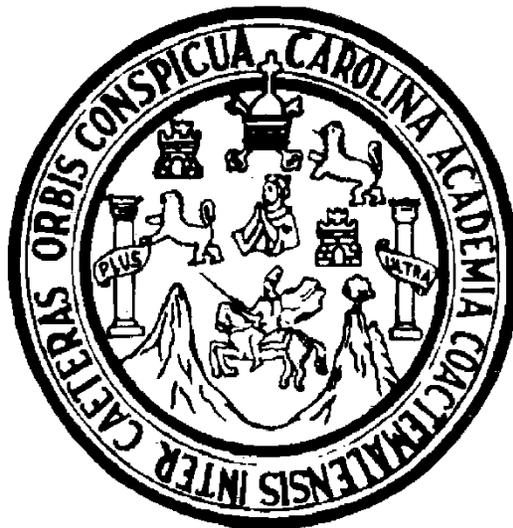


**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DEL NORTE
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TRABAJO DE GRADUACIÓN



**INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO
REALIZADO EN EL CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES
SERVICAR, COBÁN, ALTA VERAPAZ.**

CINDY JIREH BRIGGITTE ALVARADO QUEVEDO

COBÁN, ALTA VERAPAZ, JULIO DE 2016

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

TRABAJO DE GRADUACIÓN

**INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO
REALIZADO EN EL CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES
SERVICAR, COBÁN, ALTA VERAPAZ.**

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

POR

CINDY JIREH BRIGGITTE ALVARADO QUEVEDO

CARNÉ 200943516

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

COBÁN, ALTA VERAPAZ, JULIO DE 2016

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR MAGNÍFICO

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

CONSEJO DIRECTIVO

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

COORDINADOR ACADÉMICO

Lic. Zoot. Erwin Fernando Monterroso Trujillo

COORDINADOR DE CARRERA

Lic. Julio Armando Samayoa Santiago

COMISIÓN TRABAJOS DE GRADUACIÓN

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

REVISOR DE REDACCIÓN Y ESTILO

Lic. Alvaro Heriberto Xoy Reyes

REVISOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

Lic. Julio Armando Samayoa Santiago

ASESORA

Lcda. Annie Lizbeth Dubón Xitumul

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



CENTRO UNIVERSITARIO
DEL NORTE -CUNOR-
Cobán Alta Verapaz
Telefax: 7951-3645 y 7952-1064
E-mail: usacoban@usac.edu.gt

Cobán, A. V. 03 de Marzo 2016
Ref. No.: 15/CADE-31-2016

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

Respetables Señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he finalizado la Asesoría del Trabajo de Graduación denominado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN EL CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES SERVICAR, COBÁN, ALTA VERAPAZ.", elaborado por la estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Cindy Jireh Brigitte Alvarado Quevedo, Carné No. 200943516.**

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

Deferentemente,

"Id y Enseñad a Todos"

Lcda. Annie Lizbeth Dubón Xitumul
Asesora





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

Cobán, A. V. 22 de Abril de 2016
Ref. No.: 15/CADE-90-2016

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

Respetables Señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he finalizado la Revisión del Trabajo de Graduación denominado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN EL CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES SERVICAR, COBÁN, ALTA VERAPAZ.", elaborado por la estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Cindy Jireh Brigitte Alvarado Quevedo, Carné No. 200943516.**

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

Deferentemente,

"Id y Enseñad a Todos"

Lic. Julio Armando Samayoa Santiago
Revisor del Informe



C.c. archivo



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

Cobán, A. V. 27 de Mayo del 2016
Ref. No.: 15/CADE-171-2016

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

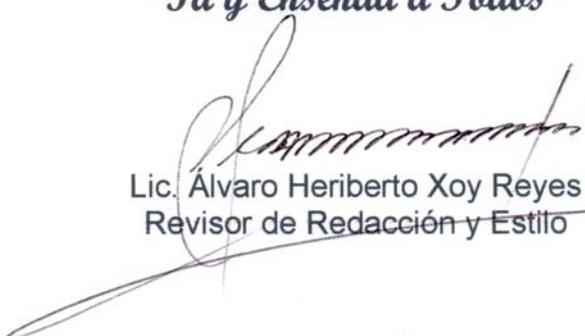
Respetables Señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he finalizado la Revisión en cuanto a Redacción y Estilo del Trabajo de Graduación titulado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN EL CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES SERVICAR, COBÁN, ALTA VERAPAZ", elaborado por la estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Cindy Jireh Brigitte Alvarado Quevedo, Carné No. 200943516.**

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

Deferentemente,

"Id y Enseñad a Todos"


Lic. Álvaro Heriberto Xoy Reyes
Revisor de Redacción y Estilo



C.c. archivo



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

Cobán, A.V. 15 de Julio de 2016
Ref. No.: 15/CADE-178-2016

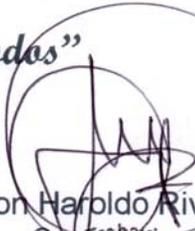
Licenciado
Erwin Gonzalo Eskenasy Morales
Director Centro Universitario del Norte, CUNOR.

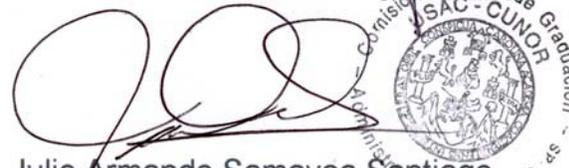
Respetable Señor Director:

Habiendo conocido los dictámenes favorables del asesora, revisor de trabajos de graduación y revisor de redacción y estilo; esta Comisión concede el visto bueno al Trabajo de Graduación denominado "INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO, REALIZADO EN EL CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES SERVICAR, COBÁN, ALTA VERAPAZ.", elaborado por la estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, **Cindy Jireh Brigitte Alvarado Quevedo, Carné No. 200943516**, previo a optar al título profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

Atentamente.


Lic. Álvaro Heriberto Xoy Reyes
Vocal


Ing. Milton Haroldo Rivera Chen
Secretario


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

HONORABLE COMITÉ EXAMINADOR

En cumplimiento a lo establecido por los estatutos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a consideración de ustedes el Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado, realizado en el Centro de Servicios para Automotores Servicar, del municipio de Cobán, Alta Verapaz, como requisito previo a optar el título profesional de Administradora de Empresas.


Cindy Jirén Brigitte Alvarado Quevedo
200943516

RESPONSABILIDAD

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

Aprobado en punto SEGUNDO, inciso 2.4, subinciso 2.4.1 del Acta No. 177-2012 de Sesión extraordinaria de Consejo Directivo de fecha 18 de julio del año 2012.

AGRADECIMIENTOS A:

DIOS

Por darle un propósito a mi vida, por guiarme y fortalecer mi corazón en cada paso, por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante este periodo.

MIS PADRES

Ruth Quevedo y Edin Alvarado quienes me han apoyado y acompañado en cada sueño y meta que me he propuesto, por ser el faro de luz que guía mi camino hacia el éxito y la felicidad.

MIS HERMANAS

Dhamaris y Agape, por enseñarme que con esfuerzo, y pasión puedo lograr mis objetivos, por llenar de alegría mi vida y amor y ser el mejor apoyo que pude tener.

MIS ABUELOS

Ruth Martínez y principalmente a Samuel Quevedo por su gran ejemplo de vida, por enseñarme el temor y amor a Dios.

MIS AMIGOS

Fátima, Luis y Willy, por los incontables momentos de alegría, enojo y nerviosismo compartidos durante este recorrido, por estos años de apoyo incondicional y muestras de aprecio.

UNIDAD DE PRÁCTICA Servicar, principalmente a Don Carlos y Mirna por el tiempo invertido en mi desarrollo profesional y humano, por cada experiencia compartida y porque no decirlo la incontable paciencia que mostraron hacia mí.

LA UNIVERSIDAD De San Carlos de Guatemala, especialmente al Centro Universitario del Norte, por permitirme seguir creciendo y formar parte de su historia.

LA CARRERA De Administración de Empresas y a todos mis catedráticos a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza.

TODAS Las personas que han vivido conmigo la realización de este sueño, que no hace falta nombrarlas porque tanto ellas como yo saben que desde lo más profundo de mi corazón les agradezco por haberme brindado todo el apoyo, colaboración, animo y sobre todo cariño y amistad.

ÍNDICE GENERAL

	Página
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	iii
RESUMEN	v
INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	3

CAPÍTULO 1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRÁCTICA

1.1. Caracterización del área de influencia de la unidad de práctica	5
1.1.1 Localización	5
1.1.2 Recursos	5
a. Materiales	5
b. Humanos	6
1.1.3 Situación tecnológica	7
1.1.4 Situación económica	7
1.1.5 Situación social y ambiental	8
1.1.6 Situación político-legal	8
1.2 Descripción general de la institución y su ambiente de control	9
1.2.1 Visión	9
1.2.2 Misión	9
1.2.3 Objetivos	10
1.2.4 Situación administrativa	10
a. Planeación	10
b. Organización	11
c. Integración	12
d. Dirección	13
e. Control	14
1.2.5 Situación de mercado	15
a. Servicios	15
b. Cobertura	15
c. Comunicación	15
1.3 Identificación y jerarquización de la problemática	16
1.3.1 Identificación de FODA	16
1.3.2 Descripción de las situaciones encontradas	17
a. Malas prácticas en el manejo de inventario de insumos	18

b.	No existe una planificación de costos que estime los gastos en que incurrirá el traslado al nuevo centro de servicios.	18
c.	Ausencia de estrategias de comunicación de <i>Marketing</i>	18
1.3.3	Jerarquización de las situaciones encontradas	20

CAPÍTULO 2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS

2.1	Sistema de control de inventarios	21
2.2	Estudio financiero del plan de inversión del traslado del centro de servicios	22
2.3	Campaña publicitaria	24

CAPÍTULO 3 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1	Sistema de control de inventarios	27
3.2	Estudio financiero del plan de inversión del traslado del centro de servicios	29
3.3	Campaña publicitaria	30

CONCLUSIONES		33
RECOMENDACIONES		35
BIBLIOGRAFIA		37
ANEXOS		39

ANEXO 1	Sistema de control de inventarios	
ANEXO 2	Estudio financiero del plan de inversión del traslado del centro de servicios	
ANEXO 3	Campaña publicitaria	

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	CAPITAL HUMANO	7
TABLA 2	PUESTOS Y FUNCIONES	11

ÍNDICE DE IMAGENES

DIAGRAMA 1	ORGANIGRAMA SERVICAR	12
------------	----------------------	----

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

CUNOR:	Centro Universitario del Norte.
EDECRI:	Escuela de Educación Especial y Centro de Rehabilitación Integral.
EPS:	Ejercicio Profesional Supervisado.
ISCV:	Impuesto sobre Circulación de Vehículos.
ISO:	Impuesto de Solidaridad.
ISR:	Impuesto Sobre la Renta.
TIR:	Tasa Interna de Retorno.
TMAR:	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.
USAC :	Universidad de San Carlos de Guatemala.
VAN:	Valor Actual Neto.

RESUMEN

La Universidad de San Carlos de Guatemala –USAC- en el Centro Universitario del Norte –CUNOR- de la carrera de Administración de Empresas previo a optar al título universitario en el grado de licenciatura, tiene como etapa el programa de Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- llevándose a cabo en el centro de servicios para automotores Servicar, del municipio de Cobán de Alta Verapaz, el cual se dedica a la prestación de servicios de limpieza, reparación y mantenimiento de vehículos.

La empresa facilitó el acceso a la información durante el periodo de ejecución de la actividad. Al realizar las diferentes herramientas de evaluación administrativas, se proporcionó toda la documentación histórica y actual de la organización para su análisis.

Durante la etapa de diagnóstico, se indagó sobre la información relacionada con el ambiente organizacional donde se desarrollan las actividades de la empresa, logrando identificar las oportunidades y debilidades, estableciendo las de mayor importancia, a través de la jerarquización de la problemática.

Se desarrollaron actividades de solución o mejora para la empresa, siendo estas: programa de control de inventarios, estudio financiero del plan de inversión y campaña publicitaria.

Los resultados se detallan a continuación: un control de inventarios para el manejo correcto de entradas y salidas de los productos para la prestación de servicios, al contar con un registro de los movimientos dentro de la bodega se obtiene información cuantificable que representa costos al final de un periodo y beneficios a la empresa.

Se diseñó un estudio financiero del traslado de Servicar, ya que la empresa posee los estudios previos para complementar el plan de inversión siendo estos el estudio de mercado y técnico-administrativo. Como resultado del mismo se determinó que es factible el traslado a una nueva ubicación.

A la empresa la rodea una amplia gama de competidores por lo que se estableció una estrategia publicitaria para poder posicionarse en el mercado. Se crearon y aplicaron herramientas para promocionar la marca con el objetivo de poder atraer consumidores potenciales y mantener la preferencia y lealtad de los clientes.

Para garantizar el control de las propuestas desarrolladas se recomienda el seguimiento con base a los lineamientos establecidos en las diferentes actividades realizadas.

INTRODUCCIÓN

El Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- de la carrera de Administración de Empresas, realizado en el centro de servicios para automotores Servicar, de Cobán, Alta Verapaz, ha permitido conocer sus actividades por medio del análisis realizado a la empresa durante este periodo.

El presente informe está constituido por cuatro capítulos, integrados de la manera siguiente:

El capítulo uno, detalla las generalidades de la entidad como: las características de la unidad de práctica, ubicación, recursos materiales y humanos, situación tecnológica, económica, social-ambiental y político legal, se encuentra la descripción general de la empresa, visión misión, la situación administrativa en base a la planeación, organización, integración de personal, dirección y control, la situación del mercado. Se incluye la identificación de las oportunidades, debilidades y su jerarquización.

En el capítulo dos, se encuentra la descripción de actividades realizadas: la implementación de un sistema de control de inventarios, la elaboración de un estudio financiero del proyecto de inversión del traslado del centro de servicios y la realización de una campaña publicitaria de promoción de la marca en el medio.

Dentro del capítulo tres, se describe el análisis y discusión de resultados obtenidos a través de cada una de las actividades de mejora realizadas en la empresa.

Por último se presentan las conclusiones y recomendaciones realizadas a la gerencia de la empresa, la bibliografía utilizada y los anexos.

OBJETIVOS

Objetivo General

Coadyuvar a la solución de la problemática en que se encuentra el Centro de Servicios para automotores Servicar, identificando las debilidades de mayor incidencia para desarrollar estrategias administrativas, mercadológicas y operativas que permitan contrarrestarlas.

Objetivos Específicos

- a. Crear un sistema de inventarios que fortalezca el control de los insumos que se utilizan para la prestación de los servicios que la empresa ofrece al mercado.
- b. Implementar un estudio financiero que desarrolle herramientas de evaluación para representar los costos de inversión en que se incurrirán en el proyecto de traslado del centro de servicios.
- c. Realizar una campaña publicitaria, la cual incluya estrategias y planes de acción para el reforzamiento y posicionamiento de la marca en el mercado regional.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA UNIDAD DE PRÁCTICA

1.1 Caracterización

Servicar se dedica al mantenimiento preventivo y correctivo de vehículos de clientes particulares así como de flotillas, desarrollando servicio a través de procedimientos y controles establecidos, los cuales han optimizado cada una de sus operaciones, logrando un nivel de efectividad en diversas áreas, detallando a continuación sus características.

1.1.1 Localización

Está ubicada en el municipio de Cobán, departamento de Alta Verapaz, área urbana en la 1ª avenida 5-79 Zona 7, Residenciales Imperial.

1.1.2 Recursos

La empresa cuenta con recursos que han optimizado la efectividad y calidad de los servicios que se ofrecen al mercado siendo estos:

a. Materiales

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

Área de Llantas: maquina desmontadora de llantas, balanceadora, llaves, lagartos hidráulicos, herramientas, puente hidráulico.

Área de Limpieza de vehículos: bombas de agua, aspiradoras, brochas, cepillos, atomizadores, cubetas, pistolas de aire, equipo de seguridad personal (guantes, casco, lentes, botas, overoles, batas)

Área de Lubricación: cabina de compresores, bombas de aceite, lubricadoras manuales e hidroneumáticas, recolector de lubricante usado, llaves, herramientas, mangueras, pistolas de aire, sopletes, estantería para aceites, equipo de seguridad personal.

Área de Taller: puente hidráulico, trickets, lagartos hidráulicos, llaves (diversos tamaños y funciones), herramientas, equipo de soldadura, taladro, barreno, pulidoras, equipo eléctrico, calibradores varios y equipo de seguridad personal.

Gerencia General: computadora, regulador de voltaje, impresora, escritorios, sillas. Oficina de Asistencia Administrativa y Secretaría: computadora, regulador de voltaje, impresora, teléfono / fax, escritorio secretarial, sillas, estantes, archiveros, vitrina, útiles de oficina, calculadoras, horno de microondas, dispensador de agua, etc.

b. Recursos humanos

Servicar cuenta con un total de de 12 personas las cuales están representadas en la tabla siguiente.

TABLA 1
CAPITAL HUMANO

Puesto	Personal
Gerente General	1
Asistente de Gerencia	1
Asistente Administrativo	1
Administrador de Servicios	1
Técnicos de Lubricación	1
Técnicos de Limpieza de vehículos	4
Técnicos de Llantas	1
Técnicos de Taller	2
Total	12

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

1.1.3 Situación tecnológica

Posee equipo especializado de alta tecnología para realizar las operaciones, optimizando tiempo y recursos, existen máquinas de balanceo y desmontaje de llantas, puentes hidráulicos, descarbonizadores de motor, engrasadoras, bombas de aceite, bombas de agua, aspiradoras, prensadoras hidráulicas, computadoras, impresoras, teléfono, internet.

En el área de gerencia la digitalización de la información facilita su manejo, además permite elaborar pronósticos de venta para suministrar datos estadísticos para el manejo de compras.

1.1.4 Situación económica

La empresa ha desarrollado un equilibrio económico que ha marcado una estabilidad financiera durante el pasar de los años. Los ingresos mensuales promedio que reportan generan utilidades anuales de 30%, que permiten cubrir las compras anuales y la planilla de salarios.

1.1.5 Situación social y ambiental

La empresa maneja programas de ayuda a organizaciones no lucrativas como: escuela de educación especial y centro de rehabilitación integral –EDECRI-, Teletón, 36 Compañía de Bomberos Voluntarios, además de apoyar eventos culturales y deportivos que fomentan el desarrollo social del municipio.

1.1.6 Situación político-legal

La empresa cuenta con patente de comercio número de registro 205034, en categoría Única, Nombre comercial Servicar, y razón social: Carlos Alberto Contreras Juárez.

Inscrita el 15 de marzo de 1999, su organización legal es Individual, donde el representante legal es el propietario. Los impuestos a los que están regidos son: Impuesto Sobre la Renta sobre utilidades, Impuesto al Valor Agregado general, Impuesto de Solidaridad y de Circulación de Vehículos.

El objeto de la empresa es ser un centro de servicios para automotores, taller de mecánica, venta de llantas, repuestos, lubricantes, filtros y accesorios, importación y exportación de mercadería en general

Impuesto Sobre la Renta –ISR- en el régimen de sobre utilidades de actividades lucrativas, realizando pagos y declaraciones trimestrales con declaración jurada anual para la liquidación definitiva del mismo. Impuesto de Solidaridad –ISO-, realizando pagos trimestrales acreditables al ISR. Impuesto Sobre Circulación de Vehículos –ISCV-, realizando pagos anuales.

1.2 Descripción general de la institución y su ambiente de control

Servicar es una empresa dedicada a la prestación de servicios para vehículos, fundada en marzo del año mil novecientos noventa y nueve. Inicialmente contaba con dos áreas de trabajo, siendo éstas lavado y lubricación. Debido a la creciente demanda se necesitó implementar el área de taller y llantas para cumplir con las expectativas de los clientes.

Su principal objetivo es brindar calidad de servicio y confianza a los clientes en el mantenimiento de vehículos, así como buscar satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes a través de una mejora continua en todas sus actividades.

La empresa cuenta con un servicio de soporte post-mantenimiento por medio de las bitácoras, donde se guarda un registro de todas las actividades realizadas al vehículo para determinar así un diagnóstico en donde los clientes puedan planificar en que tiempo es necesario realizar los servicios.

1.2.1 Visión

“Ser líder en el mantenimiento de vehículos. Lográndose a través de la aplicación de calidad total, búsqueda de la completa satisfacción del cliente, dirección de la empresa hacia la excelencia.”¹

1.2.2 Misión

“Brindar a los clientes servicios de calidad, disminuyendo riesgos de accidentes y sirviendo con esmero, confiabilidad y credibilidad, generando fuentes de trabajo con impacto económico en la entidad.”²

¹ Lem H., Mirna R. *Informe final ejercicio profesional supervisado, realizado en el centro de servicios para automotores Servi-car*. Centro Universitario del Norte. Licenciatura en Administración de Empresas. CUNOR, 2 008.

² *Ibíd.*

1.2.3 Objetivos

No tienen objetivos establecidos.

1.2.4 Situación administrativa

Durante este período se analizó la situación administrativa de la empresa a través de las cinco fases del proceso administrativo las cuales se detalla a continuación.

a. Planeación

En Servicar la planeación es manejada de carácter formal ya que existe una reunión al inicio del primer trimestre de trabajo dirigida por el gerente general donde se transmiten y replantean los objetivos para el nuevo año así lograr el cumplimiento de las metas establecidas para ese año, pautando estrategias para resolver los problemas detectados durante el periodo anterior.

Las reuniones trimestrales aún no están destinadas como un proceso fijo dentro de la organización, ya que no se cuenta con un cronograma establecido para estas, son espontaneas donde se revisan el cumplimiento de los objetivos y se delimita el camino a seguir.

El aporte de cada colaborador en ellas es importante porque detectan complicaciones y se encausan a resolverse a través de la participación y valoración de la participación de cada uno de ellos; logrando la aplicación de la Ley de Pareto volviendo eficiente la gestión y distribución de recursos. Cuenta con planes establecidos a corto, mediano y largo plazo.

Entre los planes que cuenta, esta invertir en el traslado del centro de servicios a un terreno más amplio debido al crecimiento de la demanda en el mercado.

b. Organización

Consta con estructura organizacional formal, se encuentran establecidas y definidas las funciones, los procedimientos, tramos de control y cadenas de mando, y la departamentalización.

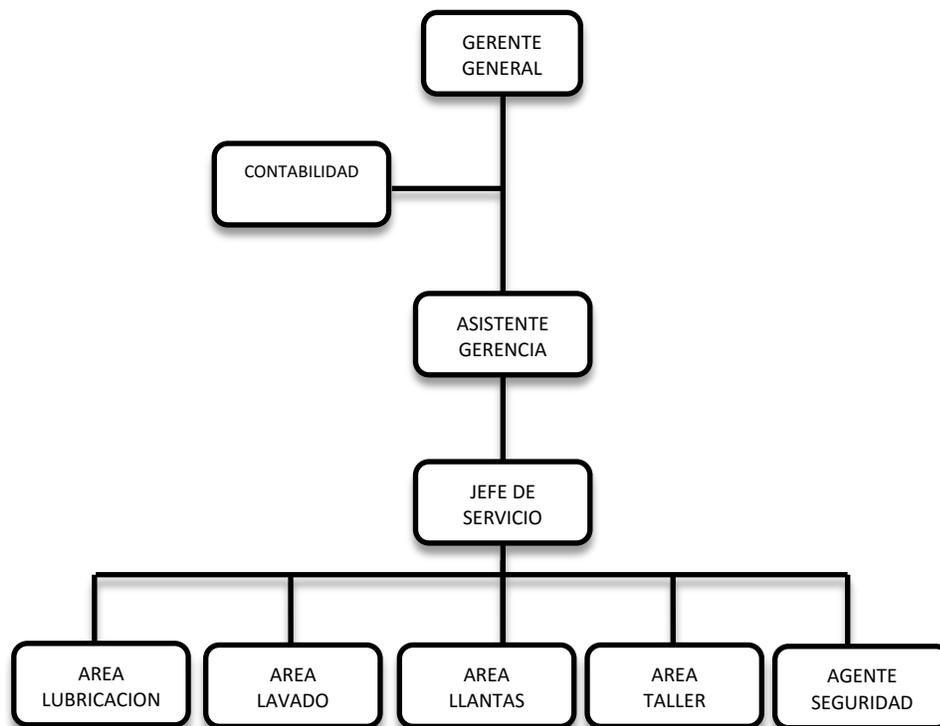
**TABLA 2
PUESTOS Y FUNCIONES**

Nombre del puesto	Descripción
Gerente General	Responsable de la dirección general de la empresa, elevando la productividad, manteniendo los estándares de calidad, dirigir la empresa a su máxima rentabilidad.
Asistente de Gerencia	Responsable de la asistencia a cada una de las áreas, administración del personal, planificación de operaciones, estudio de tiempos y movimientos y su optimización.
Asistente Administrativo	Encargado de la recepción de los vehículos y sus respectivas bitácoras, facturación, cuentas por cobrar, atención al cliente
Administrador de Servicios	Encargado de asistir cada una de las áreas de servicio, brindar apoyo y asesoramiento en las áreas, supervisar que las tareas sean realizadas en el tiempo con calidad.
Técnicos de Lubricación	Responsable del servicio al motor de los vehículos, engrase de chasis y servicio a cajas, catarinas, cambios de filtros y revisión de niveles en general
Técnicos de Limpieza de vehículos	Entrega de vehículos en óptimas condiciones cumpliendo con los estándares de calidad.
Técnicos de Llantas	Encargado del montaje y desmontaje de llantas, balance y reparación de las mismas
Técnicos de Taller	Responsable de brindar el mantenimiento preventivo y correctivo adecuado a cada vehículo,

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

Se cuenta con el organigrama el cual representa gráficamente la forma en que están relacionados todos los departamentos, así como el responsable de cada área, quiénes son sus colaboradores y los canales de comunicación establecidos para cada unidad.

IMAGEN 1 ORGANIGRAMA SERVICAR



Fuente: Investigación de Campo, Año 2014

c. Integración

En Servicar existe un proceso de selección e inducción de forma que se adapta a las necesidades y características de la empresa.

El personal es seleccionado cuidadosamente, debe poseer los conocimientos, capacidades, competencias, experiencia y cualidades necesarias para realizar las funciones para las que se le solicita.

Existe desarrollo de carrera dentro de la empresa porque cuatro personas (Administrador de servicios, Técnico en Llantas, Técnico en Lubricación, Encargado de Taller) comenzaron en el área de limpieza de vehículos y con el paso del tiempo han ido ascendiendo de puesto hasta lograr ubicarse como encargado de algún departamento.

En la empresa las compensaciones y beneficios no están establecidos como prioridad, ya que se trabaja en base a metas y objetivos planeados durante un determinado periodo. La empresa brinda a los colaboradores; seguridad laboral al proporcionarles los incentivos tipificados en ley (bono 14, aguinaldo, vacaciones). Además que la rotación y despido de personal es mínima ya que la mayor parte de los colaboradores tienen 10 años de laborar en la empresa.

d. Dirección

Esta etapa está relacionada con el gerente general, asistente de gerencia y el administrador de servicios que son los que tienen relación directa con los técnicos de cada área, se encargan de motivar, dirigir, guiar y supervisarlos para que puedan sentirse identificados con la empresa.

El liderazgo que se utiliza en la empresa es de tipo autocrático ya que los líderes ofrecen resultados realmente buenos para la

empresa, siendo la relación del líder con los trabajadores uno de los principales factores en la toma de decisiones, consultando con los colaboradores de manera que las decisiones y acciones son analizadas fomentando así la participación de los trabajadores.

El líder fomenta la comunicación y la participación conjunta en las decisiones, anima y agradece las sugerencias de los trabajadores. Cuando hay que tomar una decisión el líder ofrece soluciones que los trabajadores pueden apoyar haciendo que la decisión se convierta en algo compartido.

e. Control

La empresa ha trabajado previamente para establecer los mecanismos necesarios para reducir al mínimo la posibilidad de errores, es por ello que cuenta con elementos de control funcionales para cada área de la empresa, que reflejan costos, tiempos y recursos utilizados por cada persona que realiza un trabajo en cada área operativa.

Cada área de trabajo cuenta con formatos de informe de los servicios que se realizan donde se evalúa el desempeño, tiempo y calidad de los servicios que se prestan a cada cliente.

No se lleva un control en cuanto a existencias de productos en la empresa, debido a que no existe un modelo de control de inventarios efectivo, para la distribución del producto a los clientes y consumidores de la empresa.

1.2.4 Situación de mercado

La empresa Servicar opera dentro de los elementos de mercado en el cual ha tenido participación directa analizándose a continuación:

a. Servicios

Actualmente brinda servicios de limpieza y mantenimiento de vehículos particulares y flotillas, logrando una diferenciación importante en el mercado que los ha posicionado fuertemente en la mente de los consumidores.

b. Cobertura

Cuenta con una cobertura amplia del mercado porque trabaja para personas individuales y organizaciones en el municipio de Cobán así como Carcha, Chamelco Santa Cruz, San Cristóbal, Raxuha, La Tinta, Purulha, Playa Grande, Chisec y Lanquin, y se extiende a personas e instituciones de otros departamentos como Salamá, e inclusive La Ciudad Capital y Antigua Guatemala.

c. Comunicación

Actualmente la empresa no utiliza la comunicación externa hacia el mercado a través de los medios para mantener o atraer nuevos consumidores, ya que el espacio reducido donde están ubicados no permite atender toda la demanda que se ha generado durante los años.

Solamente utilizan la comunicación directa con los clientes a través del servicio personalizado que prestan durante y después de realizados los servicios.

1.3 Identificación y jerarquización de las situaciones encontradas

1.3.1 Identificación de FODA

a. Fortalezas

- 1) Cuentan con manuales de integración, organización, dirección e higiene y seguridad.
- 2) Están definidas las funciones, puestos y departamentos de la empresa.
- 3) Existe un programa para evaluar a cada empleado y determina su desempeño laboral, eficiencia con que realiza sus obligaciones dentro de la empresa.
- 4) Manejan técnicas de estudio de tiempos y movimientos que han mejorado la eficiencia, el desempeño de los empleados y la entrega justo a tiempo.
- 5) Están debidamente equipados para realizar sus operaciones.
- 6) La atención que se le brinda al cliente es especializada.
- 7) Alianzas gubernamentales.

b. Oportunidades

- 1) Crecimiento en la estructura de la empresa.
- 2) Ampliación del mercado.
- 3) Se proporcionan servicios personalizados que la competencia no tiene.
- 4) Día a día las personas necesitan de un auto propio y esto generara mayores ingresos.

- 5) Actualización y mejoramiento de los procesos de la empresa a través de la implementación de las Tecnologías de información y comunicación.

c. Debilidades

- 1) Malas prácticas en el manejo de inventarios de productos.
- 2) No existe una planificación de costos que estime los gastos en que incurrirá el traslado al nuevo centro de servicios.
- 3) Ausencia de estrategias de comunicación de *marketing*.
- 4) La infraestructura es insuficiente e inadecuada.
- 5) Los manuales establecidos no se aplican.
- 6) Falta de un plan de seguimiento a rentabilidades derivadas de sus inversiones a largo plazo.

d. Amenazas

- 1) El cambio de gobierno, porque el actual representa una alianza estratégica para la empresa.
- 2) El cambio climático, es decir las sequias que actualmente se dan en la región ya que el agua es vital para realizar el proceso productivo de la empresa.
- 3) La baja en la economía que se da durante el tercer trimestre del año.
- 4) Alta competencia entre centros de servicios para automóviles.

1.3.2 Descripción de las situaciones encontradas

La matriz nos presenta un panorama de la situación general de la empresa Servicar, las oportunidades y debilidades, estas últimas se describen a continuación:

a. Malas prácticas en el manejo de inventario de materia prima

A la empresa le falta establecer un control que refleje los ingresos y gastos que se tienen al incurrir en mantener el inventario en las condiciones necesarias para realizar las actividades productivas de la empresa.

Esto genera altos costos para la administración porque se realizan pedidos innecesarios, existe desorden en el área de bodega debido a la poca identificación de productos que poseen; para la empresa representa una pérdida de recursos porque se pierde tiempo, recurso humano en el conteo físico periódico de los productos.

b. No existe una planificación de costos que estime los gastos en que incurrirá el traslado al nuevo centro de servicios

El espacio físico del centro de servicios es insuficiente para satisfacer las necesidades de los consumidores, es por ello que es necesario el traslado a una nueva ubicación.

Sin embargo, falta un estudio financiero y esto puede ocasionar un proceso de toma de decisiones incorrecto en la optimización de los recursos; generando complicaciones en la ejecución del traspaso, la construcción, contratación de recursos humanos y la adquisición de un préstamo.

c. Ausencia de estrategias de comunicación de *marketing*

Actualmente son inexistentes las herramientas para promocionar la marca, por lo que es necesario realizar una campaña publicitaria para lograr mayor posicionamiento de mercado y adquirir nuevos clientes en el nuevo centro de servicios ya que se requiere tener mayores ingresos para lograr

cubrir los gastos en los que se incurrirán en el cambio de localización.

El potencial de captación del mercado se ha estancado, si bien se conocen los clientes potenciales se desea expandir y abarcar más segmentos de mercado.

d. La infraestructura insuficiente e inadecuada

El espacio en Servicar es reducido para la demanda que se tiene en el mercado, debido a ello el tiempo para la recepción de los vehículos es un problema para los clientes que llegan a la empresa. Esto debilita el cumplimiento de los objetivos y satisfacción de las necesidades de los consumidores.

e. Los manuales establecidos no se aplican

El personal desconoce los manuales administrativos y operativos de la empresa, debido a que el departamento de gerencia ha pospuesto el dar a conocer los diferentes documentos y por consecuencia los procesos establecidos en ellos aún no han podido ser empleados.

f. Falta de un plan de seguimiento a rentabilidades derivadas de sus inversiones a largo plazo

Escasas herramientas y elementos de proyección financiera para conocer el costo riesgo de las inversiones presentes y el valor de las mismas en el futuro. Se carece de un plan de acción para la toma de decisiones en el futuro en el área financiera.

1.3.3 Jerarquización de las situaciones encontradas

Con los resultados obtenidos a través de la técnica del árbol de problemas y el apoyo de la gerencia se estableció los niveles de importancia que cada problemática representaba a la empresa, siendo de la manera siguiente:

- a. Malas prácticas en el manejo de inventario de productos.
- b. No existe una planificación de costos que estime los gastos en que incurrirá el traslado al nuevo centro de servicios.
- c. Ausencia de estrategias de comunicación de *marketing*.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS

2.1 Sistema de control de Inventarios

Es el proceso de manejo de Inventarios con el fin de reducir el desorden con que actualmente se manejan las entradas, salidas y movimientos de productos, siendo preciso realizar una planeación, organización y capacitación al personal para mejorar la administración de inventarios, satisfaciendo las necesidades y demandas del cliente al menor costo posible y con el mínimo de inversión.

El objetivo general fue implementar un instrumento administrativo que mejore el proceso y control de los recursos materiales, analizando las actividades del manejo de inventarios.

Para su desarrollo se consideraron las acciones siguientes:

Determinación del inventario óptimo (mínimos y máximos de cada producto) segmentados por cada área de trabajo como: limpieza de vehículos, lubricación, llantas y taller, estableciendo del tiempo de reposición del inventario, tiempos de pedido.

Elaboración de formatos para realizar el pedido, definiendo la forma correcta de generar el requerimiento de reposición y el origen y obtención de los productos.

El proceso de introducción de los productos a la empresa fue fijado es decir; primero pasa por la administración para que pueda ser identificado,

rotulado e ingresado al sistema de inventarios luego ser entregado a cada responsable para que pueda ser ordenado en las bodegas respectivas.

Por áreas de trabajo: taller, lubricación, limpieza de vehículos y llantas se contabilizaron y categorizaron por tipo de insumos (filtros de aire, filtros de aceite, pastillas, bombillas, entre otros). Logrando el ordenamiento y división de las áreas de bodega, y clasificando los insumos ya divididos por áreas y tipos de insumo por aplicación, es decir por marca, modelo año y aplicación de vehículos

Se presentó a la gerencia las bondades y beneficios a través de la integración del programa de inventarios para la implementación del mismo a la empresa. Teniendo como resultado la adquisición e instalación del *software* Control de Inventarios "Caleb" introduciendo al sistema los datos recolectados.

Finalmente para el uso respectivo se capacitó al personal sobre el programa, estando presente el gerente, asistente de gerencia y administrativo y el programador, donde se explicó todo el procedimiento para uso del programa y se resolvieron dudas sobre el mismo. Familiarizando el sistema de inventarios a los procesos de control de la empresa.

2.2 Estudio financiero del plan de inversión

Es el análisis de la capacidad del proyecto de inversión para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Es parte fundamental de la evaluación de una nueva inversión para la empresa. Precisa la elaboración de una guía que permita concretar las actividades de inversión a realizar para delimitar el camino a seguir y así evitar el desperdicio de recursos

evitando que se incurran en gastos innecesarios y altos que pongan en riesgo a estabilidad económica de la empresa, generando datos que determinarán el tiempo en el que será recuperado el monto de la inversión, el punto de equilibrio entre ingresos y gastos, estableciendo factibilidad de la inversión.

El objetivo principal fue establecer es el monto de la inversión requerida para la instalación y traslado del centro de servicios, para asegurar una efectiva inversión en los recursos.

Se consideró para su desarrollo las acciones siguientes:

Como fase inicial se revisó el estudio de mercado, pre factibilidad y técnico-administrativo, para la evaluación y elaboración del plan de inversión, pudiendo así definir de la maquinaria y herramientas a utilizar en el nuevo centro de servicios, el recurso humano requerido. Cotizando con diferentes proveedores de la maquinaria y herramientas que se necesitaran en el centro de servicios

Análisis de las mejores propuestas de posibles proveedores que se adecuan a las necesidades de la empresa definiendo así la guía presupuestaria pudiendo determinar el monto de la inversión inicial los costos iniciales, calculando la depreciación de los activos según tipifica la ley del ISR –Impuesto Sobre la Renta-. Se Analiza y determina el plan de financiamiento elaboración así la tabla de amortización con los datos obtenidos plan.

Los ingresos totales por área determinaron el costo unitario de producción elaborando así el plan de ventas, identificando por área los ingresos mensuales, pudiendo obtener el total de las ventas para ser proyectadas, con estos datos se elaboró el estado de resultados, derivando

la utilidad operativa, el total de gastos operativos, la utilidad antes de intereses e impuestos y la utilidad neta.

Incluye también el cálculo de la tabla de los flujos de efectivo, determinando la tasa interna de retorno y el valor actual neto, el punto de equilibrio, estipulando el margen de contribución y se estableció el flujo de caja.

Por último se realizó un análisis de los datos obtenidos que generaron conclusiones que permitieron presentar las herramientas adquiridas que accedan a la empresa tomar decisiones adecuadas.

2.3 Campaña publicitaria

Es un conjunto de ideas o creaciones que se realizan con el objetivo de vender un servicio a partir del interés generado en determinado mensaje creado. Para el crecimiento del centro de servicios para automóviles, es necesario implementar herramientas publicitarias que permita posicionar la empresa en la mente del mercado meta, ya que actualmente no se comunican los servicios que se ofrecen y no se ha logrado abarcar un mayor porcentaje de la segmentación del mercado.

El objetivo general fue establecer una campaña de publicidad eficiente de posicionamiento y reforzamiento de la marca, que permita captar nuevos clientes y mantener la preferencia de los ya existentes.

Para su desarrollo se realizaron las acciones siguientes:

La estructuración de la imagen corporativa; identidad y comunicación corporativa; la misión, visión, objetivos y filosofía de la empresa para

avanzar a la planificación de la campaña: definición del grupo objetivo, segmentación de mercado y nivel de posicionamiento de la marca.

Seguidamente la declaración de los objetivos de la campaña y decidir así lo que se quería comunicar a los consumidores.

Fue necesario establecer el mercado meta y público objetivo, tomando en cuenta cómo van a comunicarlo y a través de que medio constituyendo la diferenciación y ventajas competitivas para poder elaborar el concepto creativo: tipo y tono de mensaje, estrategias del mensaje.

Se elaboraron bocetos de *stikers*, *banners*, volantes, valla y separadores de libros poniendo así en marcha la campaña publicitaria dando los instrumentos necesarios para el control y seguimiento de la misma.

Al disponer de la información se procedió a la elaboración del *brief*, estrategias de comunicación, creativo, plan y estrategias de medios, logrando la definición del presupuesto publicitario el cual fue aprobado por la gerencia así como los bocetos presentados para la campaña publicitaria.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1 Sistema de inventarios

Al implementar el sistema de inventarios en Servicar se ordenó el área de bodegas, al clasificar y categorizar cada insumo por área de trabajo, colocando a disponibilidad de la empresa artículos que tenían aproximadamente 10 años de estar el área sin utilizarse y que actualmente se requerían en el pedido mensual por desconocer su existencia.

El registro de todas las actividades de entradas, salidas y movimientos de productos, logró la disminución del desperdicio de recursos aumentando así la productividad al establecer la planeación de inventarios.

Con la implementación del sistema de control de inventarios se generó una base de datos que permite establecer el número exacto de productos y las existencias, un mejor registro, ubicación, y distribución de los productos de la empresa.

Se obtuvo una disminución de quejas por falta de insumos al crear el listado por áreas de trabajo donde se clasificó cada insumo según sus aplicaciones para vehículo, modelo y año, permite implementar una herramienta de trabajo que facilita la búsqueda de estos para que puedan ser utilizados. Registro a través del programa instalado de todas las entradas y salidas de los artículos estableciendo un control de estas.

Se logró la mejora en la rotación de inventarios de acuerdo a los plazos de aprovisionamiento al establecer el *stock* de seguridad (mínimos y máximos) que debe tenerse para no sufrir roturas de aprovisionamiento, llegando al punto de pedido con la cantidad de insumos necesarios para cubrir la demanda y ofrecer el máximo nivel de servicio a los clientes. Y por consecuencia reducir las quejas y costos en los que se incurría por falta de productos.

Utilizando el método de revisión perfecta se obtiene la disminución de desperdicios; que consiste en conocer el ritmo de demanda de las existencias y de esta forma prever el momento en el que se van a agotar los insumos, como se conocen las temporadas de mayor crecimiento y afluencia de clientes estimando que la cantidad vendida es variable, siendo esta la necesaria para cubrir la demanda y para que en el momento de recepción el *stock* total coincida con el stock máximo, logrando un manejo de inventario adecuado para la empresa.

Una de las características del sistema de control de inventarios es que permite llevar una supervisión de efectivo a través del registro de ingresos, egresos y ganancias por día, mes y año; permitiendo a Servicar hacer pronósticos de venta y compra para el próximo periodo, llevando un mejor detalle de estas, ya que el sistema genera los niveles de ganancia por productos.

Genera los detalles reflejando las cantidades óptimas, medias y bajas al reabastecimiento correcto de *stock* teniendo en existencia los productos necesarios para cubrir la demanda evitando el rompimiento del mismo para el apoyo de la toma de decisiones.

Al capacitar al personal de la empresa sobre el uso del sistema se obtuvo la tecnificación del proceso de entradas y salidas de los productos,

actualizando el manejo de inventarios y sus procedimientos, logrando que la gerencia asigne la responsabilidad al asistente de gerencia el control y manejo del inventario, logrando optimización de tiempo y recursos.

En el Anexo 1 se encuentra el programa entregado a la empresa Servicar con todos los pasos y procedimientos para el control del mismo.

3.2 Estudio financiero del plan de inversión

El análisis de la inversión da conocer los datos exactos de los gastos que se incurrirán al realizar el traslado, logrando determinar el monto que será financiamiento externo e interno.

Al realizar el estudio financiero del plan de inversión se estableció el costo de producción, determinando los costos directos en los que se incide para realizar cada servicio dentro de Servicar, pudiendo elaborar el plan de ventas anual, fijando los ingresos por área lo que generó datos necesarios para la elaborar el estado de resultados y así conocer la utilidad neta para los próximos diez años a los cuales está regido el plan de financiamiento externo a través de la tabla de amortización.

El análisis del proyecto de traslado determinó que la empresa tiene la capacidad de cubrir la inversión requerida en un periodo mediano, lo que significa que es rentable desde el punto de vista financiero y con ello generar beneficios económicos y de crecimiento.

Según los resultados obtenidos del estudio económico financiero, se determina que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, representa una medida de rentabilidad la mínima que se exigirá para cubrir la totalidad de la inversión, gastos de operación -TMAR- es de 11.93%. Tanto la tasa Interna de Retorno -TIR-, como el Valor Actual Neto -VAN- son positivos, el primero

con un valor de 24% y el segundo con un monto de dos millones setecientos noventa y dos mil quinientos cinco con catorce centavos (Q. 2,792,505.14).

Lo que nos indica que implementar el proyecto es rentable para la empresa, al generar beneficios tanto económicos como de crecimiento físico y de mercado al lograr el aprovechar los recursos generando así valor a la empresa.

En el Anexo 2 de este informe, se pueden ampliar la información relacionado con el plan financiero y los estudios relacionados al mismo.

3.3 Campaña publicitaria

Permitió la actualización de la identidad corporativa, es decir se replanteó la misión, visión y objetivos de la empresa, logrando socializar, compartir y publicar la filosofía empresarial.

Aumentar el porcentaje de captación al transmitir un mensaje adecuado a los posibles consumidores para que prefieran los servicios de Servicar, para comunicar de forma eficiente a los clientes establecidos y potenciales los servicios que se ofrecen; alcanzando los objetivos establecidos de crecimiento al mejorar la imagen corporativa de la empresa.

A través de la creación de *banners*, volantes, separadores de libros que fueron utilizados en los talleres en los que la empresa participó como patrocinador logró abarcar un mayor segmento de mercado que actualmente es una de las metas principales de Servicar, siendo estas mujeres que desean obtener los servicios.

Esto ocasionó que la empresa creara un nuevo diseño para la valla publicitaria que está ubicada en el nuevo terreno del centro de servicios al

situar un diseño presentado, alcanzó el mejoramiento de la imagen y posicionamiento de la empresa creando estrategias afectivas por medio de publicidad que responde a objetivos, entre ellos el mantenimiento y el apoyo empresarial invocando sentimientos o emociones que permitan a la empresa afianzar clientes.

Al obtener estos resultados se influyó a la gerencia a seguir utilizando este tipo de publicidad y medios para difundir el mensaje ya que se capta la atención de nuevos clientes, refuerza la imagen y optimización de recursos al ayudar al consumidor en el proceso de toma de decisiones y ofrecerle razones para adquirir los servicios que la empresa presta

La campaña publicitaria permitió dar a conocer los servicios con que actualmente cuenta la empresa y refuerzan la imagen de la misma, al atraer visitantes mejorando el posicionamiento e identificación con la marca, logrando afianzar a los nuevos clientes y los ya existentes.

En el Anexo 3 de este informe, se encuentran los elementos y estrategias de la campaña publicitaria entregada a la empresa Servicar. Y los logros obtenidos de la misma.

CONCLUSIONES

Las estrategias administrativas, financieras y de *marketing* demostraron fortalezas y oportunidades que Servicar puede aprovechar para el fortalecimiento de las áreas administrativas y operativas de la organización, aumentando la capacidad de la empresa tanto física, económica y de mercado.

Se creó e implementó el sistema de inventarios que mejoró el flujo de los insumos que se utilizan para los servicios que presta la empresa, logrando tener un mayor control de las entradas y salidas del inventario, obteniendo reportes diarios, semanales y mensuales a través de los controles de efectivo, detalle de ventas.

Se elaboró el estudio financiero del plan de inversión de traslado del centro de servicios, el cual proporcionó a la gerencia un apoyo en la toma de decisiones, a través de la guía necesaria para cubrir los costos en que se incurrirán, los recursos materiales y humanos necesarios, conociendo que la inversión será de Q 3,900,790.00 siendo esta un 30% financiamiento interno y 70% externo logrando obtener un retorno en un plazo mediano de tiempo conveniente a la empresa.

Las estrategias de marketing propuestas en la campaña publicitaria siendo estas: medios audiovisuales y escritos, lograron reforzar la marca y un incremento de participación en el mercado. A través del diseño e implementación de *banners*, vallas publicitarias y el mejoramiento de la marca.

RECOMENDACIONES

La continuación de las herramientas financieras, mercadológicas y operativas que se realizaron en la organización, para el desarrollo económico y administrativo de la empresa.

Actualizar el sistema de control de inventarios y se brinde capacitación oportuna al personal que hace uso de la herramienta establecida, para garantizar el control de los productos utilizados en la ejecución de servicios de limpieza y mantenimiento de vehículos.

Considerar el tiempo de vida del estudio financiero del plan de inversión para su efectivo uso, verificando el periodo de ejecución y la situación económica en aspectos como: alza de precios en productos, la inflación, depreciación de la moneda y condiciones financieras para que la guía presupuestaria realizada pueda ser factible, cubra los costos directos, indirectos y de financiamiento logrando evitar imprevistos y generar utilidades.

Asignar dentro del presupuesto de Servicar un monto fijo para darle seguimiento a las actividades de *marketing*, estableciendo la periodicidad adecuada, conveniente y gradual a la capacidad de la empresa, estipulando un responsable que realice el control y la evaluación correspondiente a cada herramienta publicitaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Enrique, Ana. (Et. Al.) *La planificación de la comunicación empresarial*.
Barcelona: España: Universidad Autónoma de Barcelona, 2 013.
- Fundación Iberoamericana de Altos Estudios Profesionales –FIAEP-. *Control y manejo de inventario y almacén*, 2 014. <http://fiaep.org/inventario/control-y-manejo-de-inventarios.pdf> (02 de octubre de 2 014).
- Koontz, Harold. (Et.Al.) *Administración una perspectiva global y empresarial*.
México: McGraw-Hill, 2 012.
- Lem H., Mirna R. *Informe final ejercicio profesional supervisado, realizado en el centro de servicios para automotores Servi-car*. Centro Universitario del Norte. Licenciatura en Administración de Empresas. CUNOR, 2 008.
- Luther, William M. *El plan de mercadeo*. Guatemala: Editorial Norma, 2 008.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales –MTAS–. *Cómo mejorar e incrementar nuestra presencia en los medios de comunicación: guía práctica para ONG*. Madrid, España: MTAS, 2 002.
- Vilafañe, Justo. *Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de empresas*.
Madrid, España: Editorial Pirámide, 1 993.
- Chain, Nassir y Reinaldo Sapag Chain. *Preparación y evaluación de proyectos*.
5ta. Ed. Colombia: Mac Graw Hill, 2 008.
- Soriano I. Claudio, *Plan de marketing*, Guatemala: Editorial Piedra Santa, 2 002.



V.ºB.º

Margarita Pérez Cruz
Bibliotecaria General
CUNOR

ANEXOS

ANEXO 1

SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIOS

CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES



SISTEMA CONTROL



SERVI
Car



ÍNDICE

IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIOS

1.1	Antecedentes	1
1.2	Definición	1
1.3	Objetivos	2
	a. General	2
	b. Específicos	2
1.4	Políticas del control de inventarios	2
1.5	Acciones	4
1.6	Presupuesto	13
1.7	Capacitación de personal	13
1.8	Seguimiento del sistema de control de inventarios	14
1.9	Guía de usuario	15

ÍNDICE DE IMAGENES

IMAGEN 1	MAPA DEL SISTEMA	7
IMAGEN 2	PANTALLA PRINCIPAL DEL SISTEMA	8
IMAGEN 3	VENTANA PRINCIPAL DE INVENTARIO	8
IMAGEN 4	INGRESO DE PRODUCTOS AL INVENTARIO	9
IMAGEN 5	DESCARGA DE INVENTARIO	10
IMAGEN 6	SUMAR AL INVENTARIO	10
IMAGEN 7	VISTA DE CONTROL DE EFECTIVO, EGRESOS, GASTOS Y GANANCIAS POR DÍA	11
IMAGEN 8	DETALLE DE VENTAS	12
IMAGEN 9	RESUMEN DE VENTAS	12

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	ROLES Y FUNCIONES	4
TABLA 2	FICHA DE MÍNIMO-MÁXIMOS DE LUBRICANTES	5
TABLA 3	CATEGORIZACIÓN DE PRODUCTOS	6
TABLA 4	PRESUPUESTO	13

Sistema de Control de Inventarios

1.1 Antecedentes

Actualmente el proceso de control de inventarios se realiza de forma empírica, el sistema de revisión es mal ejecutado consecuencia de la falta de planeación en inventarios y la mala organización en esta área, la capacidad de la bodega es reducida para la cantidad de productos que se manejan es insuficiente, además que allí se guarda el mobiliario y papelería que ya no están en uso, también los plazos de entrega de los insumos causa un inventario en malas condiciones esto se debe a dificultades climáticas, de transporte y sobre todo el periodo de emisión del pedido.

Todo esto genera altos costos para la gerencia porque se realizan pedidos que no son necesarios para el proceso productivo de la empresa; existe desorden en el área de bodega ya que no se identifican los productos que se tienen y esto genera molestias a los clientes; para la empresa representa una pérdida de recursos porque se pierde tiempo, recurso humano en el conteo físico periódico de los insumos.

No hay políticas de reabastecimiento creando carencia o exceso de productos al no establecerse que, cuanto y cuando realizar el pedido a los proveedores, y esto tiene como consecuencia que no puede realizarse un pronóstico de ventas que mejore la rotación de inventarios, se renueven las existencias en el tiempo adecuado y no se incurran en gastos innecesarios por no tener un control de inventarios

1.2 Definición

La empresa ha establecido un control que refleja los ingresos y gastos que se tienen al incurrir en mantener el inventario en las condiciones necesarias para realizar las actividades productivas de la empresa.

La empresa necesita formar un registro exacto de la materia prima, para construir y organizar el inventario, categorizar y crear un sistema que anule el desorden creado por la falta de los mismos, para que no se incurra más en desperdicios innecesarios para la empresa.

1.3 Objetivos

a. General

Implementar un control de inventarios que mejore el proceso y control de los recursos materiales, analizando las actividades del manejo de inventarios.

b. Específicos

- Registrar todas las actividades de entradas, salidas y movimientos en los inventarios.
- Disminuir el desperdicio de recursos.
- Aumentar la productividad al establecer la planeación de inventarios.
- Reducir las quejas por falta de insumos.
- Mejorar la rotación de inventarios.
- Disminuir las mermas.

1.4 Políticas del control de inventarios

1.4.1 La asistente de gerencia será la encargada de actualizar la base de datos de forma quincenal.

1.4.2 El ingreso y egreso de productos de la bodega se realizara a través del sistema de control de inventarios todos los días al finalizar la jornada de trabajo.

1.4.3 Se realizará una revisión y conteo mensual de los productos en bodega de cada área de trabajo.

- 1.4.4 El cálculo del stock de inventarios deberá ser realizado por el Gerente General, haciendo la estimación correcta de mínimos y máximos.
- 1.4.5. La actualización del stock de inventarios se realizará cada quincena del mes, siendo estas las fechas de llegada de los proveedores.
- 1.4.6 La solicitud de productos escasos será realizado por el encargado de bodega de cada área directamente a la gerencia.
- 1.4.7 Será obligación del encargado de bodega de cada área notificar a la gerencia de encontrar productos vencidos o dañados.
- 1.4.8 Deben quedar registradas por escrito en las órdenes de taller, de trabajo y contraseñas las salidas de productos de las bodegas.
- 1.4.9 La asistente de gerencia será la única persona facultada para poder dar de baja alguna línea de productos de la bodega con previa autorización de la gerencia.
- 1.4.10 Para poder realizar compras, el encargado del inventario deberá revisar el sistema para comprobar las existencias de cada producto.
- 1.4.11 Es responsabilidad del encargado de inventario verificar el correcto ingreso de los productos a cada bodega, con su debida identificación.
- 1.4.12 El gerente general es el encargado de generar las contraseñas para los usuarios que manipulen el sistema de control de inventarios, restringiendo según su cargo el acceso a las diferentes fases del programa.
- 1.4.13 Únicamente el gerente y asistente de gerencia están autorizados para extraer información del sistema de control de inventarios.

TABLA 1
ROLES Y FUNCIONES

Nombre del puesto	Descripción
Gerente General	Responsable del cálculo del stock de inventarios, hacer la estimación correcta de mínimos y máximos. Encargado de generar las contraseñas para los usuarios que manipulen el sistema de control de inventarios, restringiendo según su cargo el acceso a las diferentes fases del programa. Y hacer las estimaciones, pronósticos y estadísticas de cada periodo.
Asistente de Gerencia	Encargada de actualizar la base de datos de forma quincenal, del ingreso y egreso de productos de la bodega todos los días al finalizar la jornada de trabajo, realizar revisión y conteo mensual de los productos en bodega de cada área de trabajo, dar de baja alguna línea de productos de la bodega con previa autorización de la gerencia, verificar el correcto ingreso de los productos a cada bodega, con su debida identificación.
Administrador de Servicios	Encargado de asistir al asistente de gerencia para realizar el conteo mensual, registrar por escrito en las órdenes de taller, de trabajo y contraseñas las salidas de productos de las bodegas Y encargado de la bodega de limpieza y mantenimiento de Vehículos
Técnico de Lubricación	Responsable de la solicitud de productos escasos directamente a la gerencia. Notificar a la gerencia de encontrar productos vencidos o dañados. El ingreso de los productos a la bodega correspondiente.
Técnico de Llantas	Responsable de la solicitud de productos escasos directamente a la gerencia. Notificar a la gerencia de encontrar productos vencidos o dañados. El ingreso de los productos a la bodega correspondiente.
Técnico de Taller	Responsable de la solicitud de productos escasos directamente a la gerencia. Notificar a la gerencia de encontrar productos vencidos o dañados. El ingreso de los productos a la bodega correspondiente.

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

1.5 Acciones

Es necesario implementar un sistema de inventarios que contribuya al orden de las entradas, salidas y movimientos de productos, tomando en cuenta que es preciso realizar una planeación, organización y capacitación al personal para mejorar la administración de inventarios.

El programa a implementar es Sistema de Control de Inventarios “Caleb” siendo este adecuado para la empresa, cubriendo las necesidades de control que se necesita manejar en cada entrada y salida de insumos que se tengan dentro de la misma.

Para lograr la correcta implementación del programa es necesario establecer niveles máximos y mínimos de inventario y un período fijo de revisión de sus niveles. El inventario se revisa sólo en estas ocasiones y se ordena o se pide la diferencia entre el máximo y la existencia total (cantidad existente más cantidad en tránsito). Es por ello que se recomendó el siguiente formato.

TABLA 2
FICHA DE MÍNIMOS-MÁXIMOS DE LUBRICANTES

					Tiempo de Pedido	Pedido	Minimo	Maximo	Costo
Grasas y Lubricantes									
Aplicación	Producto	Marca	Grado	Presentacion					
Motor	Aceite	Quaker	40	GALON	2 MESES	12	4	12	Q 139.74
Motor	Aceite	Quaker	40	LITRO	2 MESES	24	8	24	Q 44.93
Motor	Aceite	Quaker	15w40	GALON	2 MESES	12	6	12	Q 151.97
Motor	Aceite	Quaker	15w40	TONEL	MENSUAL	2	1	2	Q 7,961.62
Motor	Aceite	Quaker	5w20	LITRO	3 MESES	36	10	36	Q 56.35
Motor	Aceite	Quaker	10w30	TONEL	MENSUAL	1	1	2	Q 8,629.30
Motor	Aceite	Quaker	10w30	LITRO/SEMI SINTETICO	MENSUAL	36	18	36	Q 58.75
Motor	Aceite	Quaker	20w50	TONEL	MENSUAL	2	1	2	Q 8,130.62
Motor	Aceite	Quaker	20w50	GALON	2 MESES		6	12	Q 177.39
Motor	Aceite	Quaker	20w50	LITRO	2 MESES				Q 46.90
Motor	Aceite	Valvoline	15w40	TONEL	MENSUAL	3	2	4	Q 6,105.00
Motor	Aceite	Valvoline	5w40	Full Sintetico	MENSUAL	9	6	12	Q 268.00

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

Este formato utilizado para cada área de trabajo (taller, lubricación, limpieza de vehículos y llantas) sirve para ordenar, clasificar e identificar ochocientos setenta y tres insumos que posee la empresa. Estableciendo periodos de requisición, existencias y costo de inventarios contribuyendo al manejo correcto de inventarios.

1.5.1 Contabilización e identificación de productos

Durante esta fase se realizó la contabilización y categorización de productos. Primero se dividieron por áreas de trabajo; Taller, Lubricación, Limpieza de vehículos y Llantas, luego se dividieron por tipo de insumos (Filtros de aire, filtros de aceite, pastillas, bombillas, etc.) Ordenamiento y división del área de bodega, se clasificaron los productos ya divididos por áreas y tipos de insumo por aplicación, es decir por marca, modelo, año y aplicación de vehículos. (ver guía de usuario)

TABLA 3
CATEGORIZACIÓN DE PRODUCTOS

TALLER					
ID Prod.	CATEGORIAS	PRODUCTOS	APLICACIÓN	ID Cate.	PROVEEDOR
539	ABRAZADERA	METAL GRANDE	GUARDAPOLVO FLECHA	10056	.
540	ABRAZADERA	METAL PEQUEÑA	GUARDAPOLVO DE FLECHA	10056	.
541	ABRAZADERA	METAL CON TORNILLO GRANDE	.	10056	.
542	ABRAZADERA	METAL CON TORNILLO MEDIANA	.	10056	.
543	ABRAZADERA	METAL CON TORNILLO PEQUEÑA	.	10056	.
544	ABRAZADERA	PLASTICA 14"	.	10056	.
545	ABRAZADERA	PLASTICA 10"	.	10056	.
496	ACUMULADOR	N70ZL MAXX ENERGY 27ADS-850	.	10051	LE MANS, S. A.
501	ACUMULADOR	24BD-500 MAXX ENERGY	.	10051	LE MANS, S. A.
504	ACUMULADOR	NS70 MAXX ENERGY 24AI-800	TOYOTA 22R /TACOMA	10051	LE MANS, S. A.
530	ADITIVO	SELLADOR FUGAS DE RADIADOR PRESTONE	.	10049	.
549	ADITIVO	INTAKE CLEANER VALVOLINE 355ml	Sistema Cuerpo de Aceleración	10049	LUISA
521	AFLOJATODO	ABRO AB80	LUBRICANTE ANTIOXIDO	10060	.
334	AMORTIGUADOR	343299 KYB TRAS	TOYOTA HILUX 2.8/VIGO	10017	FIGUEPARTES, S. A.
337	AMORTIGUADOR	344353 KYB TRASERO GAS	HONDA ODYSEI 99-2004	10017	FIGUEPARTES, S. A.
338	AMORTIGUADOR	443241 KYB TRASERO ACEITE	TOYOTA HILUX 1988-1995 4*4 /22R /TACOMA 96-2001	10017	FIGUEPARTES,
340	AMORTIGUADOR	443335 KYB DELANTERO ACEITE	SUZUKI SAMURAI	10017	FIGUEPARTES,
437	BOMBA DE FRENO	47570-19155 AUXILIAR	.	10041	FIGUEPARTES,
409	BOMBA DE FRENO	04493-20070 FV KIT EMBULOS	TOYOTA CORONA	10041	autorepuesto axcquaroni
410	BOMBA DE FRENO	SC-80163R (1 5/8) SEIKEN EMPAQUES AUXILIAR ANILLO	.	10041	FIGUEPARTES, S. A.
412	BOMBA DE FRENO	47570-19035 EAGLE	TOYOTA COROLLA/TERCEL 83	10041	FIGUEPARTES, S. A.
414	BOMBA DE FRENO	SK-44251 1" /04493-35290 SEIKEN KIT EMBULO CENTRAL	TOYOTA	10041	FIGUEPARTES, S. A.
415	BOMBA DE FRENO	SC-4515R (5/8) SEIKEN EMPAQUE AUXILIAR	.	10041	FIGUEPARTES, S. A.

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

1.5.2 Generación de base de datos

Con la información obtenida de la contabilización e identificación de productos se procedió a formar una base de datos en Excel que permite a la empresa identificar de manera fácil la ubicación y existencia de productos. La información del sistema se detalla a continuación:

Es un sistema que ayuda a tener un mejor control de cada uno de los productos que se encuentran dentro de la empresa. Es un programa que posee una interfaz sencilla, que cualquier usuario puede utilizar de la mejor manera y sin complicaciones

**IMAGEN 1
MAPA DEL SISTEMA**

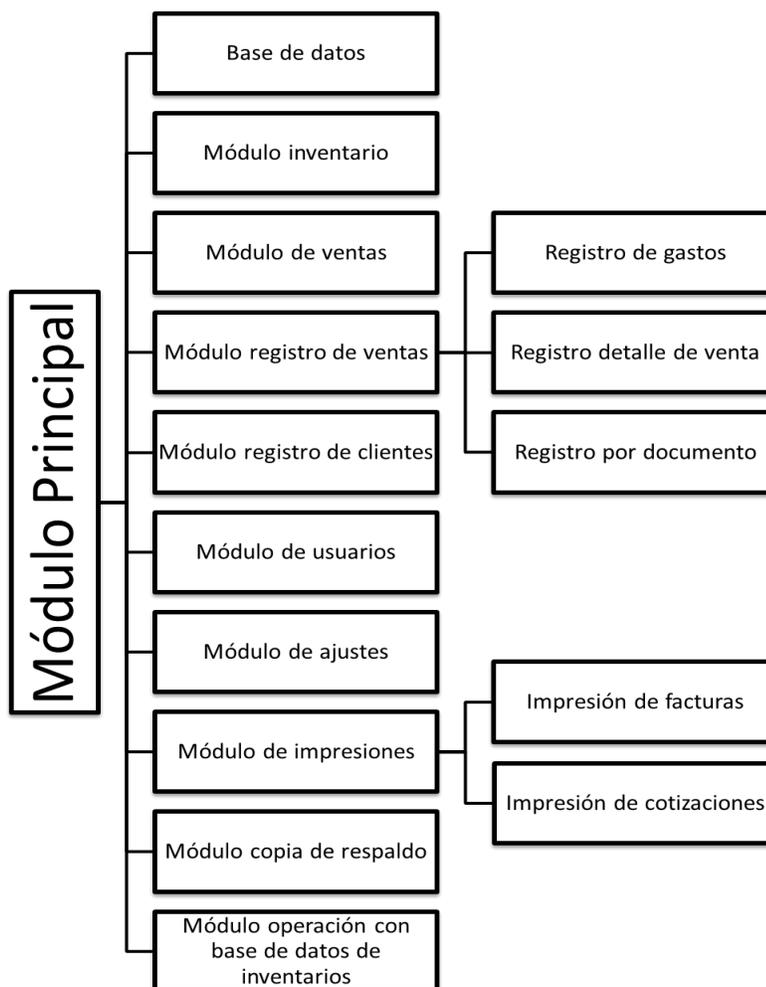
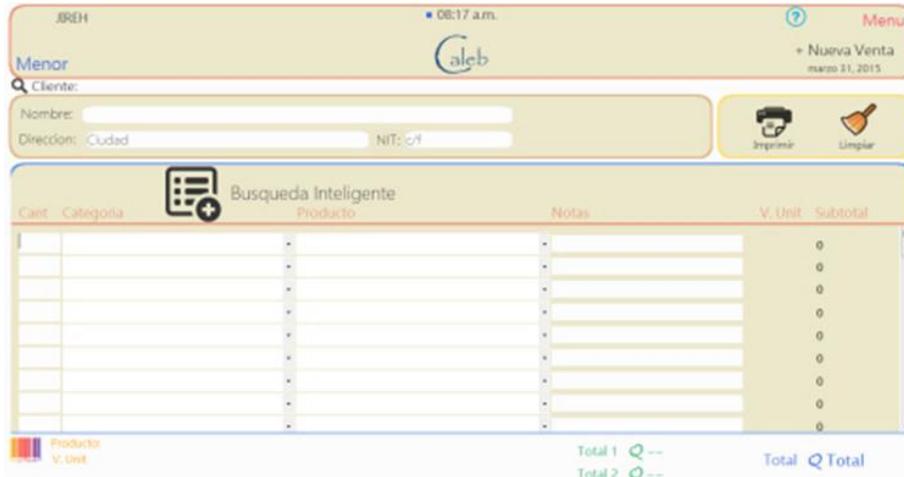


IMAGEN 2 PANTALLA PRINCIPAL DEL SISTEMA



La imagen 2 es el ejemplo de la pantalla principal que se genera a través de escribir contraseña proporcionada por el gerente general. Al seleccionar menú se despliega una ventana, para ingresar al inventario, deben seleccionar el botón menú, luego inventario la cual pedirá nuevamente la contraseña, generando la pantalla siguiente:

IMAGEN 3 VENTANA PRINCIPAL DE INVENTARIO

Existencia	Categoria	Producto	Costo	Mayor	Medio	Menor	Codigo Barras	QenProducto	Existencias Optimas	Existencias Bajas	Proveedor
10	BOMBILLA	2190 COLA PESCADO GRANDE1	12.00	30.00	30.00	30.00	.	132.00	10	4	EDISA
7	BOMBILLA	2690 COLA PESCADO GRANDE 2	16.96	30.00	30.00	30.00	.	254.40	20	10	EDISA
18	BOMBILLA	3156 COLA PESCADO BASE PLA...	12.00	30.00	30.00	30.00	.	216.00	15	5	EDISA
11	BOMBILLA	3157 COLA PESCADO BASE PLA...	13.28	30.00	30.00	30.00	.	172.64	15	5	EDISA
14	BOMBILLA	4025 BASE METAL 1 CONTACTO	2.40	15.00	15.00	15.00	PLACA Y MEDSA LUZ LA...	36.00	25	10	EDISA
70	BOMBILLA	4090 COLA PESCADO PEQUEÑA...	2.08	15.00	15.00	15.00	.	166.40	50	20	EDISA
13	BOMBILLA	4231 INTERIOR 12V 10W	4.00	30.00	30.00	30.00	.	52.00	10	3	DISTALSA
5	BOMBILLA	5158 INTERIOR 12 V 10W FLOS...	3.68	30.00	30.00	30.00	.	22.08	5	0	DISTALSA
9	BOMBILLA	5168 INTERIOR 12V 10W	6.40	30.00	30.00	30.00	.	76.80	10	5	EDISA
89	BOMBILLA	5229 BASE METAL 2 CONTACTOS	3.60	15.00	15.00	15.00	.	334.80	100	25	EDISA
83	BOMBILLA	6671 BASE METAL 1 CONTACTO	2.55	15.00	15.00	15.00	.	224.40	50	25	EDISA
7	BOMBILLA	821 COLA PESCADO MEDIANA	12.00	30.00	30.00	30.00	.	84.00	10	4	EDISA
1	BOMBILLA	KIT INTERIOR AZUL	35.00	60.00	60.00	60.00	.	35.00	1	0	EDISA

La imagen 3 muestra la pantalla para ingreso de productos donde se debe ingresar a la categoría y luego al producto requerido para poder ingresar a cada una de acuerdo a la clasificación realizada anteriormente. Si se desea hacer cambios en nombre, precios o marcas se puede realizar a través del botón “editar producto”

IMAGEN 4 INGRESO DE PRODUCTOS AL INVENTARIO

The screenshot shows the 'Agregar Producto' window with the following data:

Costo	Mayor	Medio	Menor
9.75	40.00	40.00	40.00
	310.256%	310.256%	310.256%

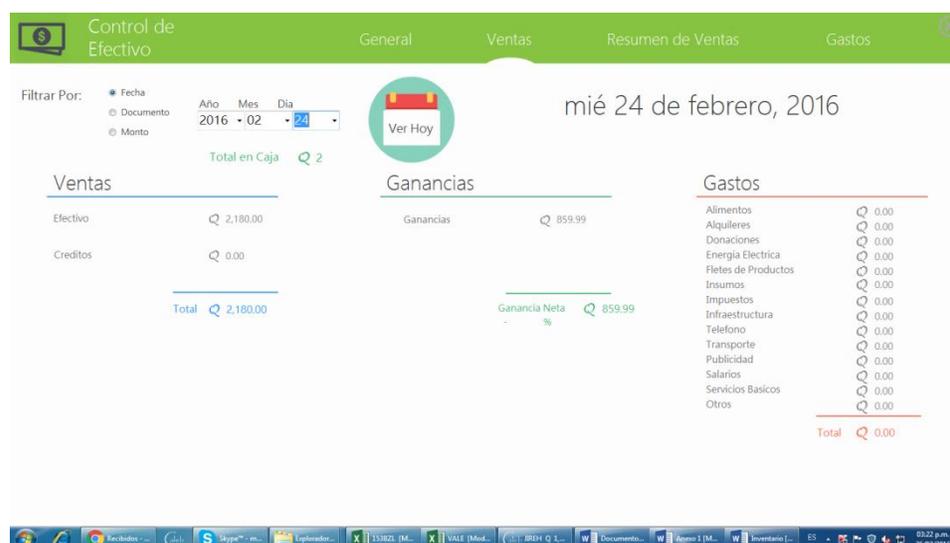
Existencias: 20
Existencias Optimas: 20
Existencias Bajas: 12

Proveedor: AUTOREPUESTOS ACQUARONI S. A.

Como se ilustra en la imagen 4 en esta ventana debe agregar la descripción del producto, el proveedor, mínimos, máximos, existencias, costo, precio del al público, formando con estos datos el porcentaje de ganancia de cada producto. Todos estos datos fueron generados al inicio de la actividad con la base de datos creada a través de la ficha de mínimos y máximos.

Para sumar al inventario las descargas realizadas se debe hacer clic en sumar al inventario, esto hará la descarga automática del inventario y finalizamos la operación haciendo clic en continuar. Esto optimiza tiempo y recursos ya que automáticamente estaría realizando la descarga de productos al inventario, actualizando la base de datos del inventario.

IMAGEN 7 VISTA DE CONTROL DE EFECTIVO, EGRESOS, GASTOS Y GANANCIAS POR DÍA



Al momento de ingresar al programa con el usuario y contraseña, hacer clic en control de efectivo, esta ventana muestra las ventas, ganancias y gastos realizados durante el día de forma general. También existe la opción para verificar los datos de días anteriores a través de las opciones de los filtros de búsqueda siendo estos: Fecha, Documento y Monto.

IMAGEN 8 DETALLE DE VENTAS

Control de Efectivo | General | Ventas | Resumen de Ventas | Gastos

Detalles de Documento

Nombre: CIERRE 23/02/2016 Costo: 1320.01
 Fecha: 24/02/2016 07:51 a.m. Venta: 2180.00
 Documento: 263 Comprobante Ganancia: 859.99 Encargado: MIRNA Estado: Activo

Cantidad	Categoría	Producto	VUnitario	Subtotal	Estado	Costo Total	Ganancia Total	ID
2.00	LIQUIDO	FRENOS WAGNER 12 ONZAS	25.00	50.00	Activo	29.20	20.80	462
6.00	LUBRICANTES	LITRO QUAKER 10W30 SEMI SIN...	85.00	510.00	Activo	352.44	157.56	20
1.00	FILTRO ACEITE	FL-8205 FORD	145.00	145.00	Activo	100.32	44.68	248
2.00	PLUMILLA	21 BOSCH	45.00	90.00	Activo	36.00	54.00	139
15.00	LUBRICANTES	QT VALVOLINE 15W40	55.00	825.00	Activo	440.70	384.30	472
8.00	GRASAS	No. 2 LOOK AMBAR	7.50	60.00	Activo	24.00	36.00	458
5.00	LUBRICANTES	QT QUAKER 20W50	60.00	300.00	Activo	175.10	124.90	449
1.00	FILTRO ACEITE	PH4967 FRAM	40.00	40.00	Activo	17.25	22.75	12
1.00	FILTRO ACEITE	90915-YZZD2 TOYOTA PICK UP	160.00	160.00	Activo	145.00	15.00	255

La imagen 8 nos muestra el detalle de las ventas realizadas por día, el usuario encargado de la descarga, monto, ganancia y cuantos productos quedan disponibles para realizar los servicios, permitiendo conocer las unidades faltantes y los productos y unidades que deben incluirse dentro del pedido mensual. Esta es una herramienta importante ya que detalla todos los movimientos realizados durante el día en el inventario.

IMAGEN 9 RESUMEN DE VENTAS

Control de Efectivo | General | Ventas | Resumen de Ventas | Gastos

Resumen de Ventas mié 24 de febrero, 2016

Cantidad	Categoría	Producto	Q Vendidos	Ganancia	Proveedor	Existencias	Existencias Optimas	Producto para Llegar a Optimas	Estado/Exist
1	FILTRO ACEITE	FL-8205 FORD	145	44.68		1	2	1	Bajas
1	FILTRO ACEITE	PH4967 FRAM	40	22.75		50	40		Optimas
1	FILTRO ACEITE	90915-YZZD2 TOYOTA PICK UP	160	15		5	10	5	Medias
8	GRASAS	No. 2 LOOK AMBAR	60	36		1880	2240	360	Medias
2	LIQUIDO	FRENOS WAGNER 12 ONZAS	50	20.8		45	36		Optimas
6	LUBRICANTES	LITRO QUAKER 10W30 SEMI SINTETICO	510	157.56		87	36		Optimas
15	LUBRICANTES	QT VALVOLINE 15W40	825	384.3		321	833	512	Bajas
5	LUBRICANTES	QT QUAKER 20W50	300	124.9		247	416	169	Medias
2	PLUMILLA	21 BOSCH	90	54		6	4		Optimas

La imagen 9 la ventana del resumen de venta, como su nombre lo dice es la que refleja las ventas del día de forma concreta y detalla, esto permite al gerente general realizar pronósticos de ventas por periodos, generar estadísticas que se tiene de la rotación y costo del inventario y la liquidez que la empresa está manejando.

1.6 Presupuesto

Al lograr la implementación e instalación del programa Sistema de control de inventarios “Caleb” se incurrirá en gastos de inversión los cuales se detallan a continuación.

**TABLA 4
PRESUPUESTO**

No.	Descripción	Detalle	Costo
1	Control de inventarios Caleb	Programa	Q 2,800.00
2	Instalación del sistema y capacitación al personal		Q 900.00
3	Actualizaciones	1 cada dos meses	Q 200.00
Total			Q 3,900.00

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

1.7 Capacitación del personal

Se capacito al gerente general, asistente de gerencia y administrativo, mostrándoles cada de las herramientas que posee el sistema, los procedimientos que se deben seguir para manejar el programa de forma adecuada, así como la sociabilización a los colaboradores de toda la empresa de la implementación del sistema de control de inventarios.

1.8 Seguimiento del sistema de control de inventarios

El gerente general es el encargado de incentivar a los colaboradores para que el control de inventario tenga un desarrollo eficiente en cada una de las actividades y responsabilidades designadas, para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos de forma correcta.

La encargada del inventario siendo en este caso la asistente de gerencia tendrá que verificar el cumplimiento de las políticas, identificando nuevos beneficios obtenidos a través de la implementación del control de inventarios por medio de la actualización continua del sistema.



GUÍA DE USUARIO

CONTROL DE INVENTARIOS

2015

ELABORACION DE INVENTARIO

CALEB es un sistema que nos ayuda a tener un mejor control de cada uno de los productos que se encuentran dentro de la empresa. Es un programa que posee una interfaz sencilla, que cualquier usuario puede utilizar de la mejor manera y sin complicaciones.



1 INGRESANDO AL PROGRAMA



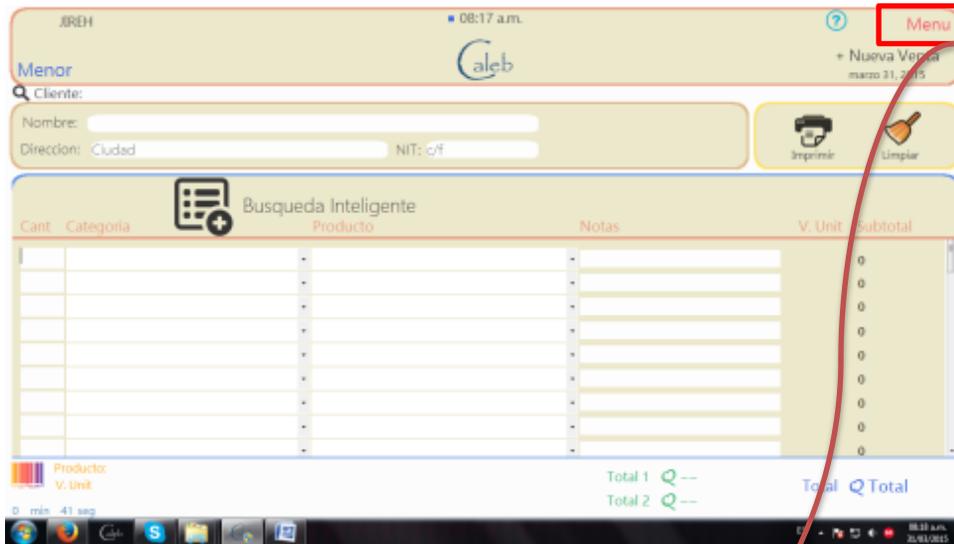
2. INTRODUCIENDO CONTRASEÑA



Escribir contraseña proporcionada por el gerente general o administrador.

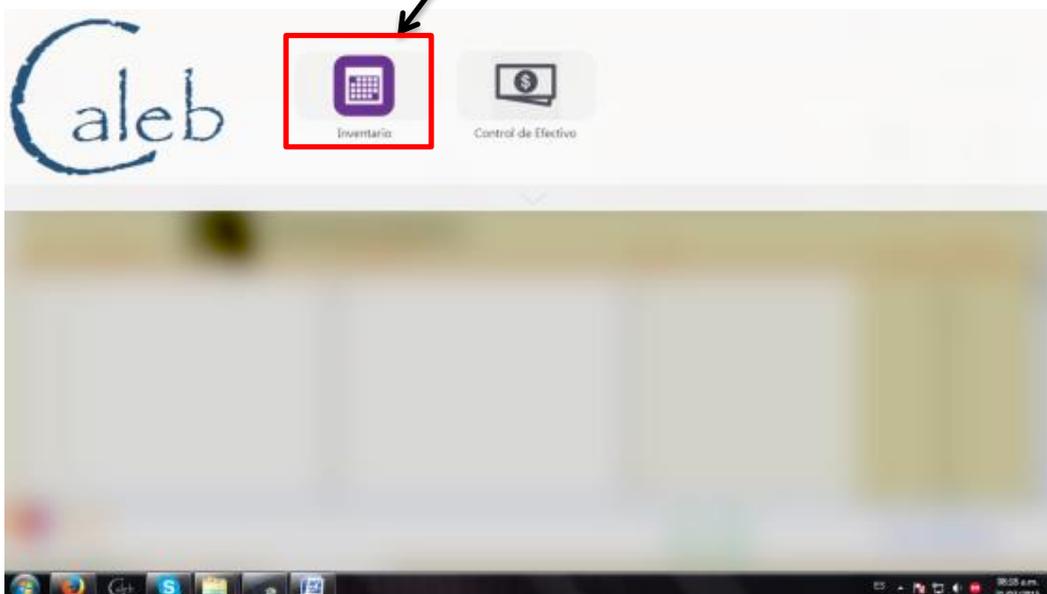


3. INGRESANDO A INVENTARIO

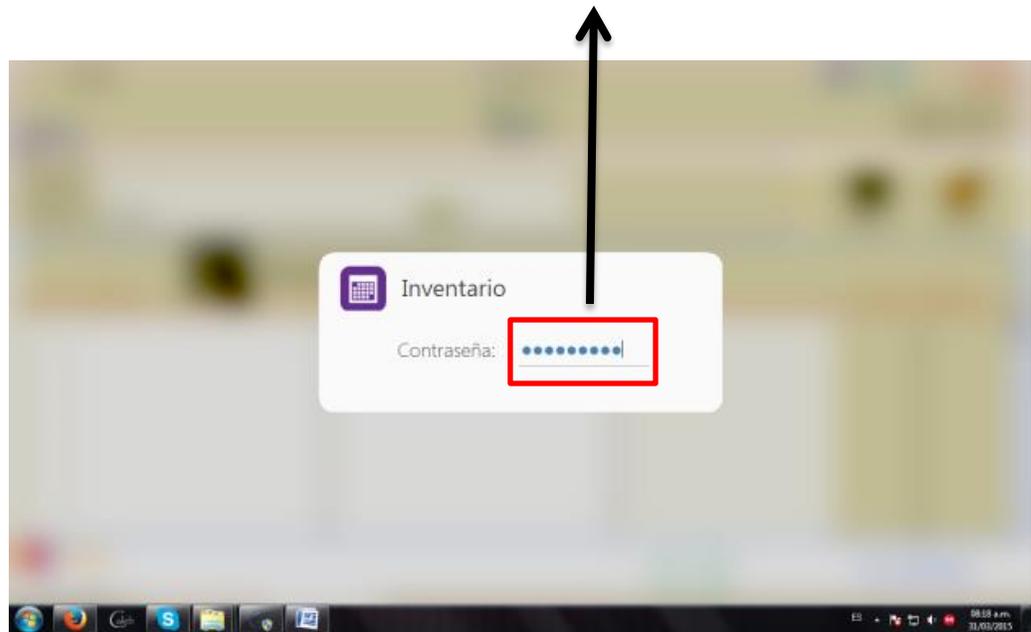


SELECCI

Al seleccionar menú se despliega una ventana, en ella seleccionar inventario



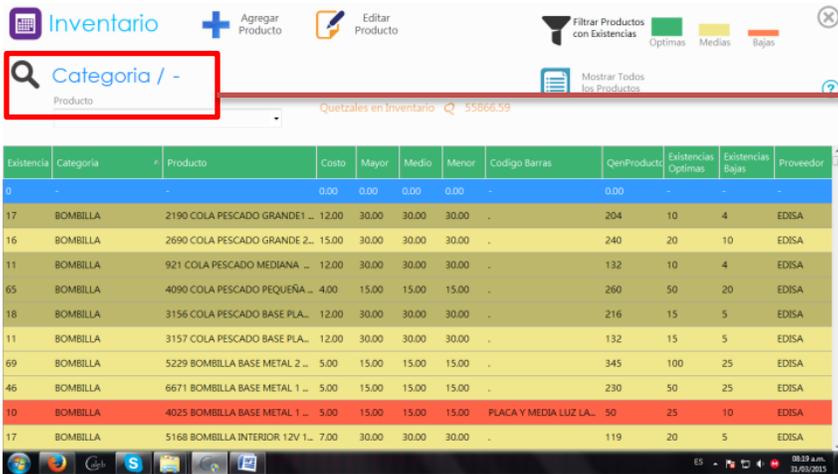
Le pedirá una contraseña, la cual es la misma del usuario, proporcionada por el gerente general o administrador.



VISUALIZACIÓN DE LA VENTANA

Existencia	Categoria	Producto	Costo	Mayor	Medio	Menor	Código Barras	QenProducto	Existencias Optimas	Existencias Bajas	Proveedor
0	-	-	0.00	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-	-	-
17	BOMBILLA	2190 COLA PESCADO GRANDE1 ..	12.00	30.00	30.00	30.00	.	204	10	4	EDISA
16	BOMBILLA	2690 COLA PESCADO GRANDE 2..	15.00	30.00	30.00	30.00	.	240	20	10	EDISA
11	BOMBILLA	921 COLA PESCADO MEDIANA ..	12.00	30.00	30.00	30.00	.	132	10	4	EDISA
65	BOMBILLA	4090 COLA PESCADO PEQUEÑA ..	4.00	15.00	15.00	15.00	.	260	50	20	EDISA
18	BOMBILLA	3156 COLA PESCADO BASE PLA...	12.00	30.00	30.00	30.00	.	216	15	5	EDISA
11	BOMBILLA	3157 COLA PESCADO BASE PLA...	12.00	30.00	30.00	30.00	.	132	15	5	EDISA
69	BOMBILLA	5229 BOMBILLA BASE METAL 2 ..	5.00	15.00	15.00	15.00	.	345	100	25	EDISA
46	BOMBILLA	6671 BOMBILLA BASE METAL 1 ..	5.00	15.00	15.00	15.00	.	230	50	25	EDISA
10	BOMBILLA	4025 BOMBILLA BASE METAL 1 ..	5.00	15.00	15.00	15.00	PLACA Y MEDIA LUZ LA...	50	25	10	EDISA
17	BOMBILLA	5168 BOMBILLA INTERIOR 12V 1..	7.00	30.00	30.00	30.00	.	119	20	5	EDISA

4. AGREGAR NUEVA CATEGORÍA



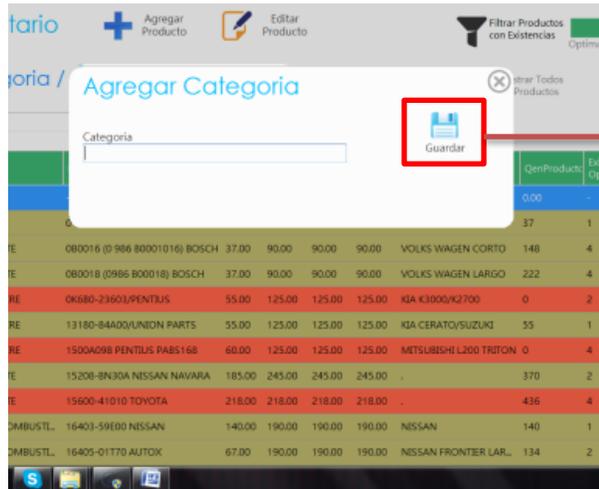
Hacer clic en "Categoría"

Hacer clic en "Agregar Categoría"



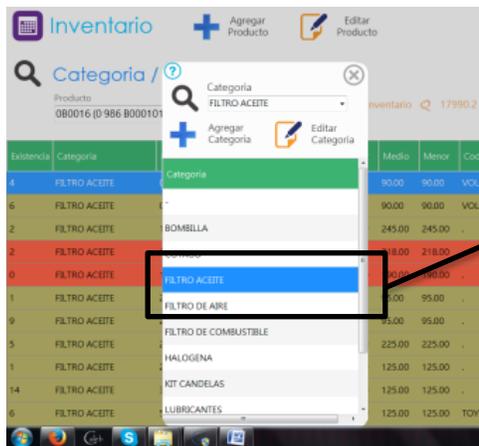
Escribir el nombre de la categoría





Guardar los cambios

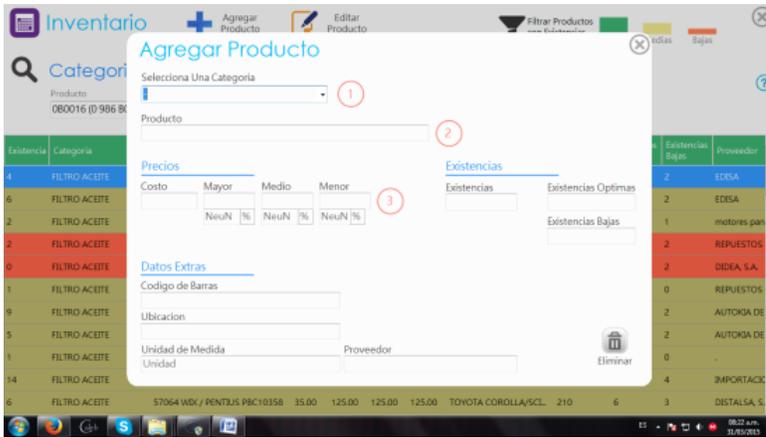
4. INGRESANDO LOS DATOS



Hacer clic en "Categoría", luego seleccionar el tipo de categoría en la que ingresará el producto.

Hacer clic en "Agregar Producto"

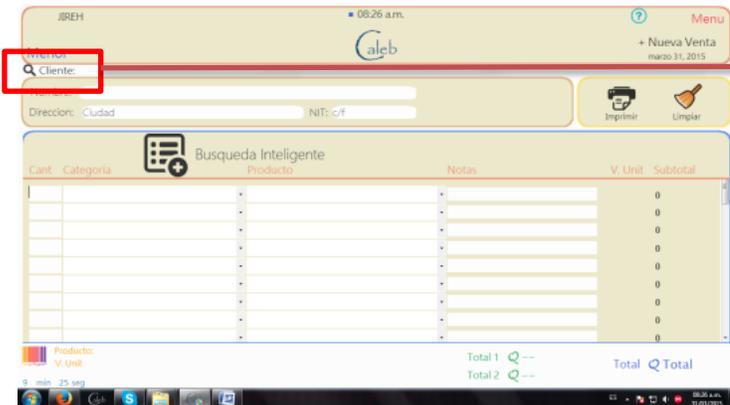




Ingresar la categoría del producto, los precios a manejar (mayor, medio y menor) y la existencia física de los productos así como los datos extras

DATOS DEL CLIENTE

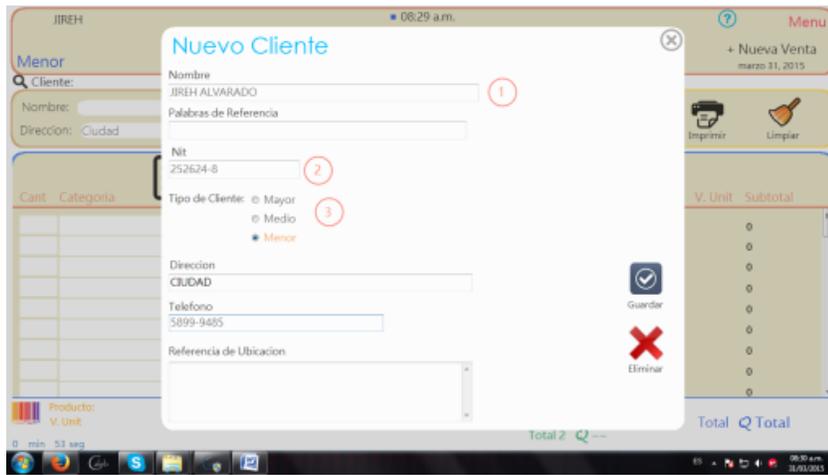
1. INGRESANDO LOS DATOS



Ubicarse en cliente

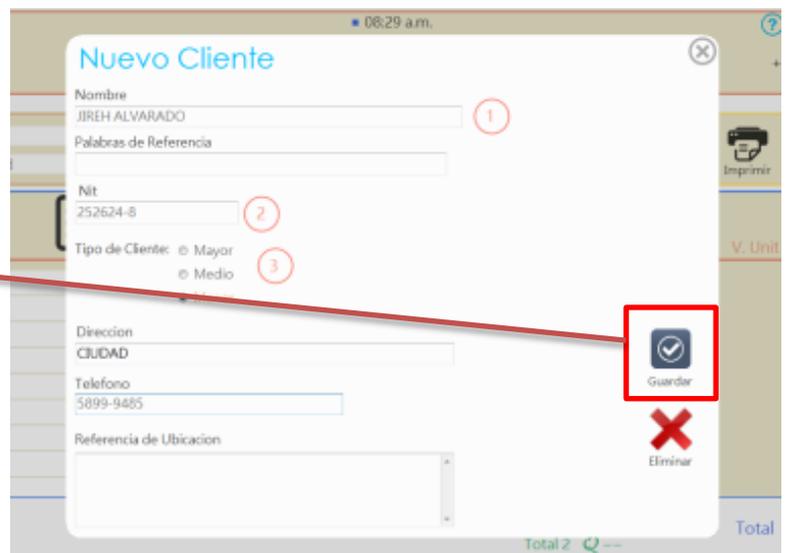
Hacer clic en "Agregar"



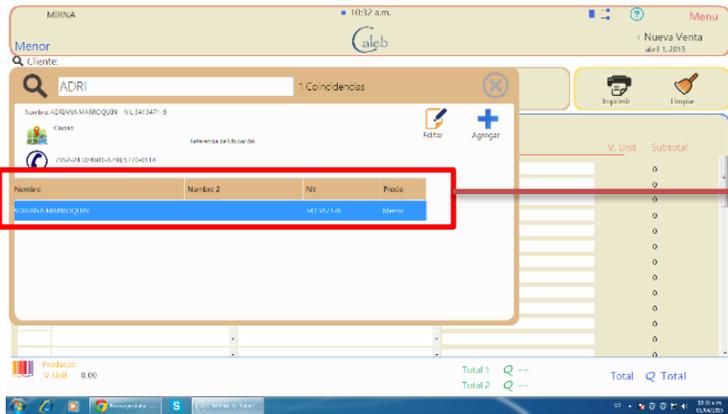


Ingresar todos los datos que se solicitan del cliente

Luego de haber ingresado los datos hacer clic en guardar.

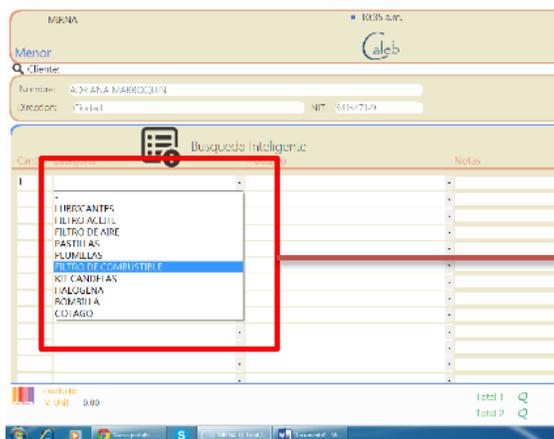
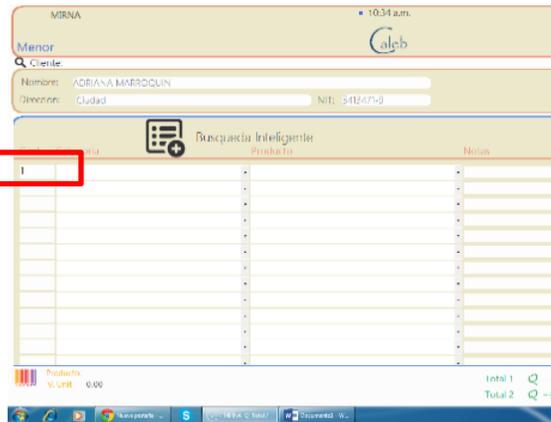


DESCARGA DE INSUMOS



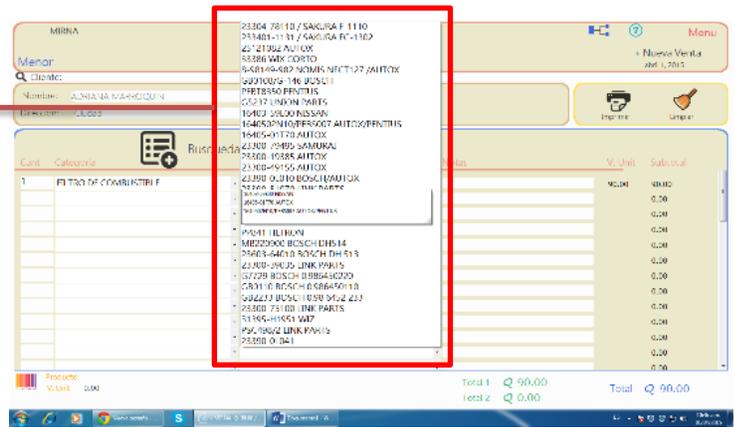
Seleccione el Cliente

Escriba la cantidad de insumos a utilizar

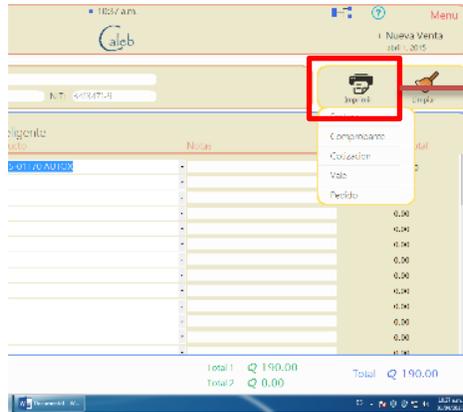


Seleccione la categoría del insumo a descargar

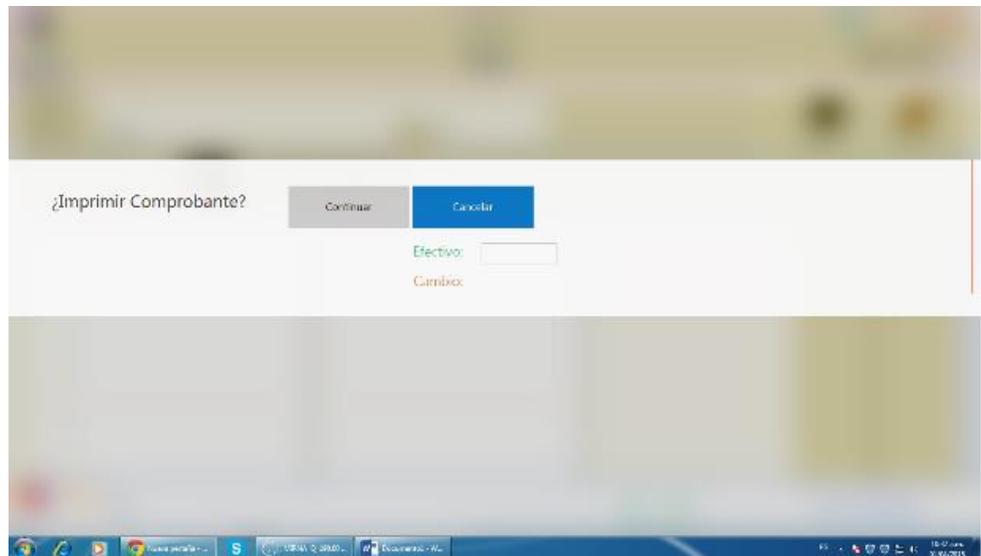
Seleccione el producto a descargar

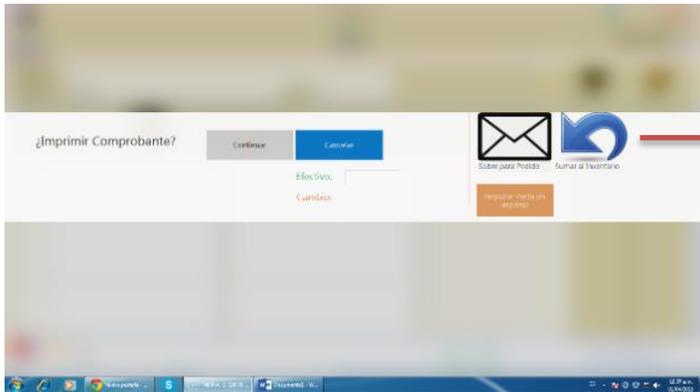


Clic en imprimir y luego imprimir comprobante



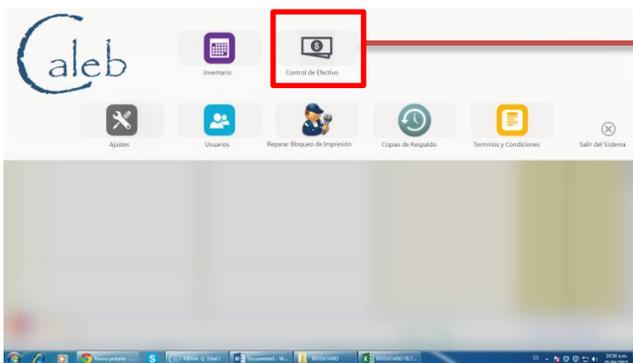
PREGUNTARA SI DESEA IMPRIMIR





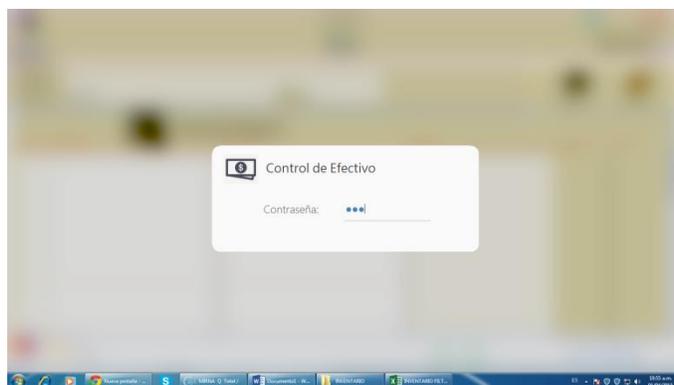
**Hacer clic en
sumar al
inventario, esto
hará la descarga
automática del
inventario y
finalizamos la
operación
haciendo clic en
continuar**

CONTROL DE EFECTIVO



**Al momento de
ingresar al programa
con el usuario y
contraseña, hacer clic
en control de efectivo**

**Ingresar nuevamente
la contraseña**



VISTA DE CONTROL DE EFECTIVO,



DETALLE DE

Control de Efectivo | General | Ventas | Resumen de Ventas | Gastos

mié 1 de abril, 2015

Ver Detalles

Fecha	Cliente	Documento	Monto	Efectivo	Credito	Encargado	Estado	Disponible	Ganancia
01/04/2015 10...	ADRIANA MARROQUIN	23 Comprobante	90	90		MIRNA	Disponible	90	43
01/04/2015 10...	ADRIANA MARROQUIN	22 Comprobante	190	190		MIRNA	Disponible	190	128

RESUMEN DE

Control de Efectivo General Ventas Resumen de Ventas Gastos

Resumen de Ventas mié 1 de abril, 2015

Caja Inicial 0
1er Egreso
2do Egreso
Total en Caja Q 280

Ventas
Efectivo

Cantidad	Categoria	Producto	Existencias	Proveedor
1	FILTRO DE COMBUSTIBLE	1640502N1699 BS007 AUTOX/PEÑI BUS	1	IMPORTACIONES...
1	FILTRO DE COMBUSTIBLE	16405-01170 AUTOX	1	IMPORTACIONES...

Cifras Total Q 0

Windows taskbar: S, MAPA Q Total, Document - W..., BRENIA, BRENIA, 2015 abr 01 14:20:15

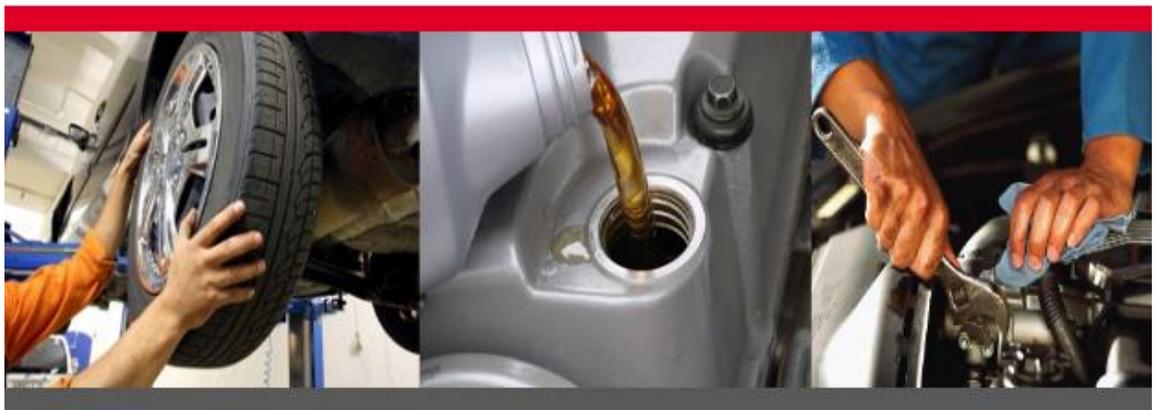
ANEXO 2

ESTUDIO FINANCIERO DEL PLAN DE INVERSIÓN DEL TRASLADO DEL CENTRO DE SERVICIOS

CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES



ESTUDIO FINANCIERO



SERVI
Car
○ ○

ÍNDICE

ESTUDIO FINANCIERO DEL PLAN DE INVERSIÓN DEL TRASLADO DEL CENTRO DE SERVICIOS SERVICAR

1.1	Definición del problema	1
1.2	Objetivos	2
	a. General	2
	b. Específicos	2
1.3	Acciones	2
1.4	Resultados	8

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	PLAN DE INVERSIÓN	4
Tabla 2	PLAN FINANCIAMIENTO	5
Tabla 3	PUNTO DE EQUILIBRIO	5
Tabla 4	TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	6
Tabla 5	TASA INTERNA DE RETORNO	6
Tabla 6	VALOR ACTUAL NETO	7

Elaboración del estudio financiero del plan de inversión del traslado del centro de servicios Servicar

1. Definición del problema

Se han aprovechado al máximo los espacios disponibles, pero la empresa ha crecido, siendo insuficiente el espacio para satisfacer las necesidades de los consumidores, es por ello que el traslado al nuevo centro de servicios puede ocasionar excesos en los gastos de traslado.

Las metas y objetivos de inversión no han sido identificados para que se establezcan las acciones que deben priorizarse, inexistencia del capital determinado de inversión impidiendo que se cumpla con el proceso presupuestario, el control financiero para esta actividad es indefinido y sobre todo se desconoce la previsión de ingresos por ventas que concrete la cantidad que se necesita para cubrir la inversión que se realizará, que aporte será capital propio y cuánto deberá pedirse al banco.

Esto hará que se incida en gastos innecesarios para la empresa, porque los precios son más altos con proveedores regionales y provoca una sobrevaloración de los activos; no se han establecido las prioridades ni un plan de inversión y esto puede estimular un proceso de toma de decisiones incorrecto sin lograr la optimización de los recursos.

Existirán complicaciones en la ejecución del traspaso, la construcción, contratación de recursos humanos y uno de los puntos más importantes, la adquisición del préstamo, ya que no existe una evaluación que determine cuál es la mejor opción y reduzca el desperdicio de los recursos y sea un soporte a la inversión.

Considerando que la empresa cuenta con el estudio de mercado, estudio técnico-administrativo y de pre factibilidad; es necesaria la realización del

estudio del plan de inversión, para que la gerencia tenga un soporte en que basar las decisiones financieras futuras del traslado del centro de servicios.

2. Objetivos

a. General

Establecer el monto de la inversión requerida para la instalación y traslado del Centro de servicios, para asegurar una efectiva inversión en los recursos.

b. Específicos

- Registrar todas las actividades de inversión que necesita realizar la empresa para el traslado al nuevo Centro de Servicios
- Establecer prioridades por medio de la elaboración de una guía presupuestaria
- Mejorar la toma de decisiones
- Optimización de los recursos
- Adquirir solamente los recursos necesarios

3. Acciones

Se hace precisa la elaboración de una guía que permita concretar las actividades de inversión a realizar para delimitar el camino a seguir y así evitar el desperdicio de recursos evitando que se incurran en gastos innecesarios y altos que pongan en riesgo la estabilidad económica de la empresa.

Generando datos que determinarán el tiempo en el que será recuperado el monto de la inversión, el punto de equilibrio entre ingresos y gastos, estableciendo factibilidad de la inversión.

Se debe identificar el monto que será capital propio y cual a través de financiamiento para establecer la inversión que deberá realizar la empresa en el traslado del Centro de Servicios, así mismo, evaluar el monto de la inversión y conocer los datos de las proyecciones de ventas necesarias para alcanzar el punto de equilibrio y determinar el tiempo, la tasa de interés y el monto necesario a cubrir en el financiamiento que se obtendrá.

A continuación se detallan las tablas siguientes: Plan de inversión, Plan de financiamiento, Punto de equilibrio, Tasa mínima aceptable de rendimiento, Tasa mínima aceptable de rendimiento ponderada, Tasa interna de retorno y Valor actual neto, siendo estas las únicas con las que se contaba la autorización de la Gerencia de Servicar para poder ser publicadas dentro de este informe,

TABLA 1
PLAN DE INVERSIÓN

A continuación se detalla la inversión requerida para el funcionamiento del centro de servicios al momento de realizar el traslado.

PLAN DE INVERSIÓN				
Cantidad	Lubricación	Costo Unitario	Costo Total	Total
2	Recuperadoras de aceite	Q 3,200.00	Q 6,400.00	
4	Carretes	Q 3,672.00	Q 14,688.00	
2	Dispensadores móviles con contador (80w90)	Q 8,800.00	Q 17,600.00	
2	Dispensadores móviles con contador (Lubricantes biscochos)	Q 6,700.00	Q 13,400.00	
2	Bancos de trabajo	Q 5,600.00	Q 11,200.00	
1	Compresor de aire	Q 7,292.00	Q 7,292.00	
1	Recuperador de aceite usado	Q 880.00	Q 880.00	
	herramientas	Q 1,500.00	Q 1,500.00	Q 72,960.00
	Llantas			
1	Balancadora	Q 32,400.00	Q 32,400.00	
1	Puente frenero	Q 15,000.00	Q 15,000.00	
1	Montadora de llantas	Q 25,000.00	Q 25,000.00	Q 72,400.00
1	Pistola de impacto			
	Alineación			
1	Alineadora	Q 105,000.00	Q 105,000.00	
1	Elevador de 4 columnas para alineación	Q 70,000.00	Q 70,000.00	
1	Carrito de Herramientas			
1	Gato hidráulico de 3.5 toneladas	Q 4,690.00	Q 4,690.00	
1	Herramientas para pesos de rines	Q 1,250.00	Q 1,250.00	Q 180,940.00
	Taller			
2	Elevadores de dos torres (helelectrohidráulico)	Q 28,000.00	Q 56,000.00	
1	Escaner (KTS 340)	Q 29,600.00	Q 29,600.00	
1	Cargador de baterías	Q 4,995.00	Q 4,995.00	
1	Equipo de carga A/C	Q 42,000.00	Q 42,000.00	Q 132,595.00
	Herramientas uso general de Taller			
2	Kit Compresor de resortes tipo Macpherson	Q 512.50	Q 1,025.00	
1	Voltmetro	Q 2,500.00	Q 2,500.00	
	Lavado			Q 3,525.00
2	Hidrolavadoras de 2600 PSI	Q 24,000.00	Q 48,000.00	
2	Hidrolavadoras de 2000 PSI	Q 9,000.00	Q 18,000.00	
5	Aspiradoras RIDGID	Q 2,750.00	Q 13,750.00	
2	Pulidoras para pintura	Q 1,650.00	Q 3,300.00	
1	Caja de herramientas	Q 1,250.00	Q 1,250.00	Q 84,300.00
	Mobiliario y Equipo de oficina			
2	Escritorios	Q 1,250.00	Q 2,500.00	
2	Computadoras	Q 5,000.00	Q 10,000.00	
1	Amueblado de sala	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Q 18,500.00
	Terreno			
	3,294.466 m2	Q1,050,000.00		Q 1,050,000.00
	Construcción			
	Concreto	Q 355,570.00		
	Preparacion base, drenajes , agua pluvial	Q 350,000.00		
	Muro perimetral	Q 224,000.00		
	Edificio principal y sala de ventas 350 m2 (2000 por m2)	Q 700,000.00		
	Techo, estructura metalica y laminas	Q 600,000.00		Q 2,229,570.00
	Vehiculos			
2	Motocicletas	Q 8,000.00	Q 16,000.00	
1	Fiat Strada	Q 40,000.00	Q 40,000.00	Q 56,000.00
			TOTAL INVERSION	Q 3,900,790.00

TABLA 2
PLAN DE FINANCIAMIENTO

PLAN DE FINANCIAMIENTO		
FINANCIANTE	% DE PARTICIPACION	MONTO
FINANCIAMIENTO INTERNO	30%	Q 1,170,237.00
FINANCIAMIENTO EXTERNO	70%	Q 2,730,553.00
TOTAL DE LA INVERSION		Q 3,900,790.00

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

TABLA 3
PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA DE DETERMINACION PUNTO DE EQUILIBRIO										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS NETOS	Q 3,264,183.00	Q 3,427,392.15	Q 3,770,131.37	Q4,147,144.50	Q 4,561,858.95	Q5,018,044.85	Q 5,519,849.33	Q 6,071,834.26	Q 6,679,017.69	Q 7,346,919.46
COSTOS DIRECTOS	Q 1,915,911.12	Q 2,011,706.68	Q 2,212,877.34	Q 2,434,165.08	Q 2,677,581.59	Q 2,945,339.74	Q 3,239,873.72	Q 3,563,861.09	Q 3,920,247.20	Q 4,312,271.92
COSTOS FIJOS	Q 366,000.00	Q 384,300.00	Q 403,515.00	Q 423,690.75	Q 444,875.29	Q 467,119.05	Q 490,475.00	Q 514,998.75	Q 540,748.69	Q 567,786.13
COSTOS FINANCIEROS	Q 292,510.45	Q 274,128.51	Q 253,619.44	Q 230,737.08	Q 205,206.80	Q 176,722.18	Q 144,941.36	Q 109,482.90	Q 69,921.23	Q 25,781.53
IMPUESTOS	Q 141,553.65	Q 162,477.27	Q 206,764.68	Q 256,911.83	Q 311,944.56	Q 408,389.46	Q 416,557.25	Q 424,888.40	Q 433,386.17	Q 442,053.89
Total de Costos	Q 2,715,975.22	Q 2,832,612.45	Q 3,076,776.46	Q 3,345,504.74	Q 3,639,608.23	Q 3,997,570.44	Q 4,291,847.34	Q 4,613,231.15	Q 4,964,303.29	Q 5,347,893.47
MARGEN DE CONTRIBUCION	Q 1,348,271.88	Q 1,415,685.47	Q 1,557,254.02	Q 1,712,979.42	Q 1,884,277.37	Q 2,072,705.10	Q 2,279,975.61	Q 2,507,973.17	Q 2,758,770.49	Q 3,034,647.54
MARGEN DE CONTRIBUCION %	41%	41%	41%	41%	41%	41%	41%	41%	41%	41%
PUNTO DE EQUILIBRIO	Q 886,090.55	Q 930,395.08	Q 976,914.84	Q 1,025,760.58	Q 1,077,048.61	Q 1,130,901.04	Q 1,187,446.09	Q 1,246,818.39	Q 1,309,159.31	Q 1,374,617.28

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

La siguiente tabla muestra el punto de equilibrio entre ventas y costos, determinándose un 41% de margen de contribución. Se presenta la proyección para los próximos cinco años.

TABLA 4
TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

TMAR				
	i*	f*	if	I+f+ If
Inversionistas	0.1	0.021	0.0021	0.1231
Financiante				0.11

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

*i= costo de oportunidad del inversionista.	10%
*f= tasa de inflación actual.	0.036

TMAR PONDERADO

	% participación	TMAR	%*TMAR
Inversionista	0.3	0.1231	0.03693
Financiante	0.7	0.11	0.077
			11.393

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

La tasa mínima aceptable de rendimiento ponderado considera un porcentaje de inflación del 0.21% a marzo 2015 según el banco de Guatemala y un costo de oportunidad del 10%, la siguiente tabla muestra el cálculo de rendimiento mínimo aceptable para la rentabilidad del proyecto.

TABLA 5
TASA INTERNA DE RETORNO

Concepto	%
Tasa Interna de Retorno (TIR)	58

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

TABLA 6
VALOR ACTUAL NETO

VALOR NETO ACTUAL											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INVERSIÓN INICIAL	Q 3,900,790.00										
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO		Q 786,970.98	Q 833,542.90	Q 932,118.11	Q 1,037,069.96	Q 1,155,799.67	Q 1,131,952.90	Q 1,339,480.49	Q 1,570,081.62	Q 1,826,192.90	Q 2,110,504.49
Índice de descuento		0.8977	0.8059	0.7235	0.6495	0.5831	0.5234	0.4699	0.4218	0.3787	0.3400
Valor actual		Q 706,481.54	Q 671,756.93	Q 674,368.45	Q 673,560.26	Q 673,896.29	Q 592,489.91	Q 629,406.31	Q 662,306.51	Q 691,553.12	Q 717,475.83
		Sumatoria valor actual	Q 6,693,295.14								
		Inversión inicial	Q 3,900,790.00								
		VNA	Q 2,792,505.14								

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

4. Resultados

Al realizar el estudio financiero del plan de inversión se establecieron los costos de producción es decir se determinaron todos los costos directos en los que se incurre para realizar cada servicio dentro de Servicar, pudiendo elaborar el plan de ventas anual, determinando los ingresos por área lo que genero los datos suficientes para la elaboración del estado de resultados y así conocer la utilidad neta para los próximos diez años a los cuales está regido el plan de financiamiento externo a través de la tabla de amortización

Se determinó que el proyecto de traslado tiene la capacidad de cubrir la inversión requerida en un periodo mediano, lo que significa que es rentable desde el punto de vista financiero y con ello generar beneficios para los inversionistas.

Según los resultados obtenidos del estudio económico financiero, se determina que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, tasa que representa una medida de rentabilidad la mínima que se exigirá para cubrir la totalidad de la inversión, gastos de operación (TMAR) es de 11.39%.

Tanto la tasa Interna de Retorno (TIR), como el Valor Actual Neto (VAN) son positivos, el primero con un valor de 24% y el segundo con un monto de dos millones setecientos noventa y dos mil quinientos cinco con catorce centavos (Q. 2,792,505.14). Lo que nos indica que la implementación de proyecto es rentable para los inversionistas al generar beneficios y aprovechamiento de los recursos, ya que el proyecto generara valor a la empresa.

ANEXO 3
CAMPAÑA PUBLICITARIA

CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES



CAMPAÑA PUBLICITARIA



SERVI
Car



ÍNDICE

CAMPAÑA PUBLICITARIA

1.1.	Brief	1
1.2	Público objetivo	2
	1.2.1 Definición del grupo objetivo	2
	1.2.2 Posicionamiento	3
	1.2.3 Promesa o beneficio	4
	1.2.4 Argumentación de la promesa	4
	1.2.5 Tono de la comunicación	4
	1.2.6 Eje de Campaña	5
	1.2.7 Concepto de campaña	5
1.3	Mensaje publicitario	5
1.4	Resumen creativo	6
	a. Sumario del proyecto	6
	b. Mensaje clave	6
1.5	Presupuesto	7
1.6	Bocetos	8

BRIEF

1.1 Datos de identificación

- **Cliente:** Servicar
- **Campaña:** De posicionamiento y reforzamiento de marca
- **Marca:** Servicar
- **Presupuesto:** Q 3,000.00
- **Medios:** Escritos; volantes, vallas publicitarias, *banners*, *stikers* y separadores de libros.

CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES, SERVICAR

MISIÓN:

Proveer soluciones a nuestros clientes en el cuidado de sus vehículos, brindándoles un servicio de alta calidad, con la mejor atención y la mejor intención de satisfacer sus necesidades y requerimientos, creando así un lazo de lealtad y confianza hacia nuestra empresa.

VISIÓN:

Aumentar la participación en el mercado a través de la innovación de servicios, posicionándonos como líderes en el segmento de servicios de mantenimiento para vehículos en Cobán.

VALORES:

La filosofía empresarial de Servicar está basada en tres valores principales:

- **Honestidad:** Servicar mostrara veracidad en cuanto a la información del estado de los vehículos según sus especificaciones. Responsabilizándose en ser una empresa confiable ante los ojos de quienes interactúa.
- **Responsabilidad:** La empresa asumirá compromisos firmes en cuanto a los resultados que deriven de sus acciones. Esta actitud se verá reflejada

en cada uno de los miembros de la empresa y en la toma de decisiones frente a los clientes internos y externos.

- **Equidad:** La búsqueda constante de relaciones balanceadas tanto a nivel de procesos como de resultados.

*La búsqueda constante del balance a nivel de procesos como de resultados, creando relaciones que generan preferencia y reconocimiento por parte de nuestros clientes.

1.2 Público objetivo

1.2.1 Definición del público objetivo

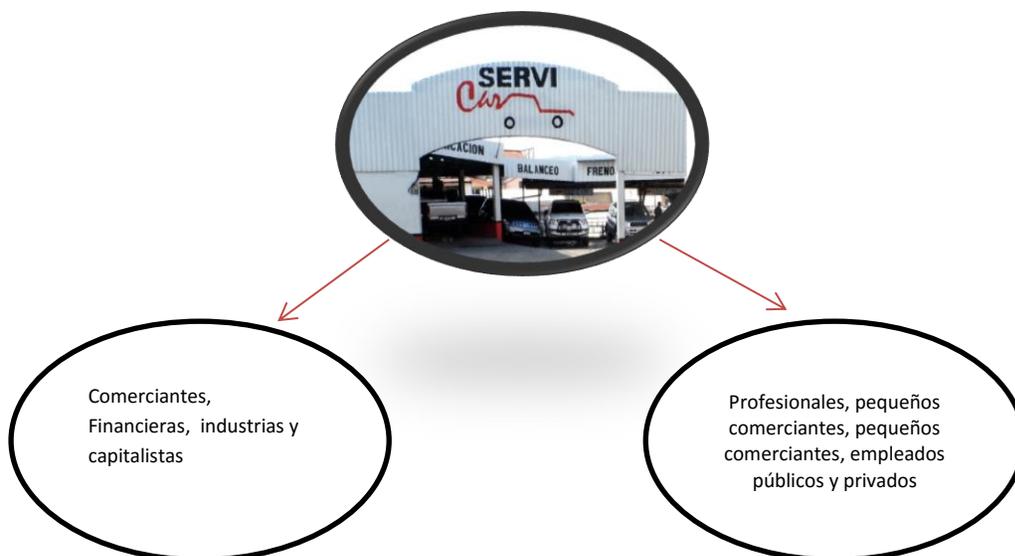
El grupo objetivo históricamente ya ha sido establecido; la empresa desea mantenerlo de esta forma únicamente deseando aumentar la participación en el mercado abarcando un porcentaje mayor al de la competencia, ya que esta segmentación ha traído grandes beneficios a la empresa establecerse en este segmento de mercado generando clientes leales a la empresa que durante quince años han mantenido su preferencia y por consecuente han creado utilidades que ha permitido establecer el costo-beneficio de la empresa necesario para que sean cubiertos y generen utilidades.

El grupo objetivo está establecido por empresas gubernamentales, privadas con capital mixto, asociaciones, ONG'S, personas particulares, profesionales, comerciantes, familias, hombres y mujeres principalmente del departamento de Alta Verapaz, tomando en cuenta que actualmente se trabaja para instituciones que laboran en Antigua Guatemala, la ciudad Capital y Baja Verapaz.

La siguiente gráfica muestra la división que se ha realizado para segmentar el grupo objetivo en base al nivel socio-económico, el cual determina que es posible que las personas de cualquier grupo social,

religioso, político con el poder adquisitivo necesario adquiera los servicios.

GRÁFICA 1
SEGMENTACIÓN DE MERCADO



Fuente: Investigación de campo 2014

1.2.2 Posicionamiento

Posicionamiento actual del producto, el lugar que ocupa en la mente del público objetivo es un porcentaje que desea mejorarse, el segmento de mercado actual ha crecido constantemente durante los 15 años de existencia de Servicar, pero últimamente ha sido limitado a ciertos aspectos como el espacio físico de la empresa, por eso es necesario no dejarlo en lo actual sino llevarlo a lo ideal para cubrir las necesidades a futuro para el cumplimiento de los objetivos y metas de crecimiento de la empresa.

El posicionamiento ideal o buscado es como meta llegar a ser uno de los principales centros de servicios ocupando el mejor lugar en la

mente de los consumidores a través de percepciones, impresiones y sentimientos que tiene los clientes en relación a los servicios que la empresa ofrece a los de la competencia.

1.2.3 Promesa o beneficio

Servicar ofrece servicios con personal técnico capacitado para realizar cada uno de ellos, servicio pre y post-venta que permite a los consumidores establecer contacto directo con la empresa y seguir el procedimiento del proceso de las líneas de producción, control de los servicios adquiridos en la empresa a través de una bitácora donde se lleva el record de todos los servicios realizados en el centro de servicios y uno de los principales beneficios que adquieren los clientes es la seguridad que los servicios se realizan con insumos de alta calidad, con personal calificado que aseguran que los procesos sean cumplidos con un control de calidad total, cubriendo garantías por los servicios realizados.

1.2.4 Argumentación de la promesa

Capacidad técnica de los colaboradores de la empresa ya que garantiza la calidad del servicio, además del compromiso y vínculos que Servicar crea con cada uno de los clientes al brindarles un servicio personalizado

1.2.5 Tono de comunicación

El enfoque a utilizar para expresar el posicionamiento, ayudara a crear una imagen favorable y a convencer sobre el mensaje que desea transmitirse, siendo estos según su contenido racional y emocional.

Es necesario combinar estos dos enfoques en la campaña publicitaria, ya que darán mayor impacto en la mente de los consumidores porque se estarían abarcando dos de los puntos fuertes

en la toma de decisiones basadas en el tipo de empresa y el compromiso que tienen en la realización de los servicios.

1.2.6 Eje de campaña

Los beneficios elegidos para componer el mensaje actúan como un soporte del posicionamiento buscado, siendo estos la atención personalizada que la empresa presta a los clientes, servicios pre y post venta, brindando garantía por los servicios realizados, además de la variedad de servicios que se ofrecen al mercado pudiendo abarcar los principales para el cuidado y mantenimiento de vehículos.

1.2.7 Concepto de campaña

La idea básica en la que está basada el mensaje es el promoción de marca a través de una línea creativa utilizando estrategias para comunicar al público los beneficios que ofrece Servicar, tomando en cuenta el presupuesto con el que la empresa cuenta para la campaña. Siendo estos recordatorios de la marca a través de medios gráficos de comunicación convencionales dando soporte al posicionamiento buscado.

1.3 Mensaje Publicitario

a) Objetivos del mensaje

- Dar a conocer todos los servicios que presta Servicar al mercado.
- Captar un mayor porcentaje del segmento de mercado dando a conocer las ventajas competitivas que posee, proporcionándole a los clientes potenciales la información necesaria para atraerlos al Centro de Servicios.
- Posicionar la marca de forma estratégica en la mente de nuevos consumidores.

b) Estrategia del mensaje

- Ayudar al consumidor en el proceso de toma de decisiones y ofrecerle razones para adquirir los servicios que la empresa presta.
- Identificación con la marca, logrando afianzar a los nuevos clientes y los ya existentes.
- Crear estrategias afectivas por medio de publicidad que responde a objetivos, entre ellos el mantenimiento y el apoyo empresarial invocando sentimientos o emociones que permitan a la empresa afianzar clientes.

1.4 Resumen Creativo**a) Sumario del Proyecto**

Líneas de producción sistematizada con un equipo de trabajo de alta productividad, garantizando la calidad del servicio en el menor tiempo de entrega posible, logrando posicionarnos en la mente y corazón del consumidor para poder asegurar una constante adquisición de los servicios.

b) Mensaje clave

Posicionamiento de marca a través de la externalización de la imagen, logo y eslogan. Permittedo presenta al público los servicios que ofrece la empresa.

c) Materiales

- Volantes
- Banners
- Separadores de libros
- Stickers
- Vallas

1.5. Presupuesto

Al diseñar la campaña se incurrirán en gastos los cuales se detallan a continuación.

**TABLA 1
PRESUPUESTO**

No.	Descripción	Detalle	Costo
1	Separadores	400 unidades	Q 600.00
2	Banners	2 unidades	Q 1,200.00
4	R.R.P.P (Presencia Taller Vivir a Colores)	2 banner por dos días.	Q 275.00
5	Stikers	100 unidades	Q 250.00
6	Volantes	500 unidades	Q 175.00
7	Diseño		Q 500.00
Total			Q 3,000.00

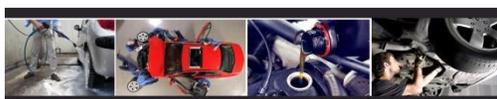
Boceto Banner #1



**ES UN PLACER
SERVIRLE**



Boceto Banner #2



**ES UN
PLACER
SERVIRLE**

**1ra. Avenida 5-39 zona 7
Cobán Alta Verapaz
Teléfono: 7941-7277
E-mail: gerenciaservicar@gmail.com**



Boceto Valla publicitaria

TE OFRECEMOS

- Limpieza de vehículos
- Lubricación
- Balanceo
- Venta de llantas
- Mecánica:
 - Frenos
 - Sistema de Clutch
 - Suspensión

SERVI
Car
Es un placer servirle...

E-mail: gerenciaservicar@gmail.com
1. ca. Avenida 5.319 / Zona 7, Cobán A.Y. Teléfono: 5041-7227

Boceto Stiker

Que la paz y el amor reinen en
sus hogares. Feliz Navidad y
Prospero Año Nuevo
Les desea...

SERVI
Car
ES UN PLACER SERVIRLE...

Boceto separador



**TE
OFRECEMOS**

Limpieza de vehículos
Lubricación
Balanceo
Venta de llantas
Mecánica:
Frenos
Sistema de Clutch
Suspensión

E-mail: gerenciaservicar@gmail.com
1ra. avenida 5-39 zona 7
Cobán Alta Verapaz
Tel: 7941-7277



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

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

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Al trabajo titulado:

INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO REALIZADO EN EL CENTRO DE SERVICIOS PARA AUTOMOTORES SERVICAR, COBÁN, ALTA VERAPAZ.

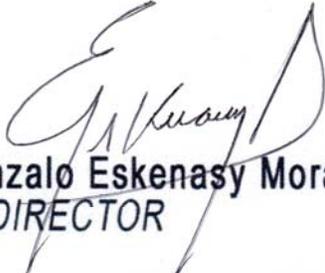
Presentado por el (la) estudiante:

CINDY JIREH BRIGGITTE ALVARADO QUEVEDO

Autoriza el

IMPRIMASE

Cobán Alta Verapaz 26 de Julio de 2016


Lic. Erwin Gonzalo Eskenasy Morales
DIRECTOR

