

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



Moto Servicios El Profe
(Práctica Empresarial Dirigida-PED-)

Jonatán Benjamín Camposeco Mateo

Playa Grande, Ixcán, abril 2015

Moto Servicios El Profe
(Práctica Empresarial Dirigida-PED)

Jonatán Benjamín Camposeco Mateo

Lic. Mario Roberto Montenegro, (Asesor)
M. Sc. Dora Leonor Urrutia de Morales, (Revisora)

Playa Grande, Ixcán, abril 2015

Autoridades de la Universidad Panamericana

M Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Vicedecano

Lic. Ovidio Nehemías López Herrera

Coordinador Regional I

Lic. Milward Mandhiver Menchú Chávez

Coordinador de Sede

**Tribunal que practicó el examen general de la
Práctica Empresarial Dirigida –PED-**

Licda. Sermiria Maribel Juárez Isem.

Examinadora

Lic. Jorge Mario Ical Rax.

Examinador

Lic. Arturo Eugenio Sánchez Chavarría.

Examinador

Lic. Mario Roberto Montenegro

Tutor

M. Sc. Dora Leonor Urrutia de Morales

Revisora



**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.0022-2015

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 05 DE MARZO DEL 2015
SEDE PLAYA GRANDE**

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Mario Roberto Montenegro, tutor y Licenciada Dora Urrutia de Morales, revisora de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto -PED- titulada "Moto Servicios El Profe", Presentado por él (la) estudiante Jonatán Benjamín Camposeco Mateo, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No.1627, de fecha 08 de noviembre del 2014; **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, 27 de febrero de 2014.

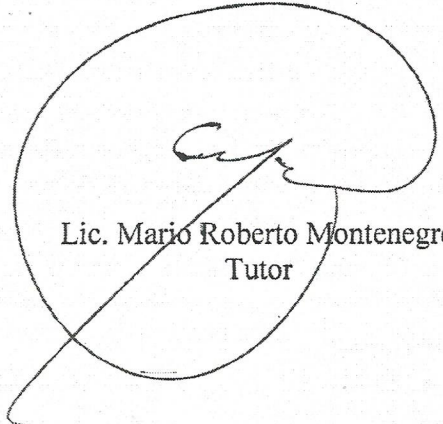
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Licenciatura en Administración de Empresas.
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la tutoría de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- del tema “**MOTO SERVICIOS EL PROFE**”, realizada por **Jonatán Benjamín Camposeco Mateo**, 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 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, con una nota de setenta y siete (77) de 100 puntos.

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



Lic. Mario Roberto Montenegro
Tutor

MSc. Dora Leonor Urrutia Morales de Morales

Maestría en Gerencia Educativa

Licenciada en Pedagogía con Orientación en Administración y Evaluación Educativa

Guatemala, 23 de Agosto 2014

Señores:

Facultad de Ciencias Económicas

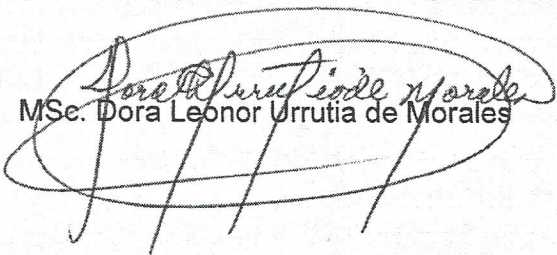
Universidad Panamericana

Ciudad

Estimados Señores:

En relación al trabajo de Práctica Empresarial Dirigida (PED) del Tema: **"Moto Servicios el Profe"** Realizado por: Jonatán Benjamín Camposeco Mateo, carné No.0807024, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del mismo y se hace constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana. Por lo tanto doy el dictamen de aprobado para realizar el Examen Técnico Profesional (ETP).

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


MSc. Dora Leonor Urrutia de Morales



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"


REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 0466.2015

El infrascrito Secretario General EMBA. Adolfo Noguera Bosque y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hace constar que el estudiante Camposeco Mateo, Jonatán Benjamín con número de carné 0807024, aprobó con 74 puntos el Examen Técnico Profesional, de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas, el día ocho de noviembre del año dos mil catorce.

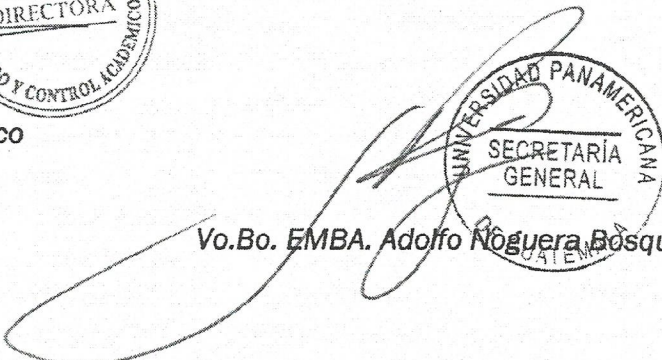
Para los usos que el interesado estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los veintiún días del mes de marzo del año dos mil quince.

Atentamente,


M.Sc. Vicky Sicajol
Directora

Registro y Control Académico




Vo.Bo. EMBA. Adolfo Noguera Bosque



Luis Alberto Mendoza
cc. Archivo.

Dedicatoria y Agradecimientos

A DIOS

Por su misericordia, por la vida, por los medios y recursos que facilitaron el logro de este nivel académico; sobre todo por la vida, la salud y la fortaleza que me dio ante las adversidades de la vida como estudiante.

A MIS QUERIDOS PADRES

Bruno Emilio Camposeco Silvestre y Marta Mateo Velásquez, quienes me apoyaron incondicionalmente.

A MI ESPOSA

Rosalinda Guadalupe Sam Mendoza quien ha estado conmigo ante las adversidades de la vida y me ha dado el apoyo para seguir adelante.

A MIS HIJOS

Lorena Guadalupe Camposeco Sam y Jonathan Josué Camposeco Sam, quienes en su inocencia se sacrificaron en este proceso de estudios.

A MIS HERMANOS Y HERMANAS

Gracias por su apoyo.

A MIS COMPAÑEROS DE PROMOCIÓN

Con mucho aprecio.

A LA UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Por acercar la oportunidad de estudiar en mi pueblo.

A MI COMUNIDAD

Donde con mi trabajo obtuve los recursos económicos para estudiar.

A LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

A TODOS LOS QUE CONTRIBUYERON A LA REALIZACIÓN DE ESTE PROYECTO

Índice

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	
Conceptos teóricos	
1.1 Conceptualización de empresa	1
1.2 Terminología	2
Capítulo 2	
Recopilación y análisis de datos	
2.1 Proceso de muestreo	6
2.2 Metodología	7
2.3 Resultados de la encuesta	7
2.4 Interpretación de resultados	8
2.5 Identificación de competidores	13
2.6 Oferta del servicio	15
Capítulo 3	
Plan de mercadotecnia	
3.1 Servicio	16
3.2 Precio	17
3.3 Plaza	20
3.4 Promoción	21
3.4 Análisis FODA	22
3.5 Análisis de Porter	23
3.6 Descripción de la empresa	25
3.7 Marco estratégico	26

Capítulo 4

Marco operativo

4.1	Descripción del servicio	28
4.2	Manual de procedimientos	29
4.3	Aprovisionamiento	31

Capítulo 5

Sistema organizacional

5.1	Organización de recursos humanos	34
5.2	Descripción y especificaciones de puestos	35
5.3	Estructura legal	39
5.4	Flujograma de inscripción de la empresa	40

Capítulo 6

Estudio económico financiero

6.1	Estructura del capital	41
6.2	Estimación inversión inicial	41
6.3	Crecimiento anual	44
6.4	Estados financieros	47
6.4.1	Estado de resultados periodo 2014-2018	47
6.4.2	Balance general proyectado periodo 2014-2018	48
6.4.3	Flujo de caja	49
6.5	Viabilidad del proyecto	51
6.5.1	Operacional	52
6.5.2	De mercado	52
6.5.3	Económica	53

Conclusiones	54
---------------------	----

Recomendaciones	55
------------------------	----

Bibliografía	56
---------------------	----

Anexos	57
---------------	----

Resumen

Moto Servicios El Profe: es una empresa individual con finalidad lucrativa, dedicada al servicio de mantenimiento y reparación de motocicletas en la región de Ixcán, sus metas son: satisfacer las necesidades de los usuarios, cumplir con las exigencias de calidad y ofrecer precios accesibles. Contar con local amplio y cómodo para brindar servicio de reparación y mantenimiento a vehículos de dos ruedas constituye su principal fortaleza.

El número significativo de usuarios de este tipo de vehículos y las deficiencias de la competencia propician la oportunidad para que esta actividad sea rentable y con oportunidad de crecimiento a mediano plazo. La imagen de la empresa resalta el beneficio que el usuario obtiene con la implementación oportuna del negocio y de las oportunidades de empleo que genera en el municipio.

Los estudios de factibilidad realizados determinan que la inversión es recuperable a partir del segundo año y evidencian que la Tasa de Rentabilidad Promedio (TRP) y la tasa interna de Retorno (TIR) son mayores a la tasa de interés otorgada por la Institución Bancaria, esto indica que el proyecto es rentable, ingresa al mercado y se posiciona en tiempo prudencial para satisfacer las expectativas de los usuarios.

Además se consideraron otros factores como la ubicación, estrategias de promoción y conservación de clientes, aunque son factores rezagados en un segundo plano, para el presente estudio se han tomado en cuenta dado a que una de las políticas de la empresa es la calidad en todo el proceso del servicio.

Introducción

La creación de empresa es una de las alternativas de los profesionales, promueve el desarrollo económico personal, local y se proyecta al país. Busca propiciar el desarrollo de la comunidad y logra el mayor crecimiento económico y social, mejora la calidad de vida, tanto de colaboradores como emprendedores.

Este documento consta de cuatro capítulos que detallan el proceso de elaboración de la Práctica Empresarial Dirigida. –PED-. Busca plasmar la creación de una empresa de servicio y reparación de motocicletas ubicada en el municipio de Ixcán, departamento del Quiché, para ello se inició con la selección del negocio a crear, se describen los servicios y la estrategia competitiva que se implementará para hacer frente a la competencia.

Se realizó un análisis minucioso del entorno de la empresa para conocer sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades con respecto a la competencia, para tomar las decisiones correctas y enfrentar con éxito cualquier situación adversa e inoportuna.

Este proyecto comprende todos los aspectos que dan forma a la Empresa Moto Servicios El Profe y se estableció la misión, visión, valores, metas, estrategias, y la organización que permitirá el correcto funcionamiento administrativo. Además se detallan los requerimientos para cada uno de los puestos que serán generados en la empresa.

En el área de aprovisionamiento e insumos se busca a los proveedores que tendrá la empresa para agenciarse de los insumos necesarios para brindar el servicio oportunamente, (costos de flete, créditos y otros, a los que se puede optar al momento de generar el servicio).

Capítulo 1

Conceptos teóricos

En este apartado se establecen definiciones básicas y opiniones de diferentes escritores y expertos en la materia, que permitirán ampliar los conocimientos para la creación de la presente empresa.

1.1 Conceptualización de empresa

La conceptualización de lo que es una micro, pequeña o mediana empresa, es un punto de constante discusión a nivel internacional; resulta difícil y complejo dada la diversidad de las empresas que componen el sector y, lograr una definición única con los mismos criterios es difícil por la diversidad de cada mercado y sus condiciones. El criterio de clasificación más común empleado en países desarrollados y en vías de desarrollo, es el número de trabajadores; además con frecuencia se utilizan variables como el valor de los activos y el volumen de ventas. En Guatemala existen diferentes criterios para lograr una definición acertada sobre empresa.

El Ministerio de Economía, clasifica las empresas por el número de empleados, el Banco Centroamericano de Integración Económica, utiliza el criterio de número de empleados, con diferentes dimensiones para cada segmento; la Cámara de la Industria Guatemalteca utiliza dos tipos de definiciones: una para la clasificación de beneficiarios de programas de apoyo que sigue un criterio de cantidad de empleados, la otra para clasificar las empresas industriales basado en activos totales, cantidad de empleados y ventas anuales; y AGEXPORT utiliza el criterio de tamaño de activos.

Microempresa

Es toda unidad; que realiza actividades de producción, servicios o comerciales con la participación directa del propietario y un máximo de diez trabajadores.

Pequeña empresa

Toda unidad de producción, que realiza actividades de producción, servicios o comerciales con la participación directa del propietario y un máximo de veinticinco trabajadores.

Mediana empresa

Toda unidad de producción, que realiza actividades de producción, servicios o comerciales con la participación directa del propietario y un máximo de sesenta trabajadores.

En el cuadro siguiente se encuentran los diferentes criterios que serán el punto de partida para la creación de la empresa Moto Servicios el Profe, catalogada como mediana empresa según los criterios de AGEXPORT.

Gráfica 1

Criterios para la definición de las MIPYMES en Guatemala

Entidad	Criterio	Micro	Pequeña	Mediana
MINECO	Empleados	1 a 10	11 a 25	26 a 60
CIG	Empleados	1 a 5	6 a 50	51 a 100
BCIE	Empleados	1 a 10	11 a 40	41 a 60
AGEXPORT	Activos	Hasta Q 50,000.00 en activos	Hasta Q 500,000.00 en activos	Hasta Q 2,000,000.00 en activos

Fuente: Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Elaboración propia

1.2 Terminología

Servicio

Es un conjunto de actividades que busca responder a las necesidades de un cliente. Un servicio se diferencia de un bien físico en que el segundo se consume y se desgasta a medida que se utiliza; mientras el servicio no se desgasta. De acuerdo a su finalidad pueden ser Servicios Públicos o Servicios Privados.

Mantenimiento

Se refiere la revisión periódica del vehículo, que permite, ajustar y sustituir las piezas o aditivos deteriorados o que por norma general deben cambiarse después de haber alcanzado cierto kilometraje. El objetivo de este proceso, es prevenir y corregir cualquier probabilidad de fallas del vehículo.

Reparación

Consiste en reconstruir, sustituir o ajustar partes deterioradas del vehículo por el uso constante, o incorrecto. Puede darse en condiciones previstas o imprevistas. A diferencia de un servicio de mantenimiento que ocurre de manera periódica; éste se da hasta notar un fallo en el funcionamiento del mismo. Su objetivo es volver el vehículo a su estado funcional y óptimo.

Calidad

Condición requerida en todos los procesos y elementos necesarios para la prestación de un servicio, o disposición de un producto al mercado con el fin de cumplir con las expectativas del consumidor. Para el efecto, se denomina Calidad Total cuando se han cumplido estándares de excelencia desde la recepción del cliente, hasta la post entrega del servicio o producto.

Motocicleta

Es un vehículo de dos ruedas impulsado por un motor que acciona la rueda trasera, salvo raras excepciones. El cuadro o chasis y las ruedas constituyen la estructura fundamental del vehículo. La directriz recae en la rueda delantera. Puede transportar hasta dos personas, y tres en algunos casos.

Moto taxi

El término moto taxi, es definido por el diccionario de la Real Academia Española como motocicleta de tres ruedas y con techo que se usa como medio de transporte popular para trechos cortos a cambio de dinero, de la misma forma que un taxi.

Expectativa

Es la posibilidad razonable, de realizar o conseguir algo, al ocurrir un suceso que se espera. La expectativa surge en casos de incertidumbre cuando aún no está confirmado lo que ocurrirá. En psicología se afirma que si la expectativa no se cumple, el sujeto experimenta decepción. Por lo general, si la realidad supera las expectativas la persona sentirá alegría por la sorpresa. En referencia a este tema, MASSESA S.A una de las empresas más grandes de Guatemala, distribuidora de motos de fabricación hindú, creó una red de talleres, con características estandarizadas para atender a sus clientes. En el año 2009 realizó un estudio a nivel nacional para determinar las expectativas de los usuarios y obtuvo los siguientes datos:

Gráfica 2

Expectativas de los usuarios de motocicleta al momento de acudir a un taller de servicios

No.	Expectativa	Porcentaje
01	Excelente procedimiento de servicio	29%
02	Facilidades de pago	26%
03	Precios razonables	19%
04	Seguimiento	15%
05	Calidad del producto	6%
06	Garantía	5%
	Sumatoria	100%

Fuente: elaboración propia. Manual de Estandarización de Talleres MASESA.

El estudio le permitió a la empresa dividir la prestación del servicio en cinco momentos: recepción, reparación, pre-entrega, entrega y post entrega.

Recepción: implica recibir y tomar las órdenes del cliente, verificar el estado exterior del vehículo, hacer el diagnóstico respectivo que permitirá establecer el costo estimado y la forma de pago, así mismo se establecerá el tiempo que durará el servicio y la hora de entrega.

Reparación: consiste en la realización del trabajo requerido según la orden de servicio. Es importante informar al cliente si el vehículo requiere trabajo adicional para que lo apruebe.

Pre-entrega: implica confirmar la condición del vehículo, corroborar si se completó la inspección requerida y si está listo para ser entregado. Se debe realizar el recordatorio del siguiente servicio.

Entrega: inicia con una explicación del trabajo realizado, se debe aconsejar al usuario sobre el cuidado del vehículo. Por último es importante agradecer al cliente por su preferencia.

Post-entrega: con una llamada telefónica se puede dar seguimiento al trabajo realizado; permite confirmar la satisfacción del cliente, recordarle el siguiente servicio y reiterarle agradecimiento por su preferencia.

La proporción de motociclistas que hacen el mantenimiento a sus motos es más elevada que los automovilistas. Este vehículo, no solo es utilizado como un simple medio de transporte; el propietario se place en el manillar de la moto, cuya conducción es más fina y sensible que cualquier otro automóvil.

Capítulo 2

Recopilación y análisis de datos

El estudio se dirigió a las personas que utilizan una motocicleta de las marcas MOTO IMPORT, SUZUKI, MASESA, MOTOTAXIS TVS Y BAJAJ. Las distribuidoras constituidas en el municipio, han vendido en promedio cuatro mil vehículos de este tipo; sin embargo, esto no indica que solo éstas circulan en la región pues gran parte de las motos que a diario circulan en la región han sido adquiridas en otros lugares, de tal manera la población es desconocida para efecto del presente estudio.

2.1 Proceso de muestreo

Para el cálculo de la muestra se toman en cuenta los siguientes aspectos:

Nivel de confianza:	90%	Tabla de Distribución Normal = 1.645
Probabilidad de éxito:	5%	= 5/100 = 0.05
Probabilidad de fracaso:	P-Q	= 1 - 0.05 = 0.95
Error admisible	5%	= 3/100 = 0.03

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{d^2}$$

$$n = \frac{1.645^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2} \quad n = 50$$

La muestra comprende 50 usuarios de motocicletas en el municipio de Ixcán. Los resultados obtenidos tienen un nivel de confianza de 90% y un margen de error de 5%.

2.2 Metodología

La encuesta: consiste en una serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o detectar la opinión pública sobre un asunto determinado. Para el presente proyecto consistió de cinco preguntas básicas y relacionadas entre sí, descritas a continuación:

1. Si tuviera una motocicleta, ¿Considera necesario llevarla al taller para que le brinden una revisión periódica?
2. ¿Cuántas veces al año lleva/ llevaría su motocicleta al taller para darle el mantenimiento respectivo?
3. ¿Qué taller considera, le brindaría un buen servicio en mantenimiento y reparación de su motocicleta en la cabecera municipal de Ixcán?
4. Considera que el precio del servicio es el factor más importante para las personas al momento de elegir el taller a donde llevar su motocicleta. ¿Qué otros factores? especifique:
5. Según su experiencia. ¿Qué deficiencias hay en los talleres de motocicletas ubicados en la cabecera municipal de Ixcán?

2.3 Resultados de la encuesta:

Gráfica No. 3

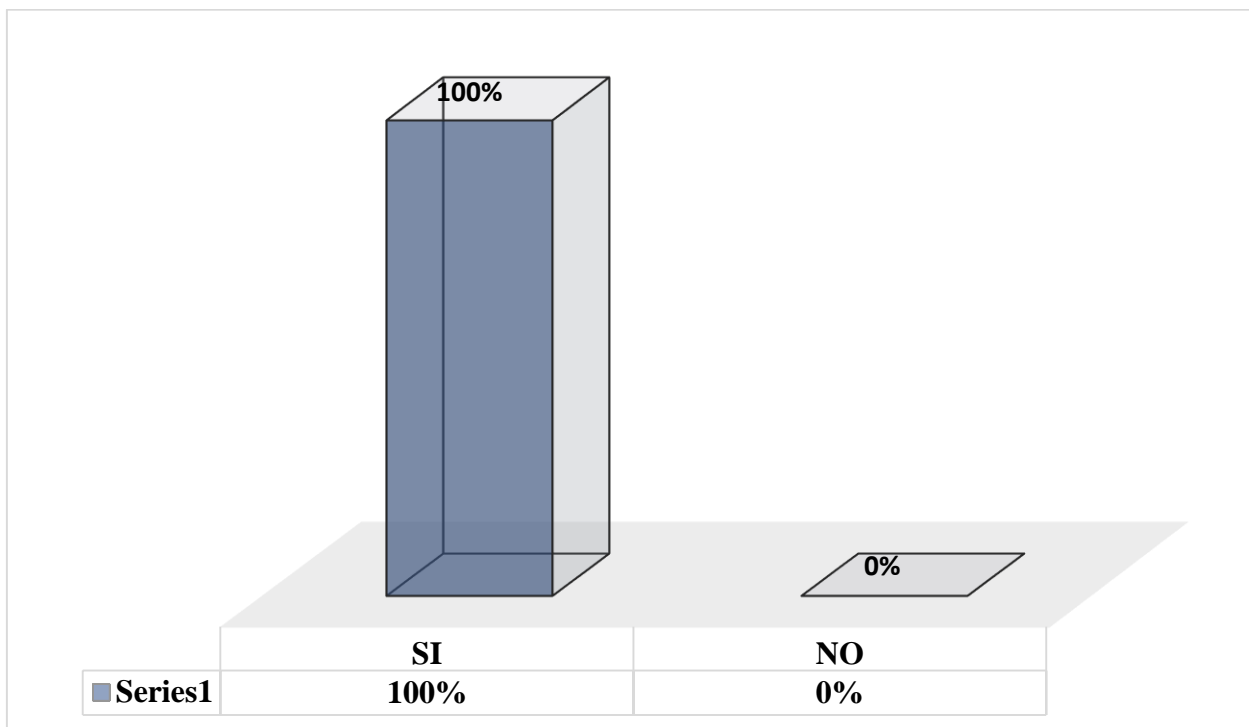
Opciones de respuesta

Preg. No.1	SI = 50	NO = 0		
Preg. No.2	2 a 4 = 16	5 A 8 = 25	9 A 12 = 9	
Preg. No.3	Jhire = 14	MASESA = 12	Moto Servicios Elías = 11	Otros = 13
Preg No.4	Trabajo garantizado 36	Precio = 14		
Preg. No 5	Equipo e instalaciones inadecuadas = 14	Mala atención = 18	Personal no capacitado = 18	

2.4 Interpretación de resultados

1. Si tuviera una motocicleta, ¿Considera necesario llevarla al taller para que le brinden una revisión periódica?

Gráfica No. 4
Necesidad del servicio

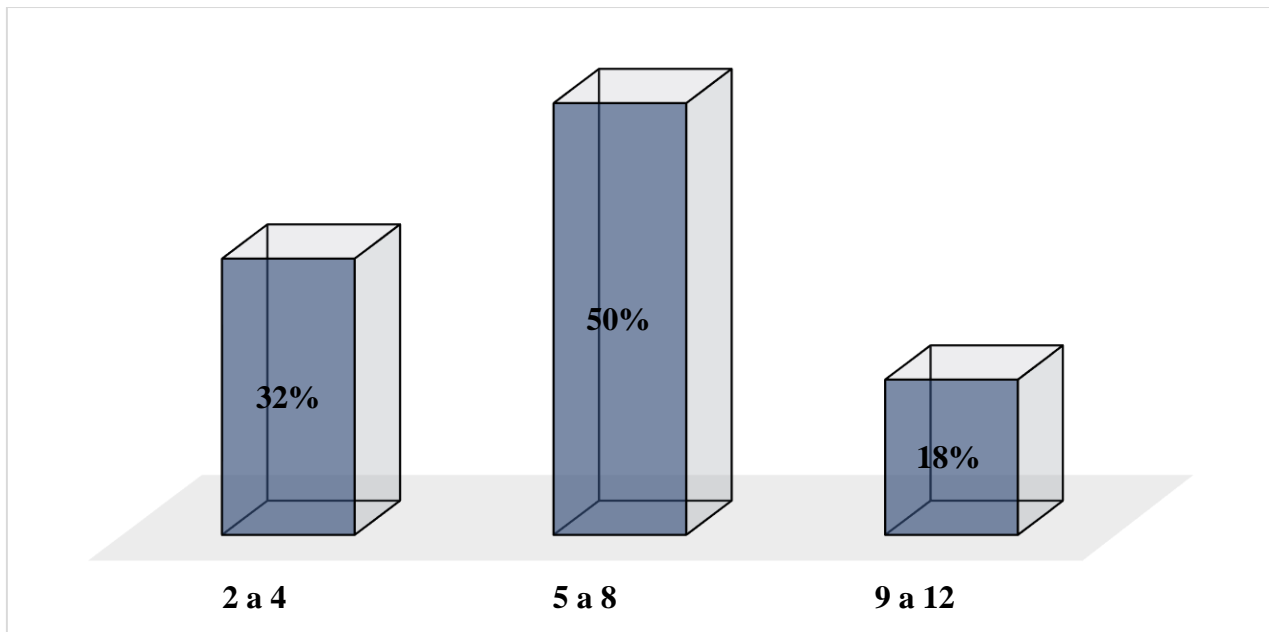


Los resultados indican que las personas poseedoras de una motocicleta requieren los servicios de un taller independientemente de la frecuencia con que esto suceda; el 100% necesita el servicio una o más veces al año. Este acontecimiento indica que existe un mercado amplio para la puesta en marcha de la empresa

2. ¿Cuántas veces al año lleva/ llevaría su motocicleta a un taller para darle el mantenimiento respectivo?

Gráfica 5

Frecuencia de requerimiento del servicio

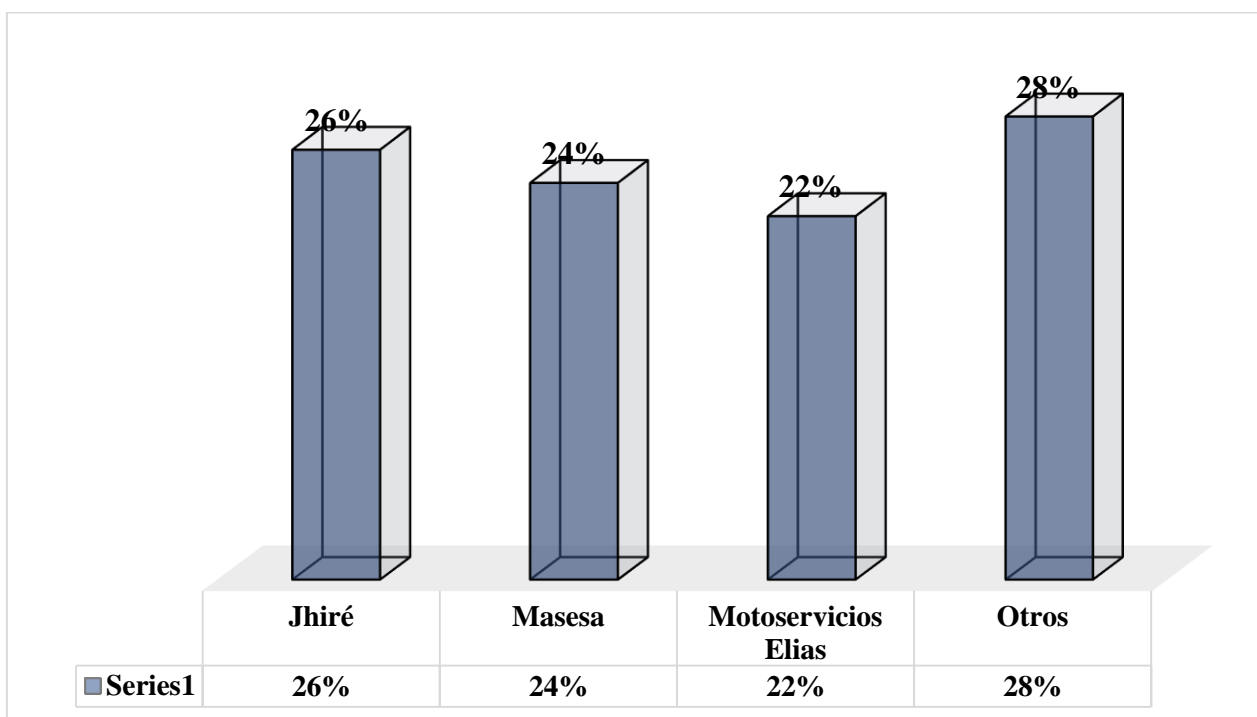


El 50% de los poseedores de una motocicleta acude a un taller en promedio seis veces al año, equivalente a frecuentar cada dos meses un taller. Otro segundo grupo que representa el 32% requiere los servicios en promedio tres veces por año y por último 18% requiere el mismo servicio con una frecuencia promedio de diez veces al año.

3. ¿Qué taller considera, le brindaría un buen servicio en mantenimiento y reparación de su motocicleta en la cabecera municipal de Ixcán?

Gráfica No. 6

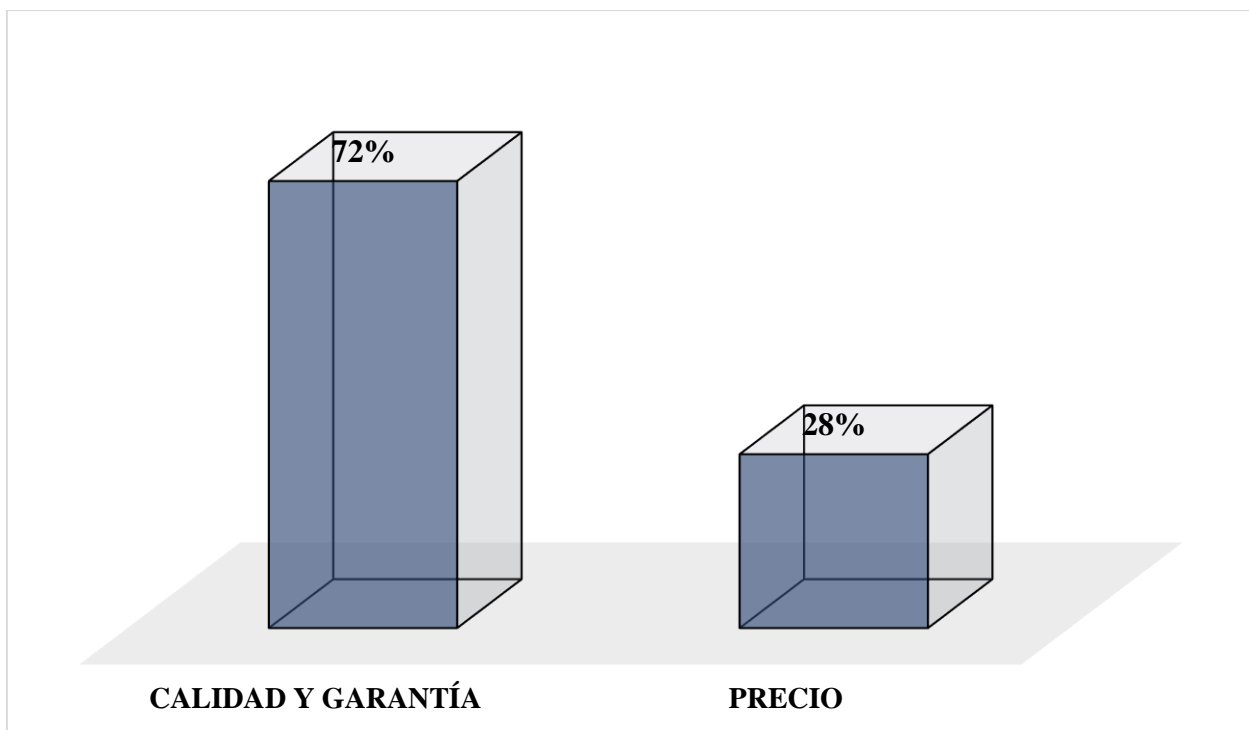
Participación de los competidores en el mercado



Los resultados reflejan la participación de los competidores en el mercado. Este comportamiento es resultado de las estrategias implementadas por cada una de las empresas; Jhiré tiene en los medios de comunicación local una fuerte campaña de publicidad, MASESA está certificado por una marca reconocida; Moto servicios Elías se ubica en un lugar accesible y con poco tráfico de vehículos, otros talleres en la mayoría de los casos ni siquiera están rotulados.

4. Considera que el precio del servicio es el factor más importante para las personas al momento de elegir el taller a donde llevar su motocicleta. ¿Qué otros factores? especifique:

Gráfica 7
Factores de decisión

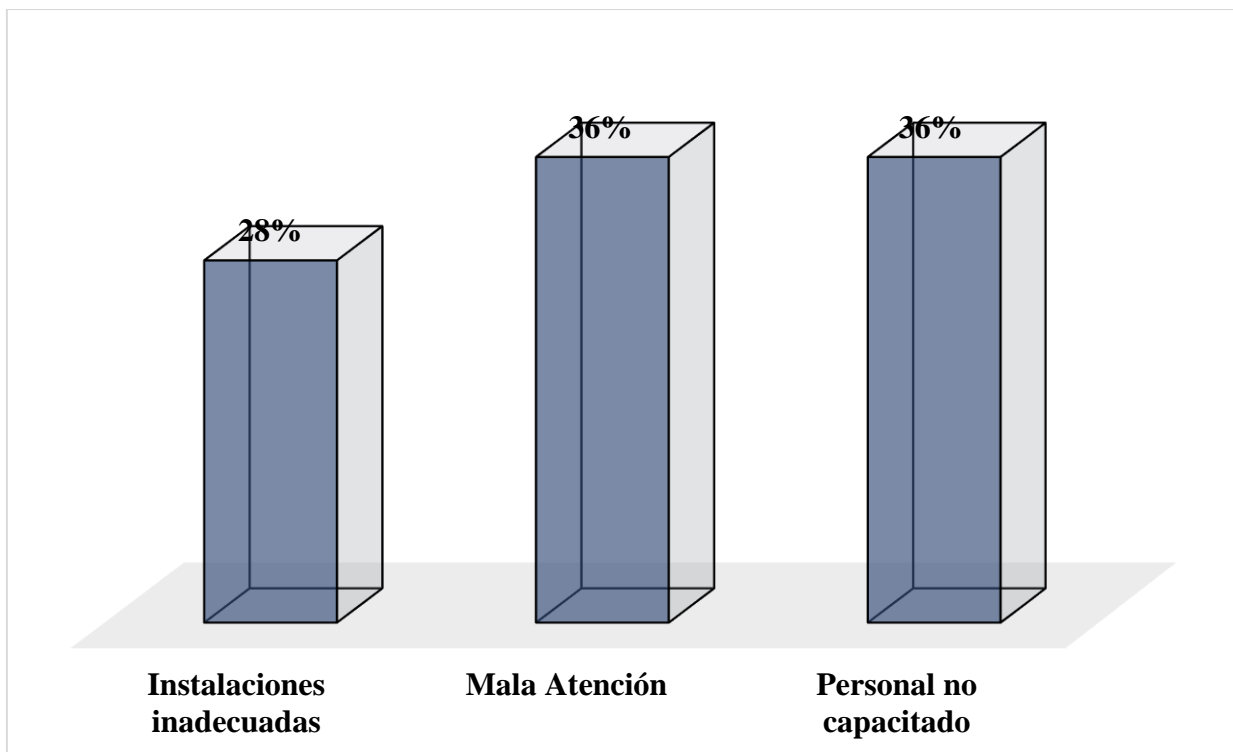


Aun cuando el cuestionamiento da mayor opción a inclinarse por el precio 72% de los encuestados manifestó dar mayor importancia a la calidad y garantía del trabajo, mientras 28% se inclina por el precio.

Los resultados indican que un trabajo bien realizado garantiza el retorno del cliente sin dejar por un lado el precio que debe ser acorde a la competencia.

5. Según su experiencia, ¿Que deficiencias hay en los talleres de motocicletas ubicados en la cabecera municipal de Ixcán?

Gráfica 8
Deficiencias de la competencia



36% de los encuestados identifica la mala atención como la mayor deficiencia en los talleres, seguido. 36% la ineficiencia del personal, situación que se relaciona con la mala atención; por último un 28% indica que la mayor deficiencia lo constituyen las instalaciones.

Los resultados reflejan la insatisfacción de los usuarios debido a que no se han cumplido las expectativas, situación que abre espacio para la nueva empresa tomando en cuenta una atención con calidad y calidez, con personal altamente calificado, instalaciones amplias y una ubicación bastante confortable además de tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Estar certificado por una empresa distribuidora de motos.
- Brindar un servicio garantizado
- Implementar Publicidad y promociones
- Brindar buena atención al cliente

2.5 Identificación de competidores

Se han identificado tres talleres con cierto nivel de rentabilidad y mayor preferencia en el mercado: Moto Servicios Jhiré: ubicado en el área central de la zona uno de la cabecera municipal de Ixcán, se caracteriza por brindar lavado de vehículos, stock de repuestos con un promedio de 50% de abastecimiento. De acuerdo a las opiniones de los usuarios, las mayores deficiencias se reducen en mala calidad de mano de obra y la atención de personal inexperto; sin embargo la fuerte campaña de publicidad y la existencia de repuestos la han posicionado en el primer lugar de preferencia para quienes requieren de este servicio.

Taller Autorizado Masesa: se ubica en una de las calles principales de la zona uno de la cabecera municipal de Ixcán; anexo a venta de Motos Masesa, con un 50% en repuestos básicos. Su estrategia ha sido condicionar a quienes compran motos de la línea Masesa, a llevarlos al taller certificado por la misma empresa a razón de no perder la garantía. Sus mayores debilidades son notables, instalaciones reducidas e inadecuadas, ubicado en un lugar con mucho tráfico, personal inexperto en la atención de los clientes y no cuentan con servicio de lavado.

Moto Servicios Elías: la calidad en mano de obra, ha sido la diferencia de esta empresa ante los demás y su ubicación estratégica en una de las entradas principales del casco urbano; también influye para que sea bastante reconocido por los usuarios. Su desventaja es no ofrece valor agregado al servicio brindado, la falta de un stock de repuestos y su dependencia a la existencia de otros negocios a nivel local.

Otros Talleres: el 27% restante del mercado se distribuye entre los siguientes: Taller Autorizado don Gil, Moto Repuestos el Nix, Moto Servicios Bristney, Moto Repuestos el Pato, Taller de Motos el Esfuerzo, Taller de Motos Minche y Moto Repuestos Bartolo.

Ninguno de los negocios que lideran el listado de preferencia, cumple las expectativas de los usuarios. Los datos de la tabla anterior, indican que las empresas actuales no logran coincidir los elementos necesarios para alcanzar la satisfacción integral de los usuarios.

Una encuesta practicada a usuarios de motocicletas reveló que el 50% de las personas poseedoras de una motocicleta en el mercado local, acuden a un taller con frecuencia de seis veces al año para garantizar el buen funcionamiento del vehículo. En otras palabras de dos personas que poseen una motocicleta, una requerirá seis servicios al año.

El estudio también refleja que 32% acude en promedio tres veces al año y por último el 18% restantes de la población objetivo acude diez veces al año. Este último sector de la población lo constituyen las personas con menos compromisos, situación que les permite dedicar mayor cuidado a sus vehículos. Aparte de servirles como medio de transporte; ha llegado a formar parte de la identidad personal del individuo. Al relacionar estos datos con la cantidad de motocicletas que circulan en el municipio (4,000 en promedio) dos mil asisten a un taller seis veces al año de estos es necesario captar trescientos para lograr la rentabilidad deseada. La fuerte demanda de mano de obra en el municipio ha permitido que los salarios no sean menores de Q 75.00 diarios para obreros y de Q 2,500.00 a Q 4,500.00 mensuales a personas que trabajan en diferentes instituciones privadas y públicas.

Otros datos, importantes de analizar son los factores que inciden en la decisión del consumidor al requerir un servicio. A este caso el 73% de los encuestados manifestó dar mayor importancia a la calidad y garantía del trabajo y 27% se inclinó por el precio. Estos resultados reflejan la importancia de implementar estándares de calidad en los procesos del servicio a ofrecer.

2.6 Oferta del servicio

La oferta, es generada por tres empresas y según el estudio poseen 77% del mercado local (Moto Servicios Jhiré, Taller Autorizado Masesa y Moto Servicios Elías). De acuerdo a las expectativas de los clientes, estos ofertantes son los que más se acercan a sus requerimientos. (Calidad en mano de obra, calidad en atención al cliente, calidad en tiempo de entrega, calidad en insumos y calidad en precio).

El éxito logrado se debe a la publicidad y a la certificación por parte de una empresa distribuidora de motos de marca hindú. Se evidencian tres debilidades que aquejan a los principales ofertantes: mala atención, informalidad en el personal e instalaciones inadecuadas.

Capítulo 3

Plan de mercadotecnia

3.1 Servicio

La empresa tendrá como actividad principal el mantenimiento y reparación de motocicletas; dirigido a la población que posee este tipo de vehículos en el municipio de Ixcán y comunidades aledañas con accesibilidad oportuna. Tiene características particulares en relación a la competencia que permiten evidenciar los beneficios que los compradores obtendrán al requerir cualquiera de los servicios.

Las empresas existentes brindan el servicio sin el mínimo estándar de calidad, generando descontento en los usuarios. Se considera que el surgimiento de una empresa que valore estos aspectos asegura la captación requerida, esto debido a que los resultados de la encuesta practicada revelan que el primer factor que determina la decisión de los usuarios es la calidad en el servicio, relegando a un segundo término el precio. Para cumplir con este cometido se implementa la calidad en los aspectos siguientes.

Calidad en mano de obra: Se aprovecharán los espacios de capacitación para adquirir nuevos conocimientos y utilizar el manual de procedimientos en servicios previamente diseñado, permitiendo un trabajo ordenado y con pocas probabilidades de errores.

Se instala una hidrolavadora accionada con gasolina para hacer entrega de los vehículos con su respectivo lavado.

Calidad en atención al cliente: se implementa como política de empresa un vocabulario con ética y moralidad que infunda en los usuarios confianza y espíritu de formalidad.

Calidad en tiempo de entrega: se hará entrega de cada trabajo en el tiempo acordado con el usuario, dando una explicación justa y convincente si existiere atraso en la entrega del vehículo.

Calidad en insumos: se utilizan aceites y grasas de la marca mobil y/o Castrol conocidos en el mercado por su calidad y resistencia que garantizan la vida del vehículo y el trabajo realizado por la empresa.

Gráfica 9
Estructura del servicio

No.	Descripción del servicio
01	Servicio periódico
02	Cambio de relación
03	Limpieza de carburador
04	Reparación completa de motor
05	Calibración de válvulas
06	Cambio de cilindro y cadena de tiempo
07	Cambio de aceite

En otros términos el servicio difiere en la calidad implementada en todas las fases del proceso, desde la recepción hasta después de la entrega.

3.2 Precio

El precio es en segundo instancia otro de los factores importantes de considerar pues determina la decisión del 27% de los usuarios. Moto Servicios el Profe ha establecido cobrar por servicio periódico, ciento cuarenta y cinco quetzales, cargando a cuenta del usuario los lubricantes y accesorios rutinarios para el servicio y cuatrocientos quetzales por reparación completa de motor. Todos los vehículos serán entregados después del lavado y secado correspondiente.

Gráfica 10
Tabla de precios

No.	Descripción del servicio	Moto Servicios El Profe	Competencia
01	Servicio periódico	Q 145.00	Q 185.00
02	Cambio de relación	Q 30.00	Q 30.00
03	Limpieza de carburador	Q 50.00	Q 50.00
04	Reparación completa de motor	Q 400.00	Q 400.00
05	Calibración de válvulas	Q 50.00	Q 50.00
06	Cambio de cilindro y cadena de tiempo	Q 200.00	Q 250.00
07	Cambio de aceite	Q 10.00	Q 5.00

Fuente: elaboración propia

Gráfica 11
Requerimientos para un servicio de mantenimiento

Actividad	Tiempo	Insumos
Trabajo en el área de motor	60 min.	1 Litro de aceite, 1 Filtro
Trabajos en el área de frenos y rueda	45 min.	¼ de pliego de lija ordinaria
Suspensión y dirección	30 min.	4 onzas de grasa
Sistema eléctrico	30 min.	¼ de electrolítico, cinta adhesiva
Chequeos en el exterior	15 min.	2 onzas de grasa
Total	3 Horas.	

Fuente: elaboración propia

Grafica 12

Herramientas y equipo para la prestación del servicio

Herramienta/equipo	Cantidad	Presentación	Costo
Llaves marca Stanley	38	Kit	Q 1,520.00
Copas marca Stanley	35	Kit	Q 700.00
Planta de Soldar TWISTER	01	Unidad	Q 1,900.00
Compresor de Faja LAOWEI	01	Unidad	Q 2,900.00
Prensa Manual	01	Unidad	Q 700.00
Barreno	01	Unidad	Q 600.00
Pulidora BOSH	01	Unidad	Q 900.00
Sierra manual	01	Unidad	Q 60.00
Prensa hidráulica	01	Unidad	Q 15,000.00
Martillo	01	Unidad	Q 60.00
Maso	01	Unidad	Q 80.00
Maso de hule	01	Unidad	Q 20.00
Hidrolavadora	01	Unidad	Q 4,800.00
Bomba sumergible e insumos	01	Unidad	Q 2,250.00
Rotoplás e insumos	01	Unidad	Q 1,417.00
Extractores	01	Kit	Q 2,000.00
Pinzas, alicate y estilson	05	Unidad	Q 220.00
Desarmadores	1	Kit	Q 120.00
Total			Q 35,247.00

Fuente: elaboración propia

3.3 Plaza

El servicio se brinda en las instalaciones previstas para el funcionamiento de la empresa, tiene tres secciones que permiten atender la demanda de la población meta. El logo y el slogan de la empresa se visibiliza con facilidad y se colocarán señales que permitan a los usuarios orientarse hacia la dirección del taller. El servicio será de manera directa con los usuarios y los esfuerzos estarán dirigidos en especial al 50% que requieren el servicio a cada dos meses de los cuales se captarán 350 clientes igual a vender seis servicios de mantenimiento en un día.

En base a los resultados de la encuesta practicada se determinó que uno de los factores importantes en la decisión del usuario, lo constituye la calidad del servicio antes que cualquier otro aspecto. Con el propósito de atender al usuario en un lugar adecuado, que facilite reunir las condiciones necesarias para cumplir con este acometido, se ubicará la empresa según los criterios de la siguiente tabla a los que se le asignó un valor de acuerdo al grado de incidencia.

Se decidió entre ubicar el negocio en la zona 4 (A) o en la zona 1 (B) del municipio de Ixcán.

Gráfica 13

Factor	Peso Asig.	Calificación A	C/ponderada A	Calificación B	C/ponderada B
Cercanía de proveedores	0.10	5	0.50	9	0.90
Disponibilidad de insumos (agua, aceites, grasas)	0.10	4	0.40	9	0.90
Infraestructura adecuada	0.25	9	2.25	3	0.75
Accesibilidad de mano de obra	0.15	9	1.35	9	1.35
Leyes fiscales y disposiciones municipales	0.50	9	4.50	3	1.50
Accesibilidad para los clientes	0.35	4	1.40	9	3.15
Total	1.00		10.40		8.55

Fuente: Elaboración Propia

Las calificaciones obtenidas indican que la empresa debe ubicarse en la zona cuatro de la cabecera municipal de Ixcán, con una calificación de 10.40, mayor a la calificación obtenida por la opción B (zona 1).

3.4 Promoción

Por ser una empresa nueva en el mercado, requiere de estrategias que permitan lograr un alto grado de posicionamiento en el menor tiempo posible.

- Se distribuirán volantes para dar a conocer la empresa
- Anuncios en radio.
- Se implementarán promociones para captar nuevos clientes
- La estrategia principal es brindar un buen servicio desde la primera vez.

Estrategias de comunicación

- Comunicación personalizada en la atención directa de los usuarios
- Vallas publicitarias que anuncien el servicio y transmitan la imagen de la empresa.
- Volantes que anuncien las promociones y beneficios al adquirir los servicios de la empresa.

Publicidad

Moto Servicios el Profe lanzará una campaña de publicidad, entregará 4,000 volantes distribuidos a cualquier persona que posea motocicleta especificando los servicios ofertados: las cualidades y promociones. Se entregan en lugares públicos como mercados, parques, calles, reuniones y cualquier otro espacio público donde exista aglomeración de posibles usuarios del servicio durante dos meses.

Gráfica 14

Requerimiento para programa de publicidad y promoción

Descripción	Cantidad	Presentación	Costo/unitario	Costo/ anual
Volantes	4,000	Hoja	Q. 00.25	Q 1,000.00
Anuncios radiales	624	Spot radial	Q. 10.00	Q 6,240.00
Trajes impermeables	6	Traje	Q. 450.00	Q 2,700.00
Entrega de volantes	40	Jornada/trabajo	Q. 80.00	Q 3,200.00
				Q.13,140.00

Gráfica 15

3.5 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Imagen nueva para salir al mercado. • Ubicación en un lugar con condiciones adecuadas para una atención integral. • Cuenta con herramienta básica. • Anexo servicio de lavado de motocicletas. • Manual de procedimientos que permitirá realizar un trabajo de calidad. • Repuestos básicos y una relación directa con las empresas distribuidoras de repuestos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los competidores no lavan los vehículos al momento de realizar los servicios. • Descontento en los usuarios con relación al servicio brindado por la competencia. • Descuido en la calidad del trabajo. • Ubicación en las cercanías con la frontera de México.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La mayor parte de repuestos se obtendrá por medio de pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La construcción de la Franja Transversal del Norte, facilita la llegada de empresas con mayor capacidad. • Delincuencia común y organizada. • Ingreso de nueva competencia.

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 16

3.6 Análisis de Porter

<p>Amenaza de nuevos competidores</p>	<p>Moto servicios Jirhe, MASESA y Moto Servicios Elías constituyen el bloque de competidores potenciales y representan un valor que permitirá evitar el ingreso de nuevos competidores. En este caso la empresa lanzará una campaña de promoción para captar los clientes previstos, procurar la fidelidad de los usuarios por medio de los lineamientos de calidad establecidos para los procesos del servicio. El precio ofrecido por la empresa difícilmente es superable debido a que una de las estrategias consiste en la optimización del tiempo cuestión que permite atender más clientes y conservar los precios actuales. No es común encontrar empresas de gran magnitud dedicadas a la prestación de este servicio y de surgir nuevos competidores serían empresarios locales que difícilmente podrán mantenerse en la competencia. La existencia de talleres con poco crecimiento desmotiva el surgimiento de otras empresas.</p>
<p>Poder de negociación de los proveedores</p>	<p>Las empresas proveedoras de Moto Repuestos el Profe lo constituirán las distribuidoras certificadas, quienes en definitiva mantienen una fuerte organización y tienen establecido precios estandarizados y compras en volúmenes determinados. Por otra parte se trabajará con las empresas Moautos de Guatemala y Autocenter; quienes distribuyen repuestos genéricos y ofrecen mayor accesibilidad a los requerimientos de la empresa. Esta organización de los proveedores no representa ventaja para ninguno de los competidores, pues alcanzar las ventas previstas permite mayor demanda de repuestos e insumos lo que permitiría aumentar los volúmenes de compras y reducir los costos.</p>

<p>Poder de negociación de los compradores</p>	<p>Los usuarios de este servicio carecen de una organización que les permita imponer precios en el mercado, sin embargo la competencia actual se presta para que exijan mayor calidad en el servicio. El servicio de la empresa proporciona una marcada diferencia en relación a la competencia; con otros agregados y a un precio igual al de la competencia situación que impide existan sustitutos del servicio.</p>
<p>Amenaza de ingreso de servicios sustitutos</p>	<p>Existen varias empresas que brindan el servicio de mantenimiento y reparación de motocicletas en el mercado local; de los cuales tres sobresalen por la cantidad de clientes que atienden, aun así no están en capacidad de sustituir los servicios brindados por la empresa los procesos de calidad que se implementan y el estudio constante de la competencia permitirán estar a la vanguardia de los cambios tecnológicos que pudieran darse. Además Moto Servicios el Profe estudiará las posibilidades de optimización de recursos en especial el tiempo invertido en cada servicio y reducir costos, esto permitirá conservar los precios y ser rentable.</p> <p>La tipología del servicio que se pretende brindar, no permite el surgimiento de sustitutos con precio menor al que se plantea en el mercado actual.</p>
<p>Rivalidad entre competidores</p>	<p>La rivalidad en la prestación del servicio será directa con los tres talleres que lideran la preferencia en el mercado. Las probabilidades que la competencia ofrezca un precio menor al de la empresa es poco probable se propuesto ofrecer un servicio de calidad y con calidez desde la primera vez, procurando superar las expectativas de los usuarios. La competencia tendrá como eje principal la calidad del servicio y el valor agregado que se le dé.</p>

3.7 Descripción de la empresa

Nombre comercial

Moto Servicios el Profe

El nombre propuesto se asocia al conocimiento, superioridad y excelencia, permite dirigir la atención hacia la posibilidad de cumplir con las exigencias que los demás talleres no han podido satisfacer. Lo importante en este caso será hacerlo bien desde la primera vez.

Logotipo

Un águila en vuelo que permite asociarse con la seguridad que los usuarios tendrán después de realizarle el servicio respectivo a su motocicleta.



Eslogan

Inmediatez y calidad: Se transmite a los usuarios que Moto Servicios el Profe atiende de inmediato, no tiene que esperar como en otros talleres para ser atendido; además el trabajo realizado por la empresa es de calidad y no existe obstáculo para vivir con pasión el conducirse en su motocicleta.

Marca

Moto Servicios el Profe



Inmediatez y calidad

Localización

2ª avenida, 3ª calle, lote 306, zona 4, Playa Grande Ixcán, Quiché

3.8 Marco estratégico

Misión

Ofrece a los usuarios un servicio de calidad, confiable, con responsabilidad y comprometido con el desarrollo de nuestros clientes y de la comunidad.

Visión

Ser la empresa líder en el municipio de Ixcán en la prestación de servicios de mantenimiento y reparación de motocicletas; desarrollar una estrategia eficiente y una atención integral capaz de despertar la pasión y fidelidad hacia nuestra empresa.

Metas

- Captar 350 clientes en término de doce meses.
- Alcanzar una venta diaria de ochocientos quetzales en servicios.
- Conservar el 95% de los clientes captados
- Ser una imagen identificada con los usuarios de motocicletas.

Objetivos

- Adquirir herramientas avanzadas para agilizar la ejecución de los trabajos a realizar.
- Convertir la excelencia y los valores en una práctica diaria en la empresa.
- Establecer contactos y convenios con los proveedores para la adquisición de insumos necesarios.

Valores

- Pasión
- Integridad
- Trabajo en equipo
- Satisfacción del cliente
- Innovación
- Excelencia

Capítulo 4

Marco operativo

4.1 Servicio

Moto Servicios el Profe. Ofrecerá servicio de mantenimiento y reparación de motocicletas en el municipio de Ixcán. Esta actividad también la realizan varias microempresas establecidas en el mercado, los cuales fueron ya identificados según sus características.

Basado en ello se creará un servicio con características esenciales que pretende cumplir con las expectativas de las personas que utilizan este tipo de vehículo como medio de trabajo y de quienes lo han adoptado como parte de su personalidad. Sus características principales son:

- Excelente atención al cliente
- Calidad en mano de obra
- Puntualidad en tiempo de entrega
- Insumos de reconocida calidad
- Precio igual a la competencia.

Gráfica 17

Programa de servicio de mantenimiento

Actividad	Tiempo	Insumos	Costo/ Insumos	Precio/Ser vicio
Trabajo en el área de motor	60 min.	1 Litro de aceite, 1 Filtro	Q 65.00	Q 50.00
Trabajos en el área de frenos y rueda	45 min.	¼ de pliego de lija ordinaria	Q 2.00	Q 25.00
Suspensión y dirección	30 min.	4 onzas de grasa	Q 10.00	Q 25.00
Sistema eléctrico	30 min.	¼ de electrolítico, cinta adhesiva	Q 15.00	Q 25.00
Chequeos en el exterior	15 min.	2 onzas de grasa	Q 5.00	Q 20.00
Total	3 Horas.		Q 97.00	Q 145.00

Fuente: elaboración propia

El proceso de servicio iniciará con la recepción del vehículo por el mecánico asignado, quien realizará el diagnóstico respectivo y establecerá el costo aproximado y el tiempo de entrega con visto bueno del director de operaciones; posterior se ejecutará el servicio, de acuerdo al manual de procedimientos. Al finalizar el director de calidad verificará conforme a la hoja de diagnóstico si se realizaron los trabajos requeridos y con los estándares exigidos para que al final se haga entrega del vehículo al cliente y recordándole la fecha del siguiente servicio. También se incurrirán en gastos de administración el cual comprende salario mensual de siete empleados y la totalidad de los gastos de administración anual, a continuación se desglosa cada uno.

4.2 Manual de servicio

Primer Servicio 750 Km.

El primer servicio se realizará después de recorridos los 750 Km. Luego de la etapa inicial de asentamiento de cada uno de los componentes de los vehículos, es necesario realizar una inspección completa y realizar el respectivo ajuste, permite corregir cualquier anomalía que pudiera afectar la seguridad y la satisfacción de los usuarios.

Trabajos en el área de motor

- Cambio de filtro y aceite de motor
- Limpieza del colador de aceite
- Drenado de respiradero de la base del filtro
- Calibración de válvulas
- Tensión de cadena de tiempo
- Drenado del carburador
- Revisión de líneas de combustible
- Revisión de filtro de combustible
- Revisión y ajuste del TPS
- Revisión limpieza y calibración de bujías.

- Revisión y funcionamiento del Chocke
- Revisión del filtro de aire

Trabajos en el área de frenos y ruedas

- Revisión, limpieza y ajuste de frenos
- Engrase de leva de fricciones
- Revisión de cojinetes y ejes de ruedas (si aplica)
- Limpieza y lubricación del engranaje del velocímetro
- Calibración de llantas
- Revisión y ajuste de rayos del aro de rueda
- Revisión, limpieza y ajuste de cadena de tracción
- Revisión de hules de masa trasera

Trabajos en la suspensión y dirección

- Revisión y ajuste de T de barras
- Chequeo de barras delanteras
- Centrado de timón
- Graduación y/o calibración amortiguadores
- Graduar cables
- Engrase de eje central de muleta
- Revisión de protector de muleta

Chequeos del sistema eléctrico

- Chequeo de voltaje y nivel de líquido de batería
- Chequeo general de luces y bocina
- Chequeo de indicadores y tablero de instrumentos

- Prueba de funcionamiento de motor de arranque

Trabajos en el exterior de la motocicleta

- Chequeo del apriete de tornillería general del chasis
- Alineación de estribos
- Lubricación de piezas móviles
- Alineación y ajuste de retrovisores

Inspecciones finales

- Recordatorio próximo de servicio
- Prueba de motocicleta
- Chequeo de velocidad de ralentí
- Lavado

Servicios periódicos

Los servicios subsiguientes se deben realizar a cada 2,000 km y se llevará a cabo de acuerdo a los procesos anteriores (primer servicio), esto con el fin de cumplir con las expectativas de los usuarios así ofrecer un servicio garantizado.

4.3 Aprovisionamiento

Proveedores

Mercalsa abastecerá a Moto Servicios el Profe los lubricantes necesarios para un servicio de calidad. Mercalsa es la distribuidora exclusiva de Aceites Mobil en Guatemala con sede central en la calzada Atanasio Tzul diagonal 3, 20-74 de la zona 12 la que proveerá aceite MobilSuper1000 20W-50, un aceite mineral de primera calidad que cumple con las recientes especificaciones de la industria para los aceites de motores. Está diseñado para proporcionar un alto nivel de desempeño

y protección bajo la mayoría de las condiciones de funcionamiento y se obtendrán de los distribuidores autorizados Mercalsa. Centro de Herramientas Chex Es un negocio local, constituido en la zona uno de Playa Grande, salida a Ingenieros en éste se obtendrá la grasa a utilizar en los servicios brindados.

Gráfica 18
Existencias mínimas en insumos

Producto	Presentación	Unidad	Cantidad	C./Unitario	Costo total
Aceite Mobil	Caja	12Litros	20	Q 360.00	Q 7,200.00
Aceite Mobil	Caja	4 galones	8	Q 440.00	Q 3,520.00
Aceite Castrol	Caja	12 Litros	14	Q 370.00	Q 5,180.00
Aceite castrol	Caja	4 Galones	26	Q 450.00	Q 11,700.00
Hidráulico	Caja	12 litros	1	Q 513.00	Q 513.00
Grasas No. 2	Cubetas	50 libras	22	Q 580.00	Q 12,760.00
Total					Q 40,873.00

Fuente: elaboración propia

Gráfica 19
Existencia mínima en repuestos

Descripción	Presentación	Cantidad	C/ unitario	Costo total
Cilindro 225cc. Para moto taxis	Kit	4	Q 400.00	Q 1,600.00
Cilindro 125 y 135 cc modelo Discober	Kit	8	Q 600.00	Q 4,800.00
Cilindro 125 150 cc modelo Boxer	Kit	8	Q 600.00	Q 4,800.00
Cadenas de tiempos modelos Boxer, Discober, CT100, Pulsar y Platina	Unidad	15	Q 70.00	Q 1,050.00
Tensores/cadena de tiempo de la línea Bajaj	Kit	15	Q 90.00	Q 1,350.00

Empaque para motor	Kit	5	Q 70.00	Q 350.00
Filtros de aceite	Unidad	100	Q 10.00	Q 1,000.00
Fricciones	Kit	40	Q 60.00	Q 2,400.00
Pastillas de freno	Kit	50	Q 90.00	Q 450.00
Balancines	Kit	10	Q 150.00	Q 1,500.00
Cilindros 125 modelo Zusuki GN	Kit	4	Q 800.00	Q 3,200.00
Relaciones	Kit	10	Q 125.00	Q 1,250.00
Total				Q23,750.00

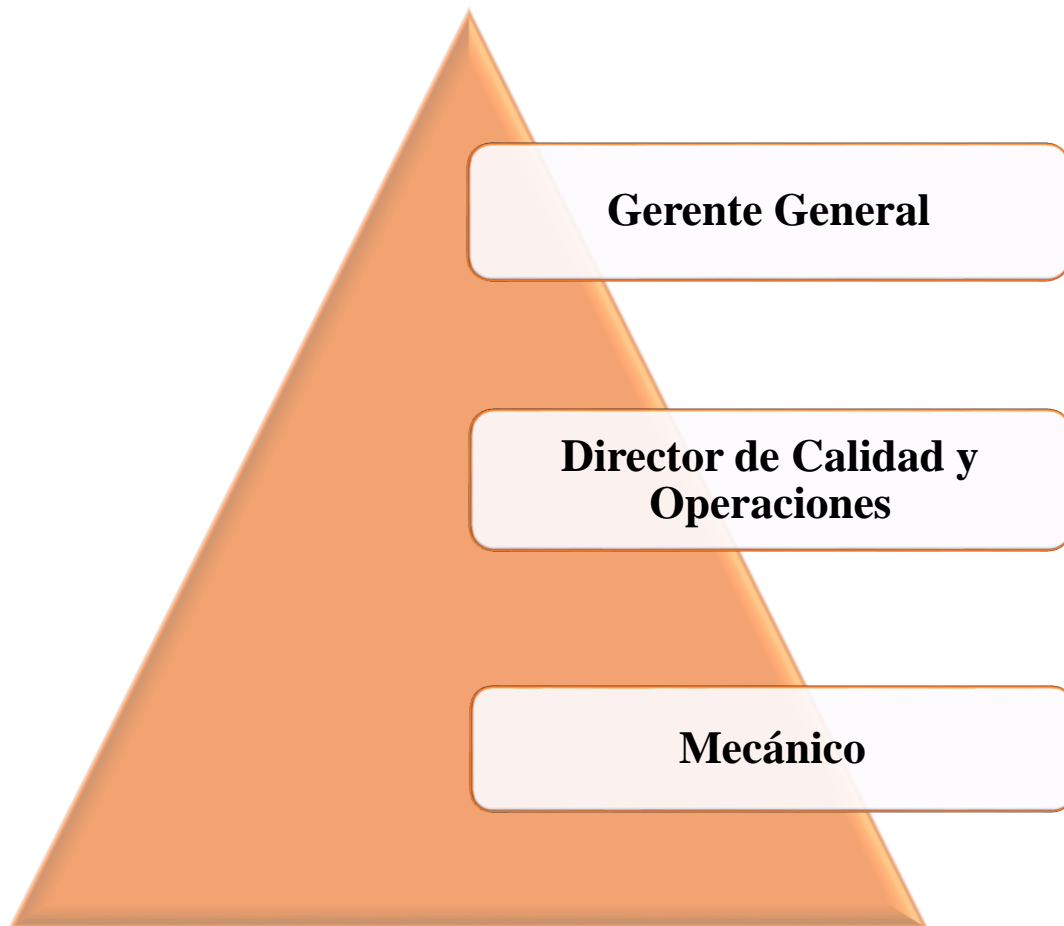
Fuente: elaboración propia

Capítulo 5

Sistema organizacional.

5.1 Organización de recursos humanos

Gráfica No. 20
Organigrama



Fuente: elaboración propia

Para cumplir con las expectativas de los usuarios y brindarles una atención de calidad; la empresa contará con un gerente, el cual cumple funciones específicas de dirección. Este tendrá bajo su mando un director que será responsable de dirigir las tareas específicas del servicio brindado. Y este bajo su cargo a tres operadores mecánicos, responsables de la ejecución de las tareas.

5.2 Descripción y Especificación de Puestos

Gerente General

Descripción básica del puesto

- Nombre funcional del puesto: Gerente General
- Ubicación administrativa: gerencia
- Subalternos: directores
- Salario. Q.4,100.00

Misión del puesto

Trabajo profesional que consiste en administrar, coordinar, dirigir, controlar y supervisar todas las funciones y actividades de la gerencia y dirección, brinda apoyo y asesoría a los directores.

Responsabilidades

- Organizar, coordinar, dirigir, supervisar y controlar todas las actividades de la gerencia.
- Elaborar y proponer estrategias que permitan la eficiencia y calidad en los trabajos

Educación y experiencia

- Título de Mecánico o experiencia comprobada en el ramo.
- Ser mayor de 30 años.
- Liderazgo y personalidad.

Director de Calidad y Operaciones

Descripción básica del puesto

- Nombre funcional: Director de calidad
- Ubicación administrativa: Director
- Inmediato Superior: Gerente
- Subalternos: Mecánicos
- Salario: Q.3000.00

Misión del puesto

- Planificar y dirigir el trabajo operativo de los mecánicos.
- Brindar apoyo y asesoría a los mecánicos; también se encarga de la capacitación de los mismos.
Planificar las estrategias de calidad en el servicio, precio y atención al cliente dentro de la empresa

Responsabilidades

- Capacitar a los mecánicos
- Asignar funciones específicas
- Velar por la recepción y entrega de los vehículos
- Velar por la calidad total de los servicios.

Educación y experiencia

- Título de Mecánico o experiencia comprobada en el ramo.
- Ser mayor de 25 años.
- Liderazgo y personalidad.

Mecánico

Descripción básica del puesto

- Nombre funcional del puesto: Mecánico Operador
- Ubicación administrativa: Mecánico
- Inmediato superior director
- Salario. 2,700.00

Misión del puesto

Atender a los clientes y realizar un trabajo de calidad y con responsabilidad.

Responsabilidades

- Recibir los vehículos
- Realizar un trabajo de calidad
- Entregar los vehículos de acuerdo a la recepción.

Requisitos de ingreso

Educación y experiencia

- Título de mecánico o experiencia comprobada en el ramo.
- Ser mayor de edad
- Liderazgo y personalidad

Gráfica 21

Plan de salarios

Puesto	Cantidad	Sueldo base	Bonificación	Mensual	Anual
Gerente Administrativo	1	Q 3,850.00	Q 250.00	Q 4,100.00	Q 49,200.00
Director	1	Q 2,750.00	Q 250.00	Q 3,000.00	Q 36,000.00
Mecánico	3	Q 2,450.00	Q 250.00	Q 2,700.00	Q 97,200.00
Total		Q 9,050.00	Q 750.00	Q 9,800.00	Q 182,400.00

Fuente: elaboración propia

La planilla de sueldos, hace referencia del salario base, durante el primer año. Sin embargo en la planilla no se incluye las prestaciones, aguinaldo y bono 14 pero se proporcionará a los trabajadores de acuerdo a la ley que lo ampara.

Bonificación Incentivo: Artículo 7 del Decreto 78-89, Ley de Bonificación Incentivo para los Trabajadores del Sector Privado, del Congreso de la República de Guatemala, Artículo 1 del Decreto 37-2001 del Congreso de la República de Guatemala a cada empleado se le pagará Q 250.00 adicional al sueldo base.

IGSS: Artículo 39 del Decreto 295, Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, del Congreso de la República de Guatemala, Artículo 45 del Acuerdo No. 1,058 de la Junta Directiva del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, a partir del 1 de enero del año 2,000, la retención de la cuota laboral para todos los trabajadores de la iniciativa privada es de 4.83%.

ISR: Artículo 73 del Decreto 10-2012, Ley de actualización Tributaria, del Congreso de la República de Guatemala; todos los trabajadores que ganen más de Q 48,000 al año deben inscribirse en la SAT y presentar las declaraciones de ley y hacerles la retención respectiva de ISR de 0.05% si resultan afectas.

Bono 14: De acuerdo al decreto 42-92 del congreso de la República. El bono 14 se calcula del 1° de julio de un año al 30 de junio del 2° año.

Formula: $\text{Bono 14} = \text{días trabajado} * \text{salario base} / 360$

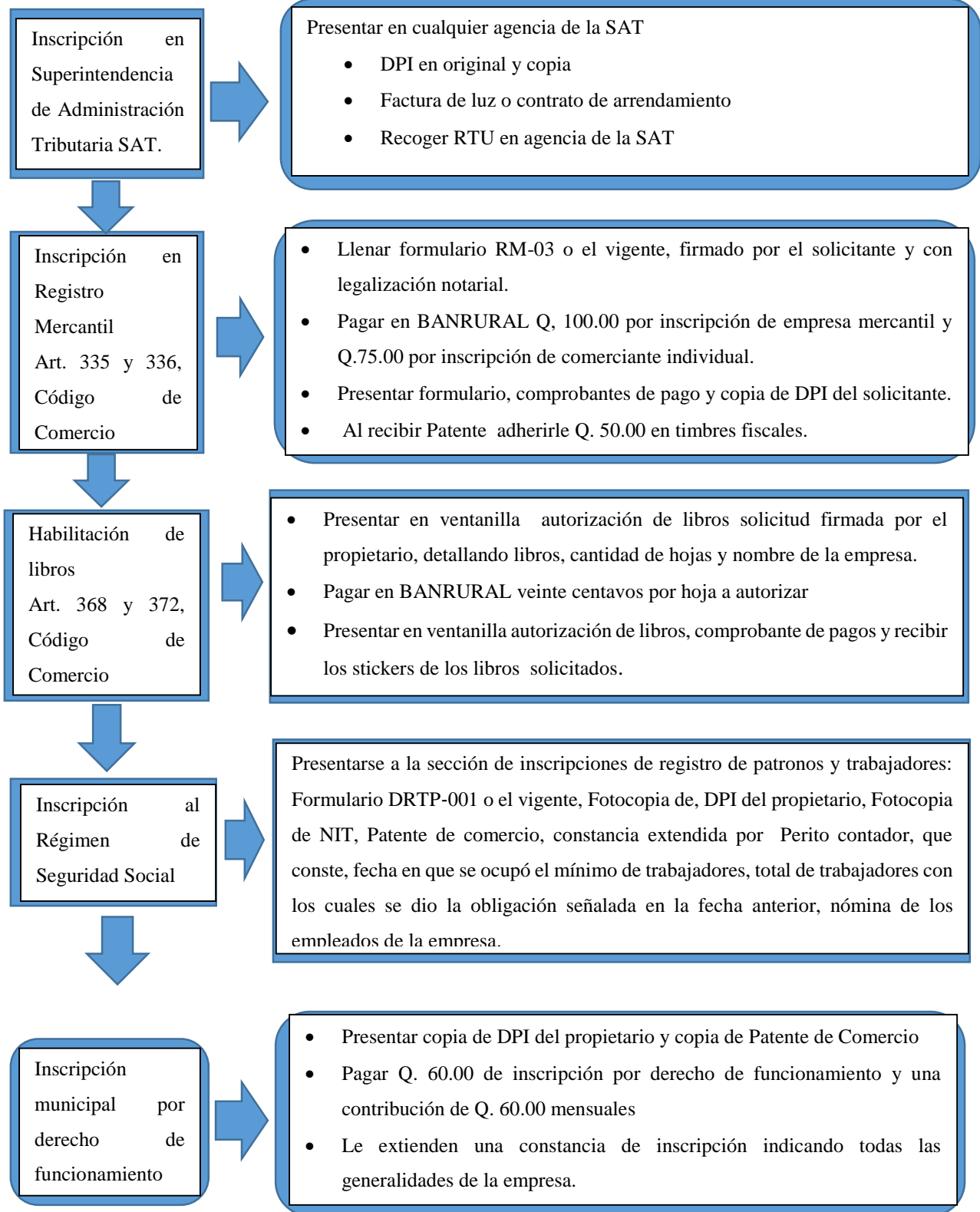
Aguinaldo: Artículo 102 inciso i), de la Constitución Política de la República de Guatemala y el Decreto 76-78, Ley del Aguinaldo del Sector Privado, del Congreso de La República de Guatemala. El aguinaldo se calcula del 1 de diciembre del 1° año al 30 de noviembre del 2° año.

Formula: $\text{Aguinaldo} = \text{días trabajado} * \text{salario base} / 360$

5.3 Estructura legal

Impuesto sobre la Renta. De conformidad con el artículo 14 y 172 de la Ley de Actualización Tributaria. REGIMEN SOBRE LAS UTILIDADES DE ACTIVIDADES LUCRATIVAS, del 1 de enero al 31 de diciembre 2,013 el tipo impositivo será del 31%, del 1 de enero al 31 de diciembre 2,014 será el 28% y del 1 de enero al 31 de diciembre 2,015 en adelante será el 25% (artículo 36)

5.4 Flujograma de inscripción de empresa



Capítulo 6

Estudio económico financiero

6.1 Estructura del capital

Gráfica 20

Descripción	Total	%
Aporte inicial	Q. 397,194.00	66.22%
Préstamo a institución bancaria.	Q. 100,000.00	33.78%
Total	Q. 497,194.00	100%
Institución Financiera	Banco Banrural S.A.	
Tasa de Interés	18%	
Tiempo en años	5 años	

Fuente: elaboración propia

6.2 Estimación inversión inicial

Gráfica 13

Mobiliario y equipo			
Descripción	Precio unitario	Total	
Estantes de madera	Q 900.00	Q 2,700.00	
Escritorio Secretarial	Q 1,500.00	Q 1,500.00	
Sillas secretaria giratoria	Q 600.00	Q. 1,200.00	
Vitrina	Q 2,000.00	Q 2,000.00	
Sillas plásticas	Q 40.00	Q. 200.00	Q. 7,600.00
Equipo de cómputo	Q 4,900.00	Q 4,900.00	
Computadora de escritorio DELL	Q 4,900.00	Q 4,900.00	
Impresora Multifuncional	Q 750.00	Q 750.00	Q 5,600.00
Herramientas de trabajo			
Llaves marca Stanley	Q 40.00	Q 1,520.00	
Copas marca Stanley	Q 20.00	Q 700.00	
Planta de soldar 220 y 210 amperios	Q 1,900.00	Q 1900.00	
Compresor de faja LAOWEI.	Q 2,900.00	Q 2900.00	
Prensa manual marca Stanley	Q 700.00	Q 700.00	
Barreno marca BOSH	Q 600.00	Q 600.00	

Pulidora marca BOSH	Q 900.00	Q 900.00	
Sierra manual	Q 60.00	Q 60.00	
Prensa Hidráulica	Q 15,000.00	Q 15,000.00	
Martillo	Q 60.00	Q 60.00	
Maso	Q 80.00	Q 80.00	
Maso de hule	Q 20.00	Q 20.00	
Hidrolavadora accionada con gasolina	Q 4,800.00	Q 4,800.00	
Bomba sumergible e insumos	Q 2,250.00	Q 2,250.00	
Rotoplás e insumos	Q 1,417.00	Q 1,417.00	
Extractores	Q 600.00	Q 2,000.00	
Pinzas, alicates y Estilson	Q 44.00	Q 220.00	
Desarmadores Stanley	Q 10.00	Q 120.00	Q 35,247.00
Repuestos y accesorios (Mercadería)			
Descripción	Costo unitario	Trimestral	Anual
Cilindro 225cc. Para moto taxis	Q 400.00	Q 1,800.00	Q 7,200.00
Cilindro 125 cc y 135 cc modelo Discover	Q 600.00	Q 4,800.00	Q 19,200.00
Cilindro 125 150 cc modelo Boxer	Q 600.00	Q 4,800.00	Q 19,200.00
Cadenas de tiempos modelos varios	Q 70.00	Q 1,050.00	Q 4,200.00
Tensores/cadena de tiempo de la línea Bajaj	Q 90.00	Q 1,350.00	Q 5,400.00
Empaque para motor	Q 70.00	Q 350.00	Q 1,400.00
Filtros de aceite	Q 10.00	Q 1,000.00	Q 4,000.00
Fricciones	Q 60.00	Q 2,400.00	Q 9,600.00
Pastillas de freno	Q 90.00	Q 450.00	Q 1,800.00
Balancines	Q 50.00	Q 1,500.00	Q 6,000.00
Cilindros 125 modelo Zusuki GN 125	Q 400.00	Q 3,200.00	Q 12,800.00
Relación	Q 125.00	Q 1,250.00	Q 5,000.00
TOTAL		Q 23,750.00	Q 95,000.00
Grasas y aceites (Mercadería)			
Aceite Mobil	Q 360.00	Q 7,200.00	Q 28,800.00
Aceite Mobil	Q 440.00	Q 3,520.00	Q 14,080.00
Aceite Castrol	Q 370.00	Q 5,180.00	Q 20,720.00
Aceite Castrol	Q 450.00	Q 11,700.00	Q 46,800.00
Hidráulico	Q 513.00	Q 513.00	Q 2,052.00
Grasa No 2	Q 580.00	Q 12,760.00	Q 51,040.00
TOTAL		Q 40,873.00	Q 163,492.00
Sueldos			
Descripción	Mensual	Anual	

Gerente Administrativo	Q 3,850.00	Q 46,200.00	
Director	Q 2,750.00	Q 33,000.00	
Mecánico I	Q 2,450.00	Q 29,400.00	
Mecánico II	Q 2,450.00	Q 29,400.00	
Mecánico III	Q 2,450.00	Q 29,400.00	Q 167,400.00
TOTAL	Q 9,050.00		
Descripción	Mensual	Anual	
Agua	Q 30.00	Q 360.00	
Teléfono e internet	Q 300.00	Q 3,600.00	
Energía Eléctrica	Q 250.00	Q 3,000.00	
Papelería y útiles	Q 110.00	Q 1,320.00	
TOTAL	Q. 690.00	Q 8,280.00	Q 8,280.00
Publicidad	Q 1,095.00	Q 13,140.00	
TOTAL		Q 13,140.00	Q 13,140.00
Gastos de Constitución		Q 1,435.00	Q 1,435.00
TOTAL			Q 497,194.00

Fuente: elaboración propia

6.3. Crecimiento anual

Gráfica 14

Descripción	1er. Cuatrimestre		2o. Cuatrimestre		3er. Cuatrimestre		Total/Ventas anuales
	No. de ventas	Total/ventas	No. de ventas	Total/ventas	No. de ventas	Total/ventas	
Servicio periódico	659	Q 95,555.00	679	Q 98,455.00	700	Q 101,500.00	Q 295,510.00
Cambio de relación	150	Q 4,500.00	155	Q 4,650.00	160	Q 4,800.00	Q 13,950.00
Limpieza de carburador	114	Q 5,700.00	116	Q 5,800.00	120	Q 6,000.00	Q 17,500.00
Reparación completa de motor	76	Q 30,400.00	78	Q 31,200.00	80	Q 32,000.00	Q 93,600.00
Calibración de válvulas	80	Q 4,000.00	82	Q 4,100.00	85	Q 4,250.00	Q 12,350.00
Cambio de cilindro y cadena de tiempo	44	Q 8,800.00	46	Q 9,200.00	48	Q 9,600.00	Q 27,600.00
Cambio de lubricante	1317	Q 13,170.00	1,358	Q 13,580.00	1,400	Q 14,000.00	Q 40,750.00
Total	2,440	Q 162,125.00	2,514	Q 166,985.00	2,593	Q 172,150.00	Q 501,260.00

Fuente: elaboración propia

Gráfica 15
Incremento anual de ventas

Ventas	Ingreso	Crecimiento anual 3%
Año 1	Q 501,260.00	Q 15,037.80
Año 2	Q 516,297.80	Q 15,488.93
Año 3	Q 531,786.73	Q 15,953.60
Año 4	Q 547,740.34	Q 16,432.21
Año 5	Q 564,172.55	
Total	Q 2,661,257.42	

Fuente: elaboración propia

Gráfica 18
Financiamiento (18%)

Año	Capital	Interés	
1	Q 13,554.29	Q 16,917.82	
2	Q 16,205.75	Q 14,266.36	
3	Q 19,375.89	Q 11,096.22	
4	Q 23,166.17	Q 7,305.94	
5	Q 27,697.90	Q 2,774.22	
	Q 100,000.00	Q 52,360.56	Q 152,360.56

Fuente: elaboración propia

Gráfica 19
Incremento de 3% de publicidad

Publicidad		Incremento 3%
Año 1	Q 7,240.00	Q 217.20
Año 2	Q 7,457.20	Q 223.72
Año 3	Q 7,680.72	Q 230.42
Año 4	Q 7,911.14	Q 237.33
Año 5	Q 8,148.48	
Total	Q 38,437.54	

Fuente: elaboración propia

Gráfica 20

Incremento gasto de operaciones 3% anual

Gastos de Administrativos		Incremento 3%
Año 1	Q 182,400.00	Q 5,472.00
Año 2	Q 187,872.00	Q 5,636.16
Año 3	Q 193,508.16	Q 5,805.24
Año 4	Q 199,313.40	Q 5,979.40
Año 5	Q 205,292.81	
Total	Q 968,386.37	

Fuente: elaboración propia

Gráfica 21

Incremento de publicidad 3%

Gastos Generales		Incremento 3%
Año 1	Q 25,560.00	Q 766.80
Año 2	Q 26,326.80	Q 789.80
Año 3	Q 27,116.60	Q 813.50
Año 4	Q 27,930.10	Q 837.90
Año 5	Q 28,768.01	
Total	Q 135,701.51	

Fuente: elaboración propia

6.4. Estados financieros

6.4.1. Estado de resultados período 2,014-2,018

Moto Servicios El Profe
Estado de Resultado Proyectado a 5 Años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	Q 501,260.00	Q 516,297.80	Q 531,786.73	Q 547,740.34	Q 564,172.55
Costos					
Inventario Inicial	Q 64,623.00	Q 66,561.69	Q 68,558.54	Q 70,615.30	Q 72,733.76
(+) compras	Q 258,492.00	Q 266,246.76	Q 274,234.63	Q 282,461.80	Q 290,935.65
(-) Inventario Final	Q 193,869.00	Q 199,685.07	Q 205,675.62	Q 211,845.90	Q 218,201.28
Costo de Ventas	Q 129,246.00	Q 133,123.38	Q 137,117.55	Q 141,231.20	Q 145,468.13
UTILIDAD BRUTA	Q 372,014.00	Q 383,867.11	Q 394,669.18	Q 406,509.14	Q 418,704.42
GASTOS DE OPERACIÓN	Q 204,420.00	Q 223,084.00	Q 228,919.14	Q 234,928.72	Q 241,118.59
Sueldos y salarios	Q 167,400.00	Q 172,422.00	Q 177,594.66	Q 182,922.50	Q 188,410.18
Bonificaciones	- - - - -	Q 90,00.00	Q 9,000.00	Q 90,00.00	Q 9,000.00
Bono 14	- - - - -	Q 9,800.00	Q 9,800.00	Q 9,800.00	Q 9,800.00
Aguinaldo	- - - - -	Q 9,800.00	Q 9,800.00	Q 9,800.00	Q 9,800.00
Publicidad	Q 13,140.00	Q 13,534.20	Q 13,940.23	Q 14,358.44	Q 14,789.20
Gastos Varios	Q 8,280.00	Q 8,528.40	Q 8,784.25	Q 9,047.78	Q 9,319.21
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	Q 167,594.00	Q 160,783.11	Q 165,750.04	Q 171,580.42	Q 177,585.83
(-)Impuesto ISR	Q 46,926.32	Q 40,195.78	Q 41,437.51	Q 42,895.11	Q 44,396.46
UTILIDAD NETA	Q 120,667.68	Q 120,587.33	Q 124,312.53	Q 128,685.31	Q 133,189.37

Fuente: elaboración propia

6.4.2. Balance general proyectado, período 2014-2018

Gráfica 24

Moto Repuestos El Profe

Balance General Proyectado a 5 Años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
CORRIENTE	Q 314,536.68	Q 320,272.40	Q 329,988.15	Q 340,531.21	Q 351,390.65
caja	Q 120,667.68	Q 120,587.33	Q 124,312.53	Q 128,685.31	Q 133,189.37
Inventario Final	Q 193,869.00	Q 199,685.07	Q 205,675.62	Q 211,845.90	Q 218,201.28
NO CORREINTE	Q 37,396.77	Q 24,911.54	Q 12,425.75	Q 1,807.00	Q 0.00
Mobiliario y equipo	Q 7,600.00	Q 6,080.00	Q 4,560.00	Q 3,040.00	Q 1,520.00
(Depreciación acumulada)	Q 1,520.00	Q 1,520.00	Q 1,520.00	Q 1,520.00	Q 1,520.00
Equipo de computación	Q 5,600.00	Q 3,733.52	Q 1,867.04	-----	-----
(Depreciación acumulada)	Q 1,866.48	Q 1,866.48	Q 1,867.04	-----	-----
Herramientas	Q 35,247.00	Q 26,435.25	Q 17,623.50	Q 8,811.75	-----
(Depreciación acumulada)	Q 8,811.75	Q 8,811.75	Q 8,811.75	Q 8,811.75	-----
Gastos de Constitución	Q 1,435.00	Q 1,148.00	Q 861.00	Q 574.00	Q 287.00
(Amortización acumulada)	Q 287.00	Q 287.00	Q 287.00	Q 287.00	Q 287.00
Total de activo	Q 351,933.45	Q 345,183.94	Q 342,413.90	Q 342,338.21	Q 351,390.65
PASIVO					
TOTAL DE PASIVO					
Cuota Préstamo Bancario	Q 13,554.29	Q 16,205.75	Q 19,375.89	Q 23,166.17	Q 27,697.90
IVA por Pagar	Q 26,010.86	Q 26,791.18	Q 27,594.87	Q 28,422.70	Q 29,275.38
Capital	Q 191,700.62	Q 181,599.68	Q 171,130.61	Q 162,064.03	Q 161,228.00
Utilidad en ejercicio	Q 120,667.68	Q 120,587.33	Q 124,312.53	Q 128,685.31	Q 133,189.37
PASIVO + CAPITAL	Q 351,933.45	Q 345,183.94	Q 342,413.90	Q 342,338.21	Q 351,390.65

Fuente: elaboración propia

6.4.3 Flujo de caja

Gráfica 25
Moto repuestos El Profe

Estado de Resultado proyectado a 5 Años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	Q 501,260.00	Q 516,297.80	Q 531,786.73	Q 547,740.34	Q 564,172.55
Costos					
Inventario Inicial	Q 64,623.00	Q 66,561.69	Q 68,558.54	Q 70,615.30	Q 72,733.76
(+) compras	Q 258,492.00	Q 266,246.76	Q 274,234.63	Q 282,461.80	Q 290,935.65
(-) Inventario Final	Q 193,869.00	Q 199,685.07	Q 205,675.62	Q 211,845.90	Q 218,201.28
Costo de Ventas	Q 129,246.00	Q 133,123.38	Q 137,117.55	Q 141,231.20	Q 145,468.13
UTILIDAD BRUTA	Q 372,014.00	Q 383,867.11	Q 394,669.18	Q 406,509.14	Q 418,704.42
GASTOS DE OPERACIÓN	Q 204,420.00	Q 223,084.00	Q 228,919.14	Q 234,928.72	Q 241,118.59
Sueldos y salarios	Q 167,400.00	Q 172,422.00	Q 177,594.66	Q 182,922.50	Q 188,410.18
Bonificaciones	- - - - -	Q 9,000.00	Q 9,000.00	Q 9,000.00	Q 9,000.00
Bono 14	- - - - -	Q 9,800.00	Q 9,800.00	Q 9,800.00	Q 9,800.00
Aguinaldo	- - - - -	Q 9,800.00	Q 9,800.00	Q 9,800.00	Q 9,800.00
Publicidad	Q 13,140.00	Q 13,534.20	Q 13,940.23	Q 14,358.44	Q 14,789.20
Gastos Varios	Q 8,280.00	Q 8,528.40	Q 8,784.25	Q 9,047.78	Q 9,319.21
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	Q 167,594.00	Q 160,783.11	Q 165,750.04	Q 171,580.42	Q 177,585.83
(-) Impuesto ISR	Q 46,926.32	Q 40,195.78	Q 41,437.51	Q 42,895.11	Q 44,396.46
UTILIDAD NETA	Q 120,667.68	Q 120,587.33	Q 124,312.53	Q 128,685.31	Q 133,189.37
(+) Depreciaciones	Q 36,248.77	Q 24,050.54	Q 11,851.75	Q 1,520.00	Q -----
(+) Amortizaciones	Q 1,148.00	Q 861.00	Q 574.00	Q 287.00	Q -----

Utilidad	Q 158,064.45	Q 145,498.87	Q 136,738.28	Q 130,492.31	Q 133,189.37
(-) Depreciaciones	Q 36,248.77	Q 24,050.54	Q 11,851.75	Q 1,520.00	Q -----
(-) Amortizaciones	Q 1,148.00	Q 861.00	Q 574.00	Q 287.00	Q -----
Flujo Neto Efectivo	Q 120,667.68	Q 120,587.33	Q 124,312.53	Q 128,685.31	Q 133,189.37

Fuente: elaboración propia

6.5 Viabilidad del proyecto

Moto Servicios el Profe propone cumplir con las expectativas requeridas por los poseedores de motocicletas del municipio de Ixcán; para ello es importante aplicar el manual de procedimientos en todo tipo de servicios y enseñar a cada trabajador sobre la importancia de prestar un buen servicio desde la primera vez y para dar a conocer la calidad del servicios; al nombre de la empresa se le ha integrado “El Profe” término que dará a conocer el profesionalismo con que se atenderá.

En términos económicos el proyecto presenta un déficit bastante alto por lo que se debe revisar los rubros de inversión y tomar las medidas correctivas necesarias. El mercado demanda de este servicio por lo que es oportuno analizar la proyección de ventas y determinar con mayor precisión este factor.

La poca importancia, que los competidores dan a los usuarios del servicio debido a la demanda con que cuentan, es la oportunidad para posicionarse como la alternativa que esperaban para el cumplimiento de sus expectativas, esto basado en que el estudio de mercado reveló que la mayor deficiencia en los talleres es la mala calidad del servicio. La empresa dará prioridad a los siguientes aspectos:

- Calidad en mano de obra: la aplicación del manual de procedimientos en servicios, permitirá un trabajo ordenado y se reducirán las probabilidades de errores. Antes de la entrega a los propietarios, los vehículos serán revisados y probados por el responsable de calidad.
- Calidad en atención al cliente: el personal de la empresa utilizará un vocabulario con ética y moralidad que infunda en los usuarios confianza y espíritu de formalidad.
- Calidad en tiempo de entrega: el vehículo será entregado en el tiempo acordado con el cliente.
- Calidad en insumos: se utilizará aceites y grasas de la marca mobil y/o Castrol conocidos en el mercado por su calidad y resistencia. Esto que permitirá garantizar la vida del vehículo y el trabajo realizado por la empresa.
- Calidad en el precio: el precio de los servicios será igual al de la competencia y la diferencia, la constituye la calidad de los trabajos realizados y la amabilidad en la atención.

6.5.1 Operacional

En el medio existe recurso humano con las cualidades y capacidades que la empresa requiere para generar una relación de afecto de parte de los usuarios hacia la empresa; por medio del cumplimiento de sus expectativas, basado en la calidad del servicio brindado en todos sus aspectos. Uno de los aspectos importantes consiste en la inducción del personal al momento de iniciar labores dentro de la institución que permitirá alinear al personal en la consecución de los objetivos institucionales. Por otra parte las instalaciones propuestas para la sede de operaciones de la empresa según el análisis de localización es amplio y cuenta con las condiciones adecuadas para cumplir con todos los procesos del servicio, de la misma manera cuentan con servicios básicos necesarios para un trabajo de calidad (agua, energía eléctrica, seguridad).

En el medio también es accesible la obtención de equipo y herramientas necesarias según estudio técnico para el efectivo y eficaz funcionamiento de la empresa. Éstas serán adquiridas según las marcas establecidas en el estudio correspondiente debido a que son las marcas con mayor garantía y facilidades de reparación y obtención de repuestos para los mismos.

6.5.2 De mercado

En una entrevista realizada al propietario de Distribuidora de motos MASESA en Ixcán reveló que solo esta empresa ha distribuido tres mil ciento cuarenta y dos motos a personas del municipio y la distribuidora ZUSUKI mil doscientas motos. Según el estudio de mercado el 100% de los usuarios requiere los servicios de un taller de los cuales el 50% con una frecuencia de seis veces al año. Al confrontar estos datos con la cantidad de clientes necesarios para lograr la rentabilidad de la empresa, se puede evidenciar el alto grado de viabilidad del negocio y de la posibilidad de crecimiento rápido siempre que se aplique los principios de la empresa y se establezca la personalidad planteada sin olvidar que un buen nombre lo definen las acciones.

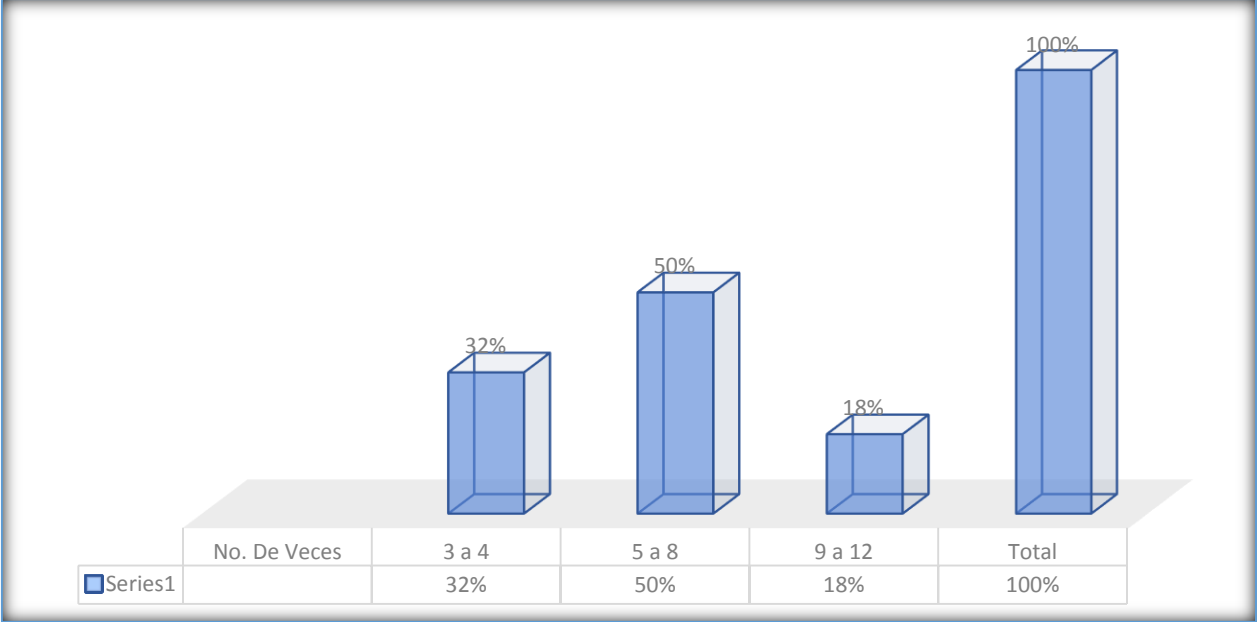
Una encuesta dirigida a usuarios de este tipo de transporte (motocicletas) evidenció que una de las principales expectativas de los usuarios en el medio, constituye la calidad del servicio. También se evidenció que todos los usuarios llevan su motocicleta a un taller en diferente intervalo de veces, de los cuales el 50% visita un taller a cada dos meses. Otro 50% en intervalos menores que van

desde cinco a una vez al año. El primer grupo son personas que han adoptado su vehículo como parte de su personalidad y quieren mantenerlo en óptimas condiciones.

Por otra parte, el segundo grupo son personas que consideran, deben llevar su moto al taller hasta el momento en que este tenga un desperfecto y en su mayoría requieren un servicio de reparación.

Gráfica 27

Distribución de usuarios por frecuencia de requerimiento del servicio



Fuente: elaboración propia

6.5.3 Económica

El capital de la empresa será financiado con un préstamo otorgado por el Banco de Desarrollo Rural BANRURAL S.A. con una tasa de interés del 18% cantidad que servirá para compra de equipo y herramientas gastos de organización y otros gastos establecidos en el estudio económico respectivo. La ventaja de la empresa se relaciona con la naturaleza del servicio brindado que requiere equipo liviano y la inversión es recuperable.

Conclusiones

1. Uno de los aspectos importantes de resaltar es el nivel de calidad que la competencia ofrece a sus clientes, este uno de los factores que Moto Servicios el Profe aprovechó para determinar las características del servicio a ofrecer.
2. Así mismo se determinó que el nivel de insatisfacción existente en los usuarios de este servicios, se enmarca en los bajos estándares de calidad que cada uno de los competidores aplica en los diferentes procesos, por otra parte se pudo apreciar la fuerte demanda que este servicio tiene en la y facilita la captación del número de clientes que la empresa necesita para alcanzar la rentabilidad deseada.
3. El estudio reflejó que la mayor parte de usuarios no se siente satisfecho con el servicio ofrecido en los diferentes negocios lo cual reafirma la viabilidad de una opción que sea capaz de satisfacer estas demandas.

Recomendaciones

1. Todo trabajo debe realizarse bien desde la primera vez y facilitar la conservación de los clientes captados y promover una buena imagen ante los usuarios del servicio brindado
2. Es importante realizar un correcto diagnóstico de los vehículos en el momento de la recepción para determinar con mayor exactitud el tiempo de entrega y presupuestar los costos extras por trabajos adicionales que pudiera darse; esto permitirá cumplir con el tiempo acordado para la entrega.
3. El personal mecánico debe actualizarse constantemente de las de las nuevas tecnologías incorporadas a los vehículos para poder responder oportunamente a las exigencias de los usuarios; así estar siempre delante de la competencia.
4. Es importante considerar la implementación del servicio con atención a domicilio, pues existe cierta parte de la población que tiene una motocicleta la utiliza únicamente porque le apasiona y se divierte cuando su vehículo está en óptimas condiciones e invierte para que su moto esté en condiciones adecuadas.
5. La empresa debe mantener un monitoreo constante de las actividades de la competencia para responder oportunamente ante cualquier estrategia agresiva implementada. Esto permite proponer estrategias de mercado acorde a la realidad,

Bibliografía

Código Tributario

Guía de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- 2013, UPANA.

INTECAP, Fundamentos de Calidad, Modulo 1, MT.2.24062/o2, Edición I, Guatemala, 01 de octubre de 2002. 47. Pp.

INTECAP, Principios de empresarismo, MT.2.11.8-3526/10, Edición 01, Guatemala, diciembre 2010. 171. Pp.

Manual de estilo y redacción, Universidad Panamericana

NassirSapagChain, PROYECTOS DE INVERSIÓN, Formulación y Evaluación, 2ª edición, Pearson Educación, Chile, 2011. 544. Pp.

Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) [www.Portal SAT](http://www.PortalSAT.gov.gt).

www.banguat.gob.gt consultado en Enero 2009 Manual de Plan Negocios.

Acuerdo Gubernativo 178 – 2001, Para el Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Guatemala

ANEXOS



SOLICITUD DE HABILITACION DE LIBROS

LUGAR Y FECHA DE PRESENTACION:

DIA
 MES
 AÑO

SAT - No.0052 **4365673**

DATOS DE IDENTIFICACION

NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/>					ADMINISTRACION <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
APELLIDOS Y NOMBRES O RAZON SOCIAL					
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA DEL DOMICILIO FISCAL	NUMERO (CASA)	APTO. O SIMILAR	ZONA	COLONIA O BARRIO	DEPARTAMENTO
MUNICIPIO	TELEFONO	FAX	APDO. POSTAL	E-MAIL	

ESTABLECIMIENTO PARA EL QUE SOLICITA LA AUTORIZACION (Unicamente Libros de Compras y Ventas)

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:			ESTABLECIMIENTO No.		
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA	ZONA:	COLONIA, BARRIO, CASERIO, OTROS:	MUNICIPIO:	DEPARTAMENTO:	

DETALLE DE LIBROS A UTILIZAR

LIBRO DE	MARQUE CON "X" EL SISTEMA A UTILIZAR		CANTIDAD DE HOJAS
	MANUAL	COMPUTARIZADO	
COMPRAS Y VENTAS PEQUEÑO CONTRIBUYENTE			
COMPRAS			
VENTAS			
INVENTARIOS			
DIARIO			
MAYOR			
DE ESTADOS FINANCIEROS			
DIARIO MAYOR GENERAL			
OTROS, ESPECIFIQUE:			
OTROS, ESPECIFIQUE:			
OTROS, ESPECIFIQUE:			
OTROS, ESPECIFIQUE:			
OTROS, ESPECIFIQUE:			

FIRMA:

NOMBRE DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL

FECHA, FIRMA Y SELLO DE RECEPCION Y GRABACION:



ACREDITACIÓN DE IMPRENTAS EN EL REGISTRO FISCAL DE IMPRENTAS

LUGAR Y FECHA DE PRESENTACIÓN:

DÍA MES AÑO

SAT-**No.01620676473**

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1) NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT):

2) NOMBRES Y APELLIDOS / RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL:

3) NÚMERO O NOMBRE DE LA CALLE O AVENIDA:

4) NÚMERO (casas):

5) APTO. O SIMILAR:

6) ZONA:

7) COLONIA O BARRIO:

8) DEPARTAMENTO:

9) MUNICIPIO:

10) TELÉFONO:

11) FAX:

12) APOD. POSTAL:

13) CORREO ELECTRÓNICO:

DECLARACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

- Hago uso de los mecanismos establecidos en las DISPOSICIONES LEGALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA para otorgar y/o revocar la autorización a la imprenta o servicios de impresión, para que pueda solicitar en mi nombre, por medios electrónicos, la impresión de facturas, facturas especiales, notas de débito, notas de crédito y otros documentos establecidos en la ley del IVA y demás leyes tributarias.
- Asumo la responsabilidad de las solicitudes de autorización de impresión de facturas, facturas especiales, notas de débito, notas de crédito y otros documentos establecidos en la ley del IVA y demás leyes tributarias, que la imprenta efectúe en mi nombre.

ACREDITACIÓN DE IMPRENTA (S) O SERVICIO (S) DE IMPRESIÓN

- La imprenta o servicio de impresión a acreditar debe estar inscrita en el Registro Fiscal de Imprentas.
- A partir de la presentación de este formulario, autorizo a la(s) siguiente(s) imprenta(s) o servicio (s) de impresión:

No.	NIT	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO COMERCIAL

REVOCAR ACREDITACIÓN A IMPRENTA (S) O SERVICIO (S) DE IMPRESIÓN

- A partir de la presentación de este formulario, revoco la autorización a la(s) siguiente(s) imprenta(s) o servicio (s) de impresión:

No.	NIT	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO COMERCIAL

INSTRUCCIONES:

- En las casillas de la 2 a la 14, consigne la información correspondiente al contribuyente.
- En la sección "ACREDITACIÓN DE IMPRENTA (S) O SERVICIO (S) DE IMPRESIÓN", consigne la información de las imprentas o servicios de impresión a acreditar en el RFI, para que puedan solicitar autorización de impresión de documentos en su nombre.
- En la sección "REVOCAR ACREDITACIÓN A IMPRENTA (S) O SERVICIO (S) DE IMPRESIÓN", consigne la información de las imprentas o servicios de impresión a los que desee revocar la acreditación para que no puedan solicitar autorización de impresión de documentos en su nombre.

FIRMA:

FECHA, FIRMA Y SELLO DE RECEPCIÓN Y GRABACIÓN:

PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL



SOLICITUD PARA AUTORIZACION DE IMPRESION Y USO DE DOCUMENTOS Y FORMULARIOS

LUGAR Y FECHA DE PRESENTACION

DIA MES AÑO

SAT-No.0042 **1673034**

DATOS DE IDENTIFICACION

NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT)				ADMINISTRACION		
<input type="text"/>				<input type="text"/>		
APELLIDOS Y NOMBRES O RAZON SOCIAL						
<input type="text"/>						
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA DEL DOMICILIO FISCAL	NUMERO (CASA)	APDO O SIMILAR	ZONA	COLONIA O BARRIO	DEPARTAMENTO	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
MUNICIPIO	TELEFONO	FAX	APDO. POSTAL	E-MAIL		
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>		

ESTABLECIMIENTO PARA EL QUE SOLICITA LA AUTORIZACION

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:			ESTABLECIMIENTO No.		
<input type="text"/>			<input type="text"/>		
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA	ZONA:	COLONIA, BARRIO, CASERIO, OTROS:	MUNICIPIO	DEPARTAMENTO:	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

DESCRIPCION DOCUMENTO O FORMULARIO A AUTORIZAR

- NOTA:
- SI LA SOLICITUD ES PARA FACTURAS IMPRESAS POR UN SISTEMA INTEGRADO DE CONTABILIDAD O MAQUINA REGISTRADORA, INDICAR EN LA COLUMNA RESOLUCION, NUMERO DE RESOLUCION DE LA AUTORIZACION DE SISTEMA O DE LA MAQUINA REGISTRADORA.
 - SI LA SOLICITUD ES PARA IMPRESION DE FORMULARIOS MARQUE CON UNA "X" EL TIPO DE IMPRESION.

RESOLUCION	DESCRIPCION DEL DOCUMENTO	PARA IMPRESION DE FORMULARIOS POR MEDIO MAGNETICO O IMPRESA		SERIE	DEL No.	AL No.	TOTAL DE DOCUMENTOS
		TIPO DE IMPRESION					
		IMPRESA	MAGNETICO				
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

FIRMA:

NOMBRE DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL

FECHA, FIRMA Y SELLO DE RECEPCION Y GRABACION:

