

**UNIVERSIDAD PANAMERICANA**  
Facultad de Ciencias Económicas  
Licenciatura en Administración de Empresas



**Proceso administrativo enfocado a la atención al cliente en súper mercado**  
**Súper Dicasa, del municipio de la Democracia, departamento de**  
**Huehuetenango**  
(Práctica Empresarial Dirigida – PED-)

Ramona Carmencita Hurtado Ramírez

Jacaltenango, julio 2015

**Proceso administrativo enfocado a la atención al cliente en súper mercado  
Súper Dicsa, del municipio de la Democracia, departamento de  
Huehuetenango**

(Práctica Empresarial Dirigida – PED-)

Ramona Carmencita Hurtado Ramírez

Lic. Carlos Eduardo de León Molina (**Asesor**)

M. Sc. Dora Leonor Urrutia de Morales (**Revisora**)

Jacaltenango, julio 2015

## **AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA**

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

**Rector**

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

**Vice- rectora Académica**

M.A. César Augusto Custodio Cobar

**Vice- rector Administrativo**

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

**Secretario General**

## **AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

M.A. César Augusto Custodio Cobar

**Decano**

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

**Vice Decano**

M. Sc. Domingo Ursulo Hernández Montejo

**Coordinador**

**Tribunal de Practicó el examen general de la  
Práctica Empresarial Dirigida- PED**

Lic. Jhovany Baltazar Montejo Cárdenas

**Examinador**

Licda. Annayanci del Rosario Aguilar López

**Examinadora**

Lic. Mario Orlando Montejo Carmelo

**Examinador**

Licda. Amelia Rodríguez

**Tutora**

M. Sc. Dora Leonor Urrutia de Morales

**Revisora**



**UNIVERSIDAD  
PANAMERICANA**

*"Sabiduria ante todo, adquiere sabiduria"*

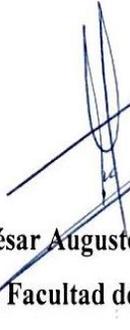
REF.:C.C.E.E.0079-2015

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**GUATEMALA, 18 DE ABRIL DEL 2015**

**SEDE JACALTENANGO**

De acuerdo al dictamen rendido por el **Licenciado Carlos Eduardo de León Molina**, tutor y **M.Sc. Dora Leonor Urrutia Morales**, revisora de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto –PED- titulada **“Proceso administrativo enfocado a la atención al cliente en súper mercado Súper Dicasa, del municipio de la Democracia, departamento de Huehuetenango”**, Presentado por él (la) estudiante **Ramona Carmencita Hurtado Ramírez**, y la aprobación del **Examen Técnico Profesional**, según consta en el Acta No.1247, de fecha 8 de febrero 2015; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de **Administradora de Empresas**, en el grado académico de **Licenciada**.

  
  
**M.A. César Augusto Custodio Cobar**  
**Decano de la Facultad de Ciencias Económicas**

Jacaltenango, 1 de abril 2015.

M.A. César Custodio  
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana

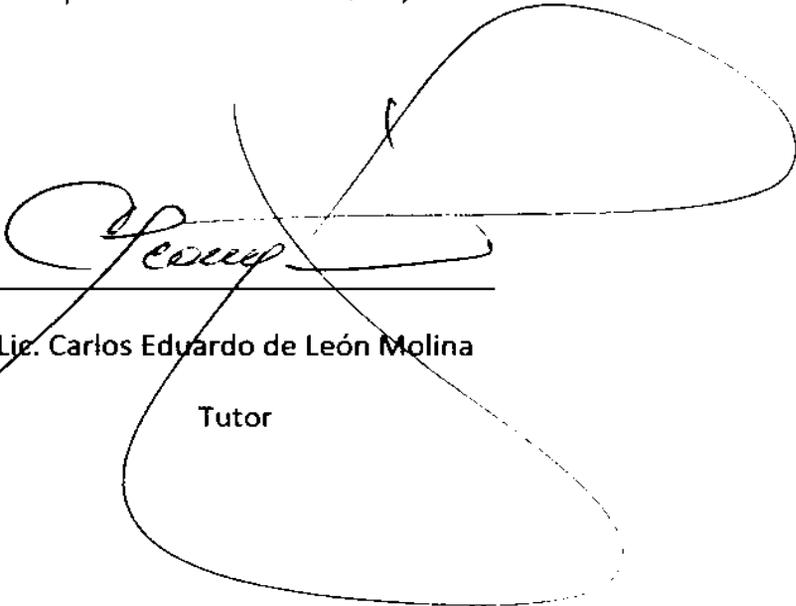
Honorable Señor Decano:

En relación al Trabajo de Práctica Empresarial Dirigida (PED), del Tema: "**Proceso administrativo enfocado a la atención al cliente en súper mercado Súper Dicsa, del municipio de la Democracia, departamento de Huehuetenango**" realizado por: **Ramona Carmencita Hurtado Ramírez**, carné No. 0910039, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la Reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, considero que el (la) practicante puede sustentar Examen Técnico Privado Profesional (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobación al tema desarrollado en dicha Práctica Empresarial Dirigida con la nota de 93 puntos sobre 100. (Nota menor a 70 puntos es reprobado).

Al ponerme a la orden para cualquier aclaración adicional, me suscribo atentamente:

f.

  
Lic. Carlos Eduardo de León Molina

Tutor

**MSc. Dora Leonor Urrutia Morales de Morales**

**Maestría en Gerencia Educativa**

**Licenciada en Pedagogía con Orientación en Administración y Evaluación Educativa**

Guatemala, 01 de diciembre de 2014

Señores:

Facultad de Ciencias Económicas

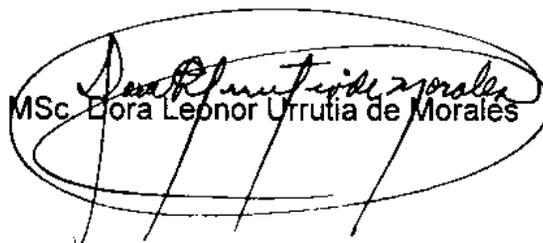
Universidad Panamericana

Ciudad

Estimados Señores:

En relación al trabajo de Práctica Empresarial Dirigida (PED) del Tema: **“Proceso administrativo enfocado a la atención al cliente en súper mercado Súper Dicsa del municipio de la Democracia, departamento de Huehuetenango”** Realizado por: **Ramona Carmencita Hurtado Ramírez**, carné No.0910039, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del mismo y se hace constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana. Por lo tanto doy el dictamen de aprobado para realizar el Examen Técnico Profesional (ETP).

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

  
MSc. Dora Leonor Urrutia de Morales



# UNIVERSIDAD PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo. adquiere sabiduría"

## REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 996.2015

El infrascrito Secretario General EMBA. Adolfo Noguera Bosque y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hacen constar que la estudiante **Hurtado Ramírez, Ramona Carmensita** con número de carné 0910039, aprobó con **84 puntos** el Examen Técnico Profesional, de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas, el día ocho de febrero del año dos mil quince.

Para los usos que la interesada estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los dieciséis días del mes de junio del año dos mil quince.

Atentamente,

  
M.Sc. Vicky Sicajol  
Directora  
Registro y Control Académico



  
Vo.Bo. EMBA. Adolfo Noguera Bosque  
Secretario General



Maritza Ruiz  
cc. Archivo.

## **DEDICATORIA**

### **A DIOS:**

Ser supremo por haberme permitido llegar hasta este punto y por darme la salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A MI HIJO:**

Fuente de lucha, que sea un ejemplo para él.

### **A MI ESPOSO:**

Por el apoyo incondicional brindado en el transcurso de la carrera.

### **A MIS PADRES:**

Quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos en todo momento, por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me han infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su gran amor.

### **A MIS HERMANAS (O):**

Por qué siempre he contado con ellos para todo, gracias por la confianza que siempre nos hemos tenido y el apoyo moral.

### **A MIS COMPAÑEROS:**

Con mucho cariño y respeto

## Aporte

### A la empresa

Con el presente trabajo se espera contribuir al mejoramiento de la calidad en los procesos del supermercado Súper Dicsa y con ello facilitar la administración los recursos de la empresa con el objetivo de colaborar en la toma de decisiones y contribuir con el estudiante de la Universidad Panamericana a aplicar el Proceso Administrativo.

### A la Universidad

Contar con un instrumento más en la biblioteca de tesis de la universidad para los interesados a realizar consultas.

### Al país

Como un trabajo académico que ayude al desarrollo y mejoramiento del Proceso Administrativo en el micro, pequeño y medianas empresas dedicadas a la comercialización de productos.

### Al futuro profesional

Constituir una fuente de consulta bibliográfica y metodológica, que facilite la realización de trabajos académicos y la implementación de procesos administrativos en las empresas de su interés.

### Otros

A todas aquellas personas, estudiantes o no; que estén interesados en el tema de Procesos Administrativos y para empresas dedicadas a la compra-venta de productos; que el presente trabajo pueda contribuir a sus requerimientos y necesidades.

## Contenido

<b>Resumen</b>	i
<b>Introducción</b>	ii
<b>Capítulo 1</b>	1
Marco Teórico	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Contexto	1
1.3 Marco teórico conceptual	2
1.4. Atención al cliente	6
1.4.1 Atención	6
1.4.2 Características de la atención	7
1.4.3 Cliente	8
1.4.4 Satisfacción del cliente	8
1.5 Anteproyecto	8
1.5.1 Antecedentes	8
1.5.2 Aspectos de organización	9
1.6 Planteamiento del problema	9
1.6.1 Pregunta de investigación	10
1.6.2 Objetivos	10
1.6.3 Justificación	11
1.6.4 Variables e Indicadores	12
1.6.5 Indicadores	13
1.6.6 Variables	13
1.6.7 Alcances	13
1.6.8 Limitaciones	14
<b>Capítulo 2</b>	15
Metodología	15
2.1 Tipo de investigación	15
2.2 Sujetos de investigación	15

2.3 Población y muestra	16
2.3.1 Unidad de análisis: la Democracia, Huehuetenango	16
2.4 Instrumentos	16
2.5 Procedimiento	17
2.6 Diseño de la investigación	17
<b>Capítulo 3</b>	19
Presentación de Resultados	19
3.1. Según definición operacional de las variables en estudio	19
3.1.1 Encuesta a vendedores de Súper Dicasa	19
3.2 Análisis e Interpretación de Resultados	29
3.2.1 Según definición operacional de las variables en estudio	29
3.2.2 Colaboradores	29
<b>Capítulo 4</b>	32
Propuesta de Mejora y Viabilidad del Proyecto	32
4.1 Propuesta de mejora para el Súper mercado Súper Dicasa	32
4.1.1 Antecedentes	32
4.1.2 Justificación de la propuesta	32
4.1.3 Nombre de la propuesta	33
4.1.4 Presentación	33
4.2 Viabilidad del proyecto	33
4.2.1 Financiera	33
4.2.2 Administrativa	34
4.2.3 Técnica	34
<b>Conclusiones</b>	36
<b>Recomendaciones</b>	37
<b>Referencias Bibliográficas</b>	38
Anexos	39

## Lista de gráficas

Gráfica 1 Conocimiento de los planes	19
Gráfica 2 Ambiente laboral	20
Gráfica 3 Atención al cliente	20
Gráfica 4 Relaciones laborales	21
Gráfica 5 Funciones por área	21
Gráfica 6 Motivación en la empresa	22
Gráfica 7 Formas de incentivar	22
Gráfica 8 Aspectos importantes a desempeñar	23
Gráfica 9 Evaluación de metas y objetivos	23
Gráfica 10 Satisfacción de funciones	24
Gráfica 11 Políticas de control interno	24
Gráfica 12 Atención al cliente	25
Gráfica 13 Clientes atendidos en un día	25
Gráfica 14 Existencia de anfitrión de servicio	26
Gráfica 15 Calidad de la atención	26
Gráfica 16 Capacitación de atención al cliente	27
Gráfica 17 Importancia de un buzón	27
Gráfica 18 Productos garantizados	28
Gráfica 19 Importancia del cliente	28

## **Resumen**

En un mundo de cambios acelerados, existe la necesidad de contar con procesos administrativos eficientes y eficaces los cuales permiten desarrollar al Súper mercado Dicasa con relación a su talento humano, condiciones adecuadas y oportunas. La elaboración de este proyecto va a permitir darle a la empresa un continuo mejoramiento enfocado siempre a la búsqueda de simplificación y estandarización de los procesos administrativos para alcanzar resultados óptimos y de calidad.

Uno de los aspectos que se puede destacar es la oportunidad de delegar el poder en los empleados y otorgar responsabilidades para cada una de las funciones asignados, al mismo tiempo que la gerencia tendrá la facilidad de mantener un control y disciplina del continuo cumplimiento de las reglas y normas establecidas por el Súper mercado Dicasa orientados hacia la consecución de los objetivos planteados. La gerencia poseerá parámetros reales para el reconocimiento y motivación del esfuerzo individual y trabajo en equipo que realiza el recurso humano, de esta manera retribuir en forma económica o personal garantizar la estabilidad laboral, el compromiso y sentido de pertenencia hacia la empresa. Contribuirá a la gerencia para tomar decisiones estratégicas a tiempo mediante reportes y otros instrumentos que ayudarán a visualizar la situación de la empresa de manera clara y objetiva.

Es muy importante contar con sistemas administrativos efectivos crear y desarrollar una cultura organizacional que permita el seguimiento y evaluación de los resultados y lograr que el Súper mercado cuente con personal calificado con buen desarrollo profesional. Uno de los beneficios que va a proveer la implementación de este proyecto es brindar una mejor atención al cliente, porque es la razón de ser de la empresa y debe ser atendido de la mejor manera. La realización de este proyecto constituye una oportunidad para poner en práctica todos aquellos conocimientos y experiencias adquiridas en el transcurso de vida universitaria y al mismo tiempo poder alcanzar un logro más en el ámbito profesional y personal.

## **Introducción**

En la actualidad, muchas empresas exitosas saben que la mejor manera de superar a la competencia consiste en ofrecer la mejor atención del personal con que cuenta. Para llegar a ser los mejores deben de motivar al personal y capacitar a todos para que puedan trabajar de una mejor manera y alcanzar el objetivo de generar clientes satisfechos, la evaluación de la atención resulta ser la opción más adecuada para lograr dicho objetivo, sin embargo, para llevar a cabo este proceso se requiere de elementos básicos para su eficiente aplicación, el personal es la base indispensable en la prestación de la atención y son los que logran o no satisfacer las necesidades, requerimientos y expectativas de los clientes.

La motivación al personal administrativo en mejoramiento de la atención al cliente, no es más que una serie de actividades que en conjunto originan una relación que une a la organización con sus empleados, toma un papel muy importante en el crecimiento de la misma y debe ser un compromiso que empieza por el gerente de una empresa y sus demás miembros, para lograr que el personal sea involucrado es importante agregar una serie de temas de capacitación a realizar en diferentes fechas del año para que el personal sepa cómo atender al cliente y que este sea satisfecho.

En esta investigación se realiza una evaluación sobre la motivación y capacitación al personal con la finalidad de conocer la opinión de los elementos involucrados como son los colaboradores del Súper mercado Dicasa.

El informe consta de cuatro capítulos en el cuál se encuentra: 1. El marco teórico como fundamento de la investigación, los antecedentes, el planteamiento del problema, la pregunta de investigación, el objetivo general y específicos, las variables, alcances y límites. 2. Contiene la metodología de la investigación que está basada bajo un diseño descriptivo y de campo, la población utilizada es de doce colaboradores y el instrumento aplicado es un cuestionario. 3. La presentación de los resultados y la interpretación y 4. La propuesta de mejora y viabilidad del proyecto, seguido las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

# Capítulo 1

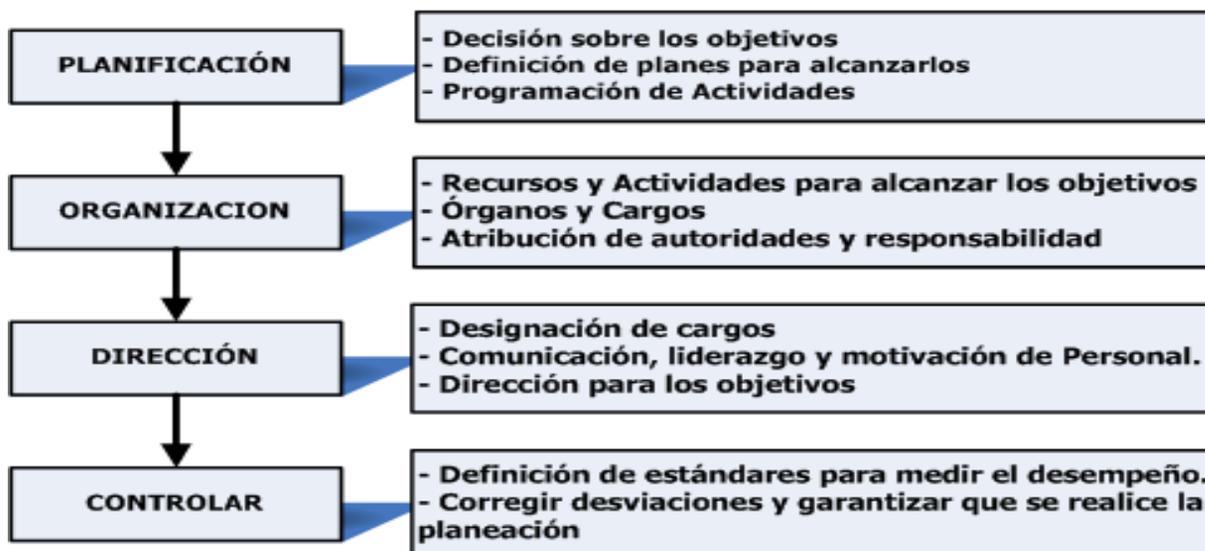
## Marco Teórico

### 1.1 Antecedentes

La administración moderna, surge como medida de ajuste a los nuevos acontecimientos, nuevas tendencias y cambios que viven en la actualidad las organizaciones. El vocablo administración tiene diferentes significados, de acuerdo al calificativo que lo acompañe denota la naturaleza del campo en el cual se ejecuta el proceso administrativo, en el ámbito general existen dos tipos de administración: la administración pública que intervienen en coordinar y dirigir las actividades del estado. La administración privada persigue la obtención de beneficios para los que invirtieron recursos de distintas índoles.

### 1.2 Contexto

Las funciones administrativas en un enfoque sistémico conforman el proceso administrativo, cuando se consideran los elementos Planificación, Organización, Dirección y Control, son solo funciones administrativas, cuando se consideran estos cuatro elementos (Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar) en un enfoque global de interacción para alcanzar objetivos, forman el Proceso Administrativo.



### 1.3 Marco teórico conceptual

- Administración

La administración se define como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, laboran en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Como administración, las personas realizan funciones administrativas de planeación, organización, integración de personal, dirección y control, Stephen P. Robbins,“ es el proceso de realizar actividades y terminarlás eficientemente con otras personas”.

También conocida como administración de empresas, es la ciencia social y técnica que se ocupa de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, otros) de la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, esto de los fines que persiga la organización.

- Administración pública

La administración pública es una rama especial de la ciencia de la administración y como tal se halla formada por una serie de principios, también es un sector integrante de la actividad gubernamental, se encuentra sometida a las exigencias de la política.

Fernando Fernández en su libro "Dirección y Organización de Empresas", pública y privada define: "La administración pública es un sistema que tiene por objeto dirigir y coordinar la actividad del Estado hacia los objetivos que se ha propuesto para beneficio del país".

- Administración privada

La administración privada es una rama especial de la ciencia de la administración y constituye el eje del sistema de vida del mundo occidental amparada en el derecho de propiedad incluida en la mayoría de las cartas constitucionales de las naciones.

Fernando Fernández define que "La administración o empresa privada es el sistema que tiene por fin dirigir y coordinar la actividad de grupos humanos con otros sistemas mayores, hacia objetivos comunes que creen riquezas asegurando la satisfacción de las necesidades humanas y la obtención de beneficios para la empresa e indirectamente para toda la comunidad". Es decir que el fin esencial de la empresa privada es lograr un beneficio para asegurar su permanencia y su crecimiento.

- **Proceso**

Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan bajo ciertas circunstancias con un fin determinado. Este término tiene significados diferentes según la rama que se utilice.

- **Proceso administrativo**

Es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral. Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad, para Stephen Robbins, posee cuatro específicas que son: la planificación, la organización, la y el control.

La administración comprende varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina.

En su concepción más sencilla se puede definir el proceso administrativo como la administración en acción, o también como: el conjunto de fases o etapas sucesivas de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

Cuando se administra cualquier empresa, existen dos fases: una estructural, en la que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos, y otra operativa, en la que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el periodo de estructuración.

A estas dos fases se les llama: mecánica y dinámica de la administración. Para este autor la mecánica administrativa es la parte teórica de la administración en la que se establece lo que debe hacerse, y la dinámica se refiere a cómo manejar el organismo social.

### Administración Dinámica

Planeación	Organización	Dirección	Control
- ¿Qué es lo que se quiere hacer? - ¿Qué se va a hacer?	- ¿Cómo se va a hacer?	- Verificar que se haga	- ¿Cómo se ha hecho?

#### Metas establecidas de la organización

- La administración posee ciertas características inherentes que la diferencian de otras disciplinas.

#### Administración

- Universalidad. Existe en cualquier grupo social y es susceptible de aplicarse lo mismo en una empresa industrial que: en el ejército, en un hospital, en un evento deportivo, etc.
- Valor instrumental. Dado que su finalidad es práctica, la administración resulta ser un medio para lograr un fin y no un fin en sí misma: mediante ésta se busca obtener determinados resultados.

- Unidad temporal. Aunque para fines didácticos se distingan diversas fases y etapas en el proceso administrativo, esto no significa que existan. La administración es un proceso dinámico en el que todas sus partes existen.
- Amplitud del ejercicio. Se aplica en todos los niveles o subsistemas de una organización formal.
- Especificidad. Aunque la administración se auxilie de otras ciencias y técnicas, tiene características propias que le proporcionan su carácter específico. Es decir, no puede confundirse con otras disciplinas afines como en ocasiones ha sucedido con la contabilidad o la ingeniería industrial.
- Interdisciplinariedad. La administración es afín a todas aquellas ciencias y técnicas relacionadas con la eficiencia en el trabajo.
- Flexibilidad. Los principios administrativos se adaptan a las necesidades propias de cada grupo social en donde se aplican. La rigidez en la administración es inoperante.

### Su Importancia.

- Con la universalidad de la administración se demuestra que ésta es imprescindible para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social aunque, sea necesaria en los grupos grandes.
- Simplifica el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos, para lograr mayor rapidez y efectividad.
- La productividad y eficiencia de cualquier empresa están en relación directa con la aplicación de una buena administración.
- En sus principios la administración contribuye al bienestar de la comunidad, proporciona lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos, para mejorar las relaciones humanas y generar empleos, todo lo cual tiene múltiples connotaciones en diversas actividades del hombre.
- Planificación: definir metas, establecer estrategias y planes para alcanzar esas metas.
- Organización: diseñar una estructura para poner en práctica los planes, según Adam Smith, "La división del trabajo".

- Dirección: integrar y coordinar el trabajo de las personas de la organización.
- Control: vigilar, comparar y corregir el rendimiento de la organización.

El proceso administrativo se refiere a la idea de que la administración se compone de un conjunto de decisiones y acciones que los gerentes toman en forma incesante en sus funciones de planificar, organizar, dirigir y controlar.

#### 1.4. Atención al cliente

Se define como un conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a satisfacer las necesidades de los clientes e identificar sus expectativas actuales, que con una alta probabilidad serán sus necesidades futuras, a fin de poder satisfacerlas llegado el momento oportuno.

Hace referencia al manejo y diseño de canales de comunicación que destina una organización con fines de lucro para establecer contacto e interactuar con sus clientes. En este sentido, existen recursos humanos especializados en dicha actividad, entrenados por ejemplo: oratoria, comunicación, escritura, protocolo otros. De esta manera, la atención puede realizarse vía múltiples canales de comunicación, como “cara a cara” en oficinas, mediante teléfono, por correo electrónico muchas empresas en la actualidad ofrecen la posibilidad de que los clientes interactúen con la organización mediante mensajes privados o publicaciones en redes sociales (y de acuerdo a las más usadas) desde Definicion.mx: <http://definicion.mx/atencion-al-cliente/#ixzz2xghr6j4o>.

##### 1.4.1 Atención

Se define como la capacidad que tiene alguien de atender las cosas o un objeto. Para Fayol H. (2001 p. 34) “ la atención es el reflejo selectivo de los objetos que implica prescindir varios posibles objetos de pensamiento. Su esencia está constituida por focalización, concentración y conciencia por lo que atención significa dejar ciertas cosas para tratar otras.

## 1.4.2 Características de la atención

Si no se tiene bien atento la mente se hallaría sumergida en un vasto mar de estímulos, los sentidos se desbordarían de información que no podría ser procesada, es por ello que necesita de un mecanismo de control, dicho procesamiento que estructura la actividad humana.

Podrían destacar las siguientes características de la atención como las más importantes:

- **Amplitud.**

Esta característica hace referencia a la cantidad de información que se puede atender al mismo tiempo y al número de tareas que se realiza en una fase.

- **Intensidad.**

Es innegable sentir alguna vez la sensación de estar atentos, a esto se le denomina intensidad de la atención o tono atencional. Puede definirse entonces como la cantidad de atención que le da a un objeto o tarea y está relacionada con el nivel de vigilia y alerta del individuo.

- **Oscilamiento o desplazamiento de la atención (shifting).**

La atención cambia y oscila, ya sea porque procesa dos o más fuentes de información (estímulos atendidos) o bien porque encuentra dos tareas y la atención se va alternando de una a otra (shifting). El tiempo de las oscilaciones de la atención puede ser variable.

- **Control.**

Supone dirigir la atención y poner en marcha sus mecanismos de funcionamiento en función de las demandas del ambiente y de la tarea que ha de realizar, se habla en este caso de atención controlada. La atención controlada a diferencia de la no controlada requiere un esfuerzo por parte del sujeto para mantenerla. Muchos autores afirman que es ésta, la característica más importante de la atención.

### 1.4.3 Cliente

Para Kotler P. (2003 p.8) Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen y fabrican.

Tracy, B. (2001) indica que cliente es alguien que depende de otra persona para la satisfacción de las necesidades o alguien de quien la otra persona depende para la satisfacción de las necesidades. Según esta definición; el jefe, los compañeros de trabajo, el personal y la persona que compra productos y servicios son clientes. Todos dependen de alguien para algo. Todos son clientes de todos.

### 1.4.4 Satisfacción del cliente

Kotler, P. (2001), explica que la satisfacción es el nivel del estado de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado, que se percibe de un producto con sus expectativas. El nivel de satisfacción es una función de la diferencia entre rendimiento percibido y las expectativas.

Díaz, J. (2008), indica que la gestión de la satisfacción del cliente merece una atenta reflexión y un replanteamiento de lo que en realidad implica retener a ese cliente. Si se examinan constantemente la gestión del servicio, si se perfeccionan mes a mes y año tras año los mecanismos de fidelización, los gerentes verán que la gestión hacia la plena satisfacción resulta menos compleja de lo que parece.

## 1.5 Anteproyecto

### 1.5.1 Antecedentes

Súper Dicsa; es una empresa organizada y reconocida constituida en el año 2,000 surge con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores de

productos de abarrotería en la cabecera municipal de la Democracia. La empresa se encuentra inscrita en el Registro Mercantil de Guatemala con la patente de comercio con número de registro 242878 de folio 627, libro 204 y número de expediente 31650-2000 y denominación social Súper Dicasa, reconocido como propietario el señor: Henry Lesman Granados Argueta e inscrita en el Registro Unificado de la Superintendencia de Administración Tributaria, con el número de Identificación Tributaria (NIT) 708006-9.

Se dedica a la compra y venta de productos de primera necesidad, abarrotes, licores, productos de limpieza, perfumería, joyería, celulares, ropa para damas, caballeros y niños y todo lo relacionado a bebé, entre otros. El supermercado está ubicada en el centro poblacional de La Democracia, kilómetro 324.5 carretera Interamericana Huehuetenango. Súper Dicasa se cataloga como una mediana empresa en función a su capital de trabajo que asciende a un aproximado de un millón y medio de quetzales, laboran en ella doce personas quienes trabajan en las diferentes áreas de la empresa.

### 1.5.2 Aspectos de organización

Súper Dicasa es una empresa reconocida a nivel de la región, no cuenta con un proceso determinado que sirva de apoyo al propietario a direccionar la empresa donde los clientes puedan observar al ingresar por ejemplo: la misión, la visión, los objetivos que son esenciales en toda empresa. Es importante mencionar que carece de herramientas administrativas, para mejorar la atención al cliente.

### 1.6 Planteamiento del problema

En la actualidad la cabecera municipal de la Democracia representa el mercado más grande e importante de la región en la que personas de las diferentes comunidades de los municipios vecinos visitan el casco urbano; la mayoría de estos con el objeto de realizar compras de todo tipo de productos en los diferentes negocios que se han establecidos en las distintas áreas. La Gerencia de Súper Dicasa, por la experiencia adquirida durante los últimos años en el ramo

comercial, ha identificado que muchos de sus clientes son conservadores y mantienen sus intereses por comprar buenos productos que satisfagan sus necesidades dentro del mercado, sin embargo se ha detectado que la empresa carece de herramientas administrativas enfocadas a la atención al cliente y conforman una base fundamental para el desarrollo de las mismas, en este caso se puede mencionar la planificación, organización, dirección y control que las rige.

El supermercado Dicasa es un negocio donde se compran productos o servicios, la misma es requerida a nivel local y es importante mejorar aspectos que estancan el crecimiento de la empresa, como lo es un adecuado proceso administrativo enfocado a la atención al cliente. Si la situación anterior persiste la Gerencia de Súper Dicasa, tendrá implicaciones como el bajo rendimiento de los empleados y desmotivación que afecta en la pérdida de clientes. A causa de esto una imagen de servicio con poca calidad y deficiencia en la administración de la empresa. Sin embargo existen algunas medidas que pueden implementarse como crear ventajas y estrategias que permitan competir en el mercado, así como garantizar la buena planificación que sea dirigida a la atención al cliente.

### 1.6.1 Pregunta de investigación

¿Cómo incide la aplicación de un proceso Administrativo enfocado a la atención al cliente en el supermercado Súper Dicasa del municipio de la Democracia?

### 1.6.2 Objetivos

#### Objetivo general

- Determinar la necesidad de la aplicación de un proceso administrativo enfocado a la atención al cliente en supermercado Súper Dicasa ubicada en el municipio de la Democracia, departamento de Huehuetenango.

## Objetivos específicos

- Analizar los procedimientos actuales utilizados en las operaciones administrativas de Súper Dicasa.
- Identificar la estructura y organización interna de la empresa.
- Evaluar el nivel de motivación de los empleados y su incidencia en el ámbito laboral.
- Establecer cuáles son los controles y procesos que se llevan a cabo dentro del supermercado en el área de atención al cliente.
- Lograr una participación de mercado del 20% para el segundo semestre del año.

### 1.6.3 Justificación

Las empresas en la actualidad cada vez son más competitivas y adoptan nuevas estrategias con la finalidad de garantizar el éxito. La presente investigación pretende alcanzar de la aplicación teórica y práctica de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas; una solución viable a uno de los principales problemas determinados mediante el diagnóstico integral aplicado a la empresa denominada “Súper Dicasa”, en éste el proceso administrativo enfocado a la atención al cliente por parte de la misma.

Por lo anterior, la presente investigación, servirá para determinar la necesidad del desarrollo e implementación del proceso administrativo enfocado a la atención al cliente en el supermercado Súper Dicasa. La importancia radica en la detección de posibles problemas que afecten el desarrollo de las distintas labores en las áreas más significativas dentro de la organización, además contribuirá al mejoramiento de los mismos. Los beneficiarios para este estudio son el propietario-administrador y colaboradores a los cuáles les facilitará la ejecución de procedimientos en las respectivas funciones y con ello un impacto positivo en el desarrollo del supermercado.

Al identificar el administrador la problemática de la empresa podrá administrar de mejor manera toda el área administrativa y con ello la eficiencia y eficacia de sus recursos en el cumplimiento de sus deberes proyectados a corto, mediano y largo plazo y así lograr la buena imagen del supermercado para posicionarla como líder en el mercado comercial.

#### 1.6.4 Variables e Indicadores

##### Definición Conceptual

##### Proceso Administrativo

Según Stephen Robbins (2007), señala que el Proceso Administrativo se refiere a la idea de que la administración se compone de un conjunto de decisiones y acciones que los gerentes toman en forma incesante en sus funciones de planificar, organizar, dirigir y controlar, así mismo la administración consiste en el “proceso” de coordinar e integrar las actividades de trabajo de manera que se lleven a cabo eficiente y eficazmente junto con otras personas y por medio de ellas la eficacia, consiste en lograr que las actividades se lleven a cabo es decir que se alcancen las metas y la eficiencia para minimizar los costos de los recursos de empleados en la realización de las actividades.

##### Atención al cliente

Según Kotler Philip (2001) en su libro Dirección de Mercadotecnia, señala que la Atención al Cliente es aquel servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras a sus clientes en caso que estas necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el servicio o producto en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de la empresa a sus consumidores. Así mismo se dividen en: clientes actuales que son las personas, empresas u organizaciones que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que le hicieron en una fecha reciente y Clientes Potenciales se refiere a las personas u organizaciones que no realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes a futuro.

## Definición Operacional

### Proceso Administrativo

Es el conjunto de fases o etapas sucesivas de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

### Atención al cliente

Hace referencia al manejo y diseño de canales de comunicación que destina una organización con fines de lucro para establecer contacto e interactuar con sus clientes.

#### 1.6.5 Indicadores

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control
- Cliente
- Atención

#### 1.6.6 Variables

- Proceso Administrativo
- Atención al cliente

#### 1.6.7 Alcances

Las variables de estudio de esta investigación tendrán como unidad de atención en el supermercado Súper Dicasa, ubicada en la cabecera de municipal de la Democracia. Se pretenden comprobar datos relevantes acerca de las operaciones dentro de la empresa, en especial el área de administración, se pretenden alcanzar los objetivos establecidos mediante un estudio de campo y la observación directa.

### 1.6.8 Limitaciones

El estudio se llevó a cabo en el área administrativa enfocada al proceso administrativo en relación a la atención al cliente, por lo que no se tuvo ninguna limitante.

## **Capítulo 2**

### **Metodología**

#### **2.1 Tipo de investigación**

La presente investigación se encuentra ubicada bajo un diseño de tipo descriptivo y de campo. Según Tamayo, M. (2000), dice que la investigación descriptiva es aquella que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual.

La investigación de campo corresponde a un tipo de diseño de investigación, para la cual el autor Carlos Sabino (S/f) en su texto "El proceso de Investigación" señala que se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos.

El objetivo de la investigación consiste en conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

#### **2.2 Sujetos de investigación**

Se evaluará al supermercado Súper Dicsa, dónde se considera el área de administración, con la colaboración del gerente general de la empresa, quien es el encargado de las funciones y actividades del negocio. La evaluación del proceso Administrativo en cuanto a la planeación, organización, dirección y control enfocado a la atención al cliente.

Esta investigación permitirá la utilización de las siguientes fuentes de información.

- **Área Administrativa de la empresa:**

Proporciona información de la empresa en general, en la que se encuestara al gerente general o propietario quién brindará la información general y pertinente para esta investigación.

- **Colaboradores de la empresa:**

Colaboran para determinar cuáles son sus necesidades de capacitación y apoyo para mejorar el servicio que prestan dentro de sus puestos.

## 2.3 Población y muestra

La población está conformada por las personas que laboran en el Súper mercado Dicasa el total de personas es de doce, la cantidad de colaboradores es muy reducida lo que permite el estudio de los doce sin definir una muestra.

### 2.3.1 Unidad de análisis: la Democracia, Huehuetenango

## 2.4 Instrumentos

Elaborar nuevos cuestionarios con preguntas de opción múltiple, para obtener información al problema que se investiga, entablar entrevistas con el gerente general, aplicar el método de observación por medio de visitas a las instalaciones donde se encuentra ubicado el negocio, realizar encuestas en los alrededores y dentro del centro comercial.

- **Encuesta:** elaborada como una herramienta para la obtención de información, el cual está dirigida al gerente/ propietario y colaboradores del supermercado, que permite el registro de datos con mayor precisión, validez y confiabilidad sin perder de vista el objetivo de la investigación.

- Encuesta: realizarán encuestas a todos aquellos colaboradores (empleados) de la empresa que tienen relación directa con el cliente, para determinar cuáles son sus necesidades para mejorar el servicio que prestan dentro de sus puestos de trabajo.

## 2.5 Procedimiento

- Selección de la Empresa
- Entrega y aprobación de solicitud para realización de la práctica.
- Entrevista y observación preliminar.
- Planteamiento del problema.
- Establecimiento de objetivos generales y específicos.
- Justificación.
- Delimitación.
- Metodología.
- Limitaciones.
- Marco teórico.
- Marco conceptual.
- Elaboración de instrumento para recabar información.
- Aplicación del instrumento de investigación.
- Tabulación de información.
- Análisis.
- Interpretación.
- Conclusiones y recomendaciones.

## 2.6 Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación es documental, se consultaron textos, documentos escritos y de campo, se realizaron visitas al lugar, teniendo con ello un contacto directo con el personal del supermercado Súper Dicsa.

La presentación de los resultados obtenidos de la encuesta será de gran utilidad y se utilizarán gráficas de barras para la presentación de resultados obtenidos.

## Capítulo 3

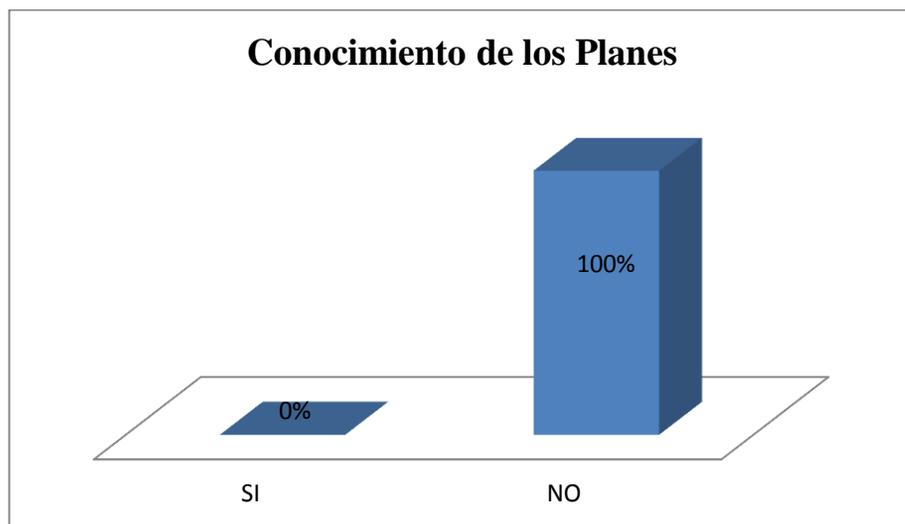
### Presentación de Resultados

#### 3.1. Según definición operacional de las variables en estudio

##### 3.1.1 Encuesta a vendedores de Súper Dicsa

1. ¿Tiene conocimiento de los planes que se ejecutan en la empresa como: Misión, Visión, valores, objetivos, Programas, presupuestos, plan de Marketing y Plan operativo anual?

Gráfica 1

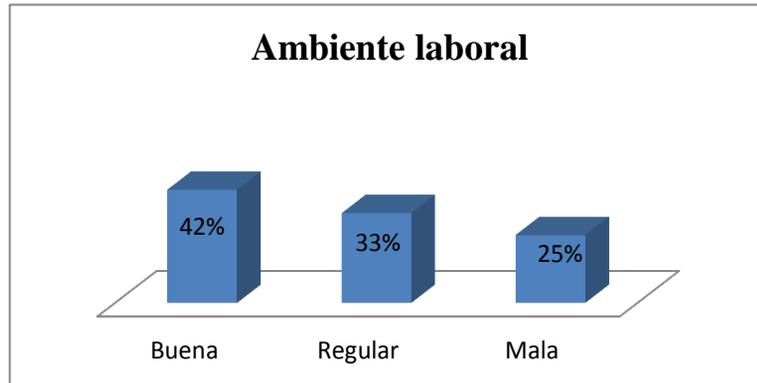


Fuente: elaboración propia

El 100% de los colaboradores no tienen conocimiento de los planes que se ejecutan dentro de la empresa.

2. ¿Cómo califica el ambiente laboral de la empresa?

Gráfica 2

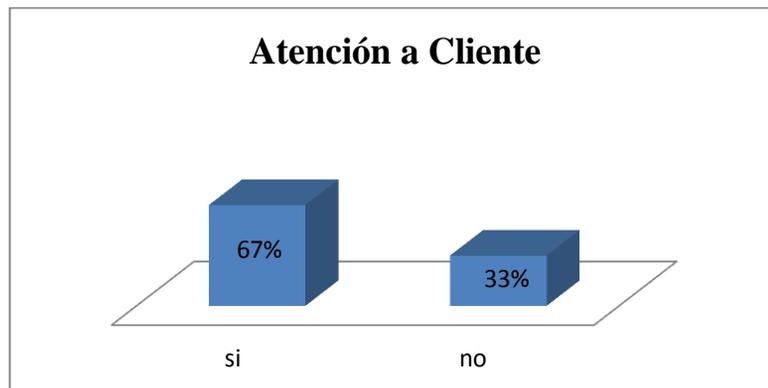


Fuente: elaboración propia

Los colaboradores encuestados opinan que el ambiente laboral en la empresa no es el adecuado por lo tanto esto puede incidir en la atención al cliente.

3. ¿Considera tener cualidades para atender a clientes?

Gráfica 3

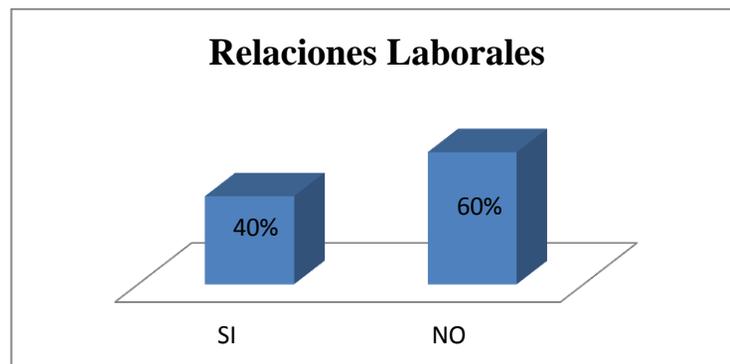


Fuente: elaboración propia

La mayoría e los colaboradores encuestados considera tener cualidades para trabajar en base a la atención a clientes. Sin embargo los que no estan capacitados para esta medida pueden afectar al desarrollo de las actividades administrativas.

4. ¿Existen buenas relaciones laborales en la empresa?

Gráfica 4

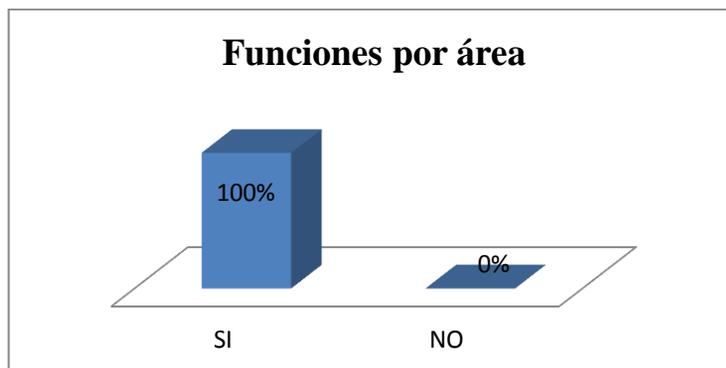


Fuente: elaboración propia

Según las encuestas realizadas la mayor parte de los colaboradores manifiestan que las relaciones laborales no son adecuadas, por lo que afecta en la atención a los clientes.

5. ¿Se delegan funciones por área en la empresa?

Gráfica 5

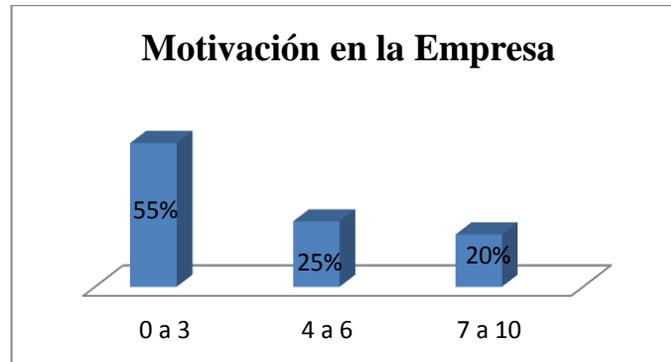


Fuente: elaboración propia

La totalidad de los colaboradores manifiestan que dentro de la empresa se delegan funciones por área, por lo que cada colaborador tiene la responsabilidad de velar para que éste se cumpla.

6. ¿En qué rango se califica estar motivado/a dentro de la empresa?  
 De 0 a 3 nada motivado    b. De 4 a 6 poco motivado    c. De 7 a 10 motivado

Gráfica 6

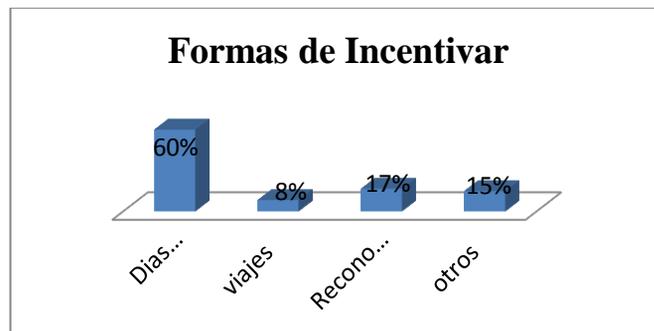


Fuente: elaboración propia

Según el análisis se puede definir que en la empresa no existen incentivos que permitan mejorar la motivación de los colaboradores.

7. ¿Qué incentivos le gustaría que la empresa le dé para hacer mejor su trabajo?

Gráfica 7

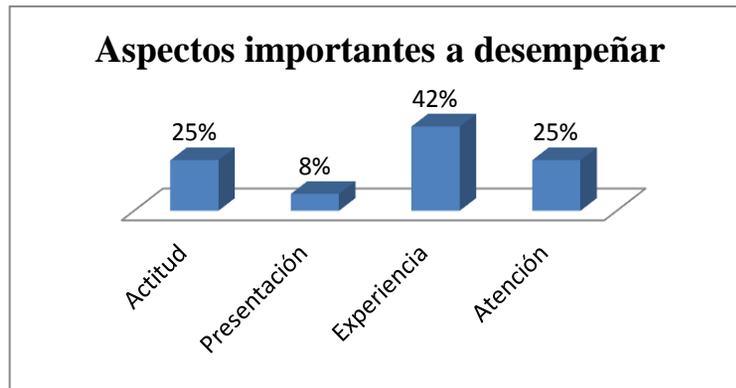


Fuente: elaboración propia

La mayoría de los colaboradores les gustaría recibir como un incentivo al trabajo realizado un día libre mientras los demás colaboradores indican que desean otro tipo de incentivo, por lo que al aplicar esto mejorarían la atención al cliente.

8. ¿Qué aspectos de los siguientes considera importante desempeñar para mejorar la atención al cliente?

Gráfica 8

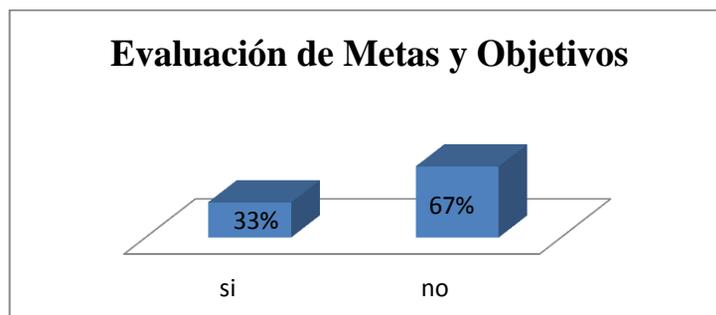


Fuente: elaboración propia

De los resultados obtenidos en esta pregunta la mayor parte de los colaboradores indican que la experiencia es una característica que toman muy en cuenta para mejorar la atención al cliente, seguido de ella la actitud, la atención y por último la presentación.

9. ¿Considera que las metas y objetivos de la empresa es evaluada?

Gráfica 9

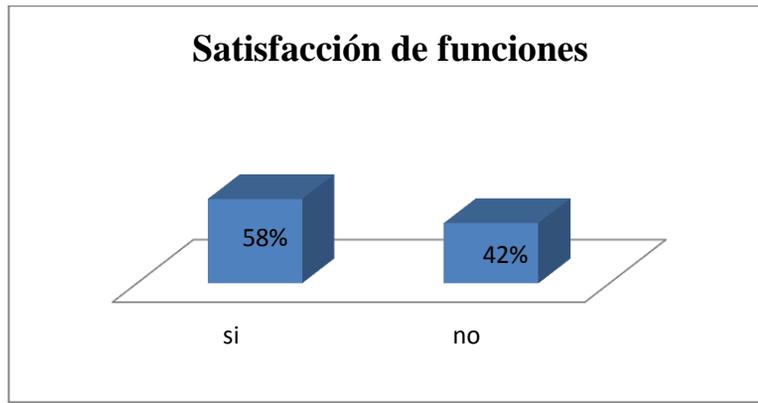


Fuente: elaboración propia

Al indagar sobre la evaluación una pequeña parte de los colaboradores indican que la evaluación de metas y objetivos de la empresa es evaluada, y que participan de forma activa al cumplimiento en dicho proceso. Sin embargo es importante resaltar que la mayor parte de los colaboradores indican que su participación es nula al cumplimiento, no cuentan con planes ni estrategias que le permitan realizar dicha actividad.

10. ¿Considera que el resultado de sus funciones es satisfactorio para el logro de los objetivos de la empresa?

Gráfica 10

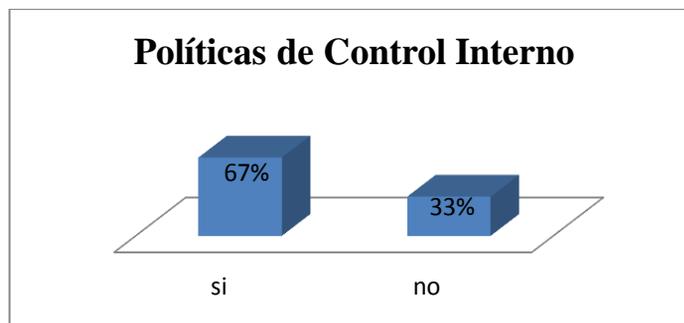


Fuente: elaboración propia

Según las respuestas obtenidas de los colaboradores sobre el resultado de las funciones, la mayor parte asume que si es satisfactoria y el otro porcentaje indica que el resultado de sus funciones no es satisfactorio para el logro de los objetivos, por lo tanto esto incide en la atención de los clientes.

11. ¿Considera importante que la empresa implemente políticas de control interno?

Gráfica 11

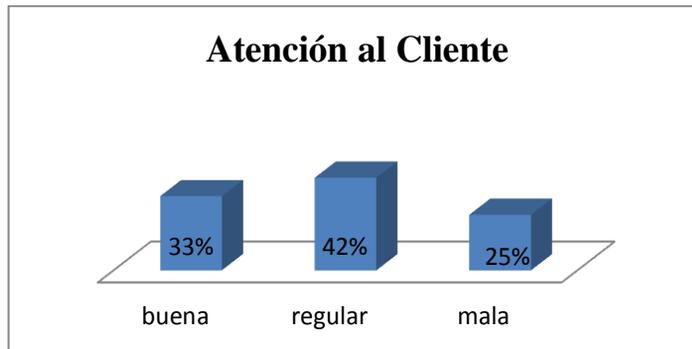


Fuente: elaboración propia

Según el análisis obtenido, no se tiene un adecuado proceso administrativo, el cual permita que los colaboradores tengan conocimiento de las políticas de control interno en la empresa, por lo que al evaluar la mayor parte manifiesta importante implementarlas para el mejoramiento de la atención.

12. ¿Cómo califica la atención brindada actualmente a los clientes?

Gráfica 12

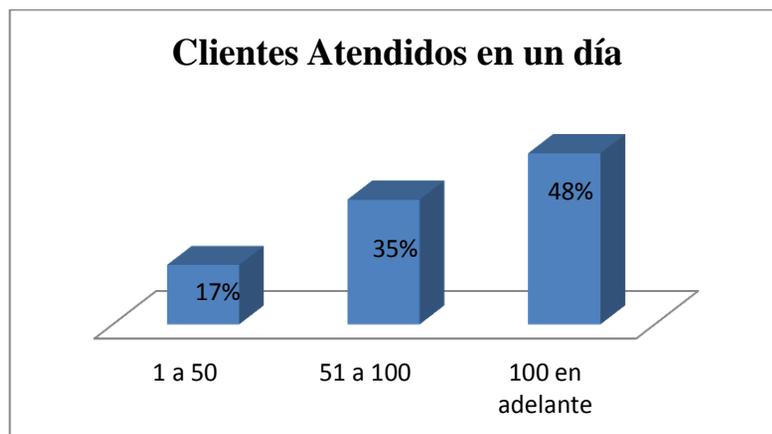


Fuente: elaboración propia

Según la respuesta obtenida, la mayor parte de los colaboradores indican que la atención brindada a los clientes es regular mientras la otra parte indica que la atención es buena y una pequeña parte indica que la atención es mala. Por lo tanto se ve la necesidad de llevar a cabo un proceso administrativo enfocado a la atención al cliente para mejorar la problemática.

13. ¿Cuál es el aproximado de clientes que visitan el supermercado en un día?

Gráfica 13

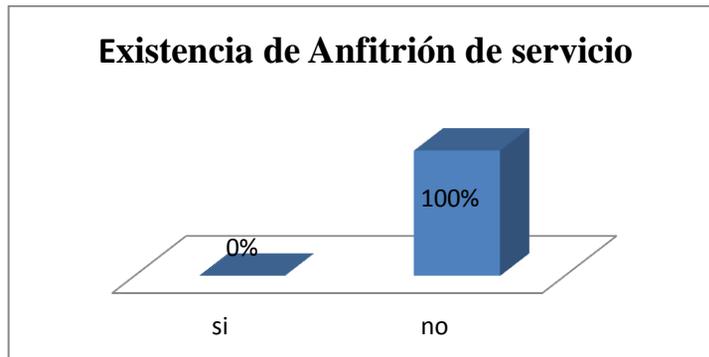


Fuente: elaboración propia

Según el análisis obtenido de los colaboradores se observa que el aproximado de clientes atendidos en un día es equivalente de cien en adelante.

14. ¿Dentro del personal de la empresa existe un anfitrión de servicio?

Gráfica 14



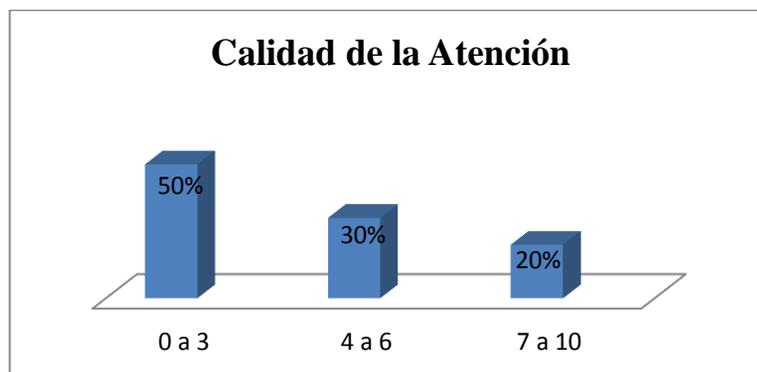
Fuente: elaboración propia

En la empresa no existe un colaborador que finja como anfitrión de servicio que oriente al cliente dentro del súper mercado para satisfacer sus necesidades, por lo tanto existe desconocimiento de lo que es un proceso administrativo.

15. ¿En qué rango considera que se encuentre la calidad de atención al cliente?

De 0 a 3 Mala atención      b. de 3 a 6 Regular atención      c. de 7 a 10 Buena atención

Gráfica 15

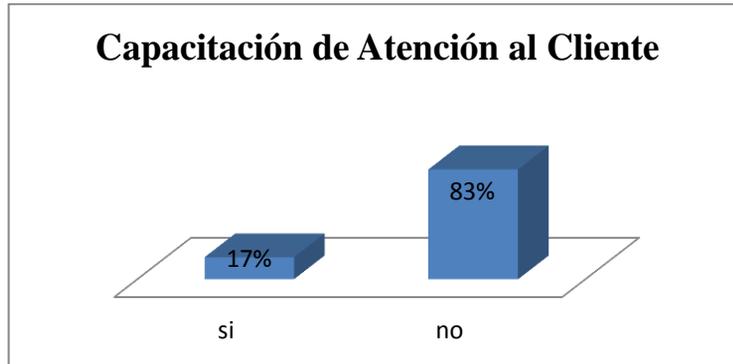


Fuente: elaboración propia

La mayor parte de los colaboradores consideran que la calidad de la atención a los clientes se encuentra en el rango de 0 a 3 que es la mala atención, por lo tanto es notable la falta de estrategias que permitan mejorar dicha actividad.

16. ¿Ha recibido alguna capacitación sobre atención al cliente?

Gráfica 16

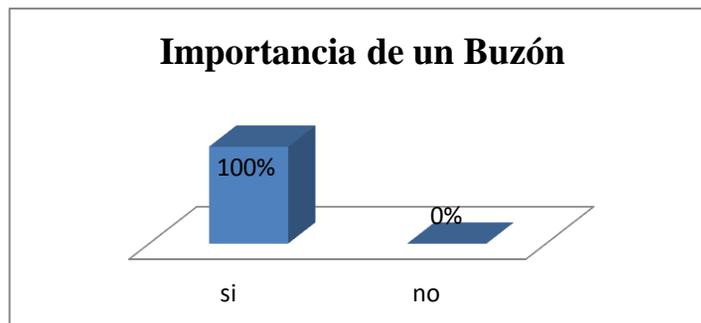


Fuente: elaboración propia

De los resultados obtenidos se deduce que la empresa no cuenta con un plan de capacitación que permita a los colaboradores brindar una buena atención a los clientes o usuarios, y que al implementarla mejorarían las relaciones entre clientes y empleados de la empresa.

17. ¿Considera importante implementar un buzón de sugerencias en el supermercado para mejorar la atención al cliente?

Gráfica 17



Fuente: elaboración propia

La totalidad de los colaboradores del súper mercado súper Dicsa ubicada en la cabecera municipal de La Democracia que fueron objeto del estudio, expresaron que es importante implementar un buzón de sugerencia para la búsqueda de estrategias que faciliten la aplicación de una mejor atención y contribuir al desarrollo organizacional de la empresa.

18. ¿Los productos que ofrecen al cliente tienen el respaldo de garantía?

Gráfica 18

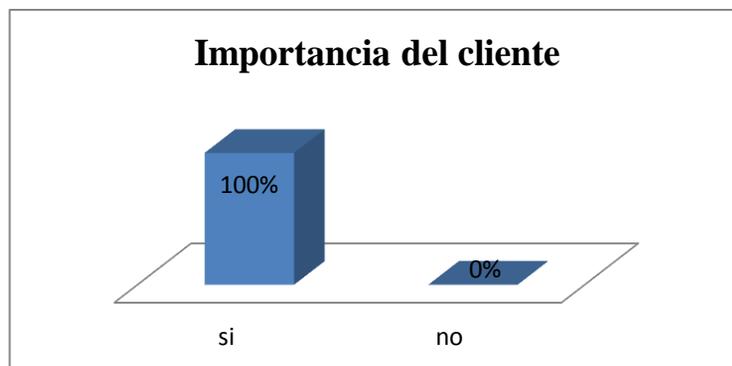


Fuente: elaboración propia.

La totalidad de los colaboradores del súper mercado Dicasa objeto del estudio, expresaron que los productos que ofrecen son garantizados y que con ello se obtiene la satisfacción de los clientes y su fidelidad. Pero es importante determinar estrategias de ventas que mejoren la afluencia de clientes hacia la empresa.

19. ¿Considera que el cliente es el más importante en la empresa?

Gráfica 19



Fuente: elaboración propia

El total de los colaboradores de Súper Dicasa objeto de estudio concuerdan que el cliente es el más importante en la empresa, es quien lleva el salario de todos y la estabilidad laboral.

## 3.2 Análisis e Interpretación de Resultados

### 3.2.1 Según definición operacional de las variables en estudio

Para determinar el impacto de la aplicación del proceso administrativo enfocado a la atención al cliente, la opinión de los colaboradores se considera prioritaria pues de ella depende el éxito o fracaso de la investigación.

La administración se refiere al: proceso de planificación, organización, dirección y control del trabajo de los miembros de la organización y de usar los recursos disponibles para alcanzar los objetivos establecidos. La interpretación y análisis de los datos obtenidos durante el estudio, se detallan de la siguiente manera:

### 3.2.2 Colaboradores

Los colaboradores del súper mercado Súper Dicsa sujetos de estudio manifiestan en su mayoría desconocer lo que es el proceso administrativo y que la empresa no cuenta con planes, programas, misión, visión, valores, objetivos y presupuestos, aun cuando el propietario manifiesta tenerlos. Pero estas solo se manejan en forma empírica y eso refleja la falta de un proceso para mejorar todas las actividades dentro de la empresa.

El conocimiento que los colaboradores puedan tener en el proceso de formulación de estrategias para fortalecer cada una de las atenciones existentes en la empresa es de vital importancia, seguido de ella depende la motivación para que los clientes se mantengan y frecuenten el negocio e invite a otros a adquirir los productos que tienen a la venta. De la misma forma para que exista atención al cliente, es necesario implementar estrategias de motivación hacia los colaboradores para obtener los resultados requeridos por la empresa que es de trascendental importancia.

Según Kotler, los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer

físicamente ni transportarlo o almacenarlo, pero si pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por lo tanto pueden ser de objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

Asimismo, opinaron que es de suma importancia la motivación, ya que de esa manera; la atención al cliente que se ha venido brindando mejoraría en cuando a la calidad, el clima organizacional y la confianza que con el paso del tiempo se fue dejando a un lado. Estos aspectos concuerdan con la opinión de Girón (2001), indica que el producto más importante en cualquier negocio, es la atención que se le brinda al cliente por medio de una motivación. Una buena motivación no sólo es sonreír y ser simpático, quiere decir mucho más de lo que le sirve cualquier competidor; la clave está en ver qué es lo que el cliente busca y quiere, qué es lo que la competencia le da y qué se debe hacer para atenderlo mejor que la competencia, y cómo hacer para proporcionarle lo que él busca, superando el resto de competidores, y además que perciba lo que se tiene.

De la misma forma los colaboradores expresan que la relación laboral y el ambiente de trabajo que existe entre ellos no es la adecuada por lo que esto influye en la atención y que de no contar con este factor motivacional puede provocar una renuncia de parte de los colaboradores.

Los colaboradores de Súper Dicsa manifiestan que en promedio atienden 100 clientes en adelante al día por lo que se considera que al mejorar la atención aumentaría la cantidad de clientes que adquieran productos y los ingresos del supermercado.

Así mismo la totalidad de los empleados manifiestan que es importante la aplicación de un buzón de sugerencias para que el cliente pueda hacer sus comentarios hacia los colaboradores y la empresa para mejorar la atención y con ello las utilidades que es lo esencial que se pretende al momento de realizar dicho proyecto.

Con base a la información obtenida de las encuestas, se pudo detectar una deficiencia en la atención que proporciona el personal a causa de la falta de motivación del Súper mercado hacia sus empleados, se propone para ello la implementación de un Proceso Administrativo enfocada a la atención al cliente para solucionar este problema.

El éxito de una organización dedicada a la compra y venta de productos está determinado por el manejo adecuado de los recursos captados de sus clientes; en este sentido, la empresa sujeta de estudio cuentan con el respaldo de la mayoría de sus usuarios que confían en él aunque en la realidad no sea lo mejor en la atención brindada, pero si en la garantía de los productos.

## **Capítulo 4**

### **Propuesta de Mejora y Viabilidad del Proyecto**

#### **4.1 Propuesta de mejora para el Súper mercado Súper Dicasa**

En relación a la investigación que se llevó a cabo en el súper mercado Súper Dicasa se definió la siguiente propuesta de un proceso administrativo enfocado a la atención al cliente con el objeto de mejorar la situación actual del negocio.

##### **4.1.1 Antecedentes**

El proceso administrativo tiene como prioridad apoyar al logro de los objetivos del mercado Súper Dicasa, el que se dedica a la venta de productos de abarrotes al por mayor y menor, línea blanca, medicina, área de bebé, juguetería, joyería, ropa para damas y caballeros.

El plan surge después de evaluar la situación actual de la empresa y realizado el trabajo de tesis; se concluye que el propietario del negocio desconoce el proceso administrativo y de la aplicación de estrategias sobre la atención al cliente así como las tácticas mercadológicas que le permitan a la empresa afrontar a la competencia, con el objeto de lograr incrementar las ventas y las utilidades de la empresa.

El proceso administrativo enfocado a la atención al cliente comprende el análisis situacional interno, externo, estrategias y tácticas propuestas en un programa para su implementación a corto plazo.

##### **4.1.2 Justificación de la propuesta**

Desarrollar un Proceso Administrativo enfocada a la atención al cliente, es de suma importancia para el sostenimiento y desarrollo en el mercado para el logro e incremento de las

ventas del Súper Mercado Dicasa. Además proporcionar al propietario la toma de decisiones de la misma, orientándola hacia el éxito y permanencia en el mercado.

#### 4.1.3 Nombre de la propuesta

Proceso Administrativo enfocada a la Atención al Cliente dirigido al personal que labora en el Súper mercado Súper Dicasa, ubicado en el municipio de la Democracia, departamento de Huehuetenango.

#### 4.1.4 Presentación

Luego de haber descrito la situación actual del Súper mercado Dicasa; es necesario señalar los lineamientos aconsejables a seguir e implementar un modelo administrativo en atención al cliente que describa las actividades a realizar y destacar la importancia de otras que aún no se ejecutan.

### 4.2 Viabilidad del proyecto

#### 4.2.1 Financiera

El recurso esencial para el desarrollo de la propuesta para mejorar el proceso administrativo enfocada a la atención al cliente en la Empresa Súper Dicasa es lo económico, se considera de vital importancia para el desarrollo de las actividades en atención a los usuarios con insumos de primera calidad.

Los ingresos que puede generar el Súper Mercado en atención los clientes se verá como un resultado bueno, un cliente satisfecho es de beneficio, este cliente puede invitar a otras personas a adquirir sus productos y esto generaría más utilidades a la empresa. A diferencia de un cliente que se va insatisfecho; divulgaría la mala atención que se le proporcionó a los demás al realizar una compra, sí la atención que se le prestó fue de mala calidad.

Ante esta situación, es de suma importancia considerar los beneficios que genera un proceso administrativo en atención al cliente para los empleados y para el progreso del Súper Mercado. La inversión para ejecutar el plan asciende a Q. 1,700.00 anual, a comparación de los gastos que se efectúan a la fecha es mínimo.

El estado financiero del Súper Mercado se verá afectado al invertir en la implementación de este proyecto como un plan de motivación y capacitación al personal, considerándolo como una inversión que permitirá mejorar el círculo laboral dentro de la empresa.

#### 4.2.2 Administrativa

La organización de la empresa no se verá afectada con la implementación del plan de capacitación y motivación propuesto, la empresa cuenta con el personal suficiente, se pretende retroalimentar, formar y estandarizar los conocimientos del personal de la empresa en cuanto a la atención se refiere. Los encargados de llevar a cabo este proyecto son todos los miembros del personal con el apoyo del gerente propietario del Súper Mercado.

No se obtendrá ningún cambio en cuanto a puestos o cargos, se designará al propietario para el proceso de evaluación, quien verá los cambios durante un periodo igual a un mes.

Los procesos que se llevan en cada área de trabajo no se modificarán según los lineamientos estipulados en el plan. En este aspecto no se encuentra ninguna limitante para su implementación, los miembros del personal están en toda disposición para colaborar por lo que se considera viable.

#### 4.2.3 Técnica

La empresa no cuenta con estrategias de atención al cliente ni plan de capacitación y motivación al personal, lo que ocasiona la falta de conocimiento de la organización en la misma, para la cual fue creada la empresa, es decir, la venta de insumos de consumo diario y personal a la que está dirigida su actividad comercial.

Por tanto la propuesta del proceso administrativo dirigida al personal en atención al cliente, pretende implementar las estrategias de ventas que permitan la atracción y captación de clientes que ayudarán al incremento de las ventas y las utilidades de la empresa, donde se cree satisfacción del cliente y que este sea rentable a largo plazo.

## **Conclusiones**

1. En el súper mercado Dicasa del municipio de la Democracia se detectó que el principal problema es que carece de un proceso administrativo para el mejoramiento de la empresa.
2. La empresa Súper Dicasa no cuenta con plan de capacitación y programa motivacional para mejorar el desempeño de los colaboradores hacia los clientes.
3. En el supermercado se pudo observar que no posee misión y visión de la empresa, carece de organigrama y un plan de capacitación al personal sobre sus labores.
4. El súper Mercado, Súper Dicasa se cataloga como una mediana empresa en base a su capital de trabajo y número de sus colaboradores.

## **Recomendaciones**

1. La implementación de un proceso Administrativo en el Súper mercado es de gran importancia, esto ayuda a poner en orden la empresa en general.
2. La aplicación de un plan de capacitación y programa de motivación ayudará a mejorar el desempeño de los colaboradores hacia los clientes y como resultado un incremento de ventas.
3. Tener la misión y la visión a la vista es de gran importancia para que los colaboradores conozcan hacia dónde va la empresa así como implementar un plan de capacitación al personal para brindar mejor atención a los clientes.
4. La ejecución del programa de capacitación y motivación dirigido a los colaboradores contribuirá a mejorar las utilidades de la empresa por medio de la atención.

## Referencias Bibliográficas

1. Chiavenato, I. (2000) *Introducción a la teoría general de la Administración*, ( 6ª ed.)
2. Chiavenato A. (2000) *Administración de Recursos Humanos*,( 5ª ed.) , Ed. McGraw Hill
3. Chiavenato, I.(1995) *Introducción a la teoría general de la administración* (2ª.ed). Ed. McGraw Hill,
4. Koontz, H; Wehrich, H. (1998). “*Administración, Una Perspectiva Global*”.( 11ª ed). Editorial Mc Graw Hill. México.
5. Kotler, P. (2006) *Administración de marketing*. (12ª ed. ) Ed. São Paulo: Pearson Prentice.
6. Kotler, P. Keller, K. (2006). *Administración de marketing*. (12ª ed.) São Paulo: Pearson Prentice pp. 235-257
7. Koontz, H y Wehrich, H. (1994). *Administración. Una Perspectiva Global*. ( 11ª ed.) México: Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
8. Kotler, P. (1999). *Mercadotecnia I*. (6ª ed.) Editorial Mc Graw Hill. Buenos Aires. Argentina.
9. Robbins, S. (2004). “*Comportamiento Organizacional*”. (10ª ed.) México: Editorial Pearson Prentice Hall.
10. Atención al cliente  
<http://www.definición.mx/atención-al-cliente/#ixzz2xghr6j4o>.

# **ANEXOS**

## Evaluación Integral

### Presentación del Informe:

Súper Dicasa del municipio de la Democracia se dedica a la compra y venta de mercadería en general abarrotes, línea blanca, medicina, área de bebé, juguetería, joyería y ropa, está administrada por el gerente general que es propietario de la misma y para poder obtener la información necesaria se aplicó una encuesta y entrevista para conocer cada una de las áreas y la atención e instalación dentro del centro comercial de las cuales se detallan a continuación.

### Área Administrativa:

En esta área se observa los servicios y productos que ofrece el Súper mercado Dicasa hacia sus clientes en general y que cada uno de ellos es indispensable para la vida del ser humano, distribuye productos a comunidades aledañas al municipio, escuelas y colegios al mayoreo y menudeo a precios accesibles.

Así mismo se pudo identificar que el súper mercado, cuenta con misión y visión pero no están establecidos, no cuenta con planes de trabajo operativo y estratégico, carece de organigrama, política y reglamentos que orienten a un mejor sistema de trabajo, cuentan con ocho puestos de trabajo de los cuales cada área tiene un encargado.

En cuanto a inventarios se refiere Súper Dicasa, realiza una rotación de mercadería con base a productos y lo realizan a cada ocho, quince o treinta días para verificar que tan disponibles están para estar a la venta, la misma es ejecutada de forma manual y que no cuentan con algún sistema de automatización que permita tener un mejor control sobre las mismas.

## Área Financiera:

En el caso de Súper Dicasa se puede observar que el tamaño de la empresa es mediano según la encuesta y entrevista realizada, se tiene un promedio de ventas diarias de Q. 10,000.00 y un promedio de facturación mensual de Q. 300,000.00 lo que se considera que el promedio de manejo de efectivo en ventas anuales ascienden a Q. 3,600,000.00.

## Área Mercadológica:

En esta área se observa que es poco lo que se le destina, no cuentan con publicidad radial ni televisiva, solo se cuenta con afiches publicitarios en donde destinan a un colaborador por día para salir a repartir y que cuentan con equipo de sonido para hacer publicidad en frente del súper mercado para atraer la atención de los clientes.

## Diagnóstico

### Diagnóstico general:

Súper Dicasa es un Súper mercado de prestigio que se encuentra en el municipio de la Democracia del departamento de Huehuetenango Guatemala, brinda sus servicios en venta de productos en general al por mayor y menor, cubre las necesidades de la población específicos del municipio y lugares circunvecinos.

En Súper Dicasa del municipio de la Democracia se pudo observar al momento de realizar una encuesta con el gerente/ propietario que la misma cuenta con la documentación requerida para su funcionamiento, posee misión y visión solo que no están bien establecidas y no se encuentran en un lugar visible, no cuenta con organigrama y carece de políticas y/o reglamentos, no se manejan planes operativos y estratégicos y las instalaciones son propias, por lo que de continuar con esta problemática el supermercado no podría contar con una buena rentabilidad, el objetivo primordial de estos planes y políticas es poner en orden el área administrativa y tener un mejor control sobre sus ventas.

## Diagnóstico específico

### Estudio del entorno:

En la primera visita a la empresa se obtuvo información por medio del método de observación, para permitir el conocimiento de las instalaciones, historia y constitución legal de la empresa; se entabló la primera entrevista y encuesta con el propietario de la empresa, para conocer la actividad que realiza el negocio, aspectos de la competencia, se realizó un recorrido dentro de las instalaciones del local y locales aledaños.

De acuerdo a la guía de observación desarrollada los resultados fueron los siguientes:

### Instalaciones

Súper Dicasa, cuenta con una infraestructura adecuada para exhibición de sus productos y ambiente agradable para satisfacción de sus clientes, posee un solo rótulo que representa la empresa, un área de parqueo en la entrada principal.

La ubicación es en el Km. 323 a orilla de la Carretera Interamericana, 5-02, La Democracia, Huehuetenango, habilitada para el tráfico vehicular proveniente del área fronteriza y lugares circunvecinos, lo cual facilita el acceso a la misma.

La distribución del espacio físico dentro de las instalaciones muestra una gran variedad de productos pero no siguen un orden lógico, ni se ha explotado la ubicación de los mismos para impulsar la venta.

### Entorno externo

El municipio de la Democracia, cuenta con un crecimiento poblacional de 45,201 habitantes según la información del INE de Guatemala del año 2012 con gran cantidad de viviendas y recién el desarrollo de proyectos habitacionales para el sector social. La zona cuenta con infraestructura en cuanto a carreteras funcionales, control de tráfico de automóviles por parte de

la policía municipal de tránsito. Así mismo cuenta con ventaja competitiva de una agencia bancaria y entidades financieras microempresarias y que los clientes frecuenten por allí.

El municipio de la Democracia Huehuetenango se encuentra ubicada a 12 km de la línea fronteriza con México donde el comercio se desarrolla a gran escala de desarrollo y que posee grandes ingresos tales como: el comercio, cambio de divisas, turismo, remesas familiares pero sobre todo la producción agrícola de Café a la que se dedica la mayor parte de la población. Todo esto hace que el municipio sea rentable para el país y que existen inversionistas nacionales e internacionales como lo son los bancos del sistema, organizaciones que atienden el sector microempresario, cooperativas y tiendas comerciales de electrodomésticos.

## Mercadeo

Los productos en la empresa no siguen una estrategia de merchandising que estimule la decisión de compra de los consumidores, se encuentran ubicados de manera en que se mezclan tipos de productos y marcas, por lo que sólo muestran una gran cantidad de productos pero no se puede determinar con precisión la disponibilidad de los mismos ni la variedad de marcas, situación que ha afectado las ventas de algunos artículos.

## Rivalidad competitiva

Súper Dicasa, tiene rivalidad frente a la apertura de nuevos negocios ubicados en la misma calle de la Carretera Interamericana, quienes ofrecen los mismos servicios en abarrotería y línea blanca a precios populares, modernos y de alta tecnología, los productos, van de la mano con el enfoque de la empresa.

Se manejan precios competitivos y bajos en algunos productos con relación a los negocios ubicados en la misma calle, pero las promociones no son constantes y la publicidad se ha limitado al material promocional aportado por proveedores.

A pesar de la existencia de competidores, existe una lealtad de parte de los clientes, quienes en algún momento recomiendan a otras personas; se debe a la garantía de los productos, si tuviese alguna falla se realiza una evaluación y la variedad de productos ha llevado a que el posicionamiento de la empresa sea fuerte y como resultado que el cliente llegue al negocio en otra ocasión.

## Proveedores

Los proveedores de la empresa prestan una facilidad de negociación, en su mayoría de proveedor llega a dejar su producto en el local para que el propietario no viaje a conseguir lo que necesite en su comercio así mismo mantiene constante comunicación con ellos lo que los hace estar con ellos por más tiempo, quien toma en cuenta la calidad del producto y el costo que beneficia la venta de los mismos. Los proveedores dan descuentos a los clientes en los meses de fuertes del año que son las temporadas fuertes en compra/venta.

## Análisis FODA de Súper Dicasa.

Con la finalidad de obtener información sobre las necesidades, deficiencias y áreas de mejora de Súper Dicasa, se consideró hacerle una guía de entrevista al gerente propietario de la misma, el respondió a las preguntas y con ello se obtuvieron los resultados o análisis de las áreas y los factores a mejorar dentro de la empresa.

En el análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; FODA, se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo a la empresa, que inciden sobre sus labores diarias, y que pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de la misión de la empresa.

Las fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase. Las oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas que se generan en el entorno que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

Las debilidades son problemas internos, que una vez identificados y desarrollado una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse, las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste y que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

Al diagnosticar las oportunidades y amenazas se permite visualizar por anticipado las situaciones que ayudarán a reorientar el rumbo de la empresa.

Las fortalezas y debilidades se enfocan en el ambiente interno de la empresa, se debe realizar el análisis de cuáles son las fortalezas con las que cuenta y cuáles son las debilidades que dificultan el cumplimiento de sus metas. A continuación se describen desde diferentes análisis el FODA de la empresa.

Cuadro 1

<b>Análisis Gerencial Súper DicaSA</b>			
<b>Interno</b>		<b>Externo</b>	
<b>FORTALEZAS (Positivas)</b>	<b>Debilidades (Negativas)</b>	<b>Oportunidades (Positivas)</b>	<b>Amenazas (Negativas)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestigio</li> <li>• Está legalizada</li> <li>• Personal especializado</li> <li>• Instalaciones Propias</li> <li>• Servicios</li> <li>• Productos de calidad</li> <li>• Amplio Parqueo</li> <li>• Rotación de inventario por productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe un plan operativo anual.</li> <li>• No se ejecutan presupuestos.</li> <li>• No se establecen metas estratégicas de compra venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionamiento en el mercado de la región fronteriza.</li> <li>• Adecuadas negociaciones con el proveedor.</li> <li>• Tecnología de punta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia</li> <li>• Crisis económica</li> <li>• Desestabilización por la alza en la inflación en el mercado.</li> <li>• Deflación en ventas por la importación de productos mexicanos.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 2

Análisis Administrativo			
Interno		Externo	
FORTALEZAS (Positivas)	Debilidades (Negativas)	Oportunidades (Positivas)	Amenazas (Negativas)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital propio</li> <li>• Recursos Humanos permanente</li> <li>• Comunicación constante con el personal</li> <li>• Garantía en sus procesos</li> <li>• Tecnología moderna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuenta con políticas y reglamento por escrito.</li> <li>• No cuenta con plan operativo y estratégico de ventas.</li> <li>• No cuenta con misión y visión.</li> <li>• Carece de organigrama.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se identifica con los clientes.</li> <li>• Adecuada coordinación con el proveedor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inseguridad en la economía nacional.</li> <li>• Clientes especiales insatisfechos.</li> <li>• Competencia desleal.</li> <li>• Pérdida de clientes.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 3

<b>Análisis Personal de Campo Súper Dicasa</b>			
<b>Interno</b>		<b>Externo</b>	
<b>FORTALEZAS (Positivas)</b>	<b>Debilidades (Negativas)</b>	<b>Oportunidades (Positivas)</b>	<b>Amenazas (Negativas)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal especializado.</li> <li>• Estabilidad laboral.</li> <li>• Crecimiento dentro de la empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento por escrito de la misión y la visión.</li> <li>• Desconocimiento del organigrama.</li> <li>• Proceso de contratación no adecuado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento del servicio por el cliente.</li> <li>• Proveedores Garantizados.</li> <li>• Crecimiento en el mercado de servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de oportunidad en las empresas.</li> <li>• Personas con nivel académico más alto.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## Instrumentos Aplicados

### Cuestionario dirigido a propietario del negocio



## UNIVERSIDAD PANAMERICANA

### Facultad de Ciencias Económicas

### Licenciatura en Administración de Empresas

Cuestionario dirigido al señor: Henry Granados propietario de la empresa “Súper Dicasa S.A.”, ubicada en el municipio de La Democracia, departamento de Huehuetenango.

#### Práctica Empresarial Dirigida

Estudiante: Ramona Carmencita Hurtado Ramírez

Carné: 0910039

Instrucciones: A continuación se le presenta una serie de preguntas, el cual se le agradecerá responder, la misma servirá sólo para fines académicos.

1. ¿Actualmente con qué nombre comercial se conoce la empresa?
2. ¿La empresa cuenta con misión y visión?
3. ¿Cuál es la misión y visión de la empresa?
4. ¿Cuáles son los objetivos de la empresa?
5. ¿Cuentan con algún reglamento o políticas de la empresa?
6. ¿Quién o quiénes son los dueños de la empresa?

7. ¿Quién administra la empresa?
8. ¿Cuál es el número de identificación tributaria de la empresa?
9. Si está inscrita legalmente en el registro mercantil, ¿Cuál es el número de la patente de comercio?
10. ¿Desde cuándo está en función la empresa?
11. ¿Cuenta con instalaciones propias o es alquilada?
12. ¿Con cuántas sucursales cuenta la empresa y cuáles son sus ubicaciones?
13. ¿Cuál es el área de mercado en el que se desenvuelve la empresa?
14. ¿Cuál es el aproximado del capital de la empresa en el principio de sus funciones?  
  
de Q.100,000.00 a Q.300,000.00\_\_\_\_\_ de Q. 300,001.00 a 500,000.00\_\_\_\_\_ y/o Q.  
500,001.00 a Q. 1,000,000.00 \_\_\_\_\_
15. ¿Cuál es el capital actual de la empresa?  
de Q.100,000.00 a Q.300,000.00\_\_\_\_\_ de Q. 301,000.00 a 500,000.00\_\_\_\_\_ y/o Q.  
501,000.00 a Q. 1,000,000.00 \_\_\_\_\_ Q. 1,000,001.00 en adelante\_\_\_\_\_
16. ¿Cuál es el tamaño de la empresa?
17. ¿Con cuántos empleados cuenta la empresa?
18. ¿Cuál es su horario de atención?

19. ¿Qué puestos de trabajos existen en la empresa?
20. ¿Quiénes se encargan de cada departamento de la empresa?
21. ¿Cuáles son los salarios de los empleados?
22. ¿Cuáles son las funciones de los empleados en la empresa?
23. ¿Trabajan sistemas de automatización e inventarios para el control de ventas de la empresa? ¿qué tipo?
24. ¿Quién trabaja el área financiera de la empresa?
25. ¿Quién revisa los estados financieros de la empresa?
26. ¿Qué porcentaje del capital destinan al área mercadológica de la empresa?
27. ¿Qué porcentaje del capital destinan a los gastos operativos de la empresa?
28. ¿Con que frecuencia realizan rotación de inventario?
29. ¿Cuál es el valor aproximado de facturación mensual de la empresa?
30. ¿Cantidad promedio de clientes atendidos en el día?
31. ¿La empresa cuenta con organigrama?
32. ¿Cómo se distribuye el organigrama?
33. ¿Realizan planes operativos anuales?

34. ¿Ejecutan presupuestos? ¿Cuáles son los destinos de los presupuestos?

35. ¿Cuál es la cantidad promedio de ventas diarias?

36. ¿Qué detalles o ajustes cree que necesite la empresa en su entorno financiero, mercadológico y administrativo para su mejor funcionamiento?

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

“GRACIAS POR SU APOYO”

Cuestionario dirigido a Colaboradores de Súper Dicasa para obtener la información.



Universidad Panamericana

Facultad de Ciencias Económicas  
Sede Jacaltenango

Licenciatura en Administración de Empresas  
Estudiante: Ramona Carmencita Hurtado Ramírez

### **Encuesta dirigida a Vendedores de Súper Dicasa**

**Objetivo:** Recopilar información que contribuya al establecimiento de actividades para el proceso administrativo en el supermercado Súper Dicasa.

**Instrucciones:** A continuación se le presenta una serie de cuestionamientos, marque con una X la respuesta que considere adecuada en los espacios correspondientes. La misma servirá para fines académicos. Por su apoyo muchas Gracias

- ✓ ¿Tiene conocimiento de los planes que se ejecutan en la empresa como: Misión, Visión, valores, objetivos, Programas, presupuestos, plan de Marketing y Plan operativo anual?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

- ✓ ¿Cómo califica el ambiente laboral de la empresa?

Bueno \_\_\_\_\_

Malo \_\_\_\_\_

Regular \_\_\_\_\_

- ✓ ¿Considera tener cualidades para atender a clientes?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Existen buenas relaciones de trabajo en la empresa?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Se proporcionan funciones por área en la empresa?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿En que rango se califica estar motivado/a dentro de la empresa?  
De 0 a 3 \_\_\_\_\_  
De 4 a 6 \_\_\_\_\_  
De 7 a 10 \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Que incentivos que le gustaría que la empresa le de para hacer mejor su trabajo?  
Días Libres \_\_\_\_\_  
Viajes \_\_\_\_\_  
Reconocimiento \_\_\_\_\_  
Cena \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Qué aspectos de los siguientes considera importante desempeñar para mejorar la atención al cliente?  
Actitud \_\_\_\_\_  
Presentación \_\_\_\_\_  
Experiencia \_\_\_\_\_  
Servicio \_\_\_\_\_

- ✓ ¿El proceso productivo de la empresa es evaluada?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Considera que el resultado de sus funciones es satisfactorio para el logro de los objetivos de la empresa?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Considera importante que la empresa implemente políticas de control interno?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Cómo califica la atención brindada actualmente a los clientes?  
Bueno \_\_\_\_\_  
Malo \_\_\_\_\_  
Regular \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Cuál es el aproximado de clientes que visitan el supermercado en un día?  
De 1 a 50 \_\_\_\_\_  
De 51 a 100 \_\_\_\_\_  
De 100 en adelante \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Dentro del personal de la empresa existe un anfitrión de servicio?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿En que rango considera que se encuentre la calidad de atención al cliente?  
De 0 a 3 \_\_\_\_\_  
De 3 a 6 \_\_\_\_\_  
De 7 a 10 \_\_\_\_\_

- ✓ ¿Ha recibido alguna capacitación sobre atención al cliente?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Considera importante implementar un buzón de sugerencias en el supermercado para mejorar la atención al cliente?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Los productos que ofrecen al cliente tienen el respaldo de garantía?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
  
- ✓ ¿Considera que el cliente es el más importante en la empresa?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

## Nombre de la propuesta

Proceso Administrativo enfocada a la atención al cliente dirigido al personal que labora en el Súper mercado Súper Dicsa, ubicado en el municipio de la Democracia, departamento de Huehuetenango.

## **Ejecución de la Propuesta**

### **Generalidades**

Después de haber realizado el trabajo de campo y de acuerdo a los resultados obtenidos, se llega a la conclusión de implementar el proceso administrativo enfocado a la atención al cliente, para mejorar el clima organizacional en los colaboradores, para ello es importante implementar un plan de capacitación y motivación hacer más eficaz las gestiones que realizan a diario y con ello mejorar la atención al cliente en el Súper Mercado Dicasa ubicada en el municipio de la Democracia departamento de Huehuetenango.

Al evaluar las necesidades que tienen los colaboradores del súper mercado se puede observar que la falta de atención se debe a la no motivación que tienen ni capacitación sobre el tema, por lo tanto para obtener de ellos una buena atención se propone el plan de capacitación y motivación para que los colaboradores tengan conocimiento del tema y la facilidad de aplicarla. Al aplicarla se considera tener un resultado bueno y que al mejorar estos aspectos se tendrá un aumento de clientes y con ello una buena rentabilidad para la empresa.

El proceso administrativo enfocado a la atención al cliente comprende el análisis situacional interno y externo, estrategias y tácticas propuestas en un programa para su implementación a corto plazo.

### **Objetivos de la propuesta**

#### **Objetivo general**

- ✓ Contribuir en la satisfacción de las necesidades de los empleados, mediante un programa de capacitación y motivación como guía administrativa para mejorar la atención al cliente en el Súper Mercado Dicasa ubicado en el municipio de La Democracia, Huehuetenango.

## Objetivos específicos

- ✓ Concientizar a los colaboradores del súper mercado sobre la importancia de mejorar la atención a los clientes por medio del plan de capacitación y motivación.
- ✓ Implementar estrategias que permitan la mejora de la atención al cliente por medio de los colaboradores del súper mercado. .

## Justificación de la propuesta

Todas las empresas dedicadas a la venta de productos o servicios necesitan brindar buena imagen, atención y servicio de calidad que faciliten a los clientes identificar con satisfacción los productos que se tienen a la venta o los que más necesiten según sus necesidades.

Desarrollar un proceso administrativo enfocada a la atención al cliente, es de suma importancia para el sostenimiento y desarrollo en el mercado, con ello lograr un incremento de las ventas a través de clientes y proporcionar al propietario la buena toma de decisiones de la misma, orientándola al éxito y permanencia en el mercado.

La propuesta comprende desde el desarrollo de un plan de capacitación, el cual permitirá dar a conocer a los colaboradores la forma o manera de poder brindar una atención de calidad y extensa gama de estrategias motivacionales que ayudarán a rendir mejor en su área de trabajo.

## Importancia y beneficios de la propuesta

La importancia de implementar el plan de capacitación y motivación al personal es que se pueda fidelizar a los clientes y que ellos se sientan satisfechos con la atención y productos que el súper mercado Dicasa ofrece. Para las empresas, la capacitación al personal humano debe de ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los empleados a la vez que redunda en beneficios para la empresa.

La atención brindada en un súper mercado, representa una imagen positiva en el mundo empresarial y que por medio de ello se obtiene mayor aumento en la cantidad de clientes e impulso de la sostenibilidad y competencia de calidad con una oportunidad de desarrollo y valores hacia el mercado consumidor.

El objetivo del presente plan es mantener la cartera de clientes actuales y captar nuevos por medio de la buena atención.

La importancia de la implementación del plan de capacitación radica en los siguientes factores:

- Mejora la imagen de Súper Mercado Dicsa, esto ayuda a captar más clientes.
- Genera bienes económicos, por medio de la creación de oportunidades para colocar más productos y de las ventas en obtener utilidades con el aprovechamiento y posicionamiento competitivo.

## Implementación del proceso administrativo

Luego de haber descrito la situación actual del Súper Mercado Dicsa; es necesario señalar los lineamientos aconsejables a seguir e implementar un modelo administrativo que describa las actividades a realizar y que resalte la importancia de otras que aún no se ejecutan.

En este capítulo se presentan las cuatro fases que conforman el proceso administrativo, cada una de ellas ha sido diseñada para el tipo de empresa investigada.

### **a. Planeación**

Para implementar la primera fase del proceso administrativo es conveniente explicar cada uno de los siguientes elementos:

## Misión

La determinación de la misión de la empresa es responsabilidad del gerente, el conoce los objetivos y metas establecidas. Como resultado de la investigación realizada y de acuerdo a los propósitos deseados, se determinó la siguiente misión:

**Somos un supermercado de gran trayectoria en el área, proporcionando productos y atención para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, procurando que los mismos sean beneficiados con un ambiente de confianza y familiaridad mediante un excelente servicio y precios accesibles, pues su satisfacción es la nuestra.**

La misión de la empresa se debe divulgar a todos los empleados, por medio de una reunión en la que se convoque a todo el personal con el fin de darla a conocer.

## Visión

La empresa debe fijar hacia donde desea llegar en un futuro con la ayuda del recurso humano con que cuenta; por tal motivo con la misión se deben dar a conocer; a continuación la visión propuesta:

**Brindar al mercado una excelente atención y servicio en el área de ventas al mayoreo y menudeo, con conocimientos y experiencias como garantía de calidad y buen manejo de los productos para crear la confianza y lealtad de los clientes.**

La misión y la visión de la empresa se deben tener siempre presente, para lo cual es necesario colocarla en un lugar visible que permita a los empleados observarla siempre, con el objetivo que enfoquen sus actividades a ese fin común. Además se tendrá a la vista de todos los clientes para que ellos de igual forma la conozcan.

## Objetivos

Para fundamentar la razón de ser del Súper Mercado Dicasa, es necesario que se cumplan los siguientes objetivos:

### General

Marcar la diferencia en cuanto a la atención al cliente se refiere en un ambiente limpio y seguro con una atención rápida y amigable y el más surtido de sus productos de alta calidad.

### Específicos

- Incrementar las ventas en un 7% anual.
- Ofrecer al cliente productos que superen sus expectativas.
- Mejorar en un 100% la atención brindada a los clientes, durante todo el año.
- Ampliar en un 10% la cartera de clientes.
- Mantener un orden en sus productos para mayor comodidad del cliente.

### • Valores

- Líderes: capaces de guiarse a si mismos y guiar a otros.
- Activos: que toman la iniciativa, que generan soluciones.
- Comprometidos: consigo mismos y con el trabajo.
- Atentos: a las necesidades de los clientes.
- Dinámicos: buscando nuevas soluciones.
- Emprendedores: que hacen lo que dicen.
- Nobles: de espíritu, leales, honrados y sinceros.
- Abiertos: al cambio a experimentar a hacer cosas diferentes.

- Estrategias

### Estrategia No. 1

Para lograr brindar una buena atención al cliente, se implementará un programa de capacitación y motivación constante interna y externa, por medio de diferentes cursos de conveniencia para los empleados.

- Plan de capacitación

Según las encuestas realizadas se determinaron las necesidades y preferencias de los funcionarios del Súper Mercado Dicsa. Al tomar en cuenta estas necesidades y preferencia por parte de la administración se puede construir el plan de capacitación para el mejoramiento de la atención al cliente.

Las necesidades más sentidas encontradas fueron las siguientes:

1. Atención al cliente
2. Clima organizacional
3. Riesgos laborales
4. Primeros auxilios
5. Servicio al Cliente

### Objetivos de la capacitación

- General

Desarrollar las capacidades, destrezas, habilidades, valores y competencias fundamentales del recurso humano, con el fin de propiciar su eficacia personal, grupal y organizacional, mediante la capacitación.

- Específicos
  - Promover el desarrollo integral del recurso humano y el financiamiento de una ética de la atención al cliente.
  - Elevar el nivel de compromiso de los empleados con respecto a las políticas, planes, programas, proyectos y objetivos de la empresa.
  - Fortalecer la capacidad, tanto individual como colectiva, de aportar conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño laboral y para el logro de los objetivos de la empresa.

### Resultados esperados del plan

- Cambio de conducta en el personal
- Impacto positivo en la productividad de la empresa
- Mejoría en el desempeño después de la capacitación.
- Incremento en su rendimiento y desempeño en sus asignaciones laborales.

### El plan de capacitación incluye

- Capacitación de corta duración: es la que se realiza a través de cursos, seminarios, talleres, conferencias, foros, congresos, otros. organizados por entidades u organismos diferentes a la entidad.

### Estrategias

Para la aplicación de estrategias en la implementación del plan de capacitación es importante que todos los colaboradores participen, pues de ellos dependerá la productividad y calidad de atención para lograr los objetivos.

## Estrategia No. 2

- Programa motivacional

Para implementar este programa, es necesario considerar que algunos expertos en relaciones humanas deploran las técnicas de palos (regañones, llamadas de atención escritas, reportes y otros) obsequios (comisiones sobre ventas, promociones, bonos de trabajo y otros); éstas funcionan y se aplican con discreción.

Sin embargo, tales técnicas no funcionan igual en todas las circunstancias, no satisfacen ninguna de las necesidades intrínsecas que son motivadores poderosos a largo plazo. Por tal motivo se propone el siguiente programa motivacional, dirigido a nivel general, aplicable a las tres áreas que conforman la empresa; cada órgano implementará la mejor opción para mejorar el ambiente de trabajo, por medio de estrategias propias para los métodos expuestos.

### Objetivos

#### Generales

- Contribuir a mejorar la satisfacción de las necesidades en los empleados, mediante un programa de motivación como guía administrativa para lograr mejorar la atención al cliente en el Súper Mercado Dicasa ubicado en el municipio de La Democracia.

#### Específicos

- Facilitar al área administrativa los lineamientos para la aplicación del programa de motivación.
- Proporcionar los pasos a seguir para lograr el resultado deseado que contribuirá al desarrollo de las funciones administrativas.
- Mejorar el desempeño laboral de los empleados mediante la aplicación de incentivos.

## Resultados Esperados

Los resultados que se pretenden alcanzar con el presente programa motivacional son:

- Incremento de la eficiencia individual.
- Incremento del rendimiento en equipo de los colaboradores de la empresa.
- Prestación de servicios calificados.
- Satisfacción total de las necesidades de los colaboradores y clientes.
- Cumplimiento de los planes, objetivos y metas de la empresa.
- Estabilidad en el mercado.
- Ventajas competitivas para una mejor participación en el mercado.

## Políticas de difusión, uso y mantenimiento.

**Difusión:** el programa motivacional de capacitaciones e incentivos ha sido creado de acuerdo a las necesidades manifestadas por el recurso humano, por tal razón debe ser considerado como una herramienta de ayuda y diagnóstico administrativo, el cual deberán ser comunicado al personal del área administrativa del Súper Mercado Dicsa.

- **Uso:** este documento servirá como una guía que ayudará en la motivación entre los empleados con el fin de mejorar el clima organizacional.
- **Mantenimiento:** se debe revisar a cierto tiempo las técnicas y métodos que se proponen para evaluar su efectividad y continuidad en la empresa en intervalos no mayores a un año o de acuerdo a las estipulaciones de los encargados de llevar a cabo el programa.

## Programa de motivación.

El programa de motivación que a continuación se presenta contiene una serie de aspectos que ayudarán en la aplicación adecuada de la estructura del programa que beneficiarán el desarrollo de las funciones que ejecuta el personal del Súper Mercado Dicsa. Estos aspectos se desglosan a continuación.

## Temas a Desarrollar

- Autoestima
- Superación personal
- Éxito
- Liderazgo

## Lineamientos del programa.

- Analizar si las necesidades psicológicas de los empleados están satisfechas.
- Establecer y utilizar el programa motivacional en los empleados para lograr la autorrealización individual.
- Mejorar el clima organizacional para lograr que los empleados desempeñen su labor y pongan en práctica lo aprendido.
- Crear un comité que se encargue de organizar y dirigir las actividades que contiene el programa de motivación.
- El programa motivacional propuesto será expuesto a modificaciones periódicas y de acuerdo a las necesidades de la empresa..

## Pasos para desarrollar el programa en el área administrativa:

El programa de motivación para el Súper mercado Dicsa del municipio de La Democracia y su aplicabilidad se llevará a cabo de acuerdo a los siguientes pasos:

- Creación del comité encargado de organizar y dirigir las actividades: Para lograr el éxito, es necesario que el área administrativa planifique con el objetivo de proporcionar y establecer ventajas y probabilidades que constituyan herramientas útiles y de fácil acceso, por eso en esta etapa se hace necesario que la gerencia maneje las funciones del programa y conozca las relaciones interpersonales de los empleados, además de dirigir los lineamientos y estructuras del programa.

- Proporcionar las herramientas necesarias para la ejecución y diseño, se debe proveer al personal los conocimientos necesarios, objetivos, metas, alcances, así como otros lineamientos fundamentales para pretender alcanzar el mejoramiento de las actividades.
- Preparación: los colaboradores encargados deben conocer las funciones de las actividades claves que deben realizar en la implementación del programa motivacional, elaborándolas de manera clara, práctica y sencilla para hacer ejecutadas sin ninguna dificultad.

### Desarrollo del programa:

Es esencial que los empleados se manifiesten de conformidad dentro del área de trabajo, para entender si se encuentran satisfechos o no y que realicen sus actividades productivas, pero sobre todo que mejoren la problemática que surge dentro del ambiente laboral.

Con esta finalidad es recomendable que la administración se mezcle y conviva con sus empleados para conocer sus inquietudes y proporcionar solución, además poner en práctica programas motivacionales que se constituyen en guías o parámetros que lleven a satisfacer la fuerza laboral.

Para el desarrollo del programa motivacional del Súper Mercado Dicsa del Municipio de La Democracia. Se delimitan las siguientes actividades:

### Actividades del programa motivacional

#### Actividades grupales objetivo

Estas actividades deben promover la participación y desenvolvimiento de los empleados para que constituyan un beneficio en la motivación de la fuerza laboral, fomentar vínculos de compañerismo y socialización entre los empleados.

## Eventos

- Celebraciones.

Preparar festejos en relación a fechas especiales en donde los empleados puedan celebrar días festivos en un ambiente de cordialidad con sus compañeros de trabajo preparar adornos para la decoración, refrigerios y regalos que serán repartidos en esos días. (Se fijará una cuota entre los empleados de la empresa)

- Cumpleaños.

Organizar celebraciones o menciones especiales para los empleados que cumplen años en el mes, de tal forma que se sientan incluidos, respetados e importantes para la empresa.

- Excursiones.

Establecer reuniones informales en lugares fuera de la empresa, que se recreen y diviertan al grupo.

- Reconocimientos

Se entregarán reconocimiento a aquellos colaboradores que destaquen en el mes como el mejor vendedor u otro.

- Lluvias de ideas.

Fomentar la reunión entre los empleados para intercambiar ideas y conceptos en relación a temas o problemas que conciernen al área con el fin de aprovechar la información y que se vierta en este evento. Se realizará mediante reuniones de mesa redonda que se llevarán a cabo cada tres meses esto se hará por departamento para que todos los empleados participen en esta práctica para hacerles sentir que son tomados en cuenta.

- Estrategias o acciones

Mantenimiento y suministros.

Proporcionar el mobiliario y equipo adecuado a los empleados, y el mantenimiento constante y periódico, que facilite el desempeño eficiente del trabajo.

- Espacio Físico.

El área administrativa se encargará de los aspectos del espacio y distribución del área en el que desempeñará el recurso humano, para ser mejorados y estos que contribuyan a la mejora de la atención al cliente

.

- Limpieza.

Se debe asegurar el orden e higiene de toda la institución, a fin de contribuir a la buena imagen y funcionamiento del Súper mercado para que el cliente se sienta bien y de referencia a otros que no son clientes.

Esto ayudará a:

- Mejorar la imagen de la institución
- El ambiente es más agradable
- Mayor comodidad para el personal
- Beneficia la salud del personal y del cliente

## Estrategia No. 2

- Implementar un control de calidad interno que ayude a verificar el buen estado de los productos y fecha de caducidad de todo el producto que se vende.

El propósito de implementar este control es tener todo en orden así evitar algún tipo de reclamo en la tienda, así mismo con ello se podrá verificar cuanto es la demanda que se tiene sobre algún producto y que fecha realizar más compras, al realizarlo sería como mínimo una vez al mes con la finalidad de ofrecer productos garantizados.

### Estrategia No. 3

- Conservar y ampliar la cartera de clientes, por medio de promociones de ventas y publicidad constante hacia todo el mercado consumidor.

Para conservar la cartera de clientes es importante brindarles una buena atención a los clientes implementar estrategias como:

- Promoción especial para clientes potenciales de la empresa:



Esta promoción se realizará solo con clientes potenciales de la empresa con el fin de fidelizarlos.

- Llamadas de cortesía.



Se realizaran llamadas de cortesía a clientes especiales para ofrecer nuevos productos, así mismo para hacerles llegar un saludo de cumpleaños o algún festejo en especial.

- Implementar un anfitrión de servicio que oriente al cliente.



Esto es indispensable, hay clientes que por vez primera ingresan al súper mercado y desconocen la ubicación de los productos.

Para ampliar la cartera de clientes es importante realizar una publicidad constante por medios de comunicación como: radial, televisiva, afiches, paneles y ofertas de productos.

- Slogan

Donde encuentras todo y al mejor precio

- Logotipo



- Políticas

Se establecen las siguientes políticas con la finalidad de que sean utilizadas como guías de acción para tomar decisiones, son claras y están relacionadas con los objetivos establecidos.

## Políticas de Administración

- Toda actividad a desarrollar a mediano y largo plazo, deberá estar contemplada en el plan estratégico de la organización.
- Todos los productos y servicios que se comercialicen deberán cumplir con las normas y estándares de calidad establecidos en la organización.

## Políticas de personal

- Deberá desarrollarse en forma anual la necesidad de recursos humanos.
- Toda promoción de empleados deberá ser de acuerdo a los resultados de su evaluación del desempeño.
- Los empleados deberán cumplir con el horario de trabajo, con el cual fueron contratados.
- Los colaboradores deberán presentarse con su uniforme respectivo en la empresa.
- Establecer actividades sociales y recreativas que permitan a los empleados compartir con los demás compañeros y jefes, todos como un grupo de trabajo.
- Otorgar reconocimientos especiales a los empleados que destacan en el desempeño de sus funciones.
- 

## Políticas de seguridad e higiene

- Cada empleado será responsable de todos los implementos asignados para el desarrollo de su trabajo.
- Tener a disposición de todos los empleados un botiquín de primeros auxilios.

**REGLAMENTO PARA EL USO DE UNIFORME**  
**SÚPER MERCADO SÚPER DICASA, LA DEMOCRACIA**

**Lineamientos específicos aplicables al personal:**

1. El uniforme deberá usarse:
  - a. Durante el período que oficialmente anuncie la Gerencia de Administración.
  - b. Se utilizará en forma completa (Pantalon, falda y blusa para mujeres) (Pantalon de vestir y Playera tipo polo para hombres en bodega)
  - c. Los zapatos a utilizar en el horario de trabajo será en tacones 2 cm. Para mujeres y para hombres zapatos formales
  - d. El color del uniforme ya esta establecido por la empresa en blusa y playera color azul y pantalon color negro.
  
2. El colaborador que asista a laborar sin el uniforme estará incumpliendo con una política disciplinaria establecida por la entidad y será acreedora de sanciones.
  - a. El primer y segundo día en el transcurso de un mes calendario que la persona incumpla en el uso del uniforme, será amonestada mediante un reporte escrito que posteriormente se integrará al expediente personal.
  - b. Si en un mismo mes calendario la persona falta al cumplimiento del presente por tercera ocasión, no se le permitirá el acceso a laborar, registrandose como inasistencia y por ende se le descontará el equivalente del 100% de un día de su salario.

**Se exceptuará lo anterior en los siguientes casos:**

- a. Por motivo de embarazo deje de usar el uniforme proporcionado.
- b. Cuando en forma general la Gerencia de Súper Dicasa anuncie un día determinado que el personal deba de presentarse en ropa particular.

- c. Cuando se le recomienda al colaborador una comisión determinada fuera de la empresa, la cuál no necesariamente origine durante todo el día
- d. En caso de que alguna de las prendas del uniforme proporcionado ya no se encuentre en condiciones óptimas de uso, la cual deberá notificar por escrito al gerente propietario.

## **Organización**

La organización del Súper mercado Dicasa, requiere una estructura en términos de autoridad, la definición de objetivos, organización de tareas, funciones y responsabilidades.

- **Organigramas**

Los organigramas propuestos muestran las interrelaciones, niveles jerárquicos, autoridad y puestos de trabajo existentes dentro de la empresa.

- **Organigrama general**

Este organigrama representa a los órganos principales de la empresa y/o las diferentes divisiones gerenciales, a continuación el organigrama propuesto:



Fuente: aporte propositivo del investigador

## Dirección

Esta fase del proceso administrativo, es donde se debe poner en marcha todos los lineamientos propuestos anteriormente, se cuenta con las líneas de mando y las actividades que deberá realizar cada empleado en su puesto de trabajo; los gerentes deberán dirigir de la mejor forma a todos los integrantes de la empresa para alcanzar los objetivos establecidos.

### Cualidades para dirigir

Uno de los principales elementos para una buena dirección es la comunicación; ésta debe facilitarse entre empleados y superiores, mediante los canales de comunicación normales que existen:

**a. Orales:** consultas, reuniones y entrevistas.

**b. Escritos:** memorándum es, cartas, sugerencias y por medio de correo

Con la utilización adecuada de lo anterior, se pueden lograr los objetivos deseados y la mejora del desempeño de las funciones de todos los empleados y mantener informada a la gerencia sobre las actitudes y reacciones de los mismos, para trabajar en mejoras; se propone un modelo de encuesta de comunicación para todos los empleados de la empresa, la cual se deberá aplicar cada seis meses con el fin de analizar la información recopilada y tomar medidas correctivas.

## **Control**

### Medidas de control

- **Puntualidad:**

Todo el personal deberá cumplir con la obligación de registrar su entrada y salida al puesto de trabajo, así como la de las pausas o salidas extraordinarias que realicen por medio de un libro de control que se maneja con el personal de la administración.

- **Uso de celular:**

Para brindar una buena atención al cliente es importante que el personal mantenga su celular apagado en horarios de trabajo para enfocarse directo en su labor, así mismo por seguridad, por lo que de encontrarse a algún colaborador con este dispositivo se le hará llegar una llamada de atención.

- **Respeto**

Respetar los niveles jerárquicos dentro de la empresa.

- **Uniforme:**

Velar que todo empleado se presente en sus labores con el respectivo uniforme dado por la empresa. (Esta labor queda a cargo del gerente propietario).

- **Libro de queja o sugerencia:**

Esto con la finalidad de que los clientes puedan anotar su sentir en cuanto a la mala atención recibida de empresa o colaborador.

## Cronograma de actividades de capacitación

Capacitaciones	Responsable	Temas	Costo	Lugar	Participantes
Capacitación interna y externa necesarias para el conocimiento del gerente y colaboradores	Representante de INTECAP	- Atención al Cliente	Q. 280 de Refacción Q. 200 de Capacitación	Restaurante el Huerto	- Capacitador Gerente - 12 colaboradores
	Gerente Propietario	- Clima Organizacional	Q. 260 de refacción	Salón de Super Dicasa	- Gerente - Colaboradores
	Colaboradores y Gerente	- Riesgos laborales (discusión en mesa redonda)	Q. 130 de refacción	Salón de Super Dicasa	- Gerente - Colaboradores
	Enfermero	- Primeros Auxilios	Q. 280 de refacción Capacitación gratis por el centro de salud.	Salón del centro de salud.	- Gerente - Colaboradores
	Representante de INTECAP	- Servicio al Cliente	Q. 280 de Refacción Q. 200 de Capacitación	Restaurante el Huerto	- Capacitador Gerente - 12 colaboradores

Observaciones: En las capacitaciones realizadas en el Restaurante el Huerto no tendrá ningún costo ya que por consumir alimentos el lugar proporciona sonido, salón y cañonera. Total de gastos Q. 1,630.00

## Cronogramas de Actividades de Motivación

Formas de Motivación	Encargado	Actividades	Tiempo
1. Otorgar Bonificaciones, días libres, reconocimientos, etc..	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer metas sobre ventas.</li> <li>• Analizar incrementos salariales.</li> </ul>	Mensualmente Anualmente
2. Reconocimiento al buen trabajo realizado.	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombrar al empleado del mes</li> </ul>	Mensualmente
3. Capacitación	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoestima</li> <li>• Superación Personal</li> <li>• Éxito</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>	Mensualmente
4. Eliminar factores Negativos	Gerente y personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el ambiente de trabajo</li> </ul>	Mensualmente

Fuente: Elaboración Propia

**CONTROL DE ENTRADAS Y SALIDAS DE PERSONAL  
SÚPER MERCADO DICASA, LA DEMOCRACIA**

Nombre del Colaborador	Hora de ingreso	Hora de salida de almuerzo	Hora de ingreso de almuerzo	Hora de Salida	Firma del colaborador



**CONSTANCIA DE INSCRIPCION Y MODIFICACION AL REGISTRO TRIBUTARIO UNIFICADO**

Página: 1 / 2

**ACTUALIZADO**

**NIT:** 708006-9

**Nombre o razón social:** HENRY LESMAN, GRANADOS ARGUETA

**Domicilio fiscal:** CARRETERA INTERAMERICANA KM. 324.5 CENTRO POBLACIONAL LA DEMOCRACIA, HUEHUETENANGO

**Departamento:** HUEHUETENANGO

**e\_mail:** \_\_\_\_\_ **Nacionalidad:** GUATEMALTECA

**Género:** MASCULINO **Teléfono:** \_\_\_\_\_

**Cédula / Pasaporte:** M-13 12.784 **Fax:** \_\_\_\_\_

**Cul:** 1990645041312 **Nacimiento / Constitución:** 28/02/1968

**Número de colegiado:** \_\_\_\_\_ **Fecha de colegiado:** \_\_\_\_\_

**Organización legal:** INDIVIDUAL

**Actividad económica:** VENTA AL POR MENOR EN ALMACENES NO ESPECIALIZADOS CON SURTIDO COMPUESTO PRINCIPALMENTE DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO

**Inscrip. Registro Mercantil:** \_\_\_\_\_ **Inscrip. def. Reg. Mercantil:** \_\_\_\_\_ **Inscripción RTU:** 15/03/1994 **Última modificación:** 29/05/2012

**crip. Registro Civil:** \_\_\_\_\_ **Estatus:** - ACTIVO - **Número de escritura:** \_\_\_\_\_ **Fecha de escritura:** \_\_\_\_\_ **Fecha de fallecimiento:** \_\_\_\_\_

	N.I.T.	Nombre	Nombramiento	Inscripción	Estatus	Fecha	Estatus Principal
Contador	2371682-7	KATY JULISSA, MENDOZA MORALES	15/12/2008	05/01/2012	ACTIVO	05/01/2012	
Contador	2371682-7	KATY JULISSA, MENDOZA MORALES	15/12/2008	11/10/2005	ACTIVO	11/10/2005	

**Sistema Inventario:** COSTO DE PRODUC. O ADQUIS. PROM. PONDER. DE LA EXIST **Sistema Contable:** Devengado

IMPUESTO AFILIADO	REGIMEN	NOMBRE DE LA OBLIGACION	FORMULARIO No.	FRECUENCIA DE PAGO	FORMA DE CALCULAR
ISR	OPTATIVO	PAGO ANUAL	119	PAGO ANUAL	31% Sobre la renta imponible
ISR	OPTATIVO	PAGO TRIESTRAL	102	PAGOS TRINESTRALES	Impuesto determinado en el periodo anterior / 4 ISR
Iva Dom.	GENERAL	PAGO IVA PERSONA INDIVIDUAL COMERCIANTE O TECNICO	201	PAGOS MENSUALES	Diferencia entre IVA cobrado e IVA pagado (tasa 12%)
Iva Dom.	GENERAL	PAGO IVA PERSONA INDIVIDUAL COMERCIANTE O TECNICO	215	PAGOS MENSUALES	Diferencia entre IVA cobrado e IVA pagado (tasa 12%)

Número Establecimiento	Nombre Comercial	Domicilio Comercial	Estatus	Fecha Inicio operaciones	Fecha Última Modificación
1	SUPER DICASA	KILOMETRO 324.50 CARRETERA INTERAMERICANA CENTRO POBLACIONAL LA DEMOCRACIA HUEHUETENANGO	A	07/09/2000	04/05/2002

**Número de negocios Activos:** 1 **Número de negocios cancelados:** 0 **Fecha de impresión:** 29-05-2012

F. \_\_\_\_\_
   
 DELEGADO
   
 SECCION REGISTRO TRIBUTARIO UNIFICADO

**NOTAS:**

- PARA TODA MODIFICACION A SUS DATOS GENERALES O CAMBIO DE REGIMEN A IMPUESTOS A LOS CUALES SE ENCUENTRA AFECTO, DEBERA DAR AVISO A LA "SAT" PARA EVITAR SANCIONES POSTERIORES.
- SE LE RECUERDA HABILITAR LIBROS EN EL PLAZO DE 30 DIAS PARA EVITAR SANCIONES DE ACUERDO A LO QUE ESTABLESCEN LAS LEYES ESPECIFICAS.

1.6.6.3.5  
0000  
1.6.6.3.6  
0000

# Patente de Comercio de Empresa

REGISTRO MERCANTIL DE LA REPUBLICA  
GUATEMALA, C. A.

La Empresa Mercantil  
SUPER DICASA

Fuiste inscrita bajo el número de Registro 242878  
Número de Expediente 31650 - 2000  
Dirección Comercial CENTRO POBLACIONAL LA DEMOCRACIA KILOMETRO 324.5 CARRETERA INTERAMERICANA, HUEHUETENANGO  
Objeto COMPRA, VENTA DE MERCADERIA EN GENERAL, ABARROTES, LINEA BLANCA ELECTRODOMESTICOS, JOYERIA, PERFUMERIA, PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA, MEDICINA POPULAR, IMPORTACION DE PRODUCTOS DE LICITO COMERCIO

Folio 627 Libro 204  
Categoría UNICA

de Empresas Mercantiles

Fecha de Inscripción 07 / / 2000  
Nombre Propietario(s) HENRY LESMAN GRANADOS ARGUETA

Nacionalidad GUATEMALTECA Documento de Identificación M-13  
Extendido en HUEHUETENANGO Orden 12784  
Dirección del Propietario CENTRO POBLACIONAL LA DEMOCRACIA KILOMETRO 324.5 CARRETERA INTERAMERICANA  
Clase de Establecimiento INDIVIDUAL Representante EL PROPIETARIO  
Fecha de emisión de esta Patente Guatemala 07 de SEPTIEMBRE de 2000

Registador Mercantil General de la Republica

NOTA: Esta patente deberá ser colocada en lugar visible.

## ESTADO DE RESULTADOS

Super DICASA  
Henry Lesman Grandos Argueta  
*Cifras Expresadas en Quetzales*

Estado de situación financiera del período contable comprendido del 01/01/2013 al 31/12/2013

### INGRESOS

Ventas	Q 6,474,600.00	
Servicio	Q -	Q 6,474,600.00

### COSTO DE VENTAS

Inventario Inicial de Mercaderías	Q 2,150,350.00	
(+) Compras	Q 5,427,300.00	
Mercadería Disponible	Q 7,577,650.00	
(-) Inventario Final de Mercaderías	Q 2,450,000.00	Q 5,127,650.00
Costo de Venta		Q 1,346,950.00

### GASTOS DE OPERACIÓN

(+) Mantenimiento de edificio	Q 4,200.00	
(+) Dep. Vehículo	Q 32,000.00	
(+) Dep. Equipo de computación	Q 4,166.00	
(+) Dep. Mobiliario y Equipo	Q 14,100.00	
(+) Energía Eléctrica	Q 30,600.00	
(+) Combustible y lubricantes	Q 54,000.00	
(+) Teléfono	Q 6,000.00	
(+) Internet	Q 4,200.00	Q 149,266.00

### GASTOS DE ADMINISTRACION

Sueldo	Q 352,800.00	
IGSS	Q 38,352.00	Q 391,152.00

Ganancia antes del ISR	Q 806,532.00
ISR Por Pagar	Q 250,024.92
Ganancia del Ejercicio	Q 556,507.08

El Infrascrito Perito Contador Dahuny Oneddy Villatoro Vicente, con Registro ante la Superintendencia de Administración Tributaria SAT bajo el número cinco millones cuatrocientos cuarenta y cuatro mil ciento cincuenta y siete guión nueve (5444157-9); C E R T I F I C A el presente Estado de Resultados del negocio denominado *Super DICASA, propiedad del señor Henry Lesman Grandos Argueta, ubicado en La Democracia; Huehuetenango.*

La Democracia, 15 de Febrero 2014

Dahuny Oneddy Villatoro Vicente  
Perito Contador  
Reg. 5444157-9



## ESTADO DE RESULTADOS

Super DICASA  
Henry Lesman Grandos Argueta

*Cifras Expresadas en Quetzales*

### Proyectado

Estado de situación financiera del período contable comprendido del 01/01/2014 al 31/12/2014

#### INGRESOS

Ventas	Q 6,668,838.00	
Servicio	Q -	Q 6,668,838.00

#### COSTO DE VENTAS

Inventario Inicial de Mercaderías	Q 2,450,000.00	
(+) Compras	Q 5,589,820.00	
Mercadería Disponible	Q 8,039,820.00	
(-) Inventario Final de Mercaderías	Q 2,455,100.00	Q 5,584,720.00
Costo de Venta		Q 1,084,118.00

#### GASTOS DE OPERACIÓN

(+) Mantenimiento de edificio	Q 4,700.00	
(+) Dep. Vehículo	Q 32,000.00	
(+) Dep. Equipo de computación	Q 4,166.00	
(+) Dep. Mobiliario y Equipo	Q 14,100.00	
(+) Energía Eléctrica	Q 33,000.00	
(+) Combustible y lubricantes	Q 54,600.00	
(+) Teléfono	Q 6,000.00	
(+) Internet	Q 4,200.00	Q 152,766.00

#### GASTOS DE ADMINISTRACION

Sueldo	Q 352,800.00	
IGSS	Q 38,352.00	Q 391,152.00

Ganancia antes del ISR	Q 540,200.00	
ISR Por Pagar	Q 167,462.00	
Ganancia del Ejercicio	Q 372,738.00	

El Infrascrito Perito Contador Dahuny Oneddy Villatoro Vicente, con Registro ante la Superintendencia de Administración Tributaria SAT bajo el número cinco millones cuatrocientos cuarenta y cuatro mil ciento cincuenta y siete guión nueve (5444157-9); C E R T I F I C A el presente Estado de Resultados del negocio denominado *Super DICASA*, propiedad del señor Henry Lesman Granados Argueta, ubicado en La Democracia; Huehuetenango.

La Democracia, 15 de Febrero 2014

Dahuny Oneddy Villatoro Vicente  
Perito Contador  
Reg. 5444157-9



## BALANCE GENERAL

Al 31 de Diciembre 2013

Super DICASA

Henry Lesman Grandos Argueta

*Cifras Expresadas en Quetzales*

### ACTIVO

#### CORRIENTE

Caja	Q	155,000.00	
Bancos	Q	65,000.00	
Mercaderías (Inventario final)	Q	2,450,000.00	
IVA por cobrar	Q	-	
ISO	Q	-	Q 2,670,000.00

#### NO CORRIENTE

Vehículo	Q	160,000.00	
Inmuebles	Q	6,700,000.00	
Mobiliario y Equipo	Q	70,500.00	Q 6,930,500.00

**TOTAL ACTIVO** Q 9,600,500.00

### PASIVO

#### CORRIENTE

ISR por Pagar	Q	250,024.92	
Dep. vehículos	Q	64,000.00	
Dep. Equipo de computación	Q	8,332.00	
Dep. Mobiliario y Equipo	Q	28,200.00	
Proveedores	Q	58,400.00	
IVA por pagar	Q	2,150.00	Q 411,106.92

#### NO CORRIENTE

Hipotecas a largo plazo	Q	584,000.31	
Total Pasivo	Q	995,107.23	

### PATRIMONIO

Capital	Q	6,791,285.69	
Ganancias Acumuladas	Q	1,257,600.00	
Utilidad del Ejercicio	Q	556,507.08	Q 8,605,392.77
<b>TOTAL PATRIMONIO MAS PASIVO</b>			<u>Q 9,600,500.00</u>

El Infrascrito Perito Contador Dahuny Oneddy Villatoro Vicente, con Registro ante la Superintendencia de Administración Tributaria SAT bajo el número cinco millones cuatrocientos cuarenta y cuatro mil ciento cincuenta y siete guión nueve (5444157-9); **C E R T I F I C A** el presente Estado de Resultados del negocio denominado Super DICASA, propiedad del señor Henry Lesman Granados Argueta, ubicado en La Democracia; Huehuetenango.

La Democracia, 28 de febrero 2014.

Dahuny Oneddy Villatoro Vicente  
Perito Contador  
Reg. 5444157-9

*Dahuny Oneddy Villatoro Vicente*  
PERITO CONTADOR  
Registro No 5444157-9

## BALANCE GENERAL

Al 31 de Diciembre 2014

Super DICASA

Henry Lesman Grandos Argueta

*Cifras Expresadas en Quetzales*

**Proyectado**

### ACTIVO

#### CORRIENTE

Caja	Q	145,750.00	
Bancos	Q	67,850.00	
Mercaderías (Inventario final)	Q	2,455,100.00	
IVA por cobrar	Q	2,785.00	
ISO	Q	-	Q 2,671,485.00

#### NO CORRIENTE

Vehículo	Q	160,000.00	
Inmuebles	Q	6,700,000.00	
Mobiliario y Equipo	Q	70,500.00	Q 6,930,500.00

**TOTAL ACTIVO**

**Q 9,601,985.00**

### PASIVO

#### CORRIENTE

ISR por Pagar	Q	167,462.00	
Dep. vehículos	Q	96,000.00	
Dep. Equipo de computación	Q	12,500.00	
Dep. Mobiliario y Equipo	Q	42,300.00	
Proveedores	Q	58,400.00	
IVA por pagar	Q	-	Q 376,662.00

#### NO CORRIENTE

Hipotecas a largo plazo	Q	584,000.31	
Total Pasivo	Q	<u>960,662.31</u>	

### PATRIMONIO

Capital	Q	7,010,984.69	
Ganancias Acumuladas	Q	1,257,600.00	
Utilidad del Ejercicio	Q	372,738.00	Q 8,641,322.69
<b>TOTAL PATRIMONIO MAS PASIVO</b>			<b><u>Q 9,601,985.00</u></b>

El Infrascrito Perito Contador Dahuny Oneddy Villatoro Vicente, con Registro ante la Superintendencia de Administración Tributaria SAT bajo el número cinco millones cuatrocientos cuarenta y cuatro mil ciento cincuenta y siete guión nueve (5444157-9); C E R T I F I C A el presente Estado de Resultados del negocio denominado Super DICASA, propiedad del señor Henry Lesman Grandos Argueta, ubicado en La Democracia; Huehuetenango.

La Democracia, 28 de febrero 2014.

  
Dahuny O. Villatoro Vicente  
Perito Contador  
Reg. 5444157-9

  
Dahuny Oneddy  
Villatoro Vicente  
PERITO CONTADOR  
Registro No 5444157-9

Según la información obtenida de los estados financieros de la empresa Súper Dicsa de la Democracia se observa que en los meses: enero, febrero, marzo, abril, noviembre y diciembre las ventas aumentan en un porcentaje del 1.5% hasta el 3%; al implemetar el nuevo proyecto del Proceso Administrativo enfocado a la Atención al Cliente; se preveé un aumento considerable del 3% mensual en todo el año, así mismo mantener la cartera de clientes y atraer a los que dejaron de comprar, con esto se considera un mayor aumento a las ventas y utilidades de la empresa.

## FACHADA DEL SÚPER MERCADO



## ÁREA DE COCINA



## ÁREA DE ROPA PARA BEBÉ



## ÁREA DE ACCESORIOS PARA BEBÉ



## ÁREA DE ROPA PARA DAMAS Y CABALLEROS



## RECEPCIÓN Y COBRO



## ÁREA DE TELEFONÍA CELULAR



## ÁREA DE INGRESO AL SÚPER MERCADO



## FACHADA DEL SÚPER MERCADO



## ÁREA DE ABARROTES Y PRODUCTOS DE LIMPIEZA



**BOLETA**

**PARA BUZON DE COMENTARIOS, QUEJAS Y SUGERENCIAS.**

**SU OPINION ES IMPORTANTE.**

**ANOTE AQUÍ SU COMENTARIO, QUEJA O SUGERENCIA.**



**SU OPINION ES IMPORTANTE.**

**ANOTE AQUÍ SU COMENTARIO, QUEJA O SUGERENCIA.**

