



Educación
Secretaría de Educación Pública



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO

NOMBRE DEL PROYECTO
DESARROLLO DE UN CATALÓGO DIGITAL DE PRODUCTOS DEL
DEPARTAMENTO DE ABARROTES Y JUGUETERÍA.

OPCIÓN QUE CORRESPONDA
TITULACION INTEGRAL INFORME DE RESIDENCIA PROFESIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:
MAGALI GÓMEZ LÓPEZ

NOMBRE DEL ASESOR:
ROBERTO ARIEL JIMÉNEZ VELAZCO

APIZACO, TLAX. AGOSTO-DICIEMBRE 2018.



Apizaco, Tlax., 09/Diciembre/2025

ASUNTO: **Liberación de Proyecto para Titulación Integral.**

CECILIA YARELLY ARREGUIN LARA
JEFA DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES
P R E S E N T E.

Por este medio le informo que ha sido liberado el siguiente proyecto para la Titulación Integral:

a) Nombre del Egresado:	MAGALI GÓMEZ LÓPEZ
b) Carrera:	INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
c) Número de Control	13370157
d) Nombre del proyecto	DESARROLLO DE UN CATÁLOGO DIGITAL DE PRODUCTOS DEL DEPARTAMENTO DE ABARROTES Y JUGUETERÍA.
e) Producto	TITULACIÓN INTEGRAL INFORME DE RESIDENCIA PROFESIONAL

Agradezco de antemano su valioso apoyo en esta importante actividad para la formación profesional de nuestros egresados.

ATENTAMENTE

Excelencia en Educación Tecnológica®

Pensar para Servir, Servir para Trascender


MTRA. NORMA ANGÉLICA AGUIÑAGA SÁNCHEZ
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS

NAAS/mcvh



		
LIC. ROBERTO ARIEL JIMÉNEZ VELAZCO Asesor	MTRA. NASHELY HERNANDEZ ESCOBAR Revisor	LIC. HECTOR LOPEZ HUERTA Revisor

Av. Instituto Tecnológico No. 418. San Andrés Ahuashuatepec.
Municipio de Tzompantepec. Tlaxcala. Mex. C.P. 90491 Tel. (241)
4172010 Ext. 105, e-mail: cea@apizaco.tecnm.mx tecnm.mx



Educación
Secretaría de Educación Pública



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO.



Instituto Tecnológico de Apizaco
División de Estudios Profesionales

Tzompantepec, Tlaxcala, 29/Enero/2026

MAGALI GÓMEZ LÓPEZ
EGRESADO(A) DE LA CARRERA DE INGENIERÍA ADMINISTRACIÓN
CON NÚMERO DE CONTROL 13370157.
P R E S E N T E.

Por este medio, me permito informar a usted que por aprobación de la comisión revisora asignada para valorar el trabajo que mediante la opción **TITULACIÓN INTEGRAL INFORME DE RESIDENCIA PROFESIONAL** y cuyo tema es: **“DESARROLLO DE UN CATÁLOGO DIGITAL DE PRODUCTOS DEL DEPARTAMENTO DE ABARROTES Y JUGUETERÍA”**, conforme a lo establecido en el procedimiento para la obtención del Título Profesional en el Instituto Tecnológico, la División de Estudios Profesionales a mi cargo le otorga la:

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Debiendo entregar **1 USB** del mismo, apropiadamente empastados, a la brevedad, para presentar su Acto de Recepción Profesional.

Sin otro particular por el momento me despido.

A T E N T A M E N T E

Excelencia en Educación Tecnológica®
Pensar para Servir, Servir para Triunfar®

CECILIA YARELY ARREGUÍN LARA
JEFA DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
TECNOLÓGICO NACIONAL
DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO
**DIVISIÓN DE
ESTUDIOS PROFESIONALES**

ccp. Archivo
CYAL/Gsc*



2026
año de
**Margarita
Maza**



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia más que a nada por todo el apoyo, el cariño, el esmero que han dedicado en mí a través de mi vida académica y personal ya que, a pesar de los momentos difíciles, ellos siempre han estado apoyándome incondicionalmente, por ese motivo y muchos más les dedico mis logros.

Agradezco también a profesores que a lo largo de mi vida académica me han brindado parte de sus conocimientos, y que también de otra manera se han creado lazos de amistad y compañerismo. Sin el conocimiento brindado por ellos yo no habría adquirido todas mis competencias para desarrollarme en el ambiente laboral, donde espero aplicar todos mis conocimientos y dar lo mejor de mí tanto laboral como personalmente.

Otras personas a las que quiero agradecer es a mis amigas y amigos que en el transcurso de este tiempo han estado presentes apoyándome, compartiendo conocimientos, compartiendo experiencias en el aula de clase y también fuera de ella, muchas veces me alentaron en momentos difíciles, motivándome a seguir adelante, a alcanzar mis metas y hoy que lo he logrado quiero darles las gracias y espero contar con ellas en un futuro así como ofrecer mi amistad incondicional en los momentos buenos pero sobre todo en momentos difíciles, puesto que es ahí donde una persona se puede dar cuenta quien te apoya incondicionalmente.

RESÚMEN

Este proyecto se realiza con el fin de mejorar aspectos importantes dentro de la organización Soriana, como son mejorar la atención al cliente, reducir tiempos muertos, ingresar al sistema un código único por producto que se maneje en cada departamento, para evitar la duplicidad de códigos. En el desarrollo de este proyecto se realizó un análisis mediante encuestas, análisis de gráfica, así como su interpretación, además de la elaboración de un prototipo del catálogo digital de cada uno de los departamentos, abarrotes y juguetería de dicha empresa.

Esto con el objetivo de que el cliente, que es un aspecto fundamental para cualquier empresa, reciba de la atención que el cliente requiere para sentirse a gusto con su compra, es decir, el cliente quede satisfecho con el servicio o producto que reciba, así de esta manera el cliente vuelva nuevamente a Soriana.

Otro factor importante por el que se realizó el proyecto es por el capital humano de la empresa, puesto que es quien brinda la atención al cliente, si ofrece un mal servicio, entonces ya perdió el cliente la satisfacción, puesto que el trato que recibe también influye en el proceso de compra; generalmente cuando una persona no se encuentra motivada, no ofrecerá un servicio de calidad, por lo que un incentivo más es parte de la satisfacción del personal, es por esta razón que nos enfocamos también en la productividad del cajero, además, durante todo el proceso de compra, línea de cajas es el último punto donde el cliente llega y donde espera encontrar la satisfacción del resultado de su compra. Por lo que este punto final es el más imperante de todos y si el cliente no obtiene lo que quiere, no será una compra exitosa, el hecho de hacerlo esperar durante unos minutos o un tiempo prolongado hace perder la satisfacción de su compra.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	4
RESÚMEN	5
ÍNDICE.....	6
INTRODUCCIÓN	9
CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y DEL ÁREA DEL TRABAJO.....	10
1.1 INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	10
1.1.1 MISIÓN.....	10
1.1.2 VISIÓN	10
1.1.3 VALORES.....	10
1.1.4 POLÍTICAS.....	11
1.1.5 FINANZAS RESPONSABLES	11
1.1.6 ORGANIGRAMA.....	12
1.1.7 DIRECCIÓN	12
1.1.8 MAPA.....	12
1.2 PUESTO O ÁREA DE TRABAJO.....	13
1.2.1 Línea de cajas.....	13
1.2.2 Funciones del cajero	13
1.3 PROBLEMAS A RESOLVER	14
1.3.1 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	14
1.3.2 PRODUCTIVIDAD	14
1.3.3 DISMINUIR LA CANTIDAD DE PRODUCTOS DEL ÁREA DE CHECADO.	15
1.4 OBJETIVOS	15
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	15
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	15
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	16
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	17
2.1 FUNDAMENTACIÓN	17
2.2 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES	18
2.3 IMPORTANCIA DEL CATÁLOGO	18
2.4 ANTECEDENTES.....	19
CAPITULO III: DESARROLLO, PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS	23
3.1 NOMBRE.....	23
3.2 OBJETIVO DEL PROYECTO.....	23

3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	23
3.4 DELIMITACIÓN.....	23
3.5 DESCRIPCIÓN DETALLADA DE ACTIVIDADES	23
3.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	25
3.7 PROCEDIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES.....	26
CAPITULO IV: RESULTADOS	28
4.1 PROTOTIPO DEL CATÁLOGO DIGITAL DE PRODUCTOS DEL ÁREA DE ABARROTES Y JUGUETERÍA.....	28
4.2 RESULTADO DEL DISEÑO DEL CATÁLOGO	30
4.3 APLICACIÓN DE ENCUESTAS	32
4.4 INTERPRETACIÓN DE GRÁFICAS.....	33
CAPITULO V: CONCLUSIONES, COMPETENCIAS, FUENTES Y ANEXOS	39
5.1 CONCLUSIÓN	39
5.2 COMPETENCIAS DESARROLLADAS	40
5.3 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	42
5.4 ANEXOS	43
Anexo 1 ANÁLISIS FODA	43
Anexo 2 ENCUESTA PARA CLIENTES	44
Anexo 4 RESULTADOS DE ENCUESTAS	46
Anexo 5 CARTA DE AUTORIZACIÓN	66

FIGURA No. 1 MAPA DE SORIANA (GOOGLE (2025). PLAZA SENDERO ESCOBEDO [MAPA]. GOOGLE MAPS.). -----	12
FIGURA No. 2 PANTALLA EMERGENTE DE LA BARRA DE BÚSQUEDA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019). -----	19
FIGURA No. 3 CONTINUACIÓN DEL LISTADO DE MANZANA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019). -----	20
FIGURA No. 4 TECLADO UTILIZADO EN LÍNEA DE CAJAS. (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019). -----	20
FIGURA No. 5 FUNCIÓN FV (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019)-----	21
FIGURA No. 6 BÚSQUEDA POR NOMBRE DEL PRODUCTO (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019). -----	21
FIGURA No. 7 DEVOLUCIONES DEL ÁREA DE CHECADO (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019). -----	26
FIGURA No. 8 OFERTA DEL DÍA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019) -----	28
FIGURA No. 9 SORITIKETS (FOTOGRAFIA TOMADA POR EL AUTOR, 2019) -----	29
FIGURA No. 10 SORITIKETS (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019)-----	29
FIGURA No. 11 LISTADO DEL PRODUCTO, RESULTADO DE LA BÚSQUEDA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019). -----	30
FIGURA No. 12 RESULTADO DE UN PRODUCTO EN ESPECÍFICO (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019). -----	31
FIGURA No. 13 RESULTADO DEL COMANDO FV+"NOMBRE DEL PRODUCTO" (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019) -----	31
FIGURA No. 14 RESULTADOS GENERALES DE LA ENCUESTA APLICADA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019). -----	33
FIGURA No. 15 RESULTADOS PREGUNTA 1, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019). -----	34
FIGURA No. 16 RESULTADOS PREGUNTA 2, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019). -----	34
FIGURA No. 17 RESULTADOS PREGUNTA 3, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019). -----	35
FIGURA No. 18 RESULTADOS PREGUNTA 4, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019). -----	35
FIGURA No. 19 RESULTADOS PREGUNTA 5, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019). -----	36
FIGURA No. 20 RESULTADOS PREGUNTA 6, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019). -----	36
FIGURA No. 21 RESULTADOS PREGUNTA 8, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019). -----	37
FIGURA No. 22 RESULTADOS PREGUNTA 10, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019). -----	38

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se realizó con el objetivo de mejorar el servicio en Administración Soriana S.A de C.V, dirigiéndose principalmente al cliente, eliminando tiempos muertos mediante un catálogo digital de productos de los departamentos de abarrotes y juguetería, que se generan al esperar un código de barras de algún producto. La implementación del catálogo digital beneficia tanto a clientes como a cajeros. Al reducir los tiempos de espera, los clientes obtienen una mayor satisfacción con su compra y se minimiza la posibilidad de que abandonen sus productos. Para el cajero, esto se traduce en un aumento significativo de la productividad y, para la tienda, se evita el problema operativo y de costos que implica recoger y reubicar los artículos dejados en el área de checado.

Con la realización de este proyecto se logrará que la empresa sea competitiva con respecto de las demás empresas de su entorno. La investigación se enfoca principalmente en la satisfacción del cliente, esperando que mediante la realización de este proyecto se obtengan mejores resultados al medir este indicador.

Todo este proceso surge desde el momento en el que se está registrando el producto por lo que se espera que al tenerlo registrado en el sistema pueda localizarse de manera rápida y sencilla además, no sólo se podrá buscar el producto, si por alguna razón el producto lleva el código pero no pasa en el escáner, es suficiente con teclear el código y de inmediato sale el producto en pantalla para que con la tecla ENTER sea seleccionado, evitando llamar al encargado de departamento para verificar o llevar un código a línea de cajas. Ahorraría tiempo tanto para el cliente como para el cajero.

Línea de cajas es parte de la presentación final de la empresa, por lo que brindar una buena atención al cliente mejoraría la imagen de la misma, en ocasiones no es el factor humano el problema, también los procesos, la tecnología, dificultan un poco la realización de las actividades. Por lo que la relación máquina-humano debe estar perfectamente coordinada para obtener mejores resultados.

En este proyecto se pretende crear un prototipo con la idea principal del problema para resolver el mismo, esperando se logre ajustar a las necesidades de la empresa y a su vez supere los objetivos planteados.

Como resultado se espera obtener un beneficio tanto para la empresa como para el cliente, así como también al personal que labora en la sucursal. Para lo que se realizará un estudio bien detallado del problema y la posible solución del mismo en el menor tiempo posible.

CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y DEL ÁREA DEL TRABAJO.

1.1 INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Administración Soriana S.A. de C.V. es una cadena de supermercados y tiendas departamentales, que opera en diferentes formatos, donde se encuentra principalmente, Soriana Mercado, Soriana Super y Soriana Hiper, cada uno diseñado para satisfacer las necesidades de consumo del cliente, ofrece productos como abarrotes, frescos, ropa, productos para la salud entre otros, además de servicios básicos. La empresa objeto de estudio se encuentra en el formato Soriana Hiper, por la cantidad de clientes, productos y ventas es mucho mayor que un Soriana Mercado, por ejemplo.

Línea de cajas es el último punto de contacto entre el cliente y Soriana, por lo que es el punto más importante debido a que es la última impresión del cliente, por lo que el objetivo principal es que el cliente tenga una experiencia satisfactoria,

1.1.1 MISIÓN

Satisfacer las necesidades de productos y servicios de las comunidades donde estamos presentes, fomentando en cada uno de nosotros nuestra filosofía y valores, para asegurar una relación permanente y valiosa con nuestros clientes, colaboradores, proveedores, accionistas, comunidad y medio ambiente, obteniendo de esta manera una adecuada rentabilidad y garantizando así nuestra permanencia y crecimiento.

1.1.2 VISIÓN

Servir cada vez a un mayor número de comunidades como líder, al ofrecer la mejor experiencia de compra para el cliente y el mejor lugar para trabajar nuestros colaboradores, derivado de una constante innovación.

1.1.3 VALORES

En soriana sabemos que la única forma de lograr nuestras metas es a través de crear condiciones para que nuestros colaboradores se sientan felices, auto realizados y orgullosos de vivir nuestros valores y este es nuestro manifiesto.

1. Somos correctos y amables.
2. Un solo equipo con la misma meta: deleitar al cliente.
3. Cumplimos con los resultados.
4. Nos anticipamos e innovamos.
5. Estamos comprometidos con soriana.

1.1.4 POLÍTICAS

Accionistas y directivos.

Como parte de nuestro compromiso de proteger los intereses de nuestros accionistas y mejorar el valor de su inversión, soriana cumple con los más altos estándares éticos, manteniendo en cada transacción realizada una conducta legal. Nos comprometemos a desarrollar nuestras operaciones siempre teniendo en cuenta los principios necesarios para cumplir cabalmente con las atribuciones y responsabilidades que nos ha conferido o empresa, y proporcionar información vigente, clara, veraz y equitativa.

1.1.5 FINANZAS RESPONSABLES

Es necesario contar con un registro contable confiable y preciso de todo el quehacer financiero de la empresa, para poder asumir la responsabilidad en nuestras decisiones. Para hacer del registro un sistema efectivo y que contribuya a las finanzas responsables, se deben mantener tanto libros contables como cuentas en total concordancia con el sistema de control interno de la empresa. De igual forma, no se podrá conservar cuentas no registradas en los libros de contabilidad de soriana. Por ningún motivo se debe alterar o falsear una cuenta o cualquier tipo de documento.

En caso de ser consultado por el Comité directivo o auditores internos o externos, señale toda la información que pueda ser importante, sin eliminar ningún dato de su reporte. Responda siempre de la forma más clara posible.

Es su deber mantener debidamente los documentos, requeridos por la ley, órdenes judiciales y todas las políticas internas de retención que apliquen, así como también los documentos relacionados a la contabilidad, controles internos de auditoría y similares, que la ley exige a soriana conservar.

En caso de sospechar que los controles internos de soriana están tratando de ser evadidos, dele seguimiento e informe al Departamento de Auditoría Interna.

Si un documento tiene una procedencia dudosa o le parece poco claro, por ejemplo, un informe financiero inconsistente, no lo firme haya asegurarse de que este correcto.

Con respecto a la asignación del precio de los productos, siga siempre las normas establecidas por soriana para tales efectos.

1.1.6 ORGANIGRAMA

Anexo 3 ORGANIGRAMA ADMINISTRACIÓN SORIANA S.A. DE C.V. muestra el organigrama de la empresa.

1.1.7 DIRECCIÓN

Av. Sendero Norte Poniente y Pról. Alfonso Reyes
No. 130
Código postal 66050
Tel. (81) 832900 Ext. 5116148

1.1.8 MAPA

FIGURA No. 1 Se muestra el mapa de la ubicación de Administración Soriana S.A. de C.V. en el estado de Nuevo León.

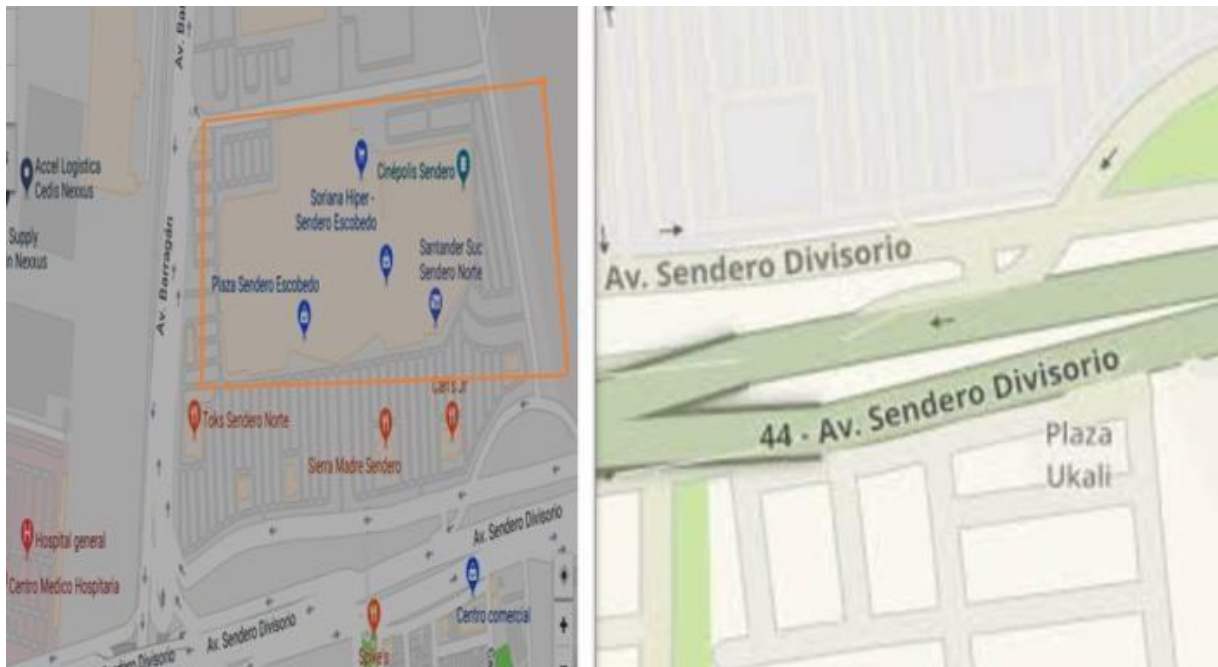


FIGURA No. 1 MAPA DE SORIANA (GOOGLE (2025). PLAZA SENDERO ESCOBEDO [MAPA]. GOOGLE MAPS.).

1.2 PUESTO O ÁREA DE TRABAJO

1.2.1 Línea de cajas

Área donde se encuentran las cajas registradoras y el personal de cobro, es decir los cajeros y empacadores; es el final del recorrido de compra justo antes de salir, la función principal de esta área es realizar el cobro de los productos, aplicar promociones o descuentos, recibir los pagos en sus distintas modalidades, y entregar el comprobante de compra, es decir el ticket.

En dicha área el encargado de realizar el cobro al cliente es el cajero, sin embargo, también están como responsables dos supervisores por turno y un jefe del área línea de cajas, además de corresponder también a la misma el área de paquetería e informes. Soriana maneja dos turnos rotativos por semana para cajeros, tres turnos para paqueteros, un personal destinado al área de paquetería e informes, y un cajero más para el área de cocina.

Cajas es el último punto de contacto con el cliente, por lo que influye directamente de manera positiva o negativa a su experiencia de compra y a la percepción del servicio, como se menciona en el libro ***“los siete secretos de servicio al cliente”***, una actitud positiva, rapidez y eficiencia, el buen trato, sin importar el día, el empleado o la sucursal, genera la confianza y fidelidad del cliente, puesto que su tiempo también es valioso, el servicio debe ser ágil, cortes, sin errores, y con soluciones para mejorar su experiencia.

1.2.2 Funciones del cajero

Actividades como cajero

- Verificar que su caja este limpia, ordenada, así como pasar a caja general por su fondo (dinero que proporciona caja general para abrir caja con efectivo y en cambio); este es recogido por el supervisor en cierto horario y entregado a caja general.
- Abrir caja
- Realizar el proceso de compra y venta.
- Entregar el sobrante realizado en los arqueos realizados; dos arqueos por turno. Si es faltante se realiza un cargo al cajero para ser pagado o descontado en nómina.
- Canalizar al cliente con el área o personal adecuado para resolver sus dudas o inquietudes.
- Resguardar el dinero, hasta que sea recolectado por caja general.
- Evitar largas filas.
- Llamar al supervisor si se presenta algún problema.
- Realizar el cierre de caja y entregar su corten.

Proceso de compra

1. Dar el saludo de cortesía al cliente y retro alimentar la compra preguntando si encontró lo que buscaba.
2. Marcar el artículo
Pasar los artículos por el escáner para que sea leído el código de barras, si es un producto sin código de barras o el código no es legible, se ingresa de manera manual. Esta actividad la debe realizar en un buen tiempo para obtener su productividad y para la satisfacción del cliente.
3. Verificar marcación
Verificar en pantalla que el artículo ha sido marcado, verificar el precio y si tiene alguna oferta o promoción. Que la cantidad de artículos de un mismo tipo sean correctos.
4. Hacer el corte de cuenta y proporcionar al cliente la cantidad a pagar.
5. Recibir la forma de pago proporcionada por el cliente y a si mismo entregar el cambio y ticket correspondiente.
6. Agradecer al cliente por su compra y retro alimentar con que vuelva pronto.

1.3 PROBLEMAS A RESOLVER

1.3.1 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Como prioridad tenemos o satisfacción del cliente puesto que, como toda empresa competitiva, este aspecto es algo fundamental, si tenemos un cliente insatisfecho significa que afecta en varios aspectos en la empresa, por ejemplo, las malas recomendaciones del servicio, esto genera que se vaya de boca en boca, lo cual afecta de manera directa o indirecta a la empresa, puesto que la competencia está a la vanguardia, con el propósito de mejorar en cuanto a su entorno.

1.3.2 PRODUCTIVIDAD

El hecho de que el cajero espere a que le verifique un precio o un producto emplea parte del tiempo en esperar, por el hecho de que el cliente espere su respuesta a su problema o porque no quiere que se le cobre hasta que le den el producto que desea llevar, esto disminuye el tiempo en la marcación de productos lo que ocasiona el bajo rendimiento en productividad, lo que lograremos con la implementación de este proyecto es aumentar la misma y con esto beneficiar a los cajeros de soriana.

1.3.3 DISMINUIR LA CANTIDAD DE PRODUCTOS DEL ÁREA DE CHECADO.

Cuando un cliente espera por mucho tiempo, la mayoría de las veces deja el producto en línea de cajas, lo que ocasiona que se genere gran cantidad de artículos en esta área y posteriormente tengan que separarse y regresar la mercancía a cada uno de sus departamentos. Esto genera duplicidad del trabajo debido a que esta actividad se realiza varias veces al día, en su mayoría generando gran cantidad de artículos dejados del departamento de abarrotes y juguetería.

Lo que se pretende evitar con esta propuesta, es principalmente disminuir la cantidad de artículos que se dejan en línea de cajas y que el cliente adquiera el producto logrando así su conformidad con la compra.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Beneficiar a la empresa implementando mejoras en aspectos donde se pueden encontrar oportunidades para ser una empresa líder en su ramo, logrando así poner atención en nuestro principal factor que es el cliente y el capital humano.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- I. Ahorrar tiempo al cliente y al cajero.
- II. Lograr un servicio de calidad.
- III. El encargado de cada departamento únicamente realice sus funciones de su área, sin tener que presentarse a cada momento en línea de cajas.
- IV. Evitar hacer filas por la espera del cliente.
- V. Evitar códigos inexistentes en el sistema.
- VI. Lograr que el cliente deje menos mercancía en línea de cajas.
- VII. Agregar a un catálogo digital los productos del departamento de abarrotes.
- VIII. Agregar a un catálogo digital los productos del departamento de juguetería.
- IX. Que el cliente lleve toda su compra.
- X. Evitar una mala experiencia
- XI. Lograr la productividad de cajero al marcar rápidamente los productos.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Para cualquier empresa la satisfacción del cliente es lo más importante, si el cliente está satisfecho con su compra es probable que vuelva. Un buen producto lograra la satisfacción del mismo sin embargo el servicio también es parte fundamental puesto que si recibe una mala atención no regresara el cliente, esto es un aspecto muy importante, pero no siempre se le pone la atención adecuada, la realización de este proyecto va enfocada a la satisfacción del cliente, con lo que se lograra ahorrar tiempo e incomodidad para el mismo.

Las empresas buscan satisfacer las necesidades y deseos de su mercado meta, por lo que están mejorando día a día, cambiando de estrategias y métodos para lograr sus objetivos, si una empresa se niega al cambio es muy probable que fracase en cierto ciclo de su vida, a pesar de que muchas empresas han subsistido a lo largo de su vida y se encuentran en un punto en el que aún no se ve a futuro su declive, nunca está de más el estar a la vanguardia, innovando, buscando estrategias, publicitando sus productos o servicios dependiendo a su giro.

Es por esa razón tan importante, hay que buscar dentro de la empresa aspectos débiles en los que se pueda mejorar, el buscar estrategias para cambiar, comenzando por el objetivo principal que es el cliente y el capital humano, para poder innovar y sobre salir en nuestro entorno. Ese es el objetivo de la propuesta planteada.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN

El presente capítulo tiene como finalidad fundamentar el desarrollo del catálogo digital de productos del departamento de abarrotes y juguetería. En la actualidad la digitalización ha transformado la manera en que los clientes interactúan con los productos, facilitando el acceso a la información, precios y promociones.

Un catálogo digital se presenta como una herramienta para mejorar la experiencia de compra, ayuda a mejorar el manejo de inventarios. Es un medio electrónico que organiza y presenta productos o servicios con información detallada, imágenes, precios, accesible desde un dispositivo conectado a internet. De acuerdo con **Torres (2021)**, *un catálogo digital “permite la visualización de los productos de manera interactiva, dinámica, y en tiempo real, contribuyendo a la decisión de compra del consumidor”*.

Además de la facilidad para el cliente de obtener información de cualquier producto existente en la tienda, se está obteniendo otros datos reales como que productos son los más vendidos, cual es el horario más frecuente de demanda, cuantas visitas puede tener el sitio web, es decir que tanto de la población está interesada en algún producto de la tienda, incluso si no realizó ninguna compra, pero ya realizó alguna visita a la página.

Esta herramienta del marketing digital permite expandir a diferentes zonas, sin la necesidad de colocar sucursales físicas, puede abarcar a nivel regional, nacional o internacional, dependiendo del negocio, actualmente ya no es una opción, es una necesidad estratégica que permite a cualquier tienda ser más rentable para incrementar las ventas, reducir costos y mejorar la experiencia del cliente.

Cuando se tiene un sistema obsoleto de cobro en tiendas físicas, se hace lento el proceso de pago, las transacciones que realiza el cliente se tardan más por lo que se generan largas filas, el cliente se impacienta con riesgo de perder la compra por tiempos excesivos. Al momento de realizar el cobro y ser un sistema lento se puede generar errores de cobro o productos mal registrados, duplicados e incluso no marcados, el hecho de ser sistemas o equipos viejos genera gastos en reparaciones constantes, contratar personal para dichas reparaciones, por lo que se identifica la importancia de estar actualizado, y digitalizada una tienda comercial.

2.2 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

Un catálogo digital presenta las siguientes características:

- Accesibilidad desde un dispositivo electrónico.
- Actualización constante de precios, productos o promociones.
- Diseño visual e interactivo.
- Está integrado al sistema de inventarios y al punto de venta.

2.3 IMPORTANCIA DEL CATÁLOGO

Un catálogo digital se ha convertido en una herramienta esencial, más del 70% de los consumidores mexicanos consulta información digital antes de realizar compras en tiendas física o en línea. En tienda Soriana contar con un catálogo digital impulsaría la venta tanto en tienda física como en línea.

La digitalización es el proceso mediante el cual las empresas adoptan herramientas tecnológicas para optimizar su operación, en el ámbito de los supermercados, este proceso incluye la automatización de los inventarios, cajas de autoservicio y catálogos digitales. De acuerdo con **López Olivencia (2023)**, *“la digitalización permite a los supermercados ofrecer una atención eficiente, adaptada a las nuevas tendencias del consumo inteligente”*.

El departamento de abarrotes cuenta con una amplia variedad de productos desde lo más básico como arroz, frijol, azúcar, etc., mientras que por su parte juguetería cuenta con productos de lujo o no esenciales recreativos o hasta educativos. Ambos departamentos requieren de actualizaciones debido a la variación de precios y temporadas, así como la comparación de precios entre marcas y presentaciones.

Implementar un catálogo digital en los departamentos de abarrotes y juguetería ofrece ventajas como eficiencia operativa, accesibilidad, actualización constante, sostenibilidad y competitividad. Esta herramienta mejora la experiencia del cliente y fortalece la modernidad.

La teoría del marketing digital se centra en el uso de medios digitales para comunicar y proporcionar productos, gestión de la información permite organizar y presentar datos eficientemente, el comercio electrónico integra catálogos digitales con plataformas de compra en línea.

2.4 ANTECEDENTES

Empresas líderes como Walmart, Chedraui, etc. Han implementado catálogos digitales que muestran productos, precios, y promociones, factor clave para crecer, competir y sobrevivir en el mercado, que cada vez se ha vuelto más dinámico, ofrecer canales digitales permite, responder dudas al instante, otorgar información al cliente, y retroalimentar cualquier posible compra futura, además de ser un medio económico, diferente a las papeletas, revistas o demás propaganda tradicional con promociones o productos de las tiendas, que generan costos de impresión y que no necesariamente el cliente se interesara en leer o verificar.

En Soriana existe un catálogo digital de productos, pero únicamente del área de frutas y verduras que mediante el comando FV se busca en el sistema el producto, este se selecciona de acuerdo a pieza o kilo, no todos los productos, aunque sean piezas o por kilo se marcan igual, depende de la manera en que está ingresado en el sistema, por ejemplo, una pieza de piña se marca por kilo, o una red de naranja se marca por el código en red y no por kilo, si fuera llevada a granel, si se marca por kilo. La [FIGURA No. 2](#) muestra la pantalla emergente de la búsqueda de manzanas.



FIGURA No. 2 PANTALLA EMERGENTE DE LA BARRA DE BÚSQUEDA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR,2019).

Una vez escrito la palabra en el buscador, se despliega una lista de la variedad de productos por ejemplo si escribo manzana, se despliega la lista de:

Manzana Breaban
Manzana Fungi
Manzana gannit smit
Manzana Rome Beaut

En la **FIGURA No. 3** se muestra la continuación del listado de la búsqueda, es decir, del listado de manzana.

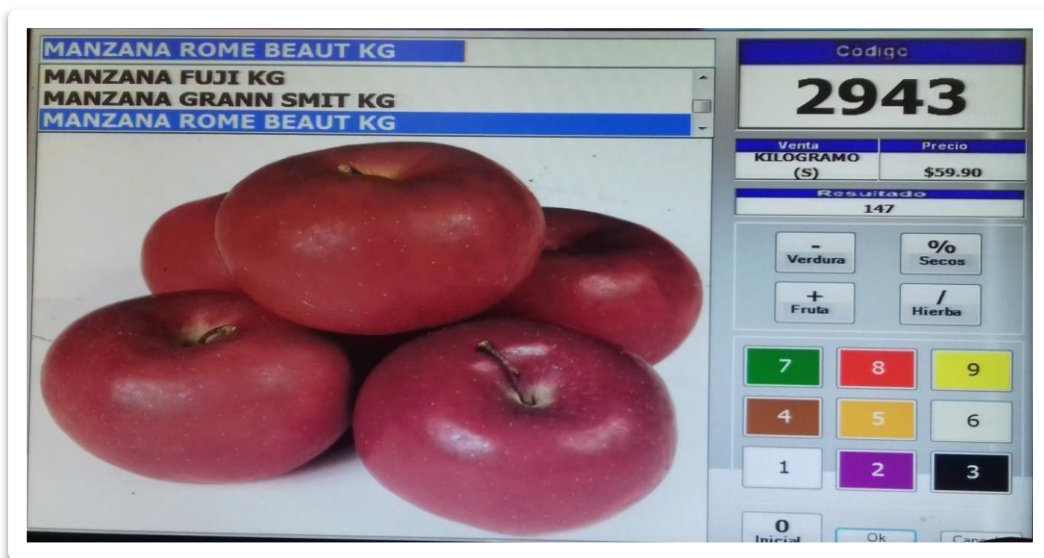


FIGURA No. 3 CONTINUACIÓN DEL LISTADO DE MANZANA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

Una vez desplegada la lista se selecciona el producto a marcar y muestra la imagen del mismo, el código al que pertenece, para ser marcado sin necesidad de estar buscando en el sistema, únicamente se digita en la barra de búsqueda y con la tecla ENTER se marca, además también muestra su unidad de medida y el precio. Si se desea marcar solo se presiona la tecla ENTER y si no se presiona la tecla BORRAR.

FIGURA No. 4, teclado para el uso del sistema, mediante el cual se realizan las funciones de búsqueda.



FIGURA No. 4 TECLADO UTILIZADO EN LÍNEA DE CAJAS. (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

Se presiona en el teclado las teclas SHIFT+F+V y se genera la lista para buscar la fruta o verdura según corresponda, es decir:

1. SHIFT+F+V, FIGURA No. 5 la función FV, realiza la búsqueda de la fruta o verdura que se está buscando.

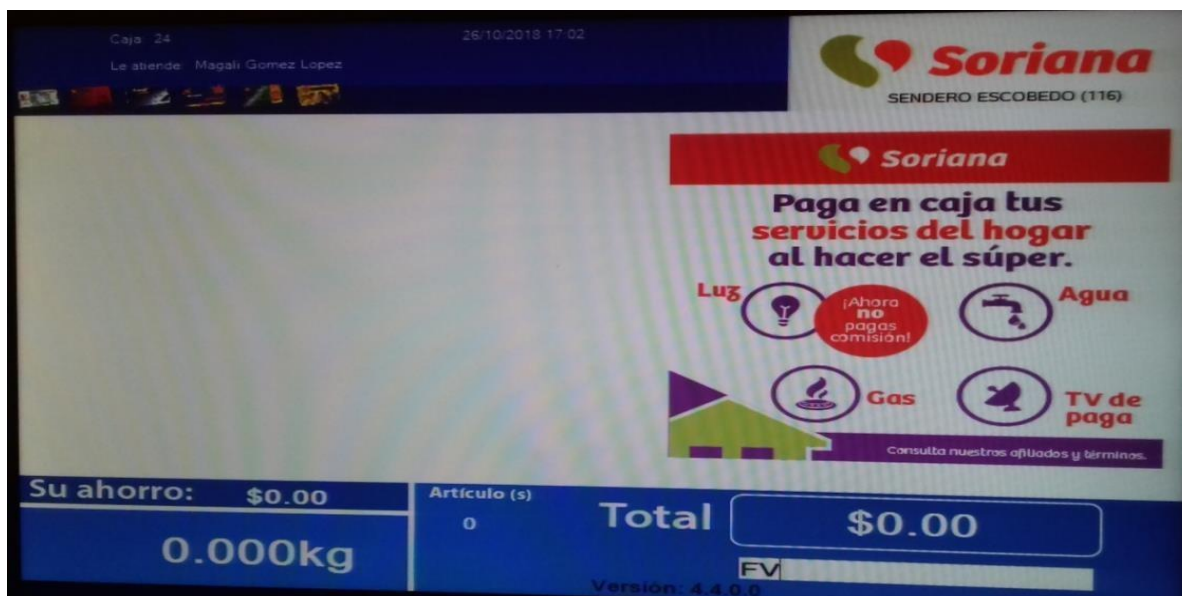


FIGURA No. 5 FUNCIÓN FV (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

2. SHIFT+CHILE MIRASOL GRANEL, como se visualiza en la FIGURA No. 6.

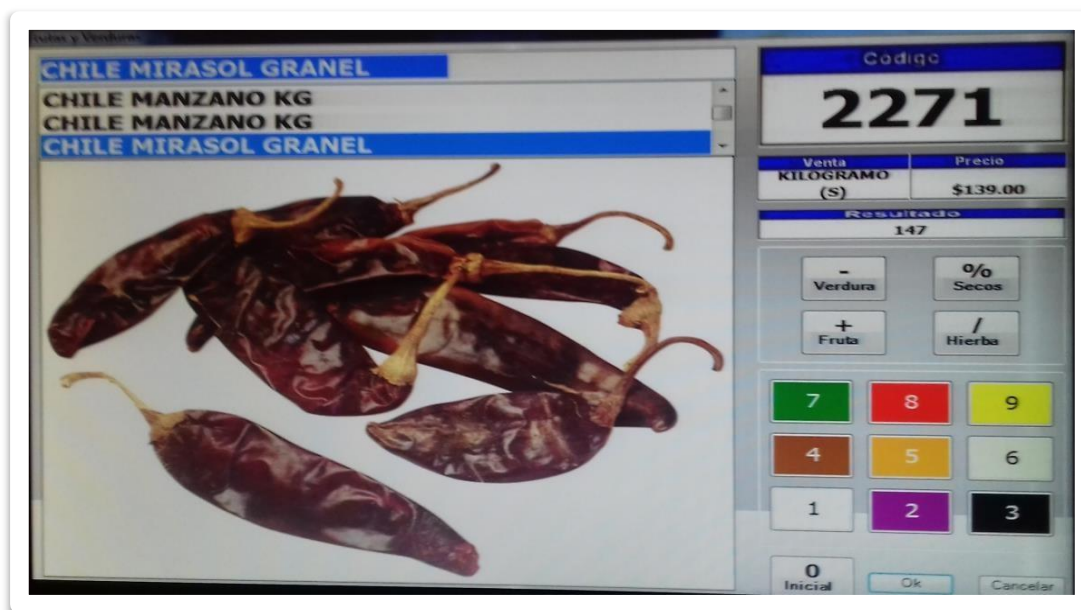


FIGURA No. 6 BÚSQUEDA POR NOMBRE DEL PRODUCTO (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

3. Aparece la imagen del chile mirasol y el código 2271 que es el que corresponde.
4. Con la tecla ENTER se selecciona
5. Se coloca el chile en la báscula para ser pesado.

El desarrollo de un catálogo para los departamentos de abarrotes y juguetería en Soriana representa una estrategia innovadora que responde a las necesidades actuales de digitalización. Además de optimizar procesos y comunicación, fortalece la sostenibilidad, competitividad, y posicionados digital de la empresa, lo cual permitiría a Soriana ser una empresa líder en el mercado.

Además de que para los cajeros es muy benéfico puesto que, sin los catálogos de producto, las personas deben memorizar los códigos de cada producto, o revisar en el listado impreso el nombre del producto y teclear el código, tenerlo de manera digital hace que sea más rápido la búsqueda del producto, es de manera fácil programar descuentos, combos, promociones, que se ven reflejados en el sistema al momento de ser marcados, sin necesidad de estar digitando algún descuento.

Para el cliente es importante el tiempo, por lo que brindarle un servicio eficiente nos brindara su presencia y satisfacción, por parte de tienda es más profesional el servicio y el nuevo personal aprende más rápido el proceso de cobro, sin necesidad de memorizar códigos o precios y sin necesidad de estar a cada momento con ellos para guiarlos en el proceso de aprendizaje, puesto que es más fácil usar la tecnología a usar las técnicas manuales de costumbre.

CAPITULO III: DESARROLLO, PROCEDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

3.1 NOMBRE

DESARROLLO DE UN CATÁLOGO DIGITAL DE PRODUCTOS DEL DEPARTAMENTO DE ABARROTES Y JUGUETERÍA.

3.2 OBJETIVO DEL PROYECTO

Beneficiar tanto a la empresa como al cliente, eliminando tiempos muertos, inconformidad por parte del cliente, disminución de actividades para cada encargado de departamento al estar asistiendo muchas veces a línea de cajas por productos que no pasa en el escáner el código o que no se encuentran registrados.

3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Es un proyecto en el que se desarrollara un prototipo del catálogo digital de todos los productos del área de abarrotes y juguetería, para que se pueda acceder desde el sistema de cajeros.

3.4 DELIMITACIÓN

El catálogo digital se enfocará únicamente al área de abarrotes y juguetería debido a que son las áreas con mayor demanda de errores en el sistema de cajeros, por lo que el cliente tiene que esperar muchos minutos para ser atendido.

3.5 DESCRIPCIÓN DETALLADA DE ACTIVIDADES

1. Identificar las áreas de oportunidad para determinar qué áreas son las más afectadas.
2. Investigar si existe un catálogo digital de productos de los dos departamentos a analizar en el proyecto, o alguna base de datos de los mismos.
3. Realizar un análisis FODA de la implementación de un catálogo de productos digital al sistema de cajeros.
4. Analizar tiempos muertos tanto de cajeros como de clientes, esto para determinar cuánto aumentaría la productividad del cajero y la satisfacción del cliente mediante la ayuda de herramientas estadísticas.
5. Identificar de qué manera son registrados los productos en los verificadores.

6. Elaborar cuestionarios para identificar aproximadamente el tiempo que se pierde en esperar el código de un producto a clientes y cajeros.
7. Obtener un listado o base de datos de todos los productos de cada departamento con el fin de unificar el código perteneciente a cada producto y evitar duplicidad en los mismos.
8. Segmentar por tipo de productos para facilitar la búsqueda del código.
9. Identificar mediante una encuesta a cajeros cuales son los productos con mayor error en el código de barras.
10. Comenzar a construir el catálogo de cada departamento para anexarlo al sistema de cajeros.
11. Realización de reportes.
12. Programar visitas del asesor.

3.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Identificar las áreas de oportunidad.	P	X																	
	R	X																	
Determinar si existe un catálogo digital de los productos del Departamento de abarrotes y juguetería.	P	X																	
	R	X																	
Análisis FODA	P		X																
	R		X																
Análisis de tiempos muertos para cajeros y clientes.	P			X															
	R				X														
Registro de productos en los verificadores.	P				X														
	R				X														
Cuestionarios a cajeros y clientes.	P				X														
	R				X														
Listado de los productos de cada departamento.	P						X												
	R							X											
Clasificar productos	P						X			X									
	R								X										
Segmentar por tipo de productos	P							X											
	R									X									
Encuesta de mayor error en productos	P							X				X							
	R												X						
Construcción de prototipo del catalogo	P									X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	R										X	X	X	X	X	X	X	X	X
Reportes	P					X						X						X	
	R					X						X							X
Entrega de prototipo del catálogo a soriana S.A. de C.V.	P																		X
	R																		X
OBSERVACIONES:																			
ENTREGA DE REPORTES	Asesor interno					Roberto Ariel Jiménez Velazco													
	Estudiante					Magali Gómez López													
	Jefe Depto.					Lic. Naharaim Romero Pérez													

3.7 PROCEDIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES

Lo primero que se procedió a hacer fue analizar si existía un problema realmente en el que se vieran afectados factores en un proceso, en este caso, el servicio brindado al cliente en línea de cajas. Se ve afectado desde el momento en el que el cliente presenta una inconformidad, o por alguna razón ya no adquiere el producto. El objetivo es que el cliente salga satisfecho y adquiera el producto. Desde otro punto de vista lo ideal sería que no se generará tanta devolución de producto.

Debido que en línea de cajas se clasifica la mercancía que es dejada en el área de chequeo por cada uno de los diferentes departamentos a los que corresponde. Como se muestra en la **FIGURA No. 7**. Esto genera que el personal ocupe tiempo en realizarlo. Además, en su defecto si el encargado de departamento no se presenta a línea de cajas cuando es llamado, supervisor o cajeros tiene que realizar el reparto.



FIGURA No. 7 DEVOLUCIONES DEL ÁREA DE CHECADO (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

Esta información se ha obtenido a través de la observación en el período de tiempo de un año, lo que se puede decir que existe este problema en línea de cajas que a su vez deriva otros más pero que a final de cuentas resulta del mismo origen del problema. Las entrevistas realizadas a cierta cantidad de clientes lo confirman en sus respuestas, algunos de cierta manera en la inconformidad al servicio, algunos clientes comprenden el hecho de que se den esta situación, pero en su mayoría desean que se les del producto que van a adquirir en el menor tiempo posible.

Una vez realizado el análisis en línea de cajas, la detección de un problema; en este caso es la insatisfacción del cliente al momento de realizar la compra de un producto, determinar cuáles son sus causas; la principal que se encontró es el error en el escaneo del producto y el precio equivocado en los productos, la posible solución; ingresar los productos en un catálogo digital similar al que tiene el sistema para cajeros de frutas y verduras, de esta manera se encontrará en el sistema registrado y será más fácil obtener un código o un precio, determinar oportunidades y los aspectos negativos; esto mediante un análisis FODA, para identificar que se puede obtener como resultado tanto positivo como negativo. Otra parte es delimitar el problema, se enfoca únicamente al área de abarrotes y juguetería porque son las áreas con más índice de devolución, al momento de recolectar el producto en cada caja se genera mayor cantidad para estos departamentos, lo cual afecta el proceso porque requiere más tiempo para ser clasificado y repartido.

Investigar si existe un catálogo digital de estos departamentos, existe un catálogo de frutas y verduras, es una manera fácil de buscar algún producto, sin embargo no todas las frutas y verduras se encuentran registradas ahí, el resto se encuentra en una lista que es colocada en cada caja, lo cual también requiere tiempo si es nuevo el cajero por la cantidad de nombre de frutas y verduras con su respectivo código que se encuentran en la lista, también los productos se encuentran registrados en el sistema puesto que al consultar el precio de algún artículo, en pantalla se despliega una ventana con el nombre del artículo, el código y las diferentes promociones que tenga en el momento, sin embargo no es fácil buscar puesto que se encuentran registrados muchos productos y generalmente no sale el producto en este proceso por lo que se sugiere se integren en un catálogo similar al de frutas y verduras.

Se elaboró un cuestionario para realizar una encuesta a clientes, para obtener información del cliente y poder comprobar la teoría, en donde se obtuvo por parte del cliente mucha información que además de saber cuál es el problema de su inconformidad, aparte de mencionar que es lo que se realiza para ser atendido, cuando se encuentra en esta situación cuánto es el tiempo que espera, si ha presentado alguna queja, que en este caso si lo hacen la mayoría pero únicamente en línea de cajas, con el cajero y de vez en cuando con algún supervisor, es uno que otro el cliente que ha presentado su queja en servicio al cliente, y por las situaciones presentadas, no se ha dado seguimiento a este problema.

Una vez identificado cuál es el problema, se propone elaborar un prototipo de lo que sería el catálogo digital, el cual contendrá la misma idea que el que ya existe de frutas y verduras cambiando un poco la imagen, puesto que la pantalla de inicio tendrá en el lado lateral derecho las promociones del día, del lado lateral izquierdo tendrá los SORITIKETS, y en la pantalla emergente se podrá buscar el código del producto o el nombre del mismo, dando la información correspondiente; nombre, código y promociones.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1 PROTOTIPO DEL CATÁLOGO DIGITAL DE PRODUCTOS DEL ÁREA DE ABARROTES Y JUGUETERÍA.

El prototipo del catálogo digital de productos de estos departamentos se genera con la idea de que no sea un sistema tan complicado y fácil de utilizar para el cajero, además de lograr los objetivos por los que será creado, como mejorar el servicio al cliente, la optimización de tiempos muertos en el área de cajas, productividad para el cajero y disminuir la cantidad de productos en el área de checado, que afecta demasiado sobre todo en temporadas altas.

Los productos están ingresados en un sistema que al momento de consultar el precio de un producto, aparece en pantalla una ventana emergente, en donde muestra el código del producto, el precio y las promociones que tiene vigentes, sin embargo, eso sucede únicamente si se consulta el precio de algún producto sea cual sea a excepción de frutas y verduras, pero al momento de buscarlos por el nombre en el sistema no aparecen, están registrados, pero no como el catálogo de frutas y verduras.

El objetivo es implementar un catálogo de los productos de estos dos departamentos al sistema para que, con sus correspondientes comandos, AB para abarrotes y JG para juguetería, los productos puedan buscarse de la misma manera.

Para mejorar el sistema del prototipo se realiza lo siguiente:

1.- Agregar en la parte lateral derecha las promociones por día, ya que soriana cuenta con las siguientes promociones que son presentadas por día con la tarje de Aprecio Soriana (tarjeta de puntos). Se ilustra gráficamente en la [FIGURA No. 8](#).



FIGURA No. 8 OFERTA DEL DÍA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

2.- En la parte lateral izquierda muestra en pantalla los Soritikets (presentados por fechas). Que se observan en la FIGURA No. 9 y FIGURA No. 10.



FIGURA No. 9 SORITIKETS (FOTOGRAFIA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).



FIGURA No. 10 SORITIKETS (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

3.- En la barra de búsqueda se puede ingresar el nombre del producto y tendrá la misma función que el de frutas y verduras, mostrará el código, el precio, la unidad de medida, promociones vigentes, descripción breve del producto.

4.- Contiene otra propiedad adicional, que es buscar por código, en donde únicamente aparecerá la imagen del producto y su descripción, así como sus ofertas vigentes. Muchas veces sucede que el escáner por alguna razón no lee el código del producto, o simplemente aparece como código inexistente, en donde cambiándolo por otro idéntico, este si se marca, lo que se pretende es que, con buscar el código, se encuentre el mismo producto y se pueda marcar de manera fácil.

4.2 RESULTADO DEL DISEÑO DEL CATÁLOGO

El resultado es digitar la barra de búsqueda el producto, por ejemplo; "Nescafé" y desglosé las diversas presentaciones del producto como la siguiente [FIGURA No. 11:](#)

NESCAFÉ		
Nescafé Clásico	50 g (frasco)	\$29
	100 g (frasco)	\$49
	200 g (frasco)	\$89
	300 g (frasco)	\$125
	1 kg (bolsa económica)	\$249
Nescafé Dolca	120 g (frasco)	\$59
	225 g (frasco)	\$105
Nescafé Tostado Oscuro	150 g (frasco)	\$79
	300 g (frasco)	\$139
Nescafé Decaf (Descafeinado)	100 g (frasco)	\$55
	200 g (frasco)	\$189
Nescafé Gold	100 g (frasco premium)	\$105
	200 g (frasco premium)	\$189
Nescafé Cappuccino / Mokaccino / Latte		\$55
Descuento 20% del 20 al 28 de octubre de 2020		

FIGURA No. 11 LISTADO DEL PRODUCTO, RESULTADO DE LA BÚSQUEDA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

Detallando al final del listado la promoción vigente para así evitar que el cajero tenga que mandar a verificar alguna promoción. Cabe mencionar que es bien preciso evitar errores administrativos, dado que se ve reflejado al final del proceso.

Al seleccionar la presentación, aparezca en pantalla la siguiente imagen; donde muestra el nombre del producto, el código de barras y el precio. [FIGURA No. 12](#).



FIGURA No. 12 RESULTADO DE UN PRODUCTO EN ESPECÍFICO (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

Otro producto del catálogo digital se muestra en la [FIGURA No. 13](#):



FIGURA No. 13 RESULTADO DEL COMANDO FV+"NOMBRE DEL PRODUCTO" (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

4.3 APLICACIÓN DE ENCUESTAS

Según información obtenida directamente en el área de cajas de Soriana (observación personal, en 2019), los clientes suelen manifestar inconformidades durante los horarios de mayor afluencia. De acuerdo con datos recabados mediante encuestas aplicadas en Soriana (entrevistas aplicadas en 2019), el 65% de los clientes reporto demoras frecuentes en línea de cajas.

Se aplico un cuestionario estructurado a cien clientes de la tienda ([ANEXO 2](#)), con el objetivo de conocer la frecuencia y consecuencias de los problemas reportados en línea de cajas, así como su impacto en el área de chequeo y en la productividad de los cajeros. La recolección de datos se llevó a cabo durante un periodo de tres semanas, en un horario continuo de 09:00 a 20:00 horas, cubriendo las distintas franjas de afluencia (mañana, tarde y cierre).

Los encuestadores (compañeros de línea de cajas) se situaron en las salidas de las cajas y entrevistaron a clientes que habían terminado su proceso de pago, se utilizó un muestreo por conveniencia sistemático (cada cliente disponible que se encuentre durante el turno) hasta completar la muestra de cien clientes. El cuestionario fue anónimo y consto de secciones sobre frecuencia de observación del problema, tipo de incidencia (filas, errores de cobro, fallas de equipo, demoras en checar, etc.), tiempo adicional estimado para la resolución del problema, factores que intervienen en la atención y sugerencias de mejora.

Se explico a cada cliente el propósito del estudio, y se solicitó su consentimiento verbal previo a la aplicación. Los datos recolectados se registraron en una hoja de datos electrónica. Antes del análisis se realizó la limpieza de datos, revisión de duplicados, respuestas abiertas y valores faltantes.

- ✓ Tamaño de la muestra:

Cien clientes (muestra limitada a tres semanas de recolección).

- ✓ Periodo y horario

Tres semanas de 09:00 a 20:00 horas, para capturar horas pico y no horas pico.

- ✓ Confidencialidad

La encuesta fue anónima y voluntaria, no se recopilaron datos personales.

4.4 INTERPRETACIÓN DE GRÁFICAS

ENCUESTA A CLIENTES

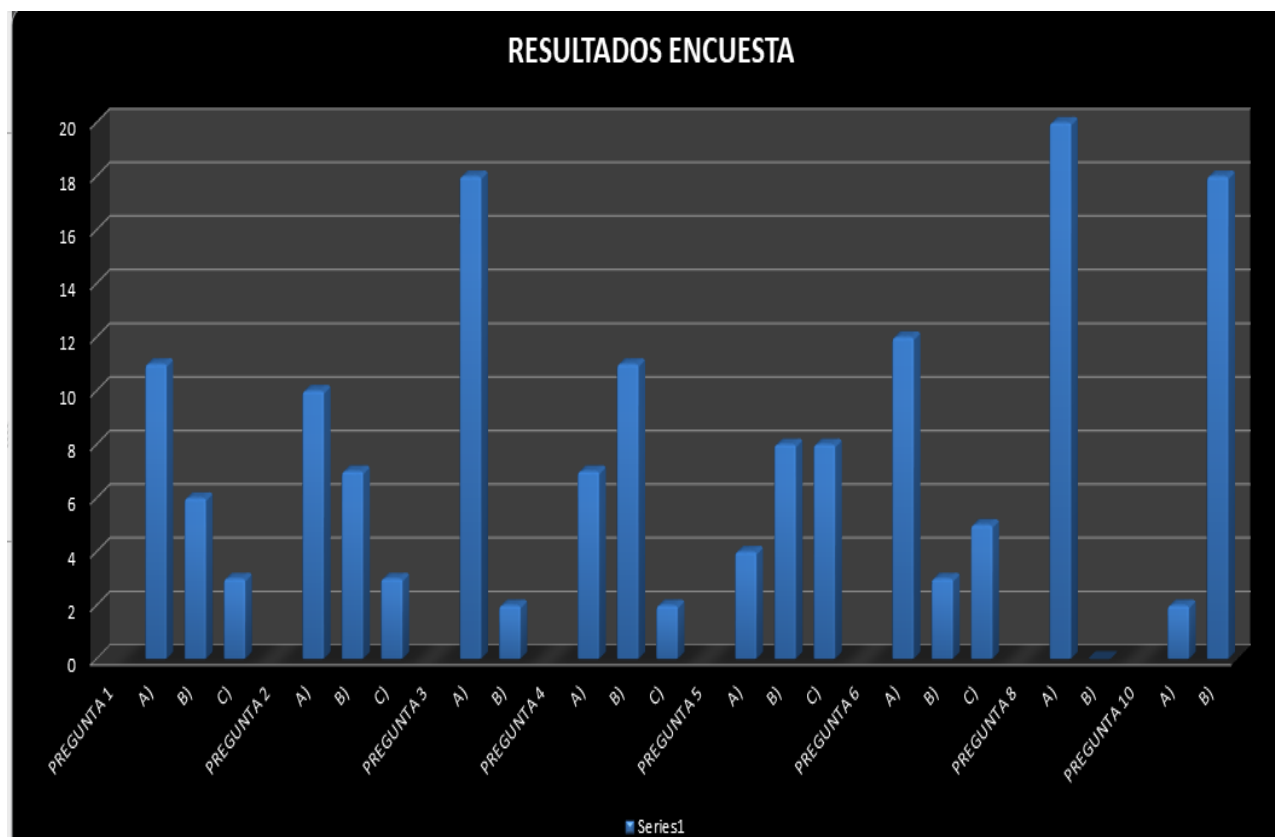


FIGURA No. 14 RESULTADOS GENERALES DE LA ENCUESTA APLICADA (FOTOGRAFÍA TOMADA POR EL AUTOR, 2019).

El objetivo de la encuesta es saber que tan frecuente se presenta en línea de cajas este problema, de otra manera únicamente se necesite una mejora, sin embargo, en este caso muchos clientes se han quejado por lo que es un aspecto a lo que se le debe prestar la atención necesaria puesto que el cliente es la razón de ser de la empresa.

Derivado de este problema surgen otros más, pero nos enfocamos a dos principalmente, ya que son los derivados en línea de cajas, el área de checado y uno de los indicadores de los cajeros, la productividad. Por lo que en el cuestionario se incluyeron preguntas para obtener información de nuestro objetivo de estudio. Son preguntas para determinar cuál es el problema, quienes intervienen para resolverlo, cuánto tiempo se requiere para resolverlo, que sugieren para mejorar y si a consecuencia de las inconformidades han presentado alguna queja. Ver [FIGURA No. 14](#).

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?

La mayor parte de los clientes de Soriana, un 55% consideran que el servicio prestado por los cajeros es bueno sin embargo un 30% considera que es regular y un 15% que es malo, esto quiere decir que hay aspectos que mejorar ya que no se va por un camino erróneo al logro de la satisfacción del cliente. Por lo que hay que mejorar para ser competitivos con el entorno. Ver [FIGURA No. 15](#) para más detalles.

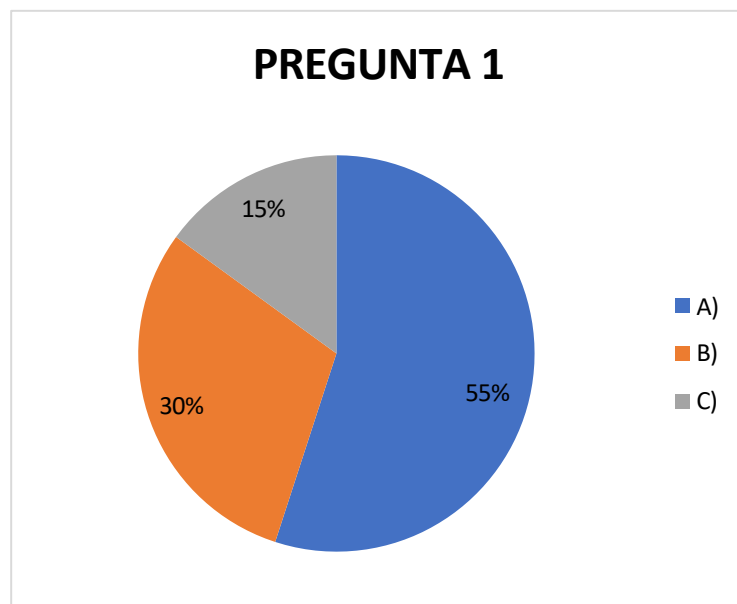


FIGURA No. 15 RESULTADOS PREGUNTA 1, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019).

2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?

El 50% de los clientes encuestados compran con frecuencia en Soriana, un 35% compra una vez por semana y un 15% compra de vez en cuando, por lo que podemos decir que el 50% está familiarizado con soriana por lo que conocen más a detalle el servicio ofrecido, y debido a esto puede dar un punto de vista más acertado a lo que es nuestro objetivo de estudio. Ver [FIGURA No. 16](#).

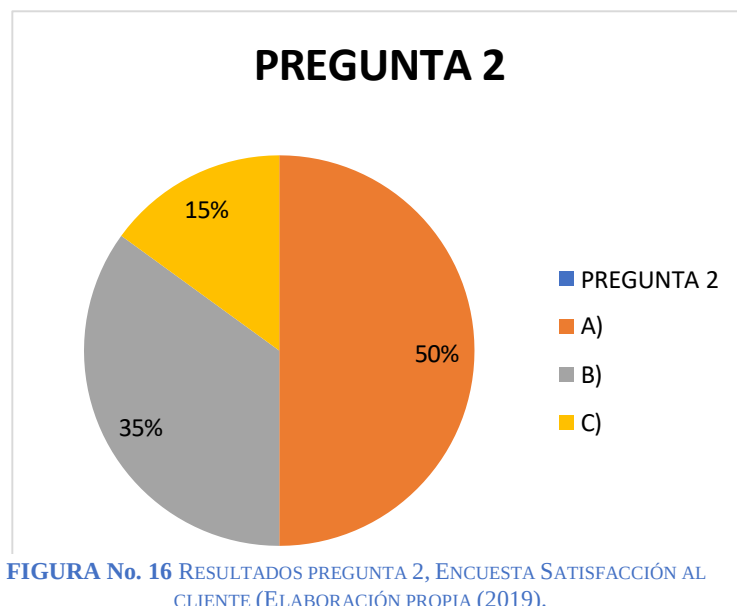


FIGURA No. 16 RESULTADOS PREGUNTA 2, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019).

3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?

Sin excepción alguna el 90% de la población se ha encontrado con productos que no son leídos por el escáner. Solo el 10% no se ha encontrado con este problema. Por lo que una teoría es que este 10% no compra con frecuencia dado que, en su mayoría por lo menos una vez si ha encontrado esta situación. No es probable, posiblemente se han encontrado con alguno, pero han quedado satisfechos con su resolución. Ver [FIGURA No. 17](#).

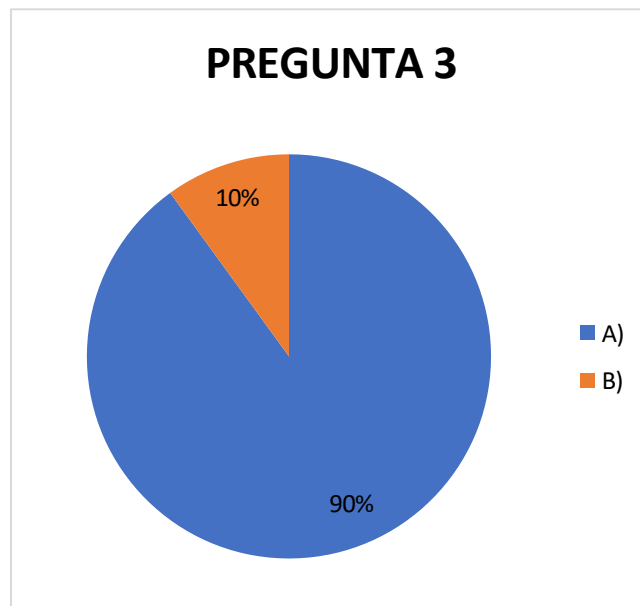


FIGURA No. 17 RESULTADOS PREGUNTA 3, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019).

4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?

Un 35% de la muestra asegura que cada vez que realizan compras se encuentran con algún problema para realizar el pago de su producto en los que encontramos la falla de lectura del escáner y verificación del precio, el 55% se ha encontrado con una escala menor a las 10 veces en sus procesos de compra, sin embargo, el problema sigue existiendo a pesar de no ser más de la mitad que con frecuencia les suceda esto. Y un 10% se refiere a no haber tenido nunca estas situaciones por lo que en teoría son clientes esporádicos que realizan su compra de vez en cuando, no siendo clientes potenciales. Ver [FIGURA No. 18](#).

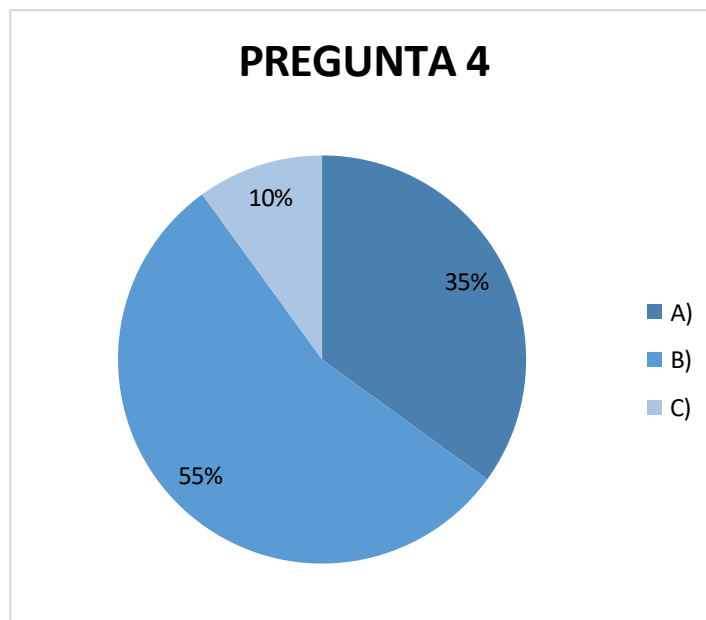


FIGURA No. 18 RESULTADOS PREGUNTA 4, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019).

5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?

Un 20% de la muestra asegura que se tardan alrededor de cinco minutos para que le resuelvan su problema, un 40% siendo una proporción mayor y una cifra preocupante aseguran que se tardan alrededor de diez minutos y el otro 40% de la población asegura que se tardan más quince minutos, lo que es más alarmante para el logro de nuestro objetivo, puesto que la demora del personal hace que el cliente se enfade y se vaya, lo cual genera pérdida económica, comentarios negativos, demasiado producto en el área de devoluciones. Ver [FIGURA No. 19](#).

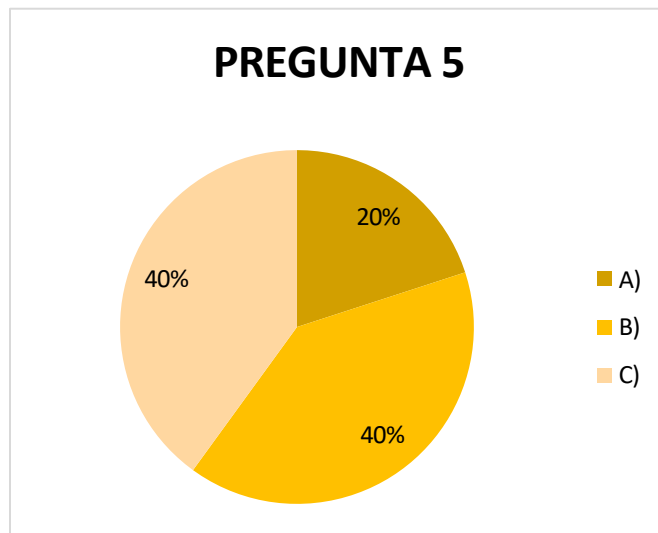


FIGURA No. 19 RESULTADOS PREGUNTA 5, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019)).

6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?

El 60% de los cliente si esperan a que se les resuelva su problema, lo que es algo bueno para nuestro estudio, se supone la fidelidad a la marca o a la empresa, o por el hecho de que es un producto básico para el cliente, por lo que tendría mayor demanda dicho producto, sin embargo el 15% no espera a que se le cobre, puesto a la tardanza, a que no es un producto indispensable para él o por la insatisfacción del servicio recibido, y el 25% sugiere que se lleva el producto en caso de ser necesario, si no lo es entonces lo adquiere otra ocasión o según señalan en otro establecimiento, lo cual también nos afecta de manera significativa. Ver [FIGURA No. 20](#).

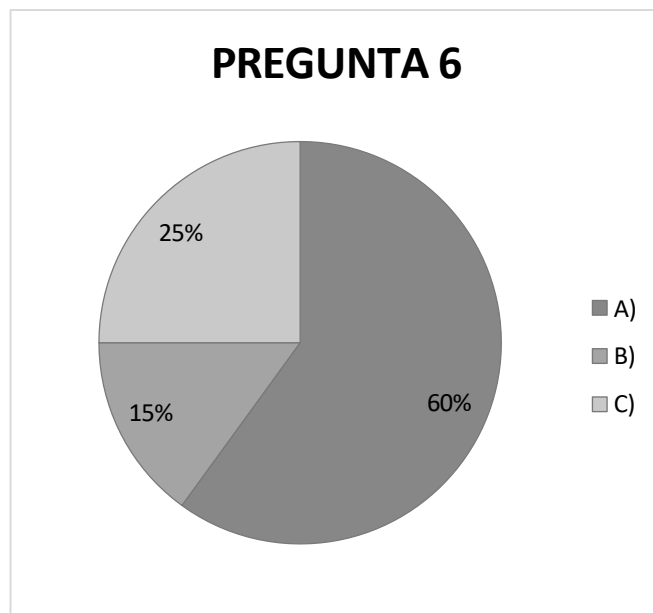


FIGURA No. 20 RESULTADOS PREGUNTA 6, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019)).

7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?

En su mayoría lo clientes sugieren que el personal de Soriana manda a checar su producto, sin embargo, esto les demora en ocasiones has más de quince minutos, por lo que sugieren que los cajeros tengan a la mano el producto con sus diversas promociones porque les quita tiempo y como sugieren, están pagando por un producto.

Otros más sugieren que se resuelva el problema desde el momento del ingreso de la mercancía y correcto registro, o la publicación correcta de sus ofertas, además del orden y acomodo de las etiquetas en piso de venta.

8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?

El cien por ciento de los clientes encuestados está de acuerdo con que se puede mejorar el servicio que se les ofrece, consideran que todo tiene solución y contribuye a la mejora continua día a día. Ver

[FIGURA No. 21.](#)

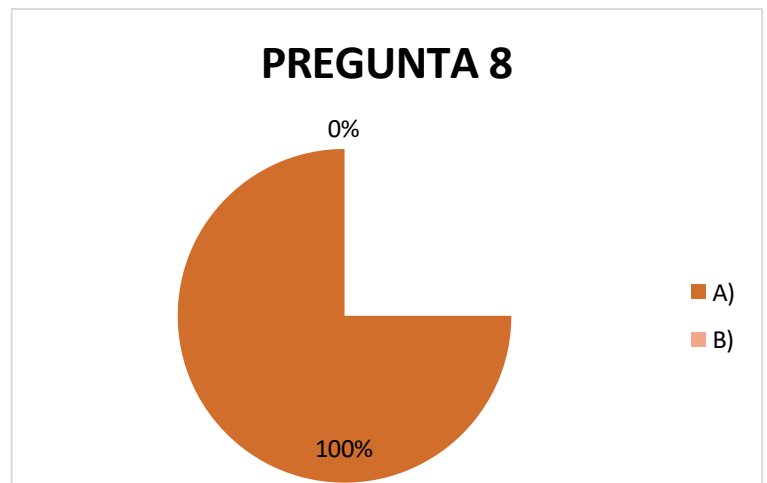


FIGURA No. 21 RESULTADOS PREGUNTA 8, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019).

9. ¿De qué manera?

Proponen que el personal de cajas conozca todas las promociones y precios de los productos, lo cual resolveríamos con la propuesta planteada en este proyecto. Otros más sugieren que se resuelva desde el momento del ingreso de la mercancía a la tienda.

10. ¿Ha presentado alguna queja?

Solo un 10% dice haber presentado en alguna ocasión sus quejas y sugerencias, y el 90% no ha realizado nada para que sea atendido este problema que les sucede con frecuencia, solo presenta su queja ante el cajero, pero no va a más, la empresa cuenta con un departamento al que pueden presentar sus quejas, sugerencias y opiniones, y a las que se les debería dar la debida importancia. [FIGURA No. 22](#), resultados de la pregunta 10.

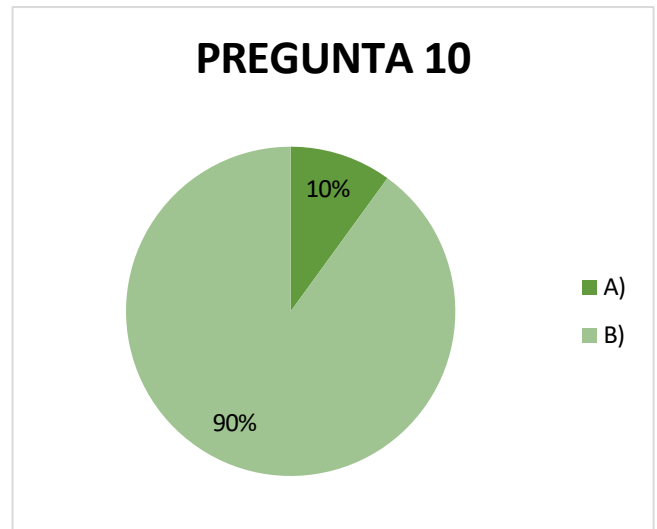


FIGURA No. 22 RESULTADOS PREGUNTA 10, ENCUESTA SATISFACCIÓN AL CLIENTE (ELABORACIÓN PROPIA (2019)).

En conclusión, se obtuvo como resultado que el servicio ofrecido para los clientes requiere de mejoras, por lo que al realizar el estudio se preguntó a los clientes alguna sugerencia para poder mejorar nosotros como empresa, aparte de las propuestas generadas en este proyecto también es bueno obtener información por parte del cliente para conocer que le gustaría que se le ofreciera.

Las sugerencias tomadas de las encuestas también nos sirven como retroalimentación, ya que nos permite obtener información útil para retroalimentar el servicio. Como se muestra en los resultados de las encuestas del [ANEXO 4](#).

CAPITULO V: CONCLUSIONES, COMPETENCIAS, FUENTES Y ANEXOS

5.1 CONCLUSIÓN

El cliente es importante, pero influye mucho el lugar geográfico en el que se encuentre un negocio, la cultura, el clima, las costumbres, la gastronomía, todo influye al momento de prestar un servicio o vender un producto, además de las diferentes épocas del año.

Realizar este proyecto fue con el objetivo de mejorar algunos aspectos en los que pudiera encontrarse alguna debilidad, generalmente siempre se encuentran defectos en procesos, en lugares físicos, en el personal, en cualquier situación, y se debe poner atención para implementar mejoras, posiblemente algún defecto no afecte en gran medida a la organización, pero nunca está de más mejorar.

Las empresas se encuentran en un entorno competitivo por lo que día a día se encuentran innovando, lanzando al mercado nuevos productos, mejorando sus procesos, todo esto para lograr sus objetivos, realizar este proyecto no está de más puesto que para mí, el cliente es nuestro aspecto importante, sin embargo se dice que el cliente siempre tiene la razón, con este estudio me doy cuenta de que no es así, muchas veces la cultura de las personas influye, generalmente exigen de la manera menos cortes sea atendida su petición o queja.

Todos hemos tenido experiencias negativas en algún momento de nuestras vidas, porque siempre existe alguna deficiencia en la prestación de servicio o en un producto mismo, sin embargo, es responsabilidad de las empresas aceptar y corregir esta parte en la que principalmente es el cliente quien recibe la última parte, es por eso que muchas empresas mejoran día a día y las que no lo hacen se quedan obsoletas y van en declive por no poder subsistir ante las empresas que las acaparan.

Menciona DANIEL TIGANI en su libro EXCELENCIA EN SERVICIO, ***“el servicio es, después de todo, la única razón de cualquier organización.”***

5.2 COMPETENCIAS DESARROLLADAS

En esta investigación aprendí como se desarrolla el ambiente de servicios, puesto que estuve más involucrada en este ramo debido al giro de Soriana.

El tacto hacia el cliente es todo un arte ya que no siempre se realizan las compras exitosas, hay factores que influyen y que hacen que el cliente prácticamente te haga responsable de su problema y te pida solución inmediata, por lo que atender su queja sea un problema grande a la más mínima queja, generalmente lo que espera el cliente es que sea escuchado y que se atienda su queja, lo que menos se debe hacer es dejarlo esperando por un tiempo muy prolongado.

He aprendido que la atención al cliente debe ser con calidad, puesto que una mala recomendación nos quita no solo a un cliente, si no que se va de boca en boca a nueve personas más, lo que nos cuesta más de lo que se obtiene de clientes. Para ganar un cliente se debe realizar promociones, publicidad, ofertas, es decir se debe invertir para ganarlo y generalmente con una mala experiencia que se tiene de un cliente molesto se pierde toda esa inversión, y en la mayoría de las ocasiones se van inconformes sin presentar alguna queja, y si la presentan no se les presta la atención que debieran recibir. Esto es lo que se obtuvo como resultado de las encuestas que se aplicaron a clientes de Soriana.

Otra competencia es el poder desenvolverse en la forma de hablar en un ambiente laboral puesto que se debe saber comunicar y transmitir una correcta información para que el mensaje sea claro y oportuno, y de esta manera dar la certeza al cliente de que se le está brindando la atención que él quiere obtener a su problema, debido a que el cliente tiene su propia perspectiva de la situación y de todo el entorno que lo rodea.

El saber escuchar también es algo que aprendí durante la realización de este proyecto, puesto que generalmente no se le pone la atención a lo que se está escuchando y el cliente puede interpretar esto como una falta de interés hacia él y a su queja.

La habilidad para marcar productos puesto que estuve practicando y estando en línea de cajas para analizar los tiempos en marcar un producto, el tiempo que un cliente espera, el tiempo en el que un supervisor atiende tu llamado, entre muchos factores más, todo este tiempo también me dejó la habilidad para desenvolverse en este puesto.

Demás experiencia que he vivido a lo largo de este proyecto con compañeros y amigos en un ambiente laboral y también personal es una experiencia que me deja mucho aprendizaje y mucha satisfacción como persona y como profesionista.

5.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

La información presentada en este proyecto proviene de diversas fuentes, entre las cuales se incluye tanto materiales documentales como datos de campo.

En primer lugar, se utilizaron fuentes bibliográficas y electrónicas para fundamentar el estudio, como ciertos libros sobre servicio al cliente, digitalización, innovación, etc.

Así mismo se recurrió a información obtenida directamente de Soriana, a través de observaciones personales, aplicación de cuestionarios, experiencia laboral. Dicha información no está documentada oficialmente, por lo que es considerada fuente primaria inédita, recopilada por el autor con fines académicos.

BIBLIOGRAFÍA

- Everett M. Rogers. (1962). *Difusión de las innovaciones*. Glencoe Press.
- Everett M. Rogers. (2003). *Difusión de las innovaciones*. Free Press.
- Horowitz, J. (2000). *Los siete secretos del servicio al cliente*. Pearson Educación / Prentice Hall.
- López, M., & Hernández, P. (2023). *Transformación digital en el sector mexicano*. Editorial Trillas.
- López O. María Gracia. (2003). *Digitalización aplicada a los sectores productivos*. Ediciones Paraninfo.
- Soriana Hiper Sendero Escobedo (2019). Datos obtenidos mediante observación directa y encuestas en el área de cajas.
- Tigani T. (2006). *Excelencia en Servicio*.
- Tschohl J. (2008). *Servicio al cliente*.

5.4 ANEXOS

Anexo 1 ANÁLISIS FODA

ANÁLISIS FODA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CATALOGO DIGITAL DE PRODUCTOS DEL DEPARTAMENTO DE ABARROTES Y JUGUETERIA

AMENAZAS	FORTALEZAS
• Cambio de etiquetas de los productos. • Fuga de información. • Códigos no correspondientes al producto. • Cambio del costo del producto. • Variación de códigos al momento del ingreso del producto.	• Competitividad. • Calidad en el servicio • Productividad • Ahorro de tiempos y movimientos • Satisfacción al cliente • Mejora en los procesos • Unificación de códigos
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
• Adaptación al cambio • Dificultad en la búsqueda del producto en el sistema • El tiempo que se invertirá en buscar el producto en el catálogo. • Adaptación de un cajero nuevo al sistema.	• Ahorro de tiempo • Productividad • Mejorar tiempos y movimientos • Satisfacción del cliente • Mejora en los procesos • Unificación de códigos

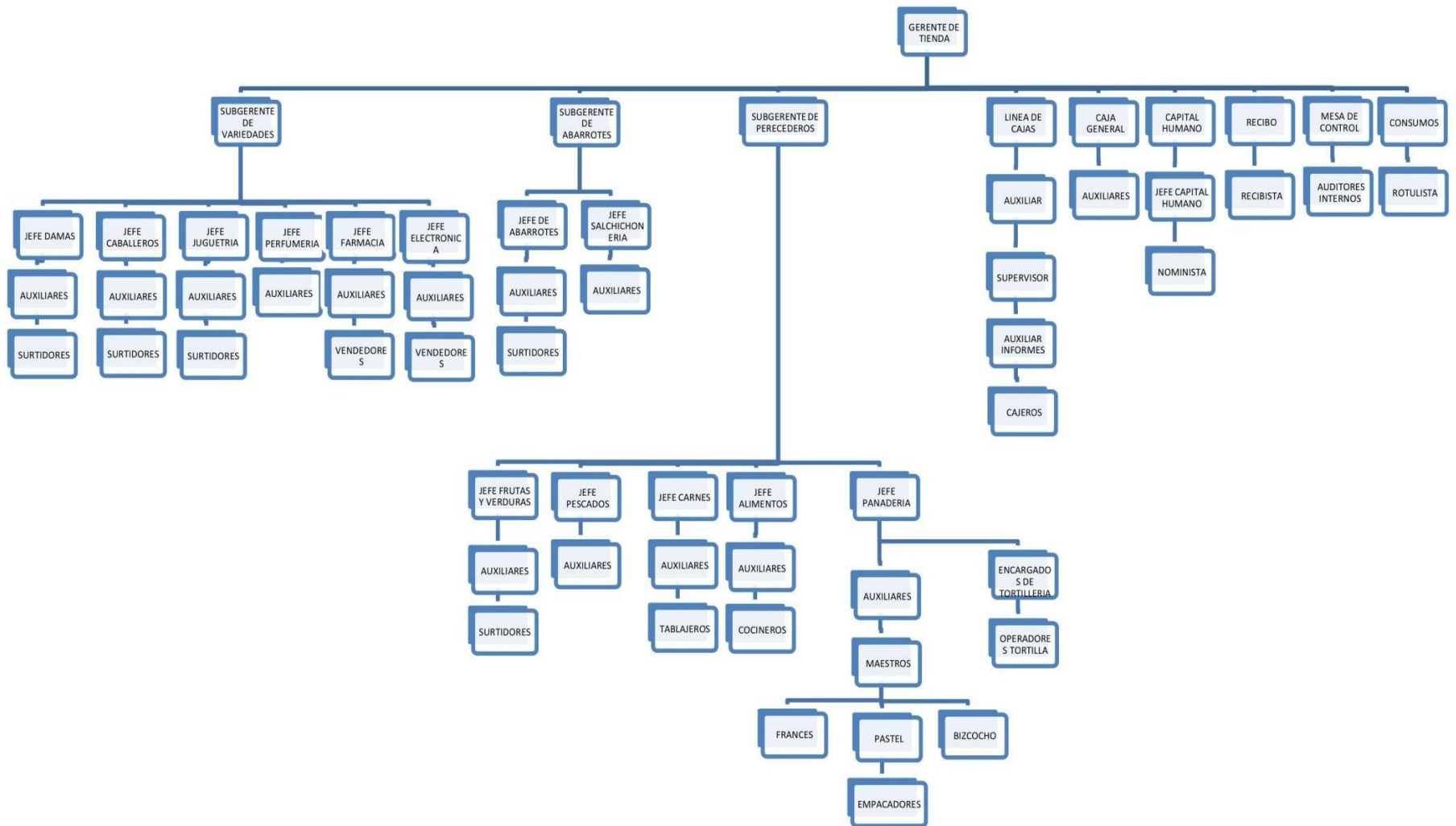
**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

Anexo 3 ORGANIGRAMA ADMINISTRACIÓN SORIANA S.A. DE C.V.



**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1.- ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?

- a) Bueno b) Regular c) Malo

2.- ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?

- a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando

3.- ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?

- a) Si b) No

4.- ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?

- a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca

5.- ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?

- a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos

6.- ¿Usted espera a que le cobren el producto?

- a) Si b) No c) Solo si es importante el producto

7.- ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?

Le hablan al encargado, pero se va y ya no regresa

8.- ¿Considera que se puede mejorar el servicio?

- a) Si b) No

9.- ¿De qué manera?

Poniendo el precio o el código que tiene publicado allá en el pasillo.

10.- ¿Ha presentado alguna queja?

- b) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Mandan a traer el producto, a veces va el supervisor
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Colocando bien el precio al producto o que el encargado venga rápido para atender falla.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Nada, nada más te dicen que van a checarlo y se les olvida
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Cumplir con su trabajo y dar un buen servicio, estoy pagando por mi producto.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Pues aclaran mi duda del producto, o me lo cobran al precio que está publicado.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Atendiendo esto desde que son acomodados los productos
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Pues el supervisor es el que está al pendiente de las dudas de ustedes.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Haciendo tu trabajo y ya. Nada más cumple con lo que te toca hacer.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Mandan a verificar el precio.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Acomodando bien los precios.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Corroboran el precio o traen el producto que voy a llevar.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Siempre hay manera de mejorar, nada más hay que ver dónde está la falla.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?

Pues primero hablan a un encargado y luego a otro y ese trae las cosas y ya lo cobran, pero si hay que esperar mucho.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?

Teniendo bien acomodado todo, hay muchas cosas que están revueltas.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?

Se tardan mucho en verificarlo y uno tiene cosas que hacer, pues se está pagando el producto, no te lo regalan.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?

Poniendo bien las cosas con el precio que es, hay muchas cosas con oferta que ya no están.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Mandar a cambiar el producto.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Teniendo más cuidado en acomodar los precios bien.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?

Pues no me ha tocado encontrarme con esta solución, pero considero que le resuelven el problema a la persona.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?

Buscando un problema para poder mejorar la atención que brindan ustedes como cajeros
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Darme el producto al precio que vi, porque está publicado y deben de respetarlo.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Publicando bien las cosas.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Yo voy por el producto o por el letrero para que no se tarden mucho.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Poniendo un mejor sistema, o actualizando continuamente para evitar este tipo de problemas a la hora de pagar.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Lo dejan así, no te dan una solución pronto.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Es trabajo de ustedes resolver ese tipo de problemas.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?

Mandan a verificar el precio, viene otra persona y te indica cual fue el problema y lo cobran al precio que es.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?

Tú debes de saber las promociones de la tienda para que no vayan hasta allá a checarlo.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Resolverte la situación, es su trabajo atender.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Teniendo las cosas como en los otros Soriana, porque he ido a otros y casi no me encuentro con esta situación.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Tengo que esperar a que me chequen el precio o el código, que te lo traigan.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Hay mucho producto, sin etiquetas, pueden hacer algo para que no se pierda tiempo con eso.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?
Pues ha sido por no tener etiqueta, pero las van a traer y ya me las cobran.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?
Buscando algo para ponerle la etiqueta y no se le pierda.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?

Prenden un foco para mandar a checarlo, y luego hablan al encargado y trae las cosas.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?

Pues siempre hay algo que mejorar, a la mejor siendo un poco más rápidos, porque pierdes tiempo tú y pierdo tiempo yo.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No

**INSTITUTO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO**

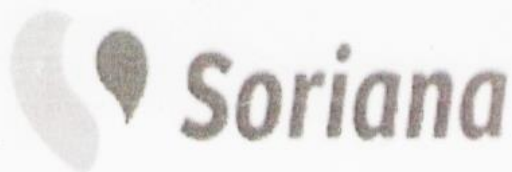
ENCUESTA

Instrucciones: Marca con una x el inciso que usted crea correspondiente a cada pregunta.

1. ¿Cómo considera el servicio que ofrecen los cajeros de Soriana?
a) Bueno b) Regular c) Malo
2. ¿Con que frecuencia realiza compras en Soriana?
a) Más de dos veces por semana b) Una vez por semana c) De vez en cuando
3. ¿Le ha tocado encontrarse con productos que no pasa el código en el escáner?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ha encontrado con esta situación?
a) Cada vez que compro b) Menos de 10 veces c) Nunca
5. ¿Qué tiempo le toma para que le resuelvan el problema?
a) Cinco minutos b) Diez minutos c) Más de 15 minutos
6. ¿Usted espera a que le cobren el producto?
a) Si b) No c) Solo si es importante el producto
7. ¿Qué hace el personal de Soriana para resolverle su problema?

Te lo manda a verificar, pero a veces ya no vuelve o se tardan mucho, por eso si es un producto necesario me espero.
8. ¿Considera que se puede mejorar el servicio?
a) Si b) No
9. ¿De qué manera?

Pues si se dan estos problemas hay que ser más rápidos para traer las cosas.
10. ¿Ha presentado alguna queja?
a) Si b) No



ADMINISTRACION SORIANA S.A.DE C.V.
SUC. SENDERO ESCOBEDO
AVE. SENDERO NORTE 130
COL. JARDINES DEL CANADA
ESCOBEDO N.L. CP. 66050
REG. PATRONAL D4319094105
RFC ASO871208IU9

ING. SERGIO OCTAVIO ROSALES AGUAYO
DIRECTOR DEL INSTITUTO TECNOLOGICO DE APIZACO
PRESENTE

29 de ENERO DEL 2019

ASUNTO: Constancia de no
inconveniencia

A QUIEN CORRESPONDA .

Por medio de la presente hago constar que la Srita. **MAGALI GOMEZ LOPEZ**, con numero de control 13370157, estudiante de la carrera de ingeniería en administración , con su proyecto de residencias profesionales que lleva por nombre desarrollo de un catalogo digital de productos del departamento de abarrotes y jugueteria .

Contó con autorización de toma de fotografía , evidencia para el proyecto , los cuales son para uso académico , no teniendo ningún inconveniente de nuestra parte.

Durante el periodo 09 de agosto al 09 de Diciembre.

Sin otro particular por el momento quedo de usted para cualquier información adicional al respecto.

ATENTAMENTE

LIC. KAREN GUADALUPE RAMIREZ CAMACHO
JEFA DE CAPITAL HUMANO
TEL. 83299000 EXT. 5116116 O 5116148

ADMINISTRACIÓN SORIANA, S.A. DE CV.
ASO-871208-IU9