

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**“CARACTERIZACIÓN DE LAS ÁREAS FUNCIONALES EJECUTADAS POR
DISTRIBUIDORA DE ORIENTE, DEL MUNICIPIO DE CHIQUIMULA”**



**POR:
DUNIA ALEJANDRA DIAZ ESPINA**

CHIQUIMULA, GUATEMALA, NOVIEMBRE 2015

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

**“CARACTERIZACIÓN DE LAS ÁREAS FUNCIONALES EJECUTADAS POR
DISTRIBUIDORA DE ORIENTE, DEL MUNICIPIO DE CHIQUIMULA”**

Sometido a consideración del Honorable Consejo Directivo

Por:

DUNIA ALEJANDRA DIAZ ESPINA

Al conferírsele el título de

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

En el grado académico de

LICENCIADA

CHIQUIMULA, GUATEMALA, NOVIEMBRE 2015

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



RECTOR
Dr. CARLOS GUILLERMO ALVARADO CEREZO

CONSEJO DIRECTIVO

Presidente:	M.Sc. Nery Waldemar Galdámez Cabrera
Representante de Profesores:	M.Sc. José Leonidas Ortega Alvarado
Representante de Profesores:	Lic. Zoot. Mario Roberto Suchini Ramírez
Representante de Graduados:	Lic. Zoot. Oscar Augusto Guevara Paz
Representante de Estudiantes:	Br. Carla Marisol Peralta Lemus
Representante de Estudiantes:	PAE. Alberto José España Pinto
Secretaria:	Licda. Marjorie Azucena González Cardona

AUTORIDADES ACADÉMICAS

Coordinador Académico:	Ing. Agr. Edwin Filiberto Coy Cordón
Coordinador de Carrera:	Licda. Rosaura Isabel Cárdenas Castillo

ORGANISMO COORDINADOR DE TRABAJOS DE GRADUACIÓN

Presidente:	Licda. Rosaura Isabel Cárdenas Castillo
Secretario:	M.A. Eduina Araselly Linares Ruiz
Vocal:	Licda. Ester palacios Castañeda

TERNA EVALUADORA

Presidente:	MSc. Carlos Leonel Cerna Ramírez
Secretario:	PhD. Felipe Nery Agustín Hernández
Vocal:	M. A. David Estuardo Villatoro Arévalo

Chiquimula, 16 de Noviembre de 2015.

Señores

Miembros del Consejo Directivo

Centro Universitario de Oriente -CUNORI-

Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-

Chiquimula, Ciudad.

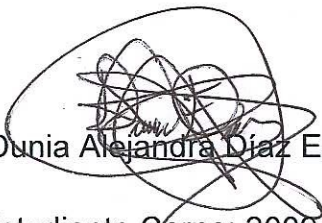
Respetables Señores:

En cumplimiento con lo establecido por los Estatutos de la Universidad de San Carlos de Guatemala y el Centro Universitario de Oriente, presento a consideración de ustedes, el trabajo de graduación denominado: "CARACTERIZACIÓN DE LAS ÁREAS FUNCIONALES EJECUTADAS POR DISTRIBUIDORA DE ORIENTE, DEL MUNICIPIO DE CHIQUIMULA".

Como requisito previo a optar al título profesional de Administración de Empresas en el grado académico de Licenciada.

Muy atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dunia Alejandra Díaz Espina
Estudiante Carne: 200944779

Chiquimula, Noviembre 10 de 2015

MSc. Nery Waldemar Galdámez Cabrera
Director
Centro Universitario de Oriente -CUNORI-
Chiquimula

MSc. Galdámez Cabrera:

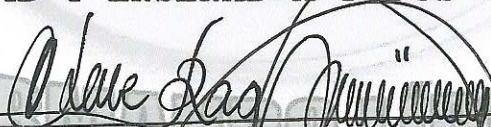
Para su conocimiento y efectos consiguientes, me permito informarle que procedí a asesorar a la estudiante: **DUNIA ALEJANDRA DÍAZ ESPINA** carné **200944779**, quien realizó la investigación denominada **"CARACTERIZACIÓN DE LAS ÁREAS FUNCIONALES EJECUTADAS POR DISTRIBUIDORA DE ORIENTE, DEL MUNICIPIO DE CHIQUIMULA"**.

La estudiante **DÍAZ ESPINA**, se encuentra inscrita en la Carrera de Administración de Empresas -Plan Diario-, y a mi criterio, los resultados de dicha investigación si cumplen con los requisitos establecidos por el Normativo de Trabajos de Graduación aprobado por la carrera.

En consideración a lo anterior, me permito recomendar que se autorice la impresión del documento, para el consecuente Examen Público de Graduación Profesional.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


MA. Claudia Verónica Pérez Aguirre de Cetino
Asesora Principal

cc. Archivo
/mts



D-TG-AE-114/2015

EL INFRASCRITO DIRECTOR DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, POR ESTE MEDIO HACE CONSTAR QUE: Conoció el Trabajo de Graduación que efectuó la estudiante **DUNIA ALEJANDRA DÍAZ ESPINA** titulado “**CARACTERIZACIÓN DE LAS ÁREAS FUNCIONALES EJECUTADAS POR DISTRIBUIDORA DE ORIENTE, DEL MUNICIPIO DE CHIQUIMULA**”, trabajo que cuenta con el aval de su Asesor y del Organismo Coordinador de Trabajos de Graduación, de la carrera de Administración de Empresas. Por tanto, la Dirección del CUNORI con base a las facultades que le otorga las Normas y Reglamentos de Legislación Universitaria **AUTORIZA** que el documento sea publicado como **Trabajo de Graduación** a Nivel de Licenciatura, previo a obtener el título de **ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**.

Se extiende la presente en la ciudad de Chiquimula, dieciséis de noviembre de dos mil quince.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



MSc. Nery Waldemar Galdámez Cabrera
DIRECTOR
CUNORI – USAC



DEDICATORIA

A Sergio José Díaz Espina y Boris Esaú Cervantes Díaz, dos seres hermosos, que ya nos dejaron en esta tierra, llenos de vida, amor, pasión al estudio y deporte, entregados a la familia, fueron y serán mi fuente de motivación y lucha, que nos entregaron lo mejor en el tiempo que se les destino. Este logro es por ellos. Mis ángeles, nunca los olvidamos y siempre estarán en nuestros corazones.

¡LosAmo!

AGRADECIMIENTOS

A DIOS

Todo se lo debo a Él, quien es mi luz, con su infinito amor y misericordia, me demuestra que no hay nada imposible, me ha dado la sabiduría y colmado de infinitas bendiciones para poder alcanzar una meta más en mi vida profesional.

A MIS PADRES

Sergio Díaz y Dunia Espina por su ejemplo y amor, por creer en mí y por estar allí siempre que los necesité apoyándome en todo, porque sus acciones han servido para forjar lo que soy. A través de los años he visto su esfuerzo y dedicación para sacarnos adelante junto a mis hermanos. Por ello son el regalo máspreciado de mi vida. Gracias por darme el legado más grande que pudiera recibir.

A MIS HERMANOS

(Q.E.D) Sergio Díaz, Edgardo Díaz y Andrea Díaz, por sus enseñanzas, por su amor, apoyo, comprensión y travesuras, por estar incondicional para mí.

A MI FAMILIA

Abuelos, Tíos, Tías, Primos, Primas, Cuñada, Sobrinos por sus consejos, sus muestras de cariño y respeto.

A MI NOVIO

Luis Ángel Sosa, quien es mi compañero de estudios, mi amigo, mi confidente, gracias por estar siempre a mi lado, por tu apoyo incondicional y por enseñarme a hacer nuevas cosas.

A MIS AMIGOS

Por su confianza y amistad sincera y por todos los momentos que compartimos juntos.

A MIS COMPAÑEROS

Por su amistad y cariño, e inolvidables experiencias compartidas.

A MIS CATEDRATICOS

Por compartir sus conocimientos con mucho profesionalismo, paciencia, y cariño, y ser parte de mi formación académica.

A MI ASESORA

M.A Claudia Pérez de Cetino, por compartir conmigo sus valiosos conocimientos, su apoyo, su paciencia, orientación, y asesoría en el desarrollo de la investigación.

A DISTRIBUIDORA DE ORIENTE

Por darme la oportunidad de realizar mi trabajo de graduación.

**A MIEMBROS DE MI TERNA
EVALUADORA**

Por el tiempo brindado a la revisión y orientación en la elaboración de la investigación.

**AL DIRECTOR DEL CENTRO
UNIVERSITARIO DE ORIENTE**

Por disposición y apoyo en la revisión de mi informe final

**AL CENTRO UNIVERSITARIO DE
ORIENTE E UNIVERSIDAD DE SAN
CARLOS DE GUATEMALA**

"Baluarte de la Educación Superior", donde me pude formar como profesional.

MI PAIS

Mi Eterna Primavera, la tierra donde nací y porque espera lo mejor de mí.

RESUMEN

En Guatemala, debido a los elevados índices de desempleo, la pequeña y mediana empresa cumple la función de generar fuentes de trabajo en diversas formas, se ha observado que varias personas que no son empleables con respecto a las normas de muchas empresas, encuentran oportunidad de laborar en pequeñas y/o medianas empresas, ya sea como colaboradores de las mismas o estableciendo un negocio por cuenta propia. La pequeña empresa ha sido, en ocasiones, la que abre el camino por el que muchas personas, incluyendo las de escasos recursos, llegan a alcanzar una estabilidad económica, así como impulsan la economía nacional a través de la generación de nuevos empleos.

Para la realización de la presente investigación se planteó el siguiente objetivo general: Caracterizar las áreas funcionales ejecutadas por Distribuidora de Oriente, ubicada en la cabecera departamental de Chiquimula, para elaborar una propuesta administrativa que viabilice el proceso que se desarrolla.

Los resultados de la investigación son de utilidad para los propietarios de Distribuidora de Oriente, ya que se presenta la situación real de la empresa, en función de plantear una efectiva toma de decisiones. Debido al dinamismo que rodea el ambiente administrativo y las exigencias de un mundo cambiante, las organizaciones deben incorporar nuevas herramientas administrativas que le permitan hacer uso efectivo de los recursos propios o asignados. Todo esto en virtud de hacer más eficaz el área administrativa.

A través de la investigación se determinó como conclusiones las siguientes:

Se estableció que el proceso de producción en Distribuidora de Oriente en relación a los descriptores de la planeación estratégica, no lo poseen por escrito, ni en lugar visible. Indicando que sería conveniente sentirse identificados con la razón de ser de la empresa.

En el área de mercadeo son los propietarios encargados de desempeñar dicha función, teniendo productos de la mejor calidad, con precios accesibles en el mercado, el lugar de distribución es el adecuado brindando facilidades de carga y descarga, la ventaja ser distribuidora de productos de una compañía líder en Latinoamérica (AMANCO).

En cuanto al método de dirección utilizado por los propietarios consideran ser líderes con capacidades de dirigir a la empresa para que esta sea productiva y genere las utilidades que ellos esperan obtener. La estructura organizacional de la empresa es de tipo lineal, lo que permite la asignación de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a que tienen a su cargo.

Distribuidora de Oriente emplea métodos de control para verificar si todo ocurre de conformidad con lo planeado por los propietarios, proporcionándoles instrucciones a los colaboradores. Teniendo como fin señalar las debilidades y errores para poder rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente.

Las herramientas administrativas ayudarán al fortalecimiento, en la toma de decisiones, que le resulte accesible y que acompañe en su crecimiento a la empresa Distribuidora de Oriente, basada en las áreas administrativas y de mercadeo, se recomienda la utilización de la propuesta de elementos de Planeación Estratégica y un plan de Estrategias de Marketing que le permitan hacer uso efectivo de los recursos propios y asignados a la empresa.

INDICE GENERAL

RESUMEN

INTRODUCCION

i

CAPITULO I

MARCO METODOLOGICO

1.1 Planteamiento del problema	3
1.1.1 Formulación del problema	4
1.1.2 Sistematización	4
1.1.3 Objeto de estudio	5
1.1.4 Delimitación del problema	5
1.1.4.1 Delimitación institucional	5
1.1.4.2 Delimitación personal	5
1.1.4.3 Delimitación temporal	5
1.1.5 Justificación	5
1.2 Objetivos	7
1.2.1 Objetivo general	7
1.2.2 Objetivos específicos	7
1.3 Diseño metodológico	8
1.3.1 Tipo de investigación	8
1.3.2 Definición de población	8
1.3.3 Conceptualización y operacionalización de variables	8
1.3.4 Técnicas de recolección de datos	10
1.3.5 Fuentes de información y estrategia de investigación	10

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes de MYPIMES nacionales	11
2.2 Antecedentes de AMANCO	11
2.3 Antecedentes de Distribuidora de Oriente	12

CAPITULO III

MARCO TEORICO

3.1 Antecedentes del municipio de Chiquimula	14
3.2 Antecedentes temáticos	14
3.3 Marco conceptual	15
3.3.1 Funciones y áreas de la empresa	16
3.3.2 Diagnóstico	17
3.3.3 Herramientas del proceso administrativo	18
3.3.4 Producción	18
3.3.4.1 Materia prima	18
3.3.4.2 Planeación estratégica	20
3.3.4.3 Especialización	20
3.3.5 Mercadeo	20
3.3.6 Dirección	22
3.3.6.1 Jerarquía	22
3.3.6.2 Designación de tareas	22
3.3.6.3 Autoridad y responsabilidad	23
3.3.6.4 Comunicación	24
3.3.6.5 Liderazgo	24
3.3.6.6 Motivación de personal	24
3.3.7 Control de recursos humanos	25
3.3.7.1 Estándares del desempeño	25
3.3.7.2 Unidad de mando	25
3.3.7.3 Control del recurso humano	25

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1 Producción	27
4.1.1 Materia prima	27
4.1.2 Planeación estratégica	27
4.1.3 Especialización	28

4.2 Mercadeo	29
4.2.1 Producto	29
4.2.2 Precio	29
4.2.3 Plaza	30
4.2.4 Promoción	30
4.2.5 Competencia	31
4.3 Dirección	31
4.3.1 Jerarquía	31
4.3.2 Designación de tareas	32
4.3.3 Autoridad y responsabilidad	33
4.3.4 Comunicación	33
4.3.5 Liderazgo	34
4.3.6 Motivación personal	34
4.4 Control	35
4.4.1 Estándares del desempeño	35
4.4.2 Unidad de mando	35
4.4.3 Control del recurso humano	36
Conclusiones	37
Recomendaciones	39
Referencias Bibliográficas	41

PROPUESTAS

Misión, Visión, Objetivos	44
Valores	45
Organigrama	46
Manual de descripción de puestos	47
Plan de estrategias de marketing	61
Apéndices	67

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Conceptualización y Operacionalización de Variables	8
Cuadro 2. Principales funciones empresariales	17

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Propuesta de organigrama	46
------------------------------------	----

INTRODUCCION

Una empresa es un esfuerzo organizado de trabajadores para alcanzar objetivos planteados desde su concepción, término que abarca tanto bienes como servicios. Cuenta con áreas funcionales para realizar las diversas actividades de la empresa, que se plantean para alcanzar los objetivos y metas.

En dicho proceso deben tenerse claros los aspectos que ayuden al desarrollo de la empresa. Puede decirse que la empresa se apoya en el principio de la división del trabajo y en el concepto de la coordinación. Por lo que es un trabajo que se realiza entre varios hombres sujetos a un orden.

La investigación propuesta tuvo como objetivo: Caracterizar las áreas funcionales de producción, de ventas o marketing, de recursos humanos, y administrativa ejecutadas por Distribuidora de Oriente, ubicada en la cabecera departamental de Chiquimula, para elaborar una propuesta que viabilice el proceso que se desarrolla.

Los resultados son de utilidad para los propietarios de Distribuidora de Oriente, ya que se estableció la situación real de la empresa, en función de plantear una efectiva toma de decisiones en virtud de hacer más eficaz el proceso de las áreas funcionales ejecutadas.

En el informe se presentan los siguientes apartados:

Capítulo I: Marco metodológico: planteamiento del problema, formulación del problema, sistematización, objeto de estudio, delimitación del problema, justificación; objetivos, general y específicos, tipo de investigación, definición de población, conceptualización y operacionalización de variables, técnicas de recolección de datos, fuentes de información y estrategia de investigación.

Capítulo II: Marco referencial: el cual consta de antecedentes de MYPIMES, antecedentes de AMANCO, antecedentes de Distribuidora de Oriente del municipio de Chiquimula, Guatemala.

Capítulo III: Marco teórico: consta de antecedentes del municipio de Chiquimula Guatemala, antecedentes temáticos, marco conceptual.

Capítulo IV: Resultados de la investigación: detallando la secuencia de objetivos, variables e indicadores planteados en el diseño de investigación. Finalizando con conclusiones y recomendaciones, de acuerdo a resultados obtenidos, referencias bibliográficas y electrónicas, apéndices donde se incluyen los instrumentos utilizados para la recolección de datos.

CAPITULO I

MARCO METODOLOGICO

1.1 Planteamiento del problema

Debido a los cambios constantes y a la competencia que existe en las empresas del ámbito comercial, los propietarios de Distribuidora de Oriente consideraron realizar un estudio de las áreas funcionales para obtener información de su situación y plasmar de forma escrita los elementos necesarios, ya que mejora los resultados y une a los miembros de la organización hacia un mismo fin, ya que hasta el momento la forma en que se opera crea confusión en los empleados. Razón por la cual nace la inquietud de poder tener información clara y concisa del entorno interno de dicha empresa.

Hasta la fecha se realizan las operaciones de forma tradicional sin seguir ningún procedimiento técnico, información proporcionada por los propietarios y verificándolo en la observación que se realizó en la empresa, reaccionando ante las actividades que deben realizar en razón de su propio funcionamiento, situación por la que los propietarios consideran necesario tener documentados los procedimientos, para evitar confusiones y para que los colaboradores tengan una guía y ayuden al logro de cada objetivo propuesto. De esta manera hacer que la empresa crezca.

Se ha podido observar que no cuentan con un sistema técnico de control de inventarios, no llevan registro adecuado de la mercadería que ingresan y egresan de la empresa, se hace un cálculo aproximado para saber que se necesita comprar, o que materiales han tenido mayor movimiento de acuerdo a las ventas. Esto está provocando incertidumbre en los propietarios porque no tienen control exacto de sus inventarios provocándoles inconvenientes también con la administración tributaria.

Los colaboradores tienen conocimiento que hay que atender a los clientes, pero no son orientados en cuanto a la determinación de metas, área primaria de atención, recibiendo además indicaciones de hacer otras tareas, no tienen metas de ventas definidas, por lo que en ocasiones provoca desmotivación a realizar sus tareas en el piso de venta. Motivo por el cual los propietarios de la empresa necesitan conocer su estructura funcional para mejorar las actividades y poder ser competitivos.

Los propietarios han estado preocupados por la satisfacción de sus clientes y colaboradores, es por esto que los productos que ofrece o que pueden formar parte de sus estanterías deben cumplir con ciertas especificaciones de calidad y diseño. El gerente desea crear un plan de ventas con objetivos definidos para que los colaboradores tengan una guía y puedan mejorar sus ventas.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuál es la situación actual de las áreas funcionales ejecutadas por Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula?

1.1.2 Sistematización

- ¿Cómo se desarrolla el proceso de producción en Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, para maximizar el aprovechamiento de los recursos?
- ¿Qué elementos contiene la función de mercadeo en Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, para brindar apoyo a la empresa en aspectos de compra y distribución?
- ¿Cuál es el método de Dirección en Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, para identificar el esfuerzo común para alcanzar las metas de la empresa?

- ¿Qué métodos de Control de Recursos Humanos tiene Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, para verificar si todo ocurre de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos?
- ¿Qué herramientas administrativas ayudarán al fortalecimiento de la empresa, basada en las áreas administrativas y de mercadeo?

1.1.3 Objeto de estudio

El proceso de las áreas funcionales ejecutadas por Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula.

1.1.4 Delimitación del problema

1.1.4.1 Delimitación institucional

La investigación se llevó a cabo en las áreas funcionales de producción, de ventas o marketing, de recursos humanos, y administrativa ejecutadas por Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula. En la investigación no se hizo uso del área de finanzas debido a que no se brindaría dicha información por ser un tema de carácter privado.

1.1.4.2 Delimitación personal

La investigación se realizó con el personal administrativo de Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula.

1.1.4.3 Delimitación temporal

La investigación se ejecutó en junio de 2015.

1.1.5 Justificación

Toda organización sea pública o privada, tiene como objetivo fundamental obtener el mayor rendimiento de sus operaciones con un uso adecuado de sus recursos disponibles, por lo cual es indispensable el establecimiento de diagnósticos

administrativos que permita determinar los controles y evaluaciones de sus procedimientos para determinar la situación real de la empresa, con el propósito de plantear alternativas de solución y una efectiva toma de decisiones.

Describir las características de las áreas funcionales de producción, de ventas o marketing, de recursos humanos y administrativa ejecutadas por Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, para tener un marco referencial de las actividades de la empresa ayudó a determinar su situación presente y definir lo que se pretende lograr en un tiempo y espacio definido, creando metas a corto, mediano y largo plazo, conociendo los objetivos para que todos los involucrados en la empresa se sientan comprometidos con lo que se hace.

Los resultados de la investigación serán de utilidad para los propietarios de Distribuidora de Oriente, ya que se presentará la situación real de la empresa, en función de plantear una efectiva toma de decisiones. Debido al dinamismo que rodea el ambiente administrativo y las exigencias de un mundo cambiante, las organizaciones deben incorporar nuevas herramientas administrativas que le permitan hacer uso efectivo de los recursos propios o asignados. Todo esto en virtud de hacer más eficaz el área administrativa

En Distribuidora de Oriente, la situación que enfrentan los propietarios, es que no tienen definido el proceso de las áreas funcionales; por tal razón, no tienen identificadas las actividades interrelacionadas de: producción, mercadeo, dirección, y el control del recurso humano.

De lo anteriormente expuesto, se hizo necesario realizar una investigación cualitativa, para elaborar una caracterización de las áreas funcionales de producción, de ventas o marketing, de recursos humanos, y administrativa ejecutadas por Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula para promover el desarrollo de la empresa y poder facilitar herramientas que sean de apoyo.

De tal modo que los propietarios de Distribuidora de Oriente, podrán visualizar sus debilidades a través de la opinión de sus empleados así como el aporte del investigador que brindará su opinión para mejorar el proceso administrativo con el que actualmente cuentan.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Caracterizar las áreas funcionales de producción, de ventas o marketing, de recursos humanos, y administrativa ejecutadas por Distribuidora de Oriente, ubicada en la cabecera departamental de Chiquimula, para elaborar propuestas que viabilicen el proceso que se desarrolla.

1.2.2 Objetivos específicos

- Establecer el proceso de producción en Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, para maximizar el aprovechamiento de los recursos.
- Determinar los elementos de la función de mercadeo de Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, para brindar apoyo a la empresa en aspectos de compra y distribución.
- Determinar el método de Dirección de Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, para identificar el esfuerzo común para alcanzar las metas de la empresa.
- Identificar los métodos de Control de Recurso Humano que tiene Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, para verificar si todo ocurre de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos.

- Elaborar las herramientas administrativas y de mercadeo que contribuyan al fortalecimiento y proporcione alternativas de solución, para la toma de decisiones de acuerdo a la necesidad de la empresa Distribuidora de Oriente.

1.3 Diseño metodológico

1.3.1 Tipo de investigación

Con la presente investigación se hizo uso del enfoque descriptivo, debido a que se pretende identificar las funciones del área administrativa de Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula. En ella el investigador puede llegar a importantes descubrimientos siguiendo el análisis científico, definiendo errores, perfeccionando sus métodos y técnicas, que sirvan de apoyo a los propietarios de la empresa.

1.3.2 Definición de población

En la investigación se abordó todo el personal de Distribuidora de Oriente siendo ellos los 2 gerentes (propietarios) y 10 colaboradores.

1.3.3 Conceptualización y operacionalización de variables

Cuadro 1. Conceptualización y operacionalización de variables

OBJETIVO	CATEGORÍA	DESCRIPTORES	ÁREA
Establecer el proceso de producción en Distribuidora de oriente, del municipio de Chiquimula, para maximizar el aprovechamiento de los recursos.	Producción	Materia prima Planeación estratégica Especialización	Área de producción
Determinar los elementos de la función de mercadeo de Distribuidora de oriente, del municipio de Chiquimula, para brindar apoyo a la	Mercadeo	Producto Precio Plaza Promoción Competencia	Área de ventas o marketing

empresa en aspectos de compra y distribución.			
Determinar el método de Dirección de Distribuidora de oriente, del municipio de Chiquimula, para identificar el esfuerzo común para alcanzar las metas de la empresa.	Dirección	Jerarquía Designación de tareas Autoridad y Responsabilidad Comunicación Liderazgo Motivación de personal	Área administrativa
Identificar los métodos de Control de Recurso Humano que tiene Distribuidora de oriente, del municipio de Chiquimula, para verificar si todo ocurre de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos.	Control de Recurso Humano	Estándares del desempeño. Unidad de mando Control del Recurso Humano.	Área de recursos humanos
Elaborar las herramientas administrativas y de mercadeo que contribuyan al fortalecimiento y proporcione alternativas de solución, para la toma de decisiones de acuerdo a la necesidad de la empresa Distribuidora de Oriente.	Manual de descripción de puestos y plan de estrategias de marketing.		

Fuente: Elaboración propia, con base a información citada por Pérez E. Laura (2001).

1.3.4 Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos de información; se llevó a cabo por medio de entrevistas, cuestionarios y de la observación; al personal administrativo y colaboradores de Distribuidora de Oriente, donde se obtuvo y desarrolló los sistemas de información logrando cumplir con los objetivos.

1.3.5 Fuentes de información y estrategia de investigación

La entrevista, se llevó a cabo con los propietarios de Distribuidora de Oriente. Utilizando procedimientos que son desde muy formales hasta los casuales.

La técnica de cuestionario, es otro instrumento que se utilizó con el fin de lograr un consenso, siendo un canal de comunicación poco limitado, en el que se determinó lo que se desea saber, estructurando uno donde pueden dar las respuestas claras los 10 colaboradores de distribuidora de Oriente. La observación, se empleó para verificar los resultados de la entrevista al realizar una comparación de toda la información recibida.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes de MYPIMES nacionales

“El término MYPIME proviene del concepto de micro, pequeña y mediana empresa. Para clasificar a las empresas dentro de las categorías mencionadas con anterioridad, se han determinado diferentes criterios ya que la catalogación resulta compleja por la gran diversidad de empresas y que cada mercado establece sus propias reglas según sus condiciones para operar.

Según el Acuerdo Gubernativo 178-2001 del Ministerio de Economía de Guatemala (MINECO), en el artículo 3, se define como microempresa aquella que tiene un máximo de diez (10) trabajadores; la pequeña consta de un máximo de veinticinco (25) y la mediana de un máximo de sesenta (60). Mientras que la Cámara de la Industria (CIG) clasifica como microempresa a aquellas que tienen un máximo de cinco (5) trabajadores, pequeña de seis (6) a cincuenta (50) y mediana de cuarenta y uno (41) a sesenta (60). A diferencia del MINECO y CIG, la Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT) reconoce como pequeña empresa a aquellas que cuentan con un máximo de Q500, 000 en activos y la mediana empresa hasta un máximo de Q1, 200,000 en activos.

De acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL), las MYPIMES han incidido significativamente sobre el empleo en Guatemala; durante el periodo de 1989-1998 la población ocupada por microempresas alcanzó un crecimiento promedio anual del 4.6%, por las pequeñas empresas correspondió del 8.8% y por medianas y grandes empresas del 2.2% (Monzon, 2014).

2.2 Antecedentes de AMANCO

AMANCO es el mayor proveedor de los productos que comercializa Distribuidora de Oriente, por lo que se considera importante hacer mención de las características de dicha empresa.

Es una compañía industrial líder en Latinoamérica en la producción y mercadeo de sistemas de tuberías, conexiones y accesorios plásticos para la conducción de fluidos, principalmente agua, y otros tales como electricidad y gas. Se enfocan hacia los mercados de construcción predial (residencial y comercial), infraestructura y agricultura.

Están presentes en catorce países de Latinoamérica a través de una extensa red de más de 50,000 puntos de venta. En el 2007 Mexichem, empresa mexicana del sector químico y petroquímico adquiere Amanco, integrándose verticalmente a esta compañía líder en la producción de cloro, sosa y PVC. Mexichem es hoy en día el mayor productor de resinas vinílicas en América Latina y por medio de Amanco es el principal productor de tuberías y conexiones de PVC de esta región.

Política de seguridad y compromiso de AMANCO:

“Según el director general Antonio Carillo Rule, en Mexichem y en nuestras empresas subsidiarias, se tiene a la seguridad como nuestra principal prioridad. Damos mucha importancia al medio ambiente y a la calidad de nuestros productos y servicios. En Mexichem y sus subsidiarias nos esforzamos por cumplir los requisitos de nuestros clientes, y enfatizamos que nuestro personal es nuestra mayor fortaleza”(Amanco).

2.3 Antecedentes de Distribuidora de Oriente

Distribuidora de Oriente fue creada en el año 2009, sus propietarios son los señores Marcelo Ramos y Carlos Campos quienes mantienen una relación de amistad. La casa matriz se encuentra ubicada dirección en la 12 Ave. 2-20 zona 1 Chiquimula, Chiquimula.

El Señor Ramos trabajaba como ejecutivo de ventas en una empresa llamada Concesionaria de Oriente, ubicada en la dirección de la actual distribuidora. La empresa se declaró en quiebra, por lo cual el señor Ramos decidió asociarse con el señor Campos para poder adquirir el derecho de dueños absolutos de

Concesionaria de Oriente, con inversión propia, se adquirió los créditos en las empresas proveedoras, y cartera de clientes.

Decidieron cambiar el nombre de Concesionaria de Oriente a Distribuidora de Oriente. La empresa lleva 5 años funcionando, dedicada a la comercialización de tubería de pvc, teja, lámina troquelada, costanera, y todo tipo de material relacionado con ferretería. Posee un logotipo que lo identifica a nivel comercial.

A la fecha no tienen establecidos elementos del proceso de administración, por lo que funcionan de forma empírica. No poseen un organigrama, cuenta con 10 colaboradores, el negocio funciona a créditos de 30 y 45 días. Tienen relación con los clientes y el personal de trabajo. Los propietarios se reúnen conjuntamente para tomar decisiones de trabajo; así mismo, toman en cuenta la opinión de los empleados. No poseen formato de contratos de trabajo donde especifique cuáles son sus derechos y obligaciones (Ramos, 2014, comunicación personal).

CAPITULO III

MARCO TEORICO

3.1 Antecedentes del municipio de Chiquimula

Chiquimula es un departamento ubicado en el oriente de Guatemala. Limita al norte con el departamento de Zacapa; al sur con la República de El Salvador y el departamento de Jutiapa; al este con la República de Honduras; y al oeste con los departamentos de Jalapa y Zacapa. Es conocido en el ámbito guatemalteco como La Perla de Oriente. Es uno de los departamentos con mejor índice de Desarrollo Humano; además, es el tercer departamento de Guatemala en tener un mayor porcentaje de población económicamente activa y es el cuarto con mayor producción de Producto Interno Bruto y ocupa el segundo puesto en los departamentos con mejor PIB per cápita. Es el departamento más visitado del país, datos del Instituto Guatemalteco de Turismo estiman que un aproximado de 4 a 5 millones de personas visita este departamento cada año, superando a los departamentos de Guatemala, Sacatepéquez y Petén; Esquipulas, es el municipio principalmente visitado (Wikipedia, 2014).

3.2 Antecedentes temáticos

Dentro de Distribuidora de Oriente, se ha trabajado de manera empírica por tal razón es el primer estudio de carácter administrativo que se realiza para conocer la situación actual del área administrativa. Debido a que el proceso de cambio abarca todas las actividades dirigidas a ayudar a la organización para que adopte exitosamente nuevas actitudes, nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer negocios. La administración efectiva del cambio, permite la transformación de la estrategia, los procesos, la tecnología y las personas para reorientar la organización al logro de sus objetivos, maximizar su desempeño y asegurar el mejoramiento continuo en un ambiente de negocios siempre cambiante.

En cuanto al tema de Caracterización de las áreas funcionales ejecutadas por la empresa, en el Centro Universitario de Oriente CUNORI, se cuenta con algunos estudios en los que se puede mencionar “análisis administrativo de las áreas funcionales de la Cooperativa Agrícola de Servicios Varios Chiquimula R.L de la cabecera departamental de Chiquimula” Trabajo de Practica Técnica –PPT, en 2002; elaborada por Helen Monroy, Irene Castro, Christel Monroy, Elda Romero.

Un proceso de cambio ocurre de forma muy eficiente si todos están comprometidos con él. En tanto, para que las personas se comprometan, ellas no pueden ser “atropelladas” por el proceso, como si fueran algo lejano del mismo, porque no son. En la verdad, el cambio ocurre a través de las personas y para que se considere a las personas como parte del proceso de cambio es necesario conocer sus valores, sus creencias, sus comportamientos.

Las organizaciones y las personas que en ella están incluidas cambian continuamente. En las organizaciones, algunos cambios ocurren por las oportunidades que surgen, mientras que otros son proyectados. El término desarrollo es aplicado cuando el cambio es intencional y proyectado.

3.3 Marco conceptual

Una empresa se podrá organizar, cuando define su intención de explotar alguna actividad económica y para esto selecciona un segmento de mercado que permita establecerse en el entorno como empresario.

De acuerdo al sector económico en donde se determine su constitución, es allí, verdaderamente donde su naturaleza encontrará las condiciones propias de la empresa, es decir, explotar el sector primario de la economía, actividades como: La extracción de recursos, la agricultura, la ganadería y la pesca en su estado natural. El engranaje de cadenas productivas, obliga a las empresas a transformar, la materia prima obtenida en el sector primario, por lo que le da a

este sector secundario el carácter productivo, y de esta forma encontramos en este nivel, las empresas industriales. Como alguien tiene que promocionar y vender la producción del sector industrial y además ofrecer la prestación de los diferentes servicios, aquí encontramos las empresas del sector de comercio y servicios (Arboleda, 2005).

3.3.1 Funciones y áreas de la empresa

Se encontró que Henry Fayol partiendo de un principio en el que afirma que la empresa puede ser dividida en funciones, plantea lo siguiente:

- Funciones Técnicas: las funciones técnicas empresariales están directamente ligados con la producción de bienes.
- Funciones Comerciales: las funciones comerciales están asociados con las actividades de compra, venta e intercambio de la empresa.
- Funciones Financieras: las funciones de carácter financiero son aquellas que implican la búsqueda y manejo de capital.
- Funciones de Seguridad: las funciones de seguridad son las velan por el bienestar de las personas que laboran en la organización y los muebles y enseres con que cuenta la misma.
- Funciones Contables: las funciones contables controlan la parte que tiene que ver con los inventarios, costos, Registros, balances y las estadísticas empresariales.
- Funciones Administrativas: las funciones administrativas son aquellas que regulan y controlan las cinco funciones anteriores.

En la actualidad las funciones básicas de la empresa se denominan áreas de administración: las funciones administrativas reciben el nombre de administración general; las funciones técnicas se denominan áreas de producción, manufactura u operaciones; las funciones comerciales se llaman de ventas o de marketing; las funciones financieras se llaman áreas financieras que incluyen las antiguas

funciones contables. Las funciones de seguridad pasaron a conformar un nivel inferior y finalmente surgió el área de recursos humanos (Colombia, 2015).

Cuadro 2. Principales funciones empresariales.

Antes	Actualidad
Funciones Técnicas	Área de Producción
Funciones Comerciales	Área de Ventas o Marketing
Funciones Financieras y Contables	Área de Finanzas
Funciones de Seguridad	Área de Recursos Humanos
Funciones Administrativas	Área Administrativa

Fuente: Información citada por Universidad Nacional de Colombia (2015).

3.3.2 Diagnóstico

El diagnóstico empresarial, es el análisis que se hace para evaluar la situación de la empresa, sus problemas, potencialidades y vías eventuales de desarrollo. Así mismo ha ido adquiriendo cada vez mayor importancia, en la medida que se ha profesionalizado el área y que se ha difundido como una disciplina profesional a la que concurren especialistas de diversa procedencia y formación. El diagnóstico constituye una parte de gran importancia en el proceso de consultoría. Es importante tener presente, sin embargo, que es solo una etapa en un proceso de mayor amplitud.

El diagnóstico plantea el problema del conocimiento y así, lleva a algunas consideraciones que se hacen necesarias para establecer las bases sobre las que se apoya la posibilidad de realizar afirmaciones acerca del funcionamiento de la organización y, eventualmente, recomendaciones para su cambio. En la vida cotidiana se pueden encontrar cambios haciendo diagnósticos de las diversas

situaciones que se puedan presentar. Cada vez que se necesite enfrentar una decisión; cada vez que se necesite evaluar diferentes líneas posibles de acción; cada vez que se quieran anticipar posibles consecuencias; se hace un diagnóstico que pretende evaluar o anticipar las alternativas presentes (Rodríguez, 2005).

3.3.3. Herramientas del proceso administrativo

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización (Quiñones, 2014).

Un proceso es una forma sistemática de hacer las cosas. Se habla de la administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes, sean cuales fueran sus aptitudes o habilidades personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas que desean.

3.3.4. Producción

3.3.4.1 Materia prima

Se puede definir como materia prima a todos aquellos elementos físicos susceptibles de almacenamiento o stock. Contablemente se ubicará dentro del rubro de bienes de cambio y su naturaleza podrá variar según el elemento a producir pero es el único elemento del costo de fabricación nítidamente variable. Distribuidora de Oriente produce todo lo referente a puertas, pérgolas, amueblados de sala y cocina.

Para mantener una inversión en existencias debidamente equilibrada, se requiere una labor de planeación y control. Un inventario excesivo ocasiona mayores costos incluyendo pérdidas debidas a deterioros, espacio de almacenamiento adicional y el costo de oportunidad del capital. La escasez de existencias produce

interrupciones en la producción, excesivos costos de preparación de máquinas y elevadas costos de procesamiento de facturas y pedidos.

En su recorrido por la empresa, la materia prima presenta diversas etapas:

Compra: el volumen ideal de compra estará determinado por el lote óptimo que será el punto donde se igualan los costos de pedido con los de tenencia. Este punto puede encontrarse a través de diversos métodos pero el más utilizado es el que analiza la cantidad de pedidos mensuales y el costo de pedidos de emisión.

Recepción: circuito administrativo de la empresa que implica, entre otras cosas, el control de calidad y requerirá de formularios internos como las facturas, remitos y recibos. Es fundamental considerar que la recepción de la mercadería no implica una deuda para la empresa sino hasta la recepción de la factura, de lo contrario deberá registrarse una provisión por compra de materia prima que se cancelará cuando se registre la deuda. La materia prima ingresa al stock al precio de adquisición con todas las erogaciones necesarias para su compra y manipulación anteriores al ingreso a la empresa, siempre y cuando pueda identificarse con una partida en particular.

Almacenamiento: será la acción de colocar la materia prima en un lugar físico para su control y mantenimiento del stock. Su control podrá realizarse a través de diversos métodos siendo el más aconsejable la ficha de inventario permanente con verificaciones periódicas que permitan su control.

Entregas: implican el traslado de la materia prima del almacén a la línea de producción para la fabricación de un producto.

Devoluciones: constituyen en ingreso a almacenes de la materia prima no utilizada en la línea de producción. Esta mercadería puede ingresar en el mismo estado en el que se la entregó o con alguna deficiencia en virtud de la cual deberá

registrarse independientemente de la materia prima en buenas condiciones (Iglesia, 2015).

3.3.4.2 Planeación estratégica

La planeación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión, la misión y los valores de una empresa, se analiza su situación externa e interna, se establecen sus objetivos a largo plazo, y se formulan las estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos.

3.3.4.3 Especialización

Cuando una empresa utiliza la especialización del trabajo, cada empleado tiene un papel específico. Las empresas utilizan este método para tener más flexibilidad en la contratación de trabajadores no calificados o menos calificados y realizar una capacitación en un solo trabajo. En entornos de producción o servicio, este enfoque permite a la compañía entregar la producción y el servicio más eficiente y reducir los costos. Algunas compañías utilizan una estructura de trabajo en equipo basadas en hacer que cada especialista participe en un grupo funcional o grupo de proyectos. Cada miembro del equipo contribuye a la producción global del grupo.

3.3.5. Mercadeo

(Stanton, Etzel y Walker) autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el mercado (para propósitos de marketing) como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo"

Para (Patricio Bonta y Mario Farber) autores del libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad", el mercado es "donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por

quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio"

(Allan L. Reid) autor del libro "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones", define el mercado como "un grupo de gente que puede comprar un producto o servicio si lo desea"

Para (Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz) autores del libro "Marketing", un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio"

Desde la perspectiva del economista (Gregory Mankiw) autor del libro "Principios de Economía", un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta"

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., el mercado son "todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo" (Thompson, 2005).

Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. La dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos. Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás que se les unan para lograr el futuro que surge de los pasos de la planificación y la organización. Los gerentes al establecer el ambiente adecuado, ayudan a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo.

El control es importante, porque es el enlace final en la cadena funcional de las actividades de administración. Es la única forma como los gerentes saben si las metas organizacionales se están cumpliendo o no y por qué sí o por qué no.

Según Henry Fayol, el control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores a fin de rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente (Cabrera Elibeth, 2003).

Este proceso permite que la organización vaya en la vía correcta sin permitir que se desvíe de sus metas. Las normas y pautas se utilizan como un medio de controlar las acciones de los empleados, pero el establecimiento de normas también es parte inherente del proceso y las medidas correctivas suponen un ajuste en los planes.

3.3.6. Dirección

3.3.6.1 Jerarquía

Es la definición precisa de la designación, tanto de tareas, como de puestos (jerárquicamente) de los empleados.

3.3.6.2 Designación de tareas

Dentro de lo que corresponde a la asignación de puestos de trabajo, existen miembros o personajes de acuerdo a la cantidad de labores. Estos personajes conocidos como agentes son designados para llevar a cabo una respectiva tarea, esta acción genera de todas maneras un costo, el cual puede variar dependiendo del agente y la labor asignados. Es muy importante el determinar las labores y asignarlas de preferencia equitativamente, es decir una labor para un solo agente, de tal forma que esto ayude a reducir el costo total.

Generalmente la asignación de puestos de trabajo se usa mediante un método lineal, ya que posee una estructura equitativa (uno por uno), pero cuando se

presentan problemas de asignación, pueden ser solucionados mediante métodos de solución, los cuales son conocidos como algoritmos de asignación. Los problemas de asignación incluyen de la misma forma la cantidad de empleados con la cantidad de puesto.

3.3.6.3 Autoridad y responsabilidad

Es de sumo interés prestar atención a la importante distinción conceptual que efectúa Fayol (1916). Para él, la autoridad es un derecho que la organización les otorga formalmente a los supervisores y, a la vez, es un poder que si bien también otorga la organización, está condicionado a la capacidad de cada jefe en particular. Es decir que se hace la distinción entre una autoridad legal que otorga la organización y otro tipo de autoridad, la personal, cuyo ejercicio queda en manos del propio supervisor quien para ejercerla deberá poseer ciertas condiciones personales que Fayol identifica en la definición que antecede.

Los criterios generalmente aceptados actualmente por la doctrina, hacen la distinción entre el líder formal que es quien tiene la autoridad conferida por la organización y el líder informal que es aquel que logra que sus compañeros lo apoyen y lo sigan. La situación ideal –al igual de lo que estableciera Fayol- es que el líder formal obtenga también la “autoridad” informal, la cual sólo puede serle conferida por él.

Fayol (1916) realiza un preciso desarrollo del concepto de responsabilidad y de su estrecha relación con el ejercicio de la autoridad: “No se concibe la autoridad sin la responsabilidad, es decir, sin una sanción -recompensa o penalidad- que acompaña al ejercicio del poder. La responsabilidad es un corolario de la autoridad, su consecuencia natural, su contrapeso indispensable. En cualquier lugar donde se ejerza la autoridad, nace una responsabilidad. La necesidad de sanción, que tiene su fuente en el sentimiento de justicia... (Se aplica) en beneficio

del interés general, (dado que) es menester alentar las acciones útiles e impedir las que no tienen ese carácter" (ManagersHelp.com)

3.3.6.4 Comunicación

El indicador de comunicación, es una actividad diaria de todas las personas, y así como es importante en las relaciones personales, lo es también en la empresa.

La comunicación es responsabilidad de cada empleado. Todos participan de ella (el presidente, personal de línea, etc.). La comunicación efectiva con empleados, clientes, accionistas, vecinos de la comunidad y otros públicos es esencial para la empresa. Las relaciones con la gente se establecen al comunicarse efectivamente con ellos. Es la acción de influir en los demás, son las actitudes, conductas y habilidades de dirigir, orientar, motivar, vincular, integrar y optimizar el que hacer de las personas y grupos para lograr los objetivos deseados, en virtud de su posición en la estructura de poder y promover el desarrollo de sus integrantes.

3.3.6.5 Liderazgo

Un líder será entonces una guía capaz de crear visión, compartirla con significado, creando sinergia, en un ambiente de confianza que genere el crecimiento de los individuos y las organizaciones.

3.3.6.6 Motivación de personal

La motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo. En el ejemplo del hambre, evidentemente tenemos una motivación, puesto que éste provoca la conducta que consiste en ir a buscar alimento y, además, la mantiene; es decir, entre más hambre tengamos, más directamente nos encaminaremos al satisfactor adecuado. Si tenemos hambre vamos al alimento; es decir, la motivación nos dirige para satisfacer la necesidad.

La motivación también es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación. En efecto, la motivación está relacionada con el impulso, porque éste provee eficacia al esfuerzo colectivo orientado a conseguir los objetivos de la empresa, por ejemplo, y empuja al individuo a la búsqueda continua de mejores situaciones a fin de realizarse profesional y personalmente, integrándolo así en la comunidad donde su acción cobra significado.

3.3.7. Control de recursos humanos

3.3.7.1 Estándares del desempeño

Establecen el desempeño que se debe mostrar como evidencia de haber aprendido lo que se le enseñó para el desarrollo de alguna actividad. Puede utilizarse como referente para el diseño curricular y para la construcción de criterios de evaluación.

3.3.7.2 Unidad de mando

La unidad de mando es un principio cuya influencia sobre la marcha de los negocios es por lo menos igual, a la de cualquier otro principio. Es la autoridad compulsiva para requerir acción de los subordinados inmediatos o para impedirles que realicen determinados actos. El mando se diferencia de la autoridad formal en su carácter dinámico. Es un derecho compulsivo de acción que debe ejercitarse. El mando está regido por dos principios: uno es el de unidad de mando, que dice que nadie puede ser responsable ante más de un superior jerárquico y la amplitud de mando o de control que señala, recíprocamente, que un solo jefe no puede tener bajo su responsabilidad directa más de un número de funcionarios, que depende de la jerarquía y tipo de funciones que tengan.

3.3.7.3 Control del recurso humano

El control implica dar seguimiento a las actividades para estar seguros de que se están realizando de acuerdo con lo planeado, y de ser necesario corregir cualquier

desviación encontrada. Un control inadecuado impide detectar fallas ocasionando pérdidas a la organización. Mediante el control, el administrador es capaz de supervisar el progreso y ejecutar cualquier cambio necesario para asegurar el cumplimiento de las metas.

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se presenta en este capítulo, los resultados del trabajo efectuado en Distribuidora de Oriente. El propósito principal de la investigación fue el establecimiento del proceso de las áreas funcionales ejecutadas en dicha empresa, para maximizar el aprovechamiento de los recursos.

4.1 Producción

4.1.1 Materia prima

Distribuidora de Oriente se encuentra ubicada en 12 Ave. 2-20 zona 1 Chiquimula, Chiquimula, cuenta con una amplia gama de productos de ferretería con la mayor calidad en el Oriente del país, entre los que tienen mayor demanda son: baldosas, manguera de conductividad, flexitubo, fachaletas, codos, diversidad de herramientas, malla, rotoplas, puertas prefabricadas, techos prefabricados, tubería de PVC, lamina, techos y accesorios PVC.

Se presta el servicio de construcción, en el cual se contrata un arquitecto de forma externa y eventual para realizarlo. La empresa se ha proyectado de diversas maneras, a través de importantes obras como la construcción de salones municipales, techos de canchas deportivas, casas, molduras.

4.1.2 Planeación estratégica

Indicaron que la misión y visión la tienen establecidas y se las dan a conocer a sus colaboradores cuando inician labores en la empresa, pero no las tienen escritas en un lugar visible para recordárselos. De igual forma no están visibles para los clientes.

Los propietarios indicaron tener establecidos objetivos y estrategias de ventas, solo ellos dos los conocen, en algunas ocasiones reúnen al personal para

compartírselos, sin embargo esta actividad la llevan a cabo de manera eventual. Debido al poco tiempo que se dedica para realizar dichos eventos.

Los colaboradores en cuanto a las metas, misión, visión, objetivos y estrategias, indican que si tienen idea que se los dieron a conocer cuando los contrataron, pero que no se acuerdan por completo de ellas. Ya que con el paso del tiempo y al dedicarse a desarrollar sus tareas se enfocan en su rutina diaria. Lo que provoca se enfoquen en realizar actividades de manera metódica y no buscan formas de mejorar en su área de trabajo.

Los colaboradores consideran que si es de ayuda mantener estos elementos a la vista, porque de esa manera los leerían todos los días y los tendrían presentes para mejorar cada día en lo que les corresponde.

Dentro de la producción se tomó en cuenta la fase de planeación estratégica que para los propietarios de Distribuidora de Oriente, es muy importante debido a que a través de ella pueden dar a conocer a sus empleados cuáles son sus metas, a corto, mediano o largo plazo.

4.1.3 Especialización

Para los propietarios de Distribuidora de Oriente es importante que sus colaboradores tengan especialización en su área de trabajo ya que con ello se le asignan tareas y actividades especiales de forma individual o en algunas ocasiones en grupos. Debido a que el tipo de empresa requiere habilidades específicas en ciertas áreas, como lo es la de construcción porque a través de ella se dan a conocer sus proyectos y van creando una reputación, por lo que cada trabajo asignado debe quedar al 100%, para satisfacción de los clientes, que por lo general son proyectos de construcción para el gobierno.

El 65% de los encuestados indicó que en su área de trabajo el tipo de especialización que requieren es ser graduados a nivel medio y conocimientos de computación. Ya que se dedican a ventas en sala de piso y básicamente van adquiriendo experiencia en sus actividades en el transcurso del tiempo. La encargada de tienda debe tener conocimiento en el área de contabilidad, computación, teniendo a su cargo mantener actualizados los datos económicos de la empresa.

4.2 Mercadeo

4.2.1 Producto

El Departamento de Distribución y Ventas de Amanco en Guatemala es el encargado de distribuir el 75% los productos que Distribuidora de Oriente ofrece a todos sus clientes para poder garantizar un servicio y productos de calidad. Los clientes que se atienden en Distribuidora de Oriente son: empresas constructoras, proyectos de infraestructuras privados y gubernamentales, municipalidades y plomeros y constructores privados.

Las ventas de los materiales como baldosas, manguera de conductividad, flexitubo, fachaletas, codos, diversidad de herramientas, malla, rotoplas, puertas prefabricadas, techos prefabricados, tubería de PVC, lamina, techos u otros accesorios se hacen en relación costo-servicio según la necesidad y la satisfacción del consumidor.

4.2.2 Precio

Se estableció que los precios de los productos distribuidos en la empresa son competitivos y están acordes a los del mercado. Ya que de acuerdo a la calidad de los materiales los clientes están dispuestos a pagar el precio sugerido. Con lo que se encuentran satisfechos ya que se les garantiza una continuidad y asesoría en sus compras. La ventaja comparativa de los costos del producto en Distribuidora de Oriente con respecto a la competencia es accesible, esto se pudo

comprobar al realizar cotización en una empresa que distribuye productos similares.

4.2.3 Plaza

La sala de ventas se encuentra ubicada en la 12 Ave. 2-20 zona1Chiquimula, Chiquimula, siendo un lugar accesible para el cliente y con amplio parqueo lo que facilita la carga de los materiales adquiridos. Por lo que los clientes son fieles y constantes ya que esto favorece la satisfacción de ellos. En el momento de la investigación se pudo comprobar que los clientes buscan a Distribuidora de Oriente por las facilidades que les brindan uno de los factores principales es el parqueo porque les ahorra tiempo y evita inconvenientes.

Entre su público prioritario están los colaboradores y sus familias, clientes, comunidades vecinas y proveedores. Con todos ellos se comienza a realizar consultas que ayudan a conocerse mejor, a encontrar nuevas oportunidades y a administrar de forma responsable y con una actitud de servicio y amabilidad.

Los propietarios de Distribuidora de Oriente, están conscientes de que la obtención de eficiencia se da a través del orden y de la coordinación de los elementos con los que un grupo cuenta. Debido a que se ve la necesidad de sincronizar y armonizar los esfuerzos de todos para realizar eficazmente una actividad designada. Para los colaboradores, es importante la coordinación debido a que ello ayuda a realizar sus tareas de manera eficiente en el tiempo indicado por sus superiores. Ellos reciben instrucciones de quienes, cómo, cuándo y dónde hacer cada tarea.

4.2.4 Promoción

Se hace uso de la promoción a través de la empresa de cable local en el cual tienen un spot publicitario que es transmitido en el programa Rescate S-20, cuyo

programa cuenta con notable audiencia en la cabera departamental, con lo que se garantizan estar en la mente de los consumidores reales y potenciales.

En la sala de venta se hace uso de descuentos por volumen de compra, 2 X 1 en fechas especiales o para clientes frecuentes. El precio de mayoreo se realiza a través de un catálogo proporcionado por AMANCO, dependiendo el volumen de compra y la facilidad de pago del cliente se hacen descuentos de hasta 30 a 40 por ciento.

4.2.5 Competencia

El mercado que se atiende es en gran parte en casi todo el departamento de Chiquimula y en otras regiones del país ya que trabajan en ventas de materiales con varias municipalidades, sus competencias directas son las distintas ferreterías y distribuidoras de materiales de construcción. Sin embargo, pese a toda la competencia que está presente en el mercado, la ventaja ser distribuidora de productos de una compañía líder en Latinoamérica (AMANCO), en la producción y mercadeo de sistemas de tuberías, conexiones y accesorios plásticos para la conducción de fluidos, baldosas, manguera de conductividad, flexitubo, fachaletas, codos, diversidad de herramientas, malla, rotoplas, puertas prefabricadas, techos prefabricados, lámina, techos, enfocándose hacia los mercados de construcción predial (residencial y comercial), infraestructura, productos de buena calidad y precio, instalaciones amplias.

4.3 Dirección

4.3.1 Jerarquía

Los propietarios de la empresa indicaron que tienen definido que ambos son los que dan órdenes a los colaboradores sin afectar las tareas prioritarias, en relación a este indicador los colaboradores comentaron que reciben órdenes de uno de los propietarios, pero que en algunas ocasiones también les dan indicaciones la encargada de la tienda, cuando ellos no se encuentran en sala de ventas o en la

distribuidora, aunque se puede observar que esto les crea inconvenientes porque en ocasiones se tiende a crear confusión al observarlos haciendo actividades que no estaban asignadas. Así mismo se pudo establecer que no poseen un organigrama no tienen el conocimiento que esto representa y de la forma que pueda beneficiarlos. Por lo que se propone y elaboró uno que se encuentra en la página 45.

La estructura de la empresa ha sido realizada según las áreas de trabajo, dividiéndolas en administrativas, ventas, fabriles.

Los empleados son seleccionados según su experiencia, aptitudes y conocimientos, dándoles la oportunidad de mejorar su estatus. Además, se realizan diversas actividades para incentivarlos a la correcta realización de su trabajo mediante capacitaciones por parte de proveedores de productos, eventos sociales, bonificaciones entre otros; con lo cual se pretende también disminuir el ausentismo laboral y la mala atención a clientes. Los empleados tienen un buen conocimiento de sus funciones y una constante participación en los actos de la empresa.

4.3.2 Designación de tareas

Los propietarios indicaron que tienen definidos los puestos de trabajo en su empresa. Asimismo, cuentan con el personal necesario para cubrir cada uno de ellos, que se han contratado de acuerdo a sus habilidades para desarrollar las tareas asignadas. Para la selección de personal ellos llevan a cabo un proceso de reclutamiento en el cuál evalúan el currículum, luego llaman a entrevista, y de acuerdo al resultado deciden a la persona idónea para ocupar el cargo. Esta información no se registra de manera escrita, por lo que ellos consideran necesario contar con un manual para que en alguno momento otra persona pueda encargarse del reclutamiento de personal y ellos poder dar su punto de vista para la persona que ha sido seleccionada.

Los colaboradores indicaron que se sometieron al proceso de reclutamiento para poder ocupar el cargo que desempeñan, y que se les indicó acerca de las actividades que deben desarrollar.

4.3.3 Autoridad y responsabilidad

Los propietarios tienen claro que ellos son la autoridad de la empresa y en algunas ocasiones se ven en la necesidad de delegarla; asimismo, se constituyen en los únicos responsables de los proyectos que se realizan por contratos con el gobierno, por lo que son cuidadosos al momento de elegir la persona que los puede representar.

En cuanto a los colaboradores, cada uno sabe cuál es su grado de responsabilidad dentro de la empresa, como velar por el cumplimiento de sus tareas en el tiempo y lugar indicado.

En la empresa se delegan responsabilidades para que haya garantía, para un beneficio empresarial y desarrollo del personal, sabiendo hacer las tareas con un seguimiento de supervisión para poder operarlas de manera efectiva, con una buena comunicación y confianza por parte de los propietarios con los colaboradores.

La autoridad en Distribuidora de Oriente se da a través de instrucciones emitidas por los propietarios a sus colaboradores de forma clara, tomando en cuenta el orden y la prioridad de las tareas.

4.3.4 Comunicación

La comunicación que desarrollan los propietarios de Distribuidora de Oriente se hace efectiva de manera formal hacia sus colaboradores, con lo que se busca informar acerca de sucesos, reportar ocurrencias, coordinar actividades, organizar tareas, controlar, motivar, liderar, entre otras; las diversas actividades

desarrolladas requieren de que el mensaje que se desea transmitir vaya dirigido de la manera más clara posible, identificando de manera concreta a quienes va dirigido.

Así mismo, hacen uso de la comunicación externa, la cual va dirigida tanto a clientes como a proveedores y demás elementos que interactúan en el ambiente externo de la empresa. Con la interacción periódica, se hace posible dar a conocer los productos y servicios con que cuentan, haciendo uso de medios como la televisión, radio, así también de forma escrita a través de tarjetas de presentación. Entre los colaboradores existe una comunicación cordial, y siempre se informan de lo acontecido en la empresa. Hacen uso de la comunicación formal para dirigirse a sus superiores, para dar a conocer alguna situación especial o si necesitan permiso para ausentarse de sus labores, así como reportar el avance de sus tareas asignadas.

4.3.5 Liderazgo

Dentro de Distribuidora de Oriente los propietarios consideran ser líderes con capacidades de dirigir la empresa para que esta sea productiva y genere las utilidades que ellos esperan obtener. Haciendo uso de su capacidad para indicar a los colaboradores que se espera de cada uno, y como deben contribuir a mejorar cada día en los puestos de trabajo.

Los colaboradores indicaron que los propietarios son líderes, en cuanto a su comportamiento influyendo al éxito de la empresa y que a través de una buena comunicación que esperan de ellos en sus cargos asignados. Así mismo permite a la organización generar un ambiente de oportunidad para un mejor desempeño.

4.3.6 Motivación de personal

Para los propietarios la motivación al personal se lleva a cabo de forma eventual, cada vez que se realiza se logra que los colaboradores quieran hacer su trabajo y

que lo lleven a cabo bien. Se les capacita dándoles información de los productos existentes y de los nuevos, para que ellos tengan conocimiento claro de lo que están ofreciendo a los clientes. Así mismo, la empresa les brinda una remuneración adecuada a su desempeño, se les pagan sus salarios y prestaciones laborales justo en el tiempo indicado.

Los colaboradores indicaron que la motivación para ellos es un impulso que los lleva a actuar para satisfacer una necesidad y conseguir sus objetivos. Les son de ayuda las capacitaciones porque de esa forma obtienen la información necesaria para argumentar a los clientes los productos que ellos distribuyen y poder establecer una comunicación dando la confianza necesaria para quien adquiere sus artículos. De igual forma se sienten satisfechos con la forma de remuneración económica que reciben.

4.4 Control

4.4.1 Estándares del desempeño laboral

Para los propietarios, los estándares del desempeño laboral de sus colaboradores es muy importante debido a que a través de ellos evalúan el cumplimiento general de los objetivos y como hacen para lograr cumplir con ellos, revisan los logros alcanzados mensualmente por cada uno de los colaboradores, con ello logran establecer un programa para mejorar el desarrollo de cada uno en sus puestos de trabajo. Los colaboradores desconocen la manera en que su supervisor mide su desempeño laboral, ya que no han observado el momento en que se realiza o como lo llevan a cabo. Solamente en reunión les dan a conocer en que deben mejorar.

4.4.2 Unidad de mando

En distribuidora de oriente la unidad de mando, no se ve reflejada ya que son dos los propietarios y en ocasiones ambos dan órdenes a sus colaboradores,

creándoles confusión al momento de desarrollar sus actividades. Lo que provoca debilidad en ciertas áreas.

4.4.3 Control del recurso humano

La manera en que se lleva a cabo el control del recurso humano, es supervisando la hora de entrada y salida diaria, así mismo se cuenta con cámaras de seguridad para ver lo que se realiza en la sala de ventas como en la bodega.

En cuanto al control de los materiales, se hace uso del método de primero en entrar primero en salir, con este método lo que se hace es darle salida a los productos que se compraron recientemente, teniendo como fin que el inventario final va quedando aquellos artículos que se adquirieron recientemente, de esa forma evitar acumulación de materiales por mucho tiempo.

La supervisión por parte de los propietarios, la realizan planificando del trabajo diario, con lo que establecen la prioridad y el orden de las actividades, tomando en cuenta los recursos y el tiempo del que disponen para hacerlo, de igual forma observan el grado de efectividad de sus colaboradores, así como la forma de desarrollar dicho trabajo en cada área.

Para los colaboradores la forma en que los supervisan genera en ellos un ambiente de tranquilidad debido a que con sus constantes supervisiones pueden observar que están realizando bien sus tareas, de igual forma sus supervisores ven constantemente en que necesitan mejorar y se los hacen saber para ellos hacer su trabajo de la mejor manera.

CONCLUSIONES

Después de realizar la investigación sobre la caracterización de las áreas funcionales ejecutadas por Distribuidora de Oriente, del municipio de Chiquimula, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- a) Al establecer el proceso de producción en Distribuidora de Oriente en relación a los descriptores se tomó en cuenta la fase de planeación estratégica, determinándose que no posee por escrito una misión, visión, objetivos, ni información en lugar visible. Los propietarios y colaboradores indicaron que sería conveniente sentirse identificados con la razón de ser de la empresa.
- b) En cuanto al área de mercadeo los propietarios son los encargados de desempeñar dicha función, se tienen productos de la mejor calidad en el mercado, con precios accesibles a todo tipo de clientes, el lugar de distribución es el adecuado brindando facilidades de carga y descarga, en cuanto a la publicidad se tiene un anuncio en televisión local, así como estrategias promocionales de venta para aumentar la fidelidad en los clientes reales y a través de ellos darse a conocer con los clientes potenciales. Al respecto, el lugar donde se encuentra ubicada la empresa favorece la distribución de los productos. Sin embargo, pese a toda la competencia que está presente en el mercado, la ventaja ser distribuidora de productos de una compañía líder en Latinoamérica (AMANCO).
- c) Al determinar el método de dirección utilizado dentro de Distribuidora de Oriente los propietarios consideran ser líderes con capacidades de dirigir la empresa para que esta sea productiva y genere las utilidades que ellos esperan obtener. Para ello hacen uso de su capacidad para indicar a los colaboradores el resultado que se espera de cada uno, y la manera en que deben contribuir a mejorar cada día en los puestos de trabajo. La estructura organizacional de la empresa es de tipo lineal, lo que permite la asignación de

responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a las personas que tienen a su cargo. Los propietarios indicaron que requieren personal especializado en cada área de trabajo. Asimismo, para ellos es importante poder contar con un organigrama que sea visible a los colaboradores y de esa forma identificar la figura del jefe inmediato de cada área, estableciendo la jerarquía y evitar conflictos en el momento de girar una orden. La comunicación que desarrollan los propietarios se hace efectiva de manera formal hacia sus colaboradores.

- d) Los métodos de control que emplea la Distribuidora de oriente, sirven para verificar si todo ocurre de conformidad con lo planeado por los propietarios, proporcionándoles instrucciones a los colaboradores. Teniendo como fin señalar las debilidades y errores para poder rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente. Así mismo se cuenta con cámaras de vigilancia en la sala de ventas. Los colaboradores saben que existen normas y métodos, que en algún momento recuerdan que se las dieron a conocer pero no tienen por escrito ninguna norma, lo que ocasiona que se les olviden.
- e) Las herramientas administrativas y de mercadeo ayudarán al fortalecimiento, en la toma de decisiones de los propietarios, que le resulte accesible y que acompañe en su crecimiento a la empresa Distribuidora de Oriente.

RECOMENDACIONES

Con respecto a la investigación realizada, es importante tomar en cuenta algunas medidas necesarias para contribuir a la mejora de calidad en Distribuidora de Oriente, a lo que se recomienda:

- a) A los propietarios de la empresa Distribuidora de Oriente se les sugiere colocar en un lugar visible dentro de la sala de ventas, rótulos que expongan la misión, visión y objetivos de la empresa, de modo que los clientes se identifiquen con ellos. De igual forma se brinde a la empresa una apariencia formal dentro de la misma. Dichos elementos filosóficos se han establecido en la propuesta de elementos de planeación estratégica en el presente informe.
- b) Considerar el organigrama de la empresa propuesto, para que sea de apoyo a los propietarios y encargados de áreas, ya que es la representación gráfica que muestra la relación corporativa, a través de las líneas de autoridad. Tiene como finalidad desempeñar un papel informativo, al permitir que los integrantes de la empresa y de las personas vinculadas a ella, conozcan las características generales de la misma. Por lo que también se sugiere que sea colocado en un lugar visible para que sirva de asistencia y orientación.
- c) Implementar formas de motivación a los colaboradores, para que se esfuercen por cumplir las metas, como darles flexibilidad en horario en caso de emergencias médicas, hacer un pizarrón para colocar el nombre del empleado del mes, concursos internos y diversas actividades que motiven al personal.
- d) Considerar el Manual de descripción de puestos que se tiene a bien proponer como resultado de la investigación efectuada en la empresa, para

que los colaboradores conozcan sus funciones e identifiquen al jefe inmediato, así como las habilidades que debe desarrollar para realizar de forma eficiente sus tareas. Con ello se brinda un apoyo al momento de reclutar personal. Así mismo, se propone el plan de estrategias de ventas que ayudará a incrementar las ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Álvarez de Zayas, C; Sierra Lombardía. 2004. Metodología de la Investigación Científica. Cochamba, Bolivia, Grupo Editorial Kipus. Pág. 41
- Arboleda, A. 2005. Principios administrativos y estructura organizacional. Medellin, Colombia, Fundacion Andres Arboleda. pág.10.
- Cabrera Elibeth. 2003. Control como función administrativa en la empresa
Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/control-como-funcionadministrativa-en-la-empresa/>.
- Monzon, HM. 2014. El crecimiento e importancia de las MYPIMES. Revista Digital Brújula de Universidad Landívar Guatemala.
- Pérez, E. 2001. Gestion empresarial con perspectiva de género. Costa Rica. Imprenta: Englewood Cliffs.
- Quiñones, A. 2014. Tesis Administracion y finanzas. Buenos Aires Argentina.
- Ramos, M. 2014. Historia de distribuidora de oriente Chiquimula. Referencia de empresa.
- Rodríguez M, Darío 2005 Diagnóstico organizacional. México, Alfaomega. Pág. 370.
- Thompson, I. 2005. Articulo Definicion de mercadeo. Mexico. PromonegocioS.net. Pág. 6

- Univerisdad Nacional de Colombia. 2015. Colombia. Consultado en linea Virtual.unal.edu.co/cursos/economicas.Obtenidodehttp://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%204/cap4_a.htm
- Wikipedia La Enciclopedia Libre. 2014. Antecedentes del Municipio de Chiquimula. Consultado en Línea [https://es.wikipedia.org/wiki/Chiquimula_\(municipio\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Chiquimula_(municipio)).
- De la Iglesia, G. 2015. Consultado en Línea <http://www.monografias.com/trabajos14/costosbanc/costosbanc.shtml#MAER>.
- ManagersHelp.com. 2015. Consultado en Línea <http://www.managershelp.com/la-autoridad.htm>



PROPUESTA

DE ELEMENTOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA DISTRIBUIDORA DE ORIENTE

Elaborado por: Dunia Alejandra Díaz Espina

NUESTRA MISION

Ser una empresa formal con valores éticos, líder en la distribución y comercialización de materiales para la construcción, ofreciendo productos y servicios de alta calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y poder mantener su preferencia. Capacitando constante a nuestro recurso humano, para que sea altamente calificado, con la finalidad de generar un crecimiento rentable.

NUESTRA VISION

Ser líderes en el mercado de ferretería y construcción, ofreciendo un servicio rápido y eficiente basado en la innovación continua y con personal especializado.

OBJETIVOS

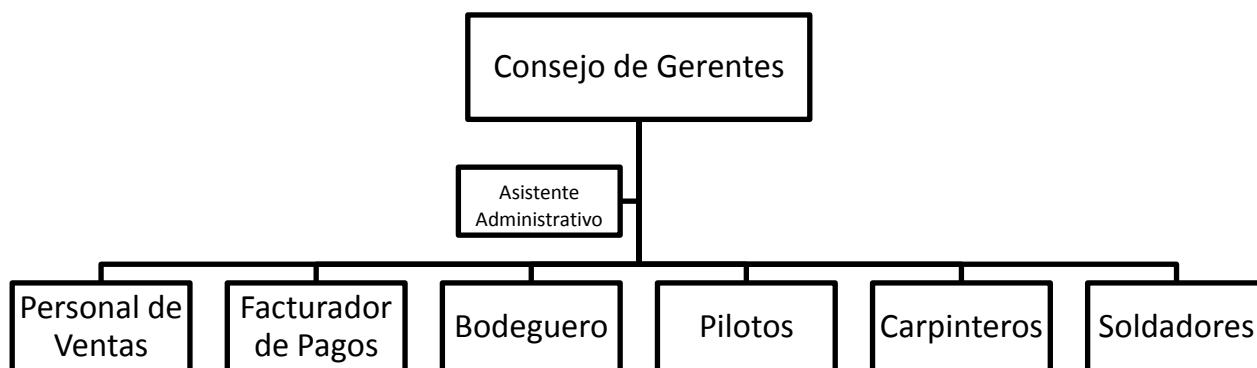
- Crecer como empresa a través de la comercialización de materiales para la construcción y acabados.
- Alcanzar la fidelidad de nuestros clientes y colaboradores en un entorno laboral que permita un desarrollo eficiente.
- Ofrecer materiales con precios accesibles y económicos.
- Ampliar nuestra cobertura a nivel nacional.

VALORES

- EFICIENCIA: Procuramos realizar satisfactoriamente nuestras funciones y buscamos optimizar continuamente nuestra forma de hacer las cosas.
- DISCIPLINA: Mantenemos el orden y cumplimos las normas necesarias para generar un ambiente de cordialidad y respeto
- VOCACIÓN DE SERVICIO: Nos entusiasma entregar lo mejor de nosotros para exceder las expectativas de nuestros clientes.
- INNOVACIÓN: Fomentar la creación de nuevas ideas para brindar un mejor servicio a nuestros clientes.
- TRABAJO EN EQUIPO: Generamos un ambiente de cooperación y solidaridad en nuestros colaboradores.

ORGANIGRAMA

Figura 1: Propuesta de organigrama



Fuente: Elaboración propia 2015.



MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS DE DISTRIBUIDORA DE ORIENTE

Elaborado por: Dunia Alejandra Díaz Espina

Distribuidora de Oriente del Municipio de Chiquimula.



INTRODUCCIÓN

El manual de descripción de puestos es un instrumento técnico de trabajo, el cual se usa comúnmente en las empresas con el fin de mejorar la gestión de la administración de recursos humanos. Este instrumento permite fundamentar el programa de reclutamiento y selección de personal, orientar a los jefes del tipo de tareas que deben realizarse en los diferentes puestos y procesos de trabajo, determinar el personal requerido cuando existan plazas vacantes, aplicar debidamente una política de ascensos.

Por tal razón se presenta el manual de Distribuidora de Oriente, para que tengan una herramienta que será de utilidad, en donde se proporciona la información oportuna de cada uno de sus puestos de trabajo.

OBJETIVO DEL MANUAL

El manual de puestos de la empresa Distribuidora de Oriente de Chiquimula, tiene la finalidad de representar en forma ordenada los aspectos de la organización necesarios para la ejecución laboral. Sirviendo de base para la selección de futuros postulantes a ocupar los cargos descritos ya que se tiene la información precisa de los requisitos que debe poseer el candidato.

Nombre del puesto: GERENTE	
Supervisado por: Ninguno	
Jefe inmediato: Ninguno	
Número de personas que ocupan el cargo: 1	
Descripción básica del puesto: Es el encargado de administrar, controlar, y dirigir los recursos y funciones de la empresa asegurando su óptimo funcionamiento.	
Especificaciones y requisitos del puesto: Perfil de conocimientos: Poseer conocimientos administrativos, de computación, finanzas, comercialización y ventas.	
Requisitos mínimos del puesto: ✓ Licenciado en Administración de Empresas o carrera afín. ✓ Mayor de 35 años ✓ Experiencia comprobable de 2 años en puesto similar. ✓ Experiencia en recursos humanos ✓ Liderazgo ✓ Capacidad de delegar	
Funciones específicas del puesto: ✓ Planificar, controlar, supervisar y corregir los planes a corto y largo plazo. ✓ Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo	

- ✓ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- ✓ Organizar la estructura de la empresa; como también las funciones y cargos
- ✓ Controlar que cada persona dentro de la empresa cumpla con todas y cada una de sus obligaciones y no existan inconvenientes o interrupciones que perjudique el buen funcionamiento de la empresa.

Nombre del puesto: ASISTENTE ADMINISTRATIVA	
Supervisado por: Gerente	
Jefe inmediato: Gerente	
Número de personas que ocupan el cargo: 1	
Descripción básica del puesto: La persona a desempeñar este cargo debe controlar, transmitir y supervisar las operaciones y funciones delegadas por el jefe así como obtener los informes de control y supervisión de cada una de las áreas para presentárselas a su jefe inmediato.	
Especificaciones y requisitos del puesto: Perfil de conocimientos: La persona a desempeñar este cargo debe poseer conocimientos y estudios en: ✓ Administración ✓ computación ✓ finanzas ✓ contabilidad ✓ control de operaciones ✓ manejo de personal ✓ experiencia de 1 a 2 años en cargos similares	
Funciones específicas del puesto: ✓ Cumplir con las funciones delegadas o asignadas por su jefe inmediato. ✓ Reunir y recabar información de cada área y elaborar informes de actividades para mantener el flujo de información.	

- ✓ Verificar que todas las actividades dentro de la empresa se cumplan en los objetivos y orden establecidos, e informar cualquier anomalía al jefe.
- ✓ Apoyar al Jefe en sus funciones y solución de problemas.
- ✓ Cumplir en tiempo y forma cada una de sus labores asignadas, así evitando la pérdida de tiempo y eficacia en su trabajo.

Nombre del puesto: **FACTURADOR DE PAGOS**



Supervisado por: Gerente

Jefe inmediato: Gerente

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Descripción básica del puesto:

Analizar, implementar y promover estrategias que permitan una mejor forma de pago de los compromisos adquiridos por la empresa.

Especificaciones y requisitos del puesto:

Perfil de conocimientos:

La persona a desempeñar este cargo debe poseer conocimientos y estudios en

- ✓ administración
- ✓ computación
- ✓ finanzas
- ✓ contabilidad
- ✓ control de operaciones
- ✓ experiencia de 2 años en puestos similar

Funciones específicas del puesto:

- ✓ Elaborar diariamente la conciliación bancaria para detectar la forma de pago a los proveedores.
- ✓ Generar las boletas de pago a los proveedores.
- ✓ Cumplir con las políticas establecidas por el Jefe referentes a mantener su record crediticio.
- ✓ Archivar en orden consecutivo los documentos de cobro
- ✓ Archivar los soportes de todos los informes de pagos

Nombre del puesto: PERSONAL DE VENTAS 
Supervisado por: Gerente
Jefe inmediato: Gerente
Número de personas que ocupan el cargo: 3
Descripción básica del puesto: Encargado de dar apoyo al asistente administrativo, así como formular los informes de ventas y velar por el logro de los objetivos propuestos para la proyección de ventas. Así como encargarse del cobro de las ventas realizadas en la sala de ventas.
Especificaciones y requisitos del puesto: Perfil de conocimientos: Poseer conocimientos de computación, técnicas de ventas y formación básica en administración.
Funciones específicas del puesto: ✓ Función de venta, que consiste de forma estricta la realización de ventas. ✓ Función de contacto, que incluye todo un conjunto de acciones previas y posteriores al cierre de una venta. ✓ Función de asesoramiento basada en el trabajo de comunicación que debe poseer para proporcionar toda la información necesaria al cliente y que se sienta seguro de lo que está adquiriendo. ✓ Realizar el corte de ventas al final del día laboral. ✓ Realizar sus tareas con honestidad y responsabilidad.

Nombre del puesto: PILOTO	
Supervisado por: Gerente	
Jefe inmediato: Gerente	
Número de personas que ocupan el cargo: 2	
Descripción básica del puesto: Encargado de transportar los materiales que se compran y venden en la empresa para llevarlos a su destino.	
Especificaciones y requisitos del puesto: Perfil de conocimientos: Graduado a nivel medio y poseer licencia de manejo	
Funciones específicas del puesto: ✓ Transportar de forma correcta los materiales a su destino. ✓ Apoyar en la carga y descarga, con el fin de verificar las condiciones de los materiales ✓ Realizar los reportes físicos establecidos para cada ruta. ✓ Verificar el funcionamiento de los vehículos ✓ Hacer reporte de las condiciones de los vehículos.	

Nombre del puesto: CARPINTERO	
Supervisado por: Gerente	
Jefe inmediato: Gerente	
Número de personas que ocupan el cargo: 2	
Descripción básica del puesto: Los carpinteros deben dibujar, cortar y ensamblar la madera y otros materiales para la construcción.	
Especificaciones y requisitos del puesto: Perfil de conocimientos: Tener estudios de carpintería así como aptitudes básicas de matemáticas, lectura y escritura para poder analizar las instrucciones de instalación y funcionamiento de los materiales, herramientas y equipo a utilizar.	
Funciones específicas del puesto: ✓ Conocimiento básico de matemáticas para poder comprender las medidas y los materiales cortados a las dimensiones requeridas. ✓ Mantener en buen estado sus utensilios y equipo de trabajo. ✓ Limpiar el lugar donde realiza su actividad. ✓ Reportar el material que haga falta a su jefe inmediato. ✓ Cumplir con los pedidos establecidos en las fechas indicadas.	

Nombre del puesto: SOLDADORES	
Supervisado por: Gerente	
Jefe inmediato: Gerente	
Número de personas que ocupan el cargo: 2	
Descripción básica del puesto: Estar capacitado de acuerdo a las actividades que se desarrollan dentro de la empresa para trabajar en soldaduras, preparando las superficies, calibrando máquinas para soldar. Conoce las características básicas de los metales y los efectos que producen las soldaduras sobre ellos.	
Especificaciones y requisitos del puesto: Perfil de conocimientos: Conocimientos básicos de soldadura eléctrica, normas de calidad, características de las máquinas, capacidades para elaborar diferentes estructuras.	
Funciones específicas del puesto: ✓ Debe estar capacitado para interpretar las consignas de trabajo, identificar la máquina y/o equipo a utilizar, los accesorios e insumos a emplear y la preparación de la superficie. Con toda esta información preparar el lugar de trabajo. Tomando en cuenta las normas de calidad, confiabilidad, seguridad, higiene y cuidado del ambiente. ✓ Preparar y operar equipos para realizar uniones soldadas y corte de materiales. ✓ Construcción y reparación de estructuras livianas compuestas por perfiles laminados de bajo espesor, caños, tubos delgados.	

- ✓ Considerar las deformaciones que sufren los materiales al ser soldados y cortados
- ✓ Acondicionar el lugar de trabajo garantizando la movilidad de los equipos y la aplicación de las normas de seguridad
- ✓ Acondicionar materiales a soldar y/o cortar y los consumibles a utilizar.
- ✓ Aplicar las técnicas de soldadura sobre los equipos eléctricos.
- ✓ Aplicar las técnicas de corte de materiales
- ✓ Aplicar normas de seguridad, calidad, confiabilidad, higiene y cuidado del medio ambiente en todas las operaciones de soldadura y corte de materiales.
- ✓ Supervisar el trabajo de sus ayudantes
- ✓ Gestionar capacitaciones para que sus ayudantes mejoren sus habilidades.

Nombre del puesto: BODEGUERO	
Supervisado por: Gerente	
Jefe inmediato: Gerente	
Número de personas que ocupan el cargo: 1	
Descripción básica del puesto: Ser una persona responsable, observadora y ordenada, para llevar el control de todos los materiales con que se cuenta en la empresa.	
Especificaciones y requisitos del puesto: Perfil de conocimientos: La persona a desempeñar este cargo debe poseer conocimientos y estudios computación, control de operaciones y contables.	
Funciones específicas del puesto: ✓ Reportar a la Asistente Administrativa las necesidades de materiales que tienen mucha rotación. ✓ Responsable de todos los materiales que ingresan y egresan de la empresa. ✓ Verificar que se le dé mantenimiento al equipo con que cuenta, así como los vehículos. ✓ Actualizar los inventarios para que el almacén esté en perfecto orden. ✓ Hacer inventario constante de los materiales para verificar que no hayan faltantes. ✓ Responsable de mantener limpio y en perfectas condiciones toda el área.	



PROPUESTA PLAN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING

Elaborado por: Dunia Alejandra Díaz Espina

PLAN DE MARKETING

Se hizo el análisis FODA para conocer la situación de distribuidora de Oriente.

Fortalezas

- ✓ Calidad en los productos.
- ✓ Buena relación con los clientes y proveedores.
- ✓ Ubicación estratégica del negocio.
- ✓ Diversificación del portafolio de productos.
- ✓ Transporte propio para las entregas de productos y así se consigue un valor agregado.
- ✓ Precios justos y accesibles para los usuarios, es decir precios competitivos.
- ✓ Infraestructura adecuada.
- ✓ Bajo grado de obsolescencia de los productos comercializados.

Debilidades

- ✓ No existe compromiso suficiente por parte de los colaboradores para el logro de los objetivos.
- ✓ Ineficiente manejo de inventarios.
- ✓ La existencia de competidores fuertes en el mercado.
- ✓ Falta de información para la correcta administración del negocio.

Oportunidades

- ✓ Ampliar la cobertura geográfica y capacidad de distribución.
- ✓ Ampliar la base de clientes.
- ✓ Adquirir experiencia en el manejo del mercado.
- ✓ Incrementar las ventas.
- ✓ Aprovechar las fallas que deja la competencia en el mercado.

Amenazas

- ✓ Aparición de nuevos competidores en la zona.
- ✓ Inestabilidad económica y política.
- ✓ Disminución de la demanda.
- ✓ Un creciente poder de negociación de los clientes y/o proveedores.
- ✓ Problemas externos no controlables: como la inflación, inestabilidad política y económica, entre otros.

Estrategias de Marketing

Objetivo general

- ✓ Proporcionar estrategias mercadológicas, contribuyendo en la penetración del mercado local, para incrementar el desarrollo económico de la empresa.

Publicidad:

Estrategias

- ✓ Poner en conocimiento de los clientes la estructura de la empresa; integrando elementos claves como la responsabilidad, aptitudes, amabilidad, confianza, seguridad, servicio al cliente.
- ✓ Dar a conocer los productos a través de páginas amarillas
- ✓ Atraer a los clientes a que nos visiten en un portal de internet
- ✓ Participar en ferias para publicitar los diferentes productos.
- ✓ Crear un buzón de quejas y sugerencias que podrá utilizar el cliente, y así conocer las opiniones de ellos con respecto a nuestro servicio.
- ✓ Elegir mensualmente al trabajador estrella; de esta manera mejorar el clima laboral.

Promoción de Ventas:

Estrategias

- ✓ Estimular la compra de artículos y materiales que ofrece la ferretería por parte de los posibles clientes.
- ✓ Conseguir fuentes de financiamiento y a la vez liquidez a corto plazo.

- ✓ Generar un grado de preferencia superior al de la competencia.

Relaciones Públicas:

Estrategias

- ✓ Construir y conservar una imagen positiva en la mente de los consumidores, empleados, proveedores y demás partes interesadas, a través de establecer vínculos de comunicación tanto interna como externa, mejorando los métodos internos de trabajo, productividad y bienestar de los implicados.
- ✓ Fomentar el trabajo en equipo basándose en la motivación para lograr los resultados esperados

Herramienta de las relaciones públicas:

- ✓ Presentación Audiovisual.- se realizara una presentación audiovisual a los empleados de la ferretería en el cual se mostrará la misión, visión, objetivos, valores, metas y ver en qué porcentaje se cumplió. Para poder tomar acciones correctivas a tiempo.
- ✓ Ferias.- Anunciar con stands para así promocionar los productos, marcas, y demás características del producto.

Ventas Personales:

Estrategias

- ✓ Mantener relaciones cordiales y duraderas con clientes existentes a largo plazo.
- ✓ Generar una excelente comunicación con clientes existentes y con énfasis con los potenciales.

- ✓ Dar a conocer los beneficios de los productos para que el consumidor compare con sus necesidades.
- ✓ Contar con un buzón de sugerencias y quejas que podrá utilizar el cliente.

APENDICES



CUESTIONARIO 1



DIRIGIDO A PERSONAL ADMINISTRATIVO

Instrucciones: A continuación se presenta una serie de cuestionamientos que permitirá recopilar información del área administrativa de Distribuidora de Oriente, las cuales se solicita respondan con una X donde corresponde y de su opinión en las interrogantes.

Objetivo: Caracterizar las áreas funcionales de producción, de ventas o marketing, de recursos humanos, y administrativa ejecutadas por Distribuidora de Oriente, ubicada en la cabecera departamental de Chiquimula, para maximizar el aprovechamiento de los recursos.

Planeación

1. ¿Conoce si la empresa tiene definidas metas?

Si _____ ¿Cuáles? _____

No _____ ¿Por qué? _____

2. ¿Conoce la misión de la empresa?

Si _____ ¿Cuál es? _____

No _____ ¿Por qué? _____

3. ¿Conoce la visión de la empresa?

Si _____ ¿Cuál es? _____

No _____ ¿Por qué? _____

4. ¿Sabe si la empresa cuenta con objetivos?

Si_____ ¿Cuáles? _____

No_____ ¿Por qué? _____

5. ¿Le han dado a conocer las estrategias de la empresa?

Si_____ ¿Cuáles? _____

No_____ ¿Por qué? _____

Organización

6. ¿En su puesto de trabajo requiere de alguna especialización para desarrollar sus tareas?

Si_____ ¿Cuáles? _____

No_____ ¿Por qué? _____

7. ¿Tiene definido quién es su jefe inmediato?

Si_____ ¿Quién? _____

No_____ ¿Por qué? _____

8. ¿Cuentan con un organigrama que identifique los puestos de trabajo?

Si_____ ¿Dónde está?

No_____ ¿Por qué? _____

9. ¿Conoce cuál es su grado de autoridad en la empresa?

Si_____ ¿Cuál es? _____

No_____ ¿Por qué? _____

10. ¿Tiene definida su responsabilidad en la empresa?

Si_____ ¿Cuál es? _____

No_____ ¿Por qué? _____

Dirección

11. ¿Sabe cuántos puestos de trabajo hay en la empresa?

Si_____ ¿Cuántos? _____

No_____ ¿Por qué? _____

12. ¿Existe buena comunicación con sus superiores?

Si_____ ¿Podría dar ejemplo?

No_____ ¿Por qué? _____

13. ¿Existe buena comunicación con sus compañeros de tareas?

Si_____ ¿Podría dar ejemplo?

No_____ ¿Por qué? _____

14. ¿Considera que su jefe es un buen líder?

Si_____ ¿Por qué? _____

No_____ ¿Por qué? _____

15. ¿Recibe algún de motivación recibe en su puesto de trabajo?

Si_____ ¿Cuál? _____

No_____ ¿Por qué? _____

16. ¿Qué tipo de supervisión existe en la empresa?

Si_____ ¿Cuál es? _____

No_____ ¿Por qué? _____

Control

17. ¿Conoce la forma en que evalúan su desempeño?

Si_____ ¿Cuál es? _____

No_____ ¿Por qué? _____

18. ¿Le presenta informes a un solo jefe?

Si_____ ¿Quién es? _____

No_____ ¿Por qué? _____

19. ¿Conoce las normas de la empresa?

Si _____ ¿Cuál es? _____

No _____ ¿Por qué? _____

20. ¿Existe en la empresa un método para controlar sus actividades?

Si _____ ¿Cuál es? _____

No _____ ¿Por qué? _____



GUIA DE ENTREVISTA



Instrucciones: Buen día, a continuación llevaremos a cabo una serie de preguntas dirigidas a los propietarios de Distribuidora de Oriente, para conocer su opinión sobre su empresa, así mismo interactuar para obtener información necesaria.

1. En su empresa tiene definida misión, visión, objetivos, estrategias
2. Podría indicarme si el local que emplea es de uso exclusivo para la empresa y se encuentra separado del hogar
3. Explique cuáles son las ventajas que se tiene con la ubicación de la empresa
4. ¿Dónde obtiene usted sus productos?
5. ¿Con cuántos proveedores tiene contacto?
6. Eficiencia
 - La empresa hace un buen uso de los recursos.
7. ¿Quiénes son sus clientes meta?
8. ¿Qué tipo de productos ofrece usted a sus clientes?
9. ¿Considera que existen productos de mejor calidad que pudiera ofrecer?
10. ¿Por qué razón no ha decidido invertir en los productos anteriormente mencionados?

11. ¿Cuál es la contribución de la persona que administra (propietario u otro) en la conducción de la empresa?
12. Cuenta con información sobre nuevos productos o procedimientos para mejorar su empresa
13. ¿Considera que la ubicación de su empresa favorece a la distribución de sus productos?
14. ¿Qué tipo de promoción y publicidad utiliza?
15. ¿Considera importante invertir en promoción y publicidad?
16. ¿Cuál es el método de control del producto que entra y sale utiliza?
17. El personal con que cuenta satisface las necesidades de cada puesto
18. Para contratación de personal se realiza algún proceso
19. Tiene definidas las funciones de cada puesto
20. Considera que el personal que labora en su empresa se encuentra motivado en relación a sus salarios, prestaciones, incentivos.