

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE
MAZATENANGO SUCHITEPEQUEZ
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**ESTRUCTURACIÓN DE UN MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES
E
IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMA DE TELEMARKETING EN UN
SISTEMA DE ENTRADA Y SALIDA
EN
CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ**

Presentado a las autoridades del
Centro Universitario del Suroccidente –**CUNSUROC**-
Universidad de San Carlos de Guatemala

Por:

T.A.E.Cecilia Alejandra Galeano Maldonado
Carné: 9340485

Previo a obtener el título de
Administrador de Empresas en el Grado de Licenciado

Mazatenango, Suchitepéquez, Mayo 2014

Autoridades de Coordinación Académica

Coordinador Académico

Dr. Luis Gregorio San Juan Estrada

Coordinador Carrera de Administración de Empresas

Msc. Rafael Armando Fonseca Ralda

Coordinador de las Carreras de Pedagogía

M.Sc. Nery Edgar Saquimux Canastuj

Coordinador Área Social Humanística

Lic. José Felipe Martínez Domínguez

Coordinador Carrera Trabajo Social

Dr. Ralfi Odbulio Pappa Santos

Encargado de la Carrera de Ciencias Jurídicas y Sociales, Abogado y Notario

Licda. Tania María Cabrera Ovalle

Coordinador de Carrera de Ingeniería en Alimentos

Licda. Q.B. Gladys Floriselda Calderón Castilla

Coordinador de Carrera Agronomía Tropical

Msc. Erick Alexander España Miranda

Encargado de Carrera de Ingeniera en Gestión Ambiental Local

Msc.Celso Gonzales Morales

Carreras Plan Fin de Semana

Encargada de Carrera Técnica Periodista Profesional y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Licda. Paola Marisol Rabanales

Encargado de las Carreras de Pedagogía

Lic. Manuel Antonio Gamboa Gutierrez

Autoridades del Ejercicio Profesional Supervisado

Administración de Empresas

Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado

Lic. Eddie Rodolfo Maldonado Rivera

Secretaria del Ejercicio Profesional Supervisado

Licda. Cindy Marioly Domínguez Miranda

Vocal I

M.Sc. Bernardino Alfonso Hernández Escobar

Vocal II

Dr. José Alfredo Castro Loarca

Vocal III

Msc. Rafael Armando Fonseca Ralda

SUPERVISOR DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

M. Sc. Rafael Armando Fonseca Ralda

Cuida tus pensamientos...
porque se volverán palabras

Cuida tus palabras...
porque se volverán actos

Cuida tus actos...
porque se harán costumbre

Cuida tus costumbres...
porque forjarán tu carácter

Cuida tu carácter...
porque formará tu destino

Y tu destino será tu vida.

Mahatma Gandhi

DEDICATORIA

A: DIOS, por brindarme siempre su misericordia, fortaleza y bendición para culminar esta etapa de mi vida.

A: **Mi madre**, gracias por estar conmigo siempre, apoyándome en todo momento.

A: Mis hijos, GABRIELA VICTORIA y ALEXIS MARIANO, quienes han sido la motivación para culminar mi carrera profesional, deseando ser ejemplo para su superación.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a Dios, por guiarme en el transcurso de mí camino
iluminándome en todo lo que realizo de mí convivir diario.

A T.A.E. Wilfred Escobar por su apoyo y acompañamiento incondicional en el largo
proceso de mi formación profesional, gracias por compartir esta etapa tan importante.

A Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez por abrirme las puertas para realizar mi
trabajo de EPS.

A mi asesor de EPS M Sc. Rafael Armando Fonseca por guiarme en cada paso de este
proyecto.

A mis docentes del Centro Universitario del Sur Occidente que me impartieron sus
conocimientos y experiencias en el transcurso de mi vida estudiantil.

A la Universidad de San Carlos De Guatemala por admitirme en sus instalaciones para
mi formación académica.

Y a todas las personas que de alguna manera estuvieron involucradas en el proceso de
mi formación académica.

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I	
1. INFORME DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD DE PRÁCTICA.....	03
1.1. ANTECEDENTES	
1.2. FUNDACIÓN DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ.....	06
1.2.1. ANTECEDENTES	
2. SITUACIÓN ACTUAL.....	09
2.1. PERSPECTIVA.....	11
3. TIPO DE EMPRESA.....	12
3.1. SECTOR AL QUE PERTENECE	
3.2. TAMAÑO DE LA EMPRESA	
3.3 FILIALES Y GREMIALES EN GUATEMALA.....	13
3.4. ACTIVIDAD PRINCIPAL DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ.....	15
3.5. SITUACIÓN LEGAL	
3.6. PRODUCTOS O SERVICIOS	
3.7. AFILIADOS.....	16
3.7.1. TRÁMITES DE AFILIACIÓN	
3.7.2 CLASIFICACIÓN DE CLIENTES	
3.7.3. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS AFILIADOS.....	17
3.7.4. SERVICIOS QUE INCLUYE LA AFILIACIÓN.....	18
3.8. CICLO DE VIDA DE LA EMPRESA	
4. MACROENTORNO.....	19
4.1. ENTORNO DEMOGRÁFICO	
4.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DEL DEPARTAMENTO DE SUCHITEPÈQUEZ	
4.1.2. LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE MAZATENANGO..	20

4.2. EXTENSIÒN TERRITORIAL Y CARACTERISTICAS.....	21
4.3. ASPECTOS FÌSICOS	
➤ ALTITUD	
➤ CLIMA Y TEMPERATURA	
➤ LÌMITES.....	22
➤ VIAS DE ACCESO	
4.4. ENTORNO SOCIAL Y CULTURAL	
4.5. NIVEL DE ESCOLARIDAD Y CENTRO EDUCATIVOS	
4.6. POBLACIÒN.....	23
4.7. ENTORNO ECONÒMICO.....	24
4.7.1. ACTIVIDADES ECONÒMICAS	
4.7.2. INDICADORES ECONOMICOS	
4.7.3. ENTORNO TÈCNOLOGICO	
4.8. ENTORNO GLOBAL.....	25
5. MICROENTORNO.....	26
5.1. PROVEEDORES	
5.2. COMPETENCIA.....	27
5.2.1. ENTIDADES QUE REPRESENTAN	
COMPETENCIA PARA CÀMARA DE COMERCIO	
FILIAL SUCHITEPÈQUEZ.....	28
5.3. CLIENTES.....	29
5.3.1. CLIENTES DE CÀMARA DE COMERCIO FILIAL	
SUCHITEPÈQUEZ.....	30
5.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	31
5.5. TECNÒLOGIA	
5.6. RECURSOS FÌSICOS.....	32
6. ADMINISTRACIÒN ESTRÀTEGICA.....	33
6.1. MISIÒN	
6.1.1. MISIÒN	
6.1.2. VALORES	
6.1.3. FILOSOFÍA DE CÀMARA DE COMERCIO.....	34

6.1.4 PRINCIPIOS	
6.2. OBJETIVOS	
6.3. TIPO DE PLANES.....	35
6.4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	
7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	
7.1. SISTEMA ORGANIZATIVO.....	36
7.2. ORGANIGRAMA.....	37
7.3. ORGANIZACIÓN SOCIAL.....	38
7.4. DEPARTAMENTALIZACIÓN	
7.5. AUTORIDAD	
7.6. CENTRALIZACIÓN.....	39
7.7. DESCENTRALIZACIÓN	
7.8. CULTURA ORGANIZACIONAL	
7.9. DESARROLLO ORGANIZACIONAL	
7.10. CLIMA ORGANIZACIONAL.....	40
8. TALENTO HUMANO	
8.1. PROCESO DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL	
8.2. SALARIOS	
8.3. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.....	41
8.4. CONTROL EMPRESARIAL	
8.5. ETAPAS.....	42
8.6. HERRAMIENTAS DE CONTROL.....	43
9. DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO	
9.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	44
9.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	
9.3. OBJETIVO GENERAL	
9.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
9.5. METODOLOGÍA APLICA A LA INVESTIGACIÓN.....	45
9.6. SUJETOS DE INVESTIGACIÓN	
9.7. INSTRUMENTO	
9.8. RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO.....	46

9.9. ANÀLISIS DE RESULTADOS.....	50
10. DIAGNÒSTICO.....	51
10.1. TÈCNICAS UTILIZADAS PARA EL DIAGNÒSTICO	
10.1.1. IDENTIFICACIÒN DE LA PROBLEMÀTICA	
10.2. SITUACIÒN INTERNA (MICROAMBIENTE)	
10.2.1 ANALISIS FODA	
10.2.2. FORTALEZAS	
10.2.3 OPORTUNIDADES.....	52
10.2.4. DEBILIDADES.....	53
10.2.5. AMENAZAS.....	54
10.3. MATRIZ FODA.....	55
11. SITUACIONES Y PROBLEMAS ENCONTRADOS.....	56
11.1. LISTA DE NECESIDADES	
11.2. JERAQUIZACIÒN DE PROBLEMAS.....	57
11.2.1. ÀRBOL DE PROBLEMAS	
11.2.2. ÀRBOL DE OBJETIVOS.....	58
12. INVESTIGACIÒN DE CAMPO A NEGOCIOS AFILIADOS Y NO AFILIADOS.....	59
12.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
12.2. OBJETIVO GENERAL	
12.3. OBJETIVOS ESPECÌFICOS	
12.4. ALCANCES Y LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÒN.....	60
12.4.1. ALCANCES	
12.4.2. LÌMITES	
12.5. METODOLOGÌA APLICADA EN LA INVESTIGACIÒN	
12.6. CÀLCULO DE LA MUESTRA	
12.7. ANÀLISIS DE LA INFORMACIÒN.....	61
13. SELECCIÒN DEL PROBLEMA.....	72
13.1. FUENTES UTILIZADAS PARA EL DIAGNÒSTICO	
13.2. PRIMERA PROPUESTA.....	73
13.2.1. SEGUNDA PROPUESTA.....	74

14. SÌNTESIS DE LA EXPERIENCIA DEL DIAGNÒSTICO EN LA UNIDAD DE PRÀCTICA.....	75
CAPÍTULO II	
2. PLANIFICACIÒN DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVIZADO EN LA UNIDAD DE PRÀCTICA.....	79
2.1. OBJETIVO GENERAL	
2.2. OBJETIVOS ESPECÌFICOS	
2.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES EPS.....	79
2.4. PLANIFICACIÒN DE ACTIVIDADES DE DOCENCIA, EXTENSIÒN E INVESTIGACIÒN.....	81
CAPÍTULO III	
3. INFORME DE SERVICIOS PRESTADOS.....	83
3.1. ACTIVIDADES DE DOCENCIA	
3.2. OBJETIVO GENERAL	
3.3. OBJETIVOS ESPECÌFICOS	
3.4. REALIZACIÒN DE TALLER DE MANUALIDADES.....	84
3.5. REFORZAMIENTO DEL TEMA TRABAJO EN EQUIPO.....	85
3.6. ACTIVIDADES DE EXTENSIÒN.....	86
3.6.1. OBJETIVO GENERAL	
3.6.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	
3.7. VISITA A LA FUNDACIÒN VIDA PLENA	
3.8. ENTREGA VISIÒN, MISIÒN, A MIEMBROS DE CÀMARA DE COMERCIO	87
CAPÍTULO IV	
COMENTARIO GENERAL DE SISTEMATIZACIÒN DE LA EXPERIENCIA, RECREANDO LA TEORÌA DE LA ADMINISTRACIÒN A PARTIR DEL ANÀLISIS DE LOS LOGROS OBTENIDOS DURANTE EL EPS.....	88
CAPÍTULO V	
5.1 ESTRUCTURACIÒN Y ELABORACIÒN DE UN MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES.....	90
➤ JUSTIFICACIÒN	

➤ OBJETIVO GENERAL	
➤ OBJETIVOS ESPECÌFICOS	
5.1.2. ORGANIGRAMA PROPUESTO.....	91
5.1.3. ESTRUCTURA DEL MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES...	92
5.1.3.1. MARCO REFERENCIAL DEL MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	
5.1.3.2. MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES.....	93
5.1.3.3. ASPECTOS NORMATIVOS DEL MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES.....	95
✓ NORMATIVOS	
✓ NATURALEZA	
5.1.3.4. ESTRUCTURA ORGÀNICA DEL MANUAL DEL PUESTOS Y FUNCIONES.....	97
5.1.3.5. FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA DE CÀMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ	
5.2. IMPLEMENTACION DE UN PROGRAMA DE TELEMERCADEO EN UN SISTEMA DE ENTRADA Y SALIDA	115
➤ JUSTIFICACIÒN	
➤ OBJETIVO GENERAL	
➤ OBJETIVOS ESPECIFICOS	
➤ RESPONSABLE DE IMPLEMENTAR EL PROGRAMA.....	116
➤ BENEFICIARIOS DIRECTOS	
➤ FINANCIAMIENTO	
➤ TIPO DE ESTRATEGIA	
5.2.1. DESCRIPCIÒN DE LA ESTRATEGIA.....	117
5.2.2. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	
➤ MISIÒN	
➤ VISIÒN.....	118
5.2.3. PRESENTACIÒN DEL SERVICIO	
5.2.4. MERCADO AL QUE SE DIRIGE	
5.2.5. ÀMBITO GEOGRÀFICO DEL NEGOCIO	

5.2.6. MERCADO META	
5.2.7. HISTORIA DEL TELEMERCADERO.....	119
5.2.8. DEFINICIÓN DE TELEMERCADERO.....	120
5.2.9. TELEMERCADERO DE ENTRADA.....	121
5.2.10 TELEMERCADERO DE SALIDA.....	122
5.2.11 VENTAJAS DEL TELEMARKETING.....	123
5.2.12 TENDENCIAS DEL TELEMARKETING EN GUATEMALA	
➤ OPORTUNIDADES.....	124
➤ AMENAZAS	
5.2.13 STAKEHOLDERS O GRUPOS DE INTERÉS	
5.3. PLANIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE TELEMARKETING.....	125
5.3.1. RECURSOS HUMANOS.....	126
➤ TELEMARKETER	
➤ HABILIDADES DE UN BUEN TELEMARKETER	
➤ FUNCIONES QUE DESEMPEÑARA EL (LA)	
TELEMARKETER DESIGNADO.....	127
5.3.2. RECURSOS FÍSICOS	
➤ MAQUINARIA	
➤ MOBILIARIO Y EQUIPO.....	128
➤ HERRAMIENTAS DE TRABAJO	
5.4. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	
5.4.1. PLAN DE ACCIÓN A CORTO PLAZO	
5.5. SEGMENTACIÓN DE CARTERA DE CLIENTES POR	
ACTIVIDAD COMERCIAL.....	131
5.6. TABLA DE TELEMERCADERO.....	132
5.6.1. SECCIÓN 1 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO	
5.6.2. SECCIÓN 2 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO.....	133
5.6.3. SECCIÓN 3 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO.....	134
5.6.4. SECCIÓN 4 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO	
5.6.5. SECCIONES 5 Y 6 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO....	135
6. ASPECTOS FINANCIEROS.....	136

6.1. RECURSOS MATERIAL	
6.2. INVERSIÒN REQUERIDA PARA LA PROPUESTA	
7. EVALUACIÒN DE LA PROPUESTA.....	137
7.1. EVALUACIÒN CUANTITATIVA	
7.2. VIABILIDAD DEL MERCADO	
7.3. VIABILIDAD TECNOLÒGICA	
7.4. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA Y LEGAL.....	138
7.5. VIABILIDAD ECONÒMICA	
8. CONCLUSIÒN EVALUACIÒN CUANTITATIVA	
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PÁGINA
REPRESENTACIONES GREMIALES.....	13
FILIALES Y GREMIALES EN EL PAIS.....	14
CLASIFICACIÓN DE AFILIADOS POR CATEGORÍA.....	17
POBLACIÓN ESTUDIANTIL.....	23
POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE MAZATENANGO	
POBLACIÓN POR EDAD.....	24
ENTIDADES QUE REPRESENTAN COMPETENCIA PARA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ EN EL DEPARTAMENTO.....	28
CLIENTES DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ.....	30
JUNTA DIRECTIVA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ.....	36
PUESTOS QUE DEVENGAN SALARIOS EN CÁMARA DE FILIAL DE SUCHITEPÈQUEZ.....	41
MATRIZ FODA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ.....	55
LISTA DE NECESIDADES.....	56
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES EPS.....	80
PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE DOCENCIA, EXTENSIÓN E INVESTIGACIÓN.....	81
REALIZACIÓN DE TALLER DE MANUALIDADES.....	84
REFORZAMIENTO DEL TEMA TRABAJO EN EQUIPO.....	85
VISITA A LA FUNDACIÓN VIDA PLENA.....	86
ENTREGA DE VISIÓN, MISIÓN A CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ.....	87
PLAN DE ACCIÓN A CORTO PLAZO.....	129
ESQUEMA GUIA ELECTRÓNICA.....	131
SECCIÓN 1 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO.....	132
SECCION 2 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO.....	133
SECCIÓN 3 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO.....	134
SECCION 4 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO	
SECCIÓN 5 Y 6 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO.....	135

ÍNDICE DE FIGURAS

CONTENIDO	PÁGINA
MAPA DE GUATEMALA.....	20
MAPA DE SUCHITEPÈQUEZ.....	21
ÀRBOL DE PROBLEMAS.....	57
ÀRBOL DE OBJETIVOS.....	58
ELEMENTOS DEL TELEMARKETING.....	122
RELACIÒN EMPRESA PÙBLICO.....	125

ÍNDICE DE GRÁFICAS

CONTENIDO	PÁGINA
DISTRIBUCIÓN DEL COMERCIO EN SUCHITEPÉQUEZ.....	29
¿CONOCE LA MISIÓN Y VISIÓN DE CÁMARA DE SUCHITEPÉQUEZ?.....	46
¿CONOCE EL ORGANIGRAMA DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ?	
¿CUENTA CÁMARA DE COMERCIO CON UN MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES?.....	47
¿LE GUSTARÍA QUE EXISTIERA UN MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	
¿LE GUSTA LA MOTIVACIÓN QUE EXISTE EN SU ORGANIZACIÓN.....	48
¿PRESENTA ALGÚN TIPO DE CONFLICTO DENTRO DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ	
¿QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN EXISTE CON EL PERSONAL DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ.....	49
¿CONSIDERA QUE LA TOMA DE DECISIONES ES ADECUADA EN LA EMPRESA?	
¿TIPO DE NEGOCIO?.....	61
¿TIENE CONOCIMIENTO DE LA LABOR QUE REALIZA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ?.....	62
¿POR QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN HA ESCUCHADO DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ?	
¿CONOCE LOS BENEFICIOS Y SERVICIOS QUE BRINDA CÀMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ?.....	63
¿ES AFILIADO DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ?	
¿CON QUE FRECUENCIA PAGA LOS SERVICIOS DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ.....	64
¿CONOCE LA UBICACIÓN DE CÀMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ?	

¿RECIBE INFORMACIÓN CONSTANTE DE LAS CAPACITACIONES QUE REALIZA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ?.....	65
¿SI SU RESPUESTA ES SI INDIQUE POR QUE MEDIO RECIBE LA INFORMACION?	
¿PARTICIPA DE LOS CURSOS O SEMINARIOS QUE REALIZA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ?.....	66
¿SI SU RESPUESTA ES NO INDIQUE POR QUE NO PARTICIPA	
¿CONSIDERA QUE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ AYUDAN A SU NEGOCIO?.....	67
¿POR QUÉ RAZON?	
¿ACTUALIZA SUS DATOS CONTANTEMENTE?.....	68
¿LE GUSTARIA AFILIARSE A CAMARA DE COMERCIO?	
¿ES MIEMBRO DE ALGUNA ASOCIACIÓN O GREMIO?.....	69
¿CONSIDERA NECESARIO PROMOVER SU NEGOCIO?	
¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA PROMOVER SU NEGOCIO?.....	70
¿EN QUE MEDIDA HAN SIDO EFECTIVAS LAS PROMOCIONES REALIZADAS?	
¿CON QUE SERVICIOS ADICIONALES DEBERIA CONTAR CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ?.....	71

ÍNDICE DE ORGANIGRAMAS

CONTENIDO	PÁGINA
ORGANIGRAMA CÀMARA DE COMERCIO CENTRAL.....	37
ORGANIGRAMA PROPUESTO A CÀMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ.....	91

ÍNDICE DE ANEXOS

CONTENIDO	PÀGINA
TALLER DE MANUALIDADES IMPARTIDO A GRUPO DE MUJERES DE ZUNILITO SUCHITEPEQUEZ.	
FOTOGRAFÍAS No.1, 2,3 Y 4.....	139
TEMA TRABAJO EN EQUIPO IMPARTIDO A ALUMNOS DEL 5º. ADMINISTRACION DE EMPRESAS CODESI	
FOTOGRAFÍAS No. 5, 6,7 Y 8.....	140
VISITA Y DONACIÓN DE MATERIAL DE MANUALIDADES A FUNDACIÓN VIDA PLENA	
FOTOGRAFÍAS No. 9, 10, 11, 12,13 Y 14.....	141
MEJORAMIENTO E IMAGEN DE CÀMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ ENTREGA DE MISIÓN Y VISIÓN ENMARCADAS	
FOTOGRAFÍAS No. 15, 16, 17, 18,19 Y 20.....	142
BOLETA DE ENTREVISTA ADMINISTRATIVA.....	143
BOLETA DE ENCUESTA A AFILIADOS.....	144

INTRODUCCIÓN

Para dar cumplimiento al Normativo del Ejercicio Profesional Supervisado de la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, se procedió a hacer presencia en la unidad de práctica Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, entidad que es una filial de Cámara de Comercio de Guatemala, institución con personería jurídica constituida desde el año 1894. Su amplia trayectoria de 119 años en defensa del comercio y la libertad de empresa, la ha posicionado como la entidad que mejor representa a sus agremiados y sus objetivos para su desarrollo.

El informe de EPS, está conformado de acuerdo a los requerimientos establecidos por cinco capítulos que integran el contenido del informe final del Ejercicio Profesional Supervisado- **EPS** –.

En el **capítulo I** se resume la experiencia e información obtenida durante la fase de diagnóstico donde se recopiló la información de la empresa apoyándose en diferentes fuentes, expresa la realidad del ámbito social, económico, de la empresa, así como del municipio donde está ubicada.

Se desarrollaron dos tipos de investigaciones de carácter descriptivo, aplicados a junta directiva y colaboradores y a los negocios afiliados y no afiliados con la finalidad de establecer la calidad del clima laboral y la necesidad de los socios quienes son parte importante del desarrollo de la unidad de análisis.

El **capítulo II** contiene el plan aplicado al **EPS** donde se describe las actividades a realizar, estableciéndose cuáles son los objetivos generales y específicos de la realización del plan.

El **capítulo III** resume la experiencia en las actividades de docencia y extensión realizadas en el área social e institucional, las cuales fueron planificadas de acuerdo a requerimientos de la unidad de práctica, quienes evaluaron y autorizaron las mismas, brindando la colaboración necesaria para hacerlas realidad. Las actividades de

docencia se realizaron con un grupo de mujeres del municipio de Zunilito, Suchitepéquez, también se invitó a un grupo de alumnos del colegio de Estudios Superiores cursantes del 5º. Grado en la carrera de Perito en Administración de Empresas, en la charla sobre el tema “Trabajo en Equipo”. Las actividades de extensión tuvieron como finalidad contribuir a la mejora de los sujetos seleccionados, se donaron materiales de manualidades a la Fundación Vida Plena ubicada en el Municipio de Retalhuleu

El **capítulo IV** contiene el Comentario General de la Sistematización de la Experiencia, desde el inicio del EPS, el curso de preparación recibido, la recopilación de información para realizar el diagnóstico, programación de actividades de investigación, docencia y extensión, a quienes fue dirigido, la experiencia vivida en las actividades realizadas, se describe también la propuesta realizada a la unidad de práctica.

En el **capítulo V** en base al análisis de problemas realizado, se estructura las propuestas: Estructuración de un Manual de Puestos y Funciones, y la implementación de un Programa De Telemercadeo en un Sistema De Entrada y Salida, dirigido a los afiliados, se propone la segmentación de comercios por actividad económica en un formato de Excel, el cual deberá ser alimentado de manera constante por la persona designada por la Junta Directiva de Camara de Comercio Filial Suchitepéquez. Se elabora el formato de una tabla de control de objetivos para la tarea de telemercadeo conteniendo información que permitirá tener excelentes registros del cliente afiliado, prospectos y comercios contactados por ese medio.

Se Incluye por medio del análisis de viabilidad que la propuesta es viable ya que no requiere de momento inversión, contratación de personal, ni tecnología debido a que ya cuentan con estos recursos.

CAPÍTULO I

1. INFORME DE DIAGNÓSTICO DE LA UNIDAD DE PRÁCTICA

1.1. ANTECEDENTES

La historia de las Cámaras de Comercio se remonta aproximadamente 4000 a.C. según documentos encontrados en los territorios de Irak, Irán y Siria (antigua Mesopotamia) revelan que ya existía una oficina que al parecer era el centro de la organización de los comerciantes de la época, cuya finalidad era poder defender y promover sus propios derechos como tales.¹

En esta época surgen las primeras "corporaciones" de artes y oficios, las cuales servían para convocar a todos aquellos que ejercían una misma actividad, organizaban ferias y mercados. Además, crearon los primeros mecanismos disciplinarios de regulación de productos. Más tarde en Italia se reglamentó por primera vez el registro de comerciantes, además, se clasificaron las sociedades en dos categorías: colectivas y en comandita, con ello surgió el negocio de los bancos y la letra comercial.

La primera Cámara de Comercio aparece en Francia, específicamente en Marsella. Su nombre surge del "recinto" CHAMBRE donde se reunían los comerciantes y manufactureros para proteger sus derechos, promover sus productos y estimular las transacciones. Aquí empieza la historia de la entidad que a través del tiempo se ha ido formando en cada parte del mundo.²

Esto demuestra que no sólo la actividad comercial era lo que le interesaba a cada persona que ejercía el comercio, sino que además existía una gran preocupación por organizarse e impulsar su actividad comercial a través de un organismo representativo, lo que en la actualidad se traduciría en la Cámara de Comercio como asociación o institución que a nivel local, provincial, nacional o internacional, agrupa a los comerciantes (sean importadores, exportadores, industriales, mayorista, minoristas, etc.) con el objeto de proteger sus intereses, mejorar sus actividades comerciales sobre

¹Monografía sobre cámaras de comercio año 2009, www.camaralima.org.pe/enlaces/org_internacionales.htm

²http://www.negociosenguatemala.com/index.php?option=com_content&view=article&id=110&Itemid=107

la base de la mutua cooperación y promover su prosperidad y la de la comunidad en la cual se encuentra asentada.

La Cámara de Comercio de Guatemala tuvo desde sus comienzos una decisiva gravitación en la vida económica, política y social del país, defendiendo los derechos de las empresas y de sus miembros, sin dejar de orientarlos para el cabal cumplimiento de sus obligaciones con el fisco; pero asimismo, impulsando mediante sus aportes la adecuada gestión pública y privada.

El 28 de Febrero de 1,894, el diario El Guatemalteco publicó el decreto 493 firmado dos días antes por el presidente José María Reyna Barrios y Refrendado³ por el secretario de estado en el despacho de hacienda y crédito público Salvador Guerrero, en el cual se aprobaron los estatutos de Cámara de Comercio de Guatemala.

A principios de 1896 el presidente Reyna Barrios fue asesinado, con las consiguientes alteraciones de la vida política y económica del país, se agrega la caída de los precios del café en el mercado mundial. Empezó la dictadura del Presidente Manuel Estrada Cabrera y Cámara de Comercio fue clausurada por razones políticas, al considerar el gobernante un peligro para el gobierno ante la posibilidad de que las organizaciones privadas siguieran operando.

A todos los problemas existentes todavía se sumó el terremoto de 1,918 que destruyó la ciudad de Guatemala, al mismo tiempo que la situación política de Europa desemboca en la primera guerra mundial. Al tomar partido contra Alemania, el presidente Estrada Cabrera, restringió todas las garantías constitucionales y confiscó la mayoría de bienes en manos de ciudadanos alemanes. Estas confiscaciones y otras acciones severas contra los empresarios alemanes afectaron seriamente el vigoroso comercio de Guatemala especialmente hacia Alemania.

En 1,919 al terminar la primera guerra mundial y firmarse la paz, los países empezaron a recuperarse de la crisis. Estrada Cabrera entro en confrontación con los diversos

³Dar validez a un documento firmándolo la persona o grupo de personas que tiene capacidad legal para ello. Manifiestar públicamente la aprobación de algo o alguien

sectores políticos, económicos, sociales y religiosos al iniciarse el movimiento unionista contra el gobierno.

El señor Carlos Herrera fue electo presidente provisionalmente por la asamblea legislativa, el club unionista de comerciantes se reunió el 10 de octubre de 1920 en el teatro europeo por convocatoria de los señores Eduardo Saravia, José Goubaud y Beni Herrera Esteves para elegir a una nueva junta directiva de la Cámara de Comercio de Guatemala. Los estatutos de la cámara fueron publicados el 22 de ese mes en el Diario de Centro América.⁴

Con el apoyo de Cámara de Comercio de Guatemala se estableció en 1,924 un suceso de gran importancia como lo sería la creación del Quetzal como unidad monetaria. Con el apoyo de Cámara de Comercio se creó el Crédito Hipotecario Nacional para contribuir a facilitar recursos e impulsar la economía.

El año de 1960 fue el inicio de una nueva era con la integración centroamericana. Los industriales quisieron seguir una senda distinta y formaron la Cámara de Industria. La Cámara de Comercio redefinió sus estatutos, porque, aparte de reunir en su seno a todas aquellas personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que desarrollaban actividades comerciales y defender los intereses legítimos de sus afiliados, era necesario unir sus fines dentro de un contexto indefectiblemente apropiado para su realización: el marco de la libertad.⁵

Así se generó el sentimiento de promover, desarrollar y defender la libertad de empresa, como régimen político, social y económico necesario para proporcionar el desarrollo del país. A partir de entonces, la cámara empezó a fortalecerse y a representar a un número cada vez mayor de empresas dedicadas al comercio, la industria, las finanzas y los servicios en general. Con más de 100 años de existencia, la

⁴http://www.negociosguatemala.com/index.php?option=com_content&view=article&id=110&Itemid=107

⁵Clúster de emprendimiento, Guatemala 2008

Cámara de Comercio de Guatemala es entendida como un representante del sector privado organizado.⁶

Cámara de Comercio de Guatemala lidera la defensa de la iniciativa privada y de la libre empresa en una economía de mercado, del equilibrio fiscal, del manejo transparente de los recursos públicos, de la seguridad jurídica, de la inversión y del ahorro, así como su adhesión a la democracia y al respeto de la persona humana. Es por ello que ser socio de la Cámara de Comercio de Guatemala significa formar parte de la organización líder en la defensa de los intereses legítimos del empresariado, y a la vez tener acceso a una serie de importantes servicios y beneficios.⁷

1.2. FUNDACIÓN DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ

1.2.1. ANTECEDENTES

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez se constituye como entidad jurídica el 12 de Octubre de 1979 por iniciativa de un grupo de empresarios quienes reunidos en los salones del Club Mazateco tomaron conciencia de la necesidad de constituir Cámara de Comercio en el departamento para velar por los intereses de los empresarios de la región. La primera junta directiva electa en esa oportunidad quedó conformada de la siguiente manera:

- Presidente: Benito Chang,
- Vicepresidente: Alfonso Velásquez,
- Secretario: Ademar López,
- Tesorero: Ovidio Echeverría,
- Vocales: Adán Arriaza, Guillermo Andrade, Rafael Alba, Martha Julia de Fernández.

Del año 1,979 al año 2002 no se cuentan con registros sobre las actividades de Cámara, estando registrado que en el año 2002 se encuentra integrada la junta

⁶Clúster de emprendimiento, Guatemala 2008

⁷ Directorio empresarial Cámara de comercio de Guatemala edición 2013

directiva por el señor: Luis Felipe López (Presidente), José Luis García Santay (Vicepresidente), Edna Catina Argueta (Secretaria), Juan Soberanis (Tesorero), Porfirio Castillo (Director I), Orlando Rincón (Director II), Julio Eugenio Andrade Alonzo (Director II), Carlos Galindo (Director IV), estando ubicadas las instalaciones de Cámara Filial Suchitepéquez en centro comercial Dávila segundo nivel.

En el año 2003 se integra a la junta directiva el señor José Antonio Pacajo, de acuerdo a los estatutos de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez la junta directiva debe ser electa cada año.

En el año 2004 se celebran las bodas de plata de Cámara de Comercio con la asistencia de ex presidentes y funcionarios de Cámara de Comercio central, entre los asistentes estuvieron presentes los señores: Gustavo García (ex presidente de Cámara de Comercio), Rolando Mazariegos, Lic. Julio Andrade, José Antonio Pacajo (Q.P.D.) quien se caracterizó por ser el animador de los eventos y el Gerente de Filiales Cristian Mayorga⁸.

En el año 2005 colaboraron con Cámara los señores: Federico Díaz (Presidente), Catina Argueta (Vicepresidente), Alfredo Morales (Secretario), Rolando Boiton (Director II), Joel Martínez (Director III), en ese mismo año se trasladaron las oficinas de Cámara de Comercio a la residencia del Señor Federico Díaz, a un costado del Instituto Méndez Montenegro.

El 02 de Febrero de 2005 se integran los señores Herbert de León como Vicepresidente, debido a la renuncia de la Señora Argueta. En el año 2007 regresa el señor Luis Felipe López como asesor ex oficios.

En el año 2009 se integran otros empresarios que se suman a la labor que realiza Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, por mencionar algunos: Luis Lepe

⁸Memoria de labores Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez 2005.

(Tesorero), Oscar Rolando Gómez (Secretario), Arturo Poz Sánchez (Vocal VI), fungiendo como asesor ex - oficios⁹ don Federico Díaz.

En el año 2010 las instalaciones fueron trasladadas al edificio Omega y posteriormente a donde está actualmente en 10 calle Comercial y esquina Avenida la Libertad, mercado de Comidas, 2º. Nivel, Oficina 205, Zona 1 Mazatenango.¹⁰

Dentro de los logros importantes a destacar: en el año 2009 por gestión de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez convoca a los propietarios de los hoteles y centros turísticos afiliados y se logra la conformación del **CATS** (Comité de Autogestión Turística de Suchitepéquez) que desde entonces mantienen una alianza estratégica para promover los recursos turísticos de nuestro departamento.

En el año 2010 se promociona la 1era. feria expo negocios en el departamento donde las empresas tuvieron la oportunidad de ofertar sus productos y servicios dicho evento se realizó en el centro cultural Oxlajuj Quiej que significa trece venado (antiguo cuartelón).

A partir del año 2011 la Filial de Suchitepéquez la filial ha trabajado en seminarios dirigidos a los graduandos de nivel medio del área económica con el fin de contribuir a una mejor formación académica y promover talento humano calificado y competitivo.

A través de los años la lucha de Cámara de Comercio ha sido difícil pero estimulante para todos los hombres y mujeres que han dirigido la entidad. La experiencia e historia, da la confianza a los miembros de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez sobre la fortaleza y credibilidad para ser hoy en día la entidad del sector empresarial más grande en Guatemala y que mejor ha representado los intereses de sus socios.

Cámara de Comercio cree firmemente en el ser humano, en el hombre, en su responsabilidad y sobre todo en la alta dignidad que representa, cree también en los principios y valores que permiten una sociedad más justa, solidaria y participativa.¹¹

⁹**Ex officio** es una expresión latina que significa por virtud del oficio o cargo de uno. Se usa cuando alguien tiene un cargo por razón de tener otro, cuando una persona automáticamente recibe otra posición por el solo hecho de tener un cargo. (http://es.wikipedia.org/wiki/Ex_officio).

¹⁰Memoria de labores Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez año 2010

2. SITUACIÓN ACTUAL

La Cámara de Comercio tiene una participación activa e importante en múltiples organismos e instituciones, tanto nacionales como internacionales. Entre las representaciones más importantes destacan:

- Junta Directiva del INTECAP (Instituto Técnico de Capacitación)
- Junta Directiva del IRTRA (Instituto de Recreación de los Trabajadores)
- Junta Directiva de COMBEX – IM (Asociación para el Desarrollo Económico y Social de Aeropuertos y Puertos)
- Junta Directiva de COPEREX (Comité permanente de Exposiciones del parque de la industria)
- Junta Directiva de CUTRIGUA (Consejo de Usuarios del Transporte Internacional de Guatemala)
- Junta Directiva del C.H.N (Crédito Hipotecario Nacional)
- Junta Directiva de ZOLIC (Zona Libre Santo Tomás de Castilla)
- Consejos de Desarrollo Urbano y Rural
- Tribunales de Conciliación y Arbitraje
- Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones
- Comisión Nacional del Salario Mínimo

En el tema de conciliación y arbitraje, Cámara de Comercio de Guatemala, gestiona esta actividad a través del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guatemala (CENAC) es la primera institución privada creada con el propósito de fortalecer la justicia a través de la promoción, capacitación y prestación de servicios de administración eficaz del arbitraje y conciliación y el desarrollo de los métodos de solución pacífica de conflictos. La conciliación y el arbitraje son procedimientos privados, legales y efectivos para la rápida resolución de conflictos comerciales nacionales e internacionales.¹²

¹¹Rene De León (Gestor de Afiliación Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez) octubre 2011

¹²Directorio empresarial Cámara de Comercio de Guatemala año 2013

- **Conciliación:** Es un procedimiento legal, rápido y económico por medio del cual las partes por sí mismas y con la colaboración de un tercero llamado conciliador, buscan un acuerdo de obligatorio cumplimiento.
- **Arbitraje:** Es un proceso legal por medio del cual las personas involucradas en el conflicto solicitan a un tercero imparcial, llamado árbitro, la solución de su conflicto.

➤ **Ventajas del Arbitraje y de la Conciliación**

- Celeridad y oralidad.
- Imparcialidad y especialización.
- Validez jurídica.
- Confidencialidad.
- Proximidad entre las partes.

CENAC gestiona que las empresas se beneficien con la utilización de estos métodos alternos de solución de controversias.¹³

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, tiene representación en los tribunales de conciliación y arbitraje representados en nuestro departamento por el Señor Carlos Galindo quien es el presidente de la filial en el departamento.¹⁴

En el departamento de Suchitepéquez se participa en este proceso en los pactos colectivos y en conflictos entre sindicatos y municipalidades, el tribunal se conforma por 1 Juez Titular y 3 jueces auxiliares que representan a la parte patronal o laboral como sea la convocatoria. Los conciliadores de Cámara de Comercio de Guatemala se involucran en este tipo de actividad solamente cuando es solicitado por una de las partes.

¹³ Directorio Empresarial cámara de comercio de Guatemala edición 2013

¹⁴http://www.negociosenguatemala.com/index.php?option=com_content&view=article&id=110&Itemid=107

La finalidad esencial de los tribunales de conciliación y arbitraje, es mantener un justo equilibrio entre los diversos factores de la producción, armonizando los derechos del capital y del trabajo. Cada tribunal se integra de la siguiente manera:

- 1) Un juez
- 2) Un representante titular y tres suplentes de los trabajadores
- 3) Un representante titular y tres de los empleadores

Los cargos son públicos y obligatorios. Los representantes deben seguir cumpliendo las responsabilidades hasta que tomen posesión sus sustitutos, sin embargo podrán renunciar ante la Corte Suprema de Justicia si ya han cumplido su periodo.¹⁵

Se involucran también en el arbitraje empresarial, con la finalidad de resolver problemas entre empresas antes de llegar a juicio, entre los problemas podría mencionarse que surja una empresa con el nombre de otra que ya esté constituida y tenga registrado el nombre lo que representaría una demanda legal por uso de nombre comercial.

2.1. PERSPECTIVAS

La Cámara de Comercio de Guatemala, se ha distinguido por ser un importante motor para el desarrollo del sector comercial y empresarial guatemalteco, por tal razón trabaja constantemente en el crecimiento del número de afiliados con el objetivo de crecer y obtener mayores recursos para implementar con el tiempo los mismos servicios que se brindan en Cámara de Comercio Central.

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez contribuye al desarrollo integral del recurso humano del sector empresarial, por medio de programas de capacitación que impacten los niveles de productividad para el logro de los objetivos institucionales.¹⁶

Brindar un servicio de calidad en atención al cliente, orientando a la mejora continua, contribuyendo a la imagen de Cámara de Comercio de Guatemala y de sus aliados estratégicos. Desarrollan programas, atendiendo las necesidades de capacitación de las empresas y responder a las expectativas de sus colaboradores.

¹⁵Artículo 293 código de Trabajo edición 2012.

¹⁶Directorio empresarial cámara de comercio de Guatemala edición 2013

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez actualmente promueve su participación dentro de los diferentes ámbitos del municipio con el propósito de afianzar su presencia y promoverse como una entidad preocupada por el desarrollo del empresario mazateco.

3. TIPO DE EMPRESA

Cámara de Comercio pertenece al sector terciario: En este sector se encuadran las empresas de servicios, tales como bancos, compañías de seguros, hospitales, servicios públicos y las empresas comerciales dedicadas a la compra venta.

3.1. SECTOR AL QUE PERTENECE

Cámara de Comercio de Guatemala pertenece al sector gremial, integrado por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, dedicadas a actividades comerciales. Reúne o pretende reunir a todas aquellas personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que desarrollen en el país actividades comerciales¹⁷.

Los organismos gremiales, son grupos de empresas de un mismo rubro que promueven acciones colectivas para mejorar el desempeño de las empresas y del sector. Son moderadas y se acompañan de una asesoría empresarial capacitada en consultoría grupal que utiliza una metodología específica para conducir las reuniones y desarrollar las actividades de las gremial a fin de obtener los resultados deseados.¹⁸

3.2. TAMAÑO DE LA EMPRESA

Según el tamaño de la empresa se pueden diferenciar en tres grupos pequeña empresa, mediana empresa, gran empresa. Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez se inició en 1979 con 41 socios en la actualidad cuenta con 196 afiliados, siendo la junta directiva quien encabeza las operaciones de la filial por lo que se define como una mediana empresa.

¹⁷Haeussler, 1983

¹⁸ <http://www.industriaguatemala.com/gremiales> 2013

3.3. FILIALES Y GREMIALES EN GUATEMALA

La organización de Cámara de Comercio, se caracteriza porque cada filial tiene su propia junta directiva y su actuar es en función de los intereses propios de sus afiliados. Actualmente cuentan con 18 gremiales sectoriales y 31 filiales y gremiales departamentales en todo el país, cada una cuenta con su propia junta directiva y su actuar es en función de los intereses propios del sector o ubicación geográfica.

CUADRO No. 1
REPRESENTACIONES GREMIALES

Gremiales Sectoriales	Representante
Agencia de Carga Intermodal	Ing. Juan Ignacio de Wit
Alimentos Perecederos	Lic. Rafael Armando Téllez
Avicultores	Licda. Alba Virginia Arena Gutiérrez
Compañías de Seguridad	Gral. Edgar Alfredo Trujillo Salguero
Compañías de Seguros	Lic. José Bernardo Pineda Jurado
Compañías Internacionales de Mensajería	Lic. Jorge Gómez
Distribuidores de Vehículos	Sr. Cromwell Cuestas Paz
Corredores de Seguros	Lic. Víctor Augusto Aquino Alvarado
Electrodomésticos	Lic. Carlos Eduardo Way Menéndez
Farmacéuticos	Lic. Jorge Alborná Campaderrós
Energía e Hidrocarburos	Lic. Rodolfo Sierra López
Importadores de Productos Lácteos	Lic. Andrés Quesada
Importadores de Vinos y Licores	Lic. Mariano Vadillo Portabella
Productos Agrícolas	Ing. Carlos Manuel Monterroso
Productos Veterinarios	Lic. Carlos Enrique Motta Molina
Proveedores de Equipo Médico	Lic. Alexander Klaus Huschke Puente
Hospitalario	
Transporte Marítimo	Lic. Luis Rolando Coronado Conde

Fuente: Directorio Empresarial Cámara de Comercio de Guatemala edición 2013.

CUADRO No. 2
FILIALES Y GREMIALES EN EL PAIS

FILIALES	GREMIALES
Alta Verapaz	Chiquimulilla
Baja Verapaz	Esquipulas
Chimaltenango	Panajachel
Chiquimula	Tiquisate
El Progreso	Nebaj
El Quiché	Puerto Champerico
Escuintla	Chicaman
Huehuetenango	Rabinal
Izabal	Tecun Umán
Jalapa	Coatepeque
Jutiapa	Barberena
Quetzaltenango	Puerto San José
Retalhuleu	
Sacatepéquez	
San Marcos	
Santa Rosa	
Suchitepéquez	
Totonicapán	
Zacapa	

Fuente: Directorio Empresarial Cámara de Comercio de Guatemala edición 2013

3.4. ACTIVIDAD PRINCIPAL DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ

Cámara de Comercio enfoca sus esfuerzos en la micro, pequeña y mediana empresa con el fin de facilitarles el desarrollo comercial a través de ofrecerles acceso a los servicios que presta promoviendo la participación en sus programas de seminarios, diplomados, asesoría jurídica y empresarial.

3.5. SITUACIÓN LEGAL

La Cámara de Comercio de Guatemala es un organismo gremial, integrado por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, dedicadas a actividades comerciales. Fue fundada el 6 de junio de 1959, al desligarse de la Cámara de Comercio e Industria de Guatemala, se constituyó como entidad con personería jurídica el 26 de febrero de 1894, en ese momento con el nombre de Cámara de Comercio e Industria de Guatemala¹⁹.

La asociación Cámara de Comercio de Guatemala es una entidad privada, no lucrativa y apolítica. Su función principal es la de promover la libre empresa, velar por los derechos de los comerciantes asociados, intervenir en políticas que afecten la libre empresa. Es una institución civil que promueve la libre empresa al amparo de la Constitución Política de la república y dentro de las demás normas vigentes, inscrita en registros públicos por lo tanto cuenta con personería jurídica y es una institución privada

3.6. PRODUCTOS O SERVICIOS

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez como una extensión de Cámara de Comercio de Guatemala brinda los siguientes servicios:

- Asesoría legal, en los campos tributario, comercial, laboral y otros de interés empresarial.

¹⁹Nuestra entidad año 2009

- Proporcionar apoyo para la elaboración de contratos en forma gratuita o a bajo costo.
- Asesoría en comercio exterior, estadísticas de exportaciones e importaciones, normas legales, partidas arancelarias, oportunidades de negocios, oferta y demanda de sus productos y/o servicios.
- Capacitación, seminarios y cursos de alta especialización para las empresas asociadas y sus trabajadores.
- Difusión y promoción, presencia activa de las empresas a través de los medios informativos, representatividad gremial.

3.7. AFILIADOS

3.7.1. TRÀMITE DE AFILIACIÓN

Los dueños de negocios interesados en afiliarse a Cámara de Comercio deben adjuntar a la solicitud de afiliación la siguiente documentación:

- ❖ Patente de comercio
- ❖ RTU (registro tributario unificado)
- ❖ Llenar formulario de inscripción
- ❖ Pago de inscripción y cuota anticipada del primer mes

3.7.2. CLASIFICACIÓN DE CLIENTES

De acuerdo a los servicios y beneficios que los socios requieran, Cámara de Comercio de Guatemala ha creado diferentes tipos de categorías de acuerdo a los servicios y beneficios que el socio requiera, las cuales son:

CUADRO No. 3
CLASIFICACIÓN DE AFILIADOS POR CATEGORÍA

CLASIFICACIÓN	TIPO DE EMPRESA	APORTE DE AFILIACIÓN (MENSUAL)
A	PEQUEÑA	Q. 50.00
B	MEDIANA	Q. 100.00
C	GRAN EMPRESA	Q.200.00

Fuente: Investigación de Campo Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

3.7.3. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS AFILIADOS

Los derechos que tienen cada uno de los asociados a esta institución son los siguientes:

- a. Elegir y ser electos para los órganos de gobierno de la asociación.
- b. Participar con derecho a voz y voto en las asambleas generales de asociados.
- c. Utilizar los servicios de la asociación para asuntos relacionados con el objeto y fines de la asociación.
- d. Concurrir a la asamblea general de asociados con voz y voto.
- e. Solicitar la reunión de la asamblea general de asociados de acuerdo a las disposiciones del presente estatuto.
- f. Formular y presentar proyectos y reclamos por escrito.
- g. Participar en los beneficios que la asociación determine para sus miembros.

Las obligaciones de los asociados son:

- a. Abonar puntualmente las cuotas de asociado.
- b. Cumplir fielmente las disposiciones del presente estatuto y sus reglamentos.
- c. Ejercer con eficiencia y honestidad los cargos y comisiones para los que fueran designados.
- d. Acatar todos los acuerdos de los órganos de gobierno de la asociación.
- e. Suministrar los datos y antecedentes que le sean solicitados por la asociación para facilitar los fines institucionales, sin que ello implique la revelación de lo considerado

confidencial.

i. Cumplir con las demás obligaciones

3.7.4. SERVICIOS QUE INCLUYE LA AFILIACIÓN

Las empresas que deciden afiliarse a Cámara de Comercio reciben al momento de pagar su cuota de inscripción y afiliación:

- Diploma de afiliado
- Tarjeta empresarial, la que le permite acceder a descuentos en los comercios que figuran en la revista círculo empresarial.
- Calcomanía
- Afiches
- Y toda publicidad que identifique al negocio como miembro de Cámara de Comercio.

La filial de Suchitepéquez coloca a disposición de sus socios los siguientes servicios:

- Oficina virtual
- Oficina de capacitación
- Oficina para negocios
- Reparto de volantes y afiches por medio de las visitas de cobrador de Cámara.

3.8. CICLO DE VIDA DE LA EMPRESA

El crecimiento y evolución de la empresa está inmerso en su dinámica innovadora, dicha evolución se plasma en ciclos que a la vez marcan la trayectoria, cimentadas en la tecnología; es decir que el proceso de nacimiento, crecimiento, madurez y declive de las industrias y tecnologías son muy vinculados con el crecimiento de las empresas, regiones o países.²⁰

²⁰ Kotler P. & Armstrong G.(1998). *Fundamentos de Mercadotecnia*, (4ª. Edición). Guadalupe Meza Staines (ed.), México: Prentice Hall Hispanoamericana.

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, se encuentra en una etapa de introducción al mercado de los servicios, reestructurando la forma de dirigir las actividades, implementando nuevas políticas de operación en comparación con administraciones anteriores, la entidad actualmente no es autosustentable con sus actividades económicas, necesita incrementar nuevas estrategias de participación activa para promover el desarrollo comercial de sus socios, así como incrementar su número de afiliados.

4. MACROENTORNO

Está compuesto por todas aquellas variables que influyen en la organización y que ésta no puede controlar, aunque, suelen ser muy poderosas y tienen un efecto decisivo sobre la organización. Se refiere al medio externo que rodea a la empresa derivado del sistema socioeconómico en el que desarrolla su actividad.

4.1 ENTORNO DEMOGRÁFICO

El análisis del entorno o medio ambiente ocupa un papel fundamental en la concepción de la planeación estratégica y es por ello que en esta metodología se le da un tratamiento especial.

4.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DEL DEPARTAMENTO DE SUCHITEPÉQUEZ

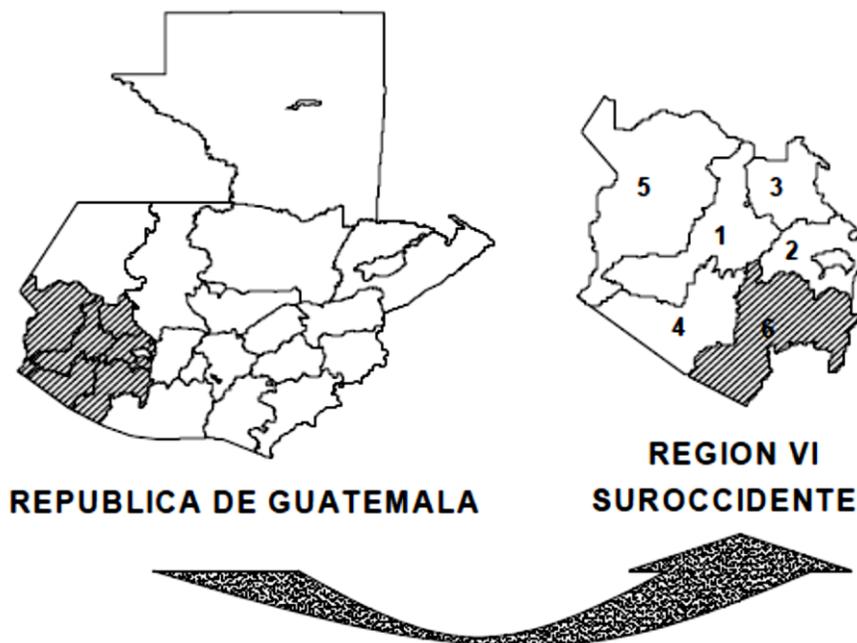
La república de Guatemala es localizada en el centro del continente americano, cuenta con una extensión territorial de 108,889 Km², se encuentra dividida en 8 regiones, las cuales son: Región I Metropolitana, región II Norte, región III Nororiente, región IV Suroriente, región V Central, región VI Suroccidente, región VII Noroccidente, región VIII Petén La región VI, Suroccidente, según la ley preliminar de regionalización, Decreto número 70-86 en el artículo 3, indica que ésta se integra por los departamentos de: Quetzaltenango (1), Sololá (2), Totonicapán (3), Retalhuleu (4), San Marcos (5), y Suchitepéquez (6). Cuenta con una extensión territorial de 12,230 Km², que corresponde al 11.2% del total del territorio nacional, en el que se agrupan 109 municipios, que representan el 32.93% de los municipios del país.

Fuente: Caracterización del Municipio de Suchitepéquez. SEGEPLAN 2002.

4.1.2. LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE MAZATENANGO

El municipio de Mazatenango es la sede de la cabecera departamental de Suchitepéquez, su municipalidad es de primera categoría y su jurisdicción comprende, 1 ciudad, 4 aldeas, 11 caseríos y 47 fincas de regulares dimensiones. Está localizado en la costa sur de Guatemala, al noreste del departamento de Suchitepéquez, por la carretera internacional del pacífico CA-2 rumbo este sureste en la latitud 14°32'02" y longitud 91°30'12". Limita al Norte con San Francisco Zapotitlán y Samayac; al Sur con el Océano Pacífico; al Este con Santo Domingo, San Lorenzo, San Gabriel y San Bernardino y al Oeste con Cuyotenango, todos del departamento de Suchitepéquez.²¹

Figura 1 **Región VI Suroccidente**



²¹ Caracterización del municipio de Mazatenango, Suchitepéquez, Segeplan 2002

4.2. EXTENSIÓN TERRITORIAL Y CARÀCTERÍSTICAS

Es la ciudad más importante a nivel departamental al ser esta la capital del departamento y una de las ciudades más grandes de la costa suroccidental del país, tiene una extensión territorial de 356 kilómetros cuadrados. Topográficamente, el terreno del municipio de Mazatenango es generalmente plano, sus tierras son fértiles y el territorio está comprendido en la cuenca Sis Iacán, con una extensión territorial de 6,524.49 Has.

Figura 2 Departamento de Suchitepéquez



Fuente: Caracterización municipio de Mazatenango Suchitepéquez, SEGEPLAN 2002.

4.3. ASPECTOS FÍSICOS

➤ ALTITUD

De acuerdo a las coordenadas de ubicación relacionadas con el parque central son 14° 32' 04" latitud norte y 91° 30' 10" longitud oeste y una altura sobre el nivel del mar de 374 metros.

➤ CLIMA Y TEMPERATURA

El clima que generalmente predomina, es caluroso/húmedo. La temperatura media es de 24.4°C, una máxima promedio de 32.1 °C y una mínima promedio de 16.6 °C.

➤ LÍMITES

Limita al norte con los departamentos de Quetzaltenango, Sololá y Chimaltenango, al este con Escuintla, al sur con el Océano pacífico y al oeste con Retalhuleu.

➤ VÍAS DE ACCESO

Las principales vías de comunicación del municipio de Mazatenango son la carretera CA-2 o litoral, que lo atraviesa, la variante hacia el municipio de San Francisco Zapotitlán, Suchitepéquez, y un tramo de variante hacia el departamento de Sololá por aldea Cocales.

4.4. ENTORNO SOCIAL Y CULTURAL

Mazatenango es un nombre compuesto por las voces “Mazatl” y “Tenango” (venado y lugar) “Lugar de Venados”, formó parte de Xuchiltepec (Suchitepéquez) perteneciente al reino Quiché. Fue conquistado por el capitán Gonzalo de Alvarado Hermano de don Pedro de Alvarado.

Durante el período hispánico se le conoció como Bartolomé Mazatenango, con categoría de pueblo posteriormente por decreto número. 63 de la asamblea constituyente del estado de Guatemala de fecha 29 de octubre de 1825, Mazatenango fue elevado a la categoría de Villa. Luego, por acuerdo gubernativo del 6 de noviembre de 1915 firmado por el entonces presidente de la república Lic. Manuel Estrada Cabrera, fue erigido en ciudad.

4.5. NIVEL DE ESCOLARIDAD Y CENTROS EDUCATIVOS

La escolaridad en la población se determina a partir del grupo etario (relativo o perteneciente a la edad de las personas) de siete años en adelante, para la población del municipio de Mazatenango, se tiene que el 20.3% no posee escolaridad alguna, el 48.53% se encuentra en el nivel pre-primario y primario, el 25.88% en el nivel medio y el 5.28% en el superior.

CUADRO No. 4
POBLACIÓN ESTUDIANTIL EN SUCHITEPÉQUEZ

Ninguno	Pre-primaria	Primaria	Media	Superior
10.863	493	25.470	13.849	2.828
Personas	Personas	Personas	Personas	Personas

Fuente: INE CENSO POBLACION 2002

En Mazatenango se cuenta con varios colegios e institutos para cubrir la demanda educativa en todos sus niveles, tanto en el sector estatal como en el privado. En el cuadro número 4 se desglosa la cantidad de demanda estudiantil existente al año 2002, tomando en cuenta que a la cabecera departamental asisten estudiantes de todos los municipios de Suchitepéquez.

4.6. POBLACIÓN

El municipio de Mazatenango presenta una densidad poblacional de 184 habitantes por Km² al año 2002 un poco más elevada que la densidad departamental con 161 habitantes por Km². La población mayoritaria es no indígena, concentrándose principalmente en el área urbana.

**CUADRO No. 5
POBLACIÓN TOTAL EN SUCHITEPÉQUEZ**

Población Total	SEXO		GRUPO ÉTNICO		AREA DE RESIDENCIA	
	Hombres	Mujeres	Indígena	No Indígena	Urbana	Rural
65,395	31,723	33,672	17,356	48,039	43,619	21,776

Fuente: INE CENSO POBLACION 2002

La mayor parte de la población es joven-adulta, constituyendo la fuerza productiva del municipio. La Población Económicamente Activa (PEA) se concentra en su mayoría en la población de hombres.

**CUADRO No. 6
POBLACIÓN POR EDAD EN SUCHITEPÉQUEZ**

Población Total	GRUPOS DE EDAD				PEA	
	0 - 6	7 - 14	15 - 64	65 y más	Hombres	Mujeres
65,395	11,892	13,178	36,940	3,385	15,033	7,718

Fuente: INE censo población 2002

4.7. ENTORNO ECONÓMICO

4.7.1. ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Mazatenango es un importante centro comercial, con manufacturas de telas, muebles, azulejos y orfebrería. Gran parte de esta producción se destina al turismo, y una pequeña parte a la exportación. Además posee grandes plantaciones de caña de azúcar, caucho y en menor medida tabaco y palma africana. Actualmente se está desarrollando la industria liviana en esta área de la costa sur.

4.7.2. INDICADORES ECONÓMICOS

- a) Contribución al PIB nacional: 10.93 miles de millones de quetzales (3.51%).
- b) Exportaciones: 1.15 miles de millones de quetzales.
- c) Importaciones: 3.12 miles de millones de quetzales ²²

4.7.3. ENTORNO TECNOLÓGICO

La tecnología hoy en día ha entrado a los hogares y ha llegado a las personas gracias a la telefonía móvil. Ha aumentado el uso de dispositivos móviles para acceder a Internet y se han abaratado las tarifas de conexión. Las redes sociales ya están presentes en las actividades cotidianas y las personas y negocios se relaciona a través de ellas con nuestro entorno²³

El ambiente tecnológico que rodea a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez es amplio, debido a que hoy en día que el internet es accesible para todo tipo de empresa y personas, las redes sociales se han convertido en una herramienta de comunicación bastante importante para las empresas, permitiéndole promocionar productos y servicios con costo reducidos y logrando llegar a muchos usuarios.

²²<http://www.desarrollohumano.org.gt/fasciculos/pdfs/d10.pdf>

²³ Cámara De Comercio De Guatemala, (2009) *Historia Camara de Comercio de Guatemala*, Recuperado: http://www.negociosguatemala.com_Autor

Las Comunicaciones en Guatemala son una representación del desarrollo que se ha venido produciendo en este país. En el departamento operan 3 compañías que cubren la demanda telefónica como lo son Claro, Tigo y Movistar abarcando cobertura en todo el nivel nacional e internacional lo que facilita la comunicación para los medios sociales, culturales y económicos.

4.8. ENTORNO GLOBAL

El libre comercio es un concepto económico, referente a la venta de productos entre países, libre de aranceles y de cualquier forma de barreras comerciales. El libre comercio supone la eliminación de barreras artificiales (reglamentos gubernamentales) al comercio entre individuos y empresas de diferentes países.

Una de las funciones de Cámara de Comercio es la de promover y estimular legislación a que se realicen inversiones extranjeras en empresas nacionales con el objetivo de establecer relaciones con empresas nacionales y extranjeras para el beneficio de sus asociados.

La organización de las distintas Cámaras de Comercio en todo el mundo han facilitado las relaciones comerciales por medio de la promoción de ferias internacionales que permiten conocer el intercambio comercial y oportunidades de exportación a otros países.

Cámara de Comercio tiene representación a nivel internacional en los organismos descritos a continuación:

- Federación de Cámaras de Comercio Centroamericanas (FECAMCO)
- Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO)
- Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC)
- Cámara de Comercio Latinas, CAMACOL
- International Chamber of Commerce, CCI

- World Chambers Federation
- Asociación Internacional de Ferias de América

Cámara de Comercio Guatemala considera que el mundo globalizado en el que vivimos demanda agilidad en nuestras operaciones y en la pronta solución de las controversias comerciales que se nos presenten día a día, por lo cual está presente en el entorno de las empresas para ayudarlas a desarrollarse económicamente.

5. MICROENTORNO

Está formado por todas aquellas variables sobre las que la organización puede influir o actuar de algún modo. El entorno específico, sin embargo, se refiere a la parte del entorno más próxima a la actividad habitual de la empresa, es decir, al sector o industria en el que la organización desarrolla su actividad. Consta de una serie de factores que afectan de forma específica a las empresas pertenecientes a un mismo sector, y sobre los que la organización tiene cierta capacidad de control.

5.1 PROVEEDORES

Los proveedores de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez está conformada por los mismos afiliados, organismos gubernamentales quienes por medio de la gestión de la junta directiva brindan las condiciones necesarias para el funcionamiento de la entidad, mencionando como ejemplos, al realizar capacitaciones se gestiona la refacción con la Municipalidad o Gobernación, organizan campañas de salud con alianzas con entidades bancarias de la localidad entre ellas Banco Azteca, y el Banco de Desarrollo Rural.

5.2 COMPETENCIA

Forman parte del entorno operativo de la empresa y son los rivales con los que ésta se enfrenta, existen instituciones y asociaciones que pueden significar competencia para Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez por mencionar algunas:

➤ **Grupo Gestor:**

Es una asociación local, permanentes, autónoma, no lucrativa, creada bajo un enfoque empresarial e integradas por personas representativas de diferentes sectores de la comunidad, que trabajan de forma voluntaria en pro del desarrollo económico de su municipio.

➤ **Cámara de Industria de Guatemala:**

Asocia al gremio industrial ofreciendo servicios como la creación de alianzas estratégicas a través del compartir con socios y agremiados, ampliando sus contactos y conexiones dentro de la industria. Elevar la productividad, incrementando el capital humano de su organización reteniendo talento y formándolo para la producción.

➤ **Cámara de Comercio Guatemalteco Americana:**

Es una asociación privada, no lucrativa, conformada por personas de negocios interesadas en servir a la comunidad, y en promover la inversión y el comercio entre los Estados Unidos y Guatemala. Amachan opera por medio de sus empresas socias, realizando un amplio espectro de actividades.

5.2.1. ENTIDADES QUE REPRESENTAN COMPETENCIA PARA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ EN EL DEPARTAMENTO

CUADRO NO. 7

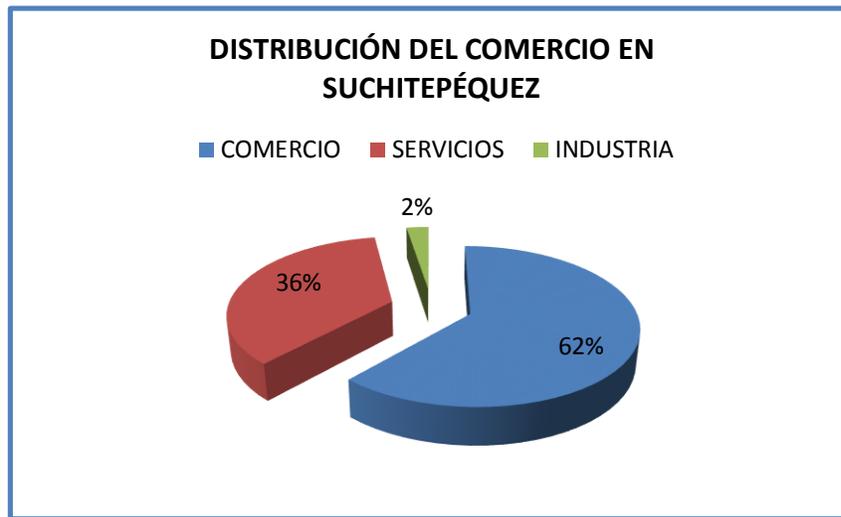
	INSTITUCIÓN	ACTIVIDAD
1	Municipalidad	Formular proyecto productivos en el departamento
3	Consejos comunitarios de desarrollo	Formulación de proyectos que signifiquen el desarrollo de las comunidades, búsqueda de financiamiento para ejecución
4	Asociaciones de productores	Asociación en clúster para promover su desarrollo, gestión de proyectos productivos
5	Pastoral de la tierra	Ejecución de talleres participativos, en el desarrollo de proyectos relacionados con su interés
6	Secretaria general de planificación -SEGEPLAN-	Establecimiento de presupuestos para el apoyo al desarrollo de proyectos productivos
7	Ministerio de agricultura, ganadería Y alimentación -MAGA-	Promover la participación ciudadana en proyectos de apoyo a la productividad ciudadana
8	Universidades	Brindar asesoría y talleres participativos relacionados con el desarrollo económico de las comunidades
9	Ministerio de economía - mineco-	Talleres participativos relacionados con la economía del país
10	Secretaría de obras sociales de la esposa del presidente SOSEP	Gestionar proyectos productivos y capacitación para los grupos vulnerables del municipio
11	Grupo gestor	Desarrollo de estrategias para la promoción del potencial económico productivo del municipio.
12	Ong`s	Enfocadas en apoyar a las pymes en el departamento, quienes brindan asesoría, financiamiento a las pequeñas empresas para el funcionamiento de sus negocios

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

5.3 CLIENTES

La economía de Guatemala está dominada por el sector privado, que genera alrededor del 85% del Producto interior bruto (PIB). Cámara de Comercio de Guatemala atiende al sector comercio del país. La división de la actividad comercial en el municipio de Mazatenango está distribuida de la siguiente manera:

Gráfica No. 1



Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez tiene presencia en la cabecera departamental y en algunos municipios del departamento contando con una cartera de 196 afiliados donde destacan micro empresarios, pequeños y medianos empresarios quienes pagan su cuota de afiliación acorde a su capacidad y necesidad de asesoría, puede contarse entre sus clientes tiendas, salones de belleza, farmacias, agropecuarias, grandes empresas como Banco Azteca y Banco de Desarrollo Rural, encontrándose distribuidos en relación a porcentajes por rublo comercial:

5.3.1 CLIENTES DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÈQUEZ

CUADRO No. 8

TIPO DE NEGOCIO	NEGOCIOS AFILIADOS
ABARROTERIAS	9
ACADEMIAS	1
ACEITERAS	1
ALMACENES	9
ASEGURADORAS	1
BANCOS	9
BOUTIQUES	6
CABLE	4
CAFÉ INTERNET	3
CARNICERIAS	1
CENTRO AGRICOLAS	3
CENTROS COMERCIALES	1
CINES	1
COLEGIOS	8
CONSTRUCTORAS	3
CLINICAS DENTALES	2
DEPOSITOS	2
DISTRIBUIDORAS	9
DISCOTECAS	1
EMPRESAS DE ELECTRODOMESTICOS	4
GASOLINERAS	1
TALLERES DE ESTRUCTURAS METALICAS	3
FARMACIAS	4
FERRETERIAS	3
FOTOCOPIADORAS	2
FUNERARIAS	2
HOTELES	10
IGLESIAS	1
IMPORTADORAS	2
IMPRENTAS	1
INDUSTRIAS	4
LABORATORIOS CLINICOS	1
LIBRERIAS	4
LOTIFICADORAS	2
JOYERIAS	2
MANUALIDADES	1
REENCAUCHES	2
MATERIALES DE CONSTRUCCION	3
MATERIAL ELECTRICO	1
REPUESTOS DE MOTO	4
OFICINAS CONTABLES	10
OPTICAS	3
PANADERIAS	3
CENTROS DE RECREACION	1
PLANTAS ORNAMENTALES	1
PUBLICIDAD	9
RESTAURANTES	7
REPUESTOS PARA VEHICULO	1
SALONES DE BELLEZA	1
SANATORIOS	5
PROFESIONALES	9
MECANICOS	2
SEGURIDAD	3
TRANSPORTES	3
ACCESORIOS DE COMPUTACION	3
VETERINARIAS	2
ZAPATERIAS	2
TOTAL DE AFILIADOS	196

Fuente:

Investigación de Campo. Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

5.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos sustitutos son aquellos que el cliente puede consumir, como alternativa, cuando cualquier sector baja la calidad de sus productos por debajo de un límite por el cual el cliente está dispuesto a pagar o sube el precio por arriba de este límite.²⁴

Los productos sustitutos que Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez ofrece a la población de Mazatenango son seminarios y cursos impartidos a los estudiantes de las carreras de perito contador y administración de empresas con la finalidad de mejorar la formación de los futuros profesionales.

También imparten seminarios de interés tributario dirigido a profesionales, estudiantes y comerciantes con el fin de promover una cultura tributaria idónea para el municipio, así como el informar de las más recientes modificaciones a la legislación fiscal de nuestro país. Las actividades de seminarios que imparten son efectuadas con el fin de generar mayores ingresos para la institución y así sufragar los gastos operativos.

Por parte de cámara de comercio central, se imparten programas de habilidades, que son seminarios de 15 a 20 horas de duración, dirigidos a Mandos Medios y Nivel Operativo de las áreas de recursos humanos, comercialización, administración, finanzas, ventas, producción y operaciones, con el objetivo de mejorar el desarrollo de las habilidades en el puesto de trabajo, diplomados, que son carreras técnicas cortas con duración de 35 a 70 horas, que van dirigidos a los mandos medios y ejecutivos de alto nivel de las empresas, servicio de Salones para eventos.

5.5. TECNOLOGÍA

Las herramientas tecnológicas que posee Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, son:

- Computadora
- Impresora
- Teléfono
- Fax

²⁴ <http://trendshift.wordpress.com/2009/10/30/porter-en-content-marketing-la-presion-de-los-productos-sustitutos>

- Internet
- Redes Sociales
- Página Web Cámara de Comercio Central

5.6. RECURSOS FÍSICOS

En las oficinas de Cámara de Comercio existen 5 ambientes distribuidos para el trabajo de los miembros los cuales se describen a continuación:

- Recepción: Equipado con un escritorio, silla secretarial y 2 sillones adecuados para la espera de atención.
- Sala de juntas: Equipada para las reuniones de la junta directiva lugar donde se toman decisiones importantes.
- Sala de conferencias: equipada para con sillas de metal para reuniones con grupos de empresarios y profesionales para dar a conocer los proyectos o servicios de la filial.
- Área de trabajo, equipado con escritorio y sillas para comodidad en el trabajo de los diferentes colaboradores. En el mismo espacio se encuentra 2 archivos de 3 gavetas donde se almacena información importante.
- Área de cocina: la cual cuenta con lo necesario para cubrir las necesidades de los miembros de la junta directiva, colaboradores y visitantes.

A inicios de la administración actual las instalaciones fueron totalmente remodeladas buscando la buena apariencia y comodidad de los integrantes afiliados a cámara de comercio.

6. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE CÁMARA DE COMERCIO

6.1. MISIÓN

Toda institución debe saber cuál es el rol que le toca cumplir en la sociedad dentro del marco del servicio que brindará, siendo así la Cámara de Comercio como entidad jurídica deberá tener una misión que satisfaga sus expectativas y la de cada uno de los miembros de la comunidad. Cámara de Comercio Filial se apega a la misión de Cámara central siendo la siguiente:

**“SOMOS LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL QUE LIDERA LA DEFENSA,
REPRESENTACIÓN Y PROMOCIÓN DEL COMERCIO.”**

6.1.1. VISIÓN

La visión es lo que se espera ser en el futuro y dentro de un tiempo determinado, lo que implica poner esfuerzo para superar retos y lograr una nueva posición, lo que generalmente se logra con eficiencia, responsabilidad y compromiso de todos los asociados. Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez se apega a la visión de Cámara Central siendo la siguiente:

**“SER LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL A LA QUE TODO EMPRESARIO
PERTENEZCA.”**

6.1.2. VALORES

Los valores para una empresa, son los pilares más importantes de cualquier organización. Cámara de Comercio fundamento su valor principios en las siguientes cualidades

- **LEALTAD:** Creemos fielmente en nuestros principios institucionales, la libertad de empresa y el estado de derecho.

- **CONFIABILIDAD:** Cumplimos de manera adecuada y oportuna con todos los compromisos que adquirimos.
- **SERVICIO:** Nos preocupamos por satisfacer efectivamente las necesidades de nuestros clientes.

6.1.3. FILOSOFÍA DE CÁMARA DE COMERCIO

Respaldar la democracia, el fomento de la libre empresa y la propiedad privada de la pequeña y mediana empresa.

6.1.4. PRINCIPIOS

Cámara de Comercio desde su fundación ha luchado por la defensa de la iniciativa privada y de la libre empresa en una economía de mercado, del equilibrio fiscal, del manejo transparente de los recursos públicos, de la seguridad jurídica, de la inversión y del ahorro, así como su adhesión a la democracia y al respeto de la persona humana, son los principios rectores que guían desde entonces el quehacer institucional, mostrando su permanente preocupación por el desarrollo económico y social del país.

6.2. OBJETIVOS

Los objetivos que tiene Cámara de Comercio son:

- Que la totalidad de afiliados conozcan con claridad la Misión y Visión, las funciones, objetivos y beneficios que se obtienen al pertenecer a la cámara de comercio.
- Crear condiciones adecuadas para desarrollar actividades, que promuevan la presencia y proyección hacia los afiliados y la comunidad.
- Invitar periódicamente a los afiliados a participar en reuniones de junta directiva permitiendo una mejor comunicación con los afiliados.

6.3. TIPO PLANES

Actualmente Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez no tiene planes establecidos para realizar sus actividades administrativas, se basan en las ideas de los miembros de junta directiva, desarrollando proyectos que son ejecutados a corto plazo.

6.4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Cámara de Comercio de Guatemala se considera una institución aliada que contribuye a mejorar la calidad de vida y el clima de los negocios, facilita la formalización empresarial y promueve la generación de empleo de calidad en Guatemala. Trabaja con un profundo sentido de responsabilidad social por el desarrollo sostenible.

Busca incidir en el compromiso de las autoridades, los empresarios y los ciudadanos con el futuro de la región; administrar con excelencia los métodos alternativos de solución de conflictos y los registros públicos como factores de competitividad, así como apoyar la creación y el crecimiento de más y mejores empresas. Es por esta razón, que la entidad actúa como promotor de la sostenibilidad social, económica y medioambiental con acciones de impacto en el entorno regional y al interior de la organización.

7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Toda empresa cuenta, en forma explícita o implícita, con un cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros componentes de la misma. En consecuencia, se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de la misma.

7.1. SISTEMA ORGANIZATIVO

Los integrantes de la Junta Directiva de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez son en su mayoría empresarios y profesionales interesados en promover el desarrollo del departamento. Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, estando conformada la directiva de la siguiente manera:

CUADRO No. 9

JUNTA DIRECTIVA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ

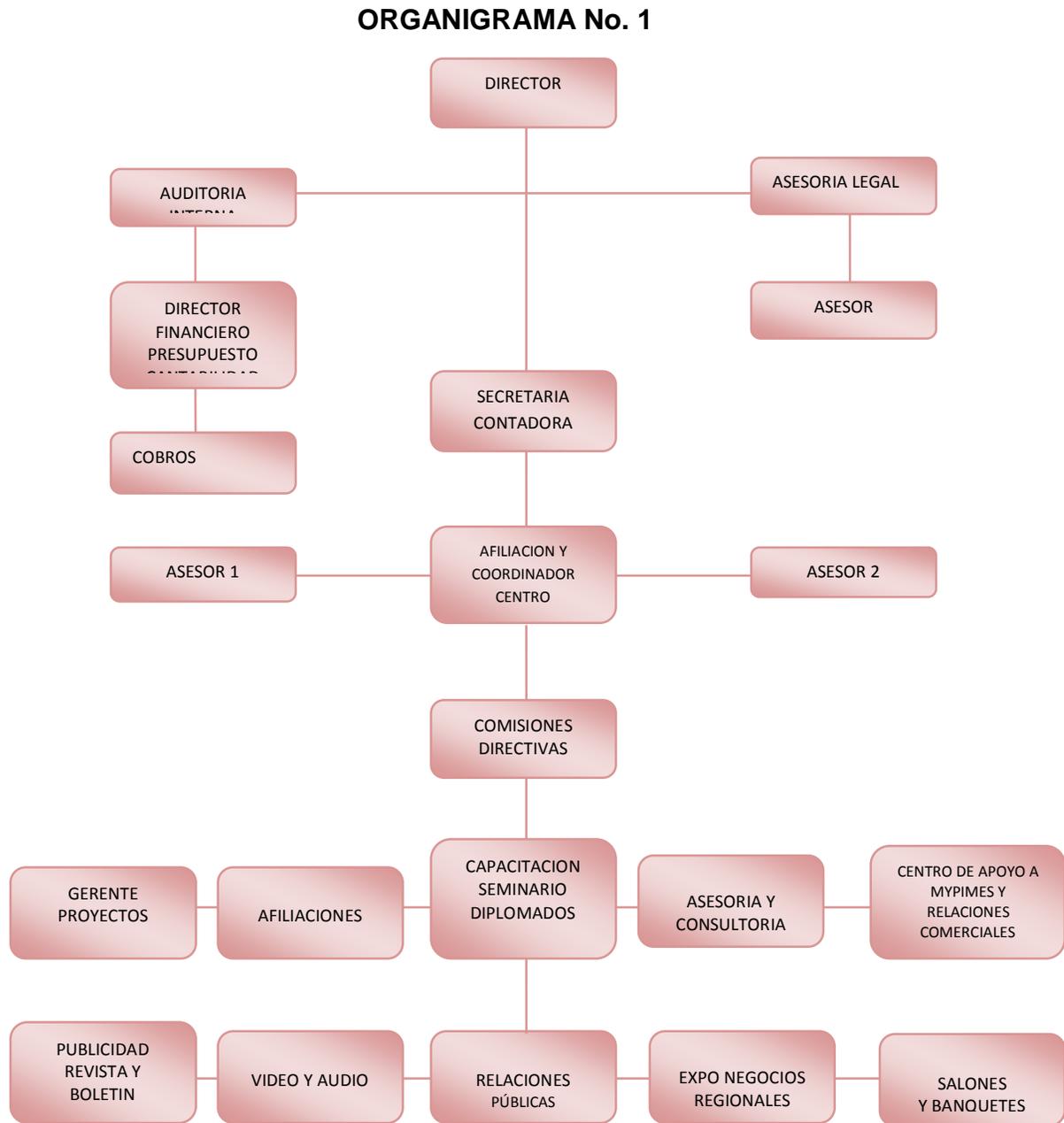
PRESIDENTE	Carlos Augusto Galindo Robles
VICEPRESIDENTE	Oscar Rolando Gómez de León
SECRETARIO	Julio Cesar Reyes
TESORERO	Jorge Armando Flores Ochoa
DIRECTOR I	Luis Fernando Corzo Manzo
DIRECTOR II	Arturo Poz Sánchez
DIRECTOR III	José Antonio Pacajò Cobòn
DIRECTOR V	Noel Emanuel Llerena Soto
DIRECTOR VI	Juan José Orellana Lepe
DIRECTOR SUPLENTE I	Waleska Adalgisa Talón Rodríguez
DIRECTOR SUPLENTE II	Julio Eugenio Andrade Alonso
DIRECTOR SUPLENTE III	Rolando Reynoso Madrid
DIRECTOR SUPLENTE IV	Edna Catina Argueta Citan
DIRECTOR SUPLENTE V	Juan Carlos Contreras
DIRECTOR SUPLENTE VII	Eva Celestina Morales
DIRECTOR SUPLENTE VIII	Walter Choc

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

7.2. ORGANIGRAMA

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez tiene 32 años, en el año 2012, sin embargo se rigen al organigrama de Cámara De Comercio Central.

7.2.1. ORGANIGRAMA CÁMARA DE COMERCIO CENTRAL



Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

7.3. ORGANIZACIÓN SOCIAL

Toda Cámara de Comercio es una institución civil que promueve la libre empresa al amparo de la constitución política del estado y dentro de las demás normas vigentes, inscrita en registros públicos por lo tanto cuenta con personería jurídica y es una institución privada.²⁵

Los integrantes de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez se encuentran organizados en una junta directiva integrada por personas capaces que trabajan en pro del empresario de Suchitepéquez de manera voluntaria. La cámara de Comercio en la actualidad tiene una participación activa e importante en múltiples organismos e instituciones, tanto nacionales como internacionales.²⁶

7.4. DEPARTAMENTALIZACIÓN

La estructura de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez está conformada por la junta directiva que se reúne cada martes por la noche para evaluar las decisiones a tomar, el departamento de afiliaciones es el encargado de cumplir con la labor de afiliar a los comerciantes de la región, el departamento de cobros es el encargado de gestionar los cobros programados a los afiliados. Se apoyan en una secretaria que es la encargada de asistir en las tareas administrativas de la filial. No existen departamentos estipulados con lo que mejorarían el rendimiento de sus colaboradores.

7.5. AUTORIDAD

La autoridad de Cámara De Comercio Filial Suchitepéquez está concentrada en el presidente de la misma, todas las decisiones son avaladas por junta directiva, dando la orden final del señor Carlos Galindo quien es el presidente de la filial.

²⁵Código de comercio de Guatemala

²⁶Nuestra Entidad (2009). Cámara de Comercio. Recuperado de:
http://www.negociosenguatemala.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1108&itemid=107

7.6. CENTRALIZACIÓN

En Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez se rigen con la información que envía Cámara central. Las decisiones se manejan de forma centralizada debido a que recaen propiamente en el presidente de la Filial quien dirige las órdenes giradas a sus colaboradores.

7.7. DESCENTRALIZACIÓN

La descentralización que existe en Cámara de Comercio filial Suchitepéquez, se refleja en que administra sus recursos en la sede del departamento, enviando informes periódicos a central.

7.8. CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional que promueve Cámara De Comercio Filial Suchitepéquez es la de apoyar al empresario, velar por sus derechos y su desarrollo, proyectando la libre empresa.

7.9. DESARROLLO ORGANIZACIONAL

El desarrollo organizacional es un esfuerzo a largo plazo, guiado y apoyado por la alta gerencia, para mejorar la visión, la delegación de autoridad, el aprendizaje y los procesos de resolución de problemas de una organización, mediante una administración constante y de colaboración de la cultura de la organización con un énfasis especial en la cultura de los equipos de trabajo naturales y en otras configuraciones de equipos. Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, actúa con la misma filosofía de Cámara de Comercio Central, defender el derecho de los comerciantes agremiados promoviendo la libertad de empresa, bajo ese contexto ofrece asesoría, diplomados y apoyo a los afiliados para que puedan hacer crecer su negocio.²⁷

²⁷Robins S.(1996), Comportamiento Organizacional Teoría y Práctica, (7ª. Edición), Mexico (ed) Mc Graw Hill Interamerica

Desde el punto de vista de la visión y misión de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, debe trabajar para lograr el empoderamiento de la misma de todos los involucrados, esperando obtener un desarrollo integral del departamento y de las empresas involucradas, enfocando sus actividades a programas que apoyen las relaciones comerciales entre afiliados.

7.10. CLIMA ORGANIZACIONAL

El clima organizacional de Cámara de Comercio Filial de Suchitepéquez, se basa en sus principios tales como la lealtad, la confiabilidad, y el buen servicio a sus afiliados.

8. TALENTO HUMANO

Los colaboradores de Cámara De Comercio Filial Suchitepéquez son muchos sin embargo la mayoría de ellos se caracterizan por ser empresarios que donan tiempo y conocimientos para beneficio del empresario del departamento, además de la secretaria contadora, un cobrador, y un asesor de afiliación.

8.1. PROCESO DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL

No existe un proceso de integración de personal utilizado por Cámara De Comercio Filial Suchitepéquez, no se promueve la participación de los afiliados para ocupar puestos en la junta directiva, razón por la cual los puestos directivos se van rotando con los empresarios interesados en participar.

8.2. SALARIOS

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez no maneja un programa de salarios, debido a que las personas que deciden colaborar lo realizan de forma voluntaria, solamente tres puestos devengan salarios en la filial los cuales se describen en la siguiente tabla:

CUADRO No. 10
PUESTOS QUE DEVENGAN SALARIOS EN CÀMARA DE COMERCIO FILIAL
SUCHITEPÈQUEZ

FUNCION	NO. DE COLABORADORES
Secretaria Contadora	1
Ejecutivo de Afiliaciones	1
Ejecutivo de Cobros	1

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

8.3. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Como parte de evaluación del desempeño Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez efectúa una memoria de labores cada año, la cual le permite establecer las actividades realizadas, los logros obtenidos. No ejecutan ningún tipo de herramienta administrativa para medir sus resultados.

8.4. CONTROL EMPRESARIAL

“Proceso de monitorear las actividades para asegurarse de que se lleven a cabo de acuerdo con lo planificado y para corregir cualquier desviación significativa”.²⁸

“El control se ejerce a través de diferentes mecanismos que no sólo miden el resultado final obtenido sino que, también, tratan de orientar e influir en que el comportamiento individual y organizativo sea el más conveniente para alcanzar los objetivos de la organización”²⁹.

²⁸Robins S. (1996) Comportamiento Organizacional teoría y Práctica (7ª. Edición), México: (ed) Prentice Hall Interamericana

²⁹Amat,1992

8.5. ETAPAS

La estructura organizacional debe reflejar objetivos y planes, porque ellos se derivan las actividades. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.³⁰

- ❖ **Planeación:** Fija tiempos de las determinaciones de las unidades que se planteen en los objetivos.

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez realiza sus actividades sin ningún tipo de planeación debido a que los proyectos surgen de las reuniones que sostiene la junta directiva y se realizan a corto plazo.

- ❖ **Organización:** Se refiere a la estructuración técnica de las relaciones, que debe darse entre las jerarquías, funciones y obligaciones, individuales necesarias en un organismo social para su mayor eficiencia.

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez respeta en su estructura organizativa el definido por Cámara de Comercio Central, aunque las actividades y funcionamiento de la institución se giran en torno a las decisiones de Junta Directiva en especial del presidente de la filial.

- ❖ **Integración:** Son conocimientos que se dan al organismo social de todos aquellos medios que la mecánica administrativa por lo cual deben ser eficaces para realizar este funcionamiento, para mejor desarrollo.

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez no integra el proceso administrativo, las actividades y proyectos que realizan los ejecutan sin ningún tipo de programación previa.

³⁰Robins S. (1996) Comportamiento Organizacional teoría y Práctica (7ª. Edición), México: (ed) Prentice Hall Interamericana

- ❖ **Dirección:** es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo de un organismo social, con el fin de que el conjunto de todas ellas realice del modo más eficaz, los planes seleccionados.

Debido a la falta de organización, el principio de dirección no se aplica de manera correcta, también es factor importante la carencia de un perfil del puesto de cada uno de los miembros de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

- ❖ **Control:** consiste en el establecimiento de sistemas que nos permitan medir los resultados actuales y pasados en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, corregir, mejorar y formular nuevos planes.

No existen herramientas de control de la eficiencia administrativa de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

8.6. HERRAMIENTAS DE CONTROL

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez no cuenta con herramientas de control y análisis administrativo, por lo que no puede medir el desempeño de sus colaboradores, por esa misma razón no les es posible implementar planes a corto, mediano y largo plazo.

9. DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO

El diagnóstico administrativo es un estudio sistemático, integral y periódico que tiene como propósito fundamental conocer la organización administrativa y el funcionamiento del área objeto de estudio, con la finalidad de detectar las causas y efectos de los problemas administrativos de la empresa, para analizar y proponer alternativas viables de solución que ayuden a la erradicación de los mismos.

9.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Existe la probabilidad de que Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez mejore el desempeño de sus colaboradores al contar con un organigrama propio y ejecutar la implementación de un manual de puesto en las diversas áreas de la empresa y que elementos se necesitan para su aplicación?

9.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Cámara de Comercio carece de un manual de puestos y funciones que permita conocer cada una de los integrantes de la institución, el rol que le corresponde desempeñar, lo que se traduce en la inexistencia de procesos administrativos. Implicando con ello que la mayoría de las actividades sean responsabilidad del presidente. La falta de una estructura organizacional formal tampoco permite que cada miembro colaborador de la institución desempeñe su trabajo de una manera eficiente.

9.3. OBJETIVO GENERAL

Determinar la situación actual en que se desarrollan las actividades de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, con la finalidad de diseñar la estructura organizacional y estructurar un manual de puestos y funciones que permitan ejecutar el trabajo en cada puesto de manera óptima en beneficio de la institución.

9.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Identificar el conocimiento de los miembros colaboradores de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez sobre la misión y visión de la institución.
- b) Establecer la necesidad de implementar herramientas administrativas para la gestión de la Filial
- c) Establecer los lineamientos necesarios para la elaboración del Manual de Puestos y Funciones a fin de facilitar el desempeño laboral de los miembros.

- d) Establecer las herramientas administrativas necesarias para que las responsabilidades no recaigan en una sola persona

9.5. METODOLOGÍA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN

Se realizó un estudio basado en una investigación de tipo descriptivo, pretendiendo establecer la percepción de los colaboradores de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez basada en un cuestionario de entrevista.

9.6. SUJETOS DE INVESTIGACIÓN

La población entrevistada correspondió a miembros de junta directiva y colaboradores de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez ubicada en la cabecera departamental de Suchitepéquez en la 10 calle comercial y esquina avenida la libertad, mercado de comidas, 2º. Nivel, oficina 205, zona 1 Mazatenango.

9.7. INSTRUMENTO

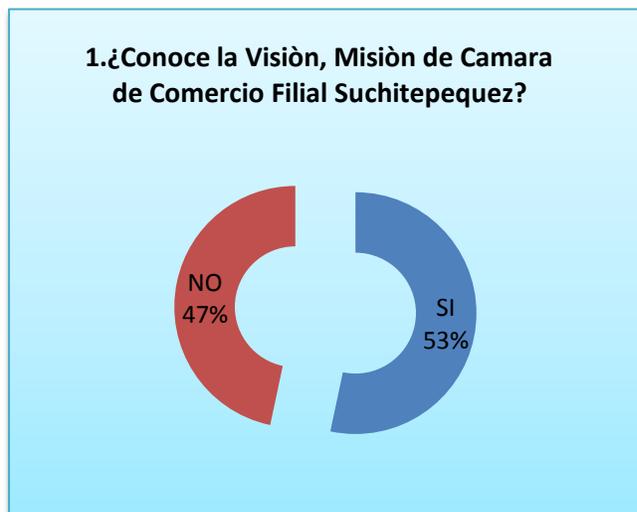
El instrumento que se utilizó para la recopilación de la información es una encuesta, con el objetivo de obtener información sobre la percepción de los colaboradores de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez acerca del clima organizacional de la empresa y verificar si conocen a totalidad el rol del puesto que desempeñan.

Una entrevista es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos de información por medio de un cuestionario prediseñado y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio.³¹

³¹CEA D`ANCONA, Mª A (1998). Metodología cuantitativa: Estrategias y Técnicas de Investigación Social. Síntesis. Madrid

9.8. RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO

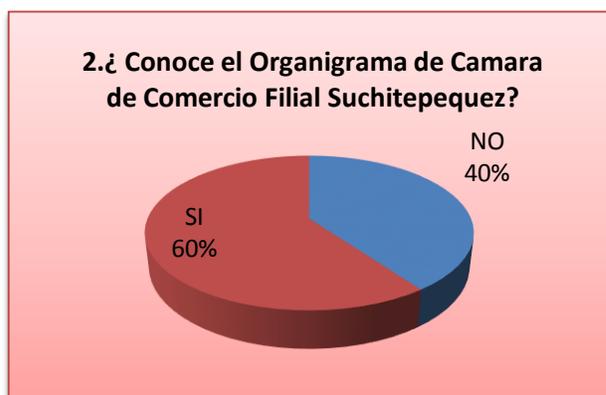
GRÁFICA NO. 2



Sobre el conocimiento de La Misión y Visión de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez la mayoría afirmó conocerla.

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

GRÁFICA NO. 3

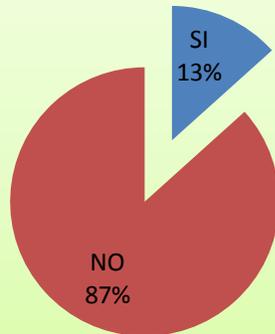


Un alto porcentaje de los colaboradores de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez afirmó conocer el organigrama de la Institución.

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

GRÁFICA NO. 4

3. ¿Cuenta Cámara de Comercio Con un Manual de Puestos y Funciones?

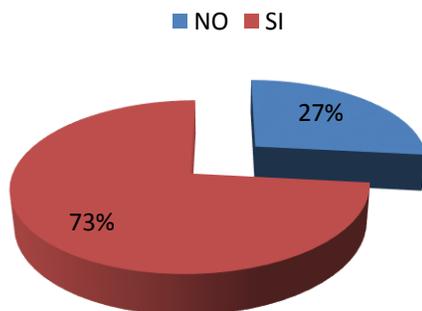


En respuesta a la pregunta si Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez cuenta con un manual de puestos y funciones un 87% contestó que no, siendo una minoría que afirmó contar con uno, determinándose que efectivamente no cuentan con ningún manual de puestos y funciones.

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

GRÁFICA NO. 5

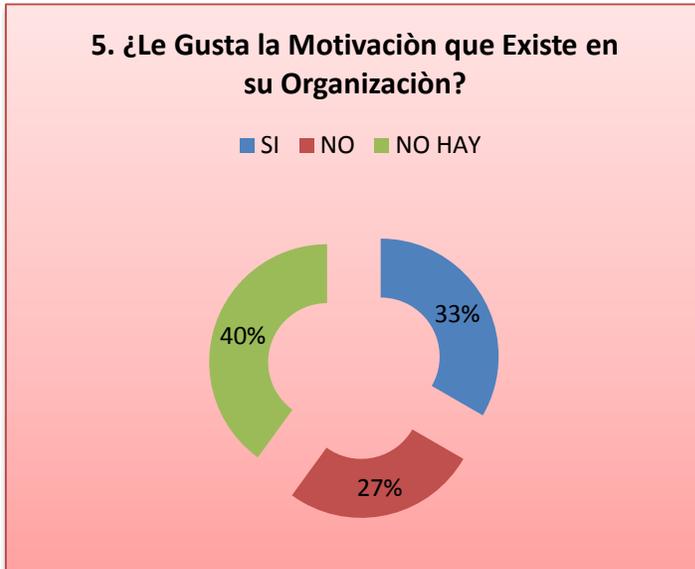
4. ¿Le Gustaría que Existiera un Manual de Puestos y Funciones?



Un porcentaje significativo manifiesto la necesidad de contar con un Manual de Puestos y Funciones, para mejorar el trabajo realizado.

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

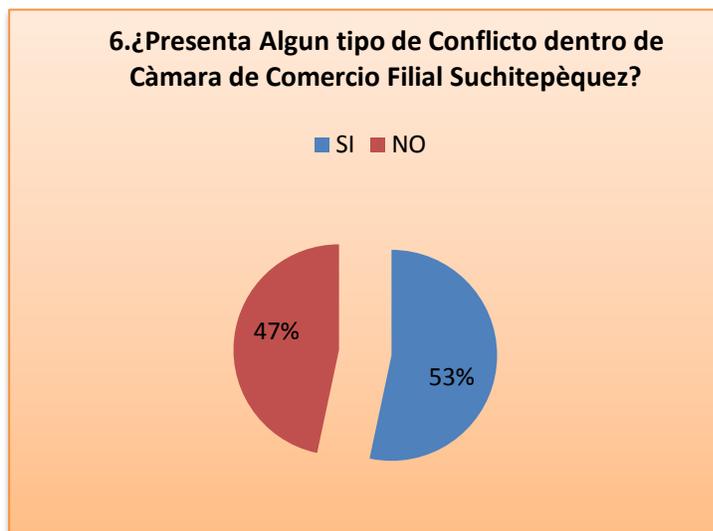
GRÁFICA NO. 6



La respuesta a la pregunta sobre la motivación que existe en Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez es representado por porcentajes similares, resaltándose que la mayoría opina que no existe motivación.

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

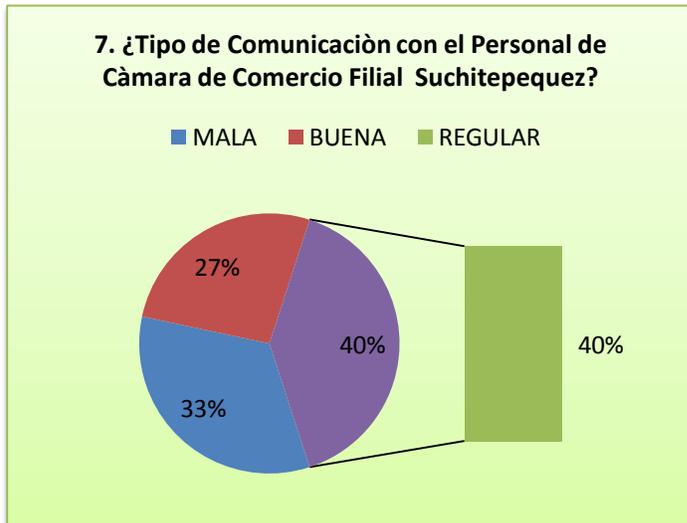
GRÁFICA NO. 7



Respecto a la pregunta si los colaboradores presentan algún tipo de conflicto dentro de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, un porcentaje mayoritario indicó que si, no estableciéndose a qué tipo de conflicto se referían.

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

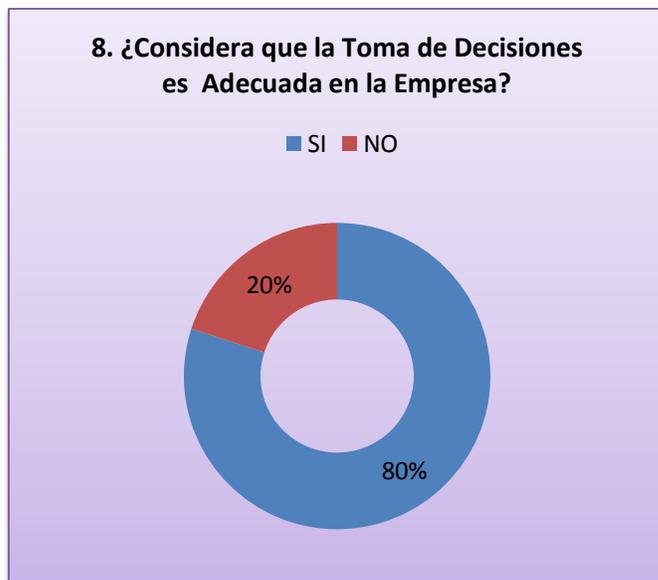
GRÁFICA NO. 8



El tipo de comunicación prevaleciente en Cámara de Comercio Filial Suchitepequez es regular, seguido de quienes opinan que existe una mala comunicación dentro de la Institución.

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

GRÁFICA NO. 9



Una gran mayoría indica que la toma de decisiones es la más adecuada dentro de la Filial de Cámara de Comercio en Suchitepequez.

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

9.9. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El conocimiento de la Misión, Visión de una empresa por sus colaboradores es de vital importancia para lograr los objetivos de la organización, por lo cual debe exponerse al público para que exista un empoderamiento de la misma. En Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez no se expone la visión ni la misión.

El clima organizacional debe estar lleno de motivación y deben planificarse capacitaciones constantes que generen mejores resultados, traducándose en utilidades para la empresa.

Actualmente la institución cuenta con un organigrama basado en el de Cámara de Comercio Central, siendo oportuno estructurar uno que refleje los puestos que se desempeñan en la filial de Suchitepéquez.

La carencia de perfiles para los puestos de las diversas áreas de la institución, significa que no tienen definidas las características de estos, dando margen a que las personas que ocupan los puestos de trabajo no tengan las habilidades que los puestos necesitan.

Contar con un manual de puestos y funciones ayudara a la organización a asegurar que sus colaboradores cumplan y se comprometan a realizar su trabajo de forma idónea y comprometida con la institución

10. DIAGNÓSTICO

10.1. TÉCNICAS UTILIZADAS PARA EL DIAGNÓSTICO

Las técnicas que se utilizaron para la realización del diagnóstico institucional fueron: la observación, la entrevista, Matriz FODA, árbol de problemas, árbol de objetivos, análisis administrativo por medio de formulario de entrevista.

10.1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Para realizar el análisis de la problemática encontrada fue utilizada la herramienta Análisis FODA con la finalidad de priorizar los problemas a trabajar.

10.2. SITUACIÓN INTERNA (MICROAMBIENTE)

En la situación interna se desarrollan dos elementos principales que la conforman y se refiera a las fortalezas y las debilidades, aspectos que detallaremos a continuación:

10.2.1. ANÁLISIS FODA

El Análisis **DAFO**, también conocido como matriz o análisis **DOFA**, o en inglés **SWOT**, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada.³²

Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planificar una estrategia a futuro

10.2.2. FORTALEZAS

Son los elementos positivos que poseen la institución o empresa, estos constituyen los recursos para la consecución de sus objetivos:

³²http://www.uventas.com/ebooks/Analisis_Foda.pdf (2009)

- contar con una junta directiva capaz y eficiente, siendo un equipo conformado por profesionales y empresarios de éxito.
- amplio abanico de servicios que ofrecer a los afiliados con lo cual fomentan la libre empresa y competencia.
- respaldo y apoyo de cámara de comercio central
- contar con una misión y visión establecida
- ser una empresa caracterizada por impulsar la competitividad en una economía en creciente globalización con el fin de proteger los intereses y mejorar la actividad comercial de los empresarios
- alianza estratégicas con sectores claves del departamento en temas como seguridad,
- fácil acceso a afiliación
- contar con oficinas establecidas al servicio de los afiliados
- Única institución en Guatemala que cuenta con filiales y gremiales en todo el país

10.2.3. OPORTUNIDADES

Son los elementos del ambiente que las empresas pueden aprovechar para el logro efectivo de sus metas y objetivos. Pueden ser de tipo social, económico, político, tecnológico, etc.

- Facilitar la vinculación de oportunidades de negocios a sus asociados.
- Brindar asistencia y servicios empresariales especializados acorde a las necesidades del afiliado.

- Acceder a programas de cómputo que faciliten el control de los afiliados
- Exponer al público la misión y visión asegurando con ello el empoderamiento de los miembros del equipo y los afiliados visitantes.
- Asociar por clúster a los empresarios
- Elaborar un plan de mercadeo que permita la promoción y captación de nuevos afiliados en el departamento.
- Implementación de los servicios que ofrece Cámara Central en el departamento.
- Expandir sus actividades a los demás municipios del departamento en busca de nuevos afiliados
- Promover de forma adecuada sus servicios despertando el interés de los comerciantes de la región.
- Estructurar un plan de capacitaciones acordes a las necesidades de casa sector empresarial.
- Estructurar e implementar un manual de puestos y funciones que sirva como guía en la ejecución de sus funciones y labores.

10.2.4. DEBILIDADES

Son los factores negativos que posee la empresa y que son internos constituyéndose en barreras u obstáculos para la obtención de las metas u objetivos propuestos

- Falta de controles computarizados de control de pagos de afiliados
- Falta de planes a corto, mediano y largo plazo no teniendo conocimiento de los principios de la planificación estrategia.

- No cuentan con un organigrama propio
- No contar con un manual de puestos y funciones que delimite el buen funcionamiento de los miembros de junta directiva y colaboradores directos de la filial
- No exponer su misión y visión
- Poca Participación de empresarios afiliados en los programas de capacitación
- Factores sociales y de inseguridad
- Contar con poco personal de apoyo para ejecutar la labor de promoción y afiliación.
- Poca captación de afiliados, generado por el poco conocimiento de la labor de Cámara, contar con un solo promotor de afiliaciones.
- Recursos económicos limitados para solventar gastos operacionales.

10.2.5. AMENAZAS

Son aspectos del ambiente que pueden llegar a constituir un peligro para el logro de los objetivos:

- Desastres naturales
- Inseguridad
- Crisis financiera
- Desinterés del afiliado, generando bajas en los comercios ya afiliados.

10.3. MATRIZ FODA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ

CUADRO No. 11

MATRIZ FODA

CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">E X T E R N O</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">I N T E R N O</p>	<p>F. Junta Directiva Capaz y Eficiente</p> <p>Amplio Abanico de Servicios</p> <p>Respaldo de Camara Central</p> <p>Mision y Vision Establecidas</p> <p>Alianzas Estrategicas</p> <p>Facil Tramite de Afiliacion</p>	<p>D. Falta de Controles computarizados</p> <p>Falta de Planes a Corto Mediano y Largo Plazo</p> <p>No Exponer al Publico la Mision y Vision</p> <p>Poca Participacion de Afiliados en los Programas de Capacitacion</p> <p>Poca Captacion de Afiliados</p> <p>Recursos Economicos Limitados</p>
<p>A. Inseguridad</p> <p>Desastres Naturales</p> <p>Inflacion</p>	<p>F.A Poca Participación del afiliado en los programas de capacitacion Implementar servicios de Central a los afiliados en el departamento</p> <p>Establecer alianzas estrategicas con organismos educativos con el fin de promover la asistencia del afiliado y sus trabajadores a los seminarios.</p>	<p>D.A. elaboracion de planes estrategicos a corto plazo que permitan mejorar los ingresos de la filial</p> <p>Exponer al publico la Mision y Vision asegurando el empoderamiento de los miembros del equipo, Junta Directiva y afiliados visitantes. Ejecutar estudio de mercado que permita captar las necesidades, dudas e inquietudes de los afiliados</p>	
<p>O. Facilitar la vinculacion de oportunidades de Negocios a sus afiliados Brindar asistencia y servicios empresariales especializados</p> <p>Elaborar un plan de Mercadeo que permita la promoción y captación de nuevos afiliados en el departamento. Implementacion de los servicios que ofrece Camara Central en el Departamento</p>	<p>F.O. Promover la Afiliacion de micro empresarios y asociarlos en cluster mejoraria la gestion de la filial</p> <p>La expansion del mercado al que se enfoca depende de la modernizacion en el manejo del promocion y publicidad. Implementar Servicios ofrecidos en Central con el fin de hacer mas rentable la filial.</p>	<p>D.O. Mejorar las tecnicas de promocion de la filial a fin de captar el interes de los comerciantes y empresarios Si se cuenta con la vision de expandir mercados y aumentar la produccion es necesario involucrar a mas personas</p> <p>Un adecuado Plan de Mercadeo puede generar el intereses de nuevos afiliados, brindando un valor agregado a los servicios de afiliacion</p> <p>Contar con un Organigrama propia y estructurar un Manual de Puestos y Funciones mejorara el desempeño de los miembros de Camara de Comercio Filial Suchitepequez</p>	

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

11. SITUACIONES Y PROBLEMAS ENCONTRADOS

La lista de necesidades se expresa de acuerdo a la información recopilada durante la fase de diagnóstico.

11.1. LISTA DE NECESIDADES

CUADRO No. 12

PRINCIPALES PROBLEMAS	CAUSAS QUE LO ORIGINAN	SOLUCIÓN
Falta de conocimientos de los miembros de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez sobre sus funciones a ejecutar	Carecimiento de un Manual de Puestos y Funciones	Creación de un Manual de Puestos y Funciones
Bajo Nivel de Afiliados	Desconocimiento, desinterés por pertenecer a filial, falta de estrategias promocionales y de divulgación	Implementar un Programa de Telemercadeo
Poca participación de los afiliados en las capacitaciones	Inseguridad, violencia, temor a ser víctimas de extorción	Centro de Formación Empresarial
Poca oportunidad de empleo a los nuevos profesionales	Alto índice de desempleo para el gran número de profesionales egresados	Programa de Voluntariado Empresarial
No asistencia a los seminarios y talleres efectuados en Cámara de Comercio Central	Poco interés de los comerciantes debido a la distancia	Implementar programas de seminarios y cursos en la región.

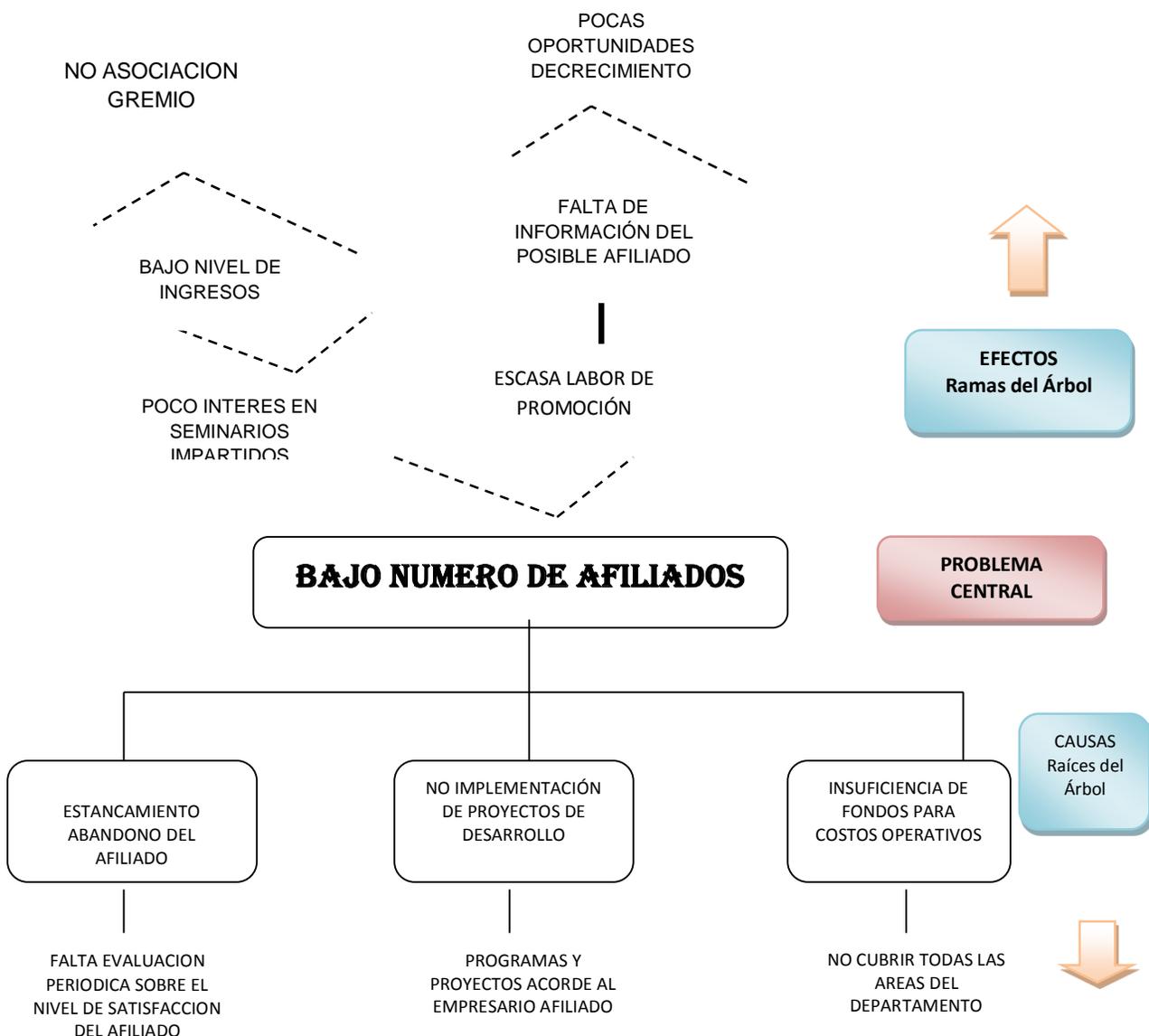
Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

11.2. JERAQUIZACIÓN DE PROBLEMAS

Con base en el diagnóstico realizado en Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez se ve la necesidad de implementar un proyecto productivo de instrumento de información, indispensable para el desarrollo facilitando con ello la gestión y ejecución de programas encaminados a fomentar el desarrollo sostenible de la filial.

11.2.1. ÁRBOL DE PROBLEMAS

FIGURA No. 3

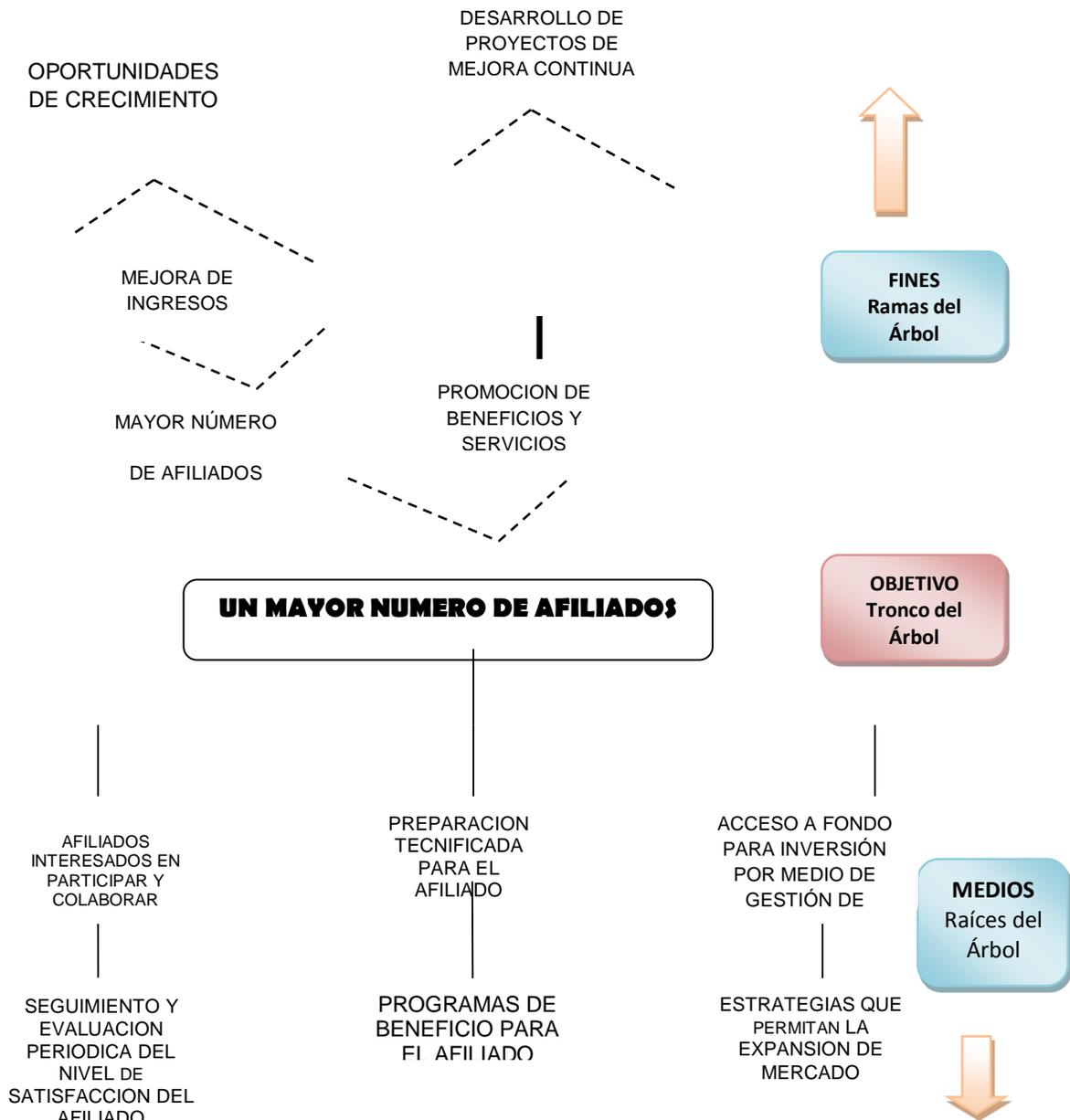


Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

11.2.2. ÁRBOL DE OBJETIVOS

Es un proceso metodológico que permiten identificar las alternativas y estrategias posibles. Para alcanzar a solucionar el problema central del proyecto.

FIGURA No. 4



Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

12. INVESTIGACIÓN DE CAMPO A LOS NEGOCIOS AFILIADOS Y NO AFILIADOS

La presente investigación está dirigida a los comercios operantes en el área del municipio de Mazatenango, departamento de Suchitepéquez, quienes podrían o no estar afiliados a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, consiste en diseñar un formulario de encuesta para recabar información sobre la percepción de los comerciantes acerca del trabajo de esta entidad, así como determinar las necesidades expresadas para evaluar un plan de acción para cumplir con las expectativas de crecimiento en el número de afiliados.

12.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Qué tipo de valor agregado favorecería a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez en la mejora de los servicios que ofrece a sus afiliados?

12.2. OBJETIVO GENERAL

Determinar la percepción de los comerciantes afiliados y no afiliados a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez acerca de pertenecer a la institución, priorizando las necesidades expresadas que los motive a pertenecer a la entidad en estudio.

12.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Investigar acerca del problema, su impacto en el entorno y las alternativas de solución.
- b) Identificar las necesidades de los empresarios para mejorar su funcionamiento actual
- c) Determinar las estrategias a tomar para la captación de mayor número de afiliados.

12.4. ALCANCES Y LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÓN

12.4.1. ALCANCES

El alcance de la investigación comprendió: el análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a una determinada población. Será ejecutada en dentro de los límites del Municipio de Mazatenango con los comercios afiliados y no afiliados del municipio.

12.4.2. LÍMITES

Una de las limitantes que se presentó el desarrollo de éste trabajo de investigación, es que no existe documentación de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez que refleje la actividad de la institución en el departamento, tampoco existe documentación de investigaciones previas realizadas a la institución debido a que es la primera vez que esta entidad permite ser un objeto de análisis.

12.5. METODOLOGÍA APLICADA EN LA INVESTIGACIÓN

El estudio consistió en una investigación de tipo descriptivo, lo que significa que su objetivo es describir como aparecen los fenómenos mediante herramientas como lo son los cuestionarios, basados en que el universo es pequeño, se investigó una muestra de la población mediante fórmula estadística.

12.6. CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 * N * (p) (q)}{\epsilon^2 * N + ((Z^2 * (p) (q)))}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (6000) (.0.50) (.50)}{(0.05)^2 * 6000 + (1.96)^2 (.50) (.50)} = \frac{23049.60 * 0.25}{15 + .9604} = \frac{5762.40}{15.96} = 369$$

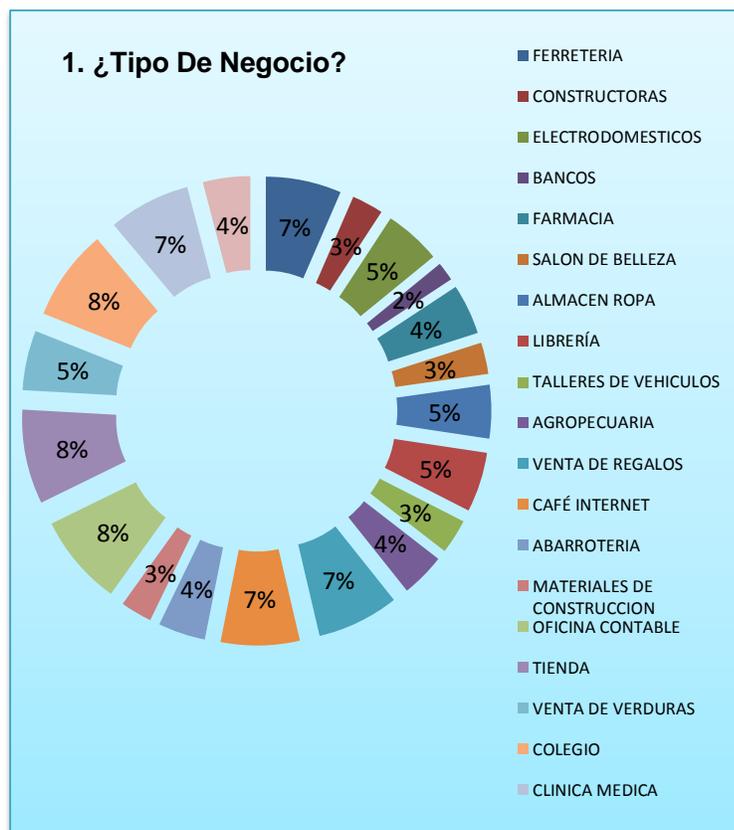
Como resultado de aplicar la formula seleccionada para determinar la muestra, se tomara como muestra un número de 369 comercios a encuestar en el municipio de Mazatenango, Suchitepéquez.

12.7. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

GRAFICA No. 10

1. ¿TIPO DE NEGOCIO?

FERRETERIA	24
CONSTRUCTORAS	10
ELECTRODOMESTICOS	18
BANCOS	10
FARMACIA	20
SALON DE BELLEZA	10
ALMACEN ROPA	20
LIBRERÍA	25
TALLERES DE VEHICULOS	11
AGROPECUARIA	14
VENTA DE REGALOS	26
CAFÉ INTERNET	20
ABARROTERIA	15
MATERIALES DE CONSTRUCCION	10
OFICINA CONTABLE	29
TIENDA	30
VENTA DE VERDURAS	19
COLEGIO	29
CLINICA MEDICA	26
FUNERARIA	3
	369



Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

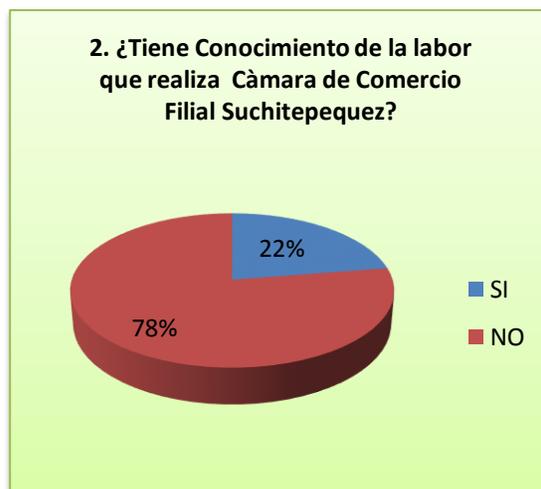
Se encuestaron a 369 negocios de diversa índole siendo los más representativos las Tiendas, Seguida de los Colegios, Oficinas Contables, Ventas de Regalos y Clínicas Médicas, expresándose en porcentajes uniformes, buscando con este tipo de muestra representar en mejor medida la diversidad comercial del municipio de Mazatenango.

GRÁFICA NO. 11

2. ¿TIENE CONOCIMIENTO DE LA LABOR QUE REALIZA CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ?

SI	90
NO	310
	369

Un porcentaje mayoritario afirmo desconocer la labor de Camara de Comercio Filial Suchitepéquez en el Municipio

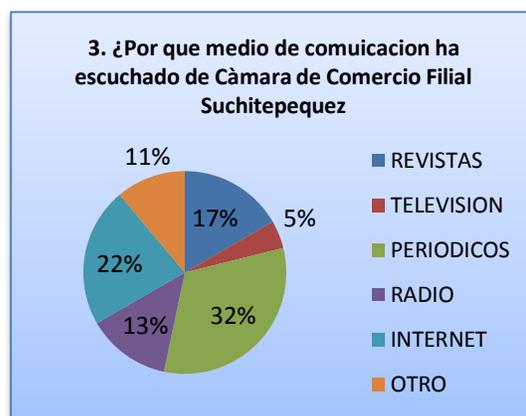


Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

GRÁFICA NO. 12

3. ¿POR QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN HA ESCUCHADO DE CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ?

REVISTAS	15
TELEVISION	4
PERIODICOS	29
RADIO	12
INTERNET	20
OTRO	10
	90



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

Del total de la muestra seleccionada una gran parte señaló El periódico como el medio por el cual se han enterado de las actividades que realiza Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, seguido del internet y de las revistas que distribuye la institución.

GRÁFICA NO. 13

4. ¿CONOCE LOS BENEFICIOS Y SERVICIOS QUE BRINDA CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ?

SI	20
NO	70
	90



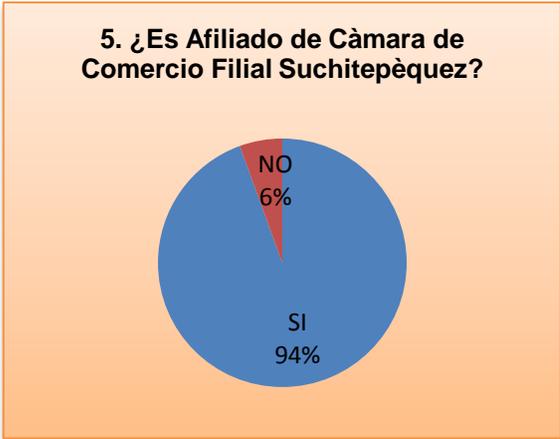
Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

Al Preguntar si conocen los beneficios y servicios que presta Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez prevalece el desconocimiento de los beneficios y servicios que brinda Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

GRÁFICA NO. 14

5. ¿ES AFILIADO DE CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ?

SI	85
NO	5
	90



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

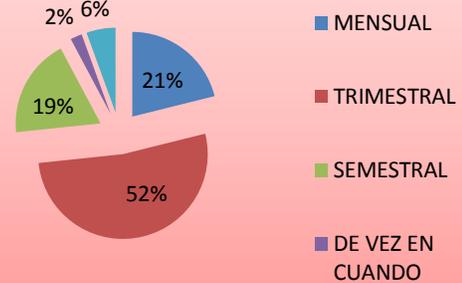
De los 90 encuestados que afirmaron conocer Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez un 94% afirmo ser afiliado, mientras que un 6% indico que no era afiliado.

GRÁFICA NO. 15

6. ¿CON QUE FRECUENCIA PAGA LOS SERVICIOS DE CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ?

MENSUAL	24
TRIMESTRAL	49
SEMESTRAL	17
DE VEZ EN CUANDO	0
NUNCA	0
	90

6. ¿Con que Frecuencia Paga los Servicios de Cámara de Comercio Filial Suchitepèquez?



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

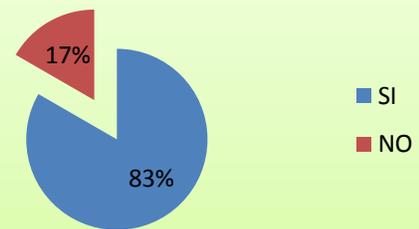
Respecto a la frecuencia de pagos por cuota de afiliación la mayoría de los comerciantes encuestados afirma que lo realiza de manera trimestral

GRÁFICA NO. 16

7. ¿CONOCE LA UBICACION DE LAS OFICINAS DE CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ?

SI	75
NO	15
	90

7. ¿Conoce la Ubicación de las Oficinas de Cámara de Comercio Filial Suchitepequez



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

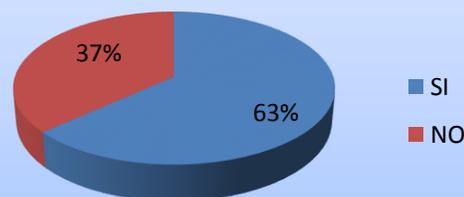
De las personas encuestadas un porcentaje mayoritario afirmo conocer la ubicación de las oficinas de Cámara de Comercio Filial Suchitepèquez.

GRÁFICA NO. 17

8. ¿RECIBE INFORMACION CONSTANTE DE LAS ACTIVIDADES Y CAPACITACIONES QUE REALIZA CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ?

SI	57
NO	33
	90

8. ¿ Recibe Información Constante de las Capacitaciones que realiza Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

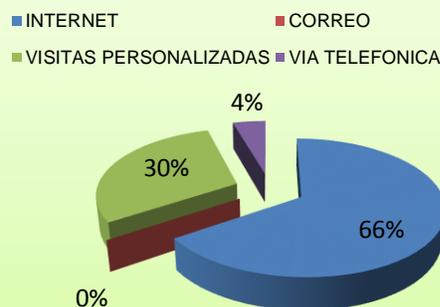
Un 63% de la población afiliada afirmó recibir información constante de las capacitaciones que realiza Cámara de Comercio filial Suchitepéquez, el porcentaje restante afirmó no contar con la información.

GRÁFICA NO. 18

9. ¿SI SU RESPUESTA ES SI INDIQUE POR QUE MEDIO RECIBE DICHA INFORMACION?

INTERNET	59
CORREO	0
VISITAS PERSONALIZADAS	27
VIA TELEFONICA	4
	90

9. ¿ Medio por el Cual recibio la Información?



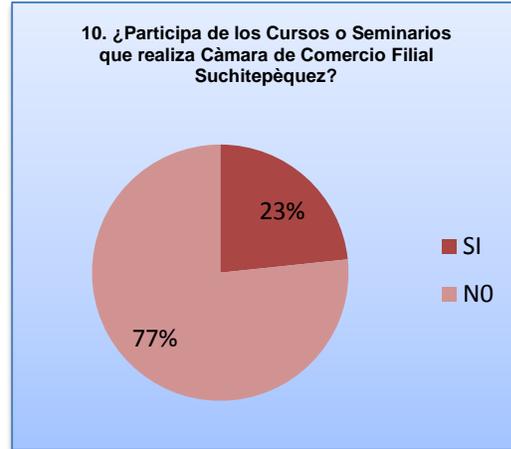
Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

Internet fue señalado por los comerciantes afiliados como el medio por donde recibe la información enviada por Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, seguido de las visitas personalizadas.

GRÁFICA NO. 19

10. ¿PARTICIPA DE LOS CURSOS O SEMINARIOS QUE REALIZA CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ

SI	21
NO	69
	90



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

Un gran porcentaje de la población encuestada afirma que no participa en los seminarios que realiza la Camara de Comercio Filial Suchitepéquez.

GRÁFICA NO. 20

¿POR QUE RAZON NO PARTICIPA?

FALTA DE TIEMPO	23
SON REALIZADOS EN LA CAPITAL	12
ALTO COSTO	8
DURAN DEMASIADOS TIEMPO	15
NO SON ADECUADOS AL NEGOCIO	10
NO AYUDAN AL DESARROLLO COMERCIAL	22
	90



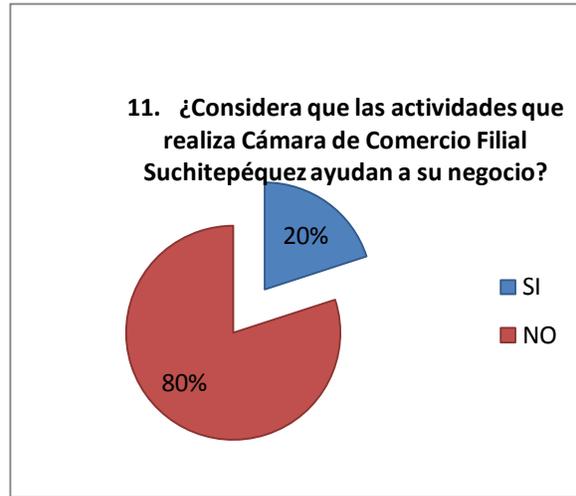
Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

Dentro de las razones por la cual los Afiliados no Participan que la mayoría señalo la falta de tiempo, seguido por quienes consideran no son de ayuda para desarrollar su negocio, el tiempo y la distancia son otros factores importantes de considera.

GRÁFICA NO. 21

11. ¿COMO AFILIADO DE CAMARA DE COMERCIO, CONSIDERA QUE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA CAMARA DE COMERCIO LE AYUDA A INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD DE SU EMPRESA?

SI	18
NO	72
	90



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

A la pregunta si considera que las actividades que realiza Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez ayudan a incrementar su productividad, la gran mayoría opina que no son de beneficio para mejorar sus ventas.

GRÁFICA NO. 22

¿POR QUE RAZON?

NO INCREMENTAN VENTAS	24
NO GENERAN OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO	18
NO SON RELACIONADAS CON EL COMERCIO	22
FALTA LA PROMOCION DE SUS AFILIADOS	26
	90



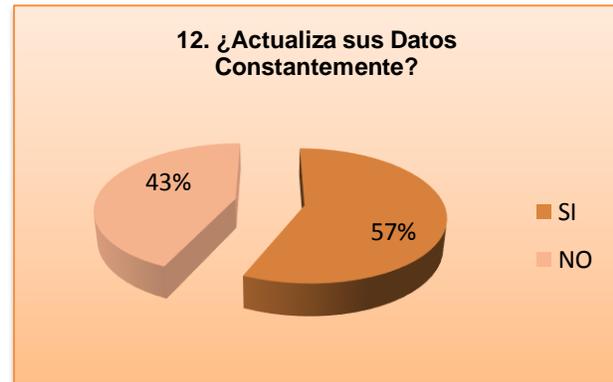
Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

La razón de más peso expuesta por la población encuestada es la falta de promoción a las empresas afiliadas, por lo mismo no pueden incrementar sus ventas.

GRÁFICA NO. 23

12. ¿ACTUALIZA SUS DATOS DE MANERA CONSTANTE?

SI	51
NO	39
	90



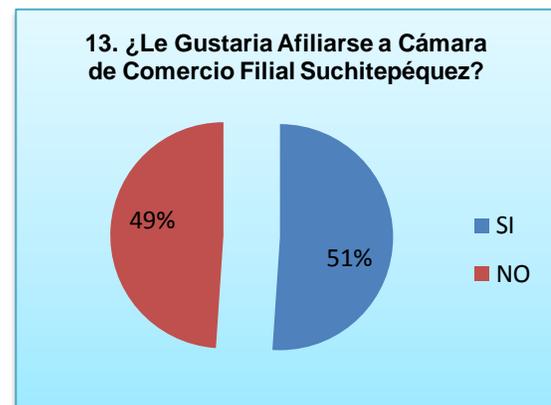
Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

La mayor parte de los comerciantes afiliados encuestados afirmo actualizar sus datos de manera constante.

GRÁFICA NO. 24

13. ¿LE GUSTARIA AFILIARSE A CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ?

SI	168
NO	161
	329



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

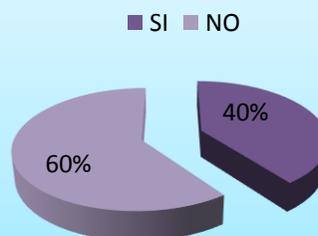
En respuesta a la pregunta si le gustaría Afiliarse a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez la respuesta fue compartida por porcentajes similares aunque predomino la opinión de quienes si les gustaría afiliarse a la institución.

GRÁFICA NO. 25

14. ¿ES MIEMBRO DE ALGUN TIPO DE ASOCIACION O GREMIO COMERCIAL?

SI	147
NO	222
	369

14. ¿Es miembro de Algún Tipo de Asociacion o Gremio Comercial?



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

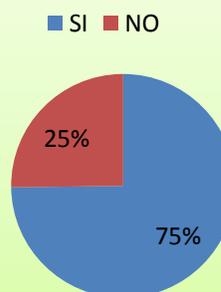
El 60% de la población encuestada afirmó no pertenecer a ningún tipo de asociación o gremio, mientras que un 40% indicó formar parte de uno.

GRÁFICA NO. 26

15. ¿CONSIDERA ES NECESARIO TOMAR MEDIDAS PARA PROMOVER SU NEGOCIO?

SI	276
NO	93
	369

15. ¿Considera Necesario Promover su Negocio?



Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

La mayor parte de los negocios encuestados considera es necesario tomar medidas para promover las actividades comerciales de su negocio con el fin de incrementar sus utilidades.

GRÁFICA NO. 27

16. ¿QUE MEDIOS DE PUBLICIDAD HA UTILIZADO PARA PROMOCIONAR SU NEGOCIO?	
VOLANTES	133
AFICHES	24
RADIO	92
CABLE LOCAL	10
REDES SOCIALES	15
PERIODICO	2
CORREO ELECTRONICO	52
MANTAS	41
	369

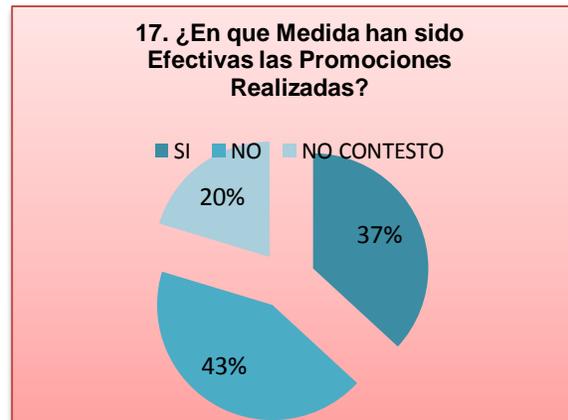


Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

El medio publicitario más utilizado por los negocios son los volantes, seguido de anuncios por medio de Radio y correo electrónico, siendo las mantas también un medio muy utilizado para realizar promoción y publicidad.

GRÁFICA NO. 28

17. ¿LA PUBLICIDAD QUE UTILIZA HA SIDO EFECTIVA PARA SU NEGOCIO?	
SI	136
NO	158
NO CONTESTO	75
	369



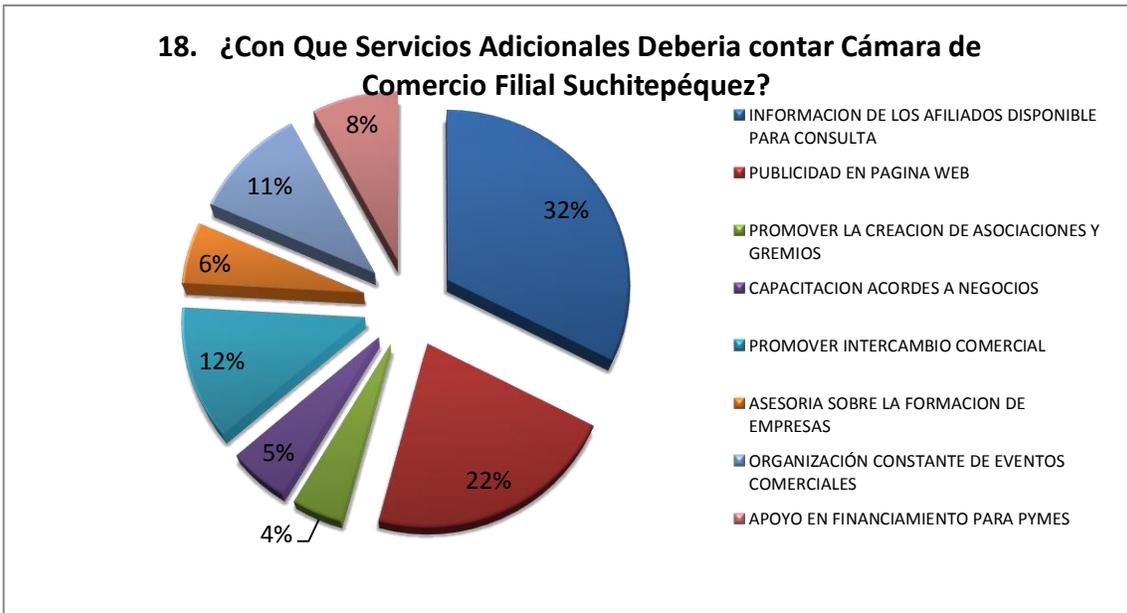
Fuente: Investigación de Campo
Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

En base a la situación económica predomina en la opinión de los comercios encuestados que no han sido efectivas las medidas de publicidad efectuadas para su negocio, tomando en cuenta que un 20% no contestó sobre esta interrogante.

GRÁFICA NO. 29

18. ¿CON QUE SERVICIOS ADICIONALES DEBERIA CONTAR CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ PARA HACER CRECER SU NEGOCIO?

INFORMACION DE LOS AFILIADOS DISPONIBLE PARA CONSULTA	120
PUBLICIDAD EN PAGINA WEB	80
PROMOVER LA CREACION DE ASOCIACIONES Y GREMIOS	16
CAPACITACION ACORDES A NEGOCIOS	19
PROMOVER INTERCAMBIO COMERCIAL	45
ASESORIA SOBRE LA FORMACION DE EMPRESAS	21
ORGANIZACIÓN CONSTANTE DE EVENTOS COMERCIALES	39
APOYO EN FINANCIAMIENTO PARA PYMES	29
	369



Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

El 32% considera que Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez debería de implementar un sistema de información disponible al público y comerciantes, el 22% considera debe promocionar a sus afiliados en la página web, un 11% se inclinó por la organización de eventos comerciales, el 12% prefiere la organización de eventos comerciales, un 8% indica que deberían apoyar el financiamiento de las PYMES, un 6% asesoría sobre la formación de empresas, un 5% preferiría contar con capacitaciones acorde a tipo de negocio, mientras que un 4% opina que deben promover la creación de asociaciones y gremios

13. SELECCIÓN DEL PROBLEMA

El resultado de la encuesta aplicado a la junta directiva y colaboradores de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, indica que es conveniente la implementación de un manual de puestos y funciones, permitiéndoles conocer a cada uno de los integrantes directivos las funciones que cada uno debe desempeñar.

Paralelamente al análisis administrativo la lista de los problemas encontrados en cada sector de la institución, se detectó que el más conveniente a solucionar corresponde a satisfacer las expectativas de los afiliados, resolviendo con esta propuesta el problema de “poca captación de afiliados”, basándose en la intención que tiene Cámara de crecer, ofrecer mejores beneficios a sus afiliados, obtener mayores espacios en los aspectos empresariales, sociales y de seguridad.

13.1. FUENTES UTILIZADAS PARA REALIZAR EL DIAGNÓSTICO

- Junta directiva
- Director financiero auditor Luis Corzo
- Página web Cámara de Comercio Central
- Coordinador de afiliaciones
- Secretaria contadora
- Ejecutiva de cobros
- Boleta de entrevista realizada a miembros de Junta Directiva y colaboradores
- Boleta de encuesta realizada a comercios afiliados y no afiliados de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

Para validar las propuestas realizadas, se realizó la investigación con los afiliados y colaboradores de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, la investigación en mención es de carácter descriptivo, ya que no existen registros de investigaciones anteriores.

Como se describe en la investigación realizada a nivel interno basando en los resultados obtenidos y derivándose de la gráfica No. 4 (página 47), donde se observa que un 73% de los entrevistados afirma que existe la necesidad de un manual de

puestos y funciones, considerando que contar con un instrumento de esta naturaleza ayudara a mejorar la comunicación para dar solución a la pregunta No. 7, (gráfica 7 página 48) en donde un 33% de los colaboradores opinan que existe una mala comunicación dentro de su organización, en base a estos resultados se realizan dos propuestas una a nivel interno y la otra a nivel externo las cuales se describen a continuación:

A nivel interno la **“Implementación de Organigrama y Manual de Puestos y Funciones”** como instrumento técnico orientado a establecer la tarea que cada uno tiene que realizar, en cumplimiento de las atribuciones mínimas asignadas a la unidad donde se desempeña, y en el puesto de trabajo que ocupa.

A nivel externo el problema que se tiene como objetivo resolver es el **“bajo porcentaje de comercios afiliados”** cual repercute en el crecimiento sostenible de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, por lo que se propone implementar un valor agregado a los servicios para los afiliados, que haga atractiva la afiliación de los comerciantes.

13.2. PRIMERA PROPUESTA

Se propuso la estructuración de un organigrama de la Filial definiendo un Manual de Puestos y Funciones, por medio del cual se determinará los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar los objetivos que se establecen debe sustentar una estructura para que sus colaboradores a través de la gestión humana ejecuten sus habilidades y talentos al servicio de sus afiliados, integrando un equipo de trabajo comprometido con la visión, misión y objetivos de la organización, con iniciativa, creatividad, honestidad, responsabilidad para llevar a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez a ser la organización líder en su rama por lo cual la solución encontrada al problema en mención es: **“ESTRUCTURACION DE ORGANIGRAMA Y ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES”**.

13.2.1. SEGUNDA PROPUESTA

Después de haber aplicado las herramientas de análisis **FODA, ÀRBOL DE PROBLEMAS, ÀRBOL DE OBJETIVOS**, desarrollados en las páginas 54, y 55, los cuales se derivaron del **CUADRO NECESIDADES** estructurado (Cuadro No. 12, página 56), donde se observa que todos los problemas expuestos están relacionados con el poco interés de los afiliados a participar en las actividades de capacitación, lo que genera apatía de parte de los comerciantes a formar parte de la Institución, añadiendo a este resultado lo que se estableció en la investigación realizada través de la encuesta diseñada para los negocios (boleta de encuesta sección de anexos), graficas No. 20 (página 66), donde un 80% de la población opina que las actividades que realiza Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez no les ayuda a incrementar su productividad empresarial, expresando en la gráfica No. 21 (página 67) el porcentaje mayor correspondiente al 29% opina que no les ayuda a promover sus negocios.

Por esta información se determinó que el problema a solucionar corresponde a satisfacer las expectativas de los afiliados, resolviendo con esta propuesta el problema de **“bajo porcentaje de afiliados”**, tomando en cuenta la intención que tiene cámara de extender sus actividades al mayor número de comercios de la región.

En base al estudio y análisis realizado, se realiza la propuesta para elaborar un proyecto que permita obtener mejores ingresos y que repercuta en mayores beneficios para el asociado con la finalidad de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez pueda lograr su crecimiento, lo cual supone debe ser un servicio innovador en el mercado local.

14. SÌNTESIS DE LA EXPERIENCIA DEL DIAGNÒSTICO EN LA UNIDAD DE PRÁCTICA

Durante la etapa de diagnóstico se tuvo la oportunidad de integrarse al equipo de trabajo que conforma Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, utilizándose diferentes técnicas de análisis como la observación, entrevista verbales a sus miembros.

Se dio la oportunidad de colaborar con la institución como observadora electoral en las elecciones presidenciales del año 2011, habiendo recibido una carta de agradecimiento a la colaboración prestada por el presidente de Cámara de Comercio de Guatemala Licenciado Jorge Briz Abularach. Se participó también en la segunda vuelta electoral apoyando la participación de Cámara de Comercio como observadora, a esta colaboración solamente se le dio un agradecimiento verbal por el presidente de la Filial de Suchitepéquez.

Se pudo determinar que a nivel organizacional ellos no cuentan con un organigrama propio se apegan al de Cámara de Comercio Central, se observa que no cuentan con herramientas de control, el control de cobros y registro de clientes lo llevan en tarjetas de kàrdex realizadas a mano, por esa misma razón es muy difícil llevar una secuencia de los pagos de los afiliados, debido a que por cuestiones de tiempo no se actualiza todos los días.

La secretaria es también la asistente de la junta directiva, en ella recaen la atención al cliente, preparar informes, organizar la agenda para las reuniones, establecer contactos para los diferentes eventos de junta directiva y presidencia, transcribe las actas resultantes de cada reunión de la junta directiva que regularmente se llevan a cabo los días martes por la noche.

La persona encargada de cobros, es también la encargada de afiliaciones, promociona, los eventos de Cámara central, entrega y recibe información de Cámara de Comercio para los afiliados y viceversa.

Las decisiones están centralizadas en el presidente de la junta directiva quien es la persona que coordina las actividades y eventos importantes llevados a cabo en la filial,

es también quien representa a la institución en los diferentes eventos sociales, culturales y comerciales en el departamento.

Se pudo establecer también que no cuentan con planes de largo plazo, basan sus actividades en las actividades planificadas en el momento y que gracias a la experiencia, empeño y apoyo de las personas que colaboran se realizan en su mayoría con buenos resultados.

Por medio del análisis de la institución, se planifico elaborar una boleta de entrevista para diagnosticar el clima organizacional el objeto de estudio fueron los miembros de junta directiva, la secretaria y la gestora de cobros para lo cual se solicitó su colaboración al contestar 10 preguntas específicas determinándose por medio de las respuestas recibidas lo siguiente: un porcentaje mayor a la mitad de los entrevistados afirmo conocer la misión y la visión de la institución mientras que un 47% afirmo no conocerla, respecto al conocimiento del organigrama de la institución una gran mayoría afirmo conocerla, un 87% afirmo que no contaban con un manual de puestos y funciones, también un 73% encontró positivo la posibilidad de que existiera un manual de puestos y funciones, cuando se les pregunto sobre la motivación existente un 40% manifestó que no existe motivación, también un 53% de los entrevistados indica que existían conflictos dentro de la empresa no lográndose establecer qué tipo de conflictos, un 40% opina que no existe una buena comunicación, mientras un 80% considera que la toma de decisiones actuales es la adecuada.

Al analizar los datos, las repuestas obtenidas indican que un alto porcentaje de las personas entrevistadas expresan no estar de acuerdo con el clima laboral. Se deduce también que la falta de conocimiento de la misión y la visión de la empresa no les permite trabajar para lograr un buen desempeño.

La propuesta de la implementación de un organigrama de la filial y la elaboración de un Manual de Puestos y Funciones se realiza para darle solución a los problemas de coordinación y ejecución de funciones, el cual sería útil para descentralizar ocupaciones y contar con un equipo de trabajo que realice sus funciones de forma ordenada y comprometida.

Un manual de puestos y funciones puede ser instrumento técnico orientado a establecer la tarea que cada uno tiene que realizar, en cumplimiento de las atribuciones mínimas asignadas a la unidad donde se desempeña, y en el puesto de trabajo que ocupa.

En reuniones con la Junta Directiva de Cámara de Comercio se procedió a discutir sobre los problemas que afronta actualmente Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, seleccionando cinco problemas principales, sobre los cuales se trabaja para determinar cuál es la mejor propuesta de solución, dentro de este cuadro de problemas se describe la poca participación de los empresarios en las capacitaciones, las causas que los originan son la inseguridad, violencia, temor a ser víctimas de extorsión ya que los cursos son impartidos en las oficinas centrales de Cámara de Comercio, como segundo problema la limitada oportunidad de empleo a los nuevos profesionales, deduciendo que este no es un problema que afecte directamente a la filial, el tercer problema descrito es la poca captación de afiliados, debido al desconocimiento, desinterés y poca divulgación de la función de Cámara, como cuarto problema encontramos el poco conocimiento de los miembros de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez sobre las funciones a ejecutar, las causas que originan esta situación es la carencia de un manual de puestos y funciones, como problema número cinco se estableció la falta de interés de los afiliados en la asistencia seminarios y talleres, las causas que lo originan son el desinterés de los comerciantes locales en la participación, el problema se relaciona con el problema número tres por esa razón se realiza una investigación de tipo descriptivo para medir la percepción y necesidades de los afiliados y así proponer una solución al problema.

Se planifica los pasos a seguir en la investigación, se aplica formula estadística para establecer el número de comercios a ser encuestados, resultando un total de 369 comercios de diferente tipo, al vaciar datos se ve que los comercios más representativos son las tiendas, seguida de colegios, oficinas contables, ventas de regalos y clínicas médicas. Se pudo establecer que un porcentaje mayoritario afirmo desconocer la labor de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez. El medio de más

difusión ha sido el periódico seguido del internet y las revistas que distribuye cámara de comercio a sus socios. Un porcentaje del 78% no conoce los beneficios que le brinda la institución a sus socios, de los negocios encuestados un 94% manifestó ser afiliado a cámara de comercio, mientras que un 5% no lo era. Como respuesta a la pregunta del medio en que recibe información de cámara el más predominante fue el internet, seguido de las visitas personalizadas realizadas por el agente cobrador. En respuesta a la pregunta del por qué no participan en los cursos o seminarios que realiza cámara de comercio, las respuestas más significativas fueron la falta de tiempo, la duración de los mismo, consideran no ayudan al desarrollo de su negocio. El 72% de las personas encuestadas opina que las actividades que desarrolla Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez no le ayudan a incrementar su negocio, mientras que un 22% opina que no son relacionadas con el comercio, un 29% opina que le falta promocionar los productos y servicios de sus afiliados. En relación a la pregunta sobre los servicios adicionales que le gustaría implementara Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez un 32% opino sobre la información disponible para consultas, mientras que un 22% publicidad en su página web, un 12% le interesaría que promoviera el intercambio comercial entre sus mismos afiliados.

En base a la última pregunta de la encuesta tomando en cuenta las 3 respuestas con mayor porcentaje, se establece que para resolver el problema de la baja captación de afiliados es necesario incrementar la cantidad de afiliaciones por medio de una estrategia de marketing bien elaborada.

El estudio da lugar a la propuesta de solución a nivel externo numero dos: “Implementación de un Programa de Telemercadeo en un sistema de entrada y salida”, la cual busca solucionar el problema de la filial y a la vez permite crear un servicio que será de interés para los afiliados.

CAPÍTULO II

2. PLANIFICACIÓN DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVIZADO (E.P.S) EN LA UNIDAD DE PRÁCTICA CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ

La planificación del **EPS** aplicado a la unidad de práctica, se basa en las actividades realizadas, de acuerdo lo establecido en el normativo de EPS, que abarcan las áreas de investigación, docencia y extensión

2.1. OBJETIVO GENERAL

Planificar y desarrollar actividades de investigación, docencia y extensión, basados en los principios administrativos y organizativos, transmitiendo a las personas involucradas el aprendizaje obtenido en las aulas universitarias, contribuyendo con esto a un mejor desempeño y mayor credibilidad de la unidad de práctica.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Selección y descripción de las actividades de investigación, docencia y extensión a realizar, cumpliendo con el normativo del E.P.S.
- Planificación de las actividades seleccionadas.
- Establecer y generar una propuesta de solución al problema identificado durante la fase de diagnóstico.
- Planificación y ejecución de actividades de extensión a beneficio de las entidades seleccionadas por la unidad de práctica.
- Establecer un cronograma general de las actividades a realizar

2.4. PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE DOCENCIA, EXTENSIÓN E INVESTIGACIÓN

CUADRO NO. 14

FECHA	TEMA	RESPONSABLE	BENEFICIARIOS	OBJETIVO
ACTIVIDADES DE DOCENCIA				
01/06/13	Taller De Manualidades	Leslie Pérez Capacitadora, Lissette Flores Representante de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, T.A.E. Cecilia Galeano Espesita.	Grupo de Mujeres del Municipio de Zunlito Suchitepéquez	Dar a Conocer los servicios de Cámara de Comercio Filial, Promover el desarrollo de las Mujeres através del aprendizaje de elaboración de Manualidades. Inculcar los principios de la micro empresa.
17/05/13	Trabajo en Equipo	, T.A.E. Cecilia Galeano Espesita.	Alumnos de 5º. Perito en Administración del Colegio de Estudios Integrales	Reforzar los conocimientos de los alumnos en el tema de Trabajo en equipo, Contribuir a la formación de Jóvenes Lideres
ACTIVIDADES DE EXTENSION				
23/05/13	Donación de Material de Manualidades y Visita A Fundación Vida Plena	T.A.E. Cecilia Galeano Espesita. Sr. Carlos Galindo Presidente de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez	Grupo de Niños con Síndrome de Down	Brindar Apoyo a la Institución, fomentar el desarrollo de las capacidades de los niños que padecen Síndrome de Down, Solidarizarse con la Labor que realiza Fundación Vida Plena
09/07/13	Entrega a la Junta Directiva de La Misión y Visión de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez	, T.A.E. Cecilia Galeano Espesita. Sr. Carlos Galindo Presidente de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez	Miembros afiliados de Cámara de Comercio y Colaboradores.	Ejecutar La propuesta de Mejoramiento de Instalaciones, exponiendo la Visión y Visión.

FECHA	TEMA	RESPONSABLE	BENEFICIARIOS	OBJETIVO
ACTIVIDADES DE INVESTIGACION				
10/10/11	Diagnostico Administrativo	T.A.E. Cecilia Galeano Espesita	Colaboradores y Junta Directiva, Afiliados de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez	Determinar la situación actual en que se desarrollan las actividades Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, con la finalidad de evaluar la estructuración un Manual de Puestos y Funciones que permitan ejecutar el trabajo en cada puesto de manera óptima en beneficio de la institución.
03/11/11	Evaluación de Necesidades de los Afiliados	T.A.E. Cecilia Galeano Espesita	Afiliados a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez	Determinar la Percepción de los comerciantes afiliados y no afiliados a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez acerca de pertenecer a la institución, priorizando las necesidades expresadas que los motive a pertenecer a la entidad en estudio.
11-09-11	Participación en la 1ª. Vuelta de Elecciones Presidenciales como Observadora	T.A.E. Cecilia Galeano	Población en General	Colaborar con Camara de Comercio apoyando su presencia el proceso electoral

Fuente: Elaboración Propia, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

CAPÍTULO III

3. INFORME DE SERVICIOS PRESTADOS

3.1. ACTIVIDADES DE DOCENCIA

Las actividades de docencia están incluidas dentro del proceso del Ejercicio Profesional Supervisado **(EPS)** con la finalidad de impartir conocimientos teóricos y prácticos, planificando, ejecutando y evaluando el proceso de enseñanza y aprendizaje en las personas beneficiadas, complementando la educación del estudiante dentro de las aulas universitarias, transmitiendo a la comunidad los conocimientos adquiridos.

3.2. OBJETIVO GENERAL

Colaborar con Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez en la coordinación de actividades de docencia aprobadas por la Junta Directiva de tan prestigiosa institución, mediante charlas informativas y talleres de aprendizaje.

3.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer temas de capacitación que puedan ser impartidos a miembros de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, y a otras entidades que la institución estime pueda beneficiar.
- Coordinar los sujetos de capacitación, fechas y horarios de acuerdo a las posibilidades de los entes involucrados.
- Distribuir de forma eficiente las invitaciones al evento respectivo a fin de contar con un número aceptable de asistentes.

3.4. REALIZACIÓN DE TALLER DE MANUALIDADES

CUADRO No. 15

FECHA	TEMA	RESPONSABLE	BENEFICIARIOS	OBJETIVO
01/06/13	Taller De Manualidades	Leslie Pérez Capacitadora, Lissette Flores Representante de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, T.A.E. Cecilia Galeano Espesita.	Grupo de Mujeres del Municipio de Zunilito Suchitepéquez	Dar a Conocer los servicios de Cámara de Comercio Filial, Promover el desarrollo de las Mujeres promoviendo el aprendizaje de elaboración de Manualidades. Inculcar los principios del micro empresario.

Fuente: Ejecución actividades de Extensión, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

La experiencia de esta actividad fue muy educativa y animada, las señoras que asistieron a la capacitación, demostraron gran interés y esmero al seguir las indicaciones de la capacitadora invitada.

La idea de cámara es promover el desarrollo y autosuficiencia de las mujeres de la región, utilizando sus propios recursos, fomentando la micro empresa en el departamento.

3.5. REFORZAMIENTO DEL TEMA TRABAJO EN EQUIPO

CUADRO No. 16

FECHA	TEMA	RESPONSABLE	BENEFICIARIOS	OBJETIVO
17/05/13	Trabajo en Equipo	, T.A.E. Cecilia Galeano Epesita.	Alumnos de 5º. Perito en Administración del Colegio de Estudios Integrales	Reforzar los conocimientos de los alumnos en el tema de Trabajo en equipo, Contribuir a la formación de Jóvenes Líderes

Fuente: Ejecución actividades de Extensión, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

El tema trabajo en equipo fue impartido a los alumnos del 5º. Perito en Administración de Empresas del Colegio de Estudios Integrales, se planifico con la finalidad de fortalecer los conocimientos de los alumnos y fomentar en ellos la participación y compromiso, tomando conciencia que al integrarse a la fuerza laboral deben de participar como parte integral de los objetivos de la empresa o institución para quien laboren, tomando en cuenta que hay actividades que se organizan mejor en base al trabajo en equipo.

3.6. ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN

Los trabajos en beneficio de la comunidad son actividades de utilidad pública o social y que están estipuladas en el reglamento del Ejercicio Profesional Supervisado

3.6.1. OBJETIVO GENERAL

Coordinar actividades conjuntamente con directivos de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, fomentando con esto la responsabilidad social empresarial dentro de la institución.

3.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Planificar actividades de beneficio común
- Colaborar con los requerimientos de la unidad de práctica
- Fomentar el principio de responsabilidad social empresarial
- Proyectar a la institución como un ente abierto a colaborar con problemas de índole social.

3.7. VISITA A LA FUNDACIÓN VIDA PLENA

CUADRO No. 17

FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	BENEFICIARIOS	OBJETIVO
23/05/13	Donación de Material de Manualidades y Visita A Fundación Vida Plena	, T.A.E. Cecilia Galeano Espesita. Sr. Carlos Galindo Presidente de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez	Grupo de Niños con Síndrome de Down	Brindar Apoyo a la Institución, fomentar el desarrollo de las capacidades de los niños que padecen Síndrome de Down, Solidarizarse con la Labor que realiza Fundación Vida Plena

Fuente: Ejecución actividades de Extensión, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013.

La Fundación Vida Plena es una organización privada sin fines de lucro, formada por Fernando De la Mora en Septiembre de 1998, propone vías de educación y auto-educación para una vida digna y plena, en armonía del ser interior con la existencia exterior. Sus actividades actualmente son dirigidas a niños y niñas entre 3 y 13 años, a niños con necesidades especiales.

La propuesta de visitar la fundación y donarles material de manualidades tiene como objetivo solidarizarse con la labor que realizan y contribuir con un pequeño grano de arena con los niños que asisten a terapia.

3.8. ENTREGA DE VISIÓN, MISIÓN A MIEMBROS DE CÁMARA DE COMERCIO

CUADRO No. 18

FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	BENEFICIARIOS	OBJETIVO
09/07/13	Entrega a la Junta Directiva de La Misión y Visión de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez	, T.A.E. Cecilia Galeano Espesita. Sr. Carlos Galindo Presidente de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez	Miembros afiliados de Cámara de Comercio y Colaboradores.	Ejecutar La propuesta de Mejoramiento de Instalaciones, exponiendo la Visión y Visión.

Fuente: Ejecución actividades de Extensión, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

El objetivo de esta actividad es dar una imagen diferente a la oficina de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, buscando proyectar profesionalismo y liderazgo empresarial. Se propuso exhibir la misión y visión de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez con el fin de que pueda ser apreciada por visitantes y colaboradores buscando el empoderamiento de la misión, brindando de esa manera un servicio de excelencia y calidad a los afiliados. Con fines de mejoramiento se diseña e imprime una manta vinílica con la descripción de los servicios que Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez brinda a los afiliados. Se entrega un organizador de escritorio para mejorar la distribución de la papelería de la señorita secretaria, permitiendo manejar más ordenadamente los documentos que se reciben o emiten en la jornada laboral.

CAPÍTULO IV

COMENTARIO GENERAL DE SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA, RECREANDO LA TEORÍA DE LA ADMINISTRACIÓN A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS LOGROS OBTENIDOS DURANTE EL EPS

El desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado EPS, se llevó a cabo en las instalaciones de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, que es una filial de Cámara de Comercio De Guatemala, institución donde se realizaron las diferentes actividades de investigación, planificando actividades diversas que ayudaron a cumplir con el plan de **EPS**.

El proceso se inició con la elaboración de diagnóstico administrativo de la unidad de práctica, las fuentes utilizadas para obtener el diagnóstico fueron, entrevistas con la junta directiva, con el director financiero, información en la página web de Cámara de Comercio de Guatemala, coordinador de afiliaciones, boleta de entrevista realizada a miembros de la junta directiva y colaboradores, boleta de encuesta realizada a miembros afiliados de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

Se hizo uso de las herramientas de análisis como lo son **FODA**, árbol de problemas y el árbol de objetivo. Al finalizar el análisis de los problemas encontrados en cada sector de la institución se determina que el problema que requiere un plan de acción es la poca captación de afiliados, la cual repercute en el crecimiento sostenible de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

Después de la entrega, del informe de diagnóstico al docente supervisor, obteniéndose la aprobación, se inicia con el proceso de **EPS**, en la unidad de práctica, Al finalizar el diagnóstico se identificó la problemática que afecta directamente a la institución, en base a la aprobación del informe de diagnóstico se da inicio al desarrollo de las actividades de docencia, y extensión.

Para dar solución a los problemas detectados en la fase de diagnóstico en Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, se realizan dos propuestas una administrativa y una del área de marketing:

PRIMER PROPUESTA:

“ESTRUCTURACION Y ELABORACION DE MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES”

SEGUNDA PROPUESTA:

“IMPLEMENTACION DE UN PROGRAMA DE TELEMERCADERO EN UN SISTEMA DE ENTRADA Y SALIDA”

Las propuestas intentan solucionar los problemas detectados en la fase de diagnóstico de la unidad de práctica mediante la aplicación de una boleta de encuesta a negocios afiliados y no afiliados a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez,

CAPÍTULO V

Después de haber aplicado las herramientas de diagnóstico para determinar la necesidad de resolver la problemática interna, se propone de acuerdo a los resultados de la investigación interna realizada a través de una entrevista a funcionarios y

5.1 ESTRUCTURACIÓN Y ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

➤ JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta intenta solucionar los problemas detectados en la fase de diagnóstico de la unidad de práctica, mediante la inclusión de los análisis resultantes de las investigaciones realizadas.

➤ OBJETIVO GENERAL

Que todos los funcionarios y empleados de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, cuenten con un manual de puestos y funciones, como instrumento técnico orientado a establecer la tarea que cada uno tiene que realizar, en cumplimiento de las atribuciones mínimas asignadas a la unidad donde se desempeña, y en el puesto de trabajo que ocupa.

➤ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Estructurar un organigrama que refleje la situación institucional de la filial y defina la línea de mando existente actualmente

Disponer de un compendio que reúna las disposiciones relacionadas con la organización y funciones de las unidades administrativas que integran la estructura orgánica de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

Proveer al personal de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez de un instrumento técnico que debe ser utilizado como guía en la ejecución de sus labores, coadyuvando

con ello a establecer condiciones uniformes de administración, comportamiento laboral, entendimiento operativo y de aplicación funcional, todo esto de conformidad con las disposiciones legales que rigen el funcionamiento de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez. Instituir la aplicación del manual de funciones y de descripciones de puestos, de acuerdo con criterios técnicos, prácticos y estandarizados de trabajo, para que los funcionarios y empleados de Camara de Comercio Filial Suchitepéquez ejecuten sus actividades en observancia con lo que éste establece, y las desarrollen con eficiencia y prontitud.

5. 1.2. ORGANIGRAMA PROPUESTO

Por su contenido se propone un organigrama integral, teniendo como objetivo determinar la estructura y jerarquía propia de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.



Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

5.1.3 ESTRUCTURA DEL MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período.³³

5.1.3.1. MARCO REFERENCIAL DEL MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

La aplicación del manual de funciones y descripciones de puestos de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez es el siguiente:

1. El manual tiene como marco de referencia y cobertura, todas las coordinaciones y unidades administrativas que integran la Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez de conformidad con sus necesidades, prioridades y recursos.
2. La utilización del manual es inmediata, permanente y obligatoria, recayendo la responsabilidad jerárquica de esta actividad:

En el presidente, vicepresidente y demás integrantes de la junta directiva, y sus dependientes responsables de las áreas de trabajo constituidas en el despacho superior.

³³<http://aidima.es/servicios/formacion/Manual%20de%20funciones.html>

En los encargados de las diferentes áreas y en todos los empleados de la filial de conformidad con lo que para el efecto se establece para el respectivo puesto donde laboren, y puesto que desempeñen.

3. Los efectos operativos derivados de la aplicación del manual, dentro del orden jerárquico citado, se verán de inmediato:

- En el ordenamiento y racionalización de los sistemas de trabajo;
- En la contribución al desarrollo eficiente y eficaz de los servicios que se prestan;
- En la renovación constante, gradual y prudencial de las funciones de la Junta Directiva, de las atribuciones de sus unidades administrativas, y de las tareas asignadas a los puestos como producto de la práctica diaria.

5.1.3.2. MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

El presente manual de funciones y descripciones de puestos de Cámara de Comercio Suchitepéquez se estructura en capítulos.

Los Capítulos I, II y III hacen referencia a los objetivos y marco de referencia del manual, así como a los aspectos normativos de carácter general referentes a la naturaleza; visión y misión; principios y criterios de trabajo; funciones y organización de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, tales aspectos deberán tenerse presentes en el desarrollo del proceso de análisis, diseño y aplicación de los planes y programas del Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, cuya ejecución se exige a todos los funcionarios y empleados del mismo.

Los Capítulos IV y V describen a la Presidencia, Vicepresidencia y todos los puestos de Junta Directiva y a los colaboradores.

Para cada unidad se definen los siguientes aspectos:

- Atribuciones
- Puestos Asignados
- Descripción de Puestos

En lo que se refiere a las descripciones de puestos, los usuarios del manual deben tomar en cuenta lo siguiente:

Una descripción de puestos, para fines de este manual, contiene los elementos que se señalan a continuación

El resumen acerca de la naturaleza o definición esencial de cada puesto o posición de trabajo, existente o que puede asignarse en cada unidad administrativa del Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

Enumeración de las funciones que deben cumplirse para contribuir al desarrollo de las atribuciones principales de las unidades administrativas donde se encuentren ubicados y por ende al de los objetivos y funciones de la institución.

Supervisión recibida y ejercida. Consignando en cada descripción de puesto, el puesto funcional de quien recibe supervisión directa y los puestos funcionales a quienes supervisa directamente.

Se señalan también las competencias y requisitos que deben satisfacer los candidatos a ocupar puestos dentro de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez En este bloque, también se señalan el nivel escolar o la especialidad, la experiencia en años de servicio y las habilidades de que han de disponer quienes

Ocupen los puestos, incluso se señala la documentación que la ley obliga presentar.

Las descripciones incluyen el perfil de cada uno de los puestos y por lo tanto, identifican el título funcional del puesto respectivo; para fines de establecer las equivalencias entre ambos títulos y constituir los controles y registros correspondientes.

Lo trascendente de cada descripción de puestos es que a partir de la fecha de entrada en vigencia del presente manual, todos los funcionarios y empleados y miembros voluntarios de Cámara de Comercio filial Suchitepéquez deben preocuparse por cumplir como mínimo las funciones.

En la medida en que los puestos queden vacantes, el jefe o encargado de unidad administrativa deberá proponer candidatos para ocuparlos, que reúnan los requisitos aquí especificados.

5.1.3.3. ASPECTO NORMATIVO DEL MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

✓ NORMATIVOS

El contenido de este tema, está orientado a describir los aspectos referentes a la organización y funciones de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

Con ello se pretende que los destinatarios y usuarios del manual, cuenten con una amplia referencia acerca del Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, y estén advertidos en cuanto a que las normas de carácter general que los estatutos establecen para el funcionamiento de Cámara de Comercio.

Por ende, se espera que todos los funcionarios y empleados que laboran en Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, realicen esfuerzos para la adaptación efectiva del manual en su respectivo ámbito de actividades diarias, pues esto contribuirá a que Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez cumpla con los propósitos para los que fue creada.

✓ NATURALEZA

La Cámara de Comercio está llamada, por su naturaleza, por su historia, y por sus estatutos, a ser un referente social e institucional. Para ello, no sólo debe ser de excelencia su servicio; tiene que tener acciones que se acerquen a ese objetivo finalista que es ofrecer a la sociedad caminos y conductas dirigidas al progreso económico; al progreso comercial y empresarial. Acercándose a la cultura empresarial del mundo, a los esquemas de gestión de la innovación empresarial, a la innovación comercial.

En definitiva, la adecuación de la vida económica a los tiempos presentes y venideros.

ENFOQUE ESTRATÉGICO DE CAMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPEQUEZ:

VISIÓN

“Ser la Organización Empresarial a la que todo empresario Pertenezca”

MISIÓN

“Somos la Organización Empresarial que lidera la defensa, representación y promoción del comercio.”

VALORES Y PRINCIPIOS

- a) **Lealtad:** Creemos fielmente en nuestros principios institucionales, la libertad de empresa y el estado de Derecho.
- b) **Confiabledad:** Cumplimos de manera adecuada y oportuna con todos los compromisos que adquirimos.
- c) **Servicio:** Nos preocupamos por satisfacer efectivamente las necesidades de nuestros clientes.

5.1.3.4. ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez posee un esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella.

La estructura orgánica de Cámara de Comercio está basada en la excelencia de sus servicios y su permanente impulso a la competitividad de las empresas y del país, la Cámara de Comercio aspira a ser reconocida como obligado referente de la sociedad civil y como una institución empresarial líder a nivel nacional e internacional.

5.1.3.5. FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ

a) JUNTA DIRECTIVA

La junta directiva de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez es la responsable de desarrollar las políticas, procedimientos, estándares y líneas directivas para el cumplimiento de la labor de Cámara de Comercio de velar por los intereses de los empresarios.

Está integrado por cuatro miembros titulares, siete directores y ocho directores suplentes, designados de conformidad con lo que dictan los estatutos de Cámara de Comercio de Guatemala.

✓ FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA:

Las atribuciones de la Junta directiva serán las siguientes:

- a.** Cumplir y hacer que se cumplan los objetivos y propósitos de la Cámara, así como los presentes estatutos y los acuerdos y disposiciones de la asamblea general y de la junta directiva; y las leyes y disposiciones aplicables a la entidad;
- b.** Manejar, administrar, dirigir y regular las actividades, asunto y propiedades de la Cámara de Comercio;
- c.** Ejercer, dentro de los límites que le fije la asamblea general, las facultades extraordinarias y desempeñar los encargos que ella le delegue;
- d.** Revisar la memoria de labores, el proyecto de presupuesto de gastos y el plan de trabajo para el siguiente ejercicio; y presentarlos con la debida anticipación para que sean conocidos y aprobados por la asamblea general en la sesión del primer bimestre del año.
- e.** Fijar el monto de las cuotas trimestrales, anuales y cuotas de ingreso;
- f.** Consultar a los miembros de la Cámara mediante referéndum, asuntos de interés para la misma.
- g.** Llevar a cabo y realizar los actos y funciones que sean de su competencia;
- h.** Zanjar disputas, transigir o resolver las mismas; nombrar árbitros y arbitradores; y dar todos los otros pasos necesarios para llevar a cabo los objetivos de la Cámara y defender sus propiedades, actividades e intereses;
- i.** Designar a un director ejecutivo cuyas principales obligaciones son las siguientes:
 - 1. Ser responsable por el manejo de la oficina, los empleados y demás recursos de la Cámara;
 - 2. Asistir a las sesiones de la junta directiva y de los comités, y proponer a la junta directiva la creación de nuevos comités.
 - 3. Cumplir las instrucciones del presidente de la junta directiva;

4. Velar cuidadosamente por los intereses y buen nombre de la Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez;
5. Conducir negocios y mantener buenas relaciones con otras entidades;
6. Promover negocios en general para el bien de todos los interesados;
7. Promover y atender las relaciones públicas de la Cámara;
8. Asistir y representar a la Cámara en juntas regionales, en juntas o similares, si así lo dispusiera la junta directiva y reportar el resultado de su participación;
9. Organizar las distintas actividades de la Cámara incluyendo sesiones mensuales y otras.
10. Proveer servicios administrativos antes y durante el período de elecciones de junta directiva, pero le queda prohibido impulsar o promover cualquier candidatura, en las horas hábiles de la Cámara y/o utilizando recursos de la misma;
11. Mantener una lista actualizada de los socios, la cual estará disponible en todo momento para los miembros activos. La información actualizada debe incluir el nombre de la empresa, con dirección, teléfono, fax, dirección de correo electrónico, si lo tuviere, el nombre y puesto del socio representante.
12. Esta información será actualizada cada trimestre y treinta (30) días antes de la asamblea general;
13. Cualquier otra atribución dada por la junta directiva, o que se derive de las funciones que realice;

14. Cumplir los estatutos de la Cámara y las disposiciones de la junta directiva, acordadas en las actas de la misma. Cualquier asunto fuera de estos parámetros tendrá que ser autorizado por la Junta Directiva en pleno.

- j. Dictar y modificar los reglamentos necesarios para aplicar debidamente las disposiciones de estos estatutos;
- k. A juicio de la junta directiva, la Cámara establecerá oficinas e instalaciones que considere indispensable para el desarrollo de sus funciones.

b) FUNCIONES DEL PRESIDENTE.

Son funciones del presidente de la junta directiva las siguientes:

- a. Presidir las sesiones de la asamblea general y de la junta directiva; y, representar legalmente a la Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez;
- b. Ejercer una supervisión general sobre los asuntos e intereses de la entidad;
- c. Conocer y aprobar el nombramiento del Presidente de cada comité, salvo orden contraria de la junta directiva.
- d. Firmar, con el previo referendo del secretario, todas las obligaciones de la entidad, incluyendo escrituras de propiedad y contratos y todas las comunicaciones con cualquier entidad gubernamental;
- e. Convocar a las sesiones de la junta directiva.
- f. Definir los puntos de agenda de las sesiones del consejo directivo, en coordinación con la dirección general.
- g. Firmar las actas de las sesiones de consejo directivo.

c) ATRIBUCIONES DEL VICEPRESIDENTE:

El Vicepresidente será uno de los directores. En ausencia del presidente, ejercerá la autoridad y cumplirá con las obligaciones del mismo.

d) ATRIBUCIONES DEL SECRETARIO:

El secretario será uno de los directores y tendrá las siguientes atribuciones:

- a.** Supervisar que haya registros completos de las actas de la Cámara y de la junta directiva y firmar puntos de acta cuando sea necesario.
- b.** Llevar una lista de todos los miembros y les hará las notificaciones oportunas.

e) ATRIBUCIONES DEL TESORERO

El tesorero será uno de los directores y sus atribuciones serán las siguientes:

- a.** Supervisar el correcto uso y contabilización del dinero recibido y gastado por la Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez;
- b.** Junto con el presidente, firmar todos los cheques y libranzas.
- c.** Presentar un informe financiero en cada sesión de la junta directiva y aprobar los estados financieros mensuales, los cuales deberán estar disponibles para los miembros activos cuando sean exigidos. Los empleados administrativos deberán presentar los resultados financieros mensualmente al tesorero.

f) ATRIBUCIONES DE LOS COMITÈS

Habrà comités permanentes y especiales cuyos miembros ejercerán sus funciones durante un año, a partir del primero de enero. Cada uno tendrá un Presidente que será nombrado por el Presidente de la Junta Directiva al asumir éste sus funciones.

El reglamento para el funcionamiento de los comités será aprobado por la junta directiva.

Los comités permanentes incluirán:

- a. Un comité de membrecías, cuya atribución será aprobar o improbar el ingreso de nuevos afiliados
- b. Todos los demás comités, permanentes o especiales, que establezca la junta directiva, sean estos propuestos por la dirección ejecutiva o por solicitud formal de un mínimo de cinco (5) socios.

Cualquier comité podrá ser disuelto por la junta directiva cuando ésta lo considere conveniente, por faltas graves hacia la Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, o por no cumplir con los reglamentos establecidos por la junta directiva.

g) FUNCIONES DE LOS DIRECTORES

El director podrá representar al Presidente en ausencia temporal de éste y el director II podrá representarlo en ausencia temporal de ambos.

SON FUNCIONES DE LOS DIRECTORES SUPLENTE.

- 1) Representar al titular en su ausencia.
- 2) Representar Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez en las comisiones que le sean encomendadas por la junta directiva.

h) FUNCIONES DE LOS COLABORADORES

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO

Nombre del Puesto: Gerente General

Puesto del que depende Jerárquicamente: Junta Directiva

Puesto(s) que supervisa Directamente:

- Asesoría legal
- Coordinador de centro
- Asesor de coordinador I
- Asesor coordinador II
- Secretaria contadora
- Cobros

II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

La gerencia administrativa es la instancia ejecutora por gestión directa de las atribuciones de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez. Su objetivo fundamental es asegurar la administración y ejecución continua de servicios hacia el afiliado atendiendo los lineamientos de la junta directiva.

III. DESCRIPCIÓN DE TAREAS O FUNCIONES

- 1) Controlar el óptimo uso de los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.
- 2) Hacer propuestas al consejo directivo sobre modificaciones del funcionamiento institucional orientadas a mejorar su desempeño.
- 3) Presentar al consejo directivo la propuesta de organigrama institucional así como el flujo de relaciones entre sus dependencias, los procesos y procedimientos así como de cualquier normativa a aplicar en las operaciones.

- 4) Velar por el desarrollo y mantenimiento de una buena imagen de Camara de Comercio Filial Suchitepéquez.
- 5) Mantener una comunicación directa y coordinación con instituciones de apoyo y alianzas estratégicas.
- 6) Seleccionar, contratar, y destituir al personal de la institución, previa consulta con el Consejo Directivo, y de acuerdo a lo estipulado en la política de recursos humanos.
- 7) Presentar a la Junta Directiva el programa anual de proyectos en beneficio de la entidad y del afiliado en general.
- 8) Evaluar los informes de las unidades operativas y de asesoría.
- 9) Realizar conjuntamente con las demás unidades administrativas, un Plan de Desarrollo Institucional a corto, mediano y largo plazo.
- 10) Establecer conjuntamente con el comité operativo las metas para cada una de unidades del Fondo y velar por el cumplimiento de las mismas.
- 11) Desarrollar y coordinar la planificación estratégica institucional.
- 12) Velar por el cumplimiento de la misión, visión y valores de la institución.
- 13) Llevar las estadísticas generales y particulares de la institución y sobre la base de las mismas, realizar las proyecciones necesarias para el adecuado funcionamiento de la institución y de los servicios que presta.
- 14) Asegurarse de que se lleven a cabo las auditorias y sus resultados, y que se den a conocer donde corresponda de manera oportuna.

IV. PERFIL DE CONTRATACIÓN:

✓ EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA:

Título académico preferentemente en las áreas de administración, economía, finanzas o derecho.

✓ EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA:

Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft office: Word, Excel y power point.

✓ EXPERIENCIA LABORAL PREVIA:

Un mínimo de cinco años de experiencia a nivel de dirección ó alta gerencia en el sector público o privado.

✓ CONOCIMIENTOS NECESARIOS:

- ❖ Planeamiento estratégico
- ❖ Procesos de administración general
- ❖ Resolución y manejo de conflictos
- ❖ Conocimiento sobre integración de equipos gerenciales y desarrollo organizacional
- ❖ Uso de computadoras y paquetes utilitarios

✓ HABILIDADES Y DESTREZAS

- ❖ Alta capacidad de análisis y de síntesis
- ❖ Excelente comunicación oral y escrita
- ❖ Excelentes relaciones interpersonales
- ❖ Capacidad para desarrollar y orientar equipos de trabajo
- ❖ Poseer cualidades de liderazgo y motivación
- ❖ Capacidad para gerenciar
- ❖ Capacidad de negociación
- ❖ Eficiente administración del tiempo

- ❖ Capaz de asumir riesgos
- ❖ Tener iniciativa, creatividad e innovación.

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO

Nombre del Puesto: AUDITORIA INTERNA

Puesto del que depende jerárquicamente: Junta Directiva

Puesto(s) que supervisa Directamente: Ninguno

II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO:

El auditor Interno es el responsable de realizar las auditorías financiera, operacional y contable de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez. Estará sujeto a las normas internacionales de Contabilidad.

III. DESCRIPCIÓN DE TAREAS O FUNCIONES:

1. Planificar, coordinar, dirigir, ejecutar, supervisar y controlar las intervenciones de la unidad de auditoría interna en la institución.
2. Revisar continuamente los procesos contables, administrativos y dictar las observaciones y recomendaciones a la normativa y procedimientos para el cumplimiento de las disposiciones legales del caso.
3. Evaluar de una manera permanente las operaciones de la institución e informar oportunamente a la junta directiva de cualquier error o irregularidad que ocurra y proponer las recomendaciones respectivas.
4. Examinar los estados financieros y comprobarlos con los libros, registros y documentos de las operaciones.
5. Realizar las investigaciones y otras tareas especiales que le asigne la junta directiva, relacionadas con la naturaleza de su puesto.

6. Realizar la evaluación del control interno institucional y revisión del presupuesto asignado a la institución.
7. Cualquier otra que por la naturaleza de su cargo sea de su competencia.

IV. PERFIL DE CONTRATACIÓN:

✓ EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA

Título académico de Licenciado en Contaduría Pública o de Licenciado en Auditoría. Estudios de Maestría o Post Grado en Administración de Empresas se constituyen en una fortaleza.

✓ EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA

Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excell y Power Point.

✓ EXPERIENCIA LABORAL PREVIA

Un mínimo de cinco años de experiencia en un puesto similar.

✓ CONOCIMIENTOS NECESARIOS

- ❖ Manejo y conocimiento de las Normas Internacionales de Contabilidad
- ❖ Conocimientos sobre leyes tributarias y fiscales de la república
- ❖ Experiencia en la aplicación de la Ley de Administración Financiera Integrada y su reglamento
- ❖ Manejo de la normativa generalmente aceptada y relacionada con la naturaleza del puesto
- ❖ Conocimiento sobre integración de equipos gerenciales y desarrollo organizacional
- ❖ Uso de computadoras y paquetes utilitarios

✓ HABILIDADES Y DESTREZAS

- ❖ Espíritu investigador, planificador y organizado

- ❖ Alta capacidad de análisis y de síntesis
- ❖ Excelente comunicación oral y escrita
- ❖ Excelentes relaciones interpersonales
- ❖ Toma de decisiones
- ❖ Poseer cualidades de Liderazgo
- ❖ Habilidad en el manejo de conflictos
- ❖ Capacidad de negociación
- ❖ Capacidad para la capacitación u orientación de otros funcionarios

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO

Nombre del Puesto: ASESOR LEGAL

Puesto del que depende Jerárquicamente: Gerente General

Puesto(s) que supervisa Directamente: Ninguno

II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

La posición de asesor legal tiene como responsabilidad garantizar que las acciones institucionales se realicen dentro del marco legal vigente, para lo cual debe analizar y proponer resoluciones sobre casos particulares y documentos legales, así como tramitar la legalización de documentos de la institución y colaborar en la redacción de toda clase de documentos contractuales.

III. DESCRIPCIÓN DE TAREAS O FUNCIONES

1. Proponer a las autoridades institucionales los cursos de acción más convenientes dentro del marco legal.
2. Asesorar y emitir los dictámenes y resoluciones donde se requiera asesoría legal.
3. Ejercer la representación legal de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez cuando se le autorice para tal efecto.
4. Participar en la preparación de documentos de carácter legal, convenios, contratos y otros que realice la Filial, con el objeto de que se prevea la posible ocurrencia de reparos o de cualquier acción legal contra la institución.

5. Emitir opiniones y asesorar al personal de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez respecto a consultas sobre temas legales vinculados al quehacer institucional.
6. Mantener un registro actualizado sobre leyes, decretos, acuerdos, reglamentos, resoluciones y cualquier otra resolución que se relacione con las actividades de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.
7. Proponer o recomendar modificaciones legales que mejoren el desempeño de la institución y de los contratos, de tal manera que se busque siempre la eficiencia y la eficacia
8. Efectuar cualquier otra función de carácter legal que requiera la Junta Directiva.

IV. PERFIL DE CONTRATACIÓN

✓ EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA

Título académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas, autorizado para ejercer la abogacía y el notariado. El contar con estudios de maestría ó post grado en alta gerencia o Administración se constituye en una fortaleza.

✓ EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA

Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excell y Power Point.

✓ EXPERIENCIA LABORAL PREVIA

Un mínimo de cinco años de experiencia en puesto similar en el sector público o privado.

✓ CONOCIMIENTOS NECESARIOS

- ❖ Legislación mercantil y conocimiento de políticas públicas
- ❖ Conocimientos sobre leyes tributarias y fiscales de la República
- ❖ Experiencia en la aplicación de la Ley de Administración Financiera Integrada y su reglamento

- ❖ Manejo de la normativa generalmente aceptada y relacionada con la naturaleza del puesto
- ❖ Procesos de Administración General
- ❖ Resolución y Manejo de Conflicto

HABILIDADES Y DESTREZAS

- ❖ Redacción de Informes Técnicos
- ❖ Facilidad de Expresión verbal y escrita
- ❖ Capacidad de análisis y síntesis
- ❖ Liderazgo y Toma de decisiones
- ❖ Espíritu Investigador
- ❖ Buenas relaciones interpersonales

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO

Nombre del Puesto: SECRETARIA

Puesto del que depende Jerárquicamente: Gerencia General.

Puesto(s) que supervisa Directamente: Ninguno

II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Asistir a la dirección ejecutiva, asesores y diferentes gerencias en las labores secretariales, así como también apoyar y atender las reuniones de la junta directiva.

III. DESCRIPCIÓN DE TAREAS O FUNCIONES

1. Tomar y transcribir dictados de documentos.
2. Organizar, actualizar y mantener un adecuado control de los documentos del archivo.
3. Atender y corresponder llamadas telefónicas
4. Atender visitas a reuniones programadas por la Dirección General, Asesores o Gerencias.

5. Atender las reuniones de la Junta Directiva, mantener actualizado los expedientes de los directores y el archivo de los acuerdos de la junta directiva y de los directores.
6. Organizar y llevar actualizada las agendas del gerente general, asesores y directores.
7. Llevar control y seguimiento de correspondencia enviada y recibida por Gerencia General, afiliados, Asesores y directores.
8. Llevar control de existencia de papelería y útiles de la unidad respectiva.
9. Enviar diariamente en forma escrita el mensaje del día y la felicitación de empresas si están cumpliendo aniversario (Averiguar constantemente la fecha de inicio de labores de las empresas afiliadas).
10. Actualización constante del facebook con la información oportuna en beneficio del afiliado, directivos ingresando la publicidad de todas las empresas afiliadas.
11. Operar libro de registros de llamadas telefónicas, recibir informes de las actividades diarias realizadas por la cobradora y encargado de afiliaciones.
12. Operar los registros contables de ingresos y egresos diariamente de la filial
13. Elaboración de informe de contabilidad de los ingresos y egresos tomando en cuenta los libros
14. Otras relacionadas con su puesto y que le sean asignadas.

IV. PERFIL DE CONTRATACIÓN

➤ EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA

Secretaria Ejecutiva, Perito Contador

➤ EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA

Manejo de paquetes utilitarios: Windows y Microsoft Office: Word, Excell y Power Point. Redacción comercial y curso de técnicas de archivo.

➤ EXPERIENCIA LABORAL PREVIA

Un mínimo de dos años de experiencia en puesto similar.

➤ CONOCIMIENTOS NECESARIOS

- ❖ manejo de archivo
- ❖ redacción
- ❖ taquigrafía
- ❖ manejo de archivo
- ❖ internet
- ❖ conocimientos contables

➤ HABILIDADES Y DESTREZAS

- ❖ Uso de software y computadoras
- ❖ Uso de máquina de escribir
- ❖ Uso de fax
- ❖ Uso de fotocopidora
- ❖ Habilidad en la atención al público
- ❖ Discreción

I. GENERAL DEL PUESTO

Nombre del Puesto: Cobrador (a)

Puesto del que depende Jerárquicamente: Secretaria, Gerencia General/Junta Directiva

Puesto(s) que supervisa Directamente: Ninguno

II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Efectuar los cobros a los negocios afiliados a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez. responsable de recaudar los recursos generados por el pago de afiliaciones.

III. DESCRIPCIÓN DE TAREAS O FUNCIONES

1. Planificar diariamente conjuntamente con secretaria los cobros a realizarse durante el día.
2. Entregar reporte diario de cobranza realizada durante el día respaldado por depósito bancario a la secretaria de la Filial.
3. Operar de manera exacta la tarjeta del afiliado registrando los pagos realizados por el mismo
4. Presentar informe semanal sobre la antigüedad de saldos de los afiliados al coordinador de centro.

IV. PERFIL DE CONTRATACIÓN

➤ EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA

Tercero Básico, Título de Diversificado

➤ RASGOS FÍSICOS DESEABLES

Excelente presentación

➤ **EXPERIENCIA LABORAL PREVIA**

Un mínimo de dos años de experiencia en puesto similar.

➤ **CONOCIMIENTOS NECESARIOS**

- ❖ Redacción
- ❖ Control de archivo
- ❖ Control de kardex

➤ **HABILIDADES Y DESTREZAS**

- ❖ Capacidad de trabajo en equipo
- ❖ Habilidad verbal
- ❖ Proactivo
- ❖ Iniciativa propia
- ❖ Honestidad
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Integridad
- ❖ Creatividad
- ❖ Iniciativa
- ❖ Paciencia entre otros.

5.2. “IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEMERCADERO EN UN SISTEMA DE ENTRADA Y SALIDA”

➤ JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta intenta solucionar los problemas detectados en la fase de diagnóstico de la unidad de práctica, mediante la inclusión de los análisis resultantes de las investigaciones realizadas.

➤ OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una herramienta de marketing que contribuya a que las empresas del departamento se sientan motivadas a afiliarse y pertenecer a Cámara de Comercio, mejorando de esta manera sus relaciones comerciales, mediante la difusión de sus productos y servicios promoviendo con esta acción un mayor interés en afiliarse, a la vez de promover el comercio de manera integral y efectiva.

Aportar al mejoramiento y al desarrollo local, a través de una mejor comprensión y divulgación de los diferentes comercios en del Departamento por un medio diferente al habitual.

➤ OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Divulgar información sobre la presente propuesta, la cual se considera de beneficio para el sector comercial del departamento, por medio de esta estrategia se estarían divulgando de las actividades importantes de la filial y del gremio empresarial, conduciendo a un cruce de información efectivo entre empresas.
- Proporcionar instrumentos que permitan mejorar los servicios de afiliación y los beneficios que representa ser afiliado a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

- Mejorar las técnicas de afiliación de ventas utilizadas en la actualidad por el representante de afiliaciones.
- Orientar al cliente potencial según sea su necesidad en forma ágil y oportuna
- Clasificación y segmentación por actividad económica de la base de datos de afiliados.
- Creación de tabla para control de información de todos los afiliados
- Capacitación sobre el uso y funcionamiento de las tablas creadas a secretaria y ejecutiva de afiliaciones.

➤ **RESPONSABLE DE IMPLEMENTAR EL PROGRAMA**

T.A. E. Cecilia Galeano, en la fase inicial,
 Presidente Cámara de Comercio, nombramiento de responsable directo

➤ **BENEFICIARIOS DIRECTOS**

Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, afiliados.

➤ **FINANCIAMIENTO**

Fondos Propios (inicialmente no requiere ninguna inversión)

➤ **TIPO DE ESTRATEGIA**

De mejoramiento en la imagen, proyección e inversión de los socios financieramente en los servicios ofrecidos.

5.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Estrategia destinada a la apertura de un centro de llamadas para centralizar la atención de los clientes, incluyendo la segmentación por actividad comercial. La herramienta de telemercadeo es un centro de servicio telefónico entre una empresa y sus clientes.

Los centros de atención al cliente son una mezcla de marketing, gestión, organización, informática y comunicaciones.

Todo ello puesto a disposición del personal responsable para atender, de formar rentable los deseos del cliente. Los medios pueden ser propios o utilizando los que proporcionan empresas especializadas.

5.2.2. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

Este tipo de estrategia es un nuevo concepto, orientado a la venta de productos, promoción de servicios de afiliación, mediante acciones de telemarketing que integran alta tecnología con un nuevo esquema de trabajo que se orienta a la baja rotación y a lograr elevados niveles de compromiso por parte de todo el equipo humano empleado por la empresa³⁴.

La función principal es conseguir el componente de personalización que se desea con los afiliados y usuarios del servicio. Evitar que el cliente cuelgue por aburrimiento y recurra a otros medios de información. Brinda servicios de promoción y ventas internas como externas, promoviendo el enlace de negocios entre afiliados.

➤ MISIÓN

Brindar servicios de asesoría empresarial y de afiliación a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez que ayuden a que los clientes alcancen sus objetivos de ventas de manera rápida y ordenada, mediante la aplicación de tecnologías de última generación y recursos humanos altamente capacitados.

³⁴http://www.mercadeo.com/41_DC_cntcntrs.html/José Manuel Sánchez Telemarketing la Red como Soporte de Marketing edición 2005

➤ **VISIÓN**

Atender a la comunidad mazateca con un reconocido sistema de telemercadeo, entrelazando negocios, promoviendo el crecimiento y desarrollo empresarial en la región.

5.2.3. PRESENTACIÓN DEL SERVICIO

Brindar un servicio telefónico completo (telemercadeo), tanto entrante como saliente, a través de procesos realizados a la medida de las necesidades de cada cliente; permitiendo que los clientes alcancen sus objetivos de ventas de manera rápida y ordenada, minimizando los costos y disminuyendo la rotación del personal de la empresa.

5.2.4. MERCADO AL QUE SE DIRIGE

El sistema apunta a empresas de servicios departamentales afiliadas, brindando información sobre comercios, direcciones y teléfonos de las mismas entrelazando negocios entre las empresas afiliadas.

La propuesta de valor es brindar un servicio de calidad diferenciado con costos reducidos debido a una inversión menor en infraestructura, insumos, mantenimiento y servicios.

5.2.5. ÁMBITO GEOGRÁFICO DEL NEGOCIO

Se propone implementar el desarrollo del proyecto en las oficinas que ocupa actualmente Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez y será promocionado en todo el departamento de Suchitepéquez.

5.2.6. MERCADO META

El sistema apunta a empresas de servicios departamentales afiliadas, brindando información sobre comercios, direcciones y teléfonos de las mismas buscando entrelazar negocios entre las empresas afiliadas.

La propuesta de valor es brindar un servicio de calidad diferenciado con costos reducidos debido a una inversión menor en infraestructura, insumos, mantenimiento y servicios.

5.2.7. HISTORIA DEL TELEMERCADERO

El teléfono comenzó siendo utilizado por la empresa Bell Telephone, para promover la venta de extensiones, centrales telefónicas y anuncios en las Páginas Amarillas, técnicamente desde que Alejandro Graham Bell produjo en 1876 el primer teléfono.

Para 1935 ya se había escrito libros sobre la venta utilizando el teléfono. Las empresas de teléfono son las que descubren de inmediato las ventajas de este medio de comunicación para tomar contacto con sus suscriptores para darles soporte, y promover servicios relacionados.

La primera campaña masiva de venta por teléfono fue desarrollada en 1970 por Ford Motor Co. y ejecutada por CCI, posiblemente la empresa mejor conocida del mundo ofreciendo servicios de telemarketing. En esa campaña se efectuaron veinte millones de llamadas, por 15,000 amas de casa especialmente contratadas y entrenadas, para hacer ventas utilizando los teléfonos de sus residencias. Siguiendo un cuidadosamente programado guión (script), ellas realizaron un millón de llamadas diarias, con el fin de determinar quiénes eran prospectos para la compra de un nuevo automóvil.

En promedio, cada llamada tomó un minuto. Ellas generaron 340,000 contactos positivos, 187,000 de los cuales resultaron "válidos", esto es que estaban interesados en comprar dentro de los próximos seis meses. Las ventas atribuidas a este programa, fueron de \$65.00 dólares por unidad vendida, suma que la empresa consideró mucho más baja que sus otros programas promocionales desarrollados.

Luego de este éxito, CCI diseñó y ejecutó una campaña por teléfono para la venta de suscripciones para la revista world. Se utilizó una lista de clientes rigurosamente

seleccionada, y otra vez una cuidadosamente estudiada presentación de ventas. Las ventas por teléfono produjeron tres veces las suscripciones que el correo directo.³⁵

5.2.8. DEFINICIÓN DE TELEMERCADERO

La palabra Tele-Marketing, **Tele**: Prefijo que significa “lejos” o a “distancia”. Por lo Tanto el telemarketing es la aplicación de marketing a distancia. **Marketing**: es un proceso social que intenta entender las relaciones de intercambio entre las dos partes que intervienen.

El telemarketing, es una herramienta de comunicación telefónica, eficiente y moderna, al servicio de las empresas y organizaciones de cualquier tamaño que negocien con productos o servicios. Accede a un mercado sin límites, aumenta las ventas y consigue sus objetivos, más rápida y eficazmente. Sus costes son más reducidos que los métodos tradicionales.³⁶

El telemarketing se realiza con tele operadores debidamente instruidos para hablar por teléfono, transmitiendo simpatía y optimismo, con voz agradable, poseen un alto nivel cultural, desarrollan su trabajo con luz natural y la confidencialidad de sus llamadas está totalmente garantizada. Con equipos de telefonía de última tecnología y recursos electrónicos e informáticos que completan la misión. Toda la gestión se realiza por ordenador, con marcación automática desde la base de datos, con lo cual eliminamos errores y ahorramos tiempo.

El éxito de cualquier proyecto de telemarketing se mide en términos de los contactos realizados para llegar a la persona deseada, los intentos realizados, y completado, encuestas, etc. denomina como la conversión.

La mayoría de las llamadas de telemarketing son llamadas en frío es decir se trata de llamadas telefónicas no solicitadas a los clientes o las perspectivas de los consumidores que no saben, sin previa cita, en un intento de atraer a un nuevo negocio.

³⁵Alvarez Sánchez J. M. (2005). Tele marketing. La Red como Soporte de Marketing y Comunicación, (1era. Edición). Editor Ideas Propias, México: (ed.) Vigo.

³⁶http://www.telemarketingyventas.com/formacion/La_historia_del_telemarketing_web.pdf (2013)

Por esta razón, el telemarketing es uno de los tipos más controvertidos de la comercialización.

Hay varias maneras y medios para identificar los clientes potenciales, el historial de compras anteriores, las solicitudes de información, los límites de crédito, formularios de entrada o la competencia formulario de solicitud. Los nombres también pueden ser comprados de otra base de datos de la empresa u obtenidos a partir de una guía telefónica alguna lista pública o foro.

Básicamente hay dos formas de utilizar el teléfono en las actividades de mercadeo:

- Receptivamente o telemercadeo de entrada; y
- Activamente o de telemercadeo de salida

5.2.9. TELEMERCADEO DE ENTRADA

Se ha dado mucho énfasis a la forma de atender las llamadas que son recibidas en las empresas, como consecuencia ya sea de campañas publicitarias normales o de campañas respuesta directa.

El telemercadeo receptivo ha tenido una enorme difusión, a partir de 1981, y la instalación de los números 800 y 900, que han revertido los cobros de las llamadas, a los que las reciben. Los centros de respuesta comenzaron como una forma económica de dar servicio a clientes, que no sabían cómo manipular equipos cada día más sofisticados.

Centros de respuestas instalados por empresas como General Electric, y AT&T, para atender las llamadas a sus números 800, rápidamente pasaron a convertirse en una poderosa herramienta de mercadeo. La información que los clientes proporcionaban, debidamente registrada en un banco de datos, proporcionó a esas empresas importante información para diseñar nuevos productos, conseguir incrementar ventas, y conseguir referidas (indicios) con gran potencial de compra.

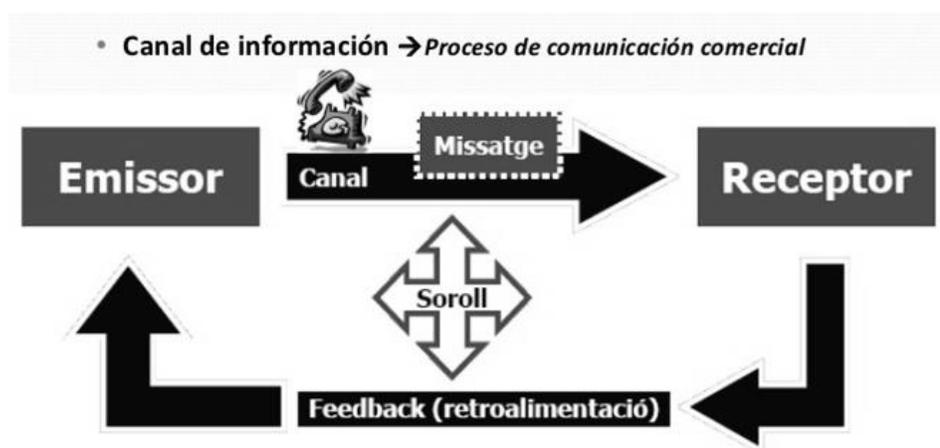
5.2.10. TELEMERCADDEO DE SALIDA

Las ventajas principales del telemarketing de salida, son básicamente costo, cubrimiento, y productividad. Las ventas personales resultan cada día más onerosas. Considerando este factor, para muchas organizaciones resulta difícil mantener un equipo de ventas personales que cubra el mercado potencial, por medio de visitas. Por otro lado, el incremento de la competencia, hace que las empresas tengan que reducir sus costos, lo cual les impide mantener equipos de venta personal para cubrir el mercado potencial.

Cubrir el mercado potencial, por medio de visitas personales, se hace más difícil por diferentes razones, tales como el crecimiento de las ciudades, incremento de los vehículos y los problemas de tránsito generados por él.

La empresas por su parte han incrementado las líneas de productos, para aumentar el mercado potencial. Esta situación ha creado una brecha entre el mercado potencial y la capacidad de los vendedores para cubrir ese mercado. Las empresas tienen dificultades para cubrir mercados potenciales, solo a base a ventas personales.³⁷

FIGURA NO.5
ELEMENTOS DEL TELEMARKETING



Fuente: Laswell Harold D. (1948) Teoría de la Comunicación

³⁷<http://clarocallcenters.wordpress.com/tag/telemarketing/2009>

5.2.11. VENTAJAS DEL TELE MARKETING

- El Centro de Llamadas se presenta como su empresa.
- Se transmite el objetivo de la llamada sin retraso.
- Se eliminan los vicios que sus empleados hayan podido adquirir con el tiempo.
- Se llama en las fechas y a las horas más adecuadas.
- Se llega hasta cualquier lugar, con costes más pequeños que en la venta tradicional.
- Se Impacta como herramienta moderna.
- Se conoce en el acto el resultado de la gestión.
- Se mejora la imagen de la empresa

5.2.12. TENDENCIAS DEL TELEMARKETING EN GUATEMALA

En Guatemala operan 23 empresas que utilizan el telemarketing y generan 14 mil 107 empleos. Nueve están constituidas con capital nacional, según el reporte a enero de 2010 de Guatemala Trade and Investment (GTI).³⁸

El tamaño de esta industria actualmente es muy amplio ya que cada año existen más empresas proveedoras de este servicio, si tomamos en cuenta que antes de 1990 solo existían 2 empresas formalmente establecidas, con el objetivo de proporcionar el servicio de telemarketing. Sin embargo, si tomamos a las empresas que utilizan al servicio para comercializar sus productos o servicios o bien como un apoyo al departamento de mercadotecnia, entonces podremos asegurar que el telemarketing en México, viene de años atrás, a principios de la década de los ochenta, aunque se haya desarrollado de manera empírica.

³⁸Clúster de Emprendimiento Guatemala (2008). Cámara de Comercio. Recuperado de <http://www.clusteremprendimiento.org/index.php/entidades/12-entides/26-ccg>, Autor

➤ OPORTUNIDADES

Una de las oportunidades que destaca Etcheverry³⁹ en el negocio del telemarketing es “la incorporación de las pymes. Esto puede suponer un nicho de mercado para las plataformas pequeñas que enfoquen su negocio hacia estas empresas”.

Debido a la implementación de un modelo laboral aun no explotado, basado en el aprovechamiento de las tecnologías disponibles para alcanzar las metas, Brindando la posibilidad a los empleados de desempeñar tareas multifuncionales.

➤ AMENAZAS

El telemarketing es a menudo criticado, los que están en contra de esta práctica argumentan que se trata de una práctica con falta de ética al realizar muchas compañías llamadas no deseadas y por utilizar técnicas de venta agresivas. Dichas prácticas pueden ser objeto de controles legislativos relacionados con la protección y privacidad del consumidor. En particular, en Estados Unidos el telemarketing está restringido por la ley de 1991 de protección al usuario del teléfono. Muchas asociaciones profesionales de telemarketing tienen códigos éticos y estándares que los trabajadores deben seguir.

5.2.13. STAKEHOLDERS O GRUPOS DE INTERÈS

Los stakeholders son aquellos públicos interesados y afectados por las actividades de una empresa. La comunicación siempre es un objetivo de la empresa, y por tanto tendrán que tomarlos en cuenta⁴⁰.

³⁹ Laurent Etcheverry, director general de IFAES,(2010) empresa organizadora del Salón del Call Center (www.ifaes.com)

⁴⁰ www.rppnet.com.ar/diccionario.html (2013)

FIGURA No.6
RELACIÓN DE LA EMPRESA CON LOS PÚBLICOS



Fuente: Bonilla, C. (2004), Relaciones públicas.

5.3. PLANIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE TELEMARKETING

Para tener éxito en una campaña de tele marketing hay que conjugar una serie de variables: ficheros actualizados, equipo humano, servicios técnicos y logísticos.

Estos 3 aspectos son básicos para la consecución de los objetivos. En el caso del equipo humano:

El equipo de tele operadores o tele ventas debe ser muy bien seleccionado, solo una cada 10 personas tiene la capacidad de persuasión, calor, tono de voz, estilo de lenguaje, vocabulario, entusiasmo y capacidad de escucha para realizar una venta o una buena negociación.

Estas personas requieren de entrenamiento, formación, motivación y control.

5.3.1. RECURSOS HUMANOS

➤ TELEMARKETER

Un telemarketer es un asesor telefónico que trabaja en relación de dependencia con empresas que brindan servicios de telecomunicaciones⁴¹.

Cerca del 50% de los empleados de un programa de telemercadeo tienen entre 23 y 35 años, y cerca del 75% son mujeres: en su mayoría son estudiantes universitarios que realizan su primera experiencia laboral.

Un operador telefónico se encarga, a rasgos generales, de contactar a los clientes o potenciales clientes de una organización ya sea para ofrecerle nuevos productos o para brindarle asistencia técnica, comercial y administrativa.

El trabajo de un asesor ya no se limita únicamente a hacer la labor de venta como antaño, sino que tiene la obligación de entender y ajustarse a las necesidades reales de sus clientes, asesorarlos y llevarlos de la mano sugiriéndoles las soluciones que correspondan.

➤ HABILIDADES DE UN BUEN TELEMARKETER

Para ser un vendedor por teléfono, se necesita tener buena habilidad de escuchar, buena memoria, debe ser capaz de concentrarse para hacer una llamada y desarrollar la capacidad de bloquear las distracciones alrededor.

El trabajo de telemarketing definitivamente ayudará a desarrollar las habilidades de las personas y las lecciones a aprender mientras se trabaja en un centro de llamadas se puede aplicar a otras situaciones.⁴²

⁴¹Data monitor(2004)Call Center Outsourcing en LatinAmericaandtheCaribbeanto 2008

⁴²<http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id87.html/2008>

➤ **FUNCIONES QUE DESEMPEÑARA LA (EL) TELEMARKETER DESIGNADO**

- Proporcionar información sobre los servicios que presta cámara
- Abastecer al afiliado y no afiliado de información y orientación de los recursos empresariales que posee el departamento de Suchitepéquez
- Atender quejas y reclamos por parte del afiliado sobre los servicios prestados dentro del departamento
- Entregar vía Internet o mensajes de texto información y promociones requeridas
- por los afiliados
- Promocionar información de ventas de los afiliados y no afiliados.
- Recibir llamadas y canalizarlas
- Dar información telefónica a todas las personas que respondan a un estímulo publicitario
- Levantar información a estas personas
- Clasificar prospectos
- Prospección
- Seguimientos
- Cerrar ventas

5.3.2. RECURSOS FISICOS

➤ **MAQUINARIA**

Contará con 01 cubículo, en donde trabajarán 01 teleoperador, tendrá a su disposición una computadora con acceso al programa (software) desarrollado para obtener información, se contará con una impresora y un fax. El equipo deberá tener las siguientes características; Pentium 4, con un disco duro de 80 Gb, tendrá que contar con 512 MB de memoria RAM y un procesador de 2.80 GHz.

➤ **MOBILIARIO Y EQUIPO**

- 1 Escritorio
- 1 Silla
- 1 Línea Convencional

➤ **HERRAMIENTAS DE TRABAJO**

- Base de datos (segmentación de la cartera de Clientes por Actividad)
- Tabla de telemarketing
- Computadora con sus implementos
- Guía convencional
- Un correo electrónico (de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez)
- Guía electrónica segmentada.

5.4. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

5.4.1. PLAN DE ACCIÓN A CORTO PLAZO

CUADRO No. 19

ACTIVIDAD	TIEMPO DE DURACION	RESPONSABLE	OBJETIVO
Segmentación de la Base de Datos en una hoja electrónica clasificado por actividad comercial	1 semana a 1 mes	T.A.E. CECILIA GALEANO	Crear una guía comercial electrónica que permita acceder a la información de los clientes afiliados, con el fin de brindar información oportuna a quien la solicite.
Creación de hoja electrónica de llamadas con el registro de cada afiliado de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez	1 semana a 1 mes	T.A.E. CECILIA GALEANO	Contar con una herramienta de trabajo que permita trazar los objetivos deseados, registrando las actividades de telemarketing realizadas.
Implementación del servicio de información departamental	1 mes a 1 año	Junta directiva, Secretaria, Ejecutiva de Afiliaciones	Dar a conocer los servicios que presta Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, dando un valor agregado a los servicios de afiliación

Fuente: Elaboración Propia, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013.

5.5. SEGMENTACIÓN DE CARTERA DE CLIENTES POR ACTIVIDAD COMERCIAL

La clasificación de la cartera existen de clientes con que cuenta Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, por medio de una hoja electrónica, permitirá a la persona encargada de la tarea de telemarketing, ubicar de manera fácil y efectiva la información de los comercios por segmento de actividad comercial.

Para esta actividad se procedió a estructurar una hoja electrónica, segmentado por actividad comercial a cada afiliado de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez.

La Finalidad es proporcionar información efectiva a los afiliados que la soliciten, así como promover las oportunidades de negocios entre socios.

Estar atentos a las necesidades de cada uno de los afiliados, e informar a las personas en general que busquen ubicar empresas que proporcionen determinado servicio.

La tabla esta integrada con los datos proporcionados por la filial de Suchitepéquez, constando de nombre, dirección, teléfonos, contacto, correo electrónico, se incluyen a los 196 clientes con los que contaba la institución al momento de realizar el periodo de practica del Ejercicio Profesional Supervisado.

**CUADRO NO. 20
ESQUEMA DE GUÍA ELECTRÓNICA**

ABARROTERIAS					
Abarrotería América	Marta Lau Quan	Av. La Libertad zona 1 Mazatenango , Such.	7872-0116		
Almacén de Variedades Rodríguez	Wiliam Roberto Cuc	2a. Av. 1-52 zona 1 Santo Tomás la Unión	78728081	2692471-4	wiliamcucrodriguez@hotmail.com
Almacén Adolfo Quan	Elena Vda. De Quan	Av. La Libertad 8-36 zona 1 Mazatenango, Such.	7872-0674		deuuan@yahoo.com
Abarrotería Flor de Lis	José Rodrigo Cárdenas	Av. La Libertad zona 1 Mazatenango, Such.			
Miscelanea El Tecolote	Daniela Alejandra Corleto Rubio	Km. 160.5 circunvalacion a mazatenango	4772-5693	6623623-1	
Mundi Licores	Jorge Armando Flores Ochoa	Calzada Centenario 3-26 zona 2, Local C-72, Mazatenango Such.	78679030/51732228	1764206-k	
Multicomercio "R"	Byron Wilfredo Ventura Rodríguez	Centro Uno, La maquina, Cuyotenango Such.	79272491/55993959	6503106-7	byronventura@hotmail.com
SUPER M&M S.A.	Mauricio Roberto Lau Chung	6a. Ave. 9-23 Zona 1	7867-9891		
VENTA DE ARTICULOS 10,99	Carlota Vasquez Díez	6a. Ave. La Libertad 10-26 Z.1	7821-1219		
ACADEMIAS					
Reyma de Centro America S.A.	Rolando Reynoso Madrid	4ta. Avenida 2-28 zona 1, mazatenango Such.	78679506	1251888-3	ciav_mazate@yahoo.com
ACEITERAS					
Oscar Aceitera	Oscar Rolando Gomez	10. calle Comercial Zona 2, Mazatenango Such.	78726810		
ALMACENES					
ASEGURADORAS					
Agencia de Seguros Federico Díaz	Alberto Federico Diaz	1ra. Ave. 2-38 B Zona 2, Cantón Santa Cristina Mazatenango	7872-2752	151314-1	eje.diaz.mz.@gmail.com
BANCOS					
BOUTIQUES					
CABLE					
Cable DX S.A.	Jorge Enrique Hoffens Cifuentes	8a. Av. Colonia Flor del Café Zona 2	7872-1457		pelasito@yahoo.com
Cable DX S.A. San Antonio	Rep. Luis Felipe Mendez Avila	5a. Avenida y 5a. Calle	78704889		cablealfa@intelnet.com
Canal 55 Goviz Vision	Oscar Rolando Gómez de León	3a. Ave. 2-15 zona 4, Mazatenango, Such	41549718	1483951-2	
Distribuidora Alfa #2 (Cable Alfa)	Emilio Alvarado	7ma. Calle 1-43, Mazatenango Such.	78723260/56827495	480282-9	
CAFÉ INTERNET					
Café Internet Digital Planet	Luis Gilberto Estrada Par	2a. Avenida 4-22 Zona 1, Cuyotenango	46359037	4370451-4	wisparyz@hotmail.com
Servicio Tecnologicos Profesionales de Informatica	Erick Fernando Salas Martínez	7ma. Avenida y 8va. Calle 7-00 B, Zona 1, Mazatenango Such.	78720235	1025169-3	erfesama@hotmail.com
Internet Super Charged	Josue David Estrada Paz	2da. Avenida 2-58 ½ zona 1, Cuyotenango Such.	42193545	1794928-9	jestradapc@gmail.com
CARNICERIAS					
Carniceria San José	Julisa Delcira Paiz de Villagran Villaseca	Local No.13 Interior del mercado municipal, San Antonio, Such.	7872-4252 78704137	557839-6	
CENTROS AGRICOLAS					
CENTRO COMERCIALES					
CINES					

Fuente: Elaboración Propia, Ejercicio Profesional Supervisado 2011- 2013

5.6. TABLA DE TELEMERCADERO

Herramienta diseñada para la ejecución del trabajo de telemercadeo en las oficinas de Cámara de comercio Filial Suchitepéquez, consiste en la estructuración de una hoja de cálculo de Excel diseñada de la siguiente manera:

5.6.1. SECCIÓN 1 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO

CUADRO NO. 21

DATOS DE CONTROL			
No.	Clave	Seg.	NIT
1	C400001	M	
2	C40002	M	
3	C40003	M	703930-1
4	C40004	T	151314-1
5	C40005	A	832818-8

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

En esta Sección de la tabla se designa el No. de orden de cada uno de los afiliados, se procedió a crearle un código utilizando la letra C de cámara, el número 4 que es el lugar que ocupa en el mapa de Guatemala el departamento de Suchitepéquez y seguidamente la numeración, el segmento se refiere a la forma de pago en que están registrados cada uno de los afiliados por ejemplo M para los que pagan mensualmente, T para los que pagan trimestralmente, A para quienes pagan Anualmente.

Seguidamente va el espacio para el NIT de cada uno de los afiliados, donde debe anotarse el NIT de cada comercio con la finalidad de establecer una base de datos confiable y actualizada.

5.6.2. SECCION 2 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO

CUADRO No. 22

DATOS PRINCIPALES DEL CLIENTE			DATOS DE LOCALIZACION DEL CLIENTE				
NOMBRE	TELEFONO	CONTACTO	Correo Electronico	DIRECCION	MUNICIPIO	CUMPLEAÑOS	ANIVERSARIO DE EMPRESA
Abarroteria América	7872-0116	Marta Lau Quan		Av. La Libertad zona 1 Mazatenango, Such.	Mazatenango		
Abarroteria Flor de Lis	59219758	José Rodrigo Cárdenas		Av. La Libertad zona 1 Mazatenango, Such.	Mazatenango		
Acces Computacion	78724165	Jose Mario Estrada	jme12@hotmail.com	9na. Calle 2-94 Zona 1, Mazatenango Such.	Mazatenango		
Agencia de Seguros Federico Diaz	7872-2752	Alberto Federico Diaz	sedisaseguros@yahoo.com / eje.diazmz@gmail.com	1ra. Ave. 2-38 B Zona 2, Cantón Santa Cristina Mazatenango	Mazatenango		
Agropecuaria Santa Ana	42123381 / 78727392	Byron Francisco Arana Galindo	oli84@hotmail.es	Rurales 2 Lotificación Villa Linda Mazatenango Such.	Mazatenango	31 de Diciembre	18 de Julio
Almacén de Variedades Rodríguez	78728081	William Roberto Cuc	williamcucrodriguez@hotmail.com	2a. Av. 1-52 zona 1 Santo Tomás la Unión	Mazatenango	15 de Noviembre	18 de Septiembre

Fuente: Investigación de Campo. Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

En esta sección se describen los siguientes datos:

- Nombre completo del cliente,
- Número de teléfono,
- Contacto con quien se debe dirigir el telemarketing.

Seguidamente se encuentran los datos de localización del cliente, correo electrónico, dirección exacta, municipio a donde pertenece, cumpleaños del propietario o encargado y la fecha de aniversario de la empresa. El objetivo es contar con la mayor información posible, verídica y actualizada del afiliado.

5.6.3. SECCIÓN 3 DE LA TABLA DE TELEMERCADERO

CUADRO No. 23

CATEGORIA				TIPO DE SERVICIO BRINDADO				
A	B	C	D	INFORMACION	SERVICIOS DE AFILIACION	LLAMADA POR CUMPLEANOS	LLAMADA POR ANIVERSARIO	PROMOCION DE EVENTOS

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

Esta sección está destinada para clasificar de acuerdo a categoría la cual es definida por el pago que cada empresa afiliada realiza a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez. Detalla también el tipo de Servicio que se brindó al cliente en cada intervención, por ejemplo si se brindó alguna información solicitada por el cliente, se le ofreció servicios de afiliación, se le llamo por cumpleaños o aniversario, se promocionaron eventos de otros afiliados. Esta sección también puede ser utilizada para detallar que servicios pueden ofrecer a las empresas prospectadas.

5.6.4. SECCIÓN 4 TABLA DE TELEMERCADERO

CUADRO No. 24

AGENDA			
Fecha Última Llamada	Observaciones Última Llamada	Fecha Próxima Llamada	Observaciones para Próxima Llamada
12/03/2013	no se encontraba el encargado	12/04/2013	-1 volver a llamar para brindar información
16/05/2013	cliente solicitó información de librerías	16/07/2013	0 llamarle para verificar que este actualizado en los servicios
17/06/2013	cliente accedió a reunión para servicios de afiliación	17/07/2013	visitarle en la fecha programada

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

En esta sección se describe la agenda a cubrir en cada jornada de telemarketing, la fecha de última llamada, corresponde a la fecha en la cual se llamó por última vez al cliente.

Las observaciones de llamada describen lo que se percibió del cliente en ese momento. La fecha de próxima llamada, es para anotar la fecha en la cual se volverá a tener contacto con el cliente.

En el filtro se registran 3 tipos de estado el estado -1 como se aprecia en el esquema indica al administrador de la tabla que esta vencida o atrasada en su gestión.

El 0 nos indica que en esa fecha se tiene que llamar al cliente y la celda que no aparece nada indica que está al día con su tarea de telemarketing.

Las observaciones de la siguiente llamada se refieren a lo que se planifica hablar con el cliente la próxima vez que se le contacte.

5.6.5. SECCIONES 5 Y 6 DE LA TABLA DE TELEMARKETING

CUADRO No. 25

HISTORICO DE COBROS					REGISTRO DE COBRO MENSUAL											
2012	2013	2014	2015	5	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Q -					NO	HA	PAGA	DO	DESDE	SEP	DEL	AÑO	PASA	DO		
Q 260.00						Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q 260.00				
Q 700.00					Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00					

Fuente: Investigación de Campo, Ejercicio Profesional Supervisado 2011-2013

En la sección 5 se describe el histórico de cobros por año, al final ira reflejando cuando se cobró en el periodo de tiempo X. La Sección 6 registra el cobro mensual durante el año. El objetivo de esta sección es organizar la información financiera de la institución.

6. ASPECTOS FINANCIEROS

Todo presupuesto implica un plan para la realización de objetivos, en especial de tipo financiero, para llevarlos a cabo en un plazo determinado en donde se establecen opciones y los recursos necesarios para lograrlo.

En el caso de las dos propuestas realizadas Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez no tendrá que invertir mayores recursos.

6.1. RECURSOS MATERIALES

El presupuesto de inversión en recursos materiales se refiere a la valorización de las inversiones en obras físicas, equipo, insumos y servicios necesarios para la instalación y puesta en marcha de un proyecto.

Actualmente Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, cuenta con las instalaciones adecuadas, cuenta con 1 planta telefónica y una computadora ideal para iniciar el programa.

6.2. INVERSIÓN REQUERIDA PARA LA PROPUESTA

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.⁴³

En este caso La propuesta no requiere inversión, se propone utilizar los recursos ya existentes en la institución, así como el personal a cargo de operar en la misma.

⁴³ Baca Urbina G. (2001),(Evaluación de proyectos (V edición) , Mc Graw Hill

7. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

7.1 EVALUACIÓN CUANTITATIVA

El beneficio que traería el implementar la propuesta realizada a los miembros de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, será mejorar el servicio y la percepción que los afiliados tienen de la institución, generando con esta propuesta mayor confianza, rentabilidad y apoyo para los comercios afiliados.

7.2. VIABILIDAD DEL MERCADO

Para la fecha actual Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez cuenta con un total de 196 afiliados, lo que representa un porcentaje mínimo de la gran población comercial que existe en el departamento de Suchitepéquez, por lo cual se establece que la estrategia propuesta puede generar el interés de los comercios que aún no pertenecen a la institución.

Otro factor a favor del programa es los servicios que podría prestar en beneficio de los socios y no socios, al ofrecer los de promoción y ventas de productos, encuestas telefónicas, difusión de promociones especiales, etc.

7.3 VIABILIDAD TECNOLÓGICA

Actualmente Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para implementar la estrategia propuesta, no teniendo que desembolsar ningún tipo de inversión económica, se cuenta con las computadoras, el personal, el internet y la línea telefónica para iniciar la tarea de telemarketing.

7.4 VIABILIDAD ADMINISTRATIVA Y LEGAL

La propuesta realizada cuenta con la capacidad interna para lograr la implementación. Se cuenta con el personal con las habilidades requeridas, se provee una herramienta de trabajo fácil de manejar que permite un mayor rendimiento en el tiempo de trabajo.

7.5. VIABILIDAD ECONÓMICA

La implementación del programa de telemercadeo beneficia principalmente a Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, a los afiliados y no afiliados con los servicios de información y promoción de productos y servicios.

8. CONCLUSIÓN EVALUACIÓN CUANTITATIVA

Para implementar el programa de telemercadeo se cuenta con instalaciones, recursos y personal necesario para ejecutarlo. En cuanto a la inversión se determina que inicialmente no necesita inversión alguna.

La estrategia beneficia a los afiliados que pretendan promover sus productos por medio de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, la institución tendrá la oportunidad de tener mayor contacto con sus miembros promoviendo también sus servicios de afiliación por este medio creando una estrategia de ganar-ganar.

RECOMENDACIONES

1. Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez debe evaluar la propuesta de estructurar un organigrama propio de la filial con la finalidad de plasmar los puestos que realmente se desempeñan en la actualidad y en base a ello establecer los lineamientos para implementar un Manual de Puestos y Funciones, siendo esta herramienta de gran importancia y bastante útil para mejorar su desempeño y sus canales de comunicación, esto le permitirá realizar un buen trabajo, aplicar correctamente los principios de administración estratégica, permitiéndoles ejecutar proyectos a corto, mediano y largo plazo y evaluar sus resultados para implementar mejora continua.
2. Es necesario considerar programas de capacitación en planeación estratégica a los miembros de Junta Directiva y colaboradores, esto contribuirá en manera significativa al logro de un mejor nivel de calidad en los servicios que brinda al afiliado, implementar herramientas de trabajo más actualizadas y proyectar una imagen profesional ante sus socios, cumpliendo correctamente con las funciones de cada puesto, en apego a los estatutos que rigen a la institución.
3. La junta directiva de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez debe evaluar la implementación y socialización del programa de telemercadeo propuesto, tomando en cuenta que es una estrategia de marketing asociado a los medios de comunicación y se considera una estrategia moderna e innovadora, aplicada en la actualizada por empresas reconocida a nivel mundial, aprovechando las herramientas tecnológicas y de espacio con que cuenta para implementar nuevos servicios que fomenten el desarrollo de sus socios.
4. El programa de telemercadeo permitirá hacer uso de la publicidad por la vía telefónica e Internet considerando que es un gran segmento de la población hace uso de esos recursos y los utiliza como un mecanismo de compra o adquisición de servicios; siendo el ejecutivo de Cámara de Comercio asignado a esta tarea

ente moderador de esa publicidad, a fin de que los mensajes transmitidos por esa vía también sean de provecho para todo aquel que lo utilice, ya sea como comprador o para aquel que simplemente está atento a lo que ocurre en el mercado diariamente.

5. Debe considerarse la factibilidad económica y tecnológica de las propuestas presentadas, tomando en cuenta los objetivos que persigue Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez, que son brindar oportunidades de negocios a nivel regional, incrementar su cartera de socios, y conducirse administrativamente de una manera eficiente y comprometida.

CONCLUSIONES

1. La estructura de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez está basada en una junta directiva en cumplimiento con los estatutos aprobados el 5 de Junio de 1959. El principio de organización no es aplicado a pesar que respeta la estructura organizativa de Cámara de Comercio Central, existe poco conocimiento de la relación y funciones de las jerarquías institucionales, así como las funciones y obligaciones individuales. No existe una buena integración de personal debido a que cada año la junta directiva se conforma con los socios que estén interesados en participar en puestos directivos.
2. La dirección está centralizada en la figura del presidente de la filial quien es la persona que coordina y toma las decisiones finales de las actividades a realizar. El control no es aplicable ya que no cuentan con una administración estratégica, no cuentan con planes a mediano y largo plazo, por lo cual los resultados no son medibles para determinar los buenos o malos resultados obtenidos y considerar las mejoras necesarias de implementar.
3. La consideración de estructurar un organigrama propio de la filial e implementar un manual de puestos y funciones que les permita conocer a cada uno de los socios miembros de junta directiva y colaboradores las funciones a desempeñar en su puesto de trabajo podrá solucionar el problema interno de la institución, permitiéndoles lograr la excelencia en el servicio e impulsar la competitividad de la organización siendo reconocida a nivel departamental como una institución comprometida con sus socios.
4. Camara de comercio Filial Suchitepéquez es una institución sin fines de lucro dedicada a representar los derechos de sus socios y a promover la libertad de empresa en el país, por lo que el bajo nivel de afiliados no les permite implementar programas de desarrollo para los socios, siendo necesario establecer un servicio que brinde un valor agregado e interese a los socios siendo esta situación parte de problema externo que enfrenta la filial.

5. La falta de proyectos de desarrollo dirigidos a los afiliados de Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez se ven limitados por la falta de recursos de la institución para desarrollarlos, por lo cual se considera importante establecer la necesidad de implementar un servicio innovador como valor agregado a los servicios que ya brinda para captar el interés de nuevos comercios que se interesen en afiliarse enlazando negocios entre afiliados.
6. La propuesta del programa de telemarketing tiene como finalidad la ejecución de un herramienta de marketing moderna, económica y fácil de implementar determinándose que es una estrategia utilizada en un mundo globalizado producto de las innovaciones tecnológicas, permitiéndoles desarrollar negocios y ejecutar la publicidad y promoción de sus servicios y actividades a nivel departamental.
7. La propuesta de implementación de Manual de Puestos y Funciones y ejecutar el Programa de Telemercadeo es factible debido a que no requiere inversión económica, se cuenta con los recursos tecnológicos e inmobiliarios necesarios para iniciar, no requiere contratación de nuevo personal, y ofrece una oportunidad de mejorar el desempeño de los ejecutivos y colaboradores, y permitirá establecer mayor contacto con los socios en general, promoviendo el interés de nuevos comercios en pertenecer a esta institución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

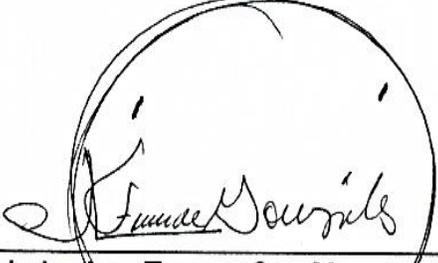
1. Álvarez Sánchez, J. M. (2005). *Tele-marketing: La red como soporte de marketing y comunicación*. (1a. Edición). En Ideas Propias (Ed.). México: Vigo.
2. Asociación De Amigos Del País. (2004). *Diccionario histórico biográfico de Guatemala*. Fundación para la Cultura y el Desarrollo. Guatemala, Gt. Autor.
3. Cámara de Comercio de Guatemala. (2013). *Guía y directorio anual empresarial. Guatemala, Gt. Autor.*
4. Chávez Garay, E. R. (1999). *Un modelo para la aplicación eficaz y eficiente de Tele marketing en empresas que promueven y/o comercializan productos y servicios*. (Tesis Previo a Conferirse el título de Administrador de Empresas en el grado de Licenciado). Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Guatemala, Gt.
5. Clúster de Emprendimiento Guatemala. (2008). *Cámara de Comercio de Guatemala*. Recuperado de: <http://www.clusteremprendimiento.org/indes.php/Entidades/12-entidades/26-ccg>. Autor.
6. Goldman, H. M. (2002). *El arte de vender*. Recuperado de: <http://www.manageconsulting.it/default.asp?ID=429&ID2=0&L=4>

7. Haeussler, C. (1983). *Diccionario general de Guatemala*. Guatemala, Gt.: [s.n]
8. Instituto Nacional De Estadística INE. (1994). *X Censo Nacional de Población y V de Habitación*. Guatemala, Gt. Autor.
9. Instituto Nacional De Estadística INE. (2002). *XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación*. Guatemala, Gt. Autor.
10. Kinner, T. (1994). *Investigación de mercados*. (5ª. Edición). Colombia: Mc Graw Hill Interamericana.
11. Kotler, P. & Armstrong, G. (1997). *Fundamentos de mercadotecnia*. (4ª. Edición). México: Prentice Hall Hispanoamericana.
12. Lambin, J. J. (1995). *Marketing estratégico*. (3ª. Edición). En J. J. Lambin, R. S. Miguel & A.C. Cuencas (Eds.). España: Mc Graw Hill Interamericana.
13. Negocios En Guatemala. (2009). *Historia de la Cámara de Comercio de Guatemala*. Recuperado: <http://www.negociosenguatemala.com>. Autor.
14. Nuestra Entidad. (2009). *Cámara de Comercio*. Recuperado de: http://www.negociosenguatemala.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1108&itemid=107. Autor.
15. Robins, S. (1996). *Comportamiento organizacional teoría y práctica*. (7ª. Edición). México: Prentice Hall Interamericana.

16. Rodríguez Ardura, I. (2007). *Estrategias y Técnicas de Comunicación: Una visión integrada en el marketing*. Recuperado de: <http://descuadrando.com/Telemarketing>
17. Soto, B. (2013). *Manual de Técnicas de Telemarketing*. Recuperado de: http://www.teleoperadores.net/demo_manual_tecnicas_telemarketing (www.teleoperadoras.net.def)
18. Stanton, W.J. (1995). *Fundamentos de marketing*. (14^a. Edición). En J. Itzel & B. J. Wiker (Eds.). México: Mc Graw Hill Interamericana.
19. Treviño Martínez, R. (2005). *Publicidad y comunicación integral en marketing*. (2^a. Edición). En N. I. López (Ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana.



Vo. Bo.


Licda. Ana Teresa Cap Yes
Bibliotecaria CUNSUROC



CUNSUROC/USAC-I-28-2014

DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUROCCIDENTE,
Mazatenango, Suchitepéquez, veintiséis de mayo de dos mil catorce.-----

Encontrándose agregados al expediente los dictámenes de la Terna Evaluadora y Coordinador de Carrera, SE AUTORIZA LA IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN: "ESTRUCTURACIÓN DE UN MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES E IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMA DE TELEMARKETING EN UN SISTEMA DE ENTRADA Y SALIDA EN CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ", de la estudiante: T.A.E. Cecilia Alejandra Galeano Maldonado, carné 9340485 de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


LIC. JOSÉ ALBERTO CHUGA ESCOBAR
DIRECTOR



/gris

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



Centro Universitario de Suroccidente
CUNSUROC
Apartado Postal 606
Mazatenango, Suchitepéquez
e-mail: usacmaza@usac.edu.gt

Mazatenango, 08 de Mayo de 2014.

Licenciado:
José Alberto Chuga Escobar
Director
Centro Universitario del Suroccidente
Mazatenango, Suchitepéquez.

Respetable Señor Director:

Atentamente, me dirijo a usted, para informarle que habiéndose cumplido con lo estipulado en el Normativo del Ejercicio Profesional Supervisado de la Carrera de Administración de Empresas, de acuerdo al artículo 64, el infrascrito, ha recibido la carta correspondiente, en donde consta haberse efectuado al informe final las enmiendas recomendadas en la presentación y defensa del mismo por la terna evaluadora, por lo que **APRUEBA** el Informe Final elaborado en el Ejercicio Profesional titulado: "Estructuración de un Manual de Puestos y Funciones e Implementación de Un Programa de Telemercadeo en un sistema de Entrada y Salida" ejecutado por la T.A.E. Cecilia Alejandra Galeano Maldonado, quien se identifica con número de carne 199340485 y lo traslada a la Dirección de este Centro Universitario para la orden de impresión correspondiente.

Agradeciendo de antemano su fina atención a la presente.


M. Sc. Rafael Armando Fonseca Ralda
Coordinador
Carrera Administración de Empresas

Universidad de San Carlos de Guatemala
Centro Universitario de Sur Occidente
ADMINISTRACION
DE EMPRESAS 

C.C. /CEPSAE
Estudiante
Archivo



Mazatenango, 6 de marzo de 2014

Msc. Armando Fonseca Ralda
Coordinador de Carrera
Administración de Empresas
Centro Universitario de Suroccidente

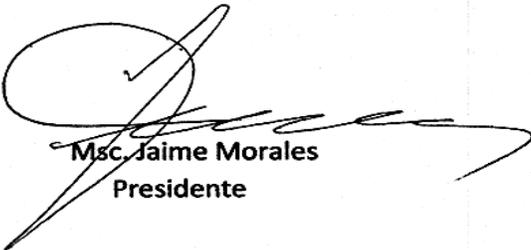
Msc. Fonseca Ralda:

Por este medio nos dirigimos a usted para informarle en calidad de integrantes de la Terna Evaluadora de la fase 4 que corresponde a la presentación y defensa del informe individual final del Ejercicio Profesional Supervisado por la estudiante T.A.E. **Cecilia Alejandra Galeano Maldonado**, carné 93-40485 de su trabajo denominado: **"Implementación de un Programa de Telemarketing y Manual de Puestos y Funciones en Cámara de Comercio Filial Suchitepéquez"**, indicándole que se realizaron las correcciones respectivas a criterio de cada evaluador las cuales fueron ejecutadas a satisfacción de la terna evaluadora.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, la terna evaluadora le solicita proseguir con el trámite respectivo. Sin otro particular, nos suscribimos de usted,

Atentamente,

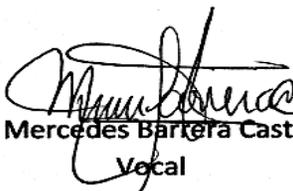
ID Y ENSEÑAD A TODOS



Msc. Jaime Morales
Presidente



Dr. José Alfredo Castro Loarca
Secretario



Lcda. Mercedes Bartera Castañeda
Vocal

C./cepsae
Estudiante
Archivo.

**ACTIVIDADES DE DOCENCIA Y EXTENSIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVIZADO**

FOTOGRAFÍAS DE LA ACTIVIDAD:

**TALLER DE MANUALIDADES IMPARTIDO A GRUPO DE MUJERES DE ZUNILITO
SUCHITEPEQUEZ.**

FOTO No. 1



FOTO No. 2



FOTO No. 3



FOTO No. 4



FOTOGRAFIAS DE LA ACTIVIDAD:

TEMA TRABAJO EN EQUIPO IMPARTIDO A ALUMNOS DEL 5º. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CODESI

FOTO No.5



FOTO No. 6



FOTO NO. 7



FOTO No. 8



EXTENSIÓN Y SERVICIO A LA COMUNIDAD: FOTOGRAFÍAS DE VISITA Y DONACIÓN DE MATERIAL DE MANUALIDADES A FUNDACIÓN VIDA PLENA

FOTO No. 9

FOTO No. 10



FOTO No. 11

FOTO No. 12



FOTO No. 13

FOTO No. 14



FOTOGRAFÍAS DE LA ACTIVIDAD: MEJORAMIENTO E IMAGEN DE CÁMARA DE COMERCIO FILIAL SUCHITEPÉQUEZ ENTREGA DE MISIÓN Y VISIÓN

FOTO No. 15



FOTO No. 16



FOTO No. 17



FOTO No. 18



FOTO No. 19



FOTO No. 20

