

**UNIVERSIDA ECCI
PROGRAMA MERCADEO Y PUBLICIDAD**

**INFORME DE PASANTÍAS
HERMAGU S.A**

**20 AGOSTO 2016
BOGOTA**

**INFORME DE PASANTÍAS
HERMAGU S.A.**

Pasante: Yeimmy Barreto Buitrago
C.I.: 16303
Carrera: Mercadeo y Publicidad
Tutor Empresarial: Felipe Cantor
Tutor Académico: Pedro Mauricio Torres

ÍNDICE.

1. INTRODUCCIÓN

2. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

- Objetivo general
- Objetivos específicos

3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- Nombre de la Institución o Razón de la Empresa
- Misión y Visión
- Estructura Organizacional (Organigrama Funcional)
- Actividad Económica o Social de la Empresa

4. DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO DONDE REALIZÓ LA PASANTÍA

- Organigrama
- Funciones

5. ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LAS PASANTÍAS

- Desarrollo de actividades

6. CONCLUSIONES

INTRODUCCIÓN.

Este informe tiene como objetivo presentar el resultado final de la asignatura de pasantía, requisito previo al grado para Tecnólogo de Mercadeo y Publicidad y que realicé en la empresa HERMAGU S.A. Durante el tiempo que desarrolle la misma, cumplí rigurosamente con todos los objetivos de formación académica exigidos por la Universidad ECCI y con las políticas de la empresa.

En este trabajo se presentarán de manera precisa y resumida los objetivos, metas y actividades ejecutadas en la empresa Hermagu S.A. con la finalidad de dar cumplimiento con el Trabajo de Pasantías.

Se describirá como fue el análisis e identificación del problema, la formulación del objetivo, las metas, las actividades, de los recursos que tenía a disposición para realizar esta labor.

También se definirá como fue el ambiente en la organización de trabajo, el desempeño en el mismo, las limitaciones presentadas, la experiencia profesional adquirida y la aplicación de los conocimientos académicos que proporcionaron la experticia adecuada para cumplir con el desarrollo de las funciones.

OBJETIVOS DEL PASANTE

Objetivo General.

- Incentivar el cliente interno a optimizar su labor física en la empresa, obteniendo mejor desempeño y calidad en resultados finales.
- Fomentar los conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera, mostrando mis capacidades

Objetivos Específicos.

- Lograr un mejor ambiente laboral, por medio de las campañas de expectativa, que fomentan la unión empresarial
- Impulsar la marca Hermagu S.A. en el cliente interno; para que la adapte con propiedad.
- Estimular el mérito de los funcionarios, por la cordialidad empresarial.

DESCRIPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN.

Somos Importadores y Distribuidores Mayorista de Autopartes para el mantenimiento de vehículos en marcas Chrysler, Chevrolet, Daewoo, Daihatsu, Fiat, Ford, Hyundai, Jeep, Kia, Mazda, Mitsubishi, Nissan, Peugeot, Renault, Suzuki, Toyota y Volkswagen, contamos con una experiencia de 40 años el mercado Colombiano; nuestra oficina y centro de acopio se encuentra ubicada en Bogota, D.C.

HISTORIA

En la década de los 70, varios acontecimientos dieron comienzo a la visión empresarial de Don Hernando Macías Gutiérrez. En primer lugar la llegada de Chrysler al país, hecho que, aunado a su excelente formación en producto Dodge, permitió que rápidamente la empresa se convirtiera en líder de la comercialización de autopartes al por mayor.

Así mismo Don Hernando fue quien importó a Colombia a comienzos de los años 60 el primer campero Nissan Patrol, ampliando las oportunidades de mercado en esta línea de vehículos.

Con el tiempo la compañía se empieza a transformar en una solución oportuna y eficaz al servicio de mantenimiento del este parque automotor; con la buena acogida que tuvieron los vehículos Dodge y Nissan, hacen que la empresa alterne en los primeros lugares, al lado de las comercializadoras de autopartes más importantes de Colombia. En 1982 la compañía cambia su nombre a Hermagu Ltda, con la llegada de General Motor Company a Colombia, comienza a diversificar sus líneas de vehículos, no sólo a los ensamblados por Colmotores, sino que incursionan en toda la gama de automóviles Renault producidos por Sofasa. No obstante las dificultades de gran parte de los años 80, principalmente por el cierre de importaciones, Hermagu Ltda se mantiene firme en su desarrollo y en su política de ser una empresa mayorista de cubrimiento nacional.

Al igual que todo el sector autopartistas del país, Hermagu S.A. sabe que, por ser Colombia un país que se mueve sobre ruedas, por carecer de transporte férreo y fluvial, debe estar al servicio del transporte terrestre colombiano, reglón fundamental de la economía nacional y sabe también, que solamente a través de nuestro gremio podremos mejorar nuestro entorno y cumplir con la responsabilidad que como empresa nos corresponde frente a la sociedad.

MISION.

Comercializar y distribuir autopartes de calidad, confianza e innovación al sector de mantenimiento automotriz, generando valor para sus clientes, empleados, directivos y accionistas.

VISION.

En el año 2016 HERMAGU S.A. se consolidará como uno de los principales proveedores en el comercio de autopartes, por medio del fortalecimiento de su marca y el incremento de su participación en el mercado mayorista

VALORES CORPORATIVOS EMPRESARIALES.

Hermagu S.A. está regida por los siguientes valores corporativos que hacen un entorno competitivo y comprometido generando una cultura de excelencia y servicio.

Honestidad: Proceder con honradez e integridad en todas las actividades diarias, buscando ser ejemplo en todo momento.

Compromiso: Responder de manera eficaz a todas las obligaciones adquiridas generando valor y buen servicio.

Servicio: Servir a todos los grupos de interés de manera afable y eficiente, dando siempre lo mejor de cada quien como empresa y personas.

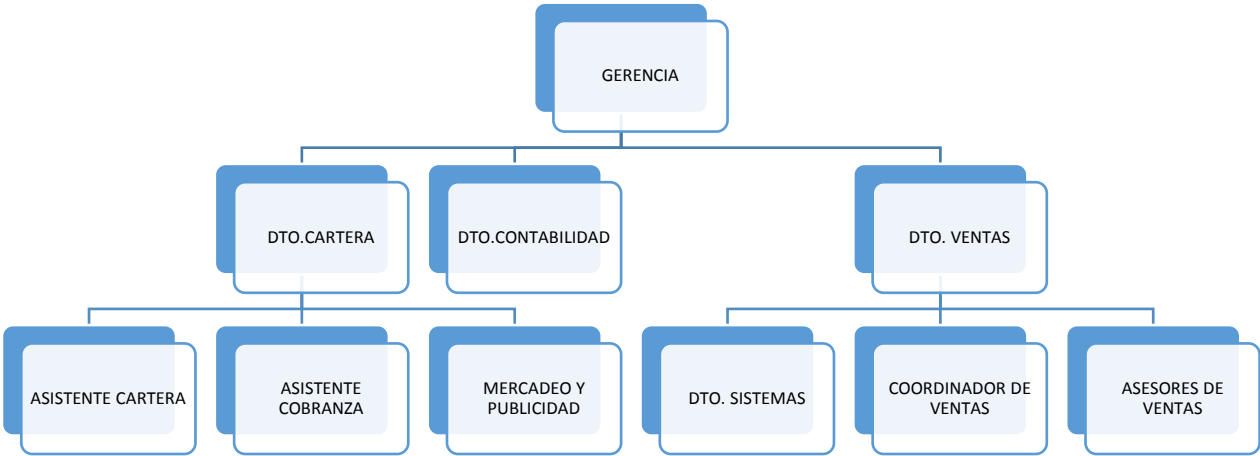
Respeto: Comprender a los demás y entender su actuación con cordura y tolerancia, promoviendo relaciones humanas cordiales y armoniosas.

Confianza: Generar credibilidad a través del cumplimiento y la entrega de un buen servicio.

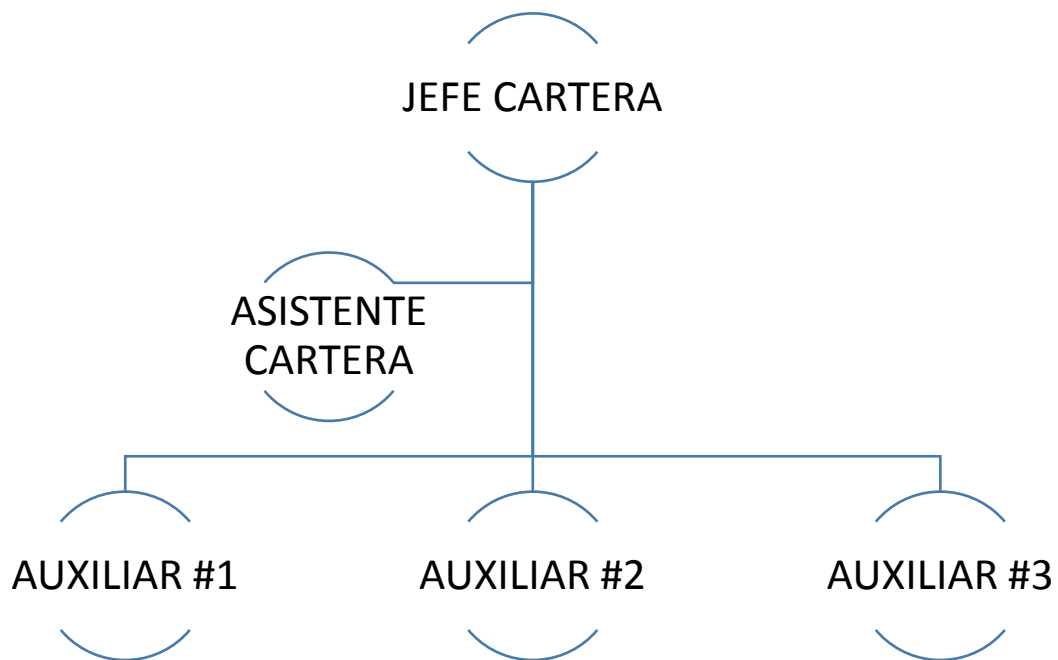
Eficiencia: Producir resultados utilizando los medios y conocimientos disponibles acertadamente.

Innovación: Renovación y mejoramiento constante del portafolio y de los servicios enfocándose a la satisfacción del cliente.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO DONDE REALIZÓ LA PASANTÍA
ORGANIGRAMA.



FUNCIONES

Auxiliar #2

- Organización archivo físico de clientes
- Comunicarse con los clientes con cartera en mora
- Encuentras de actualización de datos
- Informes semanales de recolección de cartera
- Solicitar informes de ventas a los asesores

ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PASANTÍA

- **Actividad #1**

Se creó una campaña de expectativa, para los clientes internos de Hermagu S.A. Esta campaña buscaba captar la atención para generar incertidumbre en los funcionarios de la compañía. Que más tarde invitaría a los empleados a disfrutar de un mejor ambiente de trabajo físico.

En la semana santa, Hermagu S.A. tomó la decisión de renovar sus instalaciones físicas para crear un ambiente de trabajo más cómodo para los funcionarios, que motivara a emprender una mejor gestión por parte del colaborador para que aplique los valores eficiencia y eficacia en las labores de la compañía.

Se realizaron tres entregas de productos personalizados, resaltando la importancia que Hermagu S.A. tiene por el colaborador, y así adquirieran mayor compromiso de propiedad por la compañía.

Se tomó como concepto de campaña, el nombre de la empresa con eficiencia y eficacia de por medio, y haciendo una fórmula con estilo de los elementos de la tabla periódica.

$E_2 = \text{eficiencia} + \text{eficacia}$

1. El primer producto tuvo una entrega personalizada por parte del departamento de mercadeo con todos los colaboradores, presentando una caja con una porción individual de cereal, con el nombre de cada persona junto con un mensaje de expectativa.

“ESTAMOS EN PROCESO DE CAMBIO Y RENOVACION

¡TU HACES PARTE DE EL!”

2. En la segunda entrega se dejó sobre el puesto de trabajo del personal, una caja de tic-tac pastillas agridulces; con el siguiente mensaje de expectativa.

“ESPERA UN NUEVO DIA A DIA

ESTAMOS CREANDO EL CAMBIO.”

3. Para la terminación de la campaña, se realizó una reunión general de la compañía donde se le entrego a cada persona una botella con agua contramarcada con el nombre, junto con el mensaje final.

“LLENATE DE ALEGRIA QUE HOY EMPIEZA LA EVOLUCION EN HERMAGU”

“El mayor descubrimiento de mi generación es que el ser humano puede cambiar su vida con solo cambiar su actitud mental” William James

Después de la entrega final, para darle la terminación a la campaña de incentivar el colaborador, se hizo presente una conferencia- taller “Neuro-inteligencia aplicada al cambio”.

En esta conferencia de 2 horas, se mostraron los malos hábitos que adquieren los seres humanos, como ejemplo: el tiempo perdido, el mal aprovechamiento de recursos físicos y naturales; el control de emociones entre otros temas, se concluyó que se debe tener un mejor desempeño en las actividades diarias y quedo como reflexión el paso del tiempo por la vida.

Donde hubo participación con éxito de todos los funcionarios, y se resaltaron los buenos comentarios frente a la actividad.

- **Actividad # 2**

En base a la necesidad de saber que había pasado con clientes que no registraban ventas por más de un año, se realizó una encuesta de actualización de datos y el por qué la deserción de compra.

Luego de varios formatos de creación, adecuando la información que se requería. Se estableció un programa en Excel, que reunió la base de datos otorgada por la empresa, filtrando la ubicación del cliente, datos básicos y opciones de respuesta y almacenando los datos en un solo proceso.

Se realizó una breve capacitación de cómo manejar diferentes situaciones que podían presentarse al momento de la ejecución de la llamada a diferentes tipos de cliente como ejemplo: reacios a la encuesta, el cambio de administradores, los negocios fuera del gremio, la percepción que tenía el cliente hacia la compañía; entre otras.

Luego de tabular los resultados se afirmaron la inexistencia de algunos clientes y se realizó una limpieza para liberar códigos y espacio.

- **Actividad # 3**

XXII Feria Internacional de Autopartes “ExpoPartes 2013”, Hermagu S.A; quería estar presente en la feria de modo indirecto ya que no tuvo participación con stand.

Se realizó una entrega masiva de invitaciones a los clientes de Hermagu S.A Compartiendo nueva publicidad que destacaba la marca y los proveedores que asisten la compañía.



hg HERMAGU S.A.
Importador Mayorista Autopartes

Más Respaldo Para Su Negocio...

Confianza -> 40 años aportando a la competitividad de su empresa.

Seguridad -> Marcas de reconocida calidad y prestigio internacional.

Stock -> Diversidad de autopartes en una sola parte

Garantía -> Gestión de Garantía extendida, con análisis de fallas.

Servicio -> Equipo humano competitivo, profesional y amable para su atención.

Cobertura -> Estamos a su alcance en todo el país. Hay un asesor cerca de usted, aportando ideas.

Soluciones -> Entrega Inmediata, Asistencia Express, Envíos a todo el país.

¡ Nuestros clientes son la red de Servicios Automotrices más importante del país !

Calle 17 No. 28 A 29 Bogotá, Colombia
PBX 208-4666 - FAX 201 3519
www.hermagu.com.co

HERMAGU S.A. Importador Mayorista Autopartes

Información al respaldo

Se enviaron los sobres personalizados a nivel nacional, con su respectiva carta de invitación



Después del envío por diferentes transportadoras, se procedió a hacer el conteo de todos los sobres para así tener plena efectividad de que se logró el objetivo. A la feria asistieron todos los colaboradores, dando reconocimiento y haciendo presencia de marca, los asistentes impulsaron nuevas negociaciones y clientes.

Actividad # 4

En base a la necesidad de reconstrucción de sub-zonas y organizar los vendedores nuevos, se filtraron los clientes de la zona atlántica y se encuestaron para conocer existencia y actualizar datos

Esto para la reestructuración y verificación de por qué algunos clientes se dejaron de visitar o no realizaban comprar entre otras.

Al obtener resultados se tomó la decisión de un nuevo apoyo como vendedor, y se dividió la zona para que así genere más ventas y quede totalmente cubierta por Hermagu S.A.

CONCLUSIONES

- En base a las campañas de expectativa desarrolladas para el cliente interno, se determinó un gran cambio en el ambiente laboral, existe más unión y colaboración por parte de todos para que la empresa este en constante mejoría en conjunto al asesoramiento de todos sus empleados.
- En la verificación y optimización del archivo de clientes, se logró limpiar la base de datos, eliminando clientes antiguos cuyos ya no existían.
- En medio del trabajo publicitario que se realizó con los flyers, para la feria obtuve conocimientos en programas de diseño más avanzados.
- Desarrolle mi conocimiento en la organización de eventos, en entrega de invitaciones, en solucionar problemas emergentes en medio de un gran evento y a culminarlos con éxito.
- Obtuve mejores conocimientos con el manejo de clientes, al no poder tratarlos de forma personal sino por teléfono, aprendí a tratarlos de forma adecuada.