

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



Estrategias mercadológicas y administrativas para prestar un mejor servicio e incrementar las ventas en el Centro de Computación Click.

(Práctica Empresarial Dirigida-PED-)

Balentín García Rodríguez

Petén, Mayo del 2,014

**Estrategias mercadológicas y administrativas para prestar un mejor servicio e
incrementar las ventas en el Centro de Computación Click.**

(Práctica Empresarial Dirigida-PED-)

Balentín García Rodríguez

Lic. Carlos Felipe Guerra Zepeda (Tutor)

Lic. Marco Antonio Mateo Torres (Revisor)

Petén, Mayo del 2,014

Autoridades de la Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez Bracamonte de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencia Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

M. A. Ronaldo Antonio Girón

Vice Decano

Lic. Baldomero Fidel Ramírez Zabala.

Coordinador

**Tribunal que practico el examen general de la
Practica Empresarial Dirigida –PED-**

Lic. Ervin Armando López Pelaez

Examinador

Lic. Christian Ismael Bollman Pacheco

Examinador

Lic. Sergio Estuardo Ozaeta Burgos

Examinador

Lic. Carlos Felipe Guerra Zepeda

Tutor

Lic. Marco Antonio Mateo Torres

Revisor

REF.:C.C.E.E.0200-2013

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
GUATEMALA, 23 DE NOVIEMBRE DEL 2013
SEDE MELCHOR DE MENCOS, PETÉN**

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Carlos Guerra Zepeda, tutor y Licenciado Mateo Torres, revisor de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto – PED- titulada “Estrategias mercadológicas y administrativas para prestar un mejor servicio e incrementar las ventas en el Centro de Computación Click”, Presentado por él (la) estudiante Balentín García Rodríguez, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No.821, de fecha 21 de octubre del 2013; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de Administrador de Empresas, en el grado académico de Licenciado.



M.A. César Augusto Custodio Cobar
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.

Guatemala 08 de Agosto de 2014

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados señores

En relación con el trabajo de tutoría de la Práctica Empresarial Dirigida –PED-, del tema **“Estrategias mercadológicas y administrativas para prestar un mejor servicio e incrementar las ventas en el Centro de Computación Click”**, realizado por **Balentín García Rodríguez**, estudiante de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida, con una nota de noventa y cinco (95) de 100 puntos.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.




Carlos Felipe Guerra Zapata
Lic. en adm. de Empresas
Colegiado No. 13,187

Tutor

Guatemala, 10 de Agosto 2013.-

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Licenciatura en Administración de Empresas
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la revisión de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- del tema **“Estrategias mercadológicas y administrativas para prestar un mejor servicio e incrementar las ventas en el Centro de Computación Click.”** Realizada por **Balentín García Rodríguez**, estudiante de Licenciatura En Administración de Empresas, he procedido a la revisión de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Revisor



**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 371.2014

*El infrascrito Secretario General EMBA. Adolfo Noguera Bosque y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hacen constar que el estudiante **Balentín García Rodríguez** con número de carné 0807068, aprobó con 83 puntos el Examen Técnico Profesional, de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas, el día veintiuno de octubre del año dos mil trece.*

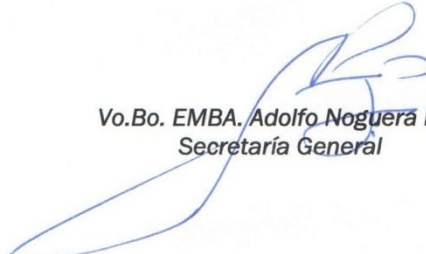
Para los usos que el interesado estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los veintidós días del mes de marzo del año dos mil catorce.

Atentamente,




M.Sc. Vicky Sicajol
Directora
Registro y Control Académico




Vo.Bo. EMBA. Adolfo Noguera Bosque
Secretaría General

Sarahí Ruiz
cc. Archivo.

Dedicatoria

A Dios:

Por permitirme la vida, sus bendiciones y misericordia, porque de él es el Reino, el Poder y la
Gloria por todos los siglos amen.

A mis padres:

+ José Luis García Calache y Florinda de Maria Rodriguez Duarte.
Por ser la luz que guiaron mi aprendizaje con en fe, amor y trabajo.

A mi esposa e hijo:

Melva Rosario de la Rosa Izaguirre y Cristophert Balentín García de la Rosa.
A los cuales amo y bendigo.

A mis hermanas, hermano y sobrinos:

Luis Alfredo, Ubaldino, Maritza, Amilcar de Jesús, Aníbal, Álvaro de Jesús y Otilio y sobrinos
en general, por ser muy especiales, dadores y participantes de las bendiciones de lo alto.

A mi familia en general:

A todos por ser personas de muy alta estima en mi vida.

Agradecimientos

A mi universidad

Por tener el privilegio de pertenecer a tan alta casa de estudio.

A mis compañeros de estudio

Con los cuales hemos sido participantes del trabajo, sacrificio y honor.

A mis catedráticos

Por compartir sus conocimientos y sabiduría durante todos los años de estudiante.

A mi tutor

Lic. Carlos Felipe Guerra Zepeda

Por el apoyo incondicional y consolidar mis conocimientos en la práctica y haber compartido durante mis años de universitario.

A mi revisor

Lic. Marco Antonio Mateo Torrez.

Por ayudarme en el proceso de culminación de mis estudios universitarios.

Índice

Resumen	i
Introducción	ii
Capitulo 1	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del Problema.	2
1.3 Justificación.	3
1.4. Objetivo General.	4
1.4.1 Objetivos Específicos.	4
1.5 Alcances y Limites.	5
1.6 Marco Teórico.	6
Capitulo 2	23
2.1 Metodología aplicada en la práctica.	23
2.1.1 Tipo de investigación.	23
2.1.2 Sujetos de la investigación.	23
2.1.3 Instrumentos de investigación.	23
2.1.4 Procedimientos.	24
2.1.5 Aportes.	25
Capitulo 3	26
3.1 Resultados y Análisis de la investigación.	26
3.1.1 Resultados de la investigación.	26
3.1.2 Análisis de los resultados.	26
Capítulo 4	43
4.1 Propuesta de Solución o Mejora.	43
4.2 Viabilidad.	56
4.2.1 Recurso Humano.	56
4.2.2 Recurso Financiero.	59
4.2.2.1 Razones Financieras.	68
4.2.3 Recurso Administrativo.	71
4.2.4 Recurso Físico.	72

4.2.5 Aspectos Legales	72
4.2.6 Plan de Producción.	73
Cronograma de Trabajo.	75
Conclusiones	76
Recomendaciones	78
Referencias Bibliográficas	80
Referencias Electrónicas	80
Leyes	82
Anexos	83

Índice de Anexos

Anexo N°. 01, Figura N°. 06, Croquis Centro de Computación Click.	83
Anexo N°. 02, Figura N°. 07, Croquis Sala anexa.	84
Anexo N°. 03, Figura N°. 08, Mapas ubicación de la empresa.	85
Anexo N°. 04, Figura N°. 09, Planeación Estratégica del Análisis (FODA).	86
Anexo N°. 05, Figura N°. 10, Análisis Porter de las cinco fuerzas.	86
Anexo N°. 06, Tabla N°. 14, Estudio para conocer la competencia.	87
Anexo N°. 07, Entrevista.	88
Anexo N°. 08, Encuesta.	89
Anexo N°. 09, Muestra.	90
Anexo N°. 10, Tabla N°. 15, Población.	91
Anexo N°. 11, Tabla N°. 16, Segmentación y Selección del Mercado.	92
Anexo N°. 12, Tabla N°. 17, Proyección de demanda.	93
Anexo N°. 13, Tabla N°. 18, Plan de Inversión Gastos Fijos.	94
Anexo N°. 14, Tabla N°. 19, Plan de Inversión Desglosado.	95
Anexo N°. 15, Tabla N°. 20, Proveedores.	97
Anexo N°. 16, Descripción de Servicios Académicos:	98
Anexo N°. 17, Tabla N°. 21, Horarios de atención por servicios académicos	99
Anexo N°. 18, Tabla N°. 22, Cuotas de Mensualidades.	100
Anexo N°. 19, Publicidad	101
Anexo N°. 20, Glosario.	102

Anexo N°. 21, Reglamento Interno.	105
Anexo N°. 22, Resolución de Acreditación y Certificación Centro de Computación.	110
Anexo N°. 23, Resolución de Apertura del Centro de Computación.	112

Indice de Cuadros

Cuadro N°. 01, Matriz FODA.	27
Cuadro N°. 02, Plan de Capacitaciones en Ventas.	44
Cuadro N°. 03, Plan de Capacitaciones Servicio al Cliente.	45
Cuadro N°. 04, Plan de Capacitación en Trabajo en Equipo.	46
Cuadro N°. 05, Características plan Estratégico de Capacitación.	47
Cuadro N°. 06, Descripciones del Puesto de Administrador.	52
Cuadro N°. 07, Descripciones del Puesto de Secretaria.	53
Cuadro N°. 08, Descripciones del Puesto de Docente.	54
Cuadro N°. 09, Descripciones del Puesto de Auxiliar Café Internet.	55

Indice de Figuras.

Figura N°. 01, Productividad.	15
Figura N°. 02, Marketing.	19
Figura N°. 03, Logotipo Actual.	48
Figura N°. 04, Logotipo Sugerido.	48

Indice de Graficas.

Gráfica N°. 1	36
Gráfica N°. 2	37
Gráfica N°. 3	38
Grafica N°. 4	39
Gráfica N°. 5	40
Gráfica N°. 6	41
Gráfica N°. 7	42

Indice de Tablas

Tabla N°. 01, Planilla de Salario Mensual.	57
Tabla N°. 02, Planilla de Salario Anual.	58
Tabla N°. 03, Plan de Inversión.	59
Tabla N°. 04, Horario de Atención Café Internet.	60
Tabla N°. 05, Proyección de servicios.	61
Tabla N°. 06, Proyección de Inversión en Mercadería	62
Tabla N°. 07, Proyección de Ingresos a percibir.	64
Tabla N°. 08, Estado de Resultados.	65
Tabla N°. 09, Balance General.	67
Tabla N°. 10, Flujo de Efectivo.	71
Tabla N°. 11, Listado de Servicios, accesorios y suministros.	73
Tabla N°. 12, Listado de accesorios y suministros.	74
Tabla N°. 13, Cronograma.	75

Resumen

El Centro de Computación Click se encuentra ubicado en Barrio el Centro, Frente al Estadio Olímpico de Melchor de Mencos, Petén y es una empresa que ofrece a la población del municipio, aldeas circunvecinas y pobladores del país beliceño, los servicios académicos en la rama de la computación, con el objetivo de brindar la oportunidad y aprovechar los beneficios que se obtienen al conocer los paquetes y servicios que brinda la tecnología, impartidos por personal calificado.

Como parte de la investigación se realizó la evaluación integral en las diferentes áreas, que intervienen directamente en la actividad principal del Centro de Computación Click, tomando como punto de partida la demanda, por ser servicios de incremento acelerado con el propósito de dar a conocer la evolución, que ha tenido la prestación de los servicios y productos en la rama de la computación, dentro del municipio de Melchor de Mencos, Petén.

Para llevar a cabo la investigación fue necesario aplicar las herramientas tales como: Estudios, encuesta, entrevista, observación, lluvia de ideas, análisis documental e internet, así como también la formulación de las Fortalezas, Oportunidad, Debilidades y Amenazas (FODA), análisis Porter o de la cinco fuerzas, para analizar la información y proceder con el planteamiento del problema principal como objeto de estudio en la empresa.

Por medio del análisis de la información obtenida dentro del municipio de Melchor de Mencos, se detectó que el principal problema es el estancamiento que ha tenido la empresa en los ingresos, por la falta de estrategias mercadológicas y administrativas, que contribuyan en mejorar la atención al cliente y buscar incrementar las ventas, por lo que se propone la incorporación de los servicios y productos en la rama de la computación de una forma integral.

En análisis realizado del área financiera la viabilidad para la incorporación de las propuestas de solución, a través de la inversión proyectada puede ser absorbida por la empresa, se cuenta con la solvencia necesaria.

Introducción

Reconocer la importancia que hoy en día tiene el uso de la tecnología informática y la forma como ha modificado la manera mecanizada de trabajar. El Centro de Computación Click es la alternativa que contribuye con la demanda, ofreciendo los cursos técnico en computación, comprometidos en egresar usuarios que se desenvuelvan de una forma fácil, rápida y sencilla a través de la adquisición de conocimientos y procedimientos teóricos, prácticos, sobre el manejo de un equipo de computación que le permita desenvolverse dentro del campo laboral y personal, manifestándolo a través de lo aprendido.

Melchor de Mencos, se ha caracterizado por ser un municipio competitivo y en constante desarrollo, tanto social como tecnológico, a través de la utilización de la metodología de investigación se formuló, un estudio que demuestra la existencia de varias empresas que ofrecen servicios, accesorios y suministros, en la rama de la computación, de forma separada, ya que algunas ofrecen los servicios académicos y otras los servicios de internet, y la venta de accesorios y suministros los realizan contra pedido, ocasionando atraso y demora de tiempo para el usuario, se proyecta aprovechar las deficiencia de estas empresas, con el objetivo de poder incrementar las ventas, que en los años dos mil doce y trece (2012-2013) an presentado un estancamiento, para la empresa se propone aprovechar el estudio realizado a través del planteamiento de la alternativa que contribuya en unificar los servicios académicos, café internet y la venta de accesorios y suministros con el compromiso que sean de calidad, a precios accesibles y poder satisfacer las exigencias y gustos derivados de las necesidades o deseos de los usuarios, brindando la oportunidad en Centro de Computación Click.

La investigación está dividida en cuatro capítulos estructurados de la forma siguiente:

El capítulo uno contiene los antecedentes del Centro de Computación Click, el planteamiento del problema, descripción del problema, su justificación, la descripción de objetivos generales y específicos, justificación, los alcances y limites, marco teórico;

El capítulo dos, incluye la metodología aplicada en la práctica, tipos de investigación, sujeto de investigación, instrumentos de aplicación y aportes, la empresa, la universidad, el país, el docente, el futuro profesional y al estudiante que en futuras consultas le sirva como guía.

El capítulo tres está constituido por el análisis e interpretación de los datos obtenidos en la investigación a través de los resultados y análisis en los diferentes aspectos evaluados de las áreas de mercadeo, administración y financiero.

El Capítulo cuatro integra las propuestas de mejoras y viabilidad de la investigación la cual deberá llegando a propuestas que deberán ser implementadas tomando en cuenta las variables de la viabilidad, conclusiones, recomendaciones, bibliografías y anexos de la investigación.

Capítulo 1

1.1 Antecedentes

En ciudad Melchor de Mencos, según el profesor Pedro Efraín Mas Sosa, data su origen evolutivo la introducción de los Servicios Académicos en los años ochenta, surgiendo en esa época la Academia de Mecanografía “El Quetzal” como pionera, ubicada en Barrio Fallabon, ofreciéndole a los usuarios la oportunidad de adquirir los conocimientos para el desenvolvimiento a través de la utilización de maquinas mecánicas, que a la fecha son utilizadas, en los años noventa se incorporan los servicios en Computación ofreciendo Cursos Técnicos (Centro de Computación “Virgen de Guadalupe” Barrio el Centro, Melchor de Mencos.)

Con el cambio de pensum de las carreras administrativas del nivel diversificado, da la oportunidad de ofrecer los servicios académicos en la rama de la computación, a través de la impartición de cursos técnicos.

En el mes de enero del año dos mil once (2011) se crea el Centro de Computación Click, poniendo a disposición de la población cursos técnicos en computación, siendo estos, técnico operador, técnico programador y de mantenimiento de computadoras, con el propósito de capacitar a los estudiantes, sobre las herramientas que les permitirán manejar de forma adecuada el *software* y *hardware*, brindándoles la oportunidad de trabajar de forma directa en los equipos y aprender a desenvolverse como usuarios, preparándolos para desarrollarse en el campo de la tecnología de forma competente, eficaz y eficiente, se ofrece amplia imagen de coyuntura, a través de contenidos y habilidades específicos mediante el uso de diversos programas, cumpliendo con los lineamientos emanados del Ministerio de Educación. Se cuenta con una estructura competitiva definida que incluye logotipo, localización de la empresa, planeación estratégica que definen de una forma objetiva la Visión, Misión, los Valores y los Objetivos tanto general como específicos, la organización a través de la departamentalización de los puestos de la empresa, perfiles de los puestos. En la base legal la empresa se encuentra inscrita en la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT-, cuenta con un Número de Identificación Tributaria NIT, inscrita en el Registro Mercantil y forma parte como Patrono contribuyente en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS-.

1.2 Planteamiento del Problema.

1.2.1 Descripción del Problema

A través de la metodología de investigación realizada al Centro de Computación Click, y como resultados obtenido se plantea que la principal problemática radica en el estancamiento en sus ingresos que ha venido presentando en los años dos mil doce y trece, en la prestación de los servicios académicos en la rama de la computación, debido al surgimiento de nuevos competidores, lo cual no dan lugar al incremento y mejora en el servicio, por lo que será necesario reestructurar las estrategias mercadológicas y administrativas.

Se considera que existe gran parte de la población que demanda los productos y servicios en la rama de la computación debido a que regularmente acuden a las diferentes empresas, con el propósito de buscar un lugar que le brinde los servicios académicos, los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros de forma unificada, evitándoles demoras para la adquisición.

Se realizó un estudio dentro del municipio de Melchor de Mencos, evidenciando la falta de empresas que ofrezcan de forma incorporada o unificada los servicios de computación, café internet, venta de accesorios y suministros, se observo que algunas empresas fueron creadas en forma práctica; existen empresas de este tipo que por falta de la formulación de estrategias, al no contar con la experiencia y la falta de interés, por parte del personal encargado de brindarle al cliente un buen servicio, no han podido sobresalir en este tipo de actividad comercial; detectada la problemática se planeará la formulación de estrategias mercadológicas y administrativas, que contribuyan en unificar los servicios para lograr el incremento en los ingresos de la empresa Click, a través de anexar los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros de calidad.

¿Fue bien definido; si porque? Para poder llegar a la formulación de la problemática se hizo uso de las diferentes herramientas que permitieron establecer cuál es la problemática que presenta el Centro de Computación Click, como empresa competitiva.

Por lo anteriormente expuesto surge la siguiente pregunta investigativa: ¿Coadyuvaran las estrategias mercadológica y administrativas a prestar un mejor servicio e incrementar las ventas en el Centro de Computación Click?.

1.3 Justificación.

Tomando como objeto de estudio al Centro de Computación Click, el cual se encuentra en un lugar accesible y comercial, a través de las visitas periódicas en las que fue notoria la afluencia de personas solicitando los servicios de café internet, accesorios y suministros.

El Planteamiento de la problemática encontrada dentro de las áreas evaluadas de la empresa, brinda la oportunidad de formular estrategias mercadológicas y administrativas, que contribuyan a la erradicación del estancamiento en los ingresos que ha venido presentándose en los años dos mil doce y trece, a través de mejoras en los servicios que se prestan, principalmente tomando a la competencia y clientela como objeto de estudio, formulando propuestas, soluciones y recomendaciones prácticas, que permitan la toma de decisión, en el aumento de demanda y la aplicación de estrategias que busquen el posicionamiento dentro del mercado local.

Es notorio el incremento que ha tenido en los últimos años los servicios de Internet y la venta de accesorios y suministros, por lo que se ha convertido en una necesidad que brinda la oportunidad de generar ingresos al ser bien aprovechados, por lo que será necesario incorporarlos a la cartera de la empresa; a través del ofrecimiento de productos de calidad, entretenimiento, comunicación e información, servicios de levantado de texto, impresiones, encuadernación e investigaciones estudiantiles, enfocándolos a las necesidades de la población.

1.4. Objetivo General.

Generar estrategias mercadológicas y administrativas que contribuyan a minimizar el estancamiento y mejoramiento en la atención de los servicios, para incrementar los ingresos a través de la comercialización de los accesorios y suministros, para alcanzar el posicionamiento de la empresa Click.

1.4.1 Objetivos Específicos.

- Implementar un plan de capacitaciones, con enfoque a brindar un mejor servicio al cliente, en ventas y trabajo en equipo.
- Renovar la imagen de la empresa, para una mejor presentación.
- Fortalecer el departamento administrativo para la incorporación de los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros.
- Tomar en cuenta los alcances y límites de la investigación.
- Definir las principales características de los servicios y productos, que se ofrecerán.
- Determinar a través del plan de inversión, los costos que tendrá la formulación de las propuestas de solución, a través de la evaluación de los recursos económicos con que se cuentan.
- Establecer los canales de comunicación entre los elementos involucrados, con el fin de que las decisiones que se tomen sean consideradas en beneficio de la empresa.
- Determinar los requisitos de ley para asegurarse que se cumplan, de forma que se eviten multas o incluso cierres innecesarios del local.
- Aprovechar la ubicación que actualmente tiene la empresa.

1.5 Alcances y Limites.

1.5.1 Alcances

Con los resultados de los diferentes estudios y análisis de la información recabada en la investigación, se tomó la decisión de determinar la problemática específicamente en el área mercadológica y administrativa. Se estableció el estancamiento en los ingresos que hay tenido la empresa, por no contar con estrategias que brinden mejoras en la atención del servicio que contribuya al incremento de las ventas.

Se definió la importancia de unificar los servicios de internet y venta de accesorios y suministros, derivado a la necesidad que ha tenido dentro del municipio de Melchor de Mencos, la prestación de estos servicios que van en aumento derivado de las innovaciones constantes que sufren, las tendencias son cambiantes y la población es abierta al cambio, brindándole a la empresa opciones de mejoras continuas.

A través de la evaluación se debe tomar en cuenta los elementos que aporta la empresa con el objetivo de minimizar los costos que tendrá la implementación de las estrategias mercadológicas y administrativas, reduciendo la inseguridad en la toma de decisiones.

1.5.2 Limites.

En el desarrollo de la investigación, se realizaron visitas periódicas a las instalaciones de la empresa, donde se obtuvo poco interés del propietario al momento de la realización de las entrevistas, incumplimiento de horarios de citaciones, el acceso a la información fue limitada e incompleta, se observó que los usuarios deben desplazarse al barrio el centro para adquirir los productos y servicios.

1.6 Marco Teórico.

1.6.1 ¿Qué es una computadora?.

“La computadora, es equipo indispensable en la vida cotidiana de hoy en día que también se conoce por el nombre de computador u ordenador, es una máquina electrónica que permite procesar y acumular datos. El término proviene del latín *computare* (“calcular”). Si buscamos la definición exacta del término computadora encontraremos que se trata de una máquina electrónica capaz de recibir, procesar y devolver resultados en torno a determinados datos y que para realizar esta tarea cuenta con un medio de entrada y uno de salida. Por otro lado, que un sistema informático se compone de dos subsistemas que reciben los nombres de software y hardware, el primero consiste en la parte lógica de la computadora (programas, aplicaciones, etc.) el segundo en la parte física (elementos que la forman como *mother*, ventilador, memoria RAM).¹

Generaciones de las Computadoras: Desde la aparición de las computadoras electrónicas modernas en la década de 1.940, han salido al mercado cuatro generaciones, las que se distinguen por características principales como: a) tipo dominante de elementos en circuitos electrónicos, b) medio de almacenamiento secundario, c) lenguaje de computadora, d) tipo o características del sistema operativo, e) tiempo de acceso a la memoria: Primera Generación (1946-1959), Segunda Generación (1959-1964), Tercera Generación (1965-1971).²

1.6.2. Computo.

“Del latín *compūtus*, computo es una cuenta o calculo. Los cómputos permiten reflejar estadísticas o el resultado de una votación. Por ejemplo: “*La última anotación no ha sido registrada en el panel de cómputo*”, “*Los cómputos provisorios reflejan un amplio triunfo del candidato oficialista*”, “*De acuerdo al cómputo oficial, nuestro equipo lleva una ventaja de tres puntos*”.

¹ Fuente no firmada: (*Definición de computadora*. Definicion.de Recuperado: <http://definicion.de/computadora/#ixzz2LR8IqCky>) citado 01/04/2013.

² Fuente no firmada: (*Computadora*. Wikipedia Foundation, Inc. Recuperado: <http://es.wikipedia.org/wiki/Computadora>) citado 01/04/2013.

La noción de cómputo también se utiliza en el marco de la teoría de la computación, la rama de la matemática que se especializa en las capacidades fundamentales de las computadoras”.³

1.6.3. Computación.

“El término computación tiene su origen en el vocablo en latín *computatio*. Esta palabra permite abordar la noción de cómputo como cuenta o cálculo, pero se usa por lo general como sinónimo de informática (del francés *informatique*). De esta manera, puede decirse que la computación nuclea a los saberes científicos y a los métodos. Estos sistemas automatizados de información se consiguen a través de herramientas determinadas que han sido creadas para dicho fin, los ordenadores o computadoras. El origen de la computación, dicen los expertos, se remonta a más de trescientos años atrás, cuando comenzaron a elaborarse maquinarias enfocadas en diversas tareas de cálculo. En 1623, Wilhelm Schickard inventó la primera calculadora mecánica”.⁴

1.6.4. El Software.

“El software de una computadora es uno de los elementos fundamentales para su funcionamiento, su sistema operativo, que consiste en una gran plataforma donde pueden ejecutarse los programas, aplicaciones o herramientas que sirven para realizar diferentes tareas”.⁵ “Es un término genérico para los programas que funcionan en el interior de una computadora. En este caso posiblemente sea Windows el sistema operativo o programa de funcionamiento que le da la vida a su computadora, es así como usted puede ver ahora mismo esta información en su pantalla.”⁶

³Fuente no firmada: (*Computo*. Definicion.de Recuperado: <http://definicion.de/computo/#ixzz2LRMz1aGb>) citado 01/04/2013.

⁴Fuente no firmada: (*Computación*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/computacion/#ixzz2LR6k6RZg>) citado 01/04/2013.

⁵Fuente no firmada: (*Software*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/computadora/#ixzz2LRAC69pp>) citado 01/04/2013.

⁶Fuente no firmada: (*Software*. Blogs Proyectosalohnogar. Recuperado: [http://www.proyectosalohnogar.com/diversos temas/Introduccion_basica.htm](http://www.proyectosalohnogar.com/diversos%20temas/Introduccion_basica.htm)) citado 01/04/2013.

1.6.5. El Hardware.

“El hardware por su parte, se encuentra formado por la memoria (permite almacenar datos y programas), dispositivos de entrada (para introducir los datos en el ordenador, ej.: mouse y teclado), dispositivos de salida (para visualizar los datos, ej.: pantalla o impresora) y CPU (cerebro del ordenador donde se ejecutan las instrucciones. La sigla es la forma en inglés de Unidad Central de Proceso”.⁷ “Es el término comúnmente utilizado para los componentes físicos de una computadora. Éste es el nivel más básico en el cual la computadora funciona. El punto dominante a recordar es que toda la información está procesada electrónicamente por el Hardware”.⁸

1.6.6. ¿Qué es Internet?

“Es una red de computadoras alrededor de todo el mundo, que comparten información unas con otras por medio de páginas o sitios. Siendo una red de computadoras a nivel mundial que agrupa a distintos tipos de redes usando un mismo protocolo de comunicación. Los usuarios de Internet pueden compartir datos, recursos y servicios”.⁹ “A diferencia de lo que suele pensarse, Internet y la *World Wide Web* no son sinónimos. La WWW es un sistema de información desarrollado en 1989 por Tim Berners Lee y Robert Cailliau. Este servicio permite el acceso a información que se encuentra enlazada mediante el protocolo HTTP (*HyperText Transfer Protocol*)”.¹⁰ Otros servicios y protocolos disponibles en la red de redes son el acceso remoto a computadoras conocido como Telnet, el sistema de transferencia de archivos FTP, el correo electrónico (POP y SMTP), el intercambio de archivos P2P y las conversaciones online o chats”.¹¹

⁷ Fuente no firmada: (*Hardware*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/computadora/#ixzz2LRAsGeQP>) citado 01/04/2013.

⁸ Fuente no firmada: (*Hardware*. Blogs Proyectosalohogar.com Recuperado: http://www.proyectosalohogar.com/diversos_temas/Introduccion_basica.htm) citado 01/04/2013.

⁹ Fuente no firmada: (*Internet*. Blogs Proyectosalohogar.com Recuperado: http://www.proyectosalohogar.com/diversos_temas/Introduccion_basica.htm) citado 01/04/2013.

¹⁰ Fuente no firmada: (*Internet*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/internet/#ixzz2LRZfqI60>) citado 01/04/2013.

¹¹ Fuente no firmada: (*Internet*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/internet/#ixzz2LRZuu4iM>) citado 01/04/2013.

El desarrollo de Internet ha superado ampliamente cualquier previsión y constituyó una verdadera revolución en la sociedad moderna. El sistema se transformó en un pilar de las comunicaciones, el entretenimiento y el comercio en todos los rincones del planeta. Las estadísticas indican que, en 2006, los usuarios de Internet (conocidos como internautas) superaron los 1.100 millones de personas. Se espera que en la próxima década esa cifra se duplique, impulsada por la masificación de los accesos de alta velocidad (banda ancha).¹²

1.6.7. Centro de Cómputo.

“Un centro de cómputo, centro de procesamiento de datos, centro de datos o data center es una entidad, oficina o departamento que se encarga del procesamiento de datos e información de forma sistematizada. El procesamiento se lleva a cabo con la utilización de computadoras que están equipadas con el hardware y el software necesario para cumplir con dichas tareas. Por lo general, estas computadoras se encuentran interconectadas en red y cuentan con conexión a Internet. En este caso, se trata de un área cuya finalidad es facilitar el trabajo del resto de las dependencias”.¹³ Los conceptos de Computadora, Computación, Software, Hardware, Internet y Centro de Computación, lo generalizamos con la constitución del equipo físico que funciona a través de componentes personalizados denominados Software integrado por la parte no visible y Hardware es la parte física que forma y que es fundamental para el funcionamiento en un equipo de computación. (Monitor, Teclado, Unidad de Procesamiento-C.P.U, Mouse, sus diversos programas y conexión a internet), se puede referir como máquina de procesamiento de datos en la que interviene la manipulación del ser humano, brindando la oportunidad de minimizar los procesos que requieren de un asunto mecánico.

1.6.8. Empresa.

“Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de

¹² Fuente no firmada: (*Internet*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/internet/#ixzz2LRaBd7Iy>) citado 01/04/2013.

¹³ Fuente no firmada: (*Centro de Cómputo*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/centro-de-computo/#ixzz2KQC0ukNM>) citado 01/04/2013.

bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital). Las empresas puedan clasificarse según la actividad económica que desarrollan. Así, nos encontramos con empresas del sector primario (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas), del sector secundario (dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción) y del sector terciario (empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio). Otra clasificación válida para las empresas es de acuerdo a su constitución jurídica. Existen empresas individuales (que pertenecen a una sola persona) y societarias (conformadas por varias personas). En este último grupo, las sociedades a su vez pueden ser anónimas, de responsabilidad limitada y de economía social (cooperativas), entre otras. Las empresas también pueden ser definidas según la titularidad del capital. Así, nos encontramos con empresas privadas (su capital está en mano de particulares), públicas (controladas por el Estado), mixtas (el capital es compartido por particulares y por el Estado) y empresas de autogestión (el capital es propiedad de los trabajadores”.¹⁴ Es una organización económica de carácter comercial integrada y programada por un conjunto de factores productivos, bajo el control y responsabilidad del propietario, cuya función principal es ofrecer bienes y servicios de calidad.

1.6.9. Empresario.

“El concepto de empresario se refiere a aquellas personas que de forma individual o colegiada, fijan los objetivos y toman las decisiones estratégicas a cerca de las metas, medios, administración y control de las empresas y asumen responsabilidad tanto comercial como legal frente a los grupos de partes interesadas en o afectadas por las mismas”.¹⁵

Persona que de forma individual o colectiva ejerce funciones administrativas planificadas con el fin de ofrecer bienes o servicios de calidad y a la vez implementar estrategias para maximizar utilidades.

¹⁴ Fuente no firmada: (*Empresa*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/empresa/#ixzz2LR4bR6Yd>) citado 28/02/2013

¹⁵ Fuente no firmada: (*Empresa*. Wikipedia Foundation, Inc. Recuperado: <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresario>) citado 28/02/2013

1.6.10. Servicio al Cliente.

"Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Servicio al Cliente es *Un concepto de trabajo y una forma de hacer las cosas que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los Clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa*".¹⁶ Es un departamento de la empresa que se enfoca en la atención directa e indirecta a los clientes al momento de solicitar un bien o servicio.

1.6.11. Mercado.

"En economía, es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. Definición de mercado según la mercadotecnia: Organizaciones o individuos con necesidades o deseos que tienen capacidad y que tienen la voluntad para comprar bienes y servicios para satisfacer sus necesidades."¹⁷

"En el latín, y más exactamente en el término *mercatus*, es donde encontramos el origen etimológico de la palabra mercado que ahora nos ocupa. Un término que es empleado con gran frecuencia en la sociedad actual para referirse a todo aquel sitio público en el que, en los días establecidos, se procede a comprar o vender diversos productos.

Al investigar la definición de mercado y evaluar la función que este vocablo tiene en el lenguaje cotidiano, es posible llegar a la conclusión de que este concepto describe al ámbito, ya sea físico o virtual, en el cual se generan las condiciones necesarias para intercambiar bienes y/o servicios. También puede entenderse como la organización o entidad que le permite a los oferentes

¹⁶Fuente no firmada: (*Servicio al Cliente*. Monografías.com, S.A. Recuperado: <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>) http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente) citado 28/02/2013

¹⁷ Fuente no firmada: (*Mercado*. Wikipedia Foundation, Inc. Recuperado: <http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>) citado 28/02/2013

(vendedores) y a los demandantes (compradores) establecer un vínculo comercial con el fin de realizar operaciones de diversa índole, acuerdos o intercambios”.¹⁸

1.6.12. Mercado Meta.

“La noción de mercado meta, mercado objetivo o target hace referencia al destinatario ideal de un producto o servicio. El mercado meta, por lo tanto, es el sector de la población al que está dirigido un bien”.¹⁹ Es el segmento específico dentro de la población a quienes va dirigido los esfuerzos mercadológicos para posicionar los bienes y servicios que dispone la empresa, adaptándose a gustos y preferencias de la clientela.

1.6.12.1. Oferta.

“La definición más accesible que conozco de la oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta. Este bien o servicio pueden ser bicicletas, horas de clases de conducir, caramelos o cualquier otra cosa que se nos ocurra”.²⁰ “Una oferta (término que deriva del latín *offerre*) es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. La persona que anuncia una oferta está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o, al menos, con el propósito de que el otro lo acepte”.²¹ Son los artículos disponibles que ofrece la empresa a través de la aplicación de estrategias mercadológicas ubicado en el mercado meta para atraer a los consumidores.

1.6.12.2 Demanda.

“La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio, y con el incremento de la necesidad de los

¹⁸Fuente no firmada: (*Mercado*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/mercado/#ixzz2LSd618ek>) citado 28/02/2013

¹⁹Fuente no firmada: (*Mercado Meta*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/mercado-meta/#ixzz2LSeT2i6D>) citado 28/02/2013

²⁰ Fuente no firmada: (*Oferta*. Blogsalmom.com Recuperado: <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economía/que-es-la-oferta-y-la-demanda>) citado 01/04/2013

²¹ Fuente no firmada: (*Oferta*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/oferta/#ixzz2LSerWQkO>) citado 01/04/2013

servicios en la rama de la computación dentro del mercado competitivo. No obstante lo más interesante de la oferta y la demanda es cómo interactúan la una con la otra”.²²

“La noción de demanda hace referencia a una solicitud, petición, suplica o pedido. Aquel que demanda solicita que se le entregue algo. Para la economía, la demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual (cuando involucra a un consumidor) o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado)”.²³

1.6.12.3. Competencia.

(Economía): “La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios”.²⁴“El significado de la palabra competencia (del latín *competentia*) tiene dos grandes vertientes: por un lado, hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio, y a la competición que se lleva a cabo en el ámbito del deporte”.²⁵

²²Fuente no firmada: (*Demanda*. Blogsalmom.com Recuperado: <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>) citado 01/04/2013.

²³ Fuente no firmada: (*Demanda*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/demanda/#ixzz2LRSUvFJk>) citado 01/04/2013.

²⁴Fuente no firmada: (*Competencia*. Wikipedia Foundation, Inc. Recuperado: [http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_(econom%C3%ADa))) citado 28/02/2013.

²⁵Fuente no firmada: (*Competencia*. Definicion.de. Recuperado: <http://definicion.de/competencia/#ixzz2LRVIYI00>) citado 28/02/2013.

1.6.15. Factores Administrativos

1.6.15.1 Administración: Es un proceso para planear, organizar, integrar, dirigir, controlar y coordinar una actividad o relación de trabajo, la que se fundamenta en la utilización de recursos para alcanzar un objetivo determinado.

a. Características de la administración

La administración posee ciertas características que la diferencian de otras disciplinas. G.R. Terry cita en principios de administración las siguientes características:

- ✓ La administración persigue un propósito.
- ✓ La administración es un medio para ejercer un impacto en la vida humana.
- ✓ La administradora está asociada con los esfuerzos de un grupo.
- ✓ La administración se logra, por con y mediante los esfuerzos de otros.
- ✓ La administración es una actividad.
- ✓ La eficacia administrativa requiere ciertos conocimientos, aptitudes y prácticas.
- ✓ La administración es intangible.
- ✓ Los que practican administración no son necesariamente los propietarios.

b. Importancia de la administración

Una de las formas más sencillas de administración en nuestra sociedad es administración del hogar, una de las más complejas, la administración pública. Así, en todo esfuerzo humano hay siempre un lado administrativo, por eso el fenómeno administrativo se extiende a todos los ámbitos geográficos y esto le da su carácter universal.²⁶

Uno de los objetivos de administración/administradores es afirmar que deben de ser productivos. Gobiernos, industrias privadas y universidades del mundo entero reconocen la urgente necesidad de mejorar la productividad.

²⁶ Rodríguez Valencia J. Administración I

1.6.15.2 Productividad.

Es la razón aritmética de producto a insumo, dentro de un periodo determinado, con la debida consideración de la calidad. Las compañías de éxito generan un superávit a través de sus operaciones productivas. Aunque aún no se obtiene consenso sobre el significado preciso del término productividad, definámoslo como la relación productos –insumos en un periodo específico con la debida consideración de la calidad. Esto puede expresarse de la siguiente manera:

Figura N°. 01, Productividad.

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Productos}}{\text{Insumos}} \quad (\text{en un periodo específico y considerando la calidad})$$

Esta fórmula indica que la productividad puede elevarse 1) incrementando los productos con los mismos insumos, 2) reduciendo los insumos pero manteniendo los mismos productos o 3) incrementando los productos y reduciendo los insumos para obtener un cambio favorable en la relación entre ellos. Las compañías hacen uso de varios tipos de insumos, como fuerza de trabajo, material y capital.

1.6.15.3 Planeación.

Implica seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones necesarias para cumplirlos, y requiere por lo tanto de la toma de decisiones; esto es, de la elección de cursos de acción futuros a partir de diversas alternativas.

1.6.15.4 Organización.

Supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa.

1.6.15.5 Integración de Personal.

La integración de personal consiste en ocupar con personas puestos de la estructura de la organización y en mantener esos puestos ocupados.

1.6.15.6 Dirección.

Es influir en las personas para que contribuyan a la organización y a las metas de grupo.

1.6.15.7 Control.

Es la función de medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes.²⁷

1.6.16 Planeación Estratégica.

“La planeación o planificación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación externa e interna de ésta, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos”.²⁸ A través de la Planeación estratégica establecemos las acciones a seguir en la búsqueda de ventajas competitivas, con miras a ser una empresa que dedicara a estudiar lo proyectado en la misión, visión, valores, objetivos y su estructuración administrativa no dejando por un lado el área financiera y fiscal.

1.6.17 Historia del Municipio de Melchor de Mencos.

“Es de resaltar que por el año de 1969, fue fundada la Villa de Fallabón por el norteamericano Carlos Carrol, un empresario maderero quien transportaba el producto forestal vía fluvial al territorio de Belice, El nombre de Fallabón derivó de mencionar “fire”, fuego en español y “boom”, estallido, cuando en el año 1950 se incendió una bacadilla (almacenamiento de trozas);

²⁷Koontz, H. & Weihrich, H. *Una perspectiva global*. México: Mc GRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. de C. V. 12ª. Edición.

²⁸Fuente no firmada: (*Planeación Estratégica*. Crecenegocios.com. Recuperado: <http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>) citado 03/04/2013

hoy este lugar es un barrio absorbido por el crecimiento de habitantes. El municipio de Melchor de Mencos, departamento de Petén, fue fundado el 26 de Abril de 1,962, fungiendo como presidente constitucional de la república, el general Miguel Idígoras Fuentes. El 12 de Octubre de 1,979 siendo alcalde municipal don Ramiro Casanova Trujillo, se colocó el busto del insigne sargento mayor don: Melchor de Mencos, quien de acuerdo a la historia derrotó a los ingleses en la Laguna de Coba, en su honor fue cambiado el nombre de plancha de piedra y se fundó como Ciudad Melchor de Mencos”.²⁹ De aquí nace la historia empresarial y productiva de Melchor de Mencos, por su producción maderera y la importancia de los empresarios en adquirir el recurso natural de esta región. El crecimiento poblacional de esta ciudad, aumenta cada día, actualmente existe una población aproximada de 21,886 habitantes, de la misma manera crece la obligación de satisfacer las necesidades de esta población, esto conlleva a que las personas logren establecer un estilo de vida comercial de bienes y servicios rentables para el desarrollo familiar. El sector terciario o de servicio de Melchor de Mencos se compone de las áreas del comercio al por mayor y menor, educación, restaurantes, transporte, hoteles, salud y de servicios.

1.6.18 Análisis Porter.

“El análisis de Porter o de las cinco fuerzas de Porter comprende el preguntarse los riesgos que existen para mi empresa, proyecto, emprendimiento o lo que sea, hasta se podría aplicar a la vida. Se analizan cinco aspectos principales, que son los que le dan el nombre, los cuales son: 1. Poder de Negociación de los proveedores, 2. Poder de Negociación de los consumidores, 3. Amenaza de productos Sustitutos 4. Amenaza de Nuevos Competidores, 5).Rivalidad entre los competidores de la industria”³⁰ El modelo de Porter postula que hay cinco fuerzas que conforman la estructura de la empresa. Estas cinco fuerzas delimitan precios, costos y requerimiento de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo.” “El propósito principal de una Estrategia Competitiva es la de hacer

²⁹ Fuente no firmada: (*Historia del Municipio de Melchor de Mencos*. Inforpressca.com. Recuperado: [www.inforpressca.com /melchordemencos/páginaoficialdeMelchordeMencos, Petén](http://www.inforpressca.com/melchordemencos/páginaoficialdeMelchordeMencos,Petén)) 04/04/2013

³⁰Fuente no firmada: (*Análisis Porter*, camiloespinoza.blogspot.com Recuperado:<http://camilo-espinoza.blogspot.com/2010/12/analisis-porter-o-cinco-fuerzas-de.html>)

ganar o mantener a la empresa, en cuanto a su ventaja competitiva de sus principales competidores (Porter, 1993). Lo siguiente nos muestra el contexto en el que se formula la Estrategia Competitiva. La formulación de la estrategia competitiva, involucra cuatro factores clave que determinan los límites de lo que una compañía puede lograr con éxito (Porter, 1993).

- a) Fuerzas y Debilidades de la Empresa.
- b) Valores personales de los ejecutivos clave.
- c) Oportunidades y riesgos.
- d) Expectativas sociales de más amplitud.

Herramienta que permite analizar lo interno y externo de la empresa, estableciendo estrategias que permitan fortalecer la amenaza de productos sustitutivos, el poder de negociación de los proveedores y clientes, y poder ser competitivos dentro del mercado.

1.6.19 Análisis FODA.

“El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés *SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)”.

1.6.20 Tasa interna de retorno-TIR.

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad –TIR- de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto –VAN- o –VPN- es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor -TIR-, mayor rentabilidad. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. TIR- será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la -TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.³¹

³¹Fuente no firmada: (*Tasa Interna de Retorno*: Wikipedia Foundation, Inc. Recuperado: http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno

1.6.21 Factores de Mercadotecnia

1.6.21.1 Marketing.

Es una disciplina de las Ciencias Económicas cuyo objetivo es potenciar las capacidades de las organizaciones y/o los individuos oferentes de bienes o de servicios que, insatisfechos con una situación competitiva dada, aspiran a pasar a otra más ventajosa, tal como se describe a continuación:



Por eso es necesario concebir el marketing como un proceso y una estrategia, ya que es el agente del cambio buscado por aquellos oferentes insatisfechos con su situación actual. Para ser eficaz, este proceso debe partir necesariamente de un análisis de la situación competitiva actual del oferente, basado en un diagnóstico de sus capacidades y de sus recursos, por un lado; y, por el otro, de un examen de la evolución de las tendencias del contexto en el que se desarrolla la acción. Es decir que la posición competitiva deseada devendrá tanto de la posición competitiva actual como de las tendencias impertinentes en el contexto y los recursos que este provee.³²

1.6.21.2 Segmentación, Mercado y Posicionamiento.

Al reconocer la gran diversidad entre los seres humanos, los investigadores del consumidor busca identificar las múltiples similitudes- o constantes- que existen entre los individuos de todo el mundo. El punto de interés respecto de las necesidades adquiridas es que por lo general hay muchas personas que desarrollan las mismas necesidades.

Esta comunidad de necesidades o intereses constituye un segmento del mercado, el cual permite a los mercadólogos intentar llegar a los consumidores con productos específicamente diseñados y/o mensajes promocionales que satisfagan las necesidades de ese segmento.

³² Stanton, W. (1995). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw Hill

La segmentación del mercado es el proceso de dividir un mercado en distintos subconjuntos de consumidores que tienen necesidades o características comunes, y de seleccionar uno o varios segmentos para llegar a ellos mediante una mezcla de marketing específica. Antes de que la segmentación del mercado tuviera aceptación general, la estrategia predominante para hacer negocios con los consumidores era el marketing masivo, es decir, ofrecer los mismos productos y mezcla de marketing a la totalidad de los consumidores.

La esencia de dicha estrategia fue resumida por el empresario Henry Ford, quien ofrecía al público el automóvil Modelo T “en el color que quisieran, siempre y cuando fuera negro. Si todos los consumidores fueran iguales –si todos tuvieran las mismas necesidades, anhelos y deseos, e idénticos antecedentes, educación y experiencia-, el marketing masivo sería la estrategia lógica.³³

1.6.22.3 Estrategia Competitiva.

Es la que se ocupa de la creación de una posición competitiva ventajosa para la unidad de negocios dentro de un sector, segmento o mercado concreto.

Por lo tanto, se relaciona con la toma de decisiones en un negocio o unidad estratégica de negocios, y persigue conseguir posiciones competitivas superiores respecto a los competidores, intentando generar capacidades distintivas con el objetivo de conseguir ventajas competitivas sostenibles.

Para Porter la estrategia competitiva consiste en ser diferentes y elegir deliberadamente un conjunto de actividades que permitan crear una combinación única de valor. En definitiva, emprender acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en un sector industrial, para enfrentarse con éxito a las cinco fuerzas competitivas y por obtener así un rendimiento superior sobre la inversión de la empresa.³⁴

³³ Schiffman, K. *Comportamiento del Consumidor*. 8va edición

³⁴ Carrion Marroto.J (2007). *Estrategia de la visión a la acción*. Madrid: Esic Editorial

1.6.22.3.1 Existen tres tipos de Estrategias Competitivas.

16.22.3.1.1 Liderazgo en Costes.

Supone el lograr una ventaja competitiva a través de una ventaja en costes, o sea, mediante unos costes lo más reducidos posible; de este modo, la empresa se situará en una posición de ventaja no sólo frente a los competidores, sino también ante los proveedores y los clientes.

Para que esta estrategia sea factible se deben dar una serie de condiciones: Es preciso alcanzar posicionamiento dentro del mercado que posibilite la incorporación de los servicios y productos, se debe conseguir una alta productividad de los servicios y productos que permitan reducir los costes, se debe mantener monitoreos constantes en los costes a fin de eliminar o reducir los que no sean oportunos; la estrategia de liderazgo en costes permite a la empresa situarse en una posición fuerte ante los competidores, dado que unos bajos costes le permiten disminuir precios hasta anular el margen del competidor más próximo; frente a los proveedores, sus mayores márgenes y su mayor tamaño le situarán en condiciones de negociar, no todo son ventajas en la estrategia de liderazgo en costes.

Esta estrategia, si se sigue de un modo continuado y no se toman constantemente las medidas necesarias para que se sigan dando las condiciones antes descritas, puede entrañar graves riesgos. Si la empresa no va adaptando su tecnología, a las nuevas necesidades surgidas por cambios en la innovación que sufren estos servicios, se corre el riesgo de ver cómo la ventaja en costes puede desaparecer y si otro competidor incorpora la estrategias de cambios.

16.22.3.1.2 Diferenciación.

La estrategia de diferenciación persigue que la empresa en general, o alguno de sus elementos en particular por ejemplo, servicios y productos, atención al cliente, innovación, calidad, sean percibidos como únicos, tanto por parte de los clientes como por parte, incluso, de los proveedores. Respecto a los clientes, provoca una lealtad hacia la empresa, hacia los servicios o productos, haciendo que la demanda sea menos sensible a variaciones en los precios.

Se debe señalar que la estrategia de diferenciación normalmente impide o dificulta lograr una elevada participación en el mercado. También esta estrategia puede ver su éxito limitado, a consecuencia, por ejemplo, de la imitación por parte de algún competidor, o de la evolución de las preferencias de los consumidores, o un desfase entre la "prima de precio" y la diferenciación aportada.

16.22.3.1.3 Segmentación.

Esta estrategia consiste en centrarse en un segmento de mercado, reduciendo el ámbito de competencia. Una vez situados en una estrategia de nicho, ésta puede ser o de liderazgo en costes o de diferenciación, pretendiendo conseguir una ventaja competitiva en el nicho que se compite.³⁵

1.6.23 Factores Legales.

Según las leyes establecidas en Guatemala, las empresas se encuentran registradas, en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), Registro Mercantil (RM), Ministerio de Educación (MINEDUC), Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS) cumpliendo con los requisitos que estos requieren para su funcionamiento.

³⁵http://www.evmculiacan.com/index.php?option=com_content&view=article&id=177:estrategias-competitivas-en-la-empresa&catid=43:negocios&Itemid=88

Capítulo 2

2.1 Metodología aplicada en la práctica.

Este estudio hace referencia al conjunto de métodos o procedimientos utilizados para alcanzar los objetivos que rigen la investigación, dándole una solución a la problemática encontrada.

2.1.1 Tipo de investigación.

De acuerdo a la metodología utilizada en la investigación realizada al Centro de Computación Click se caracteriza como descriptiva detallando lo interno y externo, investigaciones de campo a través de visitas periódicas, investigación documental formulando anecdotarios, se nos proporcionó documentación necesaria, se tomó en cuenta las opiniones del propietario para la formulación de las propuestas de soluciones.

2.1.2 Sujetos de la investigación.

Para la realización de la investigación se tomó como objeto principal de estudio al propietario, del Centro de Computación Click, a la comunidad, la competencia y los proveedores.

2.1.3 Instrumentos de investigación.

Dentro del desarrollo de la investigación se utilizó, la observación, se realizaron reuniones con el propietario, Anecdotal de visitas, entrevistas formales e informales con el propietario, se realizo encuesta.

2.1.3.1 Observación.

Se prestó detenida atención, con el propósito de obtener datos importantes para la investigación, procediendo a observar las distintas área objeto de estudio, se realizaron visitas periódicas, al Centro de Computación Click, donde se pudo verificar que la afluencia de usuarios es aceptable, se percibió que la falta de los servicios de café internet, accesorios y suministros, tienen demanda, la empresa con el objetivo de ofrecer un buen servicio y mantener a sus cliente sea visto en la necesidad de prestarles el servicio, en ciertas ocasiones.

2.1.3.2 Encuesta.

Se realizó un cuestionario para recaudar datos, el cual contenía un conjunto de preguntas cerradas dirigidas al público en general. (Ver Anexo N°. 10)

2.1.3.3 Entrevista.

Se efectuaron entrevista al administrador de la empresa para obtener mayor información sobre la situación actual de la empresa. (Ver Anexo N°. 09)

2.1.3.3 Estudio.

Herramienta que nos permitió analizar el campo competitivo existente en la prestación de los servicios académicos en computación, café internet y la venta de accesorios y suministros dentro del municipio de Melchor de Mencos, Peten. (Ver Tabla N°. 12)

2.1.4 Procedimientos.

2.1.4.1 Recopilación de la Información.

Se realizaron una serie de procesos para recolectar información requerida para llevar a buen término la investigación. La principal fuente de información fue proporcionada por el propietario, lo observado en visitas periódicas, permitieron llevar un registro para conocer y analizar realmente, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en lo interno y externo de la empresa, se realizó un sondeo para obtener información de la competencia, encuesta realizada a los usuarios y a la población del municipio. Para llevar a cabo la investigación fue necesario el seguimiento ordenado de una serie de pasos, con el objetivo de determinar de una manera sencilla los factores estratégicos competitivos de la empresa y darlos a conocer, para que estos sean tomados en cuenta dentro de la misma.

- Se inicio con la recopilación de información a través de la formulación de los antecedentes.
- Se plantea la problemática de una forma objetiva.
- Se establecen los sujetos involucrados en la investigación la empresa, el mercado y la competencia como los medios por los cuales brindan información que fortalezcan el informe, refiriéndonos a la observación, la encuesta y la entrevista.

- Se analiza la información obtenida con el propósito de alcanzar los objetivos para la obtención de los resultados a alcanzar.
- Formulando las conclusiones y recomendaciones de la investigación para que sean tomadas o aplicadas en beneficio de la empresa.
- Anexando los contenidos que sirvieron de apoyo a la investigación, tomadas en cuenta sus referencias para la bibliografía.

2.1.5 Aportes.

2.1.5.1 Al público en General.

Ser una alternativa tecnológica que contribuya a mantenerles actualizados en las nuevas tendencias de información, educación y entretenimiento.

2.1.5.2 A la Empresa.

Formularle estrategias mercadológicas y administrativas para incrementación de ventas en los servicios que ofrezca a la clientela y que permita proyectar mayores utilidades con la implementación de la sala anexa que permitan inversión en mejoras continuas.

2.1.5.3 A la universidad.

Poner en práctica las enseñanzas y procedimientos impartidos durante la formación como futuros profesionales en la facultad de Ciencias Económicas sustentando la credibilidad de la misma, a través de la formulación de un trabajo profesional.

2.1.5.4 Al País.

A Guatemala, como profesionales de las Ciencias Económicas ser parte del cambio, colaborando con las empresas e instituciones que tengan interés y relación con este documento, como una alternativa tecnológica que contribuya en el desarrollo personal y laboral aplicando las nuevas tendencias de información, educación y entretenimiento en la rama de la computación.

Capítulo 3

3.1 Resultados y Análisis de la investigación.

En este proceso se profundiza en la empresa y en los cambios que experimenta la problemática, que tienden a dar indicios a una solución que constan de:

3.1.1 Resultados de la investigación.

No permite el crecimiento como empresa, en la realización de las diferentes etapas de procedimientos aplicados en la recopilación de la información, evidencia que la empresa ha tenido estancamiento en sus ingresos, limitando las mejoras continuas, básicamente solo le permite mantenerse, por lo que será necesario aprovechar la oportunidad de incorporar los servicios de café internet y venta de accesorios y suministros, derivado a la demanda existente, sin embargo se considera de relevancia la aplicación de los procesos administrativos, así como los planes de capacitación, reestructuración en el diseño competitivo, que daría como resultado el aprovechamiento de las herramientas organizativas y mercadológicas que llevarían al incremento y satisfacción de la demanda.

3.1.2 Análisis de los resultados.

Se evaluaron los diferentes aspectos tanto financieros, económicos, de auditoría y Tributarios Fiscales, por medio de los análisis realizados en las diferentes áreas internas y externas del Centro de Computación Click, con la evaluación efectuada se obtuvo la problemática, que permitió establecer las estrategias de aplicación, conclusiones y recomendaciones, para erradicar la problemática y lograr una mejor atención e incrementar las ventas mediante la incorporación de los productos y servicios que sean anexados a la empresa.

3.1.2.1 Matriz FODA.

Cuadro N°. 01, Matriz FODA.

"Centro de Computación Click"			
Análisis Externo	Análisis Interno	Fortalezas	Debilidades
		Personal Especializado	Costos en la calidad.
		Calidad.	Falta de plan de capacitaciones
		Innovación Tecnológica	Poco interés de inversión en publicidad.
		Instalaciones Propias	La atención no es la adecuada.
	Análisis Externo	Pago de seguro de equipo.	No contar con el mobiliario y equipo para la implementación de servicios de café internet, accesorios y suministros.
		Conocimientos Técnicos	
		Experiencia Adquirida	
		Seguridad en el establecimiento.	
	Oportunidades	Estrategias (Maxi-Maxi) FO	Estrategias (Mini-Maxi) DO
	Las Alianzas que se tienen con Colegios e Instituciones.	1. Aprovechar las alianzas que se tienen con los colegios, nos permitirá alcanzar los objetivos e innovar en el mercado. 2. Mantener Innovaciones constantes para la prestación de los servicios de calidad.	1. Mejorar la atención a los demandantes del servicio a través de capacitaciones constantes, para que la atención se personalice, en busca de mantener e incrementar la demanda. 2. Aprovechar todos los medios y recursos publicitarios y promocionales existentes en el mercado para dar a conocer los servicios y productos.
	Expansión.		
	Demanda del servicio y los productos.		
	Inclusión directa a internet.		
Innovación Constante.			
Amenazas	Estrategias (Maxi-Mini) FA	Estrategias (Mini-Mini) DA	
Competencia desleal.	1. Por la rapidez con la que la tecnología cambia, es necesario enfrentarla a través de la innovación constante. 2. Aprovechar el sistema de seguridad que evita el plagio o fuga de información e incorporarlo a los servicios de café internet.	1. Establecer presupuesto de inversión en publicidad, que permita minimizar la competencia desleal. 2. Mantener actualizaciones que se consideren necesarias, respaldadas por las autoridades. 3. Realizar Monitoreos constantes del mercado para conocer la competencia y mantener los precios.	
Cambios en las políticas Educativas.			
Piratería.			
Delincuencia.			
Alza constante de los precios de equipo y suministros.			

Fuente: Elaboración Propia.

3.1.2.2 Análisis Porter.

¿Cómo enfrentará “Click” a la competencia y a los fenómenos económicos: tales como, el Grado de rivalidad, Amenaza de entrada de nuevos competidores, productos sustitutivos, Poder de negociación de los proveedores y Poder negociador de los clientes?

a) Grado de rivalidad.

Se mantendrá un monitoreo de la competencia para establecer estrategias en la calidad, actualización de precios constantes, la asistencia técnica, equipos actualizados y servicio personalizado, promoción masiva a nivel macro, meso, y micro, esto con el propósito de mantener la población e incrementar la demanda.

b) Amenaza de entrada de nuevos competidores.

En este caso es difícil establecer barreras de ingreso a este campo comercial, debido a que si llenan los lineamientos que establece la ley, éstos no se pueden evitar, en Guatemala existe la prohibición de la creación de monopolios, en tal virtud se hace muy difícil evitar el incremento de la competencia y una de las estrategias utilizables para minimizar las amenazas competitiva sería, el mantenimiento y la aplicación de las normas, reglas, disposiciones y el cumplimiento de la ley que rige el desarrollo de la actividad educativa tecnológica. Artículo 130 Código de Comercio y Artículo 361 Ley de Actualización

c) Amenaza de productos sustitutivos.

Mantener una renovación constante del inventario de accesorios, suministros y a la vez de la actualización profesional. Esto dará margen al mantenimiento de la credibilidad de la empresa.

d) Poder de negociación de los proveedores.

El éxito de las negociaciones con los proveedores radicará en el pago oportuno de nuestros compromisos adquiridos y a la vez las relaciones tanto humanas como sociales que se logren a través de las transacciones realizadas.

e) Poder negociador de los clientes.

Hay que tener presente que los clientes son el motor de toda empresa, por lo tanto el servicio que se les brinde deberá ser de calidad, en un ambiente agradable y confortable.

3.1.2.2 Análisis Clientes/Mercado.

- Los servicios y productos en la rama de la Computación son demandados por la necesidad de mantener la comunicación, realización de tareas, investigaciones, entretenimiento que son de utilidad diaria.
- Los servicios y productos pueden ser adquiridos en las diferentes empresas de la localidad, pero no de forma integral, lo cual es una debilidad que genera atraso y pérdida de tiempo para el usuario.
- Para ser competitivos hay que tener en cuenta que el cliente es el factor principal como consumidor o adquiriente de los servicios y productos, por lo que es necesario brindarle buena atención y de calidad, a través de un plan de capacitaciones riguroso que permita el mejoramiento continuo en atención al cliente, las ventas y el trabajo en equipo, que los empleados transmiten, la disponibilidad que tienen y sobre todo el respeto que se le debe demostrar, para mantener a los que son frecuentes y conservar a los que requieren de los servicios por primera vez.
- Mantener precios competitivos es otro de los factores que se le debe dar importancia, debido a que el cliente por lo general busca lo más cómodo o el que se le aproxime a su presupuesto, siempre que el servicio cumpla con las especificaciones.
- Para el incremento en las ventas es necesario mantener abastecimientos óptimos en productos, en los servicios se debe velar por que los equipos se mantengan en condiciones, ser atento para que el cliente sea atendido con prontitud, evitar dejarlo ya que esto ocasiona que se retire o prefiera ir a otra empresa.

- Implementar a largo plazo la entrega a domicilio habilitando una línea de atención, para quienes requieran de los productos, por el momento se proyecta la prestación y venta de los servicios y productos visitando directamente la empresa.

3.1.2.3 Análisis de la Competencia.

Como resultado del estudio realizado a la competencia, fue notorio que existen un número relevante de empresas que ofrecen servicios y productos en la rama de la computación, con la desventaja que lo hacen de forma separada, ya que algunas prestan únicamente los servicios académicos en computación, otras servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros lo realizan contra pedido. (Ver Anexo N°. 06)

La imagen debe ser proyectada para que sea bien percibida por el cliente, mantener instalaciones agradables, debido a que un lugar con presencia llama la atención. La demanda diaria que genera los servicios y productos en la rama de la computación, son considerables, por ser utilizados como paquetes de aprendizaje, comunicación, investigación o entretenimientos y/o mantenerse a la vanguardia de las nuevas tendencias tecnológicas. Dentro de las estrategias que el Centro de Computación Click deberá adaptar de forma inmediata con el objetivo de contribuir a contrastar a la competencia es resaltante el mejoramiento en la atención que se le brinde al cliente, el mantener abastecimiento, precios competitivos en los productos, por lo que será necesario aplicar lo siguiente:

- Implementar a través de la mejora continua, la atención que se les brinde a los clientes.
- Velar para que se mantenga los precios que permitan ser competitivos.
- Que el abastecimiento de los productos y la prestación de los servicios mantenga su nivel, velando por la calidad.
- Implementar la contratación de los servicios publicitarios, reestructurando la forma de cómo se venía haciendo, que permita que sea constante y con enfoque diferente, permitiéndole acaparar la mayor parte de la población, no dejando por un lado que lo más importante es la referencia del cliente.

3.1.2.4 Diseño de Estrategias.

En cualquier empresa para alcanzar los objetivos que se proponen en el plazo marcado es indispensable elaborar un plan de acción. En el plan de acción se detallan las técnicas o acciones concretas a seguir para ejecutar la estrategia. El desarrollo de dichas técnicas implica saber combinar adecuadamente las variables o instrumentos de marketing, conocidas como las 7ps. Definamos marketing-mix como la combinación de elementos de marketing que una empresa elige y determina como la más adecuada para la consecución de sus objetivos comerciales. Las 7ps se consideran variables controlables porque pueden modificarse, aunque siempre dentro de unos límites:

3.1.2.4.1 El Producto.

Es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado. Es el medio para alcanzar el fin de satisfacer las necesidades del consumidor. Las decisiones sobre producto tienen en cuenta entre otras cosas las siguientes cuestiones:

- Cartera de servicios, productos, gama o surtido, es decir, el conjunto de servicios, productos que ofrece la empresa. Supone determinar el número y la forma de agrupar los productos y la homogeneidad o heterogeneidad de los mismos, así como el grado de complementariedad o de sustitución.
- Diferenciación del servicio y producto. Consiste en determinar las características que distinguen al servicio y producto, que lo hacen en cierto modo único y diferente a los demás.
- Marcas, modelos y envases. Permiten identificar a los productos y a la vez diferenciarlos de los competidores.
- Ciclo de vida del producto. Supone el análisis de las fases por las que transcurre la vida del producto, desde su lanzamiento hasta su retirada o desaparición.
- Modificación y eliminación de productos. En función del ciclo de vida del producto y de los cambios del entorno, tecnológicos, culturales y sociales deberán establecerse las posibles modificaciones del producto o su retirada del mercado.
- Planificación de nuevos productos. La empresa actualiza de forma sistemática sus productos para adaptarse a los cambios del entorno.

3.1.2.4.2 El precio.

No es solo la cantidad de dinero que se paga por obtener un producto, sino también el tiempo utilizado para conseguirlo, así como el esfuerzo y las molestias necesarias para obtenerlo. Las decisiones a tomar respecto a los precios tienen en cuenta aspectos referentes a:

- Factores que condicionan la fijación del precio. Fundamentalmente de acuerdo con tres criterios, coste, competencia y demanda.
- Métodos de fijación de precios. Se estudian los métodos basados en el coste, la demanda y la competencia.
- Estrategia de fijación de precios. Se analizan las estrategias diferenciadas, competitivas, psicológicas, para líneas de productos y para nuevos productos.

3.1.2.4.3 Plaza.

La distribución relacionada la producción con el consumo. Tiene como misión poner el producto demandado a disposición del mercado de manera que se facilite y estimule su adquisición por el consumidor. Las decisiones de distribución deben tener en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

- Canales de distribución. Es el camino que sigue el producto a través de los intermediarios desde el productor al consumidor.
- Logística o distribución física. Incluye el conjunto de actividades desarrolladas para que el producto recorra el camino desde el punto de producción al consumidor. Implica el transporte, almacenamiento, manejo de materiales, gestión de inventarios, embalajes y servicio al cliente.
- *Merchandising*. Es el conjunto de actividades llevadas para estimular la compra del producto en el punto de venta.
- Otros sistemas de venta. Caracterizados, en general por la no utilización de intermediarios (establecimientos comerciales) en la relación entre la empresa y el mercado. Incluye actividades como la venta personal directa, la venta en máquinas automáticas, la venta ambulante y el marketing directo (venta por correo y catálogo, venta por teléfono, venta por televisión y venta por internet).

3.1.2.4.4 Publicidad.

La publicidad es fundamentalmente un proceso de comunicación entre la empresa y el mercado con la finalidad de informar, persuadir o recordar la existencia, características o beneficios de un producto o de la empresa. En general, supone la combinación de las siguientes actividades:

- Venta personal. Implica un contacto directo con los clientes. Es un proceso que consta de distintas fases: preparación, persuasión y transacción.
- Publicidad de venta. Incluye un conjunto de actividades que tratan de estimular las ventas a corto plazo. Van dirigidas a distintos públicos (consumidores finales, intermediarios y vendedores).
- Relaciones públicas. Con este instrumento se persigue conseguir una imagen favorable del producto y/o de la empresa. Entre otras actividades incluye el patrocinio, el mecenazgo, las ferias, etc.
- Publicidad es una forma de comunicación impersonal y remunerada, efectuada a través de los medios de comunicación de masas, mediante inserciones pagadas por el vendedor y cuyo mensaje es controlado por el anunciante.
- Otros instrumentos de comunicación. Adicionalmente, se examinaron otros instrumentos de comunicación de reciente aplicación como el *bartering* (trueque), el emplazamiento de producto, la tele-promoción, el infor-mercial, la publicidad *on line*, el *marketing* viral o el *marketing* móvil.³⁶

3.1.2.4.5 Personas.

La gente es un factor importantísimo dentro del marketing mix, además de juzgar los productos y servicios, el cliente, habla y opina sobre las personas que representan a una empresa. Los servicios y productos, es otro de los valores observados por la gente. La empresa cuenta con el personal idóneo, necesario y con las características propias para ocupar los puestos claves, pero esto no lo hace vulnerable. Debido a que al momento de la atención esta tiende a ser percibida por el cliente como deficiente, por lo que será necesaria la implementación de capacitaciones constantes.

³⁶ Casado Díaz A. B. & Sellers Rubio R. *Dirección de Marketing Teoría y Práctica*. S. Vicente: Editorial Club Universitario

3.1.2.4.6 Proceso.

Radicara en la forma de como se ofrecen los servicio y la efectividad de éste, es parte de la empresa. Es muy importante llevar a cabo un proceso correcto. Un buen proceso para que el usuario llegue fácilmente a nuestros servicios y productos, es a través del posicionamiento correcto en los resultados de búsqueda; así, el usuario accede a nuestros servicios más rápidamente.

3.1.2.4.6 Promoción.

Establecer de forma clara y llamativa las diversas promociones que la empresa pondrá a disposición como estrategia para captar la atención de la persona, y el producto o servicio sea adquirido, tener en cuenta que es radicalmente distinta si se dirige a consumidores que ya son clientes de la empresa o si va destinada a clientes nuevos. En el primer caso, la empresa ya conoce a su cliente y sabe las razones por las que hace uso de los productos y servicios. Por este motivo, debe utilizar estos datos para enviarle información personalizada y provista de contexto.

3.1.2.4 Análisis a Administrador.

Dentro del análisis resultante de la entrevista con el Administrador del Centro de Computación Click, se concluyen los siguientes: (Ver Anexo N°. 07)

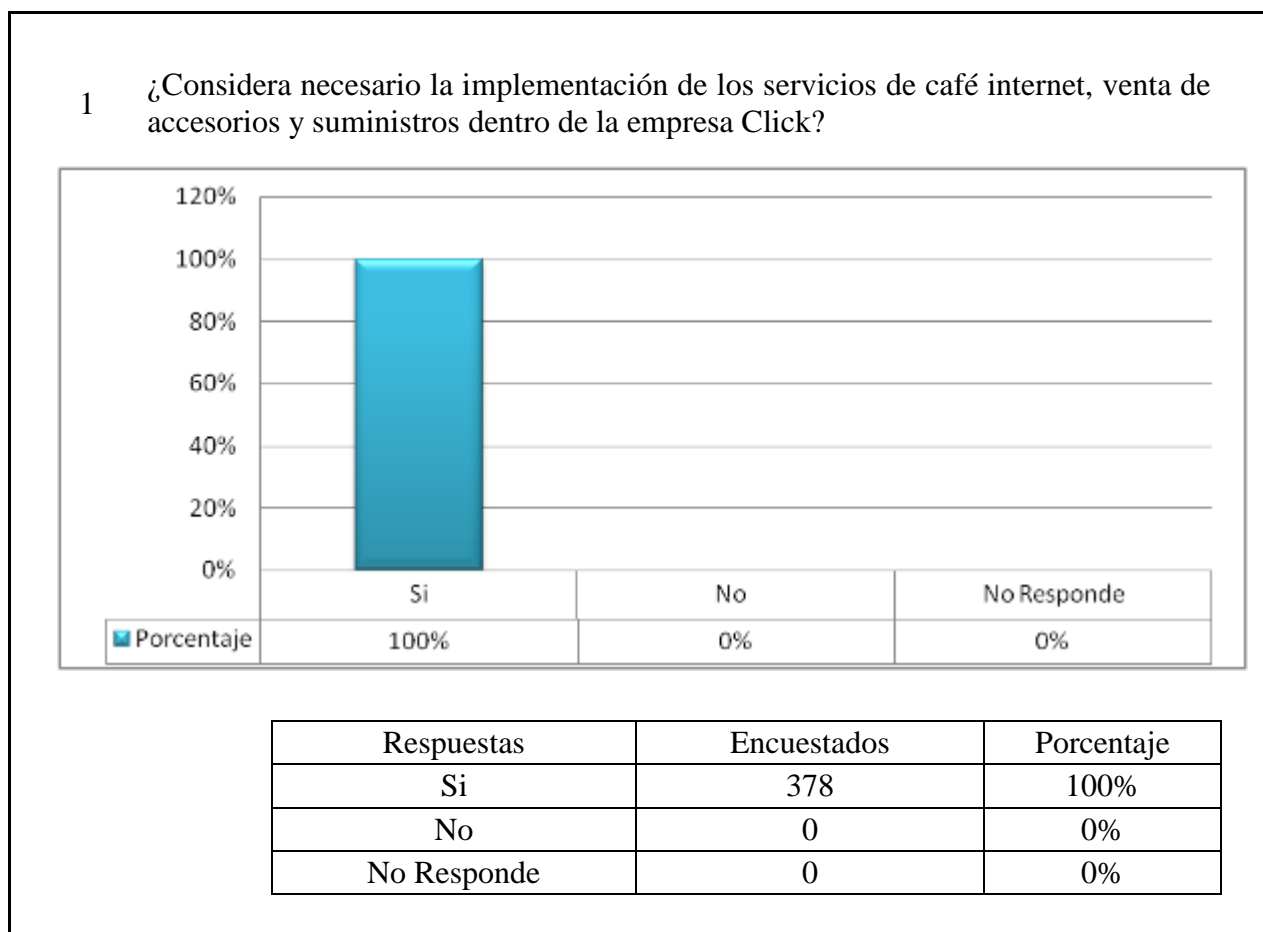
- El Centro de Computación Click cuenta con el personal idóneo, necesario y con las características propias para ocupar los puestos claves, pero esto no lo hace vulnerable. Debido a que al momento de la atención esta tiende a ser percibida por el cliente como deficiente.
- Que el servicio que se le brinda al cliente lo realizan a través de atención personalizada, en un ambiente agradable dentro de las instalaciones.
- Desde la apertura se ha mantenido la afluencia de usuarios, que requieren de los servicios que se prestan, prestando en ocasiones los servicios de café internet, levantado de textos, impresiones, encuadernaciones, investigaciones, por la insistencia de los clientes.

- Se mantienen monitoreos constantes al personal pero de forma mensualizada lo cual no garantiza que el servicio se esté dando de una forma integral.
- Se mantiene el ambiente agradable que permite la afluencia de clientes.
- La contratación de los servicios publicitarios para dar a conocer la empresa y sus servicios es de forma trimestral, lo cual hace que no llegue a toda la población por lo que es necesaria la implementación de estrategias publicitaria para que sean más constantes.
- Es necesario implementar los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros en la rama de la computación.
- Derivado a la implementación de los servicios y productos, será necesaria la reorganización, proponiendo la creación de un nuevo departamento, reestructuración de imagen, objetivos, misión, visión, inversión en mobiliario y equipo, modificación en la base legal y tributaria.

3.1.2.5 Análisis de Encuesta.

En la encuesta realizada a usuarios y personas del municipio de Melchor de Mencos, Petén dio como resultados. (Ver Anexo N°. 08)

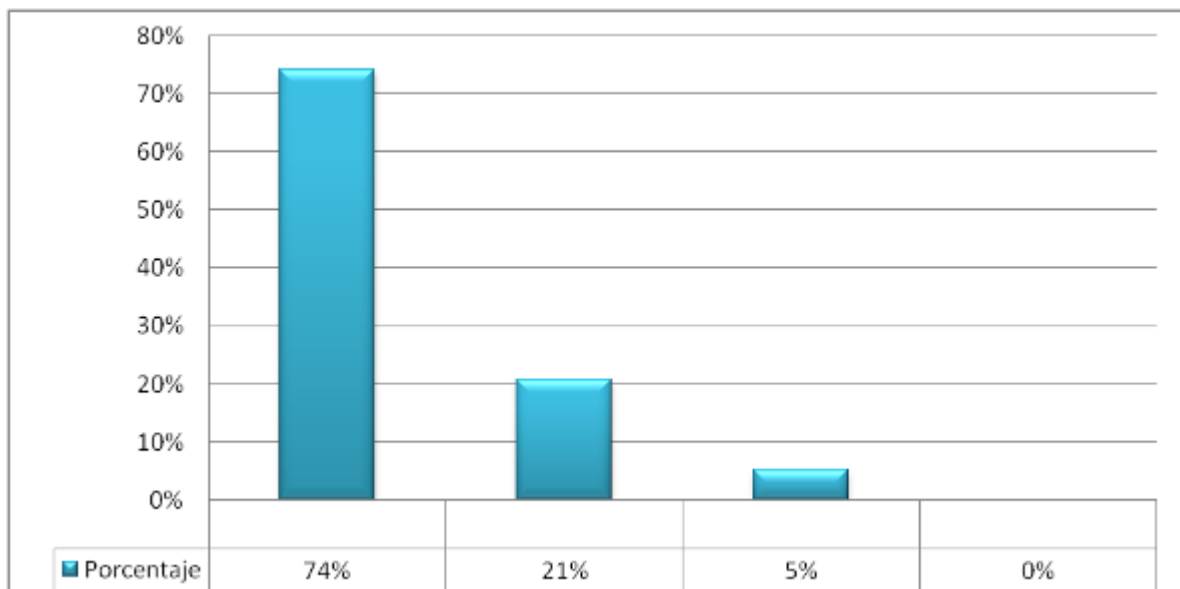
Gráfica N°. 1



El resultado obtenido de la interrogante número uno realizada a un segmento de la población del municipio de Melchor de Mencos, Petén, refleja que la implementación de los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros es aceptable, evitando estar trasladándose a un lugar diferente para la contratación o adquisición de los servicios y/o accesorios y suministro.

Gráfica N°. 2

2 ¿Qué importancia tiene para usted el contar con una empresa que le brinde preparación académica, servicio de café internet y venta de accesorios y suministros en la rama de la Informática de forma integral?



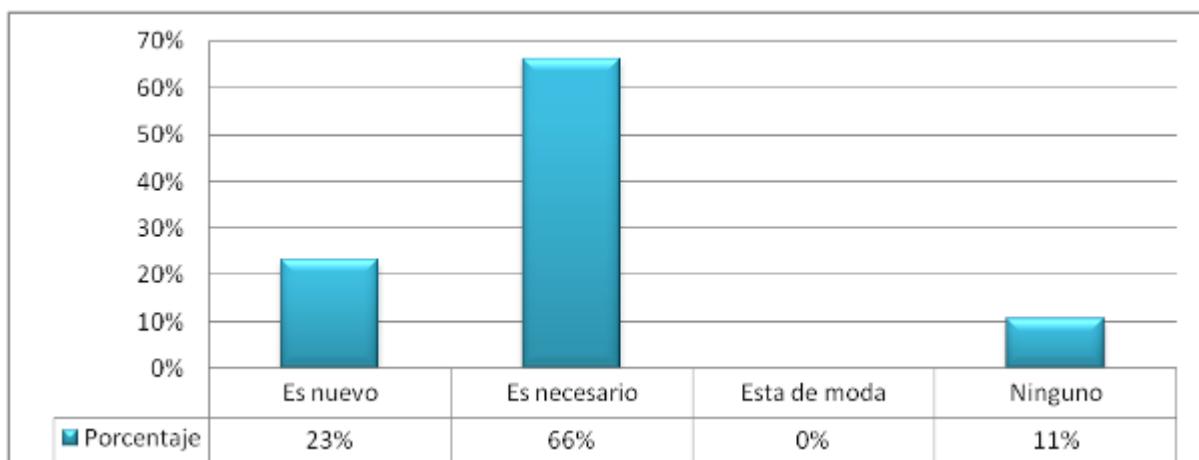
Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Excelente	280	74%
Muy Bueno	78	21%
Bueno	20	5%
Regular	0	0%

Los encuestados señalaron la importancia que tiene el contar con un lugar que les brinde de una forma integral los servicios académicos, café internet, levantado de textos, impresiones, encuadernaciones y la venta de accesorios y suministros en un setenta y cuatro por ciento (74%) les pareció excelente y un veintiuno por ciento (21%) Muy buena y el cinco por ciento (5%) lo acepta como bueno.

Gráfica N°. 3

3

Dentro de los siguientes aspectos: ¿Cuál considera según su elección es el que más le atrae de los servicios y productos que la empresa Click planea implementar, en la rama de la Tecnología?

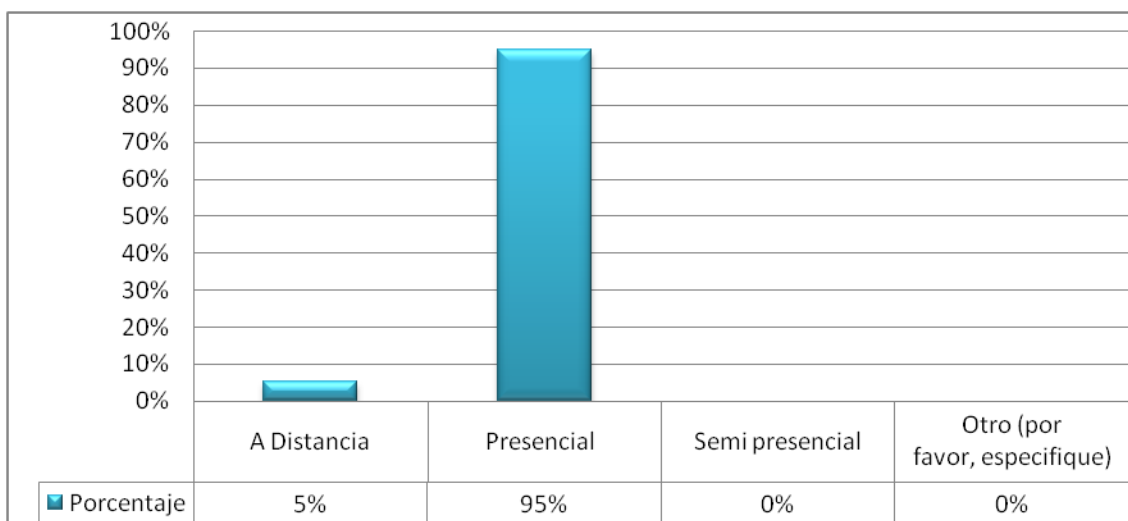


Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Es nuevo	88	23%
Es necesario	250	66%
Está de moda	0	0%
Ninguno	40	11%

La implementación de los servicios y productos que la empresa Click planea implementar, es aceptable, por ser de necesidad y los beneficios que tienen para el demandante, derivado de los constantes avances en tecnología e informática.

Grafica N°. 4

4 ¿En qué sistema le gustaría que se le brindaran los servicios y productos que proyecta implementar la empresa Click?

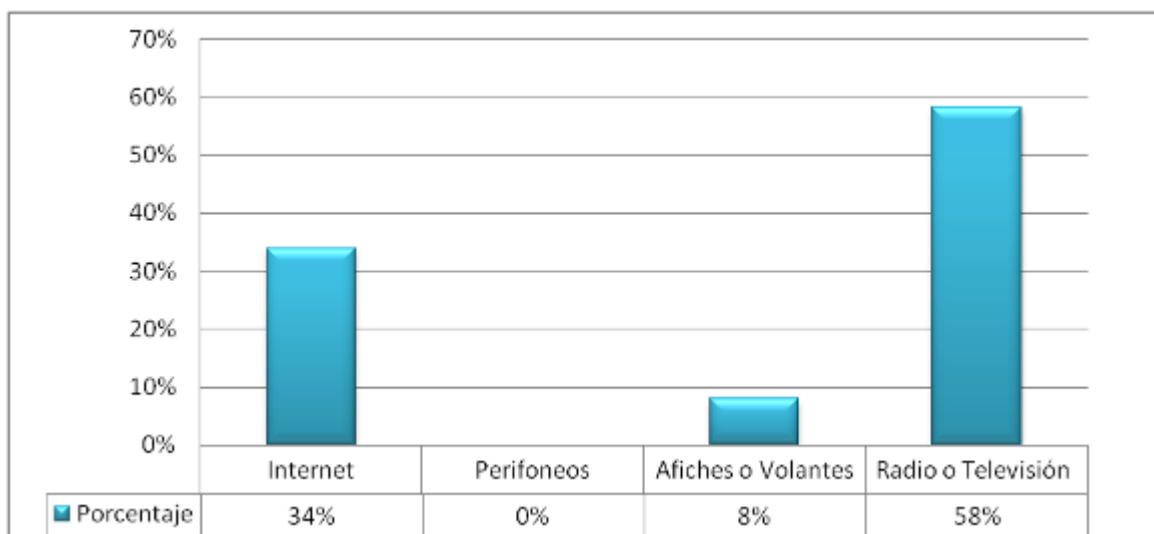


Respuestas	Encuestados	Porcentaje
A Distancia	20	5%
Presencial	358	95%
Semi presencial	0	0%
Otro (por favor, especifique)	0	0%

El Centro de Computación Click planea la implementación de los servicios y productos, los cuales son aceptables según encuestas realizadas, cabe resaltar que los clientes al momento de adquirir o contratar, prefieren que sea de forma presencial en un noventa y cinco por ciento (95%), por los beneficios que tiene al surgir dudas o inquietudes, estas pueden ser resueltas de forma inmediata, aduciendo un cinco por ciento (5%) que prefieren que la entrega de los accesorios y suministros fueran atendidos y entregados a domicilio.

Gráfica N°. 5

¿A través de qué medio o medios le gustaría enterarse o recibir información sobre los nuevos servicios y productos que planea implementar la empresa Centro de Computación Click en la rama de la Tecnología?

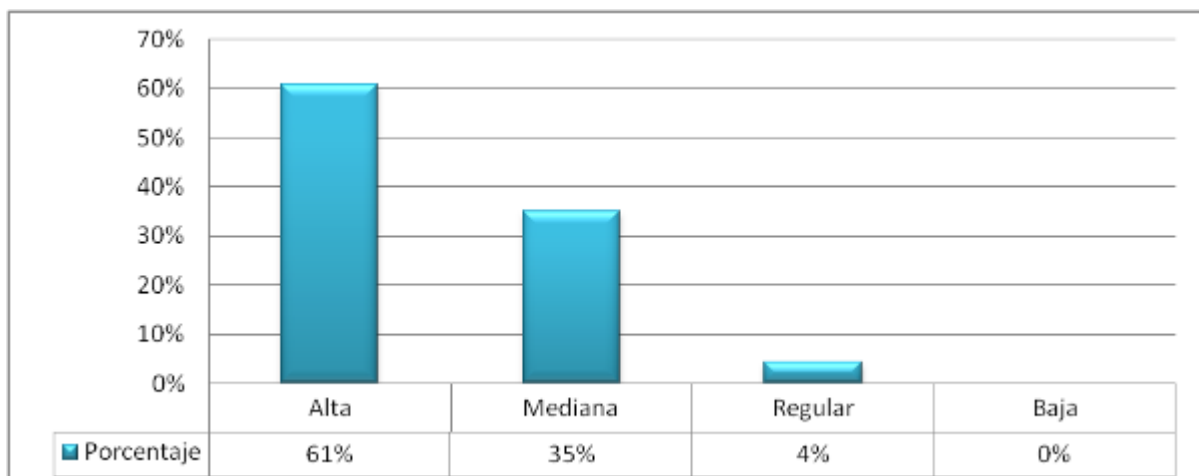


Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Internet	128	34%
Perifoneos	0	0%
Afiches o Volantes	30	8%
Radio o Televisión	220	58%

Como resultado de la interrogante, esta nos permite evaluar el área de publicidad, dándole la importancia que tiene la forma de cómo se da a conocer los servicios y productos ya que un cincuenta y ocho por ciento (58%) prefieren que sea por radio o televisión, el treinta y cuatro por ciento (34%) a través del internet, mientras que un ocho por ciento (8%) a través de afiches o volantes, que el Centro de Computación Click, planea implementar y el impacto directo que esto tendría, por lo que será necesario incrementar la inversión, con el objetivo de mejorar la forma de cómo se está realizando actualmente,

Gráfica N°. 6

6 ¿Qué probabilidad hay de que usted se convierta en uno de nuestros posibles clientes? Si se le ofrecieran precios competitivos.

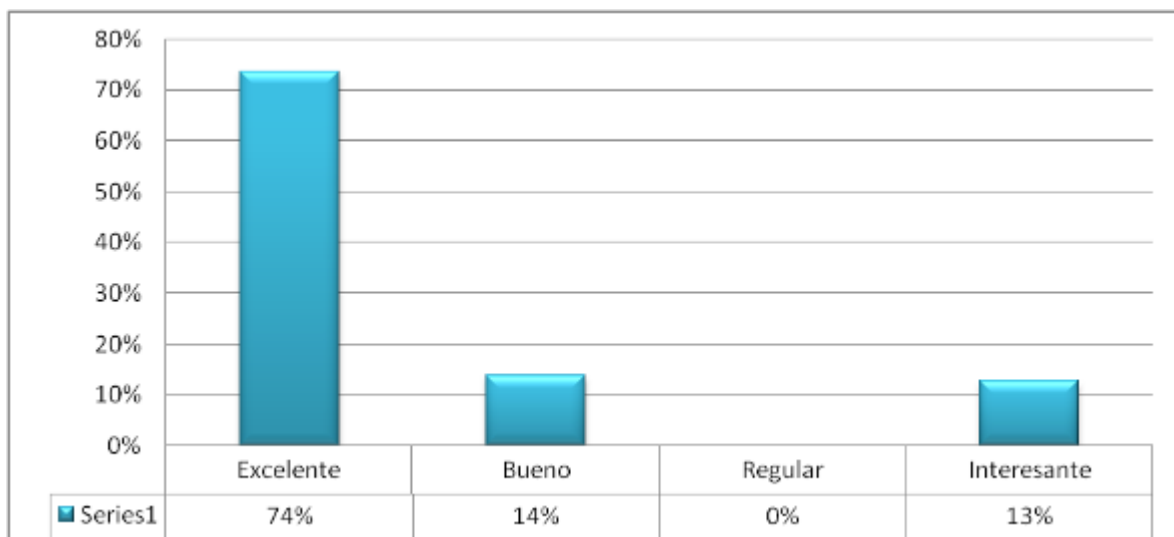


Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Alta	230	61%
Mediana	132	35%
Regular	16	4%
Baja	0	0%

Al ofrecer servicios y productos de calidad a precios competitivos la aceptación por parte del cliente es alta en un sesenta y uno por ciento (61%) mientras que el treinta y cinco por ciento (35%) exponen que las posibilidades sería mediana y el cuatro por ciento (4%) regular, con el aprovechamiento del sesenta y uno por ciento (61%) se formularían estrategias con el objetivo de incrementar la demanda.

Gráfica N°. 7

La empresa "Click", proyectará la implementación de los servicios de café internet 7 y la venta de accesorios y suministros en la rama de la Tecnológica, en el municipio de Melchor de Mencos. ¿Esto hace que sea?



Respuestas	Encuestados	Porcentaje
Excelente	278	74%
Bueno	52	14%
Regular	0	0%
Interesante	48	13%

Con el propósito de conocer el grado de aceptación que la empresa tendrá dentro de la población, se concluye que existe un setenta y cuatro por ciento (74%) de aceptación en la proyección de implementar los servicios y productos en la rama de la computación.

Capítulo 4

4.1 Propuesta de Solución o Mejora.

Basados en el análisis de la investigación la principal problemática identificada en el Centro de Computación Click, es el estancamiento en los ingresos, por lo que será necesario implementar estrategias mercadológicas y administrativas para minimizar el problema. La empresa debe dar especial importancia a la incorporación de un plan de capacitaciones, como un proceso, y no debe de considerarse como un hecho que se da una sola vez para cumplir con un requisito. La mejor forma de capacitación es la que se obtiene de un proceso continuo, siempre buscando conocimientos y habilidades para estar al día con los cambios repentinos en el mundo de constante competencia en los negocios. Las personas que se motivan y desean ser mejores a través del proceso de capacitación requieren de una herramienta que los apoye a lograr el cambio de actitud, para el cumplimiento de sus responsabilidades a través de procedimientos rápidos y fáciles.

El plan de capacitaciones que se ha diseñado para mejorar el rendimiento del personal y mejorar las utilidades de la empresa, es el siguiente:

Cuadro N°. 02, Plan de Capacitaciones en Ventas.

Plan de Capacitación (INTECAP)	
Estrategia	Ventas
	Dar capacitación a los empleados sobre el tema.
Objetivo	1 Dar a conocer a los empleados como tratar a los clientes, con respeto y amabilidad y lograr que la venta sea exitosa, contribuyendo con el vendedor en alcanzar sus metas planteadas por la empresa.
	2 Brindar herramientas de trabajo para la motivación y el desarrollo de habilidades profesionales en ventas.
Tiempo	10 horas en 2 semanas
Características	Este plan se orienta al desarrollo de habilidades de ventas:
	1 Tendencias en las forma de atención ventas.
	2 Desarrollar y perfeccionar sus competencias en el campo de las ventas, para brindar un servicio integral que supere las expectativas de los clientes.
	3 Desarrollo de conceptualizaciones en las ventas
	4 Caracterización en la tipología de los clientes
	5 Características del vendedor actual
	6 Aplicación de herramientas para aplicar de forma optima el proceso de venta.
Presupuesto	Q. 500.00 por cada persona
Responsable	La empresa lo realizara a través del apoyo que se logre con el Instituto Nacional de Capacitaciones (INTECAP) absorbiendo los gastos por parte de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia en coordinación con el Instituto Nacional de Capacitaciones (INTECAP)

Cuadro N°. 03, Plan de Capacitaciones Servicio al Cliente.

Plan de Capacitación (INTECAP)	
Estrategia	Servicio al Cliente Dar capacitación a los empleados sobre el tema.
Objetivo	Dar a conocer a los empleados como tratar a los clientes, con respeto y amabilidad y lograr que la venta sea exitosa, contribuyendo con el vendedor en alcanzar sus metas planteadas por la empresa.
Tiempo	10 horas en 2 semanas
Características	<ol style="list-style-type: none"> 1 Dentro de los temas que impartirá el Instituto Nacional de Capacitaciones (INTECAP) son los siguientes: 2 Describir la importancia de nuestra actitud para brindar un buen servicio al cliente 3 Identificar las diferencias y similitudes entre un cliente interno y un cliente externo. 4 Identificar los momentos de verdad en el servicio al cliente. 5 Identificar las necesidades de los clientes. 6 Contestar eficientemente las llamadas 7 Aprovechar las quejas como una oportunidad de mejora continua. 8 Evaluar el desempeño actual del empleado, tanto de cumplimiento, habilidades, dominio e interés. 9 Aumentar la motivación del personal. 10 Superar las expectativas del cliente.
Presupuesto	Q. 500.00 por cada persona
Responsable	La empresa lo realizara a través del apoyo que se logre con el Instituto Nacional de Capacitaciones (INTECAP) absorbiendo los gastos por parte de la empresa.

Fuente: Elaboración propia en coordinación con el Instituto Nacional de Capacitaciones (INTECAP)

Cuadro N°. 04, Plan de Capacitación en Trabajo en Equipo.

Plan de Capacitación (INTECAP)	
Estrategia	Trabajo en Equipo Dar capacitación a los empleados sobre el tema.
Objetivo	Dotar al personal con los conceptos y habilidades indispensables para identificar, proponer y comprometerse a tomar acciones que permitan trabajar en equipo y cumplir con los objetivos de la empresa y del área de trabajo asignada.
Tiempo	10 horas en 2 semanas
Características	1 Identificar fortalezas y debilidades de su gestión como miembros de equipos de trabajo.
	2 Identificar y Reconocer en el personal las principales dificultades que están teniendo al momento de trabajar en equipo y visualizar estrategias para el desarrollo de acciones de solución de dichos problemas.
	3 Proponer y ejecutar acciones de cambio en sus equipos para fortalecer el área a la que pertenecen.
	4 Incrementar su sentido de identidad y compromiso personal con el equipo de trabajo al que pertenecen.
	5 Presentaciones Temáticas con énfasis en los desafíos y oportunidades de las organizaciones actuales.
	6 Solicitar ayuda y manejar eficientemente situaciones de conflictos interpersonales cuando estos sean los causantes.
	7 Realización de Ejercicios de creatividad e ingenio grupal
	8 Aplicación de técnicas psicofisiológica de relajación, permite identificar y controlar estados emocionales a través de la respiración, la corporalidad y la expresión facial.
	9 Dinámicas Grupales que permiten la ejercitación y acción, más que el aprendizaje teórico o discursivo del trabajo en equipo.
	10 Aumentar la motivación del personal.
Presupuesto	Q. 500.00 por cada persona
Responsable	La empresa lo realizara a través del apoyo que se logre con el Instituto Nacional de Capacitaciones (INTECAP) absorbiendo los gastos por parte de la empresa.

Fuente: Elaboración propia en coordinación con el Instituto Nacional de Capacitaciones (INTECAP)

Cuadro N°. 05, Características plan Estratégico de Capacitación.

Características Plan Estratégico de Capacitaciones	
Características	Recomendaciones
Alta credibilidad de la capacitación imagen de profesionalismo y seriedad.	Mantenga su enfoque hacia el cliente.
Orientación a satisfacer las necesidad de los usuarios, no a cumplir con programas y/o procedimientos	Buscar innovación y tecnología de capacitación
	Mantener informado de todo lo que ocurre en la empresa y respetar los planes estratégicos.
Participar en capacitaciones que se realicen.	Cultivar y fortalecer la personalidad con lo recibido
Que el proceso de las capacitaciones sea de acorde a las necesidades de los usuarios y de la empresa.	Comprender a fondo los conceptos que deben de aplicarse.
Implementar menor número de cursos y eventos, pero acorde con las necesidades (capacitación aplicada)	Delegar el trabajo operativo y dedicarse a lo más importante con proyecciones hacia el futuro de la empresa.
Todas las actividades de capacitación deben ser normadas analizadas y autorizadas por el administrador.	Facilitarles el trabajo a los demás contribuye a que no se convierta en un obstáculo para la capacitación, el objetivo es preparar de forma integral al personal.

Fuente: Elaboración propia.

El fortalecimiento de los procesos en las empresas de servicio es de suma importancia y para esto es necesario que se definan dentro de las estrategias a desarrollar, las acciones dirigidas a los clientes actuales y potenciales, mediante la puesta en marcha de acciones orientadas al mercadeo del servicio, acciones de sistematización de procesos de atención al cliente y acciones dirigidas a determinar la rentabilidad de la empresa en función de los costos económicos que garanticen precios competitivos que posesionen la empresa.

Además se hace necesario que el Centro de Computación Click, utilicen las herramientas de la gestión administrativa, proponiéndole a corto plazo la incorporación de estrategias que permitan la implementación de los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros, con el objetivo de incrementar las ventas y obtener mayores utilidades, es necesario reestructurar la parte organizacional a través de la modificación de la imagen, Visión, Misión, Objetivos Generales y Específicos, Valores, Identificación del nombre de la empresa, se propone el nombre de “*Centro de Computación, Café Internet, Venta de Suministros y Accesorios, Click*”.

Figura N°. 03, Logotipo Actual.

Actual.



Fuente: Centro de Computación Click.

Eslogan

“Tu superación en un Click”

Sugerencia.

Figura N°. 04, Logotipo Sugerido.



Fuente: Elaboración propia con apoyo del Centro de Computación Click.

Justificación.

La imagen de la empresa debe considerarse como un elemento importante por lo que se crea el logotipo utilizando un mouse siendo operado por un usuario, que representa el tipo de servicio con opción de acceso a la tecnología de forma sencilla, como lo indica el eslogan ***“Tu superación y entretenimiento a un Click”***.

a) Visión.

Buscar posicionar la empresa dentro del mercado del municipio de Melchor de Mencos, departamento del Petén, con el compromiso de brindar servicios de calidad, contando con tecnología actualizada e innovadora; entregando a la sociedad profesionales capaces, eficientes, dispuestos y competitivos a mediano plazo.

b) Misión.

Somos una empresa dedicada a impartir cursos técnicos en computación, servicios de café internet, venta de accesorios y suministros en el ámbito informático/tecnológico del municipio, brindando a los demandantes atención personalizada; buscando innovación constante acorde con los avances de la ciencia y tecnología, formando académicos con carácter creativo, críticos y capaces de tomar decisiones para resolver sus propios problemas en el ámbito escolar, laboral y/o personal.

c) Valores

La Empresa enfocará los siguientes valores con prioridad:

- Honestidad
- Honradez.
- Respeto:
- Ético
- Puntualidad.
- Orden
- Responsabilidad.
- Deseo de Superación.
- Compromiso:

d) Objetivo General.

- Posicionar la empresa dentro del mercado local, como el centro de computación, café internet, venta de accesorios y suministros innovadores que brinde atención personalizada, con calidad y cobertura en el ámbito tecnológico actual.

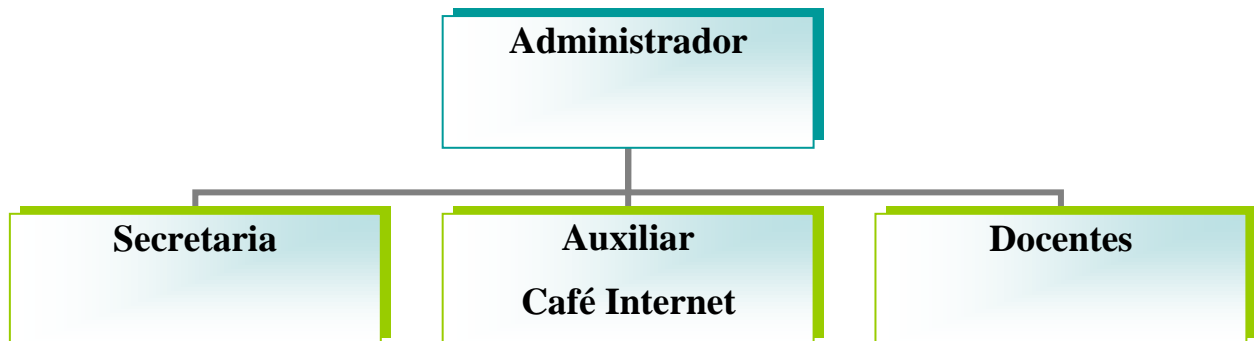
e) Objetivos Específicos.

- Contar con personal docente y administrativo calificado en la impartición de los diferentes cursos técnicos y servicios que se ofrecen en la cartera de servicio.
- Contar con equipo, mobiliario e instalaciones que llenen los requisitos pedagógicos dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Mantener control constante de calidad en los bienes y servicios que se ofrecen.
- Posicionar a la empresa en la mente del consumidor a través de elementos publicitarios de solida calidad.

f) Organigrama.

La estructura permite la solidez en la organización y distribución de roles del personal en la asignación y realización de tareas o actividades de cada área, cubriendo la demanda de la población de bienes y servicios, con atención personalizada, “Click” estará integrado organizativamente.

Figura N°. 05, Organigrama.



Fuente Elaboración propia.

g) Puestos, Funciones y Salarios

g. 1) Manual de Puestos y Funciones.

En la contratación del personal para el funcionamiento de la empresa éste se hará a través de la generación de contratos individuales laborales, los cuales no son requeridos como una obligación legal, pero es recomendable su realización, la normativa que justifica el presente trámite es el Código de Trabajo en sus artículos 18, 19, 25, 26 y 29.

1) Administrador.

Encargado de controlar las actividades del área administrativa de la empresa, elabora e interpreta herramientas contables, será el representante legal.

2) Secretaria.

Encargada de realizar controles de ingreso y egreso de usuarios, realizar inscripciones, elaboración de notas de cobro, anuncios, promociones, mantener actualizada las bases de datos, manejo adecuado de los archivos.

3) Docentes.

Encargado de la impartición de contenidos teóricos explicativos y prácticos en los diversos cursos asignados, control de asistencia, elaboración de evaluaciones parciales y finales, velar por el buen funcionamiento del equipo asignado, dar mantenimiento preventivo al equipo y periféricos.

4) Auxiliar Café Internet.

Encargado de los registros de usuarios que requieran los servicios de internet, juegos interactivos y otros, encargado de manipulación de programa instalado para control del tráfico de la red, encargado de realizar cobros del mismo, llevar control de ventas en accesorios y suministros.

Cuadro N°. 06, Descripciones del Puesto de Administrador.

Puesto	Administrador
Educación:	Técnico en Administración de Empresas.
Experiencia:	Tener al menos 1 años de experiencia en actividades Administrativas e Informática.
Edad:	Ser mayor de 25 años al momento de su selección.
Habilidades:	Experiencia en actividades del puesto, amplio conocimiento en Dirección, Administración, Control, Recursos humanos, manejo del equipo de cómputo, accesorios, suministros y paquetes de office.
Requisitos Adicionales al Puesto:	Gozar de buen prestigio como persona honorable en el medio.
	Tener buena presentación en su aspecto personal.
	Demostrar amabilidad.
Salario	Q. 3,100.00 más prestaciones de ley
Jefe Inmediato	No aplica
Funciones y Obligaciones	1. Elaboración de políticas, normas, estándares y procedimientos de seguridad.
	2. Coordinar, supervisar y elaborar las actividades de la empresa
	3. Analizar, diseñar, programar, implantar el mantenimiento del sistema de cómputo.
	4. Actualizar, ordenar y tener disponible el software para instalación
	5. Supervisar el funcionamiento de los dispositivos de la red, mantenimiento preventivo y/o correctivo al equipo de cómputo
	6. Selección y Contratación de personal administrativo y docente.
	7. Control y aprobación del plan de inversión.
	8. Asignación y distribución de funciones operativas y de responsabilidad a empleados a su cargo.
	9. Implementar un sistema de control de Pagos.
	10. Elabora y analiza cuadros relacionados con el movimiento y gastos administrativos.
	11. Brindar asesoría técnica a Instructores o catedráticos
	12. Elaboración de manuales, folletos de los cursos a impartir.
	13. Capacitar al personal a su cargo
	14. Diseñar y desarrollar esquemas (recomendaciones, procedimientos) de seguridad
	15. Tramita las liquidaciones de impuesto y cualquier otro asunto del régimen tributario.
	16. Determinar las necesidades futuras en sistemas y tecnologías de la empresa para mantener y brindar un servicio de calidad.

Fuente: (Organización de la Empresa y Recurso Humano Lic. Luis Tepe)

Cuadro N°. 07, Descripciones del Puesto de Secretaria.

Puesto	Secretaria y Oficinista
Educación:	Poseer Título de Secretaria Comercial
Experiencia:	Tener al menos 2 años de experiencia en actividades de Control Interno y secretaria.
Edad:	Ser mayor de 20 años al momento de su selección.
Habilidades:	Experiencia en actividades del puesto, amplio conocimiento en redacción y correspondencia, manejo del equipo de cómputo y paquetes de office.
Requisitos Adicionales al Puesto:	Gozar de buen prestigio como persona honorable en el medio.
	Tener buena presentación en su aspecto personal.
	Demostrar amabilidad.
Salario	Q. 2,200.00 más prestaciones de ley
Jefe Inmediato	Representante Legal o Administrador
Funciones y Obligaciones	1. Llevar control de usuarios Activos de la empresa
	2. Realizar inscripciones.
	3. Realizar actividades de secretaria.
	4. Elaboración de listados de usuarios.
	5. Elaboración de notas de cobro de mensualidades a usuarios del servicio.
	6. Elaboración de Cheques para pago de honorarios del personal docente.
	7. Elaboración de informes, reportes, certificaciones, constancias, circulares para usuarios en general
	8. Mantener actualizados los archivos.
	9. Manejo adecuado de documentos varios.
	10. Puntualidad en el cumplimiento de su horario de trabajo como en el desarrollo de sus actividades.
	11. Demostrar dinamismo.
	12. Prudencia en el manejo de situaciones diversas
	13. Las que se le fueren delegadas por el Administrador de la empresa.

Fuente: (Organización de la Empresa y Recurso Humano Lic. Luis Tepe)

Cuadro N°. 08, Descripciones del Puesto de Docente.

Puesto	Docentes
Educación:	Poseer Título de Técnico Programador, Operador, Perito Contador, Perito en Informática, o Perito en Administración de Empresa.
Experiencia:	Tener al menos 2 años de experiencia en actividades de impartición de clases de Inducciones o Capacitaciones.
Edad:	Ser mayor de 20 años en el momento de su selección.
Habilidades:	Experiencia en actividades del puesto, amplio conocimiento en redacción, habilidad para expresarse al momento de la impartición de los diversos cursos, manejo del equipo de cómputo, conexiones, mantenimiento y paquetes de office.
Requisitos Adicionales al Puesto:	Gozar de buen prestigio como persona honorable en el medio.
	Tener buena presentación en su aspecto personal.
	Demostrar amabilidad.
Salario	Q. 2,200.00 más prestaciones de Ley
Jefe Inmediato	Representante Legal o Administrador
Funciones y Obligaciones	1. Llevar control de asistencias diarias
	2. Impartir Contenidos teóricos y prácticos de los cursos a alumnos a su cargo
	3. Velar por que se cumpla el reglamento interno.
	4. Mantener en óptimas condiciones los bienes a su cargo en su turno laboral
	5. Dar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos y periféricos.
	6. Proporcionar al usuario a través de la impartición de los diferentes cursos, habilidades y destrezas, que fortalezcan su proceso educativo y le permitan desarrollarse profesionalmente.
	7. Elaboración de listados de usuarios.
	8. Presentación y elaboración informes, reportes, avances temáticos cuadros de notas o calificaciones de forma bimestral de usuarios a su cargo.
	9. Mantener actualizados los registros internos de asistencia.
	10. Manejo adecuado de documentos varios.
	11. Puntualidad en el cumplimiento de su horario de trabajo como en el desarrollo de sus actividades.
	12. Realizar reportes Semanales, Mensuales y Bimestrales.
	13. Demostrar dinamismo.
	14. Prudencia en el manejo de situaciones diversas
	15. Las que se le fueren delegadas por el Administrador de la empresa.

Fuente: (Organización de la Empresa y Recurso Humano Lic. Luis Tepe)

Cuadro N°. 09, Descripciones del Puesto de Auxiliar Café Internet.

Puesto	Auxiliar Café Internet
Educación:	Poseer Título de Técnico Programador, Operador, Perito Contador, Perito en Informática, o Perito en Administración de Empresa.
Experiencia:	Tener al menos 2 años de experiencia en actividades de manejo de redes o Capacitaciones.
Edad:	Ser mayor de 20 años en el momento de su selección.
Habilidades:	Experiencia en actividades del puesto, conocimiento en el área de ventas, atención al cliente y manejo en equipos de cómputo, accesorios, suministros, y paquetes de office.
Requisitos Adicionales al Puesto:	Gozar de buen prestigio como persona honorable en el medio.
	Tener buena presentación en su aspecto personal.
	Demostrar amabilidad.
Salario	Q. 2,200.00 más prestaciones de Ley
Jefe Inmediato	Representante Legal o Administrador
Funciones y Obligaciones	1. Llevar control de asistencias diarias de usuarios y ventas realizadas
	2. Brindar asesoría práctica a usuarios que lo requiera.
	3. Mantener actualizado los inventarios de accesorios y suministros.
	4. Velar por que se cumpla los requerimientos en la utilización del servicio de internet y otras redes.
	5. Mantener en óptimas condiciones los bienes a su cargo.
	6. Mantener existencia en accesorios y suministros destinados para la venta.
	7. Dar mantenimiento preventivo y correctivo a los muebles, equipos y periféricos.
	8. Proporcionar al demandante habilidades y destrezas, que le facilite el acceso.
	9. Llevar registro por el uso del servicio de internet y otros diariamente.
	10. Presentar y elaborar reporte de los ingresos generados en el día.
	11. Mantener actualizados los registros internos.
	12. Manejo adecuado de la documentación que se genere.
	13. Puntualidad en el cumplimiento de su horario de trabajo como en el desarrollo de sus actividades.
	14. Demostrar dinamismo.
	15. Prudencia en el manejo de situaciones diversas
	16. Las que se le fueren delegadas por el Administrador de la empresa.

Fuente: (Organización de la Empresa y Recurso Humano Lic. Luis Tepe)

Será necesario la implementación de estrategias mercadológicas y administrativas, las cuales deberán ser de forma integral y de esta forma permita a cada uno de los integrantes conocer cuáles son los objetivos que tendrá que alcanzar con la finalidad de facilitar el logro de los resultados a corto, mediano y largo plazo para beneficio de la empresa. Por lo consiguiente se presenta la propuesta la cual deberá desarrollarse mediante la administración y el control que permita evitar desviaciones que puedan afectar la rentabilidad de los servicios y además mediante la gestión administrativa permitan medir y analizar los resultados de cada estrategia propuesta y determinar su logro. Michael E. Porter, Doctor en Economía Empresarial de Harvard, define la estrategia competitiva como aquella que nos dice "como emprender acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en un sector industrial, para enfrentarse con éxito a las cinco fuerzas competitivas y obtener así una rentabilidad superior para la empresa".³⁷

4.2 Viabilidad.

De acuerdo con el planteamiento del problema, se determina que la propuesta es viable, siempre que se realicen de forma sistematizada las adaptaciones de acuerdo con la metodología sugerida, a fin de cumplir con los objetivos que se proyectan alcanzar a corto plazo. (Ver Tabla N°. 01, 02, 03 y 04)

4.2.1 Recurso Humano.

Con el propósito de darle solución a la problemática e incorporar los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros, será necesaria la contratación de personal calificado, ofreciéndole un salario digno que incluye bonificaciones y prestaciones laborales de ley. Se utilizará un horario laboral adecuado y la aplicación de funciones específicas a realizar. (Ver Tabla N°. 02).

³⁷Fuente no firmada, Estrategias competitivas en la empresa, (<http://www.evmculiacan.com> Recuperado: http://www.evmculiacan.com/index.php?option=com_content&view=article&id=177:estrategias-ompetitivas-en-la-empresa&catid=43:negocios&Itemid=88) citado el 04/04/2013.

La empresa cuenta con solvencia para cubrir de manera oportuna con los compromisos en la contratación del personal requerido. Este personal es indispensable para el logro de los objetivos y metas de la empresa, de acuerdo a los cargos que desempeñan dentro de la organización, ya que son los encargados de velar por que se obtenga un buen resultado. (Figura N°. 05)..

A continuación se presentan las planillas de salario de manera mensual y anual, donde se observa la cantidad de personal y los costos que estos implican a la empresa, por concepto de salario, prestaciones laborales y bonificaciones.

Tabla N°. 01, Planilla de Sueldo Mensual.

Planilla Sueldos Mensual "Centro Académico de Computación, Café Internet, Venta de Accesorio y Suministros Click"						Correspondiente al Mes de		
						Enero		
						Descuentos		
No.	Cargo	Mes	Sueldo Ordinario	Bonificación	Total Devengado	I.G.S.S. 4.83% Laboral	I.G.S.S. 12.67% Patronal	Total Liquido
1	Administrador	1	Q 3,100.00	Q250.00	Q3,350.00			Q3,350.00
2	Secretaria	1	Q 2,200.00	Q250.00	Q2,450.00	Q106.26	Q278.74	Q2,343.74
3	Docente I	1	Q 2,200.00	Q250.00	Q2,450.00	Q106.26	Q278.74	Q2,343.74
4	Docente II	1	Q 2,200.00	Q250.00	Q2,450.00	Q106.26	Q278.74	Q2,343.74
5	Auxiliar Café Internet	1	Q 2,200.00	Q250.00	Q2,450.00	Q106.26	Q278.74	Q2,343.74
Total			Q11,900.00	Q1,250.00	Q13,150.00	Q425.04	Q1,114.96	Q12,724.96

Fuente: Elaboración Propia

De conformidad con los datos anteriores, el total devengado de la planilla asciende a la cantidad de **Trece mil ciento cincuenta quetzales exactos (Q.13,150.00)**, y un total líquido de **Doce mil setecientos veinticuatro quetzales con noventa y seis centavos (Q.12,724.96)**

Tabla N°. 02, Planilla de Sueldo Anual.

Planilla de Sueldos Anual "Centro Académico de Computación, Café Internet, Venta de Accesorio y Suministros Click"										Correspondiente a		
										De Enero a Diciembre		
No.	Cargo	Meses	Sueldo Ordinario	Honorarios Anuales	Bonificación	Bono 14	Aguinaldo	Indemnización	Sub-total	Descuentos		Total Liquido
										I.G.S.S. 4.83% Laboral	I.G.S.S. 12.67% Patronal	
1	Administrador	12	Q3,100.00	Q37,200.00	Q3,000.00	Q1,537.26	Q2,836.71	Q3,616.67	Q48,190.64			Q48,190.64
2	Secretaria	12	Q2,200.00	Q26,400.00	Q3,000.00	Q1,090.96	Q2,013.15	Q2,566.67	Q35,070.78	Q1,275.12	Q3,344.88	Q33,795.66
3	Docente I	12	Q2,200.00	Q26,400.00	Q3,000.00	Q1,090.96	Q2,013.15	Q2,566.67	Q35,070.78	Q1,275.12	Q3,344.88	Q33,795.66
4	Docente II	12	Q2,200.00	Q26,400.00	Q3,000.00	Q1,090.96	Q2,013.15	Q2,566.67	Q35,070.78	Q1,275.12	Q3,344.88	Q33,795.66
5	Auxiliar Café Internet	12	Q2,200.00	Q26,400.00	Q3,000.00	Q1,090.96	Q2,013.15	Q2,566.67	Q35,070.78	Q1,275.12	Q3,344.88	Q33,795.66
Total			Q11,900.00	Q142,800.00	Q15,000.00	Q5,901.10	Q10,889.32	Q13,883.33	Q188,473.74	Q5,100.48	Q13,379.52	Q183,373.26

Fuente: Elaboración Propia

La empresa invierte en concepto de pago de Salarios proyectados en la planilla anual, la cantidad de Ciento ochenta y ocho mil cuatrocientos setenta y tres quetzales con setenta y cuatro centavos (Q. 188,473.74), y un total liquido de Ciento ochenta y tres mil trescientos setenta y tres quetzales con veintiséis centavos (Q. 183,373.26).

La implementación de la propuesta de mejora con el recurso humano descrito arriba, es viable. La empresa podrá cubrir todos sus compromisos con sus proveedores y tendrá personal motivado para el logro de los objetivos trazados.

4.2.2 Recurso Financiero.

Los gastos para la implementación de la propuesta serán relativamente bajos, por lo que la empresa cuenta con la disponibilidad financiera para cubrir dichos gastos sin recurrir a préstamo bancario. La eficacia de la implementación de la estrategia propuesta, dependerá del interés que se le dé, ya que si su aplicación es la adecuada se podrá erradicar el estancamiento económico. Dentro de la inversión proyectada la empresa invertirá un monto de ciento nueve mil ciento sesenta y un quetzales con cuarenta y ocho centavos, (Q.109,161.48), para cubrir la inversión que tendrá la implementación de los servicios de café internet y los accesorios y suministros, los cuales deberán ser financiados por la empresa.

Tabla N°. 03, Plan de Inversión.

Plan de Inversión Implementación de Servicio Café Internet y Venta de Accesorios y Suministros	
Concepto	Importe Anual
Mantenimiento Edificios	Q800.00
Gastos de Organización	Q500.00
Equipos de Computación	Q40,500.00
Mobiliario y Equipo	Q23,600.00
Papelería y Útiles	Q720.00
Útiles y Enseres	Q960.00
Sueldos Y Salarios	Q2,343.74
Cuota Patronal IGSS	Q1,114.96
Bono 14	Q1,090.96
Aguinaldo	Q2,013.15
Indemnización	Q2,566.67
Plan de Capacitaciones	Q4,000.00
Mercadería	Q28,952.00
Total de Inversión	Q109,161.48

Fuente: Elaboración Propia

En esta sección se ilustra la disponibilidad de horarios y la proyección de los servicios y productos que la empresa ofrece a los usuarios, en virtud de la investigación se analizaron los cálculos, reflejando un análisis equilibrado y económicamente viable (Ver Tabla N°.05 y 06).

Tabla N°. 04, Horario de Atención Café Internet.

Horario de Atención Café Internet					
Horas Disponibles	Cantidad de Equipos Disponibles	Costo por Hora		Total Ingresos por Hora	
De Lunes a Viernes					
08:00	8	Q	3.00	Q	24.00
09:00	8	Q	3.00	Q	24.00
10:00	8	Q	3.00	Q	24.00
11:00	8	Q	3.00	Q	24.00
12:00	8	Q	3.00	Q	24.00
14:00	8	Q	3.00	Q	24.00
15:00	8	Q	3.00	Q	24.00
16:00	8	Q	3.00	Q	24.00
17:00	8	Q	3.00	Q	24.00
18:00	8	Q	3.00	Q	24.00
19:00	8	Q	3.00	Q	24.00
20:00	8	Q	3.00	Q	24.00
21:00	8	Q	3.00	Q	24.00
Sábado					
09:00	8	Q	3.00	Q	24.00
10:00	8	Q	3.00	Q	24.00
11:00	8	Q	3.00	Q	24.00
12:00	8	Q	3.00	Q	24.00
14:00	8	Q	3.00	Q	24.00
15:00	8	Q	3.00	Q	24.00
16:00	8	Q	3.00	Q	24.00
17:00	8	Q	3.00	Q	24.00
18:00	8	Q	3.00	Q	24.00
19:00	8	Q	3.00	Q	24.00
20:00	8	Q	3.00	Q	24.00
21:00	8	Q	3.00	Q	24.00
Domingo					
09:00	8	Q	3.00	Q	24.00
10:00	8	Q	3.00	Q	24.00
11:00	8	Q	3.00	Q	24.00
12:00	8	Q	3.00	Q	24.00
Total de Ingresos de Lunes a Viernes	Total de Ingresos de Sábado y Domingo	Total de Ingresos a la Semana		Total de Ingresos al Mes	
Q 1,560.00	Q 384.00	Q	1,944.00	Q	7,776.00

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°. 05, Proyección de servicios.

Servicios	Proyección Servicios que se ofrecerán						
	Ventas Diarias	Precio Unitario	Ventas Semanales	Monto Ventas Semanales	Ventas Mensuales	Monto Ventas Mensuales	Monto Anual
Levantados de Texto.	5	Q1.00	25	Q25.00	100	Q100.00	Q1,200.00
Impresiones blanco y negro	80	Q0.50	400	Q200.00	1600	Q800.00	Q9,600.00
Impresiones a color	30	Q0.75	150	Q112.50	600	Q450.00	Q5,400.00
Rellenados de tintas	3	Q8.00	12	Q96.00	36	Q288.00	Q3,456.00
Servicios de Internet y juegos interactivos en red y en línea por hora proyectando un 80% de ocupación para cada equipo de (lunes a viernes)	104	Q3.00	520	Q1,560.00	2080	Q6,240.00	Q74,880.00
Servicios de Internet y juegos interactivos en red y en línea por hora proyectando un 80% de ocupación para cada equipo fin de semana (sábado y domingo)	128	Q3.00	128	Q384.00	512	Q1,536.00	Q18,432.00
Reproducción de videos. (Quemadora)	5	Q10.00	25	Q250.00	75	Q750.00	Q9,000.00
Etiquetas	5	Q5.00	25	Q125.00	75	Q375.00	Q4,500.00
Instaladores de juegos para P.C	2	Q5.00	8	Q40.00	16	Q80.00	Q960.00
Tarjetas de presentación	3	Q0.25	15	Q3.75	60	Q15.00	Q180.00
Totales				Q2,796.25		Q10,634.00	Q127,608.00

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°. 06, Proyección de Inversión en Mercadería.

Producto	Proyección Inversión en Mercadería						
	Unidades a Adquirir	Precio Adquisición	25% de Ganancia	Precio a la Venta	Inversión Inicial	Proyección de Ventas Mensuales	Montos Venta Mensuales
Kit de limpieza computadoras 13 piezas	6	Q80.00	Q20.00	Q100.00	Q480.00	4.8	Q480.00
Flash Drive USB	6	Q110.00	Q27.50	Q137.50	Q660.00	4.8	Q660.00
Tarjeta de sonido 7 Canales	6	Q182.00	Q45.50	Q227.50	Q1,092.00	4.8	Q1,092.00
Discos Duros 500 gb	3	Q605.00	Q151.25	Q756.25	Q1,815.00	2.4	Q1,815.00
Tarjetas de video EVGA	3	Q453.00	Q113.25	Q566.25	Q1,359.00	2.4	Q1,359.00
Memorias RAM 512MB DDR	3	Q199.00	Q49.75	Q248.75	Q597.00	2.4	Q597.00
Reguladores de corriente	6	Q80.00	Q20.00	Q100.00	Q480.00	4.8	Q480.00
Software para computadoras.	6	Q10.00	Q2.50	Q12.50	Q60.00	4.8	Q60.00
Teclados USB español color negro	12	Q55.00	Q13.75	Q68.75	Q660.00	9.6	Q660.00
Mouse inalámbrico Mini	12	Q100.00	Q25.00	Q125.00	Q1,200.00	9.6	Q1,200.00
Mouse óptico	12	Q40.00	Q10.00	Q50.00	Q480.00	9.6	Q480.00
Controles para video juegos	6	Q55.00	Q13.75	Q68.75	Q330.00	4.8	Q330.00
Cartuchos originales	12	Q85.00	Q21.25	Q106.25	Q1,020.00	9.6	Q1,020.00
Cartuchos genéricos	12	Q11.00	Q2.75	Q13.75	Q132.00	9.6	Q132.00
Cintas para maquinas de escribir	6	Q14.00	Q3.50	Q17.50	Q84.00	4.8	Q84.00
Etiquetas para CD y DVD caja de 100 Mate	6	Q85.00	Q21.25	Q106.25	Q510.00	4.8	Q510.00
Tóner HP Laserjet 1018 Q2612A	3	Q335.00	Q83.75	Q418.75	Q1,005.00	2.4	Q1,005.00
Tóner HP Laserjet P1102W CE285A	3	Q390.00	Q97.50	Q487.50	Q1,170.00	2.4	Q1,170.00
Tóner HP Laserjet M1212 CE285A	3	Q390.00	Q97.50	Q487.50	Q1,170.00	2.4	Q1,170.00
Modulo tóner Sharp AR-5220	3	Q670.00	Q167.50	Q837.50	Q2,010.00	2.4	Q2,010.00
Caja de film Panasonic KX-FHD332	3	Q130.00	Q32.50	Q162.50	Q390.00	2.4	Q390.00
Refill Canon negro 2 jeringas de 30ml	24	Q35.00	Q8.75	Q43.75	Q840.00	19.2	Q840.00
Refill Canon NEGRO 4 botes de 100ml	24	Q65.00	Q16.25	Q81.25	Q1,560.00	19.2	Q1,560.00
Lectores de memoria interno con puerto USB	6	Q31.00	Q7.75	Q38.75	Q186.00	4.8	Q186.00
****V A N ****		Q4,210.00	Q1,052.50	Q5,262.50	Q19,290.00		Q19,290.00

Producto	Proyección Inversión en Mercadería						
	Unidades a Adquirir	Precio Adquisición	25% de Ganancia	Precio a la Venta	Inversión Inicial	Proyección de Ventas Mensuales	Montos Venta Mensuales
****V I E N E N ****		Q4,210.00	Q1,052.50	Q5,262.50	Q19,290.00		Q19,290.00
Lectores de memoria externo	6	Q75.00	Q18.75	Q93.75	Q450.00	4.8	Q450.00
Cable para internet en mts	80	Q2.00	Q0.50	Q2.50	Q160.00	64	Q160.00
Protectores de pantalla	6	Q18.00	Q4.50	Q22.50	Q108.00	4.8	Q108.00
CD-R en blanco sin caja	300	Q1.00	Q0.25	Q1.25	Q300.00	240	Q300.00
DVD en blanco	400	Q2.00	Q0.50	Q2.50	Q800.00	320	Q800.00
Sobres para CD/DVD	200	Q1.00	Q0.25	Q1.25	Q200.00	160	Q200.00
Sistemas continuos de tintas	6	Q85.00	Q21.25	Q106.25	Q510.00	4.8	Q510.00
Bocinas para PC	6	Q72.00	Q18.00	Q90.00	Q432.00	4.8	Q432.00
Audífonos con Banda Ajustable	6	Q28.00	Q7.00	Q35.00	Q168.00	4.8	Q168.00
Audífonos diadema Ajustable	6	Q36.00	Q9.00	Q45.00	Q216.00	4.8	Q216.00
Fuente de poder 525W	6	Q118.00	Q29.50	Q147.50	Q708.00	4.8	Q708.00
Procesador Intel Celeron	6	Q425.00	Q106.25	Q531.25	Q2,550.00	4.8	Q2,550.00
Ventilador para procesador	6	Q70.00	Q17.50	Q87.50	Q420.00	4.8	Q420.00
Discos duros externo 1TB	3	Q880.00	Q220.00	Q1,100.00	Q2,640.00	2.4	Q2,640.00
Totales		Q6,023.00	Q1,505.75	Q7,528.75	Q28,952.00		Q28,952.00
Ventas Proyectadas Anual					Q347,424.00		

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la proyección en ventas de suministros y accesorios se establece una meta equivalente a Veintiocho mil novecientos cincuenta y dos quetzales exactos, (Q. 28,952.00) de forma mensualizada dando un ingreso anual de Trescientos cuarenta y siete mil cuatrocientos veinticuatro quetzales exactos, (Q.347,424.00) separándole el Impuesto al Valor Agregado se obtiene un ingreso de Trescientos diez mil doscientos quetzales exactos (Q. 310,200.00).

Tabla N°. 07, Proyección de Ingresos a percibir.

Cantidad de 1er. Ingreso	inscripción	Costo para 1er. Ingreso	Monto Mensual 1er. Ingreso	Total Ingreso Inscripciones	Total Ingreso Mensual	Total Mensual con Inscripciones	Total Ingresos Anual
80	Q60.00	Q100.00	Q12,800.00	Q4,800.00	Q8,000.00	Q12,800.00	Q92,800.00
Cantidad de 2do. Ingreso	inscripción	Costo para 2do. Ingreso	Monto Mensual 2do. Ingreso	Total Ingreso Inscripciones	Total Ingreso Mensual	Total Mensual con Inscripciones	Total Ingresos Anual
96	Q60.00	Q100.00	Q15,360.00	Q5,760.00	Q9,600.00	Q15,360.00	Q111,360.00
Cantidad de 3er. Ingreso	inscripción	Costo para 3er. Ingreso	Monto Mensual 3er. Ingreso	Total Ingreso Inscripciones	Total Ingreso Mensual	Total Mensual con Inscripciones	Total Ingresos Anual
64	Q60.00	Q110.00	Q10,880.00	Q3,840.00	Q7,040.00	Q10,880.00	Q81,280.00
Ingresos por Servicio de Internet					Q7,776.00		Q93,312.00
Otros Ingresos (Servicios Varios, Impresión, Levantado de Texto, relleno de cartuchos, etiquetas...)					Q2,858.00		Q34,296.00
Total				Q14,400.00	Q35,274.00	Q39,040.00	Q413,048.00
Resumen							
Resumen de Ingresos por Servicios Académicos				Inscripciones	Colegiatura Mensual	Total Ingreso Anual	
Total 1er. Ingreso				Q4,800.00	Q8,000.00	Q92,800.00	
Total 2do. Ingreso				Q5,760.00	Q9,600.00	Q111,360.00	
Total 3er. Ingreso				Q3,840.00	Q7,040.00	Q81,280.00	
Total Ingresos por Servicios Académicos				Q14,400.00	Q24,640.00	Q285,440.00	
Ingresos por Servicio de Internet					Q7,776.00	Q93,312.00	
Otros Ingresos (Servicios Varios, Impresión, Levantado de Texto, relleno de cartuchos, etiquetas...)					Q2,858.00	Q34,296.00	
Total Ingresos por Otros Servicios					Q10,634.00	Q127,608.00	
Total Ingreso					Q35,274.00	Q413,048.00	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°. 08, Estado de Resultados.

Estado de Resultados			
Del 01 enero al 31 Diciembre			
Ingresos de Operación			
Ventas Brutas			Q310,200.00
(-) Devoluciones y Rebajas Sobre Ventas			Q0.00
Ventas Netas			Q310,200.00
Costos de Venta			
Inventario Inicial de Mercadería		Q0.00	
Compras	Q347,424.00	Q347,424.00	
Mercadería Disponible		Q347,424.00	
(-) Inventario Final de Mercadería		Q69,484.80	
Costos de Venta			Q277,939.20
Margen Bruto.			Q32,260.80
Otros Ingresos			
Servicios Prestados			Q413,048.00
Utilidad Bruta			Q445,308.80
Gastos de Operación			
Sueldos Y Salarios	Q157,800.00		
Cuota Patronal IGSS	Q13,379.52		
Bono 14	Q5,901.10		
Aguinaldo	Q10,889.32		
Indemnización	Q13,883.33		
Mantenimiento Edificios	Q714.29		
Publicidad	Q7,917.86		
Gastos Admón. S/Préstamo	Q600.00		
Energía Eléctrica	Q5,357.14		
Agua	Q420.00		
Telefonía	Q5,357.14		
Mantenimiento Preventivo Equipo de Computo	Q3,571.43		
Papelería y Útiles	Q642.86		
Útiles y Enseres	Q857.14		
Depreciación Mobiliario y Equipo	Q4,214.29		
Depreciación Equipo de Computo	Q12,052.37		
Dep. Edificio	Q2,625.00		
Amortización Gastos de Organización	Q200.00	Q246,382.77	Q246,382.77
Utilidad Bruta			Q198,926.03
(-) ISR Por Pagar			Q44,512.01
Utilidad del Ejercicio			Q154,414.02

Fuente: Elaboración Propia

La empresa en el Estado de Resultados muestra lo siguiente:

- Dentro de sus ingresos de Operaciones, reporta trescientos diez mil doscientos quetzales (Q.310,200.00), como ventas brutas.
- Los Costos de Ventas asciende a la doscientos setenta y siete mil novecientos treinta y nueve quetzales con veinte centavos (Q.277,939.20).
- Por lo que mantiene un margen bruto de utilidades de treinta y dos mil doscientos sesenta quetzales con ochenta centavos, (Q.32,260.80).
- Como otros ingresos por servicios prestados tiene cuatrocientos trece mil cuarenta y ocho quetzales exactos (Q.413,048.00).
- Esto genera una utilidad bruta sin deducir los gastos, de cuatrocientos cuarenta y cinco mil trescientos ocho quetzales con ochenta centavos (Q.445,308.80), provenientes de los servicios prestados.
- Con esto se pueden cubrir de manera oportuna los gastos de operación en que incurre la empresa por la suma de doscientos cuarenta y seis mil trescientos ochenta y dos quetzales con setenta y siete centavos. (Q.246,382.77).
- La utilidad bruta asciende a ciento noventa y ocho mil novecientos veintiséis quetzales con tres centavos (Q.198,926.03).
- La empresa en el pago de sus impuestos tiene el Impuesto Sobre la Renta el cual asciende a la cantidad de cuarenta y cuatro mil quinientos doce quetzales con un centavo (Q.44,512.01).
- Deduciendo los gastos e impuestos la empresa genera utilidades netas que asciende a la cantidad de ciento cincuenta y cuatro mil cuatrocientos catorce quetzales con dos centavos. (Q.154,414.02).

Tabla N°. 09, Balance General.

Balance General			
Melchor de Mencos, Petén			
Al 31 de Diciembre			
Activo			
Circulante			
Caja Y Bancos			Q77,156.49
I.V.A. Por Cobrar			Q0.00
Realizable			
Mercadería	Q69,484.80		Q69,484.80
Exigible			
Seguros Pag. Por Anticipados		Q2,142.86	Q2,142.86
Fijo			
Inmuebles	Q75,000.00		
Dep. Acumulada Edificios	Q2,625.00	Q72,375.00	
Equipo de Computo	Q36,160.71		
Dep. Acumulada Equipo de Computo	Q12,052.37	Q24,108.35	
Mobiliario y Equipo	Q21,071.43		
Dep. Acumulada Mob y Equipo	Q4,214.29	Q16,857.14	
Gastos de Organización	Q1,000.00		
Amort. Acumulada Gtos de Org.	Q200.00	Q800.00	Q114,140.49
Suma Activo			Q262,924.64
Pasivo			
Corriente			
I.V.A. Por Pagar		Q39,510.62	Q39,510.62
Suma Pasivo			Q39,510.62
Capital			
Balotín Cuenta Capital			
I.S.R. Por Pagar (Informativo)		Q44,512.01	
Utilidad del Ejercicio		Q178,902.01	Q223,414.02
Suma Igual al Activo			Q262,924.64

Fuente: Elaboración Propia

El análisis financiero refleja la solvencia que tendrá la empresa para cubrir con los compromisos adquiridos. El pago de los impuestos es de forma mensualizada por el régimen en que se encuentra afiliada la empresa, por tal razón no se refleja el Impuesto Sobre la Renta, (Régimen Opcional Simplificado Sobre Ingresos de Actividades Lucrativas (ROSSIAL)).

4.2.2.1 Razones Financieras.

Son indicadores que se utilizan para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de la empresa, a través de la capacidad que tiene para asumir los compromisos y obligaciones, con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados. A través de estos indicadores se pueden realizar comparaciones entre los diferentes periodos contables o económicos de la empresa, entre ellos se encuentran las Razones de Liquidez corriente, Capital de Trabajo, Rentabilidad de Activos.

Razones de Liquidez Corriente.

Razones de Liquidez corriente		
Activo corriente	Q146,641.29	3.71
Pasivo corriente	Q39,510.62	

La empresa cuenta con tres punto setenta y uno (3.71) en solvencia para cubrir con sus cuentas por pagar a corto plazo, debido a que se cuenta con activos a los cuales podría recurrir en caso fuera necesario. Cuando el resultado es menor que dos (2), la empresa corre el riesgo de no cumplir con sus obligaciones.

Capital de Trabajo.

Capital de trabajo		
Activo corriente - Pasivo corriente		
Q146,641.29	Q39,510.62	Q107,130.67

La empresa muestra un capital de trabajo de ciento siete mil ciento treinta quetzales con sesenta y siete centavos (Q. 107,130.67) que le permitirá mejorar su inversión, con el objetivo de mantener su nivel de competitividad.

Rentabilidad del Activo (ROA).

Rentabilidad del activo (ROA)			
Utilidad neta / Activos x 100			
Q310,200.00	Q262,924.64	x 100	117.98%

Con la aplicación de procedimientos para medir la rentabilidad de la empresa a través de la eficiencia que se puede alcanzar en la inversión de los recursos, se puede apreciar la capacidad que tiene la empresa, para obtener utilidades a través del uso de la utilidad neta y los activos, el cual es ciento diecisiete punto noventa y ocho por ciento (117.98%), lo que permite a la empresa una rentabilidad aceptable para ser mas competitiva.

Utilidad Neta / Patrimonio por 100.

Utilidad neta / patrimonio x 100			
Q310,200.00	Q178,902.01	x 100	173.40%

Para la obtención de utilidades netas, la empresa utiliza efectivamente su patrimonio total en un ciento setenta y tres punto cuarenta por ciento (173.40%).

Razón de Solvencia.

Razón de Solvencia			
Ingresos / Costos de Ventas			
Q445,308.80	/	Q277,939.20	1.60

Refleja que la empresa tiene la capacidad para hacerle frente a sus compromisos, debido a que por cada quetzal (Q.1.00) que comprometa, cuenta con un quetzal con sesenta centavos (Q. 1.60) para cubrirlo.

Prueba Acida.

Prueba Acida			
Activo Circulante - Inventarios / Pasivo Corriente			
Q146,641.29	Q69,484.80	Q39,510.62	1.95

La empresa Click a través de este indicador mide su capacidad de pago. Al realizar la operación indicada se obtienen uno punto noventa y cinco (1.95), lo cual indica que por cada quetzal que se comprometa se tiene un quetzal con noventa y cinco para cubrirlo, dándole liquidez para cubrir con los compromisos a corto plazo. Se espera que entre mayor sea el índice de liquidez, mayor sea la solidez y capacidad de pago.

Razón de Estabilidad.

Razón de Estabilidad			
Deuda de Inversión =	Pasivo Total	Q39,510.62	0.22
	Capital Contable	Q178,902.01	

Muestra la capacidad de endeudamiento en la inversión que la empresa tiene para competir dentro del mercado. Debido a que la empresa se financia con fondos propios, al realizar la operación se genera un endeudamiento del cero punto veintidós (0.22). Esto es aceptable, ya que según las prácticas contables este resultado debería ser menor a uno (1) y hasta inferior a punto cero cinco (0.5), lo cual depender de las estrategia de las empresas.

Razón de Inversión.

Razón de Inversión			
Inversión de Capital =	Activo Fijo	Q114,140.49	0.64
	Capital Contable	Q178,902.01	

La empresa Click utilizando los ingresos y a través de los mecanismos de inversión adecuados, puede incrementar y proteger lo que ya se tiene, debido a que por cada quetzal (Q.1.00) que tenga puede invertir punto sesenta y cuatro (0.64) centavos.

Tabla N°. 10, Flujo de Efectivo.

Cuentas	Previsión de Teoría												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ingresos/Ingreso	Q39,826.59	Q73,928.79	Q108,030.98	Q142,133.17	Q176,235.37	Q208,351.84	Q236,752.94	Q267,855.13	Q301,957.33	Q336,059.52	Q370,161.71	Q358,640.10	
Caja y Bancos	Q56,162.83	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q10,654.00	Q413,048.00	
Servicios Prestados	Q49,674.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q35,274.00	Q25,850.00	Q310,200.00	
Ventas	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	Q25,850.00	
Sub Total	Q131,656.83	Q100,940.49	Q135,052.79	Q169,154.96	Q203,257.17	Q237,359.37	Q269,675.84	Q297,876.94	Q328,979.13	Q363,081.33	Q397,183.52	Q406,645.71	
Egresos												Q0.00	
Equipo de Computo	Q36,160.71											Q36,160.71	
Mobiliario y Equipo	Q21,071.43											Q21,071.43	
Mantenimiento Edificios	Q714.29	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q714.29	
Publicidad	Q659.82	Q659.82	Q659.82	Q659.82	Q659.82	Q659.82	Q659.82	Q659.82	Q659.82	Q659.82	Q659.82	Q7,917.86	
Gastos Admón. S. Préstamo	Q600.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q600.00	
Gastos de Organización	Q1,000.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q1,000.00	
Energía Eléctrica	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q5,357.14	
Agua	Q35.00	Q35.00	Q35.00	Q35.00	Q35.00	Q35.00	Q35.00	Q35.00	Q35.00	Q35.00	Q35.00	Q420.00	
Teléfono	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q446.43	Q5,357.14	
Seguros Pag. Por Anticipados	Q178.57	Q178.57	Q178.57	Q178.57	Q178.57	Q178.57	Q178.57	Q178.57	Q178.57	Q178.57	Q178.57	Q2,142.86	
Mantenimiento Preventivo													
Equipo de Computo	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q1,785.71	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q1,785.71	
Papelaria y Utilitas	Q53.57	Q53.57	Q53.57	Q53.57	Q53.57	Q53.57	Q53.57	Q53.57	Q53.57	Q53.57	Q53.57	Q642.86	
Utilitas y Enseres	Q71.43	Q71.43	Q71.43	Q71.43	Q71.43	Q71.43	Q71.43	Q71.43	Q71.43	Q71.43	Q71.43	Q857.14	
Gastos Generales	Q3,000.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q6,000.00	
Sueldos Y Salarios	Q13,150.00	Q13,150.00	Q13,150.00	Q13,150.00	Q13,150.00	Q13,150.00	Q13,150.00	Q13,150.00	Q13,150.00	Q13,150.00	Q13,150.00	Q157,800.00	
Cuenta Patrimonial IGSS	Q1,114.96	Q1,114.96	Q1,114.96	Q1,114.96	Q1,114.96	Q1,114.96	Q1,114.96	Q1,114.96	Q1,114.96	Q1,114.96	Q1,114.96	Q13,379.52	
Bono 14						Q5,901.10						Q5,901.10	
Aguinaldo											Q10,889.32	Q10,889.32	
Indemnización											Q13,883.33	Q13,883.33	
Utilidad Bruta												Q358,640.10	
I.S.F. por Pagar	Q4,231.44	Q3,667.44	Q3,667.44	Q3,667.44	Q3,667.44	Q3,667.44	Q3,667.44	Q3,667.44	Q3,667.44	Q3,667.44	Q2,189.04	Q43,094.88	
Iva por Pagar (por Servicios)	Q5,824.16	Q4,096.16	Q4,096.16	Q4,096.16	Q4,096.16	Q4,096.16	Q4,096.16	Q4,096.16	Q4,096.16	Q4,096.16	Q4,096.16	Q46,783.73	
Iva por Pagar (por Ventas)	Q3,102.00	Q3,102.00	Q3,102.00	Q3,102.00	Q3,102.00	Q3,102.00	Q3,102.00	Q3,102.00	Q3,102.00	Q3,102.00	Q3,102.00	Q37,224.00	
Utilidad Neta.												Q231,535.49	
Total de Egresos	Q91,860.24	Q27,021.81	Q27,021.81	Q27,021.81	Q27,021.81	Q28,807.62	Q32,922.90	Q30,021.81	Q27,021.81	Q27,021.81	Q27,021.81	Q420,770.73	

Fuente Elaboración propia.

Muestra la actividad comercial que la empresa alcanza a través de la venta de accesorios y suministros y la prestación de los servicios académicos en computación, los cuales asciende a setecientos veintitrés mil doscientos cuarenta y ocho (Q.723,248.00) que le permiten de una manera oportuna cubrir con los compromisos de operación e impuestos, equivalentes a cuatrocientos veinte mil setecientos setenta quetzales con setenta y tres centavos. (Q.420,770.73). Al analizar las razones financieras y los estados financieros, se considera que la operación de la empresa, aplicando la propuesta de mejora, es financieramente viable.

4.2.3 Recurso Administrativo.

La actividad económica en la que se cataloga la empresa es de Microempresa. Actualmente cuenta con un administrador, quien es el propietario ejerciendo funciones administrativas, financieras y mercadológicas, una secretaria que realiza las funciones de atención al público, controles y control de pagos; también cuenta con dos docentes encargados de impartir los deferentes cursos académicos. Con la finalidad de enfocar los esfuerzos al logro de la Visión y Misión propuestos como la línea a seguir para alcanzar el éxito, se hace necesaria la implementación del puesto de Auxiliar de café internet. Además, con el objetivo de erradicar el estancamiento que ha tenido la empresa en sus ingresos, dentro de las propuestas se establece que es necesario la implementación de un plan de capacitaciones enfocados al personal, para fortalecer las áreas de atención al cliente, ventas y trabajo en equipo, que tendrá un costo de cuatro mil quetzales exactos (Q. 4,000.00), el cual se encuentra incluido en el plan de inversión (Tabla N°. 03), por lo que la implementación de esta propuesta de mejora se considera viable para la empresa.

4.2.4 Recurso Físico.

La empresa cuenta con el espacio físico necesario, por lo que no es necesario la construcción o arrendamiento para anexar los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros. Los costos proyectados en la tabla No. 03, serán utilizados para pintura, mobiliario y equipo, equipo de computación. La ubicación de la empresa es estratégica por ser un lugar de comercialización de diversos productos, permitiéndole la facilidad de acceso, por lo que es viable su funcionamiento con la implementación de la propuesta de mejora.

4.2.5 Aspectos Legales.

Conforme lo que regulan las leyes del país en especial, el Código de Comercio, el Código de Trabajo y las leyes fiscales con sus reformas, la Empresa deberá realizar los trámites pertinentes por anexar los servicios de café internet como también la venta de accesorios y suministros debiendo cumplir con las siguientes obligaciones: Actualización ante La Superintendencia de Administración Tributaria –SAT-, Registro Mercantil y Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.

4.2.6 Plan de Producción.

El Centro de Computación Click en su plan de producción, proyecta en servicios académicos un ochenta por ciento (80%) equivalente a doscientos cuarenta (240) estudiantes activos de una capacidad de trescientos (300), en otros servicios tales como impresiones, café internet, juegos interactivos, levantado de textos, creación de etiquetas, tarjetas de presentación, reproducción de videos y venta de accesorios y suministros un ochenta por ciento (80%) de forma mensual. (Ver Anexo N°. 12).

Tabla N°. 11, Listado de Servicios, accesorios y suministros.

Servicios			
1	Levantados de Texto.	6	Reproducción de videos. (Quemadora)
2	Impresiones blanco y negro	7	Etiquetas
3	Rellenados de tintas	8	Instalación de Juegos.
4	Impresiones a color	9	Tarjetas de presentación
5	Servicios de Internet y juegos interactivos en red y en línea.	10	Otros servicios.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°. 12, Listado de accesorios y suministros.

Accesorios y Suministros.			
1	Kit de limpieza computadoras 13 piezas	20	Modulo tóner Sharp AR-5220
2	Flash Drive USB	21	Caja de film Panasonic KX-FHD332
3	Tarjeta de sonido 7 Canales	22	Refill Canon negro 2 jeringas de 30ml
4	Discos Duros 500 gb	23	Refill Canon NEGRO 4 botes de 100ml
5	Tarjetas de video EVGA	24	Lectores de memoria interno con puerto USB
6	Memorias RAM 512MB DDR	25	Lectores de memoria externo
7	Reguladores de corriente	26	Cable para internet en mts
8	Software para computadoras.	27	Protectores de pantalla
9	Teclados USB español color negro	28	CD-R en blanco sin caja
10	Mouse inalámbrico Mini	29	DVD en blanco
11	Mouse óptico	30	Sobres para CD/DVD
12	Controles para video juegos	31	Sistemas continuos de tintas
13	Cartuchos originales	32	Bocinas para PC
14	Cartuchos genéricos	33	Audífonos con Banda Ajustable
15	Cintas para maquinas de escribir	34	Audífonos diadema Ajustable
16	Etiquetas para CD y DVD caja de 100 Mate	35	Fuente de poder 525W
17	Tóner HP Laserjet 1018 Q2612A	36	Procesador Intel Celeron
18	Tóner HP Laserjet P1102W CE285A	37	Ventilador para procesador
19	Tóner HP Laserjet M1212 CE285A	38	Discos duros externo 1TB

Fuente: Elaboración Propia.

Cronograma de Trabajo.

Tabla N°. 13, Cronograma.

FECHA / TAREA	Jun-13																	Jul-13												
	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	
Presentación	■	■																												
Inducción de lineamiento a seguir		■	■	■	■	■																								
Desarrollo del Capítulo uno: Antecedentes, Planteamiento del problema, justificación, objetivos, alcances y límites, marco teórico.		■	■	■	■	■																								
Desarrollo del Capítulo dos: Metodología aplicada en la práctica, tipos de investigaciones, sujetos de la investigación, instrumentos, procedimientos y aportes.							■	■	■	■	■	■																		
Desarrollo del Capítulo tres: Resultados y análisis de la investigación, resultado de la investigación, análisis de los resultados.													■	■	■	■	■	■	■											
Desarrollo del Capítulo cuatro: Propuesta de solución o mejora, viabilidad.																				■	■	■	■							
Conclusiones y Recomendaciones																										■				
Referencias.																											■			
Anexos																												■	■	
Entrega Final																													■	■

Fuente: Elaboración Propia.

Dentro del desarrollo de la investigación se le dio seguimiento a la guía del contenido del Informe Final de la Practica Empresarial Dirigida -PED- cumpliendo con las asignaciones de los capítulos distribuidos según la asesoría, con el compromiso en las entregas oportunas de cada una de las etapas según cronograma.

Conclusiones

1. Realizados los diversos procesos de investigación en el Centro de Computación Click, se justifican las estrategias que deberán ser implementadas con el fin de darle solución a las problemáticas identificadas.
2. La empresa Click contribuye al desarrollo económico del municipio de Melchor de Mencos, en vista que no existe ninguna empresa de ésta categoría que ofrezca los servicios integrales que suplan las necesidades de los demandantes en el ramo tecnológico
3. En una empresa que ofrece los servicios académicos en computación; es importante que se cuente con un plan de capacitaciones de forma constante que contribuyan en mejorar la atención, las ventas y el trabajo en equipo, al momento de darle a conocer los diferentes servicios y productos, al demandante, indicándoles las variedades, cualidades y beneficios que obtendrían al contratarlos o adquirirlos.
4. La aplicación del plan estratégico de capacitaciones contribuirá en la minimización de la deficiencia encontrada en el servicio que se brinda al cliente y el incremento en las ventas.
5. Dentro de la estructura organizativa del Centro de Computación Click, con el objetivo de ofrecer un servicio integral se deberá crear el departamento de Auxiliar de Café Internet y/o Venta de Accesorios y suministros, bajo la supervisión del administrador, responsable asignar las diferentes funciones y obligaciones del servicio.
6. Es necesario mantener buena relación comercial con los proveedores, para la agilización de los procesos de abastecimiento en la adquisición de los productos, con el objetivo de mantener un stock y ofrecer precios competitivos y de calidad.
7. Se cuenta con el espacio físico para la incorporación de la sala anexa, la cual da un valor agregado a la empresa, bajando los costos por concepto de alquileres.

8. Identificar dentro de la empresa y sus respectivos departamentos, las deficiencias o debilidades que se dan constantemente, corrigiéndolas de inmediato, manteniendo dentro de la planificación un porcentaje estimado del presupuesto que cubra los gastos imprevistos.

9. La implementación de las propuestas de solución vistos desde los factores administrativo y financiero, son viables, ya que en base a los ingresos son aplicables y financiables; la aplicación de las estrategias conllevan la inversión de recursos por parte de la empresa, pero estos serán recuperados en el corto plazo, asegurando minimizar el estancamiento de la empresa.

10. Se debe considerar que la generación de estrategias mercadológicas y administrativas son fundamentales, para contribuir a la minimización del estancamiento y mejoramiento en la atención de los servicios, en busca del incremento de los ingresos a través de la comercialización de los accesorios y suministros, logrando el posicionamiento de la empresa.

Recomendaciones

1. Tomar en consideración que el estancamiento en el que se encuentra la empresa es derivado a la falta de estrategias mercadológicas y administrativas, por lo que será necesario la implementación de forma inmediata las siguientes recomendaciones:
2. Implementar de forma anexa, en el Centro de Computación Click, los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros, con el objetivo de erradicar el estancamiento en los ingresos que se tienen, aprovechando la oportunidad que son necesarios, para el desarrollo de las diversas actividades, tanto del ámbito personal, como laboral de los demandantes.
3. Implementar el plan de capacitaciones con enfoque a la atención del cliente, las ventas y el trabajo en equipo, al personal responsable de la atención al demandante para que el servicio sea eficiente, creando de esta manera una cultura organizacional, el cual contribuirá de forma integral, para que se reduzca el mal servicio que actualmente se brinda
4. Implementar de forma frecuente la publicidad y las promociones, con el objetivo de darle a conocer al usuario los beneficios que obtendría al adquirir los productos y servicios que la empresa tiene.
5. Iniciar el proceso para la creación de inmediato del departamento de Auxiliar de Café Internet y/o Venta de Accesorios y suministros, la adquisición del Equipo de computación, Mobiliario y equipo, con la finalidad de incorporar los servicios y productos que se proyectan ofrecer a los clientes.
6. Establecer buenos procedimientos de selección de personal para garantizar la calidad de los bienes y servicio con el personal mínimo.
7. Realizar convenios y alianzas estratégicas de gestión con los proveedores para mantener abastecimiento de los productos que se proyectan ofrecer.

8. Aprovechar el espacio físico con el que cuenta la empresa para obtener una mayor productividad, tanto en el proceso de prestación de servicios, venta de suministros, como también en el proceso enseñanza aprendizaje y utilidades.
9. Tomar en cuenta que la inversión a realizada puede ser cubierta con fondos de la empresa, ya que no son gastos excesivos que nos propicien la adquisición de recurso financiero a través de otros medios (contratación del personal, equipamiento de la sala).
10. Tomar en cuenta la importancia que tiene el mantener actualizados los movimientos financieros, fiscales y tributarios derivados de los diferentes movimientos económicos que se generen dentro de la actividad de la empresa, con el objetivo de evitar que las tomas de decisiones sean mal aplicadas.

Referencias Bibliográficas

1. Koontz Harold, *Administración, una perspectiva global*, Editorial Graw Hill, Edición Duodécima, México (2007) Pág. 166 a la 168 ISBN 970-10-2036-7 Edición Anterior.
2. Porter Michael E. (1980) en su libro *Competitive Strategy: for Analyzing Industries and Competitors*.
3. Porter Michael E., *Estrategia y Ventaja Competitiva*, Ed. Deusto,
4. Colombia, 2006.
5. Ruiz Orellana, (2013) *Practicemos Contabilidad, general de sociedades y de costos*. Guatemala. (Dictamen Número 340-86).
6. Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2005. © 1993-2004 Microsoft

Referencias Electrónicas

1. [En línea] [Citado, 28 de Febrero 2,013] disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
2. [En línea] [Citado, 28 de Febrero 2,013] disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresario>
3. [En línea] [Citado, 28 de Febrero 2,013] disponible en <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>
4. [En línea] [Citado, 28 de Febrero 2,013] disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente
5. [En línea] [Citado, 28 de Febrero 2,013] disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>

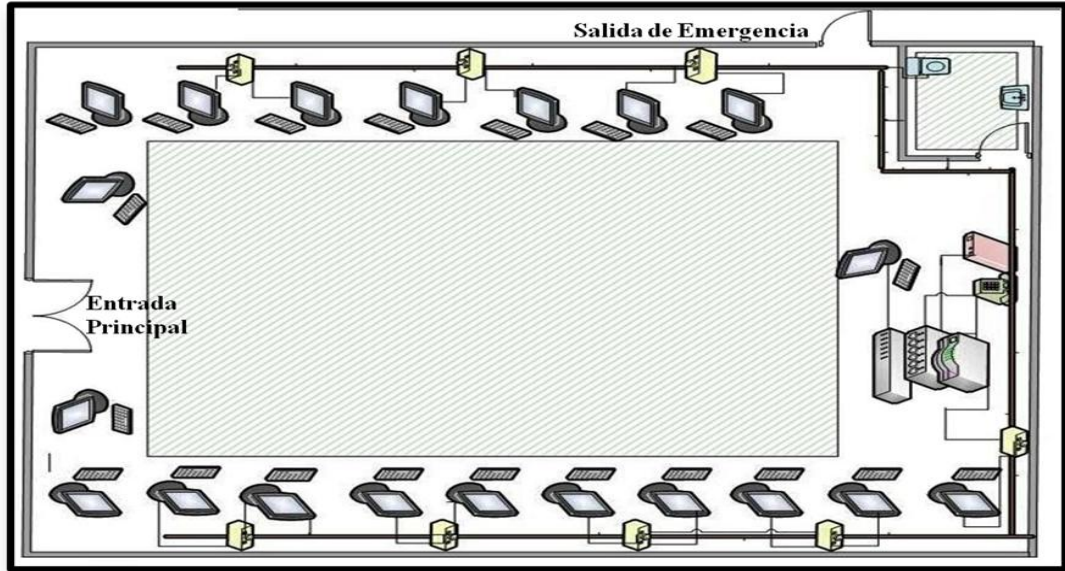
6. [En línea] [Citado, 01 de Abril 2,013] disponible en <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>
7. [En línea] [Citado, 28 de Febrero 2,013] disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_(econom%C3%ADa))
8. [En línea] [Citado, 01 de Abril 2,013] disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Computadora>
9. [En línea] [Citado, 01 de Abril 2,013] disponible en http://www.proyectosalohogar.com/diversos_temas/Introduccion_basica.htm
10. [En línea] [Citado, 03 de Abril 2,013] disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_perfecta
11. [En línea] [Citado, 28 de febrero 2,013] disponible en <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>
12. [En línea] [Citado, 04 de Abril 2,013] disponible en <http://www.deltaasesores.com/articulos/autores-invitados/iaap/3043-cinco-rubros-para-calcular-los-costos-de-tu-proyecto>
13. [En línea] [Citado, 04 de Abril 2,013] disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno
14. [En línea] [Citado, 04 de Abril 2,013] http://www.evmculiacan.com/index.php?option=com_content&view=article&id=177:estrategias-competitivas-en-la-empresa&catid=43:negocios&Itemid=88.
15. [En línea] [Citado, 04 de Abril 2,013] www.inforpressca.com/melchordemencos/páginaoficialdeMelchordeMencos, Petén).

Leyes

1. Constitución Política de la República de Guatemala.
2. Acuerdo Gubernativo Número 359-2012, Ministerio de Trabajo y Previsión Social.
3. Acuerdo N°. 1123, la Junta Directiva del Instituto Guatemalteco De Seguridad Social, “Reglamento de Inscripción de Patronos en el Régimen de Seguridad Social”.
4. Acuerdo Gubernativo Número 207-93, Aranceles del Registro Mercantil.
5. Código Tributario.
6. Disposiciones para el Fortalecimiento del Sistema Tributario y el Combate a la Defraudación y el Contrabando. Decreto Número 4-2012 del Congreso de la República de Guatemala.
7. Ley de Actualización Tributaria, Decreto Número 10-2012 del Congreso de la República de Guatemala.
8. Decreto Número 2-70, Código de Comercio de Guatemala.
9. Código De Trabajo, Contratos y Pactos de Trabajo y Contrato Individual de Trabajo

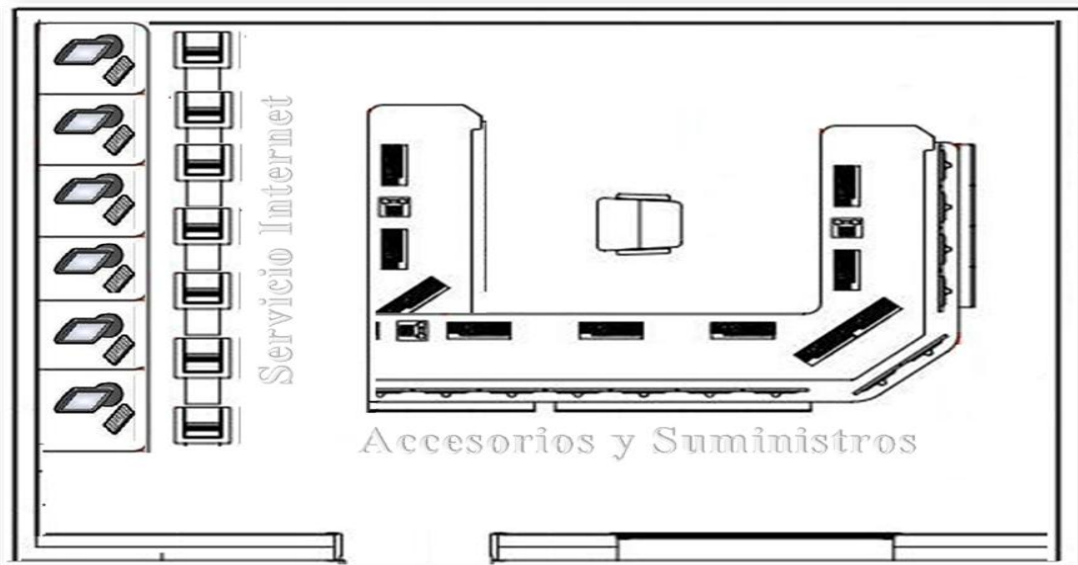
Anexos

Anexo N°. 01 Figura N°. 06, Croquis Centro de Computación Click.



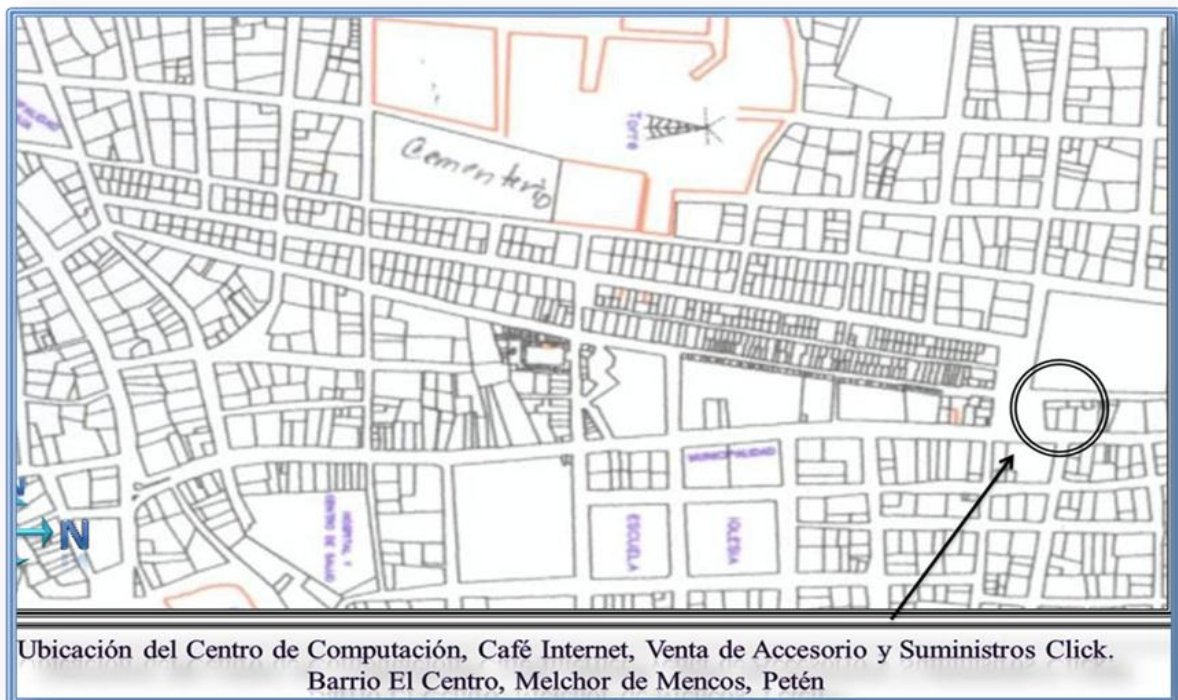
Fuente: Elaboración Propia

Anexo N°. 02, Figura N°. 07, Croquis Sala anexa.



Fuente: Elaboración Propia

Anexo N°. 03, Figura N°. 08, Mapas ubicación de la empresa.



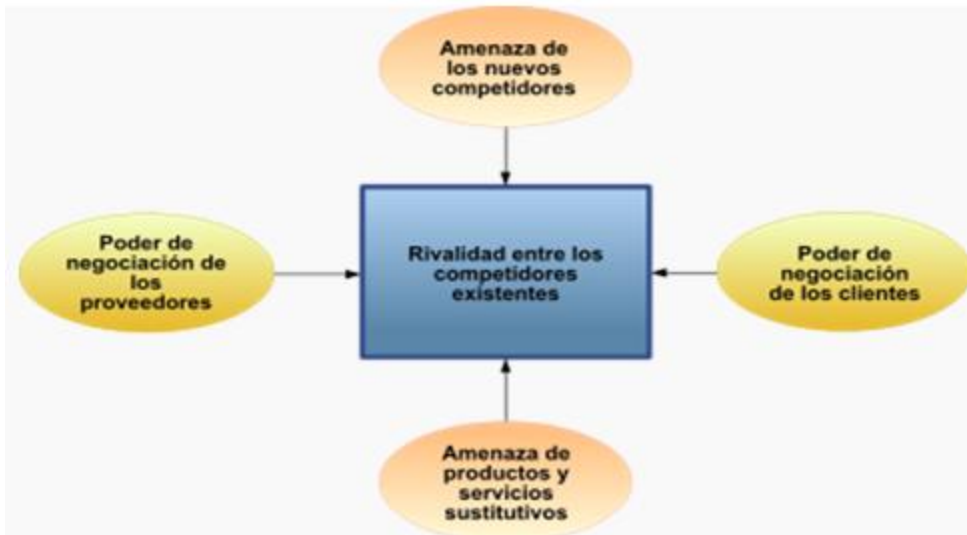
Fuente: Municipalidad de Melchor de Mencos, Peten

Anexo N°. 04, Figura N°. 09, Planeación Estratégica del Análisis (FODA).



Fuente no firmada: (Planeación Estratégica del Análisis FODA manuelgross.bligoo.com. Recuperado: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/640108/Como-hacer-un-analisis-FODA.html>)

Anexo N°. 05, Figura N°. 10, Análisis Porter de las cinco fuerzas.



Fuente no firmada: (Esquema ilustrativo de las cinco fuerzas. www.es.wikipedia.org Recuperado: http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Modelo_Porter.svg)

Anexo N°. 06, Tabla N°. 14, Estudio para conocer la competencia.

Estudio obtenido en visitas realizadas a propietarios de los Centros de Computación del Municipio de Melchor de Mencos, Peten.								
Base de Datos.								
N°.	Nombre	Alumnos Inscritos	%	Brinda Servicio de Café Internet		Vende Accesorios y Suministros		Ubicación
1	Centro de Computación (Compu Planeta)	350	31%	SI			NO	Barrio El Centro
2	Centro de Computación (STI)	80	7%	SI		SI		Barrio El Centro
3	Centro de Computación (Quetzal)	75	7%		NO		NO	Barrio Suchitan
4	Centro de Computación (Half)	70	6%		NO		NO	Barrio El Centro
5	Centro de Computación (La Bendición)	25	2%		NO		NO	Barrio El Centro
6	Centro de Computación (Tikal Net)	46	4%		NO		NO	Barrio El Centro
7	Centro de Computación (CeTcom)	46	4%	SI			NO	Barrio Suchitan
8	Centro de Computación (Sulmajai)	12	1%		NO		NO	Barrio Suchitan
9	Centro de Computación (Cintel)	63	5%	SI		SI		Barrio Suchitan
10	Centro de Computación (Centec)	35	3%	SI			NO	Barrio El Campito
11	Centro de Computación (Cecom)	78	7%	SI			NO	Barrio El Campito
12	Centro de Computación (CIC)	96	8%	SI			NO	Barrio El Centro
13	Centro de Computación (Santa Elena)	45	4%		NO		NO	Barrio Santa Elena
14	Centro de Computación (Cebilvaj)	65	6%		NO		NO	Barrio Fallabon
15	Centro de Computación (Escuelas Abiertas)	60	5%		NO		NO	Barrio Santa Elena
Total Demandantes.		1146						

Fuente: Elaboración Propia.


En la actualidad el municipio de Melchor de Mencos, cuenta con quince empresas que brindan los servicios en la rama de la tecnología, ubicados específicamente en los barrios El Centro la mayoría, Suchitan, El Campito, Santa Elena y Fallabon, convirtiéndose en un mercado competidor activo.

Anexo N°. 07, Entrevista.

UNIVERSIDAD PANAMERICANA Ciencias Económicas Practica Empresarial Dirigida -PED- Licenciatura en Administración de Empresas Entrevista Administrador	
<p>Con el objetivo de conocer la opinión del Propietario-administrador del Centro de Computación Click, a continuación se enlistan una serie de interrogantes, y obtener su opinión, la información que nos proporcione será utilizada para analizar y conocer la empresa, como también aspectos que caracterizan sus actividades.</p>	
1	<p>¿Qué es lo que diferencia su empresa con la competencia? El servicio que se le brinda al cliente, a través de atención personalizada, ambiente agradable dentro de las instalaciones.</p>
2	<p>¿Cuenta con el personal idóneo y capacitado?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No ¿Cuáles?</p> <p>La empresa en su selección y contratación del personal es cauteloso, ya que la atención que se le brinde al cliente es dependiente del éxito que se de sea alcanzar, actualmente se cuenta con una estructura organizacional integrada por Administrador, Secretaria y Catedráticos.</p>
3	<p>¿Considera que la empresa es competitiva?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No ¿Por qué?</p> <p>Desde su apertura a la fecha se ha mantenido con mayor afluencia de usuarios, que solicitan los servicios que se prestan y en ocasiones se ha brindado otros servicios tales como café internet, levantado de textos, impresiones, encuadernaciones, investigaciones, debido a la insistencia de los usuarios.</p>
4	<p>¿Utiliza alguna estrategia?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No ¿Cuáles?</p> <p>Monitoreos mensuales sobre el personal con el objetivo de minimizar, que los servicios se presten sean sin irregularidades.</p>
5	<p>¿Utiliza alguna estrategia para atraer a los clientes?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No ¿Cuáles?</p> <p>Que las instalaciones mantengan el ambiente agradable para que el usuario se sienta satisfecho y con deseos de volver, damos a conocer los servicios a través del pago por servicios publicitarios cada tres meses a través de los diferentes medios.</p>
6	<p>¿Qué medios utiliza para dar a conocer la empresa?</p> <p>Afiches, volantes, spot radiales y televisivos.</p>
7	<p>¿La empresa está abierta a cambios o innovación?</p> <p>Se mantiene en constante innovación por el tipo de servicio que día a día va modernizándose y el mantener a la vanguardia genera prestigio y aceptación por el cliente.</p>
8	<p>¿Considera que la empresa necesita algún cambio?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No ¿Cuáles y dónde?</p> <p>Debido a la constante demanda seria necesario la implementación de una sala anexa para prestar los servicios de café internet, incorporar la venta de accesorios y suministros, esto porque en ocasiones al cliente se le a brindado los servicios de internet y solicitando a través de cotizaciones los pedidos requeridos, ya que en el municipio no hay ninguna empresa que incorpore estos servicios de una forma unificada.</p>
9	<p>¿Cuáles son los ingresos que percibe la empresa por la prestación de los servicios en la rama de la computación?</p> <p>La capacidad de atención del Centro de Computación es de veinte equipos activos, con una atención por los diferentes horarios y cursos de trescientos de forma mensual, equivalente a treinta y cuatro mil setecientos quetzales (Q. 34,700.00) y por la prestación de los otros servicios se obtienen Un mil quinientos (Q. 1,500.00)</p>

Fuente: Elaboración propia.

Anexo N°. 08, Encuesta.

		UNIVERSIDAD PANAMERICANA Ciencias Económicas Practica Empresarial Dirigida -PED- Licenciatura en Administración de Empresas	
Encuesta			
<p>Por este medio me es grato dirigirme a usted, con el propósito de solicitarle el apoyo en responder la presente encuesta, la cual servirá para recopilar información que permita la formulación de estrategias mercadológicas en la implementación de los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros dentro del Centro de Computación Click, en el municipio de Melchor de Mencos, Petén.</p>			
<p>Marque con una X la respuesta que según su criterio sea la correcta a las siguientes interrogantes.</p>			
Preguntas			
<p>1 ¿Considera necesario la implementación de los servicios de café internet, venta de accesorios y suministros dentro de la empresa Click?</p>			
1.1	378	Si	
1.2	0	No	
1.3	0	No Responde	
<p>2 ¿Qué importancia tiene para usted el contar con una empresa que le brinde preparación académica, servicio de café internet y venta de accesorios y suministros en la rama de la Informática de forma integral?</p>			
2.1	280	Excelente	
2.2	78	Muy Bueno	
2.3	20	Bueno	
2.4	0	Regular	
<p>3 Dentro de los siguientes aspectos: ¿Cuál considera según su elección es el que mas le atrae de los servicios y productos que la empresa Click proyecta implementar en la rama de la Tecnología?</p>			
3.1	88	Es nuevo	
3.2	250	Es necesario	
3.3	0	Está de moda	
3.4	40	Ninguno	
<p>4 ¿En qué sistema le gustaría que se le brindaran los servicios y productos que proyecta implementar la empresa Click?</p>			
4.1	20	A Distancia	
4.2	358	Presencial	
4.3	0	Semi presencial	
4.4	0	Otro (por favor, especifique)	
<p>5 ¿A través de que medio o medios le gustaría enterarse o recibir información sobre los nuevos servicios y productos que proyecta implementar la empresa Click en la rama de la Tecnología?</p>			
5.1	128	Internet	
5.2	0	Perifoneos	
5.3	30	Afiches o Volantes	
5.4	220	Radio o Televisión	
<p>6 ¿Qué probabilidad hay de que usted se convierta en uno de nuestros posibles clientes? Si se le ofrecieran precios competitivos.</p>			
6.1	230	Alta	
6.2	132	Mediana	
6.3	16	Regular	
6.4	0	Baja	
<p>7 La empresa "Click", proyectara la implementación de los servicios de café internet y la venta de accesorios y suministros en la rama de la Tecnológica, en el municipio de Melchor de Mencos. ¿Esto hace que sea?</p>			
7.1	278	Excelente	
7.2	52	Bueno	
7.3	0	Regular	
7.4	48	Interesante	
<p>Gracias por su Colaboración</p>			

Fuente: Elaboración propia.

Anexo N°. 09, Muestra.

Para aplicar la encuesta se estableció a través de una fórmula que reflejo el número de población del municipio. Esta muestra nos permitirá esclarecer la investigación.

Segmentación
21886

Tomado de la población que proporciona el Instituto Nacional de Estadística (INE)

Se determinó un universo finito de 21,886 habitantes, para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula siguiente.

$$n = \frac{N \cdot o^2 \cdot Z^2}{(N-1) \cdot e^2 + o^2 \cdot Z^2}$$

n= Número de elementos (tamaño de la muestra)

N= población

o= Desviación Estándar de la Población

Z= Valor obtenido mediante niveles de Confianza =95% de confianza que equivale a 1.96

e= Límite aceptable de error de la muestra (precisión en los resultados)

Analizando se obtienen los diferentes datos de la serie para sustituir la fórmula

n= ?

N= 21886

o= 50%

Z= 1.96

e= 5%

n=	$\frac{21886 \cdot 0.50^2 \cdot 2^2}{(21886 - 1) \cdot 0.05^2 + 0.50^2 \cdot 1.96^2}$	0.25	3.8416	5472	21019	378
		0.0025	0.25	3.84	54.71	0.96 55.673

De acuerdo a este procedimiento, se recopiló información de 378 Encuestados.

Anexo N°. 10, Tabla N°. 15, Población.



Guatemala: Estimaciones de la Población total por municipio. Período 2008-2020. (al 30 de junio)

Departamen to y Municipio	PERIODO												
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Petén	563,832	588,860	613,693	638,296	662,779	687,192	711,585	736,010	760,431	784,816	809,215	833,679	858,256
Flores	49,197	51,536	53,867	56,186	58,502	60,819	63,140	65,470	67,805	70,142	72,484	74,836	77,202
San José	4,929	5,093	5,250	5,401	5,547	5,688	5,824	5,956	6,084	6,208	6,328	6,444	6,556
San Benito	49,402	51,913	54,431	56,953	59,486	62,035	64,605	67,199	69,814	72,447	75,101	77,781	80,492
San Andrés	35,106	37,036	38,985	40,951	42,941	44,957	47,004	49,083	51,194	53,333	55,504	57,711	59,957
La Libertad	101,378	105,674	109,908	114,073	118,188	122,261	126,300	130,313	134,294	138,236	142,147	146,035	149,908
San Francisco	14,347	15,043	15,738	16,431	17,124	17,818	18,515	19,216	19,919	20,625	21,333	22,046	22,764
Santa Ana	26,197	27,719	29,264	30,831	32,425	34,048	35,703	37,392	39,116	40,871	42,660	44,488	46,356
Dolores	44,558	45,810	47,204	48,540	49,826	51,066	52,265	53,427	54,550	55,631	56,676	57,687	58,670
San Luis	68,121	70,496	72,792	75,005	77,151	79,234	81,261	83,239	85,163	87,031	88,848	90,620	92,352
Sayaxché	94,407	99,446	104,522	109,638	114,781	119,959	125,262	130,606	136,017	141,487	147,025	152,640	158,342
Melchor de Mencos	21,184	21,409	21,588	21,724	21,822	21,886	21,920	21,928	21,909	21,865	21,799	21,713	21,610
Poptún	55,206	57,685	60,142	62,573	64,988	67,391	69,787	72,180	74,566	76,941	79,311	81,678	84,048

Fuente no firmada: (Población del Municipio de Melchor de Mencos, Peten www.ine.gov.gt Recuperado. www.ine.gov.gt/np/poblacion/Municipios.2008-2020.xls)

Anexo N°. 11, Tabla N°. 16, Segmentación y Selección del Mercado.

Mercado	Segmento
Público en general	Jóvenes Estudiantes
2,000	1,000

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo N°. 12, Tabla N°. 17, Proyección de demanda.

Cantidad proyectada de futuros usuarios				
N°.	1er. Ingreso	2do. Ingreso	3er. Ingreso	Total
1	80			80
2		96		96
3			64	64
Total				240

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N°. 13, Tabla N°. 18, Plan de Inversión Gastos Fijos.

Plan de Inversión "Centro de Computación Click" Balentín García Rodríguez Melchor de Mencos, Petén	
Concepto	Importe Anual
Mantenimiento Edificios	Q800.00
Publicidad	Q8,800.00
Gastos Admón. S/Préstamo	Q0.00
Gastos de Organización	Q500.00
Energía Eléctrica	Q21,600.00
Agua	Q420.00
Telefonía	Q9,660.00
Seguros Pag. Por Anticipados	Q2,400.00
Gastos Generales	Q6,000.00
Mantenimiento Preventivo Equipo de Computo	Q4,000.00
Equipos de Computación	Q40,500.00
Mobiliario y Equipo	Q23,600.00
Papelería y Útiles	Q720.00
Útiles y Enseres	Q960.00
Sueldos Y Salarios	Q2,343.74
Cuota Patronal IGSS	Q1,114.96
Bono 14	Q1,090.96
Aginaldo	Q2,013.15
Indemnización	Q2,566.67
Mercadería	Q347,424.00
Total de Inversión	Q476,513.48

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo N°. 14, Tabla N°. 19, Plan de Inversión Desglosado.

Plan de Inversión por Implementación de Estrategias mercadológicas y administrativas para maximizar las ventas				
"Centro de Computación Click"				
Balentín García Rodríguez				
Melchor de Mencos, Petén				
Descripción	Cant anual	P. Unitario	Total	Observaciones
Mantenimiento Edificios			Q800.00	
Pintura	1	Q800.00	Q800.00	Enero
Publicidad		Q701.00	Q8,800.00	
Radio y Televisión	14	Q450.00	Q6,300.00	
Volantes y Perifoneos	14	Q100.00	Q1,400.00	
Lapiceros	300	Q1.00	Q300.00	
Manta Vinilica	2	Q100.00	Q200.00	
Afiches	12	Q50.00	Q600.00	
Gastos Admón. S/Préstamo			Q0.00	
Gastos Administrativos S/Préstamo			Q0.00	Enero
Gastos de Organización			Q500.00	
Gasto de Organización	1	Q 500.00	Q500.00	Actualización de la empresa
Energía Eléctrica		Q1,800.00	Q21,600.00	
Servicio Energía Eléctrica	12	Q1,800.00	Q21,600.00	Por consumo
Agua		Q35.00	Q420.00	
Servicio Agua Potable	12	Q35.00	Q420.00	Cuota fija
Telefonía		Q805.00	Q9,660.00	
Servicio Telefónico (Internet)	12	Q805.00	Q9,660.00	Cuota fija
Seguros Pag. Por Anticipados		Q200.00	Q2,400.00	
Seguro	12	Q200.00	Q2,400.00	Cuota fija
Gastos Generales		Q3,000.00	Q6,000.00	
Gastos Imprevisto	2	Q3,000.00	Q6,000.00	Enero y Agosto
Mantenimiento Preventivo Equipo de Computo		Q2,000.00	Q4,000.00	
Mantenimiento Preventivo y Correctivo a Equipos de Computación	2	Q2,000.00	Q4,000.00	Junio y Diciembre
*****V A N *****			Q54,180.00	

*****VIENEN*****			Q54,180.00	
Equipos de Computación			Q36,160.71	
IVA			Q4,339.29	
Equipos de Computación			Q40,500.00	
Equipos de Computación Completo	10	Q4,050.00	Q40,500.00	
Escáner Digital		Q800.00	Q0.00	
Impresora Laser		Q1,300.00	Q0.00	
Mobiliario y Equipo			Q23,600.00	
Inversores de Voltajes	2	Q2,800.00	Q5,600.00	
Reloj de Pared		Q120.00	Q0.00	
Elaboración de Mueble para Computadoras	2	Q1,800.00	Q3,600.00	
Aire Acondicionado	1	Q3,500.00	Q3,500.00	
Escritorio Secretarial	1	Q1,400.00	Q1,400.00	
Archivo de 4 gavetas con llave	1	Q1,200.00	Q1,200.00	
Vitrinas	2	Q2,500.00	Q5,000.00	
Puerta de Vidrio Corrediza	2	Q1,500.00	Q3,000.00	
Extinguidores	1	Q300.00	Q300.00	
Papelería y Útiles			Q60.00	Q720.00
Papelería y Útiles	12	Q60.00	Q720.00	
Útiles y Enseres			Q80.00	Q960.00
Útiles y Enseres	12	Q80.00	Q960.00	
Sueldos Y Salarios			Q2,343.74	
Sueldos Y Salarios	1	Q2,343.74	Q2,343.74	
Cuota Patronal IGSS			Q1,114.96	
Cuota Patronal IGSS	1	Q1,114.96	Q1,114.96	
Bono 14			Q1,090.96	
Bono 14	1	Q1,090.96	Q1,090.96	
Aguinaldo			Q2,013.15	
Aguinaldo	1	Q2,013.15	Q2,013.15	
Indemnización			Q2,566.67	
Indemnización	1	Q2,566.67	Q2,566.67	
Mercadería			Q347,424.00	
Accesorios y Suministros Compra	12	Q28,952.00	Q347,424.00	
Total.....			Q476,513.48	

Fuente: Elaboración Propia tomando como guía, Libro de Contabilidad General y de Sociedades.

Anexo N°. 15, Tabla N°. 20, Proveedores.

Proveedores					
Base de Datos.					
N° .	Nombre	Dirección	Teléfono	Productos o Servicios	Correo Electrónico
1	Telecomunicaciones de Guatemala. (Telgua)	Santa Elena de la Cruz, Flores, Peten.	7926-5123	Servicio Telefónico y Acceso a Internet	
2	Inteligencia Artificial (Intelaf)	Centro Comercial Metronorte Zona 17 Plaza Anexo Nororiental Locales 7-8 Guatemala.	(502) 2328-0000 Fax. 2331-6927	Accesorios y Suministros por Mayoreo.	http://www.intelaf.com
3	Tecnología para Equipos de Oficina (Eqotec)	7 ave. 7-91, Zona 4 3er Nivel, Ciudad de Guatemala	(502) 2331-5716.	Accesorios y Suministros por Mayoreo.	http://www.eqotec.com /
4	Empresa de Venta de Tecnológica (World Compu)	San Benito, Petén a un costado de la farmacia moderna central.	7926-4355	Accesorios y Suministros por Mayoreo.	http://worldcompu.com /
5	Mario René Rodríguez Lara (Surtidora Total) Copropiedad.	7 Avenida 548 zona 1 Colonia La Ermita San Benito Petén	7926-3088	Accesorios y Suministros por Mayoreo, Mantenimientos	
6	Papeles Varios, S.A. (PAVSA)	3a. Calle 5-64, Zona 13 Pamplona Guatemala	2385-8660-2475-2177	Papelería y Útiles	pavsa@pavsa.com.gt
Total Demandantes.					

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo N°. 16, Descripción de Servicios Académicos:

<p style="text-align: center;">Técnico en Computación: Nivel Inicial</p> <p>Se considera como la educación inicial en computación, lo cual requiere de un año para que el estudiante logre una preparación académica. El propósito del curso de técnico en computación es que el estudiante aprenda el encendido y apagado correcto de una computadora, conocimiento básico de las partes externas principales de una computadora, uso correcto del Mouse, conocimiento de las partes del teclado, creación de documentos de tipo secretariales y de oficina, tanto documentos de texto como de cálculo lógico/matemáticos. Así como también el almacenamiento, edición y eliminación de archivos, proceso de configuración del perfil del usuario es decir la personalización de nuestro equipo.</p>
<p style="text-align: center;">Técnico Operador de Computadoras: Nivel Intermedio</p> <p>Se cursa en dos años de formación mediante la realización de ejercicios prácticos en un hora diaria, de lunes a viernes, se pretende preparar al estudiante en el manejo y uso de diferentes <i>Software</i> en un nivel intermedio, realizando documentos de tipo profesional y estéticos, logrando con esto un mejor formato presentable de los documentos o accesorios a realizar. En este curso el estudiante aprenderá a formatear una computadora, instalarle el Sistema Operativo, Instalar Programas entre ellos (<i>Word, Excel, Power Point, Access</i>), la importancia que tienen la instalación de un buen antivirus, y mantenerlos siempre actualizados.</p>
<p style="text-align: center;">Técnico Programador de Computadoras: Nivel Avanzado</p> <p>El estudiante aprenderá los lenguajes de programación, creación de bases de datos, códigos fuentes, códigos de <i>visual basic</i>, y en sí manejo del programa <i>Microsoft Access</i>, el estudiante aprenderá a crear tablas de datos, consultas, formularios, reportes/informes, macros, importar y exportar datos, conectarse mediante una red LAN a una base de datos. Tendrá la capacidad de crear programas específicamente en el ámbito laboral, controles de ventas, de almacén, de centro educativo, programa para control de activos y todo lo que demande un control estricto de datos, los cuales deban garantizar fidelidad y confidencialidad</p>
<p style="text-align: center;">Técnico en Mantenimiento y Reparación de Computadoras: Nivel Avanzado</p> <p>El objetivo de este curso es que el estudiante tenga las herramientas para la realización de mantenimiento preventivo y correctivo a un equipo de cómputo, detección de errores tanto de <i>Hardware</i> como de <i>Software</i>, así como detección de amenazas en el equipo (<i>Spyware, Spam, Virus, Troyanos</i>). El estudiante aprenderá a Instalar <i>Hardware</i> y <i>Software</i>, el mantenimiento e instalación de redes locales, preparando cables de red estructurados, aprenderá el conjunto de acciones y tareas periódicas que se realizan a un ordenador para ayudar a optimizar su funcionamiento y prevenir (como dice su nombre) fallos serios, prolongando así su vida útil.</p>
<p style="text-align: center;">Servicios Café Internet y venta de accesorios y suministros</p> <p>La empresa Click pondrá a disposición del demandante una sala anexa con los servicios de café internet contará con diez equipos de computación la venta de accesorios y suministros en la rama de la computación.</p>

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo N°. 17, Tabla N°. 21 Horarios de atención por servicios académicos

Distribución de Horarios			
Nivel	Curso	Jornada	Horario
Inicial	1er. Ingreso Técnicos en Computación	Matutina	07:00 a 08:00
			10:00 a 11:00
		Vespertina	14:00 a 15:00
			17:00 a 18:00
Fin de Semana Sábado	08:00 a 12:00		
Intermedio	2do. Ingreso Técnicos Operadores de Computadoras	Matutina	08:00 a 09:00
			11:00 a 12:00
		Vespertina	15:00 a 16:00
		Nocturna	19:00 a 20:00
		Fin de Semana Sábado	14:00 a 18:00
Fin de Semana Domingo	08:00 a 12:00		
Avanzado	3er. Ingreso Técnicos Programadores de Computadoras y Técnicos en Mantenimiento y Reparación de Computadoras.	Matutina	09:00 a 10:00
		Vespertina	13:00 a 14:00
			16:00 a 17:00
Nocturna	20:00 a 21:00		

Horarios de los Cursos: Distribución de horarios de los diferentes cursos que serán ofrecido tomando en consideración el tiempo de los usuarios

Fuente: Elaboración propia.

Anexo N°. 18, Tabla N°. 22, Cuotas de Mensualidades.

Inscripción General	Mensualidades		
	1er. Ingreso	2do. Ingreso	3er. Ingreso
Q60.00	Q100.00	Q110.00	Q125.00

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N°. 19, Publicidad

La Empresa "Click" ofrece los Servicios Académicos en Computación, Café Internet, venta de Accesorios y suministros en la rama de la computación.



INTERNET GRATIS !!!

Para los primeros 10 clientes por apertura



INSCRIPCIONES ABIERTAS

Descuentos especiales por apertura.

Requisito de inscripción

- **TECNICO EN COMPUTACION:** Haber aprobado el Curso Libre de Mecanografía
- **TECNICO OPERADOR DE COMPUTADORAS:** Haber aprobado el Curso de Técnico en Computación
- **TECNICO PROGRAMADOR DE COMPUTADORAS:** Haber aprobado los Cursos de Técnico en Computación, y Técnico Operador de Computadoras
- **TECNICO EN MANTENIMIENTO Y REPARACION DE COMPUTADORAS:** Haber aprobado los tres cursos anteriores.

PRESENTAR FE EDAD ORIGINAL, FOTOCOPIA DE CEDULA O DPI.

Distribución de Horarios			
Nivel	Curso	Jornada	Horario
Inicial	1er. Ingreso Técnicos en Computación	Mañana	07:00 a 08:00
			10:00 a 11:00
		Vespertina	14:00 a 15:00
			17:00 a 18:00
Fin de Semana Sábado	08:00 a 12:00		
Intermedio	2do. Ingreso Técnicos Operadores de Computadoras	Mañana	08:00 a 09:00
			11:00 a 12:00
		Vespertina	15:00 a 16:00
			Nocturna
		Fin de Semana Sábado	14:00 a 18:00
Fin de Semana Domingo	08:00 a 12:00		
Avanzado	3er. Ingreso Técnicos Programadores de Computadoras y Técnicos en Mantenimiento y Reparación de Computadoras.	Mañana	09:00 a 10:00
			13:00 a 14:00
		Vespertina	16:00 a 17:00
Nocturna	20:00 a 21:00		

Fuente. Elaboración Propia

Anexo N°. 20, Glosario.

- a) Control: Es la función administrativa que consiste en medir y corregir el los planes y objetivos de las empresas. Implica medir el desempeño contra las metas y los planes, muestra donde existen desviaciones con los estándares y ayuda a corregirlas.

- b) Comercialización: Proceso mediante el cual los bienes producidos llegan al consumidor.

- c) Competencia: Rivalidad entre las empresas que desean obtener mayor ganancia de un mismo mercado.

- d) Consumidor: Personas o empresas que utilizan un bien producido.

- e) Costo: Se define como un desembolso que se registra en su totalidad.

- f) Diagnóstico: Arte o acto de conocer la naturaleza de una enfermedad mediante la observación de sus síntomas y signos.

- g) Dirección: Es la capacidad de influir en las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo, implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales.

- h) Eficacia: Consiste en lograr los objetivos propuestos.

- i) Eficiencia: Obtención de un producto o servicio, en el menos tiempo posible y al mínimo costo, mediante la adecuada utilización de los recursos.

- j) Estrategia: Es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establece la frecuencia coherente de las acciones a realizar.

- k) Estrategias Competitivas: Es la que detecta a los competidores más directos e identifica sus comportamientos competitivos.

l) Gestión: Es un proceso que comprende determinadas funciones y actividades laborales que los gestores deben llevar a cabo a fin de lograr los objetivos buscados.

m) Globalización: Internalización de los mercados. Romper las barreras de los mercados internacionales para poder incorporar en cada país los servicios financieros y de producción.

ñ) Indicador: Es un punto que en una estadística simple o compuesta, refleja algún rasgo importante de un sistema; debe ser medible, relevante y vinculante.

o) Inversión: Es la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad. Ejemplo: maquinaria, equipo, obras públicas, bonos, títulos, valores, etc. Comprende la formación bruta de capital fijo y la variación de existencias de bienes generados en el interior de una economía. Adquisición de valores o bienes de diversa índole para obtener beneficios por la tenencia de los mismos que en ningún caso comprende gastos o consumos, que sean por naturaleza opuestos a la inversión.

p) Logística: Conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.

q) La capacidad de producción: Es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada.

r) Optimizar. Buscar la mejor manera de realizar una actividad.

s) Plan: Esquema o método de actuar o hacer o proceder, etc.; Esquema diseñado para lograr un fin, organización de un conjunto de tareas y recursos para lograr un fin.; Un proyecto o propósito específico; Proyecto o curso de acción tentativo, conjunto de tareas o acciones previstas, esperadas, tentativas

t) Productividad: Es la relación entre la cantidad y calidad de bienes o servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados para producirlos.

u) Presupuesto: Son estados de recursos financieros que se conservan para una actividad determinada en un tiempo establecido.

v) Producción: Actividad que transforma determinados bienes en otros que poseen una utilidad mayor.

w) Sistema: Conjunto organizado de cosas o partes interactuantes que se relacionan formando un todo unitario y complejo.

y) Viabilidad: Dicho de un asunto que por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo.

Anexo N°. 21, Reglamento Interno.



Centro de Computación, “Click” Disposiciones Generales

El presente documento dicta las normas y reglas de la empresa Click, de los diferentes servicios que se brindaran.

Los objetivos de la empresa son:

General.

- Posesionar la empresa dentro del mercado local, como el centro de computación, café internet, venta de accesorios y suministros innovadores que brinde atención personalizada, con calidad y cobertura en el ámbito tecnológico actual.

Específicos

- Contar con personal docente calificado en la impartición de los diferentes cursos técnicos a ofrecer en la cartera de servicio.
- Contar con equipo, mobiliario e instalaciones que llenen los requisitos pedagógicos dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Mantener control constante de calidad en los bienes y servicios que se ofrecen.
- Posicionar a la empresa en la mente del consumidor a través de elementos publicitarios de solida calidad.

Primero: Privilegios que tendrán los usuarios:

- Espacio en disco para almacenamiento temporal de archivos, mientras dura la sesión de estudio o trabajo (solo para usuarios y docentes).
- Acceso a Internet e Intranet en todos los equipos.
- Recepción y envío de correos electrónicos.
- Ejecución de aplicaciones multimedia.
- Impresión de archivos (este servicio implica un costo adicional)
- Vacunación y eliminación de virus en los medios magnéticos de los usuarios.

Segundo: Condiciones para hacer uso de los Servicios.

- Los cursos se impartirán de forma presencial o a distancia.
- A cada usuario se le asignara clave de acceso que le permitirá ingresar al sistema y las aplicaciones disponibles.
- A cada usuario les proporcionara un gafete que los identificará mientras permanezcan en las instalaciones.

Tercero: Requisitos para acensar a los Servicios

- Estar inscrito como usuario de la empresa.
- Presentar gafete de identificación vigente.
- Estar al día con sus cuotas de inscripción y colegiaturas, presentando el recibo correspondiente.
- Que sea el horario que le corresponda.
- En el caso del personal académico o administrativo, deberán portar gafete de identificación vigente.
- Si se tratara de usuarios egresados deberán solicitar el permiso correspondiente para dicho ingreso.

Cuarto: Derechos y Responsabilidades de los Usuarios

Son derechos de todos los usuarios:

- Que se les asigne un equipo en forma individual.
- Que el equipo asignado esté en buen estado y disponga del software autorizado, antivirus actualizado para detectar y eliminar todo tipo de virus y programas que puedan infectar y dañar.
- Pedir intervención del docente cuando existan duda o consulta sobre la operación de software o hardware.
- Obtener gratuitamente el grabado de su información en disco compacto, siempre y cuando proporcione los discos vírgenes necesarios.
- Tener la posibilidad de imprimir sus archivos, siempre y cuando cubra los gastos que estos generan
- Contar con su usuario y clave de acceso.

- Que el software instalado en los equipos invariablemente deberá ser original y estar respaldado por las licencias que amparen su uso en cada uno de los equipos, en estas circunstancias queda terminantemente prohibida la instalación de software irregular (pirata).

Quinto: Responsabilidades:

- Respetar los horarios evitando permanecer en las instalaciones por más tiempo del establecido.
- Portar gafete que lo acredita como usuario durante la permanencia en las instalaciones; la pérdida o maltrato del mismo ocasionará su reposición cubriendo los gastos.
- Mantener las cuotas de colegiatura al día evitando negación de evaluaciones.
- Demostrar respeto a compañeros y docentes dentro y fuera de las instalaciones.
- No rayar ni maltratar el mobiliario y equipo.
- Cuando un equipo presente fallas avisar inmediatamente al docente o encargado para que sea auxiliado oportunamente.
- Cubrir con los gastos de reparación y/o reposición del equipo dañado cuando esto sea consecuencia de su mal uso o desatención por parte del usuario
- No realizar actividades que disturben el trabajo del resto; si tiene necesidad de utilizar aplicaciones multimedia deberán utilizar los audífonos proporcionados por la empresa.
- Mantener limpia su área de trabajo, tirar la basura en su lugar.
- Utilizar exclusivamente el equipo que se le asigne, pues no se permite que dos o más personas utilicen el mismo equipo, a menos que la actividad lo justifique.
- Utilizar de forma personalizada y confidencial su clave y contraseña de acceso, por lo que en ningún caso deberá darla a conocer a terceros, el mal uso de que pueda ser objeto será de su absoluta responsabilidad.
- Revisar e inmunizar o desinfectar los medios magnéticos de su propiedad, antes de usarlos en el equipo asignado.
- La utilización del equipo que se le asigne es exclusivamente para la realización de tareas académicas, por lo tanto, cualquier información que no corresponda con lo anterior significará incurrir en faltas sancionatorias.
- No copiar y/o hacer mal uso del software instalado en los equipos.

- No instalar o hacer uso de algún software o aplicaciones no autorizadas, cambios en la configuración o borrar información del disco duro.
- Evitar violar la seguridad del sistema utilizando claves y contraseñas distintas a las registradas, así como el uso de herramientas de monitoreo de contraseñas o uso de privilegios para tener acceso a información no propia.
- Reportar cualquier anomalía o falla que se presente en el equipo que se le ha asignado.
- Mantener cerrada la puerta de la sala cada vez que entre o salga de ella para contribuir a que los equipos de aire acondicionado funcionen de forma adecuada.
- La presencia debe ser con diez minutos de anticipación a la hora de inicio.
- No consultar páginas pornográficas.
- No fumar ni introducir y consumir cualquier tipo de bebidas o alimentos dentro de las instalaciones del Centro de Computación.
- No introducir radios, mini grabadoras, televisores portátiles ni cualquier otro aparato electrónico o accesorio que pueda disturbar las actividades de sus compañeros.
- No mover el equipo del lugar asignado;
- No manipular los controles del aire acondicionado.
- No permanecer más de quince minutos fuera de las instalaciones cuando se les permita ausentarse de clases o cuando estén haciendo uso de los servicios de manera independiente.
- Ingresar al Centro de Computación solo si el catedrático se encuentra presente.
- No utilizar las salidas de emergencia si no se presenta un evento que justifique tomar esta medida.

Sexto: Responsabilidad de los Docentes.

- Puntualidad en el cumplimiento de su horario de trabajo como en el desarrollo de sus actividades.
- Realizar reportes Semanales, Mensuales y Bimestrales.
- Informar al Administrador oportunamente sobre cualquier anomalía encontrada o provocada en los equipos durante el desarrollo de su clase.
- Vigilar el comportamiento de los estudiantes durante la impartición de su clase.
- Presentación de informes, reportes de avances temáticos de usuarios en general

- Mantener actualizados los registros internos de asistencia de los usuarios a su cargo.

Séptimo: Sanciones

Faltas Cometidas	Sanción
Pérdida de gafete	Reposición de gafete y pago de (Q. xxx xxx)
Conducta irrespetuosa hacia compañeros, docentes o personal del Centro de Cómputo	Retiro de las Instalaciones, previo a visto a padres o encargado del estudiante.
Rayar o maltratar mobiliario y/o equipo	Pagar el costo de la reparación y suspensión hasta que se efectúe el pago
Provocar disturbios en la sala, tirar basura	Retiro de la instalaciones
Pérdida u olvido de la clave de acceso o contraseña	Solicitar Reposición de la misma,
Utilizar la clave de acceso y contraseña de otra persona	Suspensión durante dos clases o sesiones, tanto a quien prestó la clave como a aquél o aquellos que la utilizaron
Presentarse a clase después de la tolerancia permitida	No se permitirá el acceso
Infectar con virus el equipo	Suspensión de una clase.
Daño del equipo por la infección de virus o programas dañinos	Pagar el costo de la reparación y suspensión hasta que se efectúe el pago
Consultar pornografía en archivos o la red	Suspensión indefinida
Juegos, chat, música, cadenas, no autorizadas por el docente. etc.	Retiro de las Instalaciones
Fumar e introducir y/o consumir cualquier tipo de bebidas y alimentos dentro de las instalaciones	Retiro de las Instalaciones
Mover equipo de su lugar o modificar sus conexiones	Retiro de las Instalaciones
Instalar y hacer uso de software o aplicaciones no autorizadas por el docente.	Suspensión y retiro de las Instalaciones por tres clases
Manipular por su cuenta los controles del aire acondicionado	Retiro de las Instalaciones
Permanecer más de cinco minutos dentro de las instalaciones portando gafete de visitante	Retiro de las Instalaciones
Ausentarse más de quince minutos una vez iniciada la clase o sesión	No se permitirá el retorno a las instalaciones hasta el siguiente día de clases, solo para retirar sus pertenencias
Utilizar las salidas de emergencia cuando no ocurra un evento que justifique tomar esta medida	Suspensión de una clase y retiro de las Instalaciones
Enviar archivos a impresión sin contar con el permiso correspondiente	Retención de los documentos impresos, registro en la lista de deudores y la suspensión de clases
Sustraer equipo, objetos o dispositivos de las instalaciones sin la debida autorización.	Suspensión indefinida y en su caso expulsión o rescisión del contrato de trabajo en caso del catedrático

Octavo: El presente reglamento entro en vigor a partir de la apertura de la empresa, los casos no previstos en el presente reglamento serán resueltos por el propietario, el administrador y docentes, la actualización del mismo se llevará a cabo en consenso a lo dispuesto por las partes interesadas de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo N°. 22, Resolución de Acreditación y Certificación Centro de Computación.



DIRECCION GENERAL DE ACREDITACION Y CERTIFICACION –DIGEACE– Guatemala, Veinticinco de Febrero del año

Resolución N°. 00 00 00 DIGEACE/0000

Visto el expediente presentado por el Perito Contador con Orientación en Computación Balentin García Rodríguez, quien se identifica con cedula de vecindad N° de Orden P-17 y registro numero 16,288 extendida por la Municipalidad de Melchor de Mencos, departamento del Peten, propietario del Centro de Computación “Click”, ubicado en Barrio El Centro, frente al Estadio Olímpico, municipio de Melchor de Mencos, departamento de Peten, donde solicita autorización de Servicios Académicos en computación y la aprobación del Proyecto Educativo Institucional para impartir los cursos de Técnico en Computación, Técnico Operador de Computadoras, Técnico Programador de Computadoras, Técnico en Mantenimiento y Reparación de Computadoras, en jornadas matutina, vespertina y nocturna, en plan diario y fin de semana (sábado y domingo).

CONSIDERANDO:

Que al analizar el Proyecto Educativo Institucional (PEI) se estableció que cumplió satisfactoriamente con los requisitos establecidos por la Dirección General de Acreditación y Certificación, por lo que se estima procedente conceder la aprobación solicitada.....

POR TANTO:

Con fundamento en lo que determinan los artículos 1.3 y artículos 9 incisos a,b,c,f del Acuerdo Ministerial N°. 225-2008 de fecha 12 de septiembre del 2,008 y los artículos 1,2,3 y 4 correspondientes al Acuerdo Ministerial N°. 2733-2007 de fecha 21 de noviembre del 2007.....

RESUELVE:

PRIMERO: Autorizar el funcionamiento de los servicios académicos en computación y la aprobación del Proyecto Educativo Institucional (PEI) del Centro de Computación “Click” ubicado en Barrio El Centro, frente al Estadio Olímpico, municipio de Melchor de Mencos, departamento de Peten, para impartir en jornadas matutina, vespertina y nocturna, en plan diario y fin de semana (sábado y domingo), los cursos de Técnico en Computación, Técnico Operador de Computadoras, Técnico Programador de Computadoras, Técnico en Mantenimiento y Reparación de Computadoras, bajo la dirección técnica y administrativa del Perito Contador con Orientación en Computación Balentin García Rodríguez, quien se identifica con cedula de vecindad N° de Orden P-17 y registro numero 16,288 extendida por la Municipalidad de Melchor de Mencos, departamento del Peten, durante un año, con sujeción a las leyes, reglamentos y demás disposiciones del Ministerio de Educación.



SEGUNDO: El Centro de Computación "Click" queda sujeto a la Dirección Departamental de Educación de su Jurisdicción, en cuanto a la ejecución de planes, programas educativos y control de cuotas autorizadas, debiendo someterse a una evaluación externa al final del año para el cual fue autorizado su funcionamiento, debiendo además presentar una auto evaluación del alcance de las metas contempladas en el Proyecto Educativo Institucional.....

TERCERO: La Dirección General de Acreditación y Certificación de la Dirección Departamental de Educación en Peten comprobarán mediante monitoreo el fiel cumplimiento de lo establecido en el Proyecto Educativo Institucional, por lo que la Academia de Computación no podrá ofrecer a la población estudiantil y público en general los servicios académicos que no estén autorizados ni contemplados en el PEI, el incumplimiento a esta disposición puede ocasionar el cierre del código que la identifica dentro del sistema del Ministerio de Educación.

CUARTO: La presente resolución cobra vigencia a partir de la fecha en que resuelve DIGEACE.

NOTIFIQUESE:

NOTIFÍQUESE

(Nombre)
(Cargo)
Ministerio de Educación

Fuente: Dirección General de Acreditación y Certificación, Ministerio de Educación

Anexo N°. 23, Resolución de Apertura del Centro de Computación.



COORDINACION DE EDUCACION EXTRAESCOLAR DE LA DIRECCION DEPARTAMENTAL DE EDUCACION, SANTA ELENA DE LA CRUZ FLORES, PETEN, VEINTIOCHO DE FEBRERO DEL AÑO DOS MIL=====

Resolución N°. -201

LA DIRECCION DEPARTAMENTAL DE EDUCACION PETEN.

En el ejercicio de las facultades que le confiere el Artículo 1º y 2º del Acuerdo Gubernativo N°. 165-96 "Creación de las Direcciones Departamentales de Educación y Artículo 23º y 24º del Decreto Legislativo 12-91 de fecha 12-01-1991 "Ley de Educación Nacional, el artículo 78 de su Reglamento Vigente.

RESUELVE

1º. Autoriza la Apertura Trianual de funcionamiento del Centro de Computación "Click" ubicado en Barrio el Centro, frente al Estadio Olímpico del municipio de Melchor de Mencos, Peten. Se reconoce como propietario y director al Perito Contador Con Orientación en Computación Balentín García Rodríguez, identificado con cedula de vecindad numero de orden P-17 y registro 16,288 extendida por la Municipalidad de Melchor de Mencos, Peten. Donde se amparan los servicios académicos educativos siguientes: Técnico Operador de Computadoras, Técnico Programador de Computadoras y Técnicos en Mantenimiento y Reparación de Computadoras.

2º. Autorizar las cuotas siguientes:

Nº.	Servicios Académicos Educativos	Cuotas Unicas de Inscripción	Cuotas Mensuales de Colegiaturas
1	Técnico en Computación	Q. 100.00	Q. 100.00
2	Técnico Operador de Computadoras	Q. 110.00	Q. 110.00
3	Técnico Programador de Computadoras	Q. 125.00	Q. 125.00
4	Técnico en Mantenimiento y Reparación de Computadoras	Q. 125.00	Q. 125.00

3º El establecimiento de la labor. Plan diario de lunes a viernes, en jornada matutina de 07:00 a 12:00 horas, jornada vespertina de 13:00 a 18:00 horas, jornada nocturna de 19:00 a 21:00 horas, plan fin de semana, sábado jornada matutina de 08:00 a 12:00 horas, jornada vespertina de 14:00 a 18:00 horas, domingo jornada matutina de 08:00 12:00 horas.

4º El Director del establecimiento debe cumplir con las leyes, reglamentos y disposiciones emanadas del Ministerio de Educación.

5º. La presente resolución suerte sus efectos a partir del ciclo escolar 2,01 y finaliza el treinta y uno de diciembre del año dos mil doce.

NOTIFIQUESE:

Fuente: Ministerio de Educación, Coordinación de Educación extraescolar de la Dirección Departamental de Santa Elena de la Cruz.