

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DEL NORTE  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN**



**INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO,  
REALIZADO EN SUMINISTROS GANADEROS CHISACSI, UBICADA  
EN COBÁN, ALTA VERAPAZ.**

**SAYDA LISBETH LEM HERNÁNDEZ**

**COBÁN, ALTA VERAPAZ, SEPTIEMBRE DEL 2016**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DEL NORTE  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN**

**INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO,  
REALIZADO EN SUMINISTROS GANADEROS *CHISACSI*, UBICADA  
EN COBÁN, ALTA VERAPAZ.**

**PRESENTADO AL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DEL  
CENTRO UNIVERSITARIO DEL NORTE**

**POR**

**SAYDA LISBETH LEM HERNÁNDEZ  
CARNÉ 201040912**

**COMO REQUISITO PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE  
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**

**COBÁN, ALTA VERAPAZ, SEPTIEMBRE DEL 2016**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

### **RECTOR MAGNÍFICO**

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

### **CONSEJO DIRECTIVO**

PRESIDENTE:	Lic. Zoot. Erwin Gonzalo Eskenasy Morales
SECRETARIO:	Ing. Geól. César Fernando Monterroso Rey
REPRESENTANTE DOCENTES:	Lcda. T.S. Floricelda Chiquin Yoj
REPRESENTANTE EGRESADOS:	Lic. admón. Fredy Fernando Lemus Morales
REPRESENTANTES ESTUDIANTILES:	Br. Fredy Enrique Gereda Milián PEM. César Oswaldo Bol Cú

### **COORDINADOR ACADÉMICO**

Ing. Ind. Francisco David Ruiz Herrera

### **COORDINADOR DE LA CARRERA**

Lic. Julio Armando Samayoa Santiago

### **COMISIÓN DE TRABAJOS DE GRADUACIÓN**

COORDINADOR:	Lic. Julio Armando Samayoa Santiago
SECRETARIO:	Ing. Milton Haroldo Rivera Chen
VOCAL:	Lic. Álvaro Heriberto Xoy Reyes

### **REVISOR DE REDACCIÓN Y ESTILO**

Lic. Alvaro Heriberto Xoy Reyes

### **REVISOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

Lic. Julio Armando Samayoa Santiago

### **ASESORA**

Lcda. Annie Lizbeth Dubón Xitumul



CENTRO UNIVERSITARIO  
DEL NORTE -CUNOR-  
Cobán Alta Verapaz  
Telefax: 7956-6600  
E-mail: usacoban@usac.edu.gt

Cobán, A. V. 06 de Mayo 2016  
Ref. No.: 15/CADE-126-2016

Señores  
Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera Administración de Empresas  
Centro Universitario del Norte (CUNOR)  
Cobán, A. V.

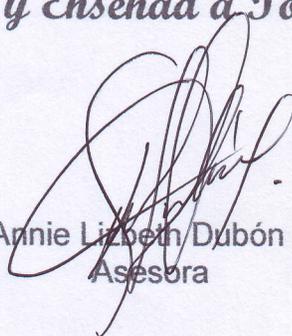
Respetables Señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he finalizado la Asesoría del Trabajo de Graduación denominado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN SUMINISTROS GANADEROS CHISACSI, UBICADA EN COBÁN, ALTA VERAPAZ", elaborado por la estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Sayda Lisbeth Lem Hernández, Carné No. 201040912.**

El trabajo en mención cumple con los requisitos establecidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala; por lo tanto se remite a esa instancia para que continúe con el trámite correspondiente.

Deferentemente,

*"Id y Enseñad a Todos"*

  
Lcda. Annie Lizbeth Dubón Xitumul  
Asesora



C.c.archivo



CENTRO UNIVERSITARIO  
DEL NORTE -CUNOR-  
Cobán Alta Verapaz  
Telefax: 7956-6600  
E-mail: usacoban@usac.edu.gt

Cobán, A. V. 30 de Mayo de 2016  
Ref. No.: 15/CADE-162-2016

Señores  
Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera Administración de Empresas  
Centro Universitario del Norte (CUNOR)  
Cobán, A. V.

Respetables Señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he finalizado la Revisión del Trabajo de Graduación denominado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN SUMINISTROS GANADEROS CHISACSI, UBICADA EN COBÁN, ALTA VERAPAZ", elaborado por la estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Sayda Lisbeth Lem Hernández, Carné No. 201040912.**

El trabajo en mención cumple con los requisitos establecidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala; por lo tanto se remite a esa instancia para que continúe con el trámite correspondiente.

Deferentemente,

*"Id y Enseñad a Todos"*

Comisión Trabajos de Graduación  
USAC - CUNOR  
- Administración de Empresas -

Lic. Julio Armando Samayoa Santiago  
Revisor del Informe

C.c. archivo



CENTRO UNIVERSITARIO  
DEL NORTE -CUNOR-  
Cobán Alta Verapaz  
Telefax: 7956-6600  
E-mail: usacoban@usac.edu.gt

Cobán, A. V. 02 de Agosto del 2016  
Ref. No.: 15/CADE-196- 2016

Señores:  
Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera Administración de Empresas  
Centro Universitario del Norte (CUNOR)  
Cobán, A. V.

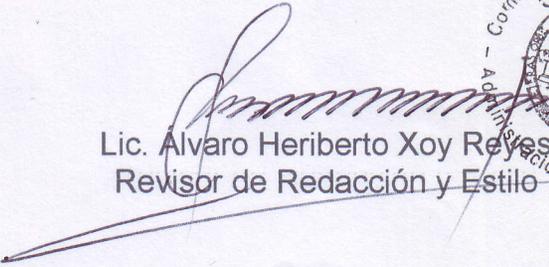
Respetables Señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he finalizado la Revisión en cuanto a Redacción y Estilo del Trabajo de Graduación titulado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN SUMINISTROS GANADEROS CHISACSI, UBICADA EN COBÁN, ALTA VERAPAZ", elaborado por la estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Sayda Lisbeth Lem Hernández, Carné No. 201040912.**

El trabajo en mención cumple con los requisitos establecidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala; por lo tanto se remite a esa instancia para que continúe con el trámite correspondiente.

Deferentemente,

*"Id y Enseñad a Todos"*

  
Lic. Alvaro Heriberto Xoy Reyes  
Revisor de Redacción y Estilo





CENTRO UNIVERSITARIO  
DEL NORTE -CUNOR-  
Cobán Alta Verapaz  
Telefax: 7956-6600  
E-mail: usacoban@usac.edu.gt

Cobán, A.V. 02 de Agosto de 2016  
Ref. No.: 15/CADE-199-2016

Licenciado  
Erwin Gonzalo Eskenasy Morales  
Director Centro Universitario del Norte, CUNOR.

Respetable Señor Director:

Habiendo conocido los dictámenes favorables de la asesora, revisor de trabajos de graduación y revisor de redacción y estilo; esta Comisión concede el visto bueno al Trabajo de Graduación denominado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN SUMINISTROS GANADEROS CHISACSI, UBICADA EN COBÁN, ALTA VERAPAZ", elaborado por la estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Sayda Lisbeth Lem Hernández, Carné No. 201040912**, previo a optar al título profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

Atentamente.

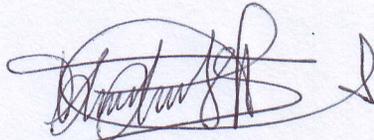
Lic. Avaro Heriberto Xoy Reyes  
Vocal

Ing. Milton Haroldo Rivera Chen  
Secretario

Lic. Julio Armando Samayoa Santiago  
Coordinador Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera de Administración de Empresas

## HONORABLE COMITÉ EXAMINADOR

En cumplimiento a lo establecido por los estatutos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a consideración de ustedes el trabajo de Graduación titulado: Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado, realizado en Suministros Ganaderos *Chisacsi*, ubicada en el municipio de Cobán, Alta Verapaz, como requisito previo a optar al título profesional de Administradora de Empresas.



Sayda Lisbeth Lem Hernández  
Carné 201040912

## **RESPONSABILIDAD**

“La responsabilidad del contenido de los trabajos de graduación es del estudiante que opta al título, del asesor y del revisor; la Comisión de Redacción y Estilo de cada carrera, es la responsable de la estructura y la forma.”

Aprobado en punto SEGUNDO, inciso 2.4, subinciso 2.4.1 del Acta No. 17-2012 de Sesión extraordinaria de Consejo Directivo de fecha 18 de julio del año 2012.

## **DEDICATORIA A:**

### **DIOS**

Por iluminar el pensamiento, paciencia y permitir el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

### **MIS PADRES**

María y Felipe, son mi inspiración, agradezco por su apoyo, consejos, comprensión, educación, amor y ayuda con los recursos necesarios para estudiar. Me dieron un hogar donde crecer, desarrollarme y aprender los valores que hoy definen mi vida.

### **MIS HERMANOS**

A Roxana, Glenda, Yojana y Wilfredo, les dedico porque fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, sentaron en mi las bases de responsabilidad y deseos de superación, en ellos tengo los espejos en cual me quiero reflejar, pues sus virtudes son infinitas, les agradezco por todo su apoyo y los admiro cada día.

### **MI NOVIO**

Alvaro por brindar su apoyo, estando a mi lado en los momentos y situaciones difíciles. Gracias por estar siempre motivando y dando esperanzas para concluir esta meta profesional en mi vida.

## **AGRADECIMIENTOS A:**

- SUMINISTROS  
GANADEROS CHISACSI** Por permitir desarrollarme como un profesional de las ciencias económicas, y brindarme apoyo en la realización de las actividades planificadas.
- CENTRO UNIVERSITARIO  
DEL NORTE** Por ser el centro de enseñanza que me inculcó responsabilidad, trabajo y dedicación. Por permitir formarme en sus aulas, viviendo buenos y difíciles momentos que la carrera conlleva, enseñando que con esfuerzo, se logra llegar con éxito a la meta propuesta.
- MIS DOCENTES** Agradezco a todos los docentes por haber brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, especialmente a los asesores, supervisores de trabajo de graduación, por brindar su paciencia durante este desarrollo.
- MIS COMPAÑEROS** A todos mis compañeros de clase durante la Universidad, les doy las gracias por el compañerismo, amistad y apoyo brindado para seguir adelante en mi carrera profesional.

# ÍNDICE GENERAL

	<b>Página</b>
<b>LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS</b>	iii
<b>RESUMEN</b>	
v	
<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>OBJETIVOS</b>	3

## **CAPÍTULO 1**

### **DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRÁCTICA**

1.1. Caracterización	5
1.1.1. Localización	5
1.1.2. Recursos	5
a. Materiales	5
b. Humanos	6
1.1.3. Situación tecnológica	7
1.1.4. Situación económica	7
1.1.5. Situación social y ambiental	7
1.1.6. Situación político-legal	8
1.2. Descripción general de la empresa	8
1.2.1. Visión	8
1.2.2. Misión	9
1.2.3. Objetivos	9
1.2.4. Situación administrativa	9
a. Planeación	9
b. Organización	9
c. Integración	10
d. Dirección	11
e. Control	11
1.2.5. Situación de mercado	12
a. Producto	12
b. Precio	12
c. Promoción	13
d. Plaza	13
1.3. Identificación de oportunidades y debilidades	13
1.3.1. Descripción de la problemática	14
a. Descontrol de la rotación del <i>stock</i>	14
b. Desconocimiento de funciones por puestos de trabajo	14
c. No tiene conocimiento de las necesidades del mercado	14
d. Empirismo de la gestión de Recursos Humanos	15

## **CAPÍTULO 2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS**

2.1. Sistema de control de inventarios	17
2.2. Manual de descripciones de puestos	18
2.3. Investigación de mercados	19

## **CAPÍTULO 3 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

3.1. Sistema de control de inventarios	21
3.2. Manual de descripciones de puestos	22
3.3. Investigación de mercados	23

<b>CONCLUSIONES</b>	25
<b>RECOMENDACIONES</b>	27
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	29
<b>ANEXOS</b>	

Anexo 1 Sistema de control de inventarios	
Anexo 2 Manual de descripciones de puestos	
Anexo 3 Investigación de mercados	

## **ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro 1. RECURSOS HUMANOS	7
Cuadro 2. PUESTOS DE TRABAJO	10
Cuadro 3. PRODUCTOS A LA VENTA	12
Cuadro 4. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y DEBILIDADES	13

## **LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS**

<b>CUNOR:</b>	Centro Universitario del Norte
<b>EPS:</b>	Ejercicio Profesional Supervisado
<b>USAC:</b>	Universidad de San Carlos de Guatemala

## RESUMEN

El presente informe realizado para la Universidad de San Carlos de Guatemala –USAC-, a través de las enseñanzas del Centro Universitario del Norte –CUNOR-, de la carrera de Administración de Empresas, se realizó el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- realizado en la Distribuidora de Suministros Ganaderos *Chisacsi*, empresa que se dedica a la venta de alimentos balanceados para toda clase de animales y el objetivo fue realizar un análisis de la problemática existente dentro de la empresa y proponer soluciones de mejora.

Se realizó un diagnóstico para analizar el contexto externo e interno, lo cual permitió identificar las oportunidades y debilidades; y desarrollar propuestas en busca de mejorar la operación de la misma, entre ellas: Sistema de control de inventarios, manual de descripción de puestos e investigación de mercados.

El sistema de control de inventarios genera eficiencia en el proceso de entradas y salidas de productos; se ordenaron, clasificaron y categorizaron los insumos, lo que permitió reducir costos y demoras, para realizar las entregas justo a tiempo.

La creación del manual de descripción de puestos, favoreció la calidad del desempeño del trabajo de cada colaborador; se realizó por medio del método de entrevista y observación, incluyendo las obligaciones y características de los mismos. Se coordinaron y organizaron las actividades de la empresa; así también, el manual contribuyó a establecer con precisión la persona más idónea para el puesto.

La investigación de mercados determinó que la empresa es el principal distribuidor de alimentos para animales en Cobán, Alta Verapaz, y que el producto que venden es de la mejor calidad. A través de los resultados se identificaron oportunidades de mercado, entre las que podemos mencionar: que los clientes necesitaban asesoría para el cuidado de animales; que buscaban un medio más ágil para conocer los productos y contactarlos rápidamente.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de graduación de la carrera de Administración de Empresas, fue realizado en la Distribuidora de Suministros Ganaderos *Chisacsi*, del municipio de Cobán del departamento de Alta Verapaz. Está integrado de la manera siguiente.

El capítulo uno, detalla las generalidades de la empresa como: las características de la unidad de práctica, localización, vías de acceso, recursos materiales y humanos, situación tecnológica, económica, social, ambiental y político-legal. Se encuentra la situación administrativa y de mercado; se identificaron las oportunidades y debilidades que tiene la misma, donde se detalla y se da a conocer la jerarquización de la problemática.

En el capítulo dos, se encuentra la descripción de las actividades realizadas, del proceso de control de inventarios, manual de descripción de puestos y la investigación de mercado, actividades que se realizarón para el crecimiento y posicionamiento de la empresa.

Dentro del capítulo tres, se encuentra el análisis y discusión de resultados obtenidos a través de cada una de las actividades con el propósito de mejorarlas para el beneficio de la unidad de práctica.

Por último se presenta las conclusiones y recomendaciones realizadas a la gerencia de la empresa, la bibliografía utilizada y los anexos. Todas las propuestas que se realizaron fueron con el fin de ordenar, contribuir a la eficiente administración y posicionamiento de la empresa.



## OBJETIVOS

### Objetivo General

Desarrollar propuestas de solución a la problemática encontrada, para identificar la situación operacional de la Distribuidora de Suministros Ganaderos *Chisacsi*.

### Objetivos Específicos

Diseñar un sistema de control de inventarios, para tener una eficiente circulación y almacenamiento de los productos dentro del área de bodega.

Crear un manual de descripciones de puestos para brindar la base sobre la cual se podrán diseñar las políticas de recursos humanos y para seleccionar futuros postulantes a ocupar los cargos dentro de la empresa.

Realizar una investigación de mercados para obtener la información necesaria para la definición de la mejor estrategia de mercado, a fin de evaluar las ventajas y desventajas de las alternativas de acción.



## **CAPÍTULO 1**

### **DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRÁCTICA**

#### **1.1. Caracterización**

En este inciso se refiere a una serie de aspectos que representan las características de la empresa, entre ellos podemos ver su localización, sus recursos, situación tecnológica, económica, social y ambiental, político-legal.

##### **1.1.1. Localización**

Se encuentra localizada en 1 avenida 5-50 zona 12 lotificación carlós V, del municipio de Cobán, departamento de Alta Verapaz.

##### **1.1.2. Recursos**

###### **a. Materiales**

Actualmente cuenta con área administrativa, sala de ventas, área de libreado y báscula, área contable y facturación, área de ventas, control de inventario, almacenamiento y bodega.

Posee la siguiente distribución de los recursos según sus áreas de trabajo:

###### **1) Área administrativa**

Computadora, regulador de voltaje, impresora, escritorios, sillas, estantes, archiveros, útiles de oficina, calculadoras, etc.

## **2) Sala de ventas**

Productos para la venta (alimento y suministros para todo tipo de animales), estanterías, tarimas, etc.

## **3) Área contable y facturación**

Computadora, regulador de voltaje, impresoras, escritorio, silla, archivero, útiles de oficina, calculadora, pizarrón, etc.

## **4) Área de ventas**

Computadoras, sillas, archiveros, estanterías, pizarra, útiles de oficina, etc.

## **5) Control de inventarios**

Computadora, escritorio, silla, estanterías, archiveros, calculadora, etc.

## **6) Almacenamiento y bodega**

Tarimas.

## **b. Humanos**

Está integrado por 14 personas cada integrante desempeñan varias funciones dependiendo de la capacidad y necesidad de la empresa.

Se dividen en personal administrativo, ventas y operativo. En la siguiente tabla se indica el personal general y su distribución.

## CUADRO 1 RECURSOS HUMANOS

Puesto	Personal Disponibles
Administrativos	5
Ventas	3
Operativos	6
Total	14

*Fuente:* Investigación de Campo, Año 2015

### 1.1.3. Situación tecnológica

Posee un sistema llamado circuito integrado de facturación, es un programa computarizado que facilita la elaboración de datos estadísticos y sirve para la facturación diaria. Utilizan el programa de *excel* donde se lleva el control de inventario y las compras que se realizan.

### 1.1.4. Situación económica

La empresa ha tenido un equilibrio económico. Los ingresos mensuales promedio reportan utilidades anuales, dentro de los rangos del 3% o 4.5 %. Esto permite cubrir las compras anuales y realizar los gastos necesarios. La planilla de salarios de los colaboradores asciende a Q. 21,760.80.

### 1.1.5. Situación social y ambiental

Ayuda al Centro de Salud del municipio de Santa Cruz Alta Verapaz, con desayunos para niños de comunidades, por medio de la Fundación caminando por amor, que su objetivo es lograr a tener los fondos necesarios para construir un hospital pediátrico y tener alojamiento para los padres de los internos. En la situación ambiental maneja diferente tipo de reciclaje con la basura y costales que se utilizan para el producto. Procuran utilizar varios objetos.

### **1.1.6. Situación político-legal**

La empresa cuenta con patente de comercio número de registro 676576 en categoría Única, nombre comercial Suministros Ganaderos *Chisacsi*, y razón social; Suministros y Mascotas Santa Cruz, Sociedad Anónima, y la patente de sociedad número de registro 92313, Nombre de la Sociedad; Suministros y Mascotas Santa Cruz, Sociedad Anónima.

Objeto: Empresa de Suministros ganaderos, venta alimentos balanceados, paquete de productos y servicios dirigido a sistemas de producción, para diferentes tipos de animales.

Inscrita el 05 de diciembre de 2014, su organización legal es Sociedad Anónima, donde el representante legal es Administrador Único. Los impuestos a los que están afiliados son: Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Sobre la Renta sobre utilidades, Impuesto de Solidaridad y de Circulación de Vehículos, también está apegado a la Organización Internacional de Normalización.

## **1.2. Descripción general de la empresa**

A continuación se presenta la estructura de la empresa y la situación administrativa y de mercado.

### **1.2.1. Visión**

“Ser siempre una empresa comprometida con el servicio comunitario, por medio de la distribución de alimento de la más alta calidad en nutrición animal en la región, bajo los más altos estándares de servicio y calidad. Y contribuir con ello al desarrollo comunitario, creando más y mejores negocios familiares auto sostenible y a más largo plazo”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Suministros Ganaderos *Chisacsi*. *Manual de funciones*.

### **1.2.2. Misión**

“Generar oportunidades a partir de sus productos de alta calidad para mejorar los negocios. Comprometidos con un plan de mejoramiento continuo permitiéndonos integrar herramientas y tecnología de vanguardia diversa que nos ayudaran a obtener beneficios y mejores servicios para nuestros clientes amigos”.<sup>2</sup>

### **1.2.3. Objetivos**

La empresa no ha desarrollado sus objetivos, estos son situaciones que pretenden alcanzar en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con lo que planea disponer.

### **1.2.4. Situación administrativa**

#### **a. Planeación**

En la empresa se utilizan estrategias para mejorar lo negativo de cada año. Para lograr los propósitos de superación de marca, alcance de metas, utilizando políticas internas. El gerente contribuye realizando sus tareas, planificando reuniones cada mes, supervisando el trabajo de sus colaboradores, donde ellos aportan ideas para el logro de las metas a corto, mediano y largo plazo.

#### **b. Organización**

La cultura organizacional de la empresa es débil, falta de información de actividades, procedimientos y normas. Las funciones son inadecuadas de cada puesto trabajo y no se encuentran identificadas por un organigrama.

---

<sup>2</sup> Suministros Ganaderos *Chisacsi. Manual de funciones.*

La empresa cuenta con diferentes puestos de trabajo que se presentan a continuación.

**CUADRO 2  
PUESTOS DE TRABAJO**

Puesto	Personal Disponible
Gerente general	1
Asistente administrativo	1
Contador general externo	1
Facturador	1
Coordinador de pedidos y de actividades de programa	1
Piloto y repartidor	1
Vendedor y promotor	1
Vendedor externo organizado y asesoría técnica	2
Bodeguero	1
Descargadores	3
Encargado de la limpieza	1
<b>Total</b>	<b>14</b>

, Año 2015

### c. Integración

El gerente se encarga del reclutamiento del personal, pero dentro de la empresa hace falta un proceso que indique lo necesario para seleccionar a los nuevos colaboradores y no realizan evaluación de desempeño, para el mejoramiento de las funciones. Hace falta la inducción de integración para que

comprendan y acepten los valores, normas y convicciones que indica la empresa.

#### **d. Dirección**

Del gerente general depende el manejo de todos los recursos empresariales y en corto plazo brinda las herramientas para la toma de decisiones. El área operacional tiene procesos que llevan demasiado tiempo, ya que su bodega esta desordenada, tiene mal funcionamiento de su inventario y por ese motivo la empresa queda mal con los clientes y aumentan costos.

En el área administrativa se realizan capacitaciones de liderazgo para la motivación de los colaboradores y así poder alcanzar las metas. La falta de comunicación provoca que no se logren los objetivos planteados por la empresa y se tiene una respuesta negativa del trabajo en equipo, porque la supervisión es débil.

#### **e. Control**

El administrador está a cargo de los recursos financieros, por medio de registros contables, además vela por los intereses económicos de los insumos que se compran. La empresa tiene que verificar y observar a los colaboradores que realicen correctamente su trabajo.

La empresa está fallando especialmente del área de bodega, porque se identificó que carece de control de su inventario y no da seguimiento a los procesos de salidas y entradas de producto, que llegan incompletos y provoca mala atención al cliente.

### 1.2.5. Situación de mercado

#### a. Producto

La empresa Suministros Ganaderos *Chisacsi* es líder en la industria de alimentos balanceados, ofrece un paquete de soluciones de productos y servicios dirigido a sistemas de producción y explotación animal. El proveedor principal es Agribands Purina de Guatemala, el grupo de productos que se tienen a la venta es: concentrado de ganado bovino, para cerdo, caballos, forraje para los pájaros y se trabaja con otro proveedor que es *trupper*, son los principales exportadores de herramientas del mundo y tienen a la venta varios de sus productos.

#### b. Precio

Cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio. Cuando la oferta y demanda están en equilibrio. La estrategia que utiliza la empresa, para determinar el precio es por medio de realizar una comparación del tamaño y calidad de los productos sobre la competencia; dependiendo de los resultados, se determina el precio de cada producto.

**CUADRO 3  
PRODUCTOS A LA VENTA**

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO
Concentrado de Ganado	QUINTAL	Q 200.00
Concentrado de Cerdo	QUINTAL	Q 236.00
Concentrado de Caballo	QUINTAL	Q 216.00

Concentrado para los pájaros	QUINTAL	Q 189.00
------------------------------	---------	----------

**Fuente:** Investigación de campo, Año 2015

### c. Promoción

La empresa tiene anuncios por radio y televisión, pero estos medios no han logrado que se posicione dentro del mercado. Se necesitan estrategias para atraer a nuevos consumidores y lograr mantener a los clientes existentes.

### d. Plaza

El canal directo es el productor al distribuidor, es accesible para la empresa y darles mejor atención a los clientes. Cuenta con diferentes puntos de venta ubicados en los municipios de Cobán, San Pedro Carcha, Chamelco, Santa Cruz, San Cristóbal, Raxruha, Chisec, Chahal, Fray Bartolome, Playa Grande y Lanquin, donde pueden llegar y obtener nuestros productos por mayor o menor.

## 1.3. Identificación de oportunidades y debilidades.

Se describe las situaciones encontradas en la empresa de Suministros Ganaderos *Chisacsi*.

### CUADRO 4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y DEBILIDADES

Oportunidades	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Innovación de productos y servicios</li> <li>b. Nuevos canales de <i>marketing</i></li> <li>c. Alianza con empresas que se dediquen al crecimiento de animales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Descontrol de la rotación del <i>stock</i>.</li> <li>b. Desconocimiento de funciones por puesto de trabajo.</li> <li>c. No tiene conocimiento de las necesidades de mercado.</li> <li>d. Empirismo de la gestión de Recursos Humanos.</li> </ul>

*Fuente:* Investigación de campo, Año 2015

#### 1.3.1. Descripción de la Problemática

**a. Descontrol de la rotación del *stock***

El seguimiento de inventario está mal establecido, por desconocimientos de procesos, que han llevado a una mala ejecución de los sistemas de entrada y salida de producto. La falta de revisión, planeación y la desorganización de dicha área, no garantizan que la empresa tenga efectividad y confiabilidad.

Cuando hay existencia descontrol de productos en bodega, provoca mala atención a los clientes, genera altos costos administrativos porque realizan pedidos innecesarios. Los plazos de entrega son demasiados largos, ya que tienen una logística inadecuada y en varias ocasiones tienen faltantes.

**b. Desconocimiento de funciones por puestos de trabajo**

La empresa cuenta con diferentes puestos dentro del área administrativa, de ventas y operativa, estos están débiles y mal instruidos, porque los colaboradores no alcanzan sus objetivos al momento de realizar su trabajo, y se refleja ante el gerente. Existen áreas de trabajo, que están descuidadas porque los colaboradores tienen desconocimiento de sus funciones.

El mal desempeño de las tareas que se les asignan provoca pérdidas en producto y clientes insatisfechos por la mala atención.

**c. No tiene conocimiento de las necesidades del mercado**

La empresa tiene dificultades porque tiene bajo posicionamiento dentro de su mercado, desconoce la competencia que existe en su entorno y las oportunidades que puede tener para el mejoramiento de las ventas. Las estrategias

han sido incorrectas para que los clientes existentes estén conformes con el servicio que se ofrece, ya que han tenido quejas.

El gerente general desconoce las oportunidades para mejorar el negocio, por lo que hay inseguridad en la toma de decisiones. La empresa no logra establecer nuevos planes de trabajo para alcanzar las metas.

#### **d. Empirismo de la gestión de Recursos Humanos**

El departamento de recursos humanos en la empresa se realiza sin base a un proceso formal, porque desconoce las funciones que debe de cumplir esta área. El proceso organizacional no se encuentra estructurado y esto provoca el desconocimiento de jerarquías, se tiene una visión incompleta de la empresa, ni de las necesidades de los puestos.

La ausencia de estrategias de desarrollo de recursos humanos, provoca que los colaboradores estén desmotivados porque no tienen la información necesaria para evaluar su desempeño y lograr alcanzar las metas propuestas.

### **1.3.2. Jerarquización de las situaciones encontradas**

Por medio de un análisis realizado de la prioridad de cada problemática, se determina las más relevantes y posibles de accionar.

- a. Descontrol de la rotación de *stock*
- b. Desconocimientos de funciones por puestos de trabajo
- c. No tiene conocimiento de las necesidades del mercado



## **CAPÍTULO 2**

### **DESCRIPCION DE ACTIVIDADES REALIZADAS**

#### **2.1. Sistema de control de inventarios**

El sistema de control de inventarios, genera eficiencia en el proceso de entradas y salidas de producto. Se realizó un análisis de inventario conjuntamente con el encargado de esta área de trabajo, donde se identificaron las debilidades del manejo y proceso del mismo. Se ejecutó un sistema que se describe a continuación.

Los productos existentes de la bodega se contabilizaron y distribuyeron por medio de la tarjeta *kardex*, que es el instrumento que fue diseñado para facilitar el desarrollo de dicha actividad. Luego se fueron digitalizando los datos recabados a un documento de *excel*, donde identificaron que había faltantes por pedidos incompletos. La clasificación de productos de menor y mayor costo, fueron ordenados como A y B, este sistema es óptimo con la mínima derogación de recursos, se hizo la verificación de productos indicando como está físicamente.

Conforme a la observación de una semana, se identificó que la empresa tenía faltantes cuando ingresaba el producto, porque no se realizaba un conteo detallado. Para mejorar esto se realizaron los formatos siguientes: Inventario físico, control de inventarios, verificación física de productos, solicitud de compra, entrada de almacén, requerimiento de productos, salida de almacén y recuento físico de productos de almacén; los cuales se reprodujeron para ser utilizados en el área de trabajo.

La solicitud de compra es de utilidad para el control de inventario, porque se encuentra la información de la entrada de almacén, cuanto y en que condición se recibía. El requerimiento de productos se analizó y se anotó el código y costo, la salida de almacén y el recuento físico productos, se desarrollaron al final del día, donde se hubo un conteo y se verificó cuanto producto quedó.

Estos formatos fueron elaborados con detalles que se requieren dentro de la empresa para que no haya más descontrol de productos. Se hizo un instructivo en el programa de *word* para el llenado de cada hoja, donde especifica que se debe colocar en cada casilla. El contenido de cada formato se digitalizó para tener un registro y que sea fácil de localizar.

Se realizó un programa digital, con el objetivo de tener el producto a tiempo y satisfacción de los clientes. Este sistema informa cuanto producto queda en la bodega y cuanto se ha vendido, para que el encargado pueda realizar los pedidos a tiempo y que la empresa no se quede sin atender a sus clientes. El bodeguero y el coordinador de pedidos recibieron inducción de cómo se debía utilizar cada uno de los formatos y el sistema digital para el control de inventarios.

## **2.2. Manual de descripciones de puestos**

El objetivo de este manual es definir de una manera clara y sencilla las tareas que se realizarán en un determinado puesto y los factores necesarios para llevarlas a cabo con éxito. Dentro de la empresa existen distintos puestos que se analizaron por medio de la observación y entrevista donde se logró a identificar las cualidades y capacidades de cada uno, para estructurar el diseño y se obtuvo once puestos de trabajo.

Con base en la información recopilada se realizó la descripción de cada puesto, especificando las funciones, actividades y responsabilidades, así como formación, experiencia e identificando las características y cualidades, donde se valió que las descripciones de cada cargo estuvieran claras y precisas y se diseñó el organigrama funcional de la empresa.

Se establecieron los valores corporativos de la empresa Suministros Ganaderos *Chisacsi*, se realizó inducción para los colaboradores, se explicó detalladamente el manual de descripciones de puestos donde especifica cada una de las obligaciones y responsabilidades.

### **2.3. Investigación de mercados**

Es la investigación objetiva y sistemática de datos, analizando el mercado objetivo, acerca del entorno y los competidores, que permite incrementar el conocimiento que debe tenerse para tomar decisiones y así reducir riesgos. Se identificó que la empresa necesitaba que se realizara una investigación de mercados para poder conocer el posicionamiento de la empresa dentro del mercado meta.

Dentro del plan de investigación se analizó los pasos que se deben realizar, donde se establece los razonamientos y conocimientos sobre los requerimientos imprescindibles para la materialización. Se conoció la historia de la empresa, cuáles fueron sus antecedentes en el mercado. Por medio de la técnica de investigación descriptiva se obtuvo conocimiento del problema y se planteó la muestra. El instrumento que se utilizó fue el cuestionario que fue diseñado con diez preguntas relacionadas con la empresa, el producto y el cliente.

Por medio del método no probabilístico se estableció la muestra, que fue de ciento ochenta y siete compradores que respondieron a las encuestas y se realizaron entrevistas a los diferentes distribuidores, seguidamente recabaron los datos y fueron transcritos mediante el programa de excel.

Se realizó un análisis estadístico básico para verificar los resultados de toda la información y poder concluir la investigación ejecutada e identificar que es necesario para tener mayor efectividad en el servicio que se presta en la empresa. La primera actividad que se hizo es reunir información que dio como resultado que los clientes necesitan asesoría de la producción de los animales, para su crecimiento y mantenimiento.

La segunda actividad fue diseñar una red social para dar información a los clientes sobre la empresa y los productos. El contenido que se proporcionó en esta red es la historia, visión y misión, productos que se venden y videos de capacitaciones de cómo cuidar a diferentes tipos de animales.

## CAPÍTULO 3 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 3.1. Sistema de control de inventarios

La empresa obtuvo el sistema de control de inventario confiable, para tomar mejores decisiones, reducir costos, tener mayor rentabilidad y clientes más satisfechos. Un *stock* óptimo de seguridad permite satisfacer a los clientes sin retrasos y evita inexistencias por posible incremento inesperado de las ventas. Se minimizaron los inconvenientes en las demoras que se presentaban al llegar el producto, ahora se realizan los pedidos con la debida anticipación.

Se logró ordenar, clasificar y categorizar el área de bodega, utilizando el método justo a tiempo para la rotación de inventario, se disminuyó el alto costo en todas las áreas operativas, se logró el equilibrio entre la oferta y la demanda.

Una de las grandes ventajas de llevar control es que se conoce la información exacta que está dentro de la empresa, también se redujo el costo de transporte porque se realizan de mayor volumen, en días específicos y habrá una reducción de gastos innecesarios. Llevar el control de las existencias también permite no desfavorecer a los que se interesan continuamente en los productos, así mismo se establecieron mecanismos para revisar fechas de vencimiento y evitar que lleguen a los clientes en malas condiciones.

A nivel operativo, tener un balance de los bienes evita las carencias o excesos, reduce los costos del transporte, vigila la calidad de los productos, reconocen las faltas por robos y mermas, verifican las cantidades de entradas y salidas, mejoran el flujo de efectivo. A nivel gerencial permite una mejor planeación y toma de decisiones pertinentes para ser más eficiente.

### **3.2. Manual de descripciones de puestos**

Para la empresa fue importante el manual porque generó un cambio organizacional, donde podemos destacar que incrementa la calidad del desempeño del trabajo de cada colaborador, se lograron identificar las obligaciones y características de cada puesto que existen en cada área de trabajo, se coordinaron y organizaron las actividades de la empresa.

El manual proporciona los requisitos de educación, experiencia, aptitudes que se deben encontrar al momento de seleccionar al personal más adecuado al puesto, en general facilita el proceso de selección. Los colaboradores ya tienen la información necesaria para realizar mejor y con mayor claridad sus labores.

Los beneficios para el personal, fue que les permitió distinguir con precisión y orden en las atribuciones que realizarán en los distintos puestos, donde ellos se dan cuenta de las obligaciones que deben cumplir, señalando con eficiencia las responsabilidades y que el trabajo se realizara en equipo. Ayuda a explicar que cada persona tiene una función, donde ellos pueden identificar sus fallas.

Esta herramienta es clave para poder organizar el área de recursos humanos con el fin de conocer los puestos de cada unidad de trabajo, determina los perfiles de los ocupantes, contribuye a la selección del personal, orienta a la capacitación y evaluación del desempeño.

### 3.2. Investigación de mercados

La investigación determinó que la empresa es el principal vendedor de alimento para animales en Cobán Alta Verapaz, y que el producto lo adquiere el 66% de personas de sexo masculino, entre edades de 26 a 80 años. Los resultados también muestran que existe un mercado local que aún no ha sido explotado. Se llegó a la conclusión que existe un 71% de los clientes que solicitan asesoría sobre la producción de animales.

La información obtenida de la investigación de mercado es confiable y puede utilizarse como guía para el desarrollo de las estrategias empresariales, conforme a los resultados se diseñaron las actividades que fueron efectivas dentro del mercado; se dio información a los consumidores potenciales y se identificaron las oportunidades dentro del mercado.

La investigación minimiza riesgos de posicionamiento dentro del mercado, ayuda a que la empresa esté enterada de las debilidades y oportunidades que existen ante su competencia, para que pueda lograr las metas y objetivos propuestos.

Las estrategias que se desarrollaron con base en los resultados de la investigación de mercados son: asesoría técnica y comunicación por redes sociales. Dichas acciones deben monitorearse primordialmente para lograr los resultados deseados.



## CONCLUSIONES

A través del diagnóstico se identificaron las debilidades y oportunidades de la empresa; las cuales se reforzaron por medio de la realización de propuestas como, un sistema de control de inventarios, un manual de descripciones de puestos, una investigación de mercados, para el beneficio de la empresa, obtener un desarrollo administrativo y de *marketing*.

El sistema de control de inventarios fue fundamental para el mejoramiento del orden de la empresa, contribuyo al funcionamiento de la rotación, minimizo costos y obtuvo control de los productos por medio de los formatos realizados, como: inventario físico, que sirvió para saber qué tipo de productos tiene en existencia; control de inventarios, indico la cantidad del mismo; verificación física de productos, ayudo a ver si el producto se encontraba en buen estado; solicitud de compra, se utilizó para pedir el mismo; requerimiento de productos, analizo cuanto producto se debía comprar; entrada y salida de almacén.

El manual de descripciones de puestos, fue una herramienta eficaz con la cual se coordinan las tareas y funciones para lograr eficacia y eficiencia. Favoreció la integración y adaptación de nuevos y actuales empleados en la empresa, se realizó puestos como: Jefe de ventas, administrador, contador general, facturador, coordinador de pedido, piloto, vendedor, vendedor externo, bodeguero, descargadores y encargado de la limpieza, en cada cargo se especificó los requisitos de educación necesarios y las funciones a desempeñar.

La investigación de mercado proporciono información de utilidad e identifico que el 25% de clientes compra el concentrado de pollo de engorde, porque es el producto más rentable en el área de Cobán, Alta Verapaz, la frecuencia de compra es por mes y su unidad de medida es por quintal. Se logró a conocer que el 42% de los clientes compran por la calidad de producto que se vende, además se analizó las necesidades de los consumidores actuales y potenciales de la empresa para toma de decisiones.

## RECOMENDACIONES

Que las propuestas ejecutadas, se apliquen de manera conveniente, que tengan actividades de seguimiento y que sean monitoreadas eventualmente.

Evaluar constantemente sus inventarios para determinar su función, pues de ello depende el éxito en cuanto a logro de objetivos financieros y estratégicos. Los controles de inventarios deben automatizarse, utilizando la tecnología de punta, para que en cualquier momento se puedan tomar decisiones administrativas.

Que el manual de funciones como fuente de información para el conocimiento de las funciones y atribuciones de puestos, sea utilizado para procesos como: selección de personal, definir necesidades de capacitación y para programas de evaluación de desempeño.

Es preciso que la empresa tome los resultados de la investigación de mercado para realización de estrategias a corto, mediano y largo plazo; entre ellas, establecer alianzas con proveedores para capacitar a los clientes sobre el mejor uso del producto.



## BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, Gabriel. *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill, 2010.
- Benassini, Marcela. *Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina*. México: Pearson Educación, 2001.
- Dessler, Gary. *Administración de personal*. México: Prentice Hall, 1991.
- Grupo Editorial Océano. *Enciclopedia práctica de la pequeña y mediana empresa MIPYME*. Barcelona, España: Editorial Océano, 2003.
- Instituto Nacional de Estadística -INE-. *Población: Alta Verapaz y El Quiche*, Fascículo Estadístico Poblacional. Guatemala: INE., 2013.
- Koontz, Harold -Et.Al-. *Administración una perspectiva global y empresarial*. México: McGraw-Hill, 2012.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales -MTAS-. *Como mejorar e incrementar nuestra presencia en los medios de comunicación: guía práctica para ONG*. Madrid, España: MTAS., 2002.
- Orozco, Arturo. *Investigación de mercados*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma., 1999.
- Perdomo, Abraham. *Administración financiera de inventarios tradicional y justo a tiempo*. México: International Thomson Editores, 2000.



V.º B.º  
*Adán García Veliz*

Adán García Veliz  
 Licenciado en Pedagogía e Investigación Educativa  
 BIBLIOTECARIO



## ANEXO 1



**DISTRIBUIDORA DE SUMINISTROS**

**GANADEROS CHISACSI**



**SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIOS**

## ÍNDICE GENERAL

Sistemas de Inventario	1
Objetivos	1
Normas de uso	1
Listado de formatos	2

## ÍNDICE DE FORMATOS

Formato 1. INVENTARIO FISICO	3
Formato 2. CONTROL DE INVENTARIOS	4
Formato 3. VERIFICACIÓN FÍSICA PRODUCTOS	5
Formato 4. SOLICITUD DE COMPRA	7
Formato 5. ENTRADA DE ALMACEN	9
Formato 6. REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS	11
Formato 7. SALIDA DE ALMACEN	13
Formato 8. RECUENTO FISICO PRODUCTOS DE ALMACEN	15



## **SISTEMAS DE INVENTARIOS**

Para el buen desenvolvimiento de la Distribuidora de Suministros Ganaderos *Chisacsi*, es necesario desarrollar varios formatos para poder llevar el control de cada producto dentro de la empresa.

Esta empresa ha crecido favorablemente, por ello se debe disponer de varias herramientas de fácil manejo para realizar los movimientos de inventario.

### **OBJETIVOS**

- La creación de los formatos y las capacitaciones del sistema de inventarios busca mejorar el manejo y control de los productos.
- También es indispensable proporcionar un nivel de servicio adecuado en el departamento de ventas.
- Aumentar la productividad al establecer control de inventarios.
- Registrar todas las entradas, salidas y movimiento en los inventarios.
- Mejorar la rotación de inventarios.  
Reducir las quejas por falta de insumos.

### **NORMAS DE USO**

- a. Realizar el llenado correctamente de los espacios que se requieren.
- b. Utilizar letra de molde legible.
- c. No se permiten manchas, ni tachones.
- d. Si se tiene alguna observación o algo adicional, se puede colocar en la parte de abajo de cada formato.

## LISTADO DE FORMATOS

Numero de Formatos	Nombre
1	Inventario Físico
2	Control de inventarios
3	Verificación física productos
4	Solicitud de compra
5	Entrada de almacén
6	Requerimiento de productos
7	Salida de almacén
8	Recuento físico productos de almacén

### RESPONSABLE

El responsable del llenado de los formatos es el coordinador de pedidos y actividades de programa. La persona que supervisa este trabajo es el asistente administrativo.

### CREACION DE TARJETA KARDEX:

Inventario físico de los productos y piezas que se utilizan en las diferentes áreas de la Distribuidora de Suministros Ganaderos *Chisacsi*.

Creación de base de datos y control por productos. Se utilizaran varios formatos para llevar orden y control de las entradas y salidas de productos y piezas en las diferentes áreas de trabajo.

Para facilitar su llenado se presenta cada formato con su respectivo instructivo.







Formato  
No. 3

### VERIFICACIÓN FÍSICA PRODUCTOS

**ÁREA:** EDSON RUIZ

**UBICACIÓN:** COBAN, A.V.

**RESPONSABLE:** JOSUE PEREZ

No. INVENTARIO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANTIDAD	MARCA	OBSERVACIONES
121	DESARROLLINA CHK	40	PURINA	PRODUCTO EN BUEN ESTADO

MARIO CIFUENTES PRADO  
NOMBRE Y FIRMA

FECHA: 18/06(2015

## INSTRUCTIVO PARA LLENADO HOJA DE VERIFICACIÓN FÍSICA DE PRODUCTOS

No. Del campo	CAMPO	DESCRIPCION DEL CAMPO
1	Área	Nombre del responsable a cargo de las áreas.
2	Ubicación	Área física en donde se localiza el producto.
3	Responsable	Nombre de la persona que tiene a su cargo el resguardo de los productos.
4	No. inventario	Código asignado al producto en el inventario perpetuo.
5	Descripción del bien	Nombre y características de cada uno de los productos.
6	Cantidad	Número de artículos de existencia.
7	Marca	Razón social de la empresa que fabrica el producto.
8	Observaciones	Comentarios adicionales para la identificación del producto.
9	Responsable verificación	Nombre y firma del responsable de recopilar la información.
10	Fecha	Día, mes y año en que se verifico la información.



No.

1

Formato

No.

4

FECHA:

2

07

2015

DIA

MES

AÑO

**SOLICITUD DE COMPRA****SOLICITANTE:** BODEGA

No.	CANTIDAD	DESCRIPCION DE LOS PRODUCTOS REQUERIDOS	UNIDAD	PRECIO POR UNIDAD	IMPORTE
100	150	CONEJINA INDUSTRIAL	QUINTAL	Q 191.00	Q 28,950.00
<b>COSTO TOTAL</b>					

No.	PROVEEDOR (ES)
1	AGRIBANDS PURINA DE GUATEMALA

**OBSERVACIONES:** Que el empaque de cada producto venga en buen estado.

SOLICITANTE

AUTORIZACION GERENCIA

EDSON RUIZ  
NOMBRE Y FIRMAALLAN LEAL  
NOMBRE Y FIRMA

## INSTRUCTIVO PARA LLENADO HOJA DE SOLICITUD DE COMPRA

No. Del campo	CAMPO	DESCRIPCION DEL CAMPO
1	No.	Numero correlativo de la solicitud de compra.
2	Fecha	Día, mes y año en que se elabora la solicitud de compra.
3	Solicitante	Nombre de la sección que requiere la adquisición de los productos.
4	No.	Identificador de cada uno de los productos pedidos que integran la solicitud de compra.
5	Cantidad	Número de artículos por renglón.
6	Descripción de los productos requeridos	Nombre y características de cada uno de los artículos solicitados.
7	Unidad	Indicar la forma de empaque.
8	Precio por unidad	Precio por artículo.
9	Importe	Importe que resulta de multiplicar la cantidad por el precio por unidad.
10	Costo total	Suma de los diferentes importes según el número de renglones.
11	No.	Identificador de cada uno de los proveedores enlistados.
12	Proveedor (es)	Razón social del proveedor (es).
13	Observaciones	Comentarios adicionales sea del artículo o proveedor.
14	Solicitante	Nombre y firma de la persona que realiza la solicitud.
15	Autorización gerencia	Nombre y firma del Gerente.



No. 2

Formato  
No. 5

FECHA:

DIA	MES	AÑO
05	08	2015

ENTRADA DE ALMACEN

**AREA: BODEGA**

**PROVEEDOR: AGRIBANDAS PURINA**

**SEGÚN FACTURA: B1 3561**

CODIGO	CANTIDAD	UNIDAD / MEDIDA	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	VALOR
230	50	QUINTALES	DOGUI PUPPY	Q 320.00	Q 16,000.00
<b>TOTAL</b>					<b>Q 16,000.00</b>

EDSON RUIZ  
ENTREGUE

JOSUE PEREZ  
RECIBI

## INSTRUCTIVO PARA LLENADO HOJA DE ENTRADA DE ALMACEN

No. Del campo	CAMPO	DESCRIPCION DEL CAMPO
1	No.	Numero correlativo de la entrada de almacén.
2	fecha	Día, mes y año en que se ingresa productos al almacén.
3	Área	Nombre del lugar donde ingresaran los productos (bodega).
4	Proveedor	Nombre o razón social del proveedor de los productos.
5	Según factura	Numero de factura que respalde el ingreso de los productos al almacén.
6	Código	Código asignado al producto en el inventario perpetuo.
7	Cantidad	Número de productos que ingresan al almacén.
8	Unidad/medida	Indicar la forma de empaque.
9	Descripción	Nombre y características de cada uno de los artículos que ingresan.
10	Costo unitario	Costo por artículo.
11	Valor	Importe que resulta de multiplicar la cantidad por el precio por unidad.
12	Total	Suma de los diferentes importes según el número de renglones.
13	Entregue	Nombre y firma de la persona entrega productos al almacén.
14	Recibí	Nombre y firma de la persona que recibe productos en el almacén.



## INSTRUCTIVO PARA LLENADO HOJA DE REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS

<b>No. Del campo</b>	<b>CAMPO</b>	<b>DESCRIPCION DEL CAMPO</b>
1	No.	Numero correlativo del requerimiento de productos.
2	Fecha	Día, mes y año en que se realiza el requerimiento de productos.
3	Área	Nombre del área que hace la solicitud.
4	Código	Código asignado al producto en el inventario perpetuo
5	Producto	Nombre y características de cada uno de los artículos solicitados.
6	Unidad	Indicar la forma de empaque.
7	Existencia	Número de unidades disponible en el almacén.
8	Cantidad solicitada	Número de artículos que solicitan.
9	Costo unitario	Precio por artículo.
10	Costo total	Importe que resulta de multiplicar la cantidad solicitada por el costo unitario.
11	Total	Suma de los diferentes costos totales, según el número de renglones.
12	Solicitante	Nombre y firma de la persona que hace el requerimiento.
13	Autorizo	Nombre y firma del responsable de bodegas.



No. **1**

**Formato**  
No. **7**

FECHA: **2**  
DIA MES AÑO  
**19 10 2015**

**SALIDA DE ALMACEN**

DE: BODEGA  
HACIA: COMPRADORES

CODIGO	PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD SOLICITADA	CANTIDAD		COSTO TOTAL
				ENTREGADA	COSTO UNIDATIO	
175	BIO UNO ENGORDE PELLET	QUINTAL	60	60	Q 224.00	Q 13,440.00

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

ENTREGA

RECIBE

EDSON RUIZ  
NOMBRE Y FIRMA

JOSUE PEREZ  
NOMBRE Y FIRMA

## INSTRUCTIVO PARA LLENADO HOJA DE SALIDA DE ALMACEN

No. Del campo	CAMPO	DESCRIPCION DEL CAMPO
1	No.	Numero correlativo del requerimiento de productos.
2	Fecha	Día, mes y año en que se elabora la salida de almacén.
3	De	Nombre del área donde se encuentra el artículo.
4	Hacia	Nombre del área a donde se dirige el articulo
5	Código	Identificador de los artículos registrados en el sistema de almacén.
6	Producto	Nombre y características de cada uno de los artículos solicitados.
7	Unidad de medida	Indicar la forma de empaque.
8	Cantidad solicitada	Unidades requeridas en la salida de almacén.
9	Cantidad entregada	Unidades entregadas al solicitante.
10	Costo unitario	Precio por artículo.
11	Costo total	Importe que resulta de multiplicar la cantidad solicitada por el costo unitario.
12	Observaciones	Comentarios adicionales sobre el producto.
13	Entrega	Nombre y firma del responsable de la entrega de los artículos.
14	Recibe	Nombre y firma la persona que recibe los artículos.



No. **5**

**Formato**  
No. **8**

FECHA		
DIA	MES	AÑO
12	10	2015

### RECUENTO FISICO PRODUCTOS DE ALMACEN

PRODUCTO		UNIDAD MEDIDA	EXISTENCIA		DIFERENCIA	OBSERVACIONES
CODIGO	DESCRIPCION		REGISTRO	FISICO		
130	CRIA CERDINA COMPLETA	QUINTAL	50	50	0	PRODUCTO EN BUEN ESTADO

ELABORO

SUPERVISO

EDSON RUIZ  
NOMBRE Y FIRMA

JOSUE PEREZ  
NOMBRE Y FIRMA

**INSTRUCTIVO PARA LLENADO HOJA DE RECUESTO FISICO  
PRODUCTOS DE ALMACEN**

<b>No. Del campo</b>	<b>CAMPO</b>	<b>DESCRIPCION DEL CAMPO</b>
1	No.	Numero correlativo del requerimiento de productos.
2	Fecha	Día, mes y año en que se elabora el recuento físico de los productos de almacén.
3	Código	Identificador de los artículos registrados en el sistema de almacén.
4	Descripción	Nombre y características de cada uno de los artículos.
5	Unidad de medida	Indicar la forma de empaque.
6	Registro	Cantidad reflejada en los registros de almacén.
7	Físico	Cantidad de bienes reflejada en el recuento físico.
8	Diferencia	Cantidad resultante de registro – físico.
9	Observaciones	Comentarios adicionales para comprender el resultado del recuento físico.
10	Elaboro	Nombre y firma del responsable del recuento físico.
11	Superviso	Nombre y firma del encargado oficina Asistencia Gerencial.

## ANEXO 2



### DISTRIBUIDORA DE SUMINISTROS GANADEROS CHISACSI



## MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Elaborado por: Sayda Lisbeth Lem Hernández

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCION	1
OBJETIVOS	2
ANTECEDENTES	3
HISTORIA	4
MISIÓN Y VISIÓN	5
FILOSOFIA CORPORATIVA	6
ORGANIGRAMA	7
MANUAL DE FUNCIONES	8
CONCLUSIONES	31

## ÍNDICE DE PUESTOS

Puesto 1. JEFE DE VENTAS	9
Puesto 2. ADMINISTRADOR	11
Puesto 3. CONTADOR GENERAL	13
Puesto 4. FACTURADOR	15
Puesto 5. COORDINADOR DE PEDIDO	17
Puesto 6. PILOTO Y REPARTIDOR	19
Puesto 7. VENDEDOR Y PROMOTOR	21
Puesto 8. VENDEDOR EXTERNO ORGANIZADO	23
Puesto 9. BODEGUERO	25
Puesto 10. DESCARGADORES	27
Puesto 11. ENCARGADO DE LA LIMPIEZA	29

## **INTRODUCCIÓN**

Las organizaciones buscan estandarizar sus procesos por varias razones importantes. Una de ellas es que puede facilitar la comunicación sobre cómo opera el negocio. Es importante reconocer el manual de funciones como herramienta técnica necesaria para la administración del talento humano vinculado a cada uno de los cargos, contiene en forma ordenada y sistemática, información sobre aspectos organizacionales necesarios para la buena ejecución del trabajo.

Este es un documento el cual especifica requisitos para el cargo, interacción con otros procesos, responsabilidades y funciones.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Elaborar el manual de funciones de la empresa Suministros Ganaderos *Chisacsi*, con el fin de representar en forma ordenada los aspectos de la organización necesarios para la buena ejecución laboral.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- Realizar el análisis de once cargos existentes para establecer las funciones desempeñadas por cada uno de los integrantes de la empresa, nivel de responsabilidad y compromiso.
- Construir un manual de funciones adecuado para cumplir con cada una de las funciones de cada puesto.
- Mejorar la imagen corporativa de la empresa.
- Evaluar a los colaboradores después de la realización del manual si están desarrollando bien su trabajo.
- Comunicar a los clientes establecidos y potenciales los servicios que se ofrecen.



## **Suministros Ganaderos *Chisacsi***

Suministros Ganaderos *Chisacsi* es la empresa líder de la industria de alimentos balanceados, ofrece un paquete de soluciones de productor y servicio dirigido a sistemas de producción y explotación animal.

Está ubicada en el municipio de Cobán, departamento de Alta Verapaz, área urbana en la 1ª. Avenida 5-50 Zona 12, Lotificación Carlos V, sus coordenadas geográficas.

## HISTORIA

La Distribuidora de Suministros Ganaderos *Chisacsi*, nace a finales del año 2,006; creada por personas emprendedoras que pretendían poder obtener utilidades para su beneficio y al mismo tiempo brindar un producto que pudiera satisfacer una de tantas necesidades del mercado. Se da punto de partida a la idealización de crear un negocio en Santa Cruz Verapaz, el principal producto de venta para el ganado lechero.

El 17 de Junio del año 2007, se empezaron a trabajar todas las líneas de Agribands Purina de Guatemala, S.A. con una pequeña Tienda en Calzada Minerva de Cobán, A.V. se vendían aproximadamente 35 toneladas de producto.

En Octubre del año 2010 se trasladaron con una Nueva Tienda en Plaza Magdalena de Cobán, A.V. En el año 2013 nuevamente fue trasladada a la 1ª. Avenida 5-50 Zona 12, Lotificación Carlos V, Cobán, A.V. Esta empresa seguía siendo Individual, ya en diciembre del año 2013 se volvieron una Sociedad Anónima.

## **MISIÓN**

Generar oportunidades a partir de sus productos de alta calidad para mejorar los negocios. Comprometidos con un plan de mejoramiento continuo permitiéndonos integrar herramientas y tecnología de vanguardia diversa que nos ayudaran a obtener beneficios y mejores servicios para nuestros clientes amigos.

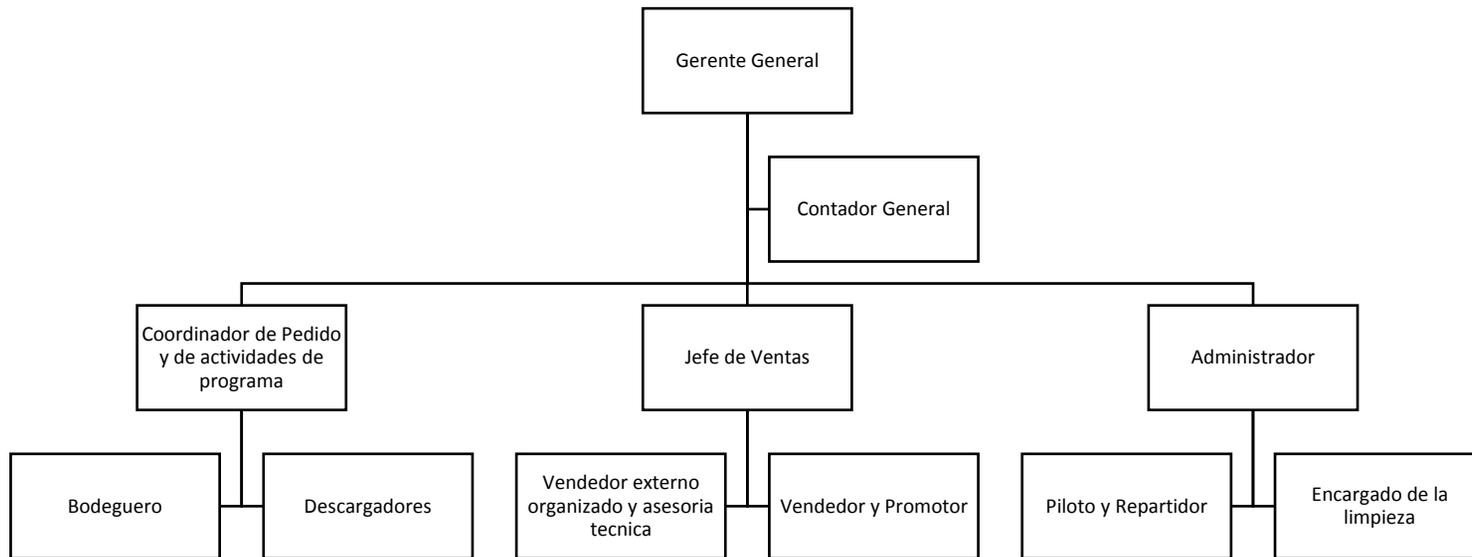
## **VISIÓN**

Ser siempre una empresa comprometida con el servicio comunitario, por medio de la distribución de alimento de la más alta calidad en nutrición animal en la región, bajo los más altos estándares de servicio y calidad. Y contribuir con ello al desarrollo comunitario, creando más y mejores negocios familiares autosostenibles y a más largo plazo.

## **VALORES CORPORATIVOS**

- Calidad integral
- Competitividad
- Desarrollo de nuestra gente
- Excelencia en el servicio
- Gestión de la innovación y el conocimiento
- Participación y espíritu colaborativo
- Respeto
- Responsabilidad social empresarial

# ORGANIGRAMA



# MANUAL DE FUNCIONES

Identificación de color según área de trabajo:

Área administrativa: Franja Gris

Área de ventas: Franja Celeste

Área de Operaciones: Franja Verde

1. Jefe de Ventas
2. Gerente General
3. Contador General Externo
4. Administrador
5. Coordinador de Pedido y de Actividades de Programa
6. Piloto y Repartidor
7. Vendedor y Promotor
8. Vendedor Externo Organizado y Asesoría Técnica
9. Bodeguero
10. Descargadores
11. Encargado de la Limpieza



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 1

Identificación del Cargo	
<b>Nombre del cargo:</b>	<b>JEFE DE VENTAS</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>
<b>Número de Cargos:</b>	<b>Nueve (9)</b>
<b>Reporta a (Nombre del cargo):</b>	<b>ADMINISTRACION</b>

Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Título administración de empresas, administración pública o ingeniería industrial.
Requisitos de Experiencia	Tres (3) años de experiencia profesional relacionada.

Objetivo principal
Es la persona encargada de cumplir con las metas de venta determinadas por la Gerencia Comercial y Marketing para el área de ventas, a través de la eficiente administración del departamento y su fuera de ventas, planificando, ejecutando y controlando estrategias de ventas, generando nuevas oportunidades de negocios, planes de fidelización de clientes y un servicio de venta y post venta de excelencia.

### **Funciones Esenciales**

- Ejecuta y controla los planes comerciales de la empresa.
- Posiciona los productos de la comercializadora a nivel nacional.
- Organiza al equipo de trabajo.
- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y los análisis se están ejecutando correctamente.



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 2

<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo:</b>	<b>GERENTE GENERAL</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>
<b>Número de Cargos:</b>	<b>Ocho (8)</b>
<b>Reporta a (Nombre del cargo):</b>	<b>GERENTE GENERAL</b>

<b>Requisitos Mínimos</b>	
Requisitos de Formación	Título administración de empresas, o carrera a fin.
Requisitos de Experiencia	Tres (3) años de experiencia profesional relacionada.

<b>Objetivo principal</b>
<p>Ejecutar los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.</p>

### **Funciones esenciales**

- Asiste en el desarrollo de los programas y actividades de la unidad.
- Participa en la elaboración del anteproyecto de presupuesto de la unidad.
- Participa en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo.
- Realiza seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.
- Controla los pagos efectuados al personal administrativo u obrero por diversos beneficios.
- Realiza solicitudes de dotación de equipos y materiales para la dependencia.
- Lleva registro y control de los recursos financieros asignado a la dependencia, fondo fijo, avance a justificar, caja chica, etc.
- Recibe y revisa las facturas y comprobantes de los gastos efectuados con los avances a justificar.



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 3

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	CONTADOR GENERAL EXTERNO
Dependencia:	ÁREA ADMINISTRATIVA
Número de Cargos:	NINGUNO
Reporta a (Nombre del cargo):	ASISTENTE ADMINISTRATIVO

Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Contador Público o Auditor
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada.

Objetivo Principal
<p>Analizar la información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad en una determinada dependencia, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos.</p>

### **Funciones Esenciales**

- Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).
- Examina y analiza la información que contienen los documentos que le sean asignados.
- Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos.
- Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.
- Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución.
- Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.
- Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables.
- Desarrolla sistemas contables necesarios para la Institución.
- Elabora comprobantes de los movimientos contables.
- Analiza los diversos movimientos de los registros contables.
- Corrige los registros contables.



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 4

Identificación del Cargo	
<b>Nombre del cargo:</b>	<b>ADMINISTRADOR</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>
<b>Número de Cargos:</b>	<b>NINGUNO</b>
<b>Reporta a (Nombre del cargo):</b>	<b>ASISTENTE ADMINISTRATIVO</b>

Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Título administración de empresas, o carrera a fin.
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada.

Objetivo Principal
<p>Realizar de manera oportuna y correcta el proceso de facturación de la empresa, proporcionando el seguimiento efectivo a las acciones de cobranza y asegurando que los documentos soportes vayan debidamente documentados.</p>

### **Funciones esenciales**

- Control estricto del efectivo (caja)
- Facturación
- Control de ventas, Control de compras
- Pago de proveedores, en coordinación con Administración.
- Registro y control de inventarios diarios (inicio y final).
- Recopilar y conciliar información que solicite contabilidad, administrador del Plan de Sociedad y la Gerencia. En forma mensual.
- Recepción, coordinación junto a la administración de pagos, saldos atrasados, vencidos, de las cuentas por cobrar. Según los nuevos lineamientos de concesión de créditos.
- Apertura y cierre de tienda.
- Apoyo general a las actividades asignadas a los compañeros de equipo.
- Semana de limpieza de baño colaboradores



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 5

Identificación del Cargo	
<b>Nombre del cargo:</b>	<b>COORDINADOR DE PEDIDO Y DE ACTIVIDADES DE PROGRAMA</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>
<b>Número de Cargos:</b>	<b>NINGUNO</b>
<b>Reporta a (Nombre del cargo):</b>	<b>ASISTENTE ADMINISTRATIVO</b>

Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Perito Contador
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada.

Objetivo Principal
<p>La persona responsable del puesto de trabajo es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área logística de la empresa, tanto a nivel de producto como a nivel de gestión de personal, con el objetivo de distribuir a los clientes los pedidos de mercancía en tiempo y forma.</p>

### **Funciones Esenciales**

- Atención de mostrador
- Control y coordinación de pedidos
- Verificación de recepción de producto
- Depósitos bancarios
- Programa de inventario
- Caja
- Inventario diario
- Limpieza y Mantenimiento de Área de Libreado y Mostrador
- Semana de Animales vivos en Tienda
- Semana de limpieza de Baño colaboradores
- Control y coordinación de las actividades de DDP y actualización del modelo de plan en sociedad.
- Apoyo general a las actividades asignadas a los compañeros de equipo.



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 6

<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo:</b>	<b>PILOTO Y REPARTIDOR</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>
<b>Número de Cargos:</b>	<b>NINGUNO</b>
<b>Reporta a (Nombre del cargo):</b>	<b>ASISTENTE ADMINISTRATIVO</b>

<b>Requisitos Mínimos</b>	
Requisitos de Formación	
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada.

<b>Objetivo Principal</b>
Cumplir con la ruta de entrega de productos en el tiempo establecido, Retirar el producto de bodega. Carga y descarga de producto.

### **Funciones Esenciales**

- Piloto
- Ruta de Reparto: Chequeo de pedido según cuaderno de los mismos
- Planificación de Ruta diaria, basada en la asignación de Ruta por día.
- Revisión constante de Rutas de Entrega.
- Registros actualizados para enriquecer la información del DDP.
- Repartir producto, previamente pedido por el punto de venta.
- Control y seguimiento de encuestas de servicio en PDV
- Servicio personalizado con cada PDV, observando sus necesidades, calidad de bodega, almacenamiento, tarimas, etc. Y darles seguimiento.
- Apoyo en el cobro de Facturas atrasada cuando así se requiera.
- Descarga y acondicionamiento de producto en bodega.
- Semana de Animales vivos de tienda.
- Semana de limpieza de baño colaboradores
- Apoyo en general a las actividades de otras aéreas de trabajo.
- Ocasionalmente participa en inventario diario de producto.
- Responsable del mantenimiento de vehículos
- Responsable de la elaboración de informe que sus actividades generen.
- Responsable del buen estado y funcionamiento de vehículos a su cargo.
- Apoyo general en Mostrador.



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 7

<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo:</b>	<b>VENDEDOR Y PROMOTOR</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>ÁREA DE VENTAS</b>
<b>Número de Cargos:</b>	<b>NINGUNO</b>
<b>Reporta a (Nombre del cargo):</b>	<b>JEFE DE VENTAS</b>

<b>Requisitos Mínimos</b>	
Requisitos de Formación	Técnico pecuario, conocimiento básico sobre manejo de animales, comerciante con buen manejo de relaciones sociales.
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia.

<b>Objetivo Principal</b>
Establecer una metodología que garantice que las ordenes de compras de los clientes, se realicen de acuerdo a las condiciones acordadas, especialmente con una entrega eficaz y eficiente.

### **Funciones Esenciales**

- Venta y promoción de producto Dogui, Pet Master, Gaty.
- Elaboración y actualización del Programa DDP y Plan de Sociedad para la línea de mascotas.
- Elaboración y Actualización de censo territorial.
- Elaboración y ejecución de actividades de promoción en coordinación con la Gerencia de Ventas y Agribrands Purina de Guatemala por medio de Supervisor.
- Apoyo general a las Actividades asignadas a los compañeros de equipo.
- Semana de Animales vivos tienda
- Semana de limpieza de baños colaboradores.



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 8

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	VENDEDOR EXTERNO ORGANIZADO Y ASESORIA TECNICA.
Dependencia:	ÁREA DE VENTAS
Número de Cargos:	NINGUNO
Reporta a (Nombre del cargo):	JEFE DE VENTAS

Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Técnico pecuario, conocimiento básico sobre manejo de animales, comerciante con buen manejo de relaciones sociales.
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia.

Objetivo Principal
Responder por toda la gestión de ventas y desarrollar una labor Cobertura asistiendo los clientes asignados y visitando clientes potenciales.

## **Funciones Esenciales**

- Venta de productos chows
- Venta de productos pets
- Visita a puntos de venta
- Aumentar puntos de venta
- Preventa tele marketing / registro de esta actividad
- Pedidos en cuaderno para este fin
- Coordinación para actividades DDP
- Ejecución de lo planificado
- Coordinación con las actividades del otro VEO.
- Generación de registros de las actividades realizadas en el plan en sociedad (fotos, registros de asistencia, materiales extras, etc.
- Apoyo general a las actividades de otros compañeros de equipo.
- Coordinación de pedidos a proveedores
- Coordinación y planificación de animales vivos tienda.
- Capacitaciones personales según programado en coordinación con la administración.
- Estrecha colaboración y coordinación con el administrador del DDP y Plan en sociedad.
- Actividades promocionales, pruebas de campo, demostraciones en tienda, pruebas comparativas, día del pollito, días de la pollona, días de lechón, etc.
- Otros.



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 9

<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo:</b>	<b>BODEGUERO</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>
<b>Número de Cargos:</b>	<b>Tres (3)</b>
<b>Reporta a (Nombre del cargo):</b>	<b>ADMINISTRACION</b>

<b>Requisitos Mínimos</b>	
Requisitos de Formación	Perito Contador
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia.

<b>Objetivo Principal</b>
<p>Mantener el resguardo de los bienes materiales adquiridos por el servicio para ser utilizados en labores propias de la organización, que se encuentre en tránsito o en forma permanente en las bodegas destinadas para dichos fines.</p>

### **Funciones esenciales**

- Recepción de producto
- Verificación del producto
- Limpieza de bodega
- Carga y descarga de producto
- Registro y control de despacho de bodega
- Inventario diario
- Eventualmente mostrador
- Eventualmente Ayudante de Camión
- Limpieza de Criadora. Semana de Animales Vivos en tienda
- Control y verificación de trampas para roedores
- Mantenimiento general de tienda. Especialmente el área de bodega.
- Semana de Limpieza de baños colaboradores.
- Actualización de informes que sus actividades generen.
- Apoyo General a las actividades asignadas a otras áreas de trabajo en apoyo a sus compañeros.



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 10

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	DESCARGADORES
Dependencia:	AREA ADMINISTRATIVA
Número de Cargos:	NINGUNO
Reporta a (Nombre del cargo):	ADMINISTRACION
Personas en este puesto	Tres (3)

Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Que sepan trabajo pesado y bajo presión.
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia.

Objetivo Principal
Realizar un trabajo pesado en carga y descarga de producto, dentro de la empresa.

### **Funciones Esenciales**

- Cargar y descargar el producto de la empresa.
- Ordenar el producto



## MANUAL DE FUNCIONES

### Puesto No. 11

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	ENCARGADO DE LA LIMPIEZA
Dependencia:	AREA ADMINISTRATIVA
Número de Cargos:	NINGUNO
Reporta a (Nombre del cargo):	ADMINISTRACION

Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Que sepan trabajo pesado y bajo presión.
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia.

Objetivo Principal
Se centra en la limpieza diaria y programada de las zonas asignadas de cada área dentro de la empresa.

### **Funciones Esenciales**

- Limpieza diaria de oficinas, sala de ventas. Incluyendo baño y comedor cocina.
- Librear producto previo revisión del cuaderno de pedidos, bajo el principio lo que entra primero sale primero.
- Encargado de limpieza y estado general de oficinas administrativas y baño.
- Trabajo de mostrador
- Semana de Animales vivos tienda
- Semana de limpieza de baño colaboradores
- Compra de materiales y utensilios de limpieza (lineamientos DDP)
- Apoyo general a las actividades de los compañeros de equipo.
- Todo deberá ser canalizado a través del administrador del plan en sociedad.

## CONCLUSIONES

El manual de funciones logra tener un mejor rendimiento laboral de la empresa Suministros Ganaderos *Chisacsi*.

- Crea una adecuada disciplina en el ambiente de trabajo que puede ser fácil mantener con el cumplimiento del Manual de Funciones.
- Mayor facilidad en la toma de decisiones y en la ejecución de las mismas.
- Proporciona claridad y sencillez en la información necesaria en cada puesto de trabajo.



## ANEXO 3



### DISTRIBUIDORA DE SUMINISTROS GANADEROS CHISACSI



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

# ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCION</b>	1
1. Planteamiento del problema	3
1.1. Definición	3
1.2. Delimitación	3
2. Objetivos	3
2.1. Objetivo General	3
2.2. Objetivos Específicos	3
3. Métodos y Técnicas	3
4. Análisis y Distribución de resultados	4
4.1. Presentación de resultados	5
4.2. Análisis e Interpretación de resultados	10
<b>CONCLUSIONES</b>	13
<b>RECOMENDACIONES</b>	13

## ÍNDICE DE GRAFICAS

Grafica 1. SEXO DEL CONSUMIDOR ACTUAL	5
Grafica 2. EDAD DEL CONSUMIDOR ACTUAL	6
Grafica 3. TIPOS DE PRODUCTOS QUE COMPRAN	7
Grafica 4. EVALUACION DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO	8
Grafica 5. FRECUENCIA DE COMPRA	9
Grafica 6. AL MOMENTO DE COMPRAR UN PRODUCTO, QUE ES LO PRIMERO QUE TOMA EN CUENTA	10
Grafica 7. OTRAS EMPRESAS QUE SE DEDIQUEN A VENDER	11
Grafica 8. SERVICIOS ADICIONALES QUE LE GUSTARIA RECIBIR	12
Grafica 9. MEDIO DE PREFERENCIA PARA RECIBIR INFORMACION	13
Grafica 10. CANTIDAD DE PRODUCTO QUE ADQUIERE	14

## INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene la estructura de una investigación de mercado dirigida para alimentos de animales, esta herramienta es fundamental para todo tipo de empresa, que se dedique a prestar un servicio u ofrecer un producto, como es el caso de Suministros Ganaderos *Chisacsi*, la cual ofrece el producto de alimentos de animales y veterinario al departamento de Alta Verapaz y Polochic.

Para esta empresa la investigación es de suma importancia ya que le permitirá abarcar nuevos segmentos de mercados, para ello es necesaria la recopilación de información, se debe de aplicar una investigación descriptiva, la cual debe de enfocarse principalmente en proporcionar información y conocimiento del mercado en el cual está la empresa ofreciendo el producto.

Una investigación de mercado no se realiza solo cuando se va a lanzar un producto o línea de productos al mercado, sino que se debe de realizar para sondear como se encuentra el mercado, como afecta la competencia a esta empresa y la satisfacción del cliente a la hora de ofrecer el producto, y los canales de distribución que debe enfocarse.



## **1. Planteamiento del problema**

La empresa necesita realizar una investigación de mercado, para cumplir una adecuada toma de decisiones y lograr la satisfacción de sus clientes.

### **1.1. Definición**

El problema se define así, determinar y conocer cuál es el nivel de posicionamiento de la empresa dentro del mercado.

### **1.2. Delimitación**

Los sujetos de estudio serán los consumidores de alimentos de la ciudad de Cobán, A.V. del año 2,015.

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo General**

Conocer el mercado la empresa de Suministros Ganaderos *Chisacsi*,

### **2.2. Objetivos Específicos**

- a. Establecer quienes son los clientes actuales y potenciales.
- b. Identificar las necesidades
- c. Crear estrategias para hacer la diferenciación y satisfacer las necesidades del cliente, ya sea mediante un bien o servicio.

## **3. Métodos y Técnicas**

Dentro del tipo de modelo de análisis esta la investigación descriptiva que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes de los clientes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su objetivo principal es saber el por qué y para qué se está realizando, siendo una herramienta fundamental de este tipo de investigación, la gráfica.

Así mismo se utilizará la técnica de la encuesta a través de un cuestionario; que es un instrumento de medición que se aplicará a la muestra de la población, para recolectar información, que servirá para indagar sobre el mercado objetivo. La encuesta se aplicara para generar la confianza en los encuestados, para saber las preferencias de consumo de las personas.

El muestreo para la investigación de mercado fue no probabilístico, este se basó en el criterio, con referencia a la documentación histórica de clientes que tenía la empresa. La población que se encuestó fue de 187 personas que son clientes y las entrevistas fueron a los distribuidores, así se puede lograr una información real de los diferentes tipos de productos que se venden en el municipio de Cobán, A.V.

#### **4. Análisis y Distribución de resultados**

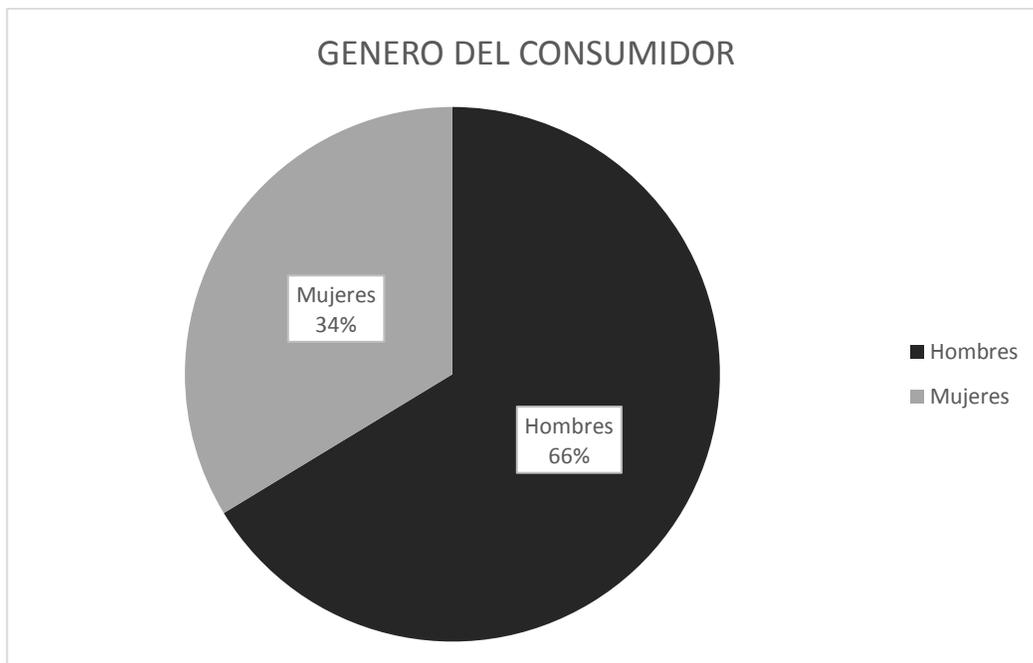
El análisis de los datos recabados mediante la realización de las encuestas se llevó a cabo, según lo requerido para la investigación de mercado.

Previo al análisis se llevó a cabo el proceso de preparación de los datos que son; verificación de las encuestas, revisión, transcripción, ajuste estadístico, los cuales permitirán que los datos sean preparados de la mejor manera para su análisis e interpretación.

#### 4.1. Presentación resultados

Las preguntas iban encaminadas a identificar el posicionamiento de la empresa.

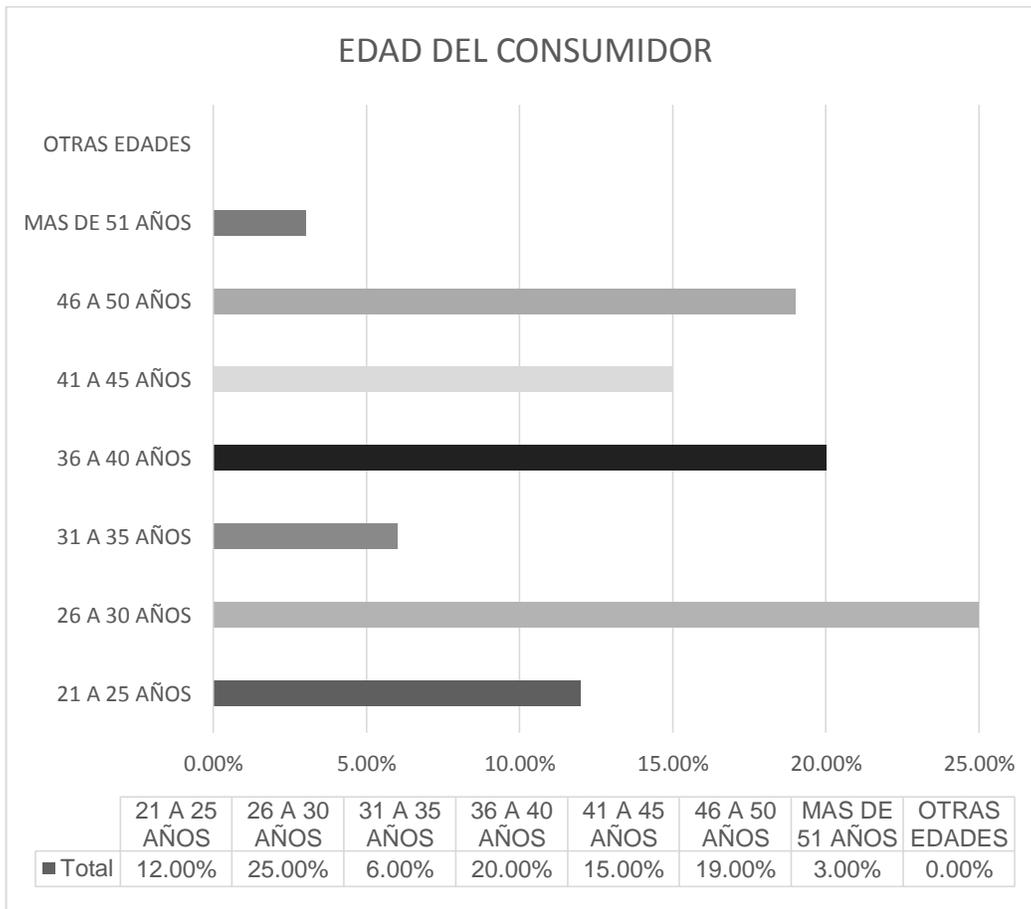
**GRÁFICA 1**  
**SEXO DEL CONSUMIDOR ACTUAL**



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015.

Analizando la gráfica claramente se puede ver un patrón que se representa con 66% de hombres, que es el mercado que compra los alimentos para animales. Nos damos cuenta que especialmente el género masculino es el que se dedica a la crianza de animales dentro del municipio de Cobán, Alta Verapaz.

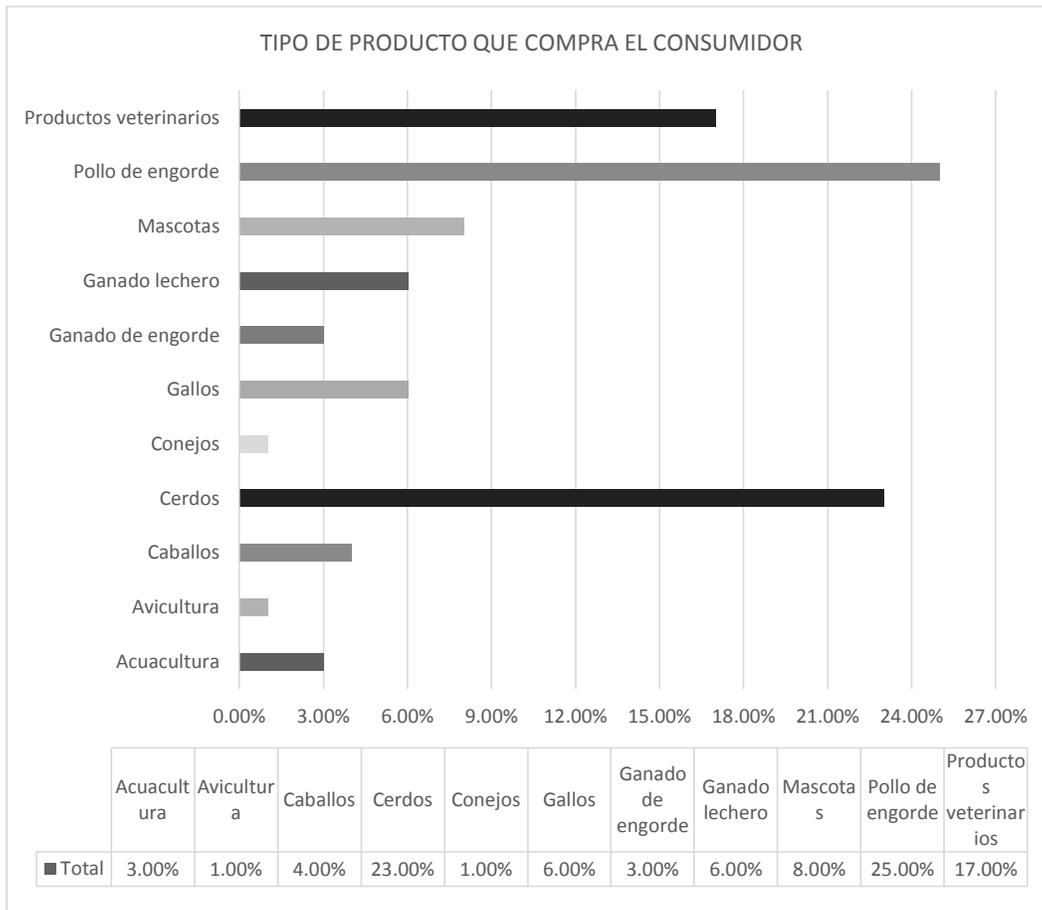
## GRÁFICA 2 EDAD DEL CONSUMIDOR ACTUAL



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015.

El tamaño de la muestra indica que el producto lo compran las personas entre edades de 26 a 40 años las cuales se interesan por su negocio, porque ya tienen la madurez y experiencia suficiente para velar por el crecimiento de sus animales.

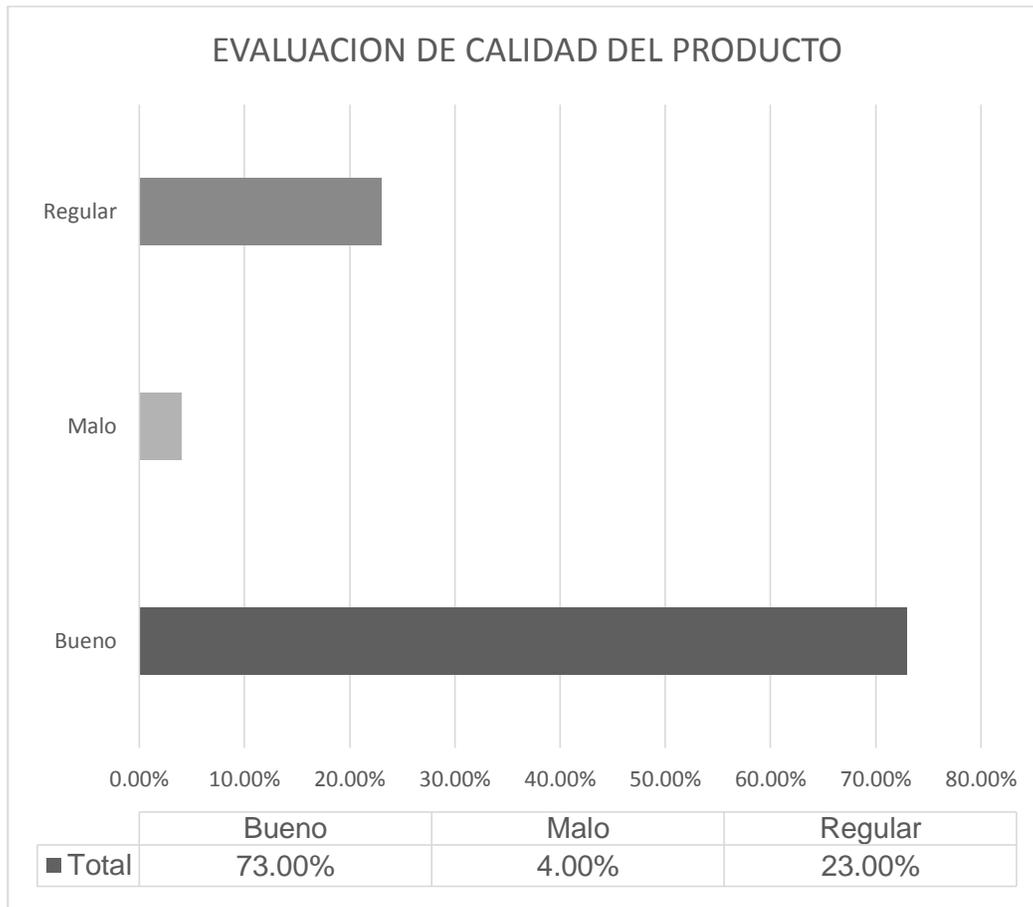
### GRÁFICA 3 TIPOS DE PRODUCTOS QUE COMPRAN



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015.

El producto más vendido en el área de Cobán Alta Verapaz es el concentrado de pollo de engorde con un 25%, nos dimos cuenta que durante la realización de las encuestas, es que las personas se dedican más a la crianza de pollos, porque es un alimento de consumo diario y les deja ganancias.

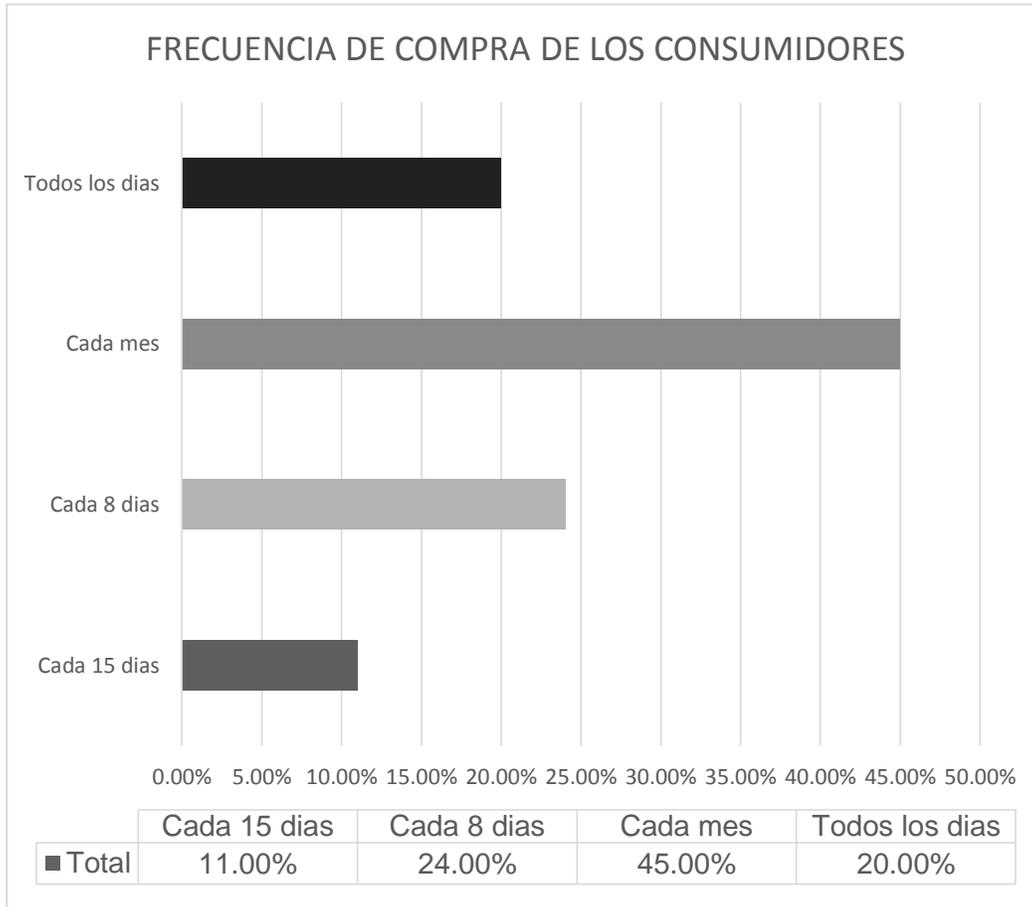
## GRÁFICA 4 EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015

Los clientes actuales compran el producto que se vende por la calidad que este ofrece, el 73% de las personas encuestadas, indico que el producto es bueno, ya que se dan cuenta al momento de que los animales lo ingieren y crecen sanamente.

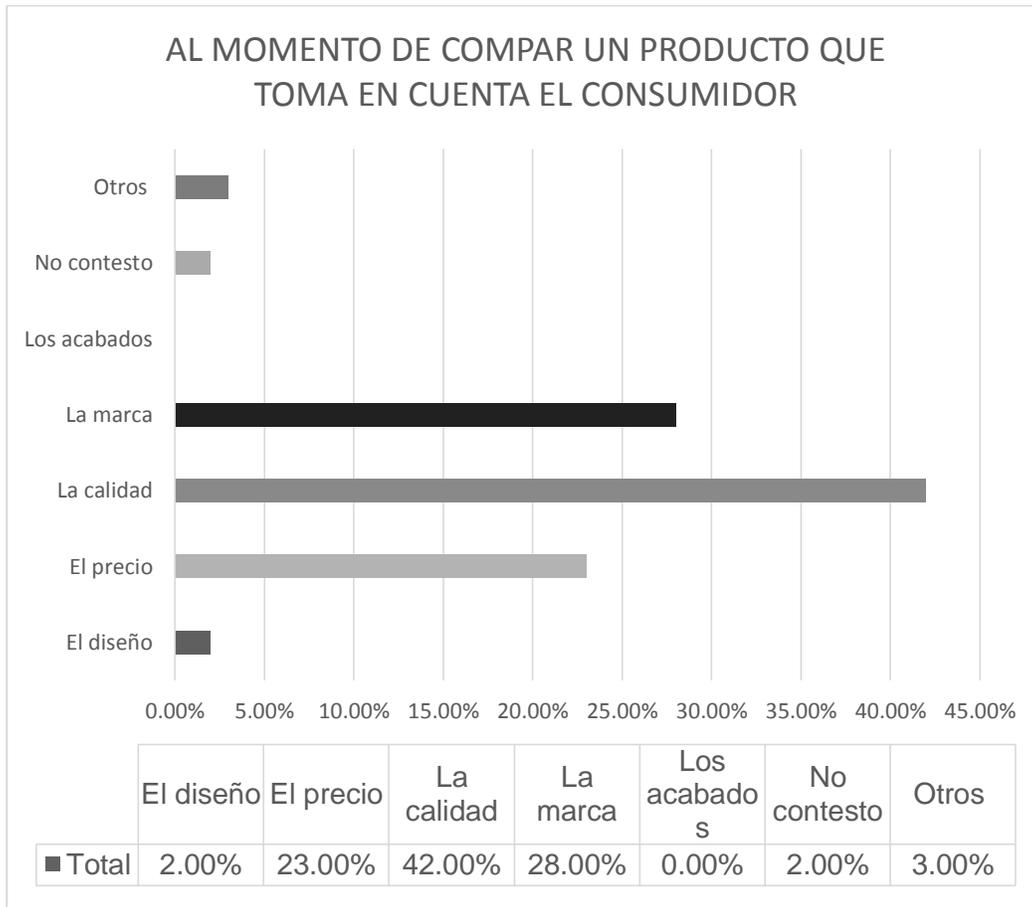
## GRÁFICA 5 FRECUENCIA DE COMPRA



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015

Los puntos de venta y los clientes compran frecuentemente cada mes los productos, por motivo que la empresa viaja una vez por mes a cada lugar, por ese motivo compran por mayor para lograr abastecerse y mantener el alimento de sus animales para su buen crecimiento.

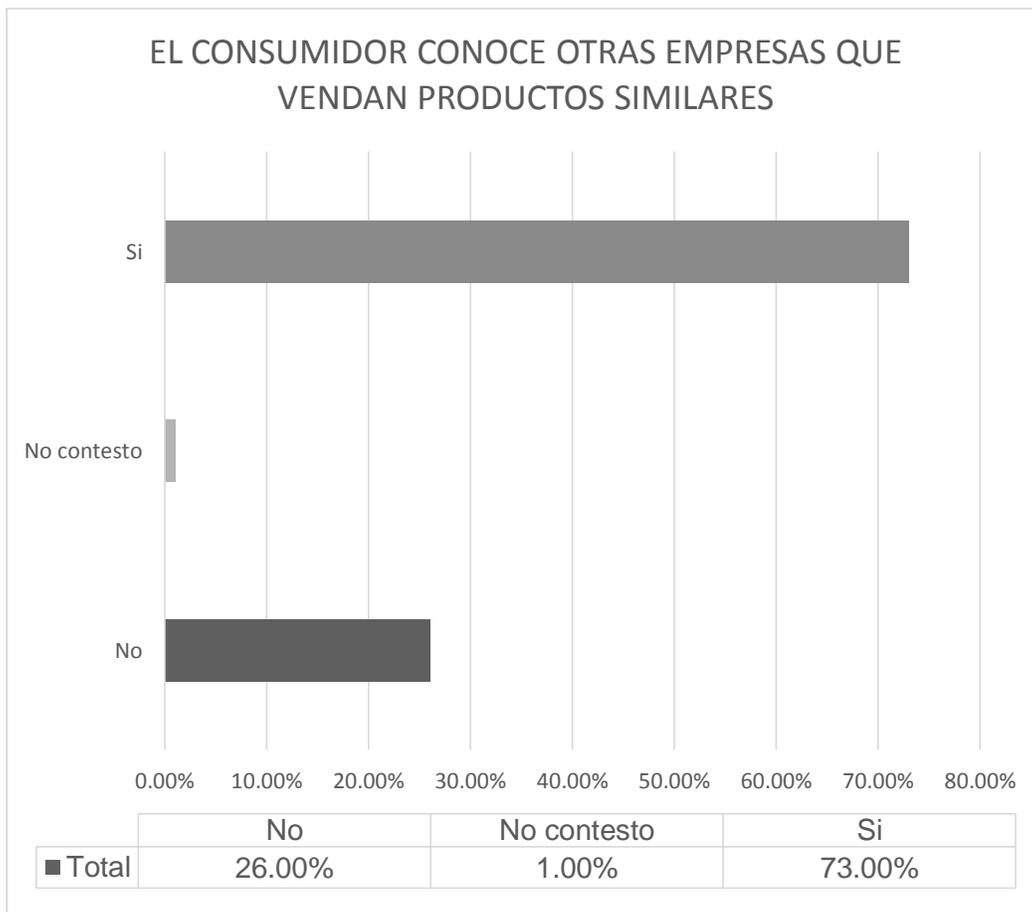
## GRÁFICA 6 AL MOMENTO DE COMPRAR UN PRODUCTO, QUE ES LO PRIMERO QUE TOMA EN CUENTA



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015

Se logró a identificar por medio de las encuestas que el 42% de los clientes que compran el producto es por la calidad que vende la empresa, porque ellos observan que si no tiene la calidad que debe de ser, los animales no crecen y hacen un gasto innecesario.

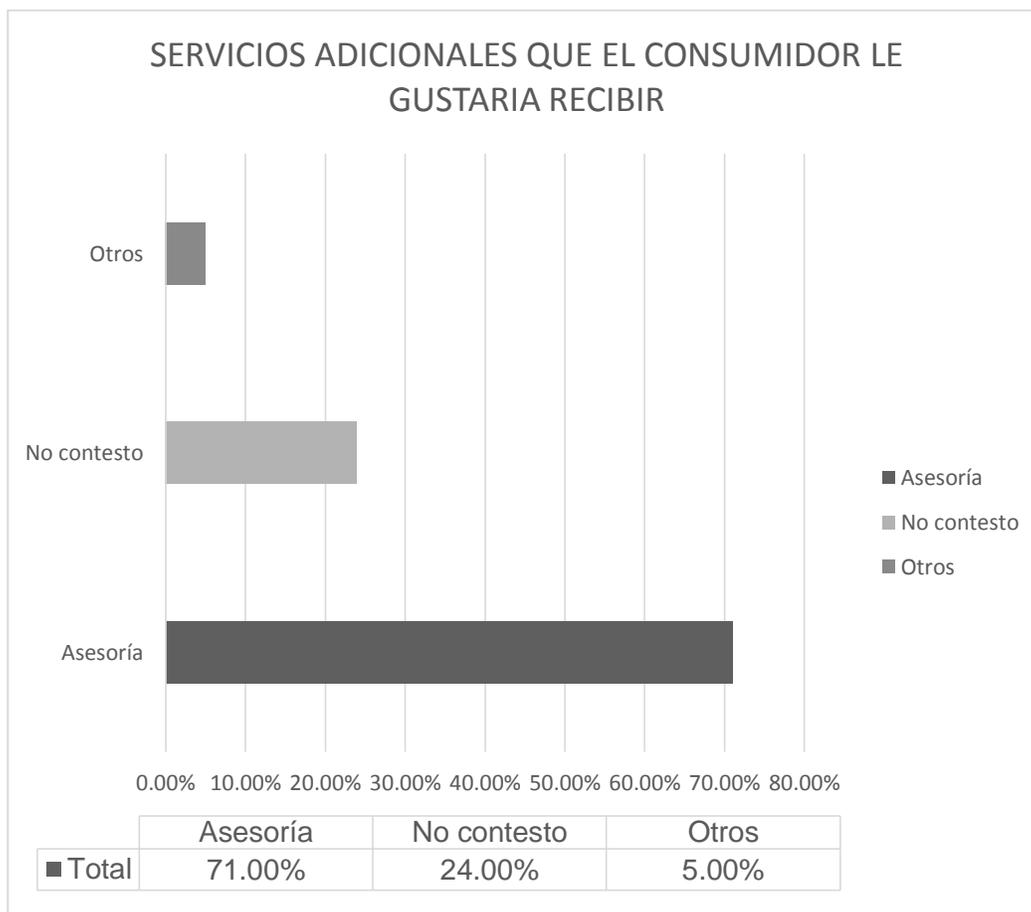
## GRÁFICA 7 OTRAS EMPRESAS QUE SE DEDIQUEN A VENDER EL PRODUCTO



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015

Basado en las respuestas que dieron las personas encuestadas, el 73% de clientes conoce la competencia, pero indicaron que no compran con ellos por la baja calidad que tiene el producto. Por ese motivo nos damos cuenta que la empresa está posicionada dentro del mercado por el producto de calidad.

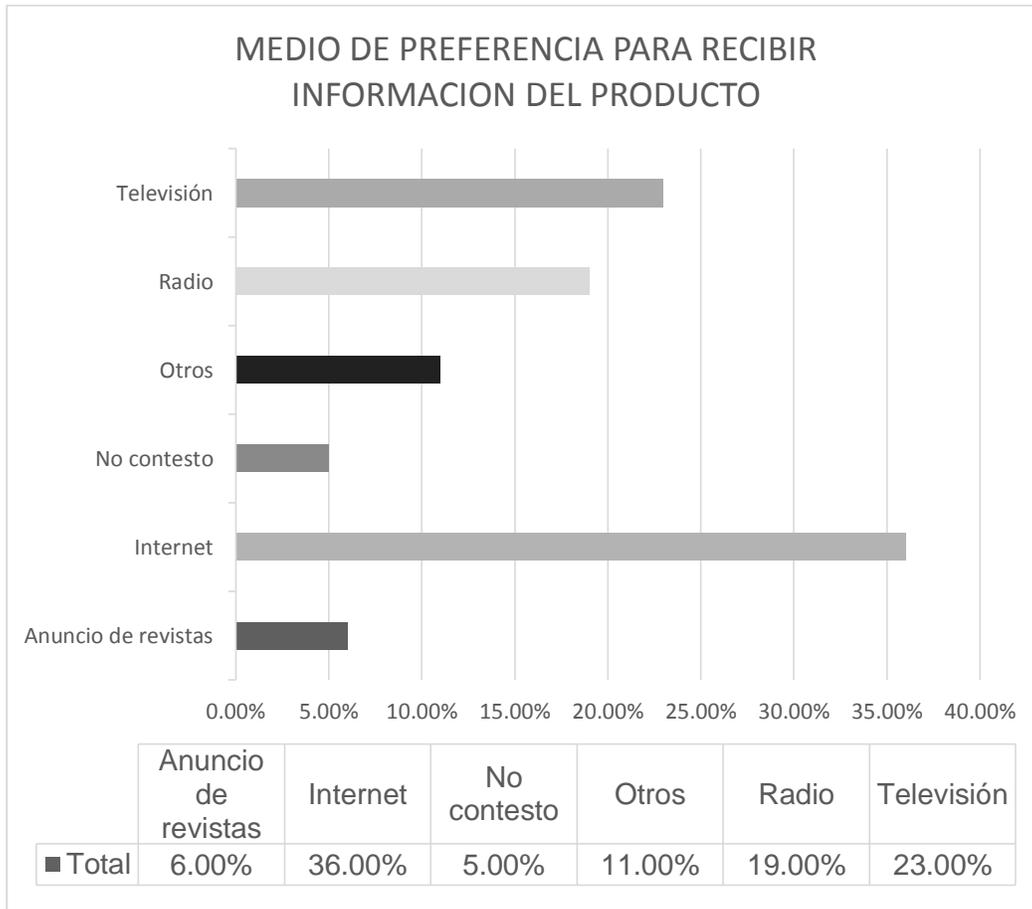
## GRÁFICA 8 SERVICIOS ADICIONALES QUE LE GUSTARIA RECIBIR



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015

La empresa encuestó a los clientes con el objetivo de identificar si estaban conformes con el servicio que se presta. El 71% de los encuestados respondió que necesitaban mejor asesoría con el crecimiento de animales, ya que no se les proporcionaba la información necesaria.

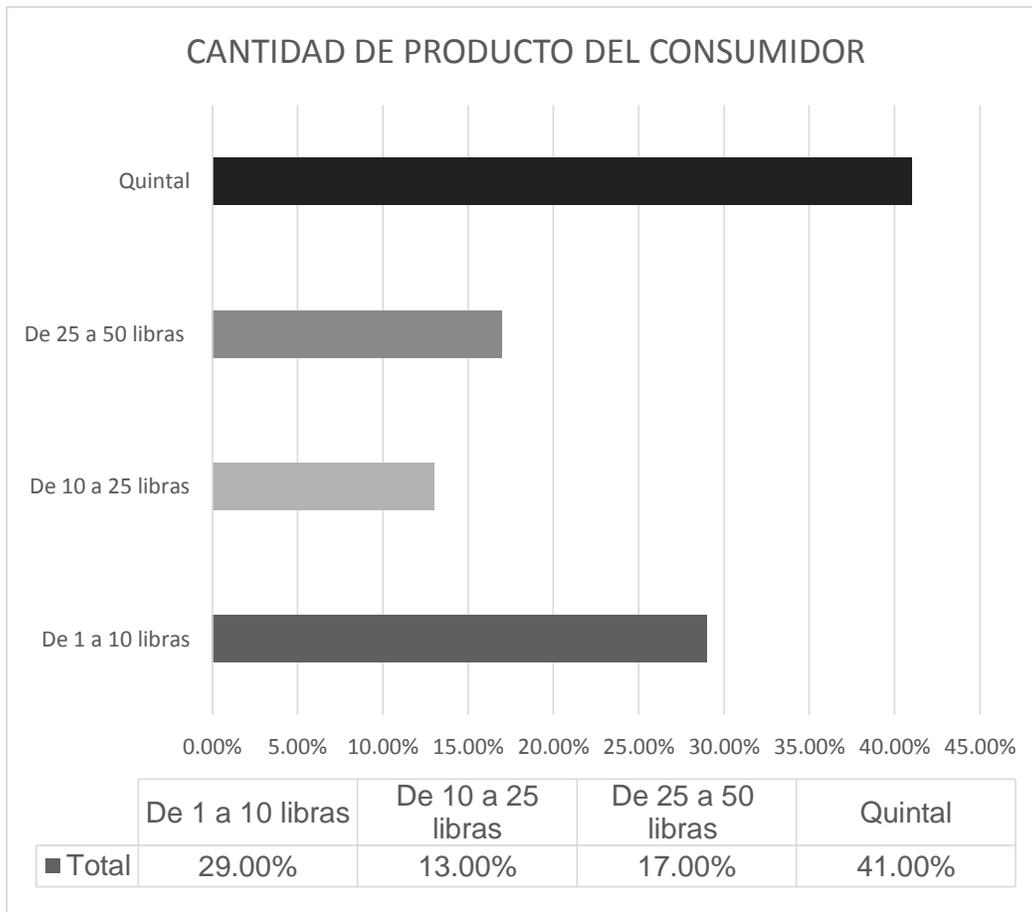
## GRÁFICA 9 MEDIO DE PREFERENCIA PARA RECIBIR INFORMACION SOBRE EL PRODUCTO



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015

El 36% de los encuestados respondieron que necesitan otro medio de comunicación entre ellos y la empresa. La conclusión que les proporciono las respuestas de los clientes fue que tuvieran un sitio *online*, para poderles dar un servicio de calidad y solucionar rápidamente las dudas o problemas que tengan.

## GRÁFICA 10 CANTIDAD DE PRODUCTO QUE ADQUIERE



**Fuente:** Investigación de campo. Año 2015

Por medio de la respuesta que dieron los clientes que el 41% compra el producto por quintal, la empresa tomo en cuenta la cantidad necesaria que debe de tener cada mes dentro de su bodega, para poder satisfacer a sus clientes.

## **CONCLUSIONES**

En la investigación de mercado que se realizó proporciono información del mercado objetivo y la segmentación de éste, para penetrar en nuevos nichos que antes se tenían desatendidos localmente, así como la utilización de información, planificación y *marketing* para cautivar nuevos clientes potenciales a través de la estrategia de diferenciación tanto en los productos como en los servicios con clientes. La calidad es uno de los elementos más importantes en el ámbito de alimentos de animales ya que dependerá de este el grado de productividad.

El producto lo compran principalmente los hombres comprendidos en 26 a 40 años, su mayor frecuencia es por mes, el producto que más se vende es el concentrado de pollo de engorde y compran por quintales, considerando que valoran la calidad. Los clientes piden asesoría y otro medio, como una cuenta en la red social para comunicarse con la empresa.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda a la empresa realizar asesorías del crecimiento de animales para poder incrementar las ventas y ganar clientes en el mercado.

Crear una cuenta en las redes sociales para dar información de los productos y la empresa para darse a conocer en diferentes lugares.



**CUNOR** | **CENTRO UNIVERSITARIO DEL NORTE**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

El director del Centro Universitario del Norte de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer los dictámenes de la Comisión de Trabajos de Graduación de la carrera de:

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Al trabajo titulado:

**INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN SUMINISTROS GANADEROS CHISACSI, UBICADA EN COBÁN, ALTA VERAPAZ**

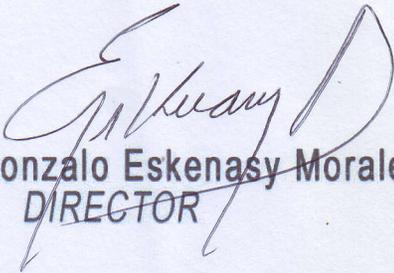
Presentado por el (la) estudiante:

**SAYDA LISBETH LEM HERNÁNDEZ**

Autoriza el

**IMPRIMASE**

Cobán Alta Verapaz 14 de Septiembre de 2016.

  
Lic. Erwin Gonzalo Eskenasy Morales  
DIRECTOR

