

ANEXO A

ENCUESTA

Cuestionario para identificar las necesidades analíticas de las empresas MiPymes de ventas al detal

El objetivo del presente cuestionario es poder identificar las necesidades analíticas de su empresa, que permita determinar la información necesaria para el modelado conceptual de una bodega de datos. La precisión de las respuestas, permitirá que se puedan identificar claramente las necesidades de su empresa.

Nombre empresa: _____

Nombre: _____

Cargo: _____ Área a la que pertenece: _____

Dirección: _____ Tel.: _____

E-mail: _____

Preguntas relacionadas con el tipo de empresa¹.

1. ¿El número de empleados con los que cuenta su empresa esta en el rango de?:

1 – 10 11 – 50 51 – 200 Mas de 200

2. ¿Los activos totales de su empresa están entre el siguiente rango de acuerdo al SMMLV²?:

Menores a 500 501 – 5000 5001 – 30000 Mas de 30000

Preguntas relacionadas con el producto.

3. ¿Manejan líneas de productos?

Si ¿Cuáles? _____
 No _____

4. ¿Las líneas de productos le permiten tomar decisiones sobre?:

Temporada de ventas Adquisición de productos. Promociones
 Rotación de productos Otros

¿Cuales? _____

¹ Ley 590 de 2000 y sus modificaciones Ley 905 de 2004

² SMMLV Salario mínimo mensual legal vigente, para el año 2012 es de \$566.700

5. ¿En que se basan para tomar decisiones sobre la adquisición de sus productos o adquirir nuevos?

Temporada de ventas Competencia Resultados de ventas
 Otros ¿Cuales? _____

6. ¿Qué tan importante es la marca del producto en su empresa y que decisiones puede usted tomar con relación a esta?:

<input type="checkbox"/> Muy importante	<input type="checkbox"/> Venta de productos
<input type="checkbox"/> Importante	<input type="checkbox"/> Adquisición de productos.
<input type="checkbox"/> No tan importante	<input type="checkbox"/> Promociones
<input type="checkbox"/> Nada importante	<input type="checkbox"/> Rotación de productos
	<input type="checkbox"/> Otros

¿Cuales? _____

7. ¿Qué tan importante es la presentación del producto en su empresa y que decisiones puede tomar con relación a esta?

<input type="checkbox"/> Muy importante	<input type="checkbox"/> Venta de productos
<input type="checkbox"/> Importante	<input type="checkbox"/> Adquisición de productos.
<input type="checkbox"/> No tan importante	<input type="checkbox"/> Promociones
<input type="checkbox"/> Nada importante	<input type="checkbox"/> Rotación de productos
	<input type="checkbox"/> Otro

¿Cuales? _____

8. ¿Hay rotación en los productos que comercializan?

Semanal Quincenal Mensual Semestral Anual Otro

¿Cual? _____

9. ¿Es importante para usted identificar los productos que son devueltos y la periodicidad de devolución de estos?

Si Semanal Quincenal Mensual Semestral Anual Otro

No ¿Cual? _____

10. ¿Qué factores son importantes para escoger los productos a exhibir?

Temporada de ventas Resultados de ventas Vencimiento de productos

Otro ¿Cual? _____

11. ¿Los productos que comercializan tienen garantía?

- Si
 No

- Mensual
 Semestral
 Anual
 Otra

¿Cual? _____

12. ¿Realiza inventario de sus productos? ¿Con que periodicidad?

- Si Diario Semanal Quincenal Mensual Anual Otro
 No

¿Cual? _____

13. ¿El inventario que realiza le permite tomar decisiones sobre?

- Pedidos Devoluciones Rotación Promociones Ventas Otra

¿Cual? _____

Preguntas relacionadas con el precio

14. ¿Con que periodicidad cambia el precio de sus productos?

- Semanal Quincenal Mensual Semestral Anual Otro

¿Cual? _____

15. ¿En que se basa para definir los precios de sus productos?

- Ventas Competencia Costos Otro

¿Cuál? _____

16. ¿En que se basa para definir los descuentos de sus productos?

- Ventas Competencia Costos Forma de pago
 Productos menos vendidos Otro

¿Cuál? _____

17. ¿Cuáles son los tipos de descuento que maneja en su empresa?

- Porcentaje sobre el precio 2 x 1 Bonos Puntos acumulables
 Otro

¿Cual? _____

18. ¿Con que periodicidad realiza descuentos o promociones su empresa?

Semanal Quincenal Mensual Semestral Anual Otro

¿Cual? _____

Preguntas relacionadas con la distribución

19. ¿Con cual de los siguientes canales de distribución cuenta para la entrega de sus productos?

Venta directa Distribuidor Internet Teléfono Otro

¿Cual? _____

20. ¿Realiza entrega de productos a domicilio? ¿Cuál es la información requerida para hacer la entrega?

Si Nombre Dirección Teléfono Productos Forma de pago
 No Vendedor Otra ¿Cual? _____

21. ¿Realiza entrega de productos a nivel?

Local Departamental Nacional Internacional
 Otro ¿Cual? _____

22. ¿Cuenta con sucursales o más de un punto de venta para la distribución de sus productos y que información básica maneja de cada una?

Si Nombre Dirección Teléfono Correo Otro
 No Ubicación geográfica ¿Cual? _____

23. ¿Los productos cuentan con características especiales para determinar su distribución?

Empaque Fecha de vencimiento Peso Código de barras
 Otro ¿Cual? _____

24. ¿Qué factores determinan la elección de los canales de distribución?

Mercado Intermediarios Producto Medio ambiente
 Otros ¿Cuales? _____

25. ¿Cuenta con un lugar específico para el almacenamiento de los productos?

Sí ¿Cuál o cuales? _____
 No

26. ¿Llevan registro y metas de ventas por?

Vendedor Canal de distribución Sucursal Línea de productos
 Otro ¿Cual? _____

27. ¿Es importante tener el registro de las devoluciones de producto por cada cliente, mencione sus causas?

Sí Vencimiento Empaque Garantía Calidad Otros
 No ¿Cuales? _____

28. ¿Se presenta pérdida de productos en los diferentes canales de distribución?

Sí Vencimiento Empaque Garantía Calidad Otros
 No ¿Cuales? _____

Preguntas relacionadas con el mercado

29. ¿Realiza estudio de mercado en su empresa y con que periodicidad?

Sí Semanal Quincenal Mensual Semestral Anual Otro
 No ¿Cual? _____

30. ¿Puede determinar cual es el mejor canal de distribución con el que cuenta?

Sí ¿Cómo? _____
 No

31. ¿Puede determinar cual o cuales son los productos que mas se venden?

Sí Cómo? _____
 No

32. ¿Puede determinar en cual o cuales sucursales hay mayor demanda de productos y que productos?

Sí Cómo? _____
 No

33. ¿Puede determinar el margen de ventas por vendedor o canal de distribución?

Sí ¿Cómo? _____
 No

34. ¿Qué información maneja de sus clientes?

Nombre Dirección Teléfono Celular Correo Fecha de nacimiento
 Profesión Empresa donde labora Cargo Otros
¿Cuales? _____

35. ¿Puede determinar el tipo de clientes que mas compran sus productos?

Sí ¿Cómo? _____
 No

36. ¿Puede determinar el margen de ventas cuando se realizan promociones?

Sí ¿Cómo? _____
 No

37. ¿Las modalidades de pago que maneja para la venta de sus productos son?

Contado Otra? _____
 Crédito

38. ¿Puede determinar o medir la satisfacción de sus clientes?

Sí ¿Cómo? _____
 No

Preguntas relacionadas con las compras

39. ¿Qué información maneja de sus proveedores?

Nombre Dirección Teléfono Celular Correo Fecha de nacimiento
 Profesión Empresa donde labora Cargo Otros
¿Cuales? _____

40. ¿Las modalidades de pago que maneja para sus compras son?

Contado Otra? _____
 Crédito

41. ¿En que se basa para determinar que y cuantos productos adquirir?

- Ventas Inventarios Costos Forma de pago
 Promociones de proveedores Otro

¿Cuál? _____

42. ¿Ha realizado algún tipo de contrato o convenios con sus proveedores? ¿Con qué términos?

- Si Tiempo Condición pago Cantidad a pedir Fecha de pedido
 No Fecha de entrega Otros

¿Cuales? _____

43. ¿Realiza pedidos a sus proveedores para la adquisición de sus productos? ¿Con qué periodicidad?

- Si Semanal Quincenal Mensual Semestral Anual Otro
 No

¿Cual? _____

44. ¿Para realizar sus compras usted realiza?

- Solicitud de compra Orden de compra Notificación de envío
 Recepción del pedido Otro

¿Cuál? _____

45. ¿Puede determinar la cantidad de productos a adquirir?

- Si Cómo? _____
 No

46. ¿Puede determinar a que proveedores le debe comprar?

- Si Cómo? _____
 No

47. ¿Puede determinar los costos en el momento de realizar sus compras?

- Si Cómo? _____
 No

Preguntas relacionadas con contabilidad y recursos humanos

48. ¿Puede determinar información contable o financiera que le permita tomar decisiones?

Sí Cómo? _____
 No

49. ¿Su empresa lleva los siguientes estados financieros básicos y libros contables?

Balance general Estado de resultados Estado de inventarios Flujo de efectivo
 Libro diario Otro

¿Cuál? _____

50. ¿De los documentos contables relacionados su empresa hace uso de?

Factura de venta Recibo de caja Comprobante de egreso Kardes
 Letra de cambio Otro

¿Cuál? _____

51. ¿Su empresa cuenta con socios o accionistas?

Sí
 No

52. ¿Qué información maneja de sus socios o accionistas?

Nombre Dirección Teléfono Celular Correo Fecha de nacimiento
 Profesión Empresa donde labora Cargo Otros

¿Cuales? _____

53. ¿Realiza presupuesto en su empresa? ¿Con que periodicidad?

Sí Anual Semestral Mensual Otro
 No ¿Cual? _____

54. ¿Sus empleados tienen contrato? ¿De que tipo?

Sí Indefinido Fijo x horas Prestación de servicios Otro
 No ¿Cual? _____

55. ¿La información a tener en cuenta para el contrato es?

- Nombre Identificación Fecha de inicio Tipo de contrato Salario
 Cargo Funciones Fecha de terminación Otras

¿Cuál? _____

56. ¿Hay mucha rotación de personal en su empresa?

- Si
 No

¿Motivos? _____

57. ¿Liquida nominas para el pago a sus empleados? ¿Periodicidad?

- Si Mensual Quincenal Semanal
 No

Preguntas relacionadas con la publicidad

58. ¿Invierte en publicidad para su empresa y con que periodicidad?

- Si Semanal Quincenal Mensual Semestral Anual Otro
 No

¿Cual? _____

59. ¿Utiliza algún medio de publicidad para dar a conocer su empresa o productos?

- Prensa Revista Radio Televisión Internet Volantes
 Otros

¿Cuales? _____

60. ¿Existe un presupuesto establecido para publicidad?

- Si
 No

61. ¿Qué tan importante es la atención al cliente en su empresa?

- Muy importante Importante No tan importante Nada importante

62. ¿Cómo acostumbra satisfacer las necesidades de presupuesto de sus clientes?

- Descuentos Promociones Facilidades de pago Otros

¿Cuales? _____

63. ¿Cómo acostumbra satisfacer las necesidades de pedidos de sus clientes?

- Catálogo por correo Pedidos directos Pedidos por Teléfono
 Pedidos por correo Otros ¿Cuales? _____

64. ¿Existen mecanismos establecidos para conocer las necesidades y gustos de los clientes?

- Buzón de sugerencias Llamadas telefónicas Encuestas Entrevistas
 Sitio web Otros
¿Cual o cuales? _____

65. ¿Qué tan importante cree usted que son las sugerencias en su empresa?

- Muy importante Importante No tan importante Nada importante

66. ¿Existen mecanismos establecidos para conocer las sugerencias de sus clientes, empleados o proveedores?

- Buzón de sugerencias Llamadas telefónicas Encuestas Entrevistas
 Sitio web Otros
¿Cual o cuales? _____

Preguntas relacionadas con la toma de decisiones

67. ¿Cuenta su empresa con aplicaciones informáticas o sistemas de información para el manejo de sus datos, si cuenta con estas herramientas cuales son?

- Si CRM(Gestión de clientes) ERP(Gestión de recursos empresariales)
 No SCM(Gestión de la cadena de suministros) FMS(Gestión financiera)
 AIS(Sistema de información contable y tributaria) POS(Puntos de venta)
 HRMS(Gestión de recurso humano y nomina) Otro
¿Cual? _____

68. ¿Los procesos con los que cuenta actualmente de generación de información, le permiten visualizarla de forma consolidada para realizar un buen análisis de la misma?

- Si ¿Cual o cuales? _____
 No

69. ¿Cuáles son los procesos que considera importantes en cuanto a manejo de información en su empresa?

Ventas Compras Inventarios Cartera Nomina
 Otros ¿Cual o cuales? _____

70. ¿Los tiempos de respuesta en el momento de solicitar la información son oportunos para el proceso de toma de decisiones? ¿Cuánto demoran?

Si Horas Días Semanas Otro
 No ¿Cual? _____

71. ¿En la empresa existen limitaciones para la generación de información requerida en las diferentes áreas?

Si ¿Cual o cuales?
 No

72. ¿Utiliza asesoría de consultores externos en su empresa para la toma de decisiones?

Si ¿En qué áreas? _____
 No

73. ¿Utiliza recomendaciones de clientes y proveedores para la toma de decisiones? ¿Con qué periodicidad?

Si Semanal Quincenal Mensual Semestral Anual Otro
 No ¿Cual? _____

74. ¿Cuenta con información de mercado actual e importante para la toma de decisiones? ¿Con qué periodicidad?

Si Semanal Quincenal Mensual Semestral Anual Otro
 No ¿Cual? _____

75. ¿Cuenta con un modo fácil de identificar los costos actuales por áreas?

Si ¿Cual o cuales?
 No

76. ¿Para determinar los costos operacionales de su empresa usted tiene en cuenta?

Compras Distribución Nomina Servicios Arrendamiento
 Otros ¿Cual o cuales? _____

ANEXO B

TEST 1

Test de adaptabilidad del modelo conceptual multidimensional para MiPymes de ventas al Test de adaptabilidad del modelo conceptual multidimensional para MiPymes de ventas al detal.

El objetivo del presente test es medir el grado de adaptabilidad del modelo multidimensional propuesto para las MiPymes de ventas al detal.

Nombre empresa: _____

Nombre: _____

Cargo: _____ Área a la que pertenece: _____

Dirección: _____ Tel.: _____

E-mail: _____

1. De los procesos de negocio que se encuentran en la tabla abajo relacionada, indique los que usted considera se maneja en su empresa.

Proceso	Aplica
Ventas	
Pedidos de venta	
Compras	
Inventario	
Nomina	
Contabilidad	
Otro:	

2. De las necesidades analíticas que se encuentran en las tablas abajo relacionadas, seleccione las que usted considera se aplican en su empresa.

2.1 Ventas

Solicitudes de análisis	Aplica
Ventas por productos	
Ventas por líneas de productos	
Ventas por marcas de productos	
Ventas por presentación de productos	
Ventas por temporada	
Ventas por exhibición	
Ventas por canal de distribución	
Ventas por sucursal	
Ventas por vendedor	
Ventas por localización cliente	
Ventas por localización sucursal	
Ventas por fecha	

Ventas por rangos de tiempo	
Ventas por cliente	
Ventas por modalidad de pago	
Ventas por promoción	
Ventas de productos por temporada.	
Ventas de productos por canal de distribución	
Ventas de productos por localización cliente	
Ventas de productos por localización sucursal	
Ventas de productos por fechas	
Ventas de productos por rangos de tiempo	
Ventas de productos por cliente	
Ventas de productos por cliente y temporada	
Ventas de productos por promoción	
Ventas por líneas de productos y temporada	
Ventas por líneas de productos y fecha	
Ventas por líneas de productos por rangos de tiempo	
Ventas por líneas de productos y cliente	
Ventas por temporada y marcas	
Ventas por temporada y presentación	
Ventas por temporada y exhibición	
Ventas por temporada y cliente	
Ventas por temporada y promoción	
Ventas por exhibición y marca	
Ventas por temporada y presentación	
Ventas por exhibición y promoción	
Ventas por canal de distribución y cliente	
Ventas por canal de distribución y marca	
Ventas por canal de distribución y presentación	
Ventas por canal de distribución y unidad de medida	
Ventas por canal de distribución y promoción	
Ventas por canal de distribución y vendedor	
Ventas por canal de distribución y fecha	
Ventas por canal de distribución y rangos de tiempo	
Ventas por canal de distribución y modalidad de pago	
Ventas por sucursal y fecha	
Ventas por sucursal y cliente	
Otra:	

2.2 Pedidos de ventas

Solicitudes de análisis	Aplica
Pedidos por producto	
pedidos por líneas de productos	
pedidos por fecha	
pedidos por rangos de tiempo	
Pedidos por cliente	
Pedidos por modalidad de pago	
Pedidos por temporada	
Pedidos por promoción	
Pedidos por sucursal	
Pedidos por vendedor	
pedidos de productos por cliente	
Pedidos de productos por temporada de ventas.	
pedidos de productos por marcas	
pedidos de productos por presentación	
pedidos de productos por localización	
pedidos de productos por fecha	
pedidos de productos por rangos de tiempo	
pedidos de productos por cliente y temporada	
Pedidos de productos por promoción	
Pedidos por líneas de productos y temporada de ventas.	
pedidos por líneas de productos y fecha	
pedidos por líneas de productos y cliente	
pedidos por temporada y cliente	
pedidos por sucursal y cliente	
pedidos por fecha y cliente	
pedidos por fecha y vendedor	
pedidos por rangos de tiempo y cliente	
pedidos por cliente y marca	
pedidos por cliente y presentación	
pedidos por cliente y unidad de medida	
pedidos por cliente y vendedor	
Otra:	

2.3 Compras

Solicitudes de análisis	Aplica
Compras por productos	
Compras por líneas de productos	
Compras por fecha	
Compras por proveedores	
Compras por modalidad de pago	
Compras de productos por marcas	
Compras de productos por presentación	
Compras de productos por unidad de medida	
Compras de productos por fecha	
Compras de productos por proveedor	
Compras por líneas de productos por fecha	
Compras por líneas de productos por proveedor	
Compras de productos por marcas por proveedor	
Compras de productos por presentación por proveedor	
Compras por proveedor y modalidad de pago	
Compras de productos por presentación por proveedor	
Compras por proveedor y modalidad de pago	
Otra:	

2.4 Inventario

Solicitudes de análisis	Aplica
Inventarios por productos	
Inventarios por líneas de productos	
Inventarios por periodos de tiempo	
Inventarios de productos por marcas	
Inventarios de productos por presentación	
Inventarios de productos por unidad de medida	
Inventario de producto por sucursal	
Inventario de producto por almacenamiento	
Inventarios de productos por canal de distribución	
Inventarios de productos por periodos de tiempo	
Inventarios por líneas de productos por sucursal	
Inventarios por líneas de productos por almacenamiento	
Inventarios por líneas de productos en periodos de tiempo	
Otra:	

2.5 Contabilidad

Solicitudes de análisis	Aplica
Balance general	
Estado de resultados – PyG	
Flujo de efectivo	
Estado de patrimonio	
Otra:	

2.6 Nómina

Solicitudes de análisis	Aplica
Nomina por sucursal	
Nómina por áreas de trabajo	
Nomina por periodos de tiempo	
Nomina por trabajador y sucursal	
Otra:	

ANEXO C

TEST 2

Test de adaptabilidad del modelo conceptual multidimensional para MiPymes de ventas al detal.

El objetivo del presente test es medir el grado de adaptabilidad del modelo multidimensional propuesto para una empresa MiPymes de ventas al detal.

Nombre: _____

Cargo: _____ Área a la que pertenece: _____

Dirección: _____ Tel.: _____

E-mail: _____

Antes de contestar este test por favor revise el modelo conceptual, la guía y las necesidades de las MiPymes anexos.

1. Considera usted que la eliminación de elementos de representación del modelo para las solicitudes de análisis que no aplican a la empresa es:

- Muy fácil
- Fácil
- Dificultad baja
- Dificultad media
- Dificultad alta

2. Considera usted que la información necesaria para las solicitudes de análisis de la empresa para el proceso de ventas es

- Muy adecuada
- Adecuada
- Parcialmente adecuada
- Poco adecuada
- No adecuada

3. Considera usted que la información necesaria para las solicitudes de análisis de la empresa para el proceso de pedidos de venta es

- Muy adecuada
- Adecuada
- Parcialmente adecuada
- Poco adecuada
- No adecuada

4. Considera usted que la información necesaria para las solicitudes de análisis de la empresa para el proceso de compras es

- Muy adecuada
- Adecuada
- Parcialmente adecuada
- Poco adecuada
- No adecuada

5. Considera usted que la información necesaria para las solicitudes de análisis de la empresa para el proceso de inventarios es

- Muy adecuada
- Adecuada
- Parcialmente adecuada
- Poco adecuada
- No adecuada

6. Considera usted que la información necesaria para las solicitudes de análisis de la empresa para el proceso de contabilidad es

- Muy adecuada
- Adecuada
- Parcialmente adecuada
- Poco adecuada
- No adecuada

7. Considera usted que la información necesaria para las solicitudes de análisis de la empresa para el proceso de nómina es

- Muy adecuada
- Adecuada
- Parcialmente adecuada
- Poco adecuada
- No adecuada