



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES  
INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

**SERVICENTRO BARANDILLAS, S DE R.L**

**SUSTENTADO POR:**

**GEORGE ANDRES SOLER ZELAYA**

**21441225**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL  
Y NEGOCIOS**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS**

**HONDURAS, C.A.**

**JULIO, 2019**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURAS .....	III
ÍNDICE DE TABLAS .....	IV
RESUMEN EJECUTIVO.....	I
INTRODUCCIÓN .....	II
1.    CAPÍTULO I .....	1
1.1.  OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL .....	1
1.1.1.  Objetivo general.....	1
1.1.2.  Objetivos específicos .....	1
1.2.  DATOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	1
1.2.1.  Reseña histórica.....	1
1.2.2.  Misión.....	2
1.2.3.  Visión .....	2
1.2.4.  Valores.....	2
1.2.5.  Productos Servicentro Barandillas .....	3
1.2.6.  Organigrama de Servicentro Barandillas.....	3
2.    CAPÍTULO II.....	4
2.1.  ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA EMPRESA .....	4
2.1.1.  Gestión de compras.....	4
2.1.2.  Análisis de inventario próximo a vencer .....	6
2.1.3.  Seguimiento de cobros.....	7
2.1.4.  Elaboración de reporte de caja.....	8
2.1.5.  Elaboración reportes de gastos .....	8
2.1.6.  Verificación solicitudes de crédito .....	9
3.    CAPÍTULO III.....	10
3.1.    PROPUESTA DE MEJORA IMPLEMENTADA.....	10
3.1.1.  Propuesta: Registro de ventas caídas .....	10
3.1.1.1.  Antecedentes.....	10
3.1.1.2.  Descripción de la propuesta.....	11
3.1.1.3.  Impacto de la propuesta .....	13
3.2.    PROPUESTA DE MEJORA.....	14
3.2.1.  Propuesta: Desarrollo base de datos de clientes .....	14
3.2.1.1.  Antecedentes.....	14
3.2.1.2.  Descripción de la propuesta.....	15
3.2.1.3.  Impacto de la propuesta .....	16
4.    CAPÍTULO IV .....	18
4.1.    CONCLUSIONES .....	18
4.2.    RECOMENDACIONES .....	19
4.2.1  Recomendaciones para Servicentro Barandillas.....	19
4.2.2.  Recomendaciones para Unitec.....	19
4.2.3.  Recomendaciones para los estudiantes .....	19
REFERENCIAS .....	20

GLOSARIO ..... 21

ANEXOS ..... 22

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Servicentro Barandillas .....	3
Figura 2: Proceso de reporte de compras mensuales .....	5
Figura 3: Porcentaje de las ventas por cliente.....	15
Figura 4: Requisitos para solicitar crédito .....	22
Figura 5: Solicitud de crédito.....	23
Figura 6: Inventario en Bodega.....	24
Figura 7: DOT de la llanta .....	24

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ventas caídas antes de implementación .....	11
Tabla 2: Formato ventas caídas asesores comerciales .....	12
Tabla 3: Registro ventas caídas mensuales .....	13
Tabla 4: Tabla de resumen ventas caídas .....	13
Tabla 5: Ventas caídas después de implementación .....	14
Tabla 6: Formato Base de Datos .....	16

## RESUMEN EJECUTIVO

Desde que se comienza una carrera un estudiante siempre sueña con terminarla, con llegar a la meta. La meta final de la carrera en esta ocasión es la culminación de la practica profesional, que se realizo en Servicentro Barandillas, empresa que se dedica a la distribución de llantas a nivel nacional.

Servicentro Barandillas es una de las pocas llanteras que nacen en Honduras con la visión de convertirse en una franquicia de llantas y expandirse por todo el país. En la actualidad se encuentran en dos ciudades y esperan poder seguir creciendo. Una empresa reconocida por sus buenos precios y excelentes marcas.

Se desarrollo el cargo de asistente administrativo donde se desarrollaron actividades administrativas como gestión de compras, análisis de inventario, seguimiento de cobros, elaboración de reportes y verificación de solicitudes de crédito. Actividades que se relacionan con las ventas y el inventario, donde las clases de administración de la producción, ventas y marketing fueron claves para el desarrollo de cada una de las actividades.

En poco tiempo se logro implementar una mejora en el área de ventas, que tuvo un impacto positivo en ellas. La implementación de un reporte de ventas caídas, cuya elaboración ayudo a la gerencia a tomar mejores decisiones que lograron reducir la cantidad de ventas que no se completan por falta de stock.

También se tuvo la oportunidad de desarrollar una propuesta de mejora cuyo objetivo también es mejorar las ventas y facilitarles la labor de marketing al departamento de administración, a través de la creación de una base de datos de ventas al contado, para poder así dales seguimiento a las ventas y asegurar el retorno de esos clientes a la empresa. La base de datos es de mucha utilidad y se espera la empresa la implemente en un futuro cercano.

## INTRODUCCIÓN

El informe que resume la práctica profesional es uno de los documentos que mas se espera concluir durante la carrera universitaria. El siguiente documento resume el trayecto en la carrera durante el periodo de práctica profesional, en la empresa Servicentro Barandillas, sucursal San Pedro Sula. La empresa es una compañía que nació en 1972, cuya función es distribuir llantas de todo tipo en San Pedro Sula y Tegucigalpa.

Durante la práctica se desarrolló el cargo de asistente administrativo, en el departamento de administración. En el cargo se desarrollaron actividades en relación con la coordinación de las ventas, pago de planillas, clasificación y orden de documentos y los cobros; actividades que se detallan en el capítulo dos del documento.

En la actualidad el departamento administrativo de la empresa es el que ejerce todas las funciones de marketing, ventas y logística ya que, al ser poco personal administrativo, todas las actividades administrativas se reducen a un pequeño equipo de tres personas. El departamento gestiona las ventas, pagos, planillas, cobros y la logística de los envíos y entregas de las llantas a nivel nacional.

El documento se divide en cuatro capítulos. En el capítulo uno se describe un poco las generalidades de la empresa y los objetivos de la monografía. En el capítulo dos se enlistan y describen las actividades que se llevaron a cabo en la empresa durante la practica. En el tercer capitulo del presente informe, se describen las propuestas de mejora implementadas y sugeridas a la empresa; enfocándose en las áreas de oportunidad identificadas durante el período de la practica y en el capitulo cuatro del documento se describe las conclusiones y recomendaciones realizadas a las diferentes partes involucradas.



## **1. CAPÍTULO I**

En el primer capítulo se describen los objetivos planteados en el informe de practica profesional, así como también los datos generales de la empresa como la visión, misión, valores, estructura organizacional, historia y los productos que la empresa distribuye.

### **1.1. OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL**

#### **1.1.1. Objetivo general**

Aplicar los conocimientos administrativos adquiridos durante la carrera de administración industrial y de negocios en la empresa Servicentro Barandillas, S de R.L en el cargo de asistente administrativo para generarle una mejorara o mejoras a la empresa.

#### **1.1.2. Objetivos específicos**

1. Aprender y colaborar en la coordinación de operaciones relacionadas con el servicio que ofrece la empresa.
2. Mejorar la estructura de la elaboración de reportes, para hacer de ellos una fuente mas completa que sustente y apoye la toma de decisiones de la gerencia.
3. Identificar una estrategia que ayude a gestionar mejor las ventas en la sucursal de Servicentro Barandillas de San Pedro Sula.

### **1.2. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA**

#### **1.2.1. Reseña histórica**

Servicentro Barandillas, S de R.L. inicia operaciones el 02 de octubre del año 1972 ubicada en la avenida Junior, 4ta avenida 10 y 11 calle N.E. No.063, en el barrio barandillas, incursiona en el mercado como una gasolinera y posteriormente gracias a los proveedores de gasolina, se abre la línea de llantas. (Servicentro Barandillas, 2015)

En el año 1992, pensando en la necesidad de expansión se abre una sucursal en nuestra Capital Tegucigalpa en el barrio Suyapa No.2411, con el fin de ampliar el mercado y cobertura en la zona

Centro Sur. Gracias al éxito obtenido y siguiendo su política de expansión y de mejoramiento del servicio. (Servicentro Barandillas, 2015)

### **1.2.2. Misión**

Ofrecer la mayor seguridad a nuestros clientes, brindándoles llantas de la más alta calidad y con el mejor costo-beneficio del mercado. (Servicentro Barandillas, 2015)

### **1.2.3. Visión**

Ser una empresa líder del mercado hondureño, brindándoles a nuestros clientes valores agregados en una relación estable a lo largo del tiempo. (Servicentro Barandillas, 2015)

### **1.2.4. Valores**

- Creen en la obtención de utilidades justas como resultado de su trabajo y del capital invertido por los accionistas.
- Creen en que la lealtad y el respeto recíproco es el eslabón fundamental de una relación laboral duradera.
- Creen que el cliente es nuestro verdadero patrón, y el exceder sus expectativas nuestra más grande meta.
- Creen en el compromiso que tenemos de desarrollar a su personal a fin de que estos puedan llegar a ser mejores seres humanos.
- Creen en las relaciones de largo plazo con sus proveedores y clientes y miembros del equipo, basadas en la competitividad, calidad y reciprocidad.
- Creen en el cumplimiento cabal de su responsabilidad hacia la sociedad y el medio ambiente en las comunidades donde operan.
- Creen en el trabajo en equipo: honesto, productivo y de calidad en todas sus operaciones.

### 1.2.5. Productos Servicentro Barandillas

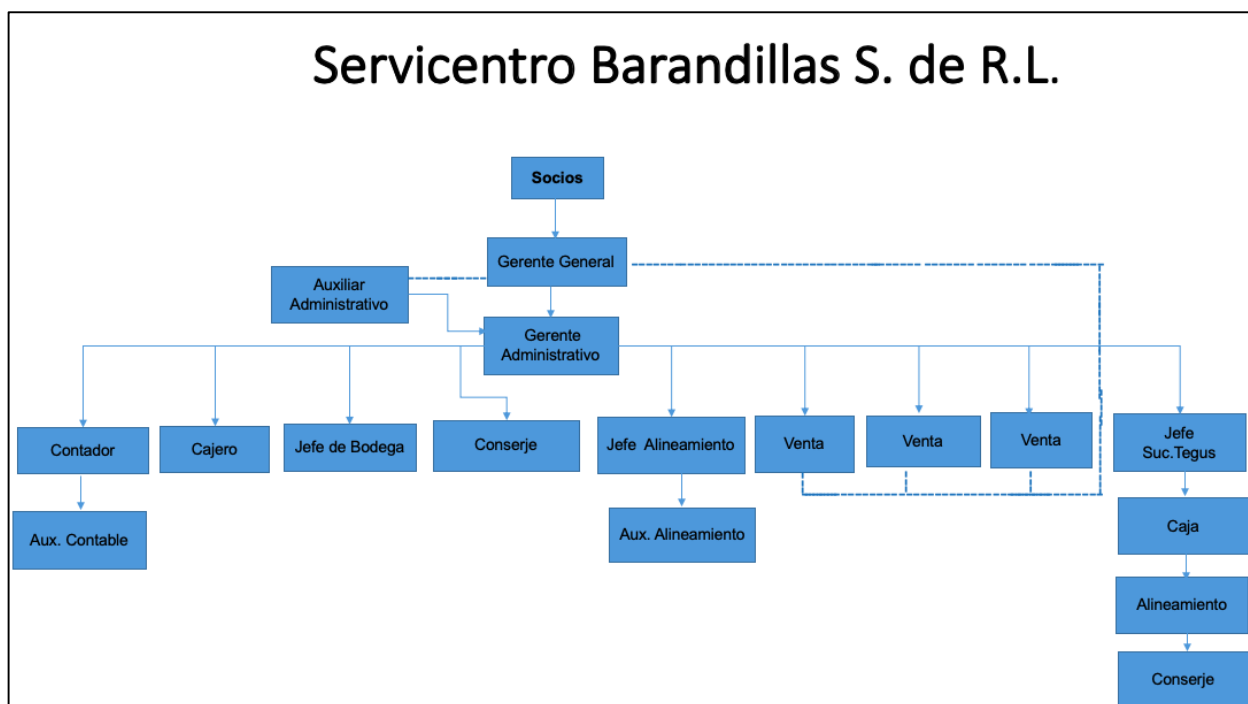
- COOPER (llantas para turismo, Pick Up, camión, volquetas)
- BKT (llantas agrícolas/ Industriales)
- JK TYRE (llantas agrícolas/industriales)
- PIRELLI (llantas para motos)
- WESTLAKE (llantas en general)



### 1.2.6. Organigrama de Servicentro Barandillas

El organigrama de la empresa se presenta figura 1. Donde en la estructura de la empresa la máxima autoridad en ella son los socios y el gerente general. Luego se desglosan el resto de las áreas de la empresa junto con sus subordinados.

Figura 1: Organigrama Servicentro Barandillas



Fuente: Servicentro Barandillas SDRL

## **2. CAPÍTULO II**

En el capítulo dos se describen las actividades realizadas en Servicentro Barandillas como asistente administrativo. Las actividades realizadas fueron en relación con la gestión de compras, inventario, generación de reportes, análisis de factura, entre otros. El objetivo de la mayor parte de las actividades realizadas era el de analizar la información recibida para realizar reportes que sirvieran a la gerencia para la toma de decisiones.

### **2.1. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA EMPRESA**

#### **2.1.1. Gestión de compras**

La gestión de compras es una actividad que tiene como objetivo adquirir los bienes que la empresa necesita para abastecer las cantidades de productos requeridas en términos de tiempo, calidad y precio. Tiene como responsabilidad mantener una continuidad en los suministros, proporcionar suministros de calidad y obtener productos a los mejores costos y plazos de entrega. (Tejero & Julio , 2000)

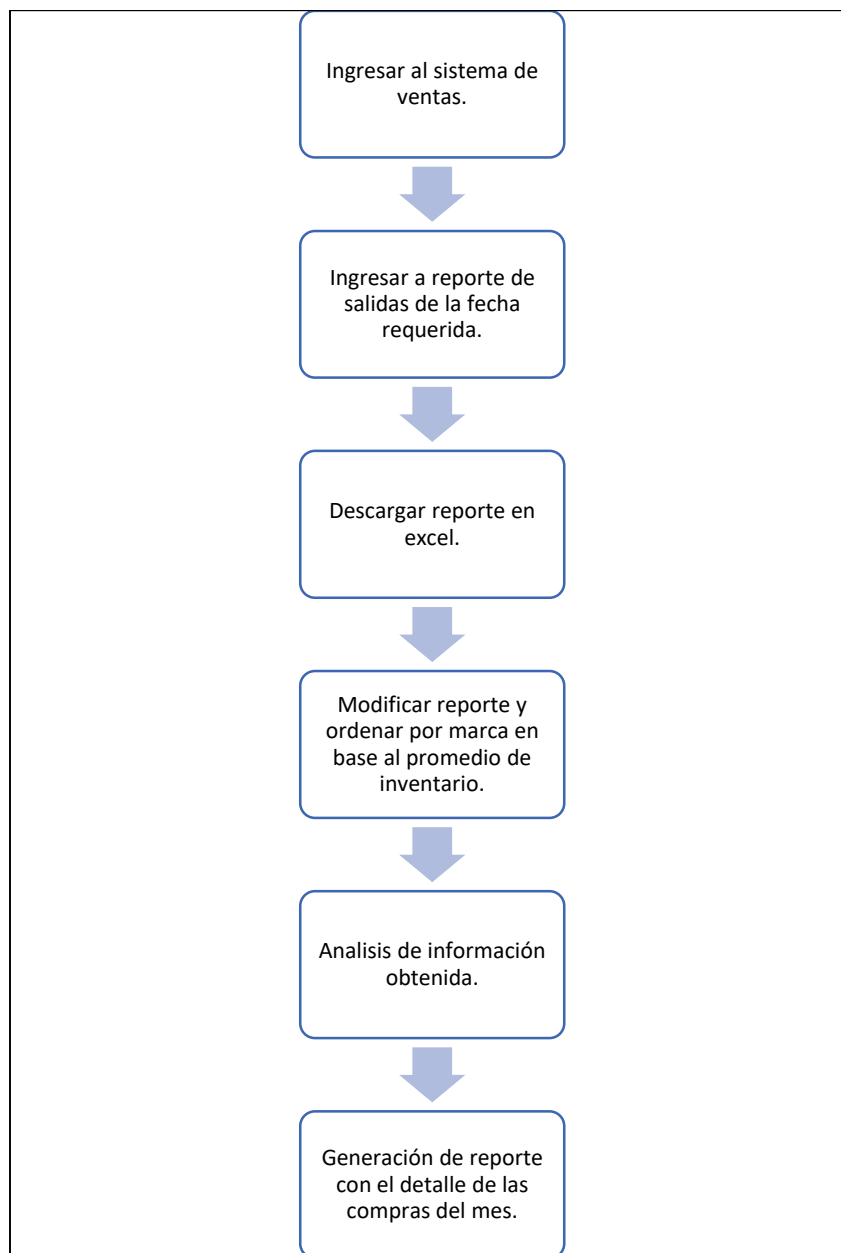
La complejidad de la actividad depende del volumen de compra y el entorno, que, en este caso, como mencionó el gerente en numerosas ocasiones, depende del entorno político y el orden de la ciudad ya que las huelgas y paros afectan la gestión.

La gestión de las compras en la empresa se hace a través del departamento administrativo, ya que no existe un departamento de compras como tal. En la empresa los análisis de inventarios se hacen una vez al mes, ya que el abastecimiento se hace de manera mensual.

En la figura 2, se describe el proceso que conlleva la generación del reporte con el detalle de las compras que se deben hacer en el mes para poder cumplir con el inventario de seguridad y las ventas de la empresa. El proceso inicia con el ingreso al sistema de ventas donde se ingresa el periodo de tiempo que se quiere evaluar y de inmediato le genera las salidas de producto. Ese detalle de las salidas del producto se descarga en formato de Excel, se clasifica y ordena por marca;

colocando por marca y tamaño el número de llantas que se vendió. Luego de clasificarlos por marca se coloca el mínimo de inventario de seguridad que se requiere y se ingresa el inventario anterior y se restan las salidas y con ello se obtiene la cantidad que se requiere comprar en el mes para poder abastecerse y lograr las ventas promedio.

Figura 2: Proceso de reporte de compras mensuales



Fuente: Administración, Servicentro Barandillas

El objetivo de esta actividad consiste en generar un listado en forma de reporte con las compras que se deben hacer, de acuerdo con el flujo de ventas que ha tenido la empresa en el mes anterior. Asegurandose con ello que la empresa sea abastecida a tiempo con la cantidad de producto adecuada.

### **2.1.2. Análisis de inventario próximo a vencer**

Una de las actividades más tediosas del departamento administrativo es el desarrollo del reporte de inventario próximo a vencer ya que requiere de casi todo un día de trabajo, donde la concentración es esencial para el desarrollo del informe.

Para poder realizar el reporte primero se debe visitar la bodega<sup>1</sup> donde se encuentra todo el producto de la empresa y se revisa todas las fechas de elaboración del producto para poder determinar la fecha de vencimiento de estas. Todas las llantas tienen la fecha de elaboración en una cinta dentro de la llanta, que sirve para sacar el DOT<sup>2</sup> (fecha de vencimiento). Las llantas tienen una vida útil de cinco años después del año de fabricación. Al revisar las fechas de fabricación se elabora un listado de las llantas que se vencerán en aproximadamente dos años.

Después de generar el listado, se coloca desde hace cuanto tiempo tienen esas llantas en la bodega y si tienen aproximadamente tres años en stock, se marcan esas llantas como alerta en el Excel. Luego ese listado se le entrega a la gerencia, para que trabajen en actividades como promociones especiales, mejoras de precios con el objetivo de vender ese inventario lo antes posible y evitar pérdidas para la empresa.

Cabe mencionar que la actividad se realiza de manera mensual, con el objetivo de reducir el porcentaje de pérdidas de la empresa, a través de la toma de decisiones a tiempo.

---

<sup>1</sup> Ver anexo: Inventario en Bodega

<sup>2</sup> Ver anexo: DOT de la llanta

### **2.1.3. Seguimiento de cobros**

El seguimiento de los cobros es una de las tareas más delicadas en relación con las tareas asignadas durante el periodo de práctica. La tarea consistía en evaluar la cartera de clientes, clasificarlos de acuerdo con sus saldos y tomar acción de acuerdo con sus días de mora.

Darles seguimiento a los cobros es una actividad que se realiza cada lunes de la semana. Para realizarla, se le solicita al gerente la cartera de clientes el cual está en un archivo de Excel que contiene la información de los clientes con sus saldos y compras y se filtra los clientes de acuerdo con su clasificación.

Los clientes se clasifican de acuerdo con su volumen de compra, la siguiente manera:

Cliente A: Compras entre 100,000 a 300,000 lempiras mensuales. (90 días de crédito)

Cliente B: Compras entre 60,000 a 100,000 lempiras mensuales. (45 días de crédito)

Cliente C: Compras de menos de 60,000 lempiras mensuales. (30 días de crédito)

Todas las clasificaciones tienen un número de días de crédito aprobados para el pago de sus saldos; pero en ocasiones no pagan a tiempo, generando días de mora. Estos días de mora en el archivo de Excel se generan de manera automática. El trabajo consiste en revisar todos los clientes que tienen más de 30 días de mora para proceder con el envío de una carta de mora. La carta de mora es una carta donde se le solicita el pago al cliente, haciéndole ver los días de mora; una carta cuya plantilla ya está elaborada y donde sólo se cambian los datos del cliente en ella para poder enviarla por correo electrónico al cliente.

El objetivo de la asignación es enviar las cartas para recordarle al cliente su mora y motivarles a que paguen, ya que, si se pasan de esa mora, se procede a realizar el procedimiento de cobro a través de un abogado.

#### **2.1.4. Elaboración de reporte de caja**

De manera diaria se realiza un reporte de caja, donde se evalúan y enlistan las ventas diarias. Las ventas se clasifican en ventas al crédito y ventas al contado. Al clasificarlas se elabora un archivo en Excel donde se suman ambas categorías tomando en cuenta los pagos hechos en la caja y los depósitos. Luego que se realiza el reporte se compara con las facturas del día y se verifica que tengan los mismos números; ya que no debería haber diferencias.

Luego de comparar y verificar las ventas, se procede a marcar los abonos a cuenta dentro de esas ventas en la cartera de clientes, para actualizar los nuevos saldos pendientes y verificar que los saldos vayan al día.

El reporte se realiza con el objetivo de asegurar que no haya diferencias en el área de caja y que se actualicen las cuentas de los clientes, para evitar malentendidos con ellos por no ingresar la información.

#### **2.1.5. Elaboración reportes de gastos**

El reporte de gastos se elabora de manera semanal. El reporte de gastos se realiza los viernes de cada semana, en el informe se enlistan los gastos clasificados de acuerdo con su departamento y luego dentro de cada categoría por departamento se vuelven a clasificar por su naturaleza; con eso se refiere a viáticos de visita a clientes, alimentación, combustible entre otros. Después de clasificarlos, se ingresan los gastos que si se tiene factura de ellos y se descartan los que no.

Seguido del proceso de ingreso de facturas de acuerdo con la clasificación, se agregan los totales de cada gasto en la semana por departamento y se envía al gerente para que lo evalúe y apruebe. Para aprobarlos, el gerente verifica que los gastos no se pasen del presupuesto, y si están acorde a los requisitos, aprueba la hoja y por correo notifica a administración la aprobación de reembolso de las facturas.



### **2.1.6. Verificación solicitudes de crédito**

La evaluación de solicitudes de crédito<sup>3</sup> es un proceso que se lleva a cabo con los clientes nuevos que solicitan obtener sus productos al crédito. La evaluación consiste en revisar la información financiera del cliente, evaluar su perfil financiero en el buro de créditos, su historial crediticio y capacidad económica para ver si puede o no cumplir con el pago del crédito que solicita. (UNLA, 2015)

Dentro del proceso de evaluación, para poder evaluar y analizar los expedientes de los solicitantes primero se tiene que verificar que su expediente cumpla con los requisitos de la empresa. La actividad consistía en revisar los expedientes de los clientes y asegurarse que ellos tengan el papeleo requerido. Los requisitos para solicitud de crédito<sup>4</sup> dependen si la solicitud de crédito es para una persona natural o si es para una empresa, los requisitos que se detallan en la figura 3 en anexos.

Cabe mencionar que dentro de los requisitos, los papeles mas importantes para ambos casos son, el RTN, cedula del solicitante o representante legal, números de contacto y firma de quien recibe el producto. Estos documentos son importantes y si no están completos no se puede verificar el perfil del cliente en el buro de créditos para empezar el proceso de evaluación, de manera que para que el gerente pueda evaluar los expedientes, la espera que administración le envié los perfiles completos para empezar a evaluar los candidatos y decidir si se les otorga o no el crédito.

Esta tarea fue muy importante ya que de la verificación de que los expedientes estuvieran completos dependía poder completar el proceso de evaluación de solicitud y por ende la gestión de la venta. En esta actividad era esencial realizar la verificación del papeleo con rapidez de manera diaria, al momento de recibir los papeles para poder agilizar el proceso. Parte del procedimiento de verificación de la documentación también es darles seguimiento a los clientes, llamarles para recordarles los papeles pendientes para la gestión y darles seguimiento a sus solicitudes para así poder brindarle la mejor atención al cliente.

---

<sup>3</sup> Ver anexo: Solicitud de crédito

<sup>4</sup> Ver anexo: Requisitos solicitud de crédito

### **3. CAPÍTULO III**

En el capítulo tres se describen los aportes implementados y sugeridos a la empresa. La propuesta de mejora implementada se basa en el desarrollo de un registro de ventas caídas con el objetivo de comprender las necesidades de stock para cubrir esas ventas. Por otro lado, la propuesta de mejora sugerida se basa en la realización de una base de datos de clientes con el objetivo de utilizar como base para publicidad y ventas futuras.

#### **3.1. PROPUESTA DE MEJORA IMPLEMENTADA**

##### **3.1.1. Propuesta: Registro de ventas caídas**

###### **3.1.1.1. Antecedentes**

Se debe comenzar por definir que una venta caída se refiere a las ventas que no se logran completar por falta de stock. En la segunda semana de práctica se pudo observar que existen ventas caídas y que realmente no se documentan, y la gerencia no tenía registros de la cantidad de ventas que habían perdido, ni tampoco conocían, los productos que se requerían para evitar dejar de vender y satisfacer la demanda.

Es por ello por lo que desde la cuarta semana de práctica, con permiso de la gerencia se empezó a llevar un conteo de las ventas caídas a través de un formato de Excel que se les realizó, con el objetivo de mostrarle a la empresa la importancia de documentar porque se pierden las ventas y cómo se puede evitar en un futuro.

Al participar en los procesos de ventas de la empresa y empezar a documentar las ventas perdidas; como se describe en la tabla 1, se pudo observar que la empresa pierde alrededor de 3 a 5 ventas a la semana. A pesar de que se tiene alrededor de 12 ventas perdidas en 3 semanas que represento aproximadamente 33,800 lempiras en ventas, la empresa no había logrado hacer algo al respecto. Cabe mencionar que semana a semana los montos variaron ya que los precios de las llantas varían desde 350 lempiras hasta 16,000 lempiras dependiendo del neumático entre otros factores.

Tabla 1: Ventas caídas antes de implementación

<b>Semana de práctica profesional antes de la implementación</b>	<b>Numero de ventas caídas</b>	<b>Monto venta caídas</b>
Semana #4	4	10,000 lempiras
Semana #5	3	7,800 lempiras
Semana #6	5	16,000 lempiras
Total	12	33,800 lempiras

Fuente: Vendedores, Servicentro Barandillas

La falta de stock provoca la pérdida de uno o varios clientes potenciales, que ven en la competencia una alternativa para satisfacer sus necesidades. Cuando un cliente no logra encontrar el producto en un lugar determinado, su pensamiento es “lo que no encuentro en un lugar, lo voy a encontrar en otro”; es por ello por lo que es necesario que una empresa prevea la forma mas adecuada de satisfacer la demanda. (Lorenzana, 2015)

### **3.1.1.2. Descripción de la propuesta**

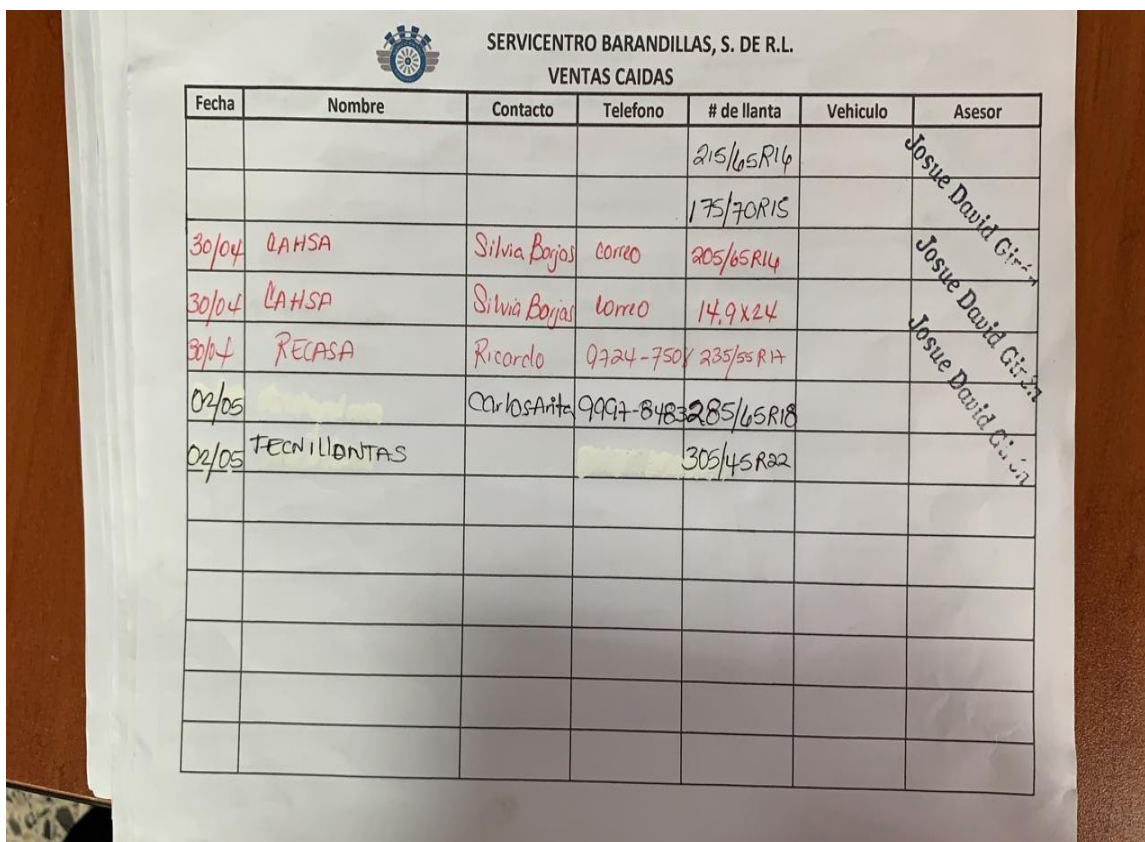
La propuesta que se presentó a la gerencia fue la de implementar un formato en Excel donde se logrará llevar un conteo de todas las ventas que no se completan de manera diaria por falta de stock. Esto con el objetivo de hacer reportes semanales y poder surtir de el mercado local el producto que no se tiene en stock, para no perder la venta.

Es importante recordar que la pérdida de una venta no solo genera la pérdida de un cliente, pero en ocasiones también genera mala publicidad y que el cliente se vaya con la imagen incorrecta de la empresa, así como también una venta para la competencia.

Por ello se desarrollo un formato en Excel, que no tuvo costo alguno y se le mostró al gerente. Luego de ser aprobado el formato en la semana 4 se imprimió y repartió entre los vendedores con el objetivo que ellos lo llenaran y entregaran el viernes de cada semana completo para poder alimentar el formato de Excel.

El formato de documentación de ventas caídas para los vendedores como se describe en la tabla 2, registra los datos principales del cliente, el número del neumático que solicitar, fecha y el asesor que les atendió; para así tener un detalle de cada uno de los casos.

Tabla 2: Formato ventas caídas asesores comerciales



Fecha	Nombre	Contacto	Telefono	# de llanta	Vehiculo	Asesor
				215/65R14		Josue David Gir...
				175/70R15		Josue David Gir...
30/04	LAHSA	Silvia Rojas	correo	205/65R14		Josue David Gir...
30/04	LAHSA	Silvia Rojas	correo	14.9x24		Josue David Gir...
30/04	RECASA	Ricardo	9724-7504	235/55 R17		Josue David Gir...
02/05		Carlos Arta	9997-8483	285/65R18		Josue David Gir...
02/05	TECNILLANTAS			305/45R22		Josue David Gir...

Fuente: Elaboración propia

Todos los formatos de ventas caídas que llenen los vendedores como el que se muestra en la tabla 2, deben de ser llenados en Excel por los mismos vendedores, con los mismos campos, pero donde se resume toda la información, como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3: Registro ventas caídas mensuales

<b>Servicentro Barandillas Mes de Mayo</b>						
<b>Fecha</b>	<b>Nombre</b>	<b>Contacto</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Numero de llanta</b>	<b>Vehículo</b>	<b>Asesor</b>
xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Fuente: Elaboración propia

El registro digital en una hoja de Excel por mes, a través de los filtros de ayuda a que se generen tablas de resumen (como se aprecia en la tabla 4), que a su vez permite que se generen gráficos que muestren el número de ventas caídas y los neumáticos que mas solicitaron estos clientes que no lograron completar la venta; con el objetivo de reducir las ventas caídas y realizar el pedido de los productos mas frecuentes para realizar las ventas.

Tabla 4: Tabla de resumen ventas caídas

<b>Servicentro Barandillas Mes Mayo</b>	
<b>Número de llanta</b>	<b>Frecuencia</b>
xxx	5 veces en el mes

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.1.3. Impacto de la propuesta

La información recabada con este registro ayudó a la toma de decisiones de la empresa. La gerencia al ver el primer reporte de las primeras dos semanas, decidió comprar de manera local 3 numeraciones de llantas frecuentes en los formatos con el objetivo de reducir las ventas pérdidas; que a pesar de que estas numeraciones son más caras en el mercado local, la gerencia logro apreciar que al hacer esto logro salvar la imagen de la empresa, mover el inventario, generar una utilidad extra y evitar generarle ventaja a la competencia.

La compra de estas numeraciones frecuentes de llantas encontradas en el reporte, permitieron a la gerencia conocer:

- Neumáticos que mas se solicitan
- Numero de clientes perdidos
- Cantidad de neumáticos que necesitan en stock

-Numero de clientes insatisfechos por falta de stock

Además de la valiosa información que se logro recabar, el reporte como se muestra en la tabla 5 ayudo a que se redujeran los clientes perdidos de 7 clientes que equivale a LPS17,800 perdidos en las primeras dos semanas del conteo a 3 que equivale a LPS6,000. Donde se recuperaron 4 clientes, que generaron una venta para la empresa debido a que se compro 2 de los neumáticos mas solicitados con los que la empresa no contaba en el momento que se empezó hacer el conteo.

Tabla 5: Ventas caídas después de implementación

<b>Semana de práctica profesional después de la implementación</b>	<b>Numero de ventas caídas</b>
Semana #7	2
Semana #8	1
Total	3

Fuente: Elaboración propia

En un futuro si se sigue implementando, se podría lograr reducir las ventas perdidas hasta un 50%, ya que el reporte le da una idea a la empresa de manera semanal de que producto y cuanto debe mantener en inventario de forma inmediata e indispensable.

## **3.2. PROPUESTA DE MEJORA**

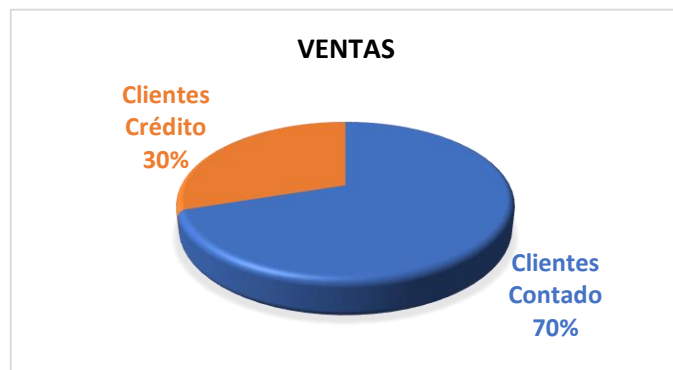
### **3.2.1. Propuesta: Desarrollo base de datos de clientes**

#### **3.2.1.1. Antecedentes**

En la actualidad la empresa solo lleva un registro de ventas y el inventario. Pero a pesar de registrar las ventas, cuando la transacción es al contado, no le piden los datos al cliente para registrarlos; adicionalmente no poseen una base de datos de clientes que compran de contado, lo cual es importante ya que ellos representan un 70% de las ventas como se describe en la figura 3.

Para la empresa solo es necesario llevar un registro de la información de los clientes que compran al crédito por el tipo de compra que realizan y por seguimiento que estos requieren.

Figura 3: Porcentaje de las ventas por cliente



Fuente: Administración Servicentro Barandillas

Al carecer de una base de datos de los clientes que compran al contado, la empresa no puede hacer publicidad con sus clientes existentes ya que no hay un correo electrónico o número de teléfono a que darle seguimiento.

La base de datos de clientes al contado es importante ya que serviría para mantener los clientes informados y recordarles lo valiosos que son, especialmente en este rubro donde la competencia es fuerte.

La vida útil de los neumáticos en una ciudad es de alrededor de 2 a 3 años, indica qué ese cliente que compro una vez, en dos años probablemente requerirá el producto otra vez, y que tal vez si se le acordara de ello, se podría generar otra venta, pero como no se tiene el contacto, la empresa asume que el cliente va a regresar.

En una ciudad con una gran cantidad de empresas que venden el mismo producto, es necesario conservar los clientes, dándole seguimiento a los mismos para evitar que caigan en manos de la competencia y se pierda la venta.

### 3.2.1.2. Descripción de la propuesta

Las bases de datos de los clientes son muy importantes. Como se ilustra en la tabla 6, la base debe poseer campos como nombre del cliente, teléfono, correo electrónico, fecha e ítem de la última

compra, tipo de vehículo, fecha tentativa de cambio. Campos que tienen como objetivo conocer al cliente y sus necesidades para realizar a publicidad de manera mas inteligente y al mismo tiempo darle seguimiento a la futura venta.

La empresa es bastante cuidadosa con sus inversiones y en la semana 5 expresaron su idea de querer invertir en marketing lo cual se va a facilitar a través de la base de datos ya que esta proveerá una idea más clara de el target al que se le debe dirigir la publicidad y adicionalmente brindara una lista de correos y números telefónicos que se pueden abordar antes de la compra con las promociones de la empresa.

Tabla 6: Formato Base de Datos

<b>Cientes Contado Servicentro Barandillas</b>							
Nombre del cliente	Teléfono	Email	Cantidad de llantas	Marca de llantas	Vehículo	Precio	Fecha de compra nueva
xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Fuente: Elaboración propia

Lo que se propone es que cada vendedor llene un formato como el de la tabla 6 en físico (ya que no todos manejan bien el uso de la computadora), cada vez que realiza una venta y al final de cada semana se le entregue a administración, para que ellos llenen el mismo formato en una hoja de calculo de google en la nube donde solamente el departamento de administración tenga acceso a esa hoja que contendría la información recabada por los vendedores. De esta forma además de generar la base de datos se estaría cuidando la seguridad de esta.

### 3.2.1.3. Impacto de la propuesta

A través de la base de datos además de la integración de datos, la empresa podría invertir mejor el dinero de mercadeo, actualmente tienen 2 promociones a lo largo del año la cual se podría aprovechar mas, ya que se podrían enviar correos electrónicos masivos con las promociones que tengan, logrando un mayor impacto ya que los clientes a los cuales se enviaran los correos ya han probado sus productos y conocen de la calidad de ellos, asimismo enviar mensajes de texto a los números de teléfonos de los clientes. Tomando como referencia el tiempo que duran las llantas(2-



3 años), los vendedores pueden fácilmente revisar el historial de compras y aquellos clientes que hayan comprado hace 1 año o mas, hacerles llamadas de cortesía, poniéndose a la orden del cliente y recordándole lo valioso que son para la empresa . Al mismo tiempo la empresa lograría tener un historial y análisis de ventas potenciales a su alcance, sin tener que salir al mercado y realizar una investigación, ya que pueden visualizar futuras ventas basadas en las recompras que podrían hacer sus clientes actuales. Adicionalmente se logran identificar con facilidad los segmentos de mercado y se logra mejorar la relación con el cliente, ya que se mejora la comunicación. (Banco Popular Dominicano, 2017)

De acuerdo con una conversación sostenida la gerente de mercadeo de Llantilandia Honduras, una de las competencias mas fuertes de la empresa; el 50% de sus clientes regresa después de que se les da seguimiento a sus compras vía correo electrónico y mensajito. Ella mencionó que el éxito de su negocio se basaba en su base de datos y el buen uso que le daban. (Garcia, 2019)

Es importante mencionar que para fortalecer la propuesta a través de un contacto se logro como estudiante conocer rápidamente a la cabeza de mercadeo con quien se tuvo una pequeña conversación en relación con como ellos desarrollaban sus ventas.

En la entrevista con el gerente de Servicentro Barandillas alrededor de un 20% de los clientes de contado vuelven a la empresa sin necesidad de publicidad; se podría mejorar ese 20% a un 40%, logrando así recuperar un 20% adicional como mínimo al implementar la propuesta. Así se lograría recuperar los clientes ,posicionar la marca en la mente de los consumidores y obtener una mayor participación del mercado.

## 4. CAPÍTULO IV

### 4.1. CONCLUSIONES

- Se lograron aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera, especialmente los adquiridos en las clases administrativas en relación con ventas e inventarios, en el cargo de asistente administrativo en la empresa Servicentro Barandillas en la sucursal de San Pedro Sula a través de la elaboración de una propuesta de mejora en relación con la base de datos de clientes; así como también la implementación de un registro de las ventas caídas.
- Se logró participar en toda la logística que conllevan las ventas de la empresa y el abastecimiento del inventario, lo cual contribuyó a la elaboración de la propuesta de mejora implementada y sugerida.
- Se mejoró la estructura de los reportes de ventas e inventario, ya que se logró ordenar la información y clasificarla de una forma que sea mas fácil de comprender para la gerencia y así tomar mejores decisiones que contribuyan al desarrollo de estrategias para mejorar las ventas.
- Se implementó el registro de las ventas caídas que logro mejorar las ventas; así como también se pudo sugerir el desarrollo de una base de datos de clientes para que a través del marketing de correos electrónicos y mensajitos se puedan recuperar los clientes que compraron al contado.

## **4.2. RECOMENDACIONES**

### **4.2.1. Recomendaciones para Servicentro Barandillas**

- La empresa debería darles seguimiento semanal a los reportes de ventas caídas, para evitar dejar de vender.
- Implementar el desarrollo de la base de datos de los clientes al contado para trabajar un plan de ventas futuras y generar pronósticos de demanda.
- Calcular mejor sus pronósticos de inventario para no tener que comprarle mucho al mercado local y mantener la estructura de costos de la empresa.

### **4.2.2. Recomendaciones para Unitec**

- La universidad debería hacer un curso de redacción antes de la practica profesional que les facilite a los estudiantes la redacción del informe de práctica profesional.
- La universidad debería promover más la visita de gerentes de empresas en el mercado local a hablar un poco de su experiencia y casos reales en las empresas que se relacionen con el mercado laboral, para tener una mejor idea de cómo funciona.

### **4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes**

- Los estudiantes deben empaparse de la industria en que se desarrolla la empresa y lo que hace la competencia para poder generar una propuesta de mejora que realmente le sirva a la empresa.
- Comprometerse 100% con su puesto y tareas asignadas para honrar la oportunidad brindada.
- Buscar la forma de generar un impacto positivo en su departamento asignado para lograr conseguir una propuesta de trabajo, ya que el mercado laboral en el país para los profesionales sin experiencia es muy difícil.

## REFERENCIAS


- Banco Popular Dominicano. (Mayo de 2017). *Banco Popualar Dominicano*. Obtenido de Ventas: <https://www.impulsapopular.com/marketing/la-importancia-de-contar-con-una-base-de-datos-de-clientes-y-prospectos-clientes/>
- ConsumoResponsable. (Agosto de 2017). *Consumo Responsable*. Obtenido de [https://www.consumoresponsable.com.uy/historial\\_credificio.html](https://www.consumoresponsable.com.uy/historial_credificio.html)
- Garcia, D. (Mayo de 2019). Mercadeo LLantilandia. (G. Soler, Entrevistador)
- Lorenzana, D. (Mayo de 2015). *Pymes y Autónomos*. Obtenido de <https://www.pymesyautonomos.com/operaciones/la-falta-de-stock-o-como-perder-un-cliente-porque-no-encuentra-lo-que-necesita>
- Servicentro Barandillas. (Mayo de 2015). *Generalidades de la Empresa*. San Pedro Sula: Servicentro Barandillas, S de R.L.
- Tejero, A., & Julio , J. (Julio de 2000). *Logística Integral. La gestión operativa de la empresa*. Madrid: ESIC. Obtenido de Gestion de Compras: <https://Logística Integral. La gestión operativa de la empresa/la-gestion-de-compras/>
- UNLA. (Marzo de 2015). *Universidad Latina de America*. Obtenido de Buro de credito: <http://www.unla.mx/iusunla5/actualidad/BURO%20DE%20CREDITO.HTM>

## GLOSARIO

- **Buro de créditos:** es una empresa privada, independiente de las instituciones financieras, de las comerciales y de las gubernamentales, que tiene como fin concentrar y proporcionar a sus empresas afiliadas, la información referente al comportamiento que han tenido las personas físicas y morales con respecto a sus créditos. (UNLA, 2015)
- **Carta de mora:** Documento que se le extiende al cliente solicitándole el pago de sus obligaciones con la empresa, notificándoles que, si el pago no se recibe, se procederá a realizar el procedimiento de cobro de forma legal a través de un abogado.
- **Cartera de clientes:** Listado de los clientes de la empresa con sus respectivos códigos, el detalle de los volúmenes de compra en unidades y en lempiras, frecuencia de compra y días de crédito asignados.
- **DOT:** Fecha de vencimiento del producto que se calcula de acuerdo con su fecha de fabricación.
- **Gestión de compras:** Actividad que consiste en adquirir los bienes que la empresa necesita para operar, garantizando el abastecimiento de las cantidades requeridas en términos de tiempo, calidad y precio.
- **Historial crediticio:** Es un perfil financiero con información relevante sobre el comportamiento comercial de una persona. Es la suma de los antecedentes crediticios de una persona, que permite a las entidades financieras saber cómo ha manejado sus finanzas en el pasado y los ayuda a decidir si desean hacer un negocio con usted. (ConsumoResponsable, 2017)
- **Inventario de seguridad:** Cantidad de producto que la empresa necesitaría para abastecerse sin comprar durante un periodo de tres meses.
- **Solicitud de crédito:** Documento donde se solicita a la empresa la venta de una cantidad determinada de producto al crédito por un número de días específico. En el documento se incluyen los datos del solicitante y condiciones de la empresa.
- **Ventas Caídas:** Ventas que la empresa no realizó debido a falta de stock.
- **Vida útil de las llantas:** cinco años después de su fecha de fabricación.

## ANEXOS

Figura 4: Requisitos para solicitar crédito



**SERVICENTRO  
BARANDILLAS**  
**COOPERTIRES**

**SERVICENTRO BARANDILLAS S. DE R. L.**  
 Ave. Junior, 4ta. Ave. 10 y 11 Calle N.E. #1063  
 Tel. SPS (+504) 2550-7301/2552-2415/2553-1478  
 Tel. Tegu. (+504) 2239-1843/2232-0594  
 Honduras C. A.  
 Email: [sbarandillas@yahoo.com](mailto:sbarandillas@yahoo.com)

San Pedro Sula, 22 de enero del 2018

**REQUISITOS DE FACTURACION**

- Llenar Solicitud de Crédito (completa).
- La información descrita abajo, la puede mandar escaneada.
- **Solicitud para Empresas.**
  - 1- RTN de la empresa
  - 2- Cedula de Identidad del representante legal
  - 3- RTN del representante legal
- ✚ **Al momento de la compra se solicita**
  - 1- Orden de compra (Original o Copia)
  - 2- Si es digital, se le solicita que sea escaneada y bien legible
  - 3- Firma y nombre de quien recibe el producto
  - 4- Número de Teléfono del contacto (Compras)
- **Persona Natural**
  - 1- Nombre completo de la persona natural
  - 2- Cedula de Identidad
  - 3- RTN
- ✚ **Al momento de la compra se solicita**
  - 1- Presentar cedula de identidad
  - 2- Firma y nombre de quien recibe el producto
  - 3- Número de teléfono del contacto
  - 4- Si fuese un tercero, tiene que ser firmada y autorizada por la persona dueña de la factura.

Esta solicitud es para brindarle un mejor servicio, y un mayor compromiso de parte de nosotros, hacia ustedes.

Muchas Gracias

Fuente: Administración Servicentro Barandillas

Figura 5: Solicitud de crédito



**COOPERTIRES**



**SERVICENTRO  
BARANDILLAS**

**SERVICENTRO BARANDILLAS S. DE R. L.**

Ave. Junior, 4ta. Ave. 10 y 11 Calle N.E. #1063  
 Tel. SPS (+504) 2550-7301/2552-2415/2553-1478  
 Tel. Tegu. (+504) 2239-1843/2232-0594  
 Honduras C. A.  
 Email: [sbarandillas@yahoo.com](mailto:sbarandillas@yahoo.com)

**SOLICITUD DE CREDITO**

**No. 000**  
**CODIGO**

NOMBRE DEL NEGOCIO \_\_\_\_\_  
 PROPIETARIO \_\_\_\_\_  
 CIUDAD DE IDENTIDAD \_\_\_\_\_ RTN: \_\_\_\_\_  
 DIRECCION DEL NEGOCIO \_\_\_\_\_ TELEFONO \_\_\_\_\_  
 DIRECCION DEL CIENE \_\_\_\_\_ TELEFONO \_\_\_\_\_

REFERENCIAS COMERCIALES \_\_\_\_\_

REFERENCIAS COMERCIALES \_\_\_\_\_

REFERENCIAS COMERCIALES \_\_\_\_\_

TELEFONOS \_\_\_\_\_

TELEFONOS \_\_\_\_\_

TELEFONOS \_\_\_\_\_

REFERENCIAS PERSONALES \_\_\_\_\_

REFERENCIAS PERSONALES \_\_\_\_\_

REFERENCIAS PERSONALES \_\_\_\_\_

TELEFONOS \_\_\_\_\_

TELEFONOS \_\_\_\_\_

TELEFONOS \_\_\_\_\_

VENDEDOR \_\_\_\_\_ CODIGO \_\_\_\_\_  
 RUTA \_\_\_\_\_ DÍA DE CREDITO \_\_\_\_\_  
 ESTIMADO LÍMITE DE VENDEDOR \_\_\_\_\_  
 ESTIMADO LÍMITE DE SUPERVISOR \_\_\_\_\_  
 LUGAR Y FECHA \_\_\_\_\_

DECLARO QUE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA ES VERDADERA Y AUTORIZO QUE SE REALICEN LAS INVESTIGACIONES NECESARIAS PARA LA EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE CRÉDITO ASÍ MISMO AUTORIZO DE MANERA IRREFRAGABLE A **SERVICENTRO BARANDILLAS S. DE R. L.** A REALIZAR LAS INVESTIGACIONES PERTINENTES SOBRE MIS CUENTAS PASIVAS EN LAS CENTRALES DE RESERVA LAS QUE SE CUENTAN CON LA AUTORIZACIÓN FACILITA DE MISMO MODO A **SERVICENTRO BARANDILLAS** REGISTRAR MI COMPORTAMIENTO DE CRÉDITO EN LAS CENTRALES DE RESERVA PARA PODER REALIZAR LA GESTIÓN EFICIENTE DE CRÉDITO Y CERRAR LA SUGERENCIA.

FIRMA DEL SOLICITANTE

FIRMA DEL VENDEDOR

FIRMA DEL AUTORIZADA

**ACEPTADO**

FECHA: \_\_\_\_\_

PAGARA EN: \_\_\_\_\_

*Nombre del Banco*

*Ciudad o Lugar donde será pagada*

El Banco aquí mencionado queda autorizado por la presente a pagar esta aceptación a su vencimiento y a cargar su importe a la cuenta del aceptante sin previo aviso ni otra formalidad.

**LETRA DE CAMBIO SIN PROTESTO**

No. \_\_\_\_\_

Lps.  Ciudad o Lugar \_\_\_\_\_

El día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Fecha de vencimiento

Páguese a la orden de \_\_\_\_\_

La cantidad de \_\_\_\_\_

La obligación del aceptante de la presente se origina de operaciones mercantiles entre el librador y el librado, según contrato (o Factura) de fecha \_\_\_\_\_

El Librado puede aceptar esta Letra Pagadera en cualquier banco del país que el designe al aceptarla.

A \_\_\_\_\_

Nombre del Librado

\_\_\_\_\_

Domicilio

Firma del Librador

Figura 6: Inventario en Bodega



Fuente: Administración Servicentro Barandillas

Figura 7: DOT de la llanta



Fuente: Administración Servicentro Barandillas