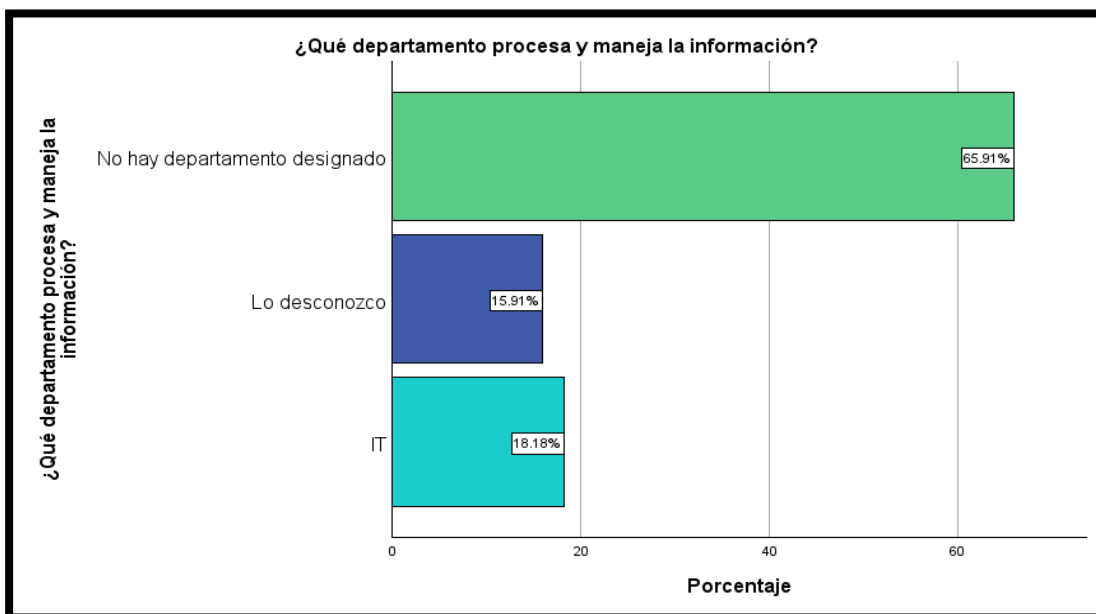


Tabla 5

¿Qué departamento procesa y maneja la información?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	IT	8	18.2	18.2	18.2
	Lo desconozco	7	15.9	15.9	34.1
	No hay departamento designado	29	65.9	65.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Los resultados indican que el 65.9% de las personas encuestadas consideran que no hay un departamento designado para el proceso y manejo de la información. El 18.2% consideran que el departamento de IT (Tecnología de la Información y Comunicación) es el encargado del manejo de los datos y el 15.9% del personal desconoce que exista un área encargada, por lo que se puede concluir que no existe un proceso definido para el manejo de la información. Esto puede también traducirse en que no se transmite los informes correctos para la toma de decisiones.

Figura 6

*Reportes requeridos en la toma de decisiones en cada sucursal.*

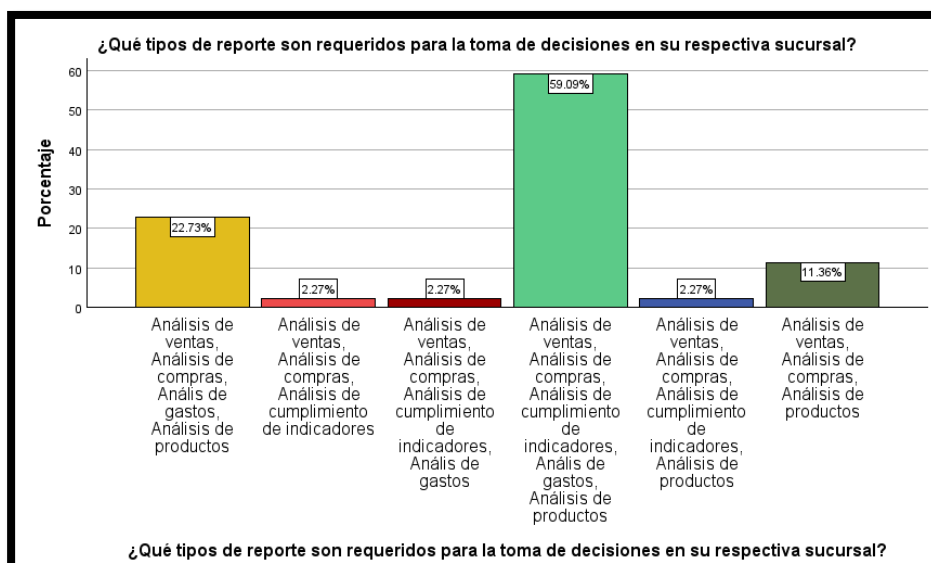




Tabla 6

¿Qué tipos de reporte son requeridos para la toma de decisiones en su respectiva sucursal?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Análisis de ventas, Análisis de compras, Análisis de gastos, Análisis de productos	10	22.7	22.7	22.7
	Análisis de ventas, Análisis de compras, Análisis de cumplimiento de indicadores	1	2.3	2.3	25.0
	Análisis de ventas, Análisis de compras, Análisis de cumplimiento de indicadores, Análisis de gastos	1	2.3	2.3	27.3
	Análisis de ventas, Análisis de compras, Análisis de cumplimiento de indicadores, Análisis de gastos, Análisis de productos	26	59.1	59.1	86.4
	Análisis de ventas, Análisis de compras, Análisis de cumplimiento de indicadores, Análisis de productos	1	2.3	2.3	88.6
	Análisis de ventas, Análisis de compras, Análisis de productos	5	11.4	11.4	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Los reportes más implementados para la toma de decisiones según el 59% de los encuestados en las sucursales son; reportes de ventas, reporte de compras, cumplimiento de indicadores, reporte de gastos, análisis de los productos. Los reportes requeridos para la toma de decisiones deben ser definidos por la gerencia, estos reportes deben ser una herramienta que ayude a analizar la información de forma más eficiente en todas las sucursales.

Figura 7

*Herramientas oficiales utilizadas en la empresa Farmacias del Ahorro.*

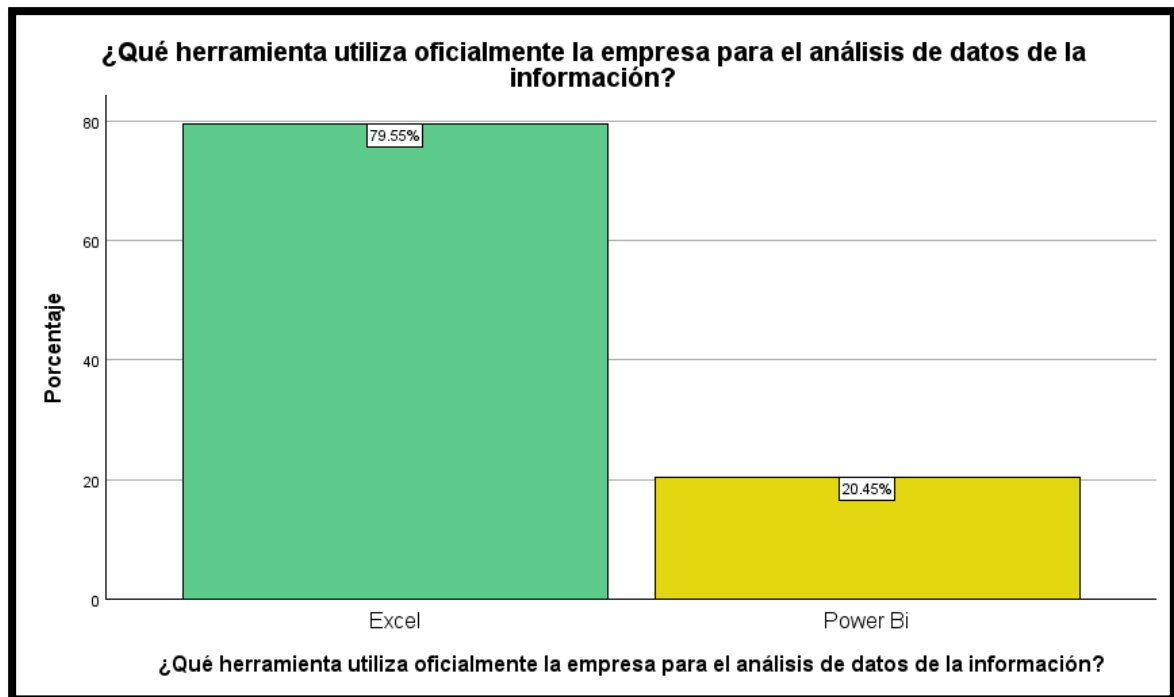


Tabla 7

**¿Qué herramienta utiliza oficialmente la empresa para el análisis de datos de la información?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excel	35	79.5	79.5	79.5
	Power Bi	9	20.5	20.5	100.0
Total		44	100.0	100.0	

Se confirma a través de la encuesta que el 79.5% de la muestra utiliza Excel para la elaboración de los reportes con conocimientos básicos de la herramienta. El 20.5% de los encuestados utilizan la herramienta Power Bi (Business Intelligence) que es el programa definido por la empresa basado en la nube que permite la visualización y análisis de datos del negocio, pero no todas las áreas lo manejan de forma oficial, por falta de capacitaciones para el uso de este programa. Esto refleja la carencia de procesos estandarizados para el manejo de datos.

Figura 8

Herramienta oficial de la empresa y programas que puede utilizar el empleado para el análisis de datos.

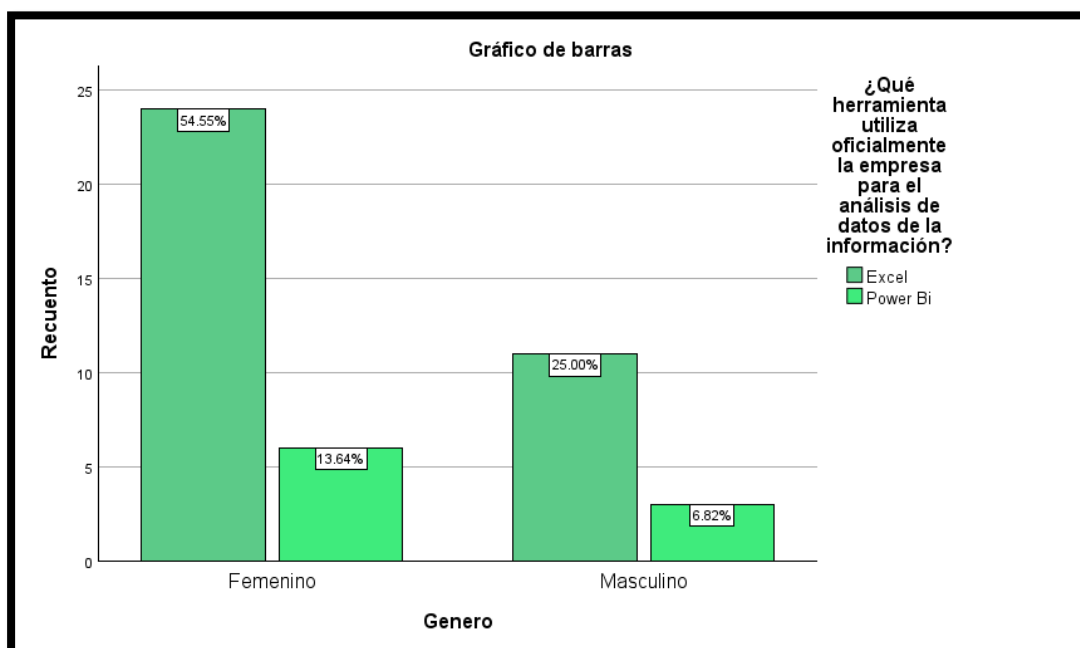


Tabla 8

**Tabla cruzada ¿Qué herramienta conoce o puede utilizar para el análisis de datos? \* ¿Qué herramienta utiliza oficialmente la empresa para el análisis de datos de la información?**

Recuento

		¿Qué herramienta utiliza oficialmente la empresa para el análisis de datos de la información?		Total
		Excel	Power Bi	
¿Qué herramienta conoce o puede utilizar para el análisis de datos?	Excel Básico	23	5	28
	Excel intermedio	11	3	14
	Excel intermedio, Power Bi	1	1	2
Total		35	9	44

Para 23 personas de las 44 encuestadas, la herramienta utilizada por la empresa es Excel, y los resultados muestran que estas 23 personas solamente tienen un conocimiento básico de la herramienta por lo que se concluye que no se aprovecha la herramienta al 100%. Todos los encargados de transmitir información de cada una de las farmacias, debe estar bien capacitado para utilizar las herramientas definidas por la gerencia, es importante que tengan el

conocimiento para poder utilizar cada una de las funciones del programa definido. Cabe recalcar que Excel no es la herramienta más adecuada para este tipo de procesos.

Figura 9

Conocer si la empresa tiene un departamento que se encargue de la recolección, depuración y análisis de la información en cada sucursal. Y si ha recibido capacitaciones como empleados.

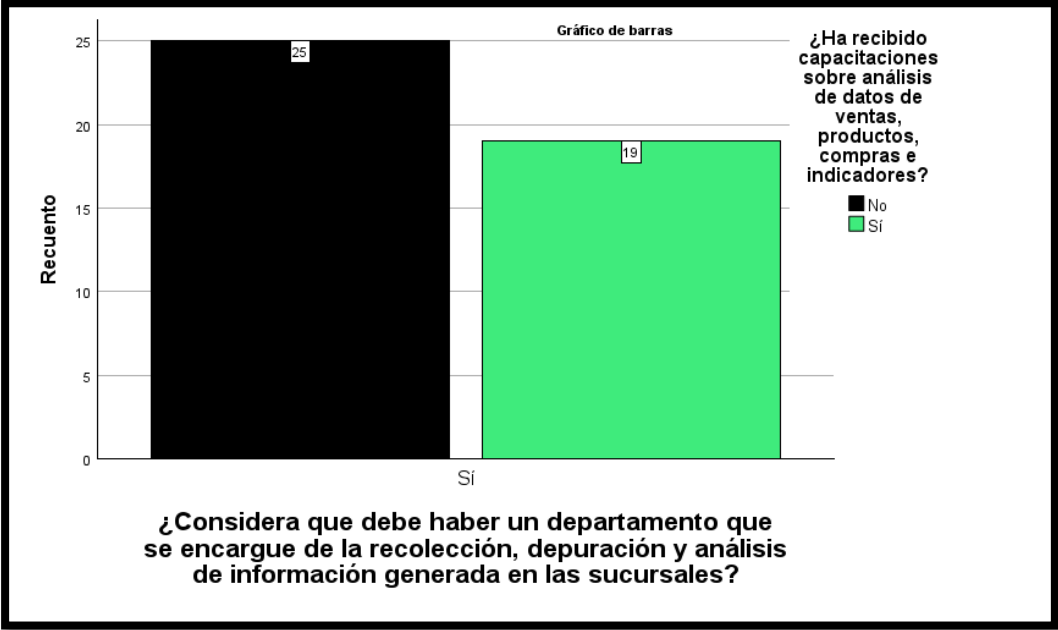


Tabla 9

**Tabla cruzada ¿Considera que debe haber un departamento que se encargue de la recolección, depuración y análisis de información generada en las sucursales?\*¿Ha recibido capacitaciones sobre análisis de datos de ventas, productos, compras e indicadores?**

Recuento		¿Ha recibido capacitaciones sobre análisis de datos de ventas, productos, compras e indicadores?		Total
		No	Sí	
¿Considera que debe haber un departamento que se encargue de la recolección, depuración y análisis de información generada en las sucursales?	Sí	25	19	44
Total		25	19	44

El 57% de las personas de la muestra que no han recibido capacitación sobre el análisis de datos y consideran que debe existir un departamento que se encargue de la recolección y depuración del análisis de datos. La carencia de un programa o departamento encargado de la recolección de los datos de cada sucursal genera desinformación en los gerentes, por lo que cada uno utiliza la herramienta que más se le facilite, para transmitir los reporte que le solicitan. Al no definir un proceso estándar, no se puede dar capacitaciones sobre un programa en específico ni tampoco existe una persona designada para el análisis requerido en la toma de decisiones.

### **4.3 Propuesta de mejora**

De acuerdo con los resultados obtenidos, se hace la siguiente propuesta de mejora:

1. Definir un departamento de Inteligencia Empresarial encargado de recolección, depuración y análisis de la información contable, compras y gastos, lo cual permitirá a la empresa la toma de las mejores decisiones.
2. Determinar una política concreta sobre el manejo de la información generada, dictada por el Gerente General.
3. Brindar un programa de capacitación para Gerentes y Asistentes de las sucursales, buscando que puedan realizar análisis con la información depurada.

## 4.4 Implementación de los cambios

### 4.4.1 Cronograma de aplicación

Mejora	Responsable	Tiempo de ejecución											
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12
Definir departamento encargado de manejo de información.	Gerente General												
Determinar una política concreta sobre el manejo de la información.	Gerente General y Gerentes de Operaciones												
Capacitación de gerentes y asistentes de sucursal.	Departamento de IT / Outsourcing												

### 4.4.2 Detalle de cambios y responsables de su ejecución

#### 4.4.2.1 Definir departamento encargado de manejo de información

Se ha podido constatar que se necesita definir un departamento que maneje la información contable, compras y gastos que son generadas por las transacciones diarias en cada una de las sucursales. Al no existir un departamento responsable y capacitado, la información no es aprovechada de la forma que se debería y limitando de esta manera la toma de las mejores decisiones en la organización.

Dicho departamento será el encargado de velar que la información llegue, luego de eso depurarla y hacer los análisis correspondientes que necesite tanto gerencia general como los

gerentes de cada una de las sucursales. Serán los que provean los datos de una manera sea fácil interpretar y analizar.

#### 4.4.2.2 Determinar responsable de directrices

Los gerentes no saben quién determina cuáles serán las directrices con el manejo de la información, unos piensan que es su jefe inmediato, o sea gerente de área, otros intuyen que es el gerente general e incluso piensan que no hay nadie definido.

Se sugiere que se defina un responsable de dar las directrices del manejo de la información contable, gastos y compras, ya que cada gerente acudirá y tendrá claro los procesos a seguir y el responsable.

La sugerencia es que sea el Gerente General o los Gerentes de Operaciones, ya que son las máximas autoridades en la organización y los que dictan las pautas.

#### 4.4.2.3 Capacitación de gerentes de sucursal

Otro punto importante que no se debe dejar de lado es la capacitación del personal, ya que ha sido un inconveniente que presenta la empresa porque sus gerentes tienen conocimientos muy básicos para los análisis requeridos que demanda su puesto.

En todo caso, aunque exista un departamento encargado de procesar toda la información, en más de una ocasión como vimos en la encuesta, necesitarán hacer análisis y sin el conocimiento adecuado, se ven limitados para tomar las mejores decisiones, que es el punto que se requiere mejorar.

## Presupuesto:

Cada departamento involucrado en los cambios de la propuesta de mejora tiene asignado un presupuesto anual.

Iniciativa	Presupuesto
Inteligencia Empresarial	Departamento IT
Política concreta sobre el manejo de la información.	Gerencia general
Capacitación de gerentes y asistentes de sucursal.	RRHH

## 5.1 Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1.1 Conclusiones

Una vez realizada el estudio y la recolección de los datos a través de los métodos establecido en la presente investigación, se cuenta con la información necesaria que permite llegar a las siguientes conclusiones.

1. La empresa no cuenta con un departamento encargado de procesar y manejar la información que obtiene a diario en las diferentes sucursales. Se generar diferentes reportes de ventas, gastos y compras, utilizando distintas herramientas no estandarizadas por la gerencia.
2. De acuerdo con los datos recolectados, existe desconocimiento de los procesos internos, además de las diferentes funciones de las áreas y departamentos, por lo que se justifica brindar capacitaciones de todos los programas utilizados y procesos a todo el personal involucrado en el manejo y proceso de información de la empresa con el fin de alcanzar el mismo objetivo.



3. Los datos que se obtienen de los diferentes reportes obtenidos en cada sucursal proporcionan información vital sobre los productos, ventas, gastos y demás datos contables que sirven de base para la toma de decisiones y son un apoyo para los niveles medios y altos gerenciales. Y es por esta razón que los reportes deben ser específicos y estandarizados.
4. La empresa implementa programas de Office y el sistema de facturación Power bi para la recolección y transmisión de reportes, pero es el departamento de IT de la empresa Farmacias del Ahorro quien debe ser el responsable de implementar una herramienta especializada en el análisis de la información.
5. Los datos presentados demuestran que la empresa debe ir adecuándose a las nuevas tecnologías de la informática, es necesario incluir sistemas que faciliten la recopilación y almacenamiento de información y que esta fluya la por las diferentes áreas involucradas en las operaciones diarias de las sucursales con el fin de que sus empleados puedan ser más productivos.

### ***5.1.2 Recomendaciones***

1. Se recomienda crear una política del manejo de la información contable, gastos y compras de cada una de las sucursales, para tener una línea adecuada y correcta, del conocimiento de todos los empleados de liderazgo de la organización.
2. Se debe crear un departamento de Business Intelligence, el cual se encargará de recibir, depurar y crear los reportes de análisis de la información, que permitirán las mejores tomas de decisiones dentro de la empresa. Dicho departamento estará bajo la tutela del

Gerente General y Gerentes de Operaciones, quienes son los que les indicaran los análisis que necesitan tanto la gerencia general como los gerentes de las sucursales.

3. Crear un programa de capacitación ya sea interno o externo para los gerentes de farmacia o asistentes administrativos, lo cual les va a permitir interpretar los análisis hechos por el departamento de BI y de paso hacer también ellos sus propios análisis, ya que se pudo constatar que es un punto de mejora.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Castro, J. (2015). *Importancia de la información*. Obtenido de <https://blog.corponet.com/la-importancia-de-la-informacion-para-la-toma-de-decisiones-en-la-empresa>
2. Cipolla, A. I. (Enero de 2021). *openwebinars*. Obtenido de <https://openwebinars.net/blog/la-importancia-del-analisis-de-datos-en-las-empresas/>
3. Colombia., U. N. (2021). *Indicadores de gestión administrativa*. Obtenido de [https://estadisticaun.github.io/G\\_Procesos/7-an%C3%A1lisis-de-resultados-de-medic%C3%B3n-y-toma-de-decisiones.html](https://estadisticaun.github.io/G_Procesos/7-an%C3%A1lisis-de-resultados-de-medic%C3%B3n-y-toma-de-decisiones.html)
4. Estrada, R. (1988). *Manejo de Problemas y Toma de Decisiones*. México: Manual Moderno. Obtenido de <https://pdfcoffee.com/manejo-de-problemas-y-toma-de-decisiones-vol-8-2a-ed-pdf-free.html>
5. Estudio. (s.f.). Obtenido de <https://www.scielo.br/j/tinf/a/LHnv8vL7bN5GFcsmrb98qqM/?format=pdf&lang=es>
6. Guiral.J., L. /. (2011). *Introducción a la gestión de sistemas de información en la empresa - UJI* (Vol. 1). Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacion: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacion. Obtenido de <https://libros.metabiblioteca.org/server/api/core/bitstreams/7d943307-adc9-450d-83a4-6638f1bd24b0/content>
7. Guiral.J., L. /. (2011). *Introducción a la gestión de sistemas de información en la empresa - UJI*. Obtenido de <https://libros.metabiblioteca.org/server/api/core/bitstreams/7d943307-adc9-450d-83a4-6638f1bd24b0/content>
8. Huber.G.P. (1989). *Toma de Decisiones en la gerencia*. (Vol. 2). México: Trillas. Obtenido de <https://pdfslide.tips/documents/toma-de-decisiones-en-la-gerencia-5686b182379d6.html?page=1>
9. Hubspot, W. (s.f.). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-de-datos>
10. Mazzone, M. (s.f.). Obtenido de <https://www.3cgroup.global/team/massimo/>
11. Moore, G. (2022).
12. Openwebinars, W. (s.f.). Obtenido de <https://openwebinars.net/blog/la-importancia-del-analisis-de-datos-en-las-empresas/>

13. Oster, E. (2023). *Profesora de Economía*. Brown University.
14. Pursell, S. (Noviembre de 2022). *hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-de-datos>
15. Rodríguez, E. G. (2017). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-informacion-para-la-mejora-del-proceso-de-toma-de-decisiones/>
16. Rodríguez-Cruz, Y. (s.f.). *Modelo de uso de información para la toma de decisiones*. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/tinf/a/LHnv8vL7bN5GFcsmrb98qqM/?format=pdf&lang=es>

## **ANEXOS**

### ***Encuesta***

#### **Datos demográficos.**

##### **1. Edad**

- 20 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 años o más

##### **2. Género**

- Femenino
- Masculino

##### **3. Ciudad de Residencia**

- Tegucigalpa
- San Pedro Sula
- La ceiba

##### **4. Nivel de escolaridad**

- Secundaria completa.
- Pregrado

**5. Antigüedad laboral**

- 1 a 3 años
- 3 a 6 años
- 7 a 10 años
- Más de 10 años

**6. ¿Quién define el proceso del manejo de la información contable, gastos y compras?**

- Gerencia General
- Jefe de sucursal
- No hay alguien definido

**7. ¿Qué departamento procesa y maneja la información?**

- IT
- Lo desconozco
- No hay departamento designado

**8. ¿Quién depura y analiza la información recolectada?**

- IT
- Gerente de Área
- Todos
- Jefe de sucursal

**9. ¿En sus decisiones diarias, es necesario analizar la información de los datos que se generan en la sucursal que gerencia?**

- SI
- NO

**10. En una escala del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia ¿Qué tan importante es el buen manejo de los datos de información generados por ventas, compras y gastos de la sucursal para la administración de esta?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**11. ¿Qué tipos de reporte son requeridos para la toma de decisiones en su respectiva sucursal?**

- Análisis de ventas
- Análisis de compras
- Análisis de cumplimiento de indicadores
- Análisis de gastos
- Análisis de productos

**12. ¿Necesita conocer alguna herramienta de análisis de datos para gestionar la información?**

- Sí, es indispensable
- No, es indispensable

**13. ¿Qué herramienta conoce o puede utilizar para el análisis de datos?**

- Excel Básico
- Excel intermedio
- Power BI

**14. ¿Qué herramienta utiliza oficialmente la empresa para el análisis de datos de la información?**

- Excel
- Power BI

**15. ¿Considera que la empresa debe actualizar la forma y la herramienta que utiliza para gestionar y analizar los datos?**

- SI
- NO

**16. ¿Considera que la forma en que se gestionan los datos debería cambiar, para así darles un mejor aprovechamiento?**

- SI
- NO

**17. ¿Considera que debe haber un departamento que se encargue de la recolección, depuración y análisis de información generada en las sucursales?**

- SI
- NO

**18. ¿Ha recibido capacitaciones sobre análisis de datos de ventas, productos, compras e indicadores?**

- SI
- NO

## **GLOSARIO**

**Big data:** es un término que describe el gran volumen de datos estructurados y no estructurados que inundan una empresa todos los días.

**Business Intelligence:** Una BI eficaz ayuda a las empresas y las organizaciones a formular y responder preguntas acerca de los datos. Además, la inteligencia de negocios permite a las organizaciones tomar mejores decisiones, porque ofrece datos actuales e históricos dentro de su contexto empresarial.

**Férulas:** es un dispositivo o estructura de metal, madera, yeso, cartón, tela o termoplástico que se aplica con fines generalmente terapéuticos.

**Group focal:** Un grupo focal consiste en una entrevista grupal dirigida por un moderador a través de un guion de temas o de entrevista. Se busca la interacción entre los participantes como método para generar información.

**Google form:** nos permite trabajar en un formulario con varias personas de forma simultánea pudiendo modificar un mismo cuestionario de forma remota. Google Forms nos permite acceder a todos nuestros formularios estemos donde estemos.

**IT:** (Tecnología de la Información y Comunicación). Las áreas IT de las empresas son las responsables de implementar, dar soporte y mantener los sistemas de información.

**Outsourcing:** Es el proceso mediante el cual una empresa externaliza una parte de su actividad, es decir, contrata a una empresa externa para gestionar una parte de la compañía. Con este método la empresa principal puede centrarse y mejorar en ciertas funciones y especializarse aumentando en eficiencia y ahorrando tiempo.

**SPSS:** es un software popular entre los usuarios de Windows, es utilizado para realizar la captura y análisis de datos para crear tablas y gráficas con data compleja.