

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

GALEANO CAFÉ

SUSTENTADO POR:

GREISY MENDOZA SORTO

11841122

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL DE

EMPRENDIMIENTO

TEGUCIGALPA, M.D.C.

HONDURAS, C. A.

SEPTIEMBRE, 2022

DEDICATORIA

Principalmente dedico este logro a Dios, sencillamente reconociendo que sin la voluntad y gracia de Dios no habría podido lograrlo y que con la voluntad de él todo cuanto existe en el mundo se mueve como un milagro.

De igual forma dedico a mis padres Justino Mendoza y Aida Sorto, pues su apoyo y su presencia en mi vida para cada proyecto ha sido fundamental no sólo proveyéndome de todo lo necesario, sino, además siendo un soporte moral y psicológico para mi desarrollo y formación.

Finalmente dedico este logro a todas aquellas personas que en la vida se esfuerzan cada día para lograr sus metas, dejándoles ver que lo lograrán.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su presencia en mi vida, por dejarme ver que su milagro si existe.

A mis padres Justino Mendoza y Aida Sorto, por ser unos padres amorosos, comprensivos, que me guían por el buen camino y que de ellos he aprendido que todo en la vida requiere de un esfuerzo y que este es recompensado.

A Galeano Café, por darme la oportunidad de realizar mi Práctica Profesional dentro de sus instalaciones y por brindarme sus conocimientos prácticos como empresa, sobre todo por la hermosa experiencia de la organización de la feria del día de la baleada.

A mis catedráticos, especiales mentores que alimentan nuestro conocimiento día con día en la experiencia estudiantil.

A mi Alma Máter la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por mi formación académica.

A todos, muchas gracias por su especial esfuerzo el que valoro mucho.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPÍTULO I GENERALIDADES.....	1
1.1. Objetivos.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. Datos Generales de la Empresa.....	2
1.2.1. Antecedentes Históricos.....	2
1.2.2. Misión.....	3
1.2.3. Visión.....	3
1.2.4. Valores.....	3
1.2.5. Estructura Organizacional.....	4
1.2.6. Área de mercadeo y desarrollo de proyectos.....	5
1.2.7. Productos y Servicios de Galeano Café.....	6
1.2.8. Matriz y Análisis FODA.....	8
CAPÍTULO II ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN.....	11
2.1. Introducción al Equipo de Trabajo de Galeano Café.....	11
2.2. Reconocimiento de las Instalaciones y Actividades en Colonia Palmira.....	12
2.3. Coordinación Evento día de la Baleada.....	13
2.4. Búsqueda de Proveedores para el Evento “Día de la Baleada”.....	14
2.5. Identificación de Proveedores para la Extensión del Proyecto del día de la Baleada.....	15

2.6. Diseño de Estrategia Publicitaria para Promocionar Patrocinadores del Proyecto del Día de la Baleada	16
2.7. Definición de Estrategia para Fomentar y Promover el Gusto por la Baleada a Nivel Nacional	16
2.8. Coordinación de la Ubicación de Atracciones Infantiles en la Feria del Día de la Baleada	17
2.9. Identificación de Patrocinadores	18
2.10. Cotizaciones para Contratación de Servicio de Camas Salterinas y Electricidad para Feria Día de la Baleada	19
2.11. Definición de Patrocinios para el Evento del Día de la Baleada.....	19
2.12. Conformación del Inventario de Productos de Marca Galeano	20
2.13. Conformación del Inventario de Productos de Marca Galeano	20
2.14. Determinación de Presupuesto y Cotizaciones	21
2.15. Definición de la Presentación Publicitaria para Patrocinadores.....	22
2.16. Definición de Cotizaciones y Presupuesto	22
2.17. Coordinación de Actividades Varias del Evento.....	23
2.18. Solicitud de Nuevos Patrocinios.....	23
2.19. Coordinación Evento de la Baleada	24
2.20. Diseño de Mapa de Ubicación de Emprendedores.....	25
2.21. Cotización Música Banda para el Evento.....	25
2.22. Diseño de Mapa de Ubicación de Emprendedores en la Ciudad de San Pedro Sula.....	26
2.23. Coordinación de Donación de Baleadas.....	27
2.24. Coordinación de Patrocinadores Pendientes	27
2.25. Coordinación de la Logística del Evento	28
2.26. Coordinación de Reunión de Seguimiento	29

2.27. Creación de Contenido para Galeano Media.....	30
2.28. Establecimiento de publicidad y juegos para el “día de la baleada”	31
2.29. Formas de publicidad estructuración.....	31
2.30. Detalle de la logística del evento.....	32
2.31. Calendario de actividades de la ciudad de Tegucigalpa.....	33
2.32. Verificación de asistencia participantes de la feria según calendario	34
2.33. Calendario de actividades de la ciudad de San Pedro Sula	35
2.34. Confirmación de calendario de actividades de la ciudad de San Pedro Sula	36
2.35. Conformación de inventario mercadería Galeano.....	36
2.36. Emisión de comunicado de prensa para el evento.....	37
2.37. Creación de contenido digital para patrocinadores	38
2.38. Cotización de proveedor de fluido eléctrico.....	38
2.39. Cancelación de 50% de juegos y demás utilería contratada.....	39
2.40. Inicio del Proyecto Lempira	40
2.41. Control de Ventas	41
2.42. Control de Ventas en Línea y Manejo de Redes Sociales de Galeano Media	42
CAPÍTULO III IDENTIFICACIÓN DE PROPUESTA E IMPACTO DESEABLE	44
3.1. Propuesta de mejora	44
3.1.1. Propuesta General.....	44
3.1.1.1. Objetivos de la Propuesta.....	44
3.1.1.2. Estrategias y Políticas de la Propuesta	44
3.1.2. Propuesta Planeación Estratégica	45
3.1.3. Propuesta Lanzamiento Bebida Energizante	45
3.1.3.1. Descripción de la Bebida	46

3.1.3.2. Slogan de la Bebida y el Lanzamiento	47
3.1.3.3. Desarrollo del Lanzamiento del Producto.....	47
3.2. Impacto de la propuesta de mejora	49
3.2.1. Presupuesto del Lanzamiento del Producto	49
3.2.2. Proyección de Ventas	50
3.3.3. Razón Costo/Beneficio	50
3.3. Cronograma.....	51
3.4. Medición del Impacto.....	51
3.5. Indicadores Clave	53
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES.....	57
BIBLIOGRAFÍA	58
GLOSARIO	60
ANEXOS	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz y Análisis FODA.....	8
Tabla 2 Presupuesto del Lanzamiento del Producto	49
Tabla 3 Proyección de Ventas Bebida Energizante	50
Tabla 4 Razón Costo/Beneficio	50
Tabla 5 Cronograma de Actividades de la Propuesta de Lanzamiento de Bebida Energizante a Base de Café.....	51

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Estructura Organizacional Galeano Café.....	4
Ilustración 2 Diseño propuesto del envase de la bebida energizante	46

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Camisetas de la Marca Galeano	62
Anexo 2 Formato Check List Proveedores	63
Anexo 3 Correo de Confirmación de Invitación a Reunión con Galeano Media y demás Grupo Creativo	64
Anexo 4 Croquis de ubicación de la Feria del Día de la Baleada.....	65
Anexo 5 Restaurantes Participantes en la Feria del día de la Baleada	66
Anexo 6 Cotización	67
Anexo 7 Cotización de Energía para Feria Día de la Baleada.....	68
Anexo 8 Contacto con Patrocinadores Participantes en Feria	69
Anexo 9 Cotizaciones Sonido y Entretenimiento Feria Día de la Baleada.....	70
Anexo 10 Bosquejo Publicitario Propuesto	71
Anexo 11 Cotizaciones Staff y Utilería para Montar Escenario.....	75
Anexo 12 Publicidad Distribuida para el Evento.....	75
Anexo 13 Solicitud de Patrocinio	76
Anexo 14 Solicitud a las Autoridades Competentes para Brindar Seguridad en el Evento .	77
Anexo 15 Mapa de Ubicación de Emprendedores.....	80
Anexo 16 Cotización Bandas.....	80
Anexo 17 Mapa de Ubicación de Emprendedores San Pedro Sula	81
Anexo 18 Reunión Programada por Galeano Store para el Desarrollo e Innovación de Nuevos Productos	81
Anexo 19 Reunión Programada por Galeano para el Seguimiento del Evento del Día de la Baleada.....	82
Anexo 20 Flyers Publicitarios Evento Día de la Baleada, para la Mejor Baleada	83
Anexo 21 Calendario de Actividades Ciudad de Tegucigalpa	85
Anexo 22 Diagrama de dispersión para localización de los participantes de la feria del Día de la Baleada en la Ciudad de San Pedro Sula	85

Anexo 23 Calendario de actividades de la ciudad de San Pedro Sula	86
Anexo 24 Inventario de mercadería Galeano	86
Anexo 25 Comunicado de prensa emitido para publicar el día de la Baleada.....	87
Anexo 26 Cotización de energía eléctrica	88
Anexo 27 Nueva imagen de las camisetas del Proyecto Lempira	89
Anexo 28 Control y manejo de las compras en línea	90
Anexo 29 Control actualizado compras en línea	90

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo denominado Informe de Práctica Profesional Galeano Café, es la recopilación de la primera experiencia en el mundo laboral, realizada en la empresa denominada Galeano Café, esta es una empresa orientada al servicio de comida sobre todo típicas de la gastronomía hondureña, exaltando lo que es la cultura propia de Honduras.

Dado lo anteriormente expuesto Galeano Café, es una empresa que se desprende de una serie de negocios en conglomerado del imperio Galeano, y que, dadas sus estrategias diferenciales en el mercado, eso la hace una empresa que cuenta con las características necesarias para ser considerada sumamente competitiva, por lo que se realiza en la misma la Práctica Profesional de la cual se desprende el Informe con la siguiente estructura:

Capítulo I: Llamado Generalidades, y este contiene todo lo referente a los objetivos general y específicos, datos generales de la empresa Galeano Café, como son antecedentes históricos de la misma, misión, visión, valores y estructura organizacional, así como la breve descripción del área asignada de práctica profesional Área de Mercadeo y Desarrollo de Proyectos, de igual forma se plasman los productos y servicios ofrecidos, así como la Matriz y el Análisis FODA.

Capítulo II: Contiene las actividades realizadas en la empresa, y en este se detallan, las actividades realizadas día a día según la experiencia laboral que se adquiere y que dependen tanto de las actividades asignadas como de los aportes sustanciales a la empresa.

Capítulo III: Identificación de Propuesta e Implementación, este capítulo contiene lo relativo a la propuesta de mejora, que para el caso se orienta a una planeación estratégica propuesta, y el lanzamiento de una bebida energética a base de café, observando los beneficios de la misma.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del mercadeo es tan esencial hoy día para las empresas, pues de una buena logística y desempeño de dicha área depende el éxito de estas, a partir de este punto Galeano Café, siendo una empresa que deriva de un conglomerado bajo la marca de Galeano, de igual forma necesita de la aplicación de mercadeo para su desempeño.

Sin embargo, al proceder esta de un imperio, el imperio Galeano, cuenta ya con un área única de mercadeo y desarrollo de proyectos para toda la marca, y bajo esta se desarrollan una serie de innovaciones que coadyuvan al desarrollo y posicionamiento de esta.

Razón por la cual Galeano Café es considerada una empresa o emprendimiento competitivo en su rama, por lo que se desarrolla la práctica profesional dentro de la misma, alcanzando así experiencia laboral y conocimientos dentro del área de mercadeo, además de otras áreas funcionales como lo es la de medios y creación de contenido digital, al efecto se realizan diversas actividades relativas esencialmente a la gestión, logística y desarrollo de la importante feria para Galeano Café del día de la baleada, paralelo a ello se desarrolla otro nuevo emprendimiento basado en una bebida energizante a base de café.

Sugiriendo así aspectos mercadológicos con respecto a dicha bebida orientados al lanzamiento de esta.

CAPÍTULO I GENERALIDADES

Café Galeano, es una empresa novedosa, dedicada al rubro de la gastronomía, surgida bajo la sombrilla de negocios de la casa Galeano, siendo esta una marca que gusta de la innovación en todos los sentidos, Café Galeano, ofrece una experiencia de altura acorde a las expectativas de los clientes, evocando la cultura hondureña en diversos sentidos. Por tanto, el presente capítulo detalla todos los aspectos generales de Café Galeano como una entidad organizacional.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo General

Crear un plan de acción que busque potenciar y mejorar los nuevos emprendimientos de acuerdo con la situación actual de Café Galeano y en consonancia con la normativa nacional vigente.

1.1.2. Objetivos Específicos

Especificar los nuevos emprendimientos y oportunidades de negocios de la empresa Café Galeano.

Diseñar una misión y visión estratégicas en congruencia con la cultura organizacional de Galeano Café.

Definir estrategias funcionales que potencien y coadyuven al desarrollo de los nuevos emprendimientos de negocio de Café Galeano, a partir de la aplicación del Análisis FODA y su matriz.

1.2. Datos Generales de la Empresa

1.2.1. Antecedentes Históricos

Inicialmente la marca Galeano como tal tiene su antecedente veinticinco años atrás en una empresa de entorno familiar dedicada a la confección de ropa y textiles, antes de que la marca pudiera presentarse al mercado, la marca surge en el año 2008, cuando dos hermanos Daniel y Francisco inician su emprendimiento de comercializar sus diseños bajo la marca denominada como Galeano. (HONDURAS TIPS, 2019)

En un inicio en el año 2008, la marca experimento su lanzamiento con todo tipo de ropa, sin embargo, fue para el año 2009, cuando se definió su marca con su famosa línea de camisetas, y para el año 2013, dieron inicio al proyecto que llamaron Lempira, el cual consistió básicamente en el diseño de camisetas que cuentan con la imagen del Héroe Nacional Lempira y que evoca en lo más profundo la identidad nacional y cultural de un hondureño. (HONDURAS TIPS, 2019)

Este proyecto Lempira estaba inspirado en la modalidad “One for One” donde por la compra de un artículo, los emprendedores de la marca compraban productos alimenticios para llevarlos a hogares de hondureños que viven en extrema pobreza. Demostrando así su nivel de responsabilidad social. (HONDURAS TIPS, 2019)

Para el año 2014, la marca decide hacer su expansión introduciendo su estrategia de diversificación en conglomerado, y se inaugura así Galeano Café, en la ciudad de Tegucigalpa, con un concepto innovador, minimalista, pero siempre evocando a la identidad y cultura de los hondureños, lo que ha marcado su visión y ha hecho la diferencia en el mercado. (Galeano Café, 2022)

1.2.2. Misión

Ser una empresa con presencia en el mercado nacional, siendo embajadores de la identidad y cultura nacional de Honduras, llegando así a proveer servicios y productos de calidad, resaltando el sabor del café nacional, para nuestros clientes, bajo los mejores estándares de tecnología, y siempre de la mano de nuestro recurso más valioso nuestros colaboradores.

1.2.3. Visión

Inspirar momentos de alegría y optimismo a nuestros clientes, por medio de nuestros productos de calidad, generando así un valor fundamental de arraigo con el mercado nacional y que nuestra huella trascienda los límites de lo nacional teniendo como estándar la identidad y la cultura nacional de Honduras y su café.

1.2.4. Valores

Respeto: Galeano Café es una empresa fundamentada en el respeto por cada ser humano, y por cada ser en el medio ambiente, a efecto de generar un medio de paz y sostenible.

Innovación: Galeano Café, busca la implementación de productos novedosos que evocan la cultura nacional de Honduras pero que se adaptan a la actualidad.

Creatividad: Galeano Café, toma lo mejor de la gastronomía nacional hondureña y lo combina con las nuevas innovaciones del mercado para satisfacer sus clientes.

Trabajo en equipo: Galeano Café promueve ampliamente el trabajo en equipo, formulando así un ambiente de compañerismo agradable.

Inclusión: Galeano Café, es consciente de los cambios sociales que enfrenta el mundo, por tanto, demuestra su empatía al formular un ambiente inclusivo con la sociedad y la persona humana como sujeto de derechos.

Diversidad: Galeano Café, se percata de las diferencias culturales, ideológicas, dogmáticas y demás índole, por tanto, genera un ambiente inclusivo al respecto, dando prioridad a los derechos de las personas.

Responsabilidad social: Galeano Café, es una empresa que practica la responsabilidad social para con su entorno, para con su país.

1.2.5. Estructura Organizacional

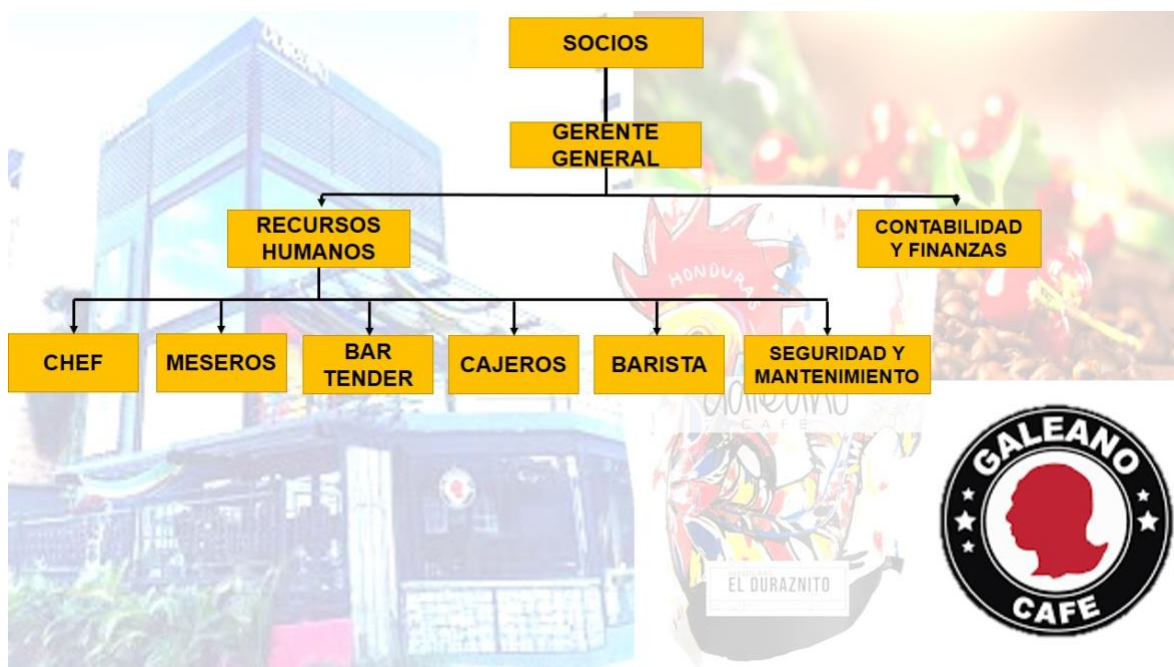


Ilustración 1 Estructura Organizacional Galeano Café

Fuente: Elaboración propia.

La estructura organizacional de Galeano Café, propuesta presenta 4 niveles, observándose en esta su jerarquía por nivel, y fácilmente se distinguen los puestos, las funciones que implican y la línea de mando.

Una empresa emplea una estructura funcional, “cuando la división del trabajo es agrupada por las principales actividades o funciones a realizarse, como son las ventas, el marketing, los recursos humanos, la contabilidad”, (esan GRADUATE SHCOOLO OF BUSSINES, 2017), entre otras y que van de acuerdo con la naturaleza de la empresa u organización.

Así atendiendo a las necesidades y naturaleza de Galeano Café, su estructura es conformada a partir de una estructura funcional, agrupada por sus departamentos y sus funciones identificadas.

1.2.6. Área de mercadeo y desarrollo de proyectos

Galeano, es una marca tras la cual se desarrollan una serie de líneas de negocio, pero todas bajo la misma marca, así, no es difícil entender que, por ejemplo, Galeano Medios, trabaja tanto como un negocio y línea independiente como en conjunto con Galeano línea de ropa, Galeano Café, y con clientes externos a los cuales atiende, en este sentido, el área de mercadeo y desarrollo funciona conjuntamente para todo el paraguas de negocios en conglomerado con los cuales cuenta café Galeano.

Así el área asignada para la Práctica Profesional fue el área de mercadeo y desarrollo dentro de la línea de negocios de Galeano, vinculada al desarrollo, y posicionamiento de productos y proyectos de Galeano Café, en esta área se trabaja todo lo relativo a la generación de estrategias para el diseño, desarrollo, posicionamiento y logística tanto de los servicios como de los productos relativos a la marca Galeano, y a Galeano Café.

1.2.7. Productos y Servicios de Galeano Café

Galeano Café, se especializa en la producción de café, observando todas las partes del proceso para ofrecer al mercado nacional un producto con suma calidad, sin embargo, de igual forma ofrece otra serie de productos que se detallan a continuación:

1. Café Procesado: Como su producto estrella, este se presenta en un empaque que además de funcional es sumamente artístico, pues cuenta con un diseño que identifica la cultura nacional y evoca aquellas mañanas que se inician con una taza de café de calidad.
2. Café en diferentes versiones como: Cappuccino, Latte, Machiato,
3. Cold Brew como producto innovador en base a receta hondureña.
4. Galeano Catering Service: Este servicio es para eventos, ofreciendo diferentes tipos de comidas y bebidas de acuerdo con las necesidades de los clientes y la solicitud que hagan que puede ser eventos como bodas, cumpleaños, reuniones de trabajo, celebraciones de días especiales entre otras.
5. Servicio de restaurante con menú: Este contiene el siguiente menú:
 - Completito Catracho.
 - Panini Mañanero.
 - Panini de Huevo y Espinaca.
 - Panini Mañanero Supremo.
 - Panini Galeano.
 - Panini Perro Aguacatero.
 - Panini Sipote Chipotle.

- Club Sandwich.
- Panini Tres Tristes Tigres.
- Panini Pancha Plancha.
- Sandwich Italiano.
- Burrita Capitalina.
- Cheque Leque Panqueque.
- Cacique Lempira.
- Tortillas con Quesillo.
- Pan con Frijoles.
- Yogurt con Fresas.
- Omelette de Claras.
- Omelette Galeano.
- Catrachas Galeano.
- Croissant Supremo.
- Ensalada Gracias a Dios.
- Ensalada Santa Fé.
- Tostadas Aguacate y Huevo,
- Tostada Prosciutto y Guacamole.
- Tostada Estoy a Dieta.
- Sopa de Tortilla.
- Crema de Broccoli o Papa.
- Crema de Calabaza.
- Crepa Catracha.

- Crepa Tomatillo Verde.
- Crepa Jamón y Huevo.
- Crepa p Waffle Miel de Abeja.
- Crepa o Waffle Nutela.
- Crepa o Waffle Dulce de Leche.
- Crepa o Waffle Queso Crema Guayaba.
- Crepa Chocolate Blanco.
- Smoothies.
- Frapes.

6. Además de Galeano Café, la marca cuenta con otro tipo de servicios, como Galeano media, donde son generadores de contenido digital y manejo de redes sociales para diferentes clientes del tipo organizacional.

Galeano Store: como su línea estrella realmente dentro de su conglomerado Galeano Store es su línea estrella pues con esta dio inicio la marca y su conglomerado.

1.2.8. Matriz y Análisis FODA

Tabla 1 *Matriz y Análisis FODA*

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FODA	1.Nuevos mercados nacionales	1.Competidores fuertes en el mercado
	2.Aumento del turismo	2.Fluctuación de los precios de los combustibles
	3.Reapertura del comercio y fronteras nacionales e internacionales después de la crisis mundial	3. Encarecimiento de los insumos necesarios
	4.Legislación favorable	4.Aumento del costo de la vida

	5.Tecnología de punta adaptable a las necesidades actuales	5.Inseguridad ciudadana en aumento
FORTALEZAS	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (FA)
1.Enfoque diferenciado	Aplicación de Investigación y Desarrollo (ID), a efecto de observar la expansión en un futuro hacia nuevos mercados nacionales e internacionales, con un enfoque cada vez más diferenciado. (F1 y O1).	Generar estrategias de producción concéntricas con un toque diferenciado para obtener clientes potenciales y fidelizarlos ofrecer plus que la competencia no ofrece, café y experiencia de diversión game center, café y centro de negocios, entre otros. (F1 y A1)
2.Diversificación en conglomerado	Aprovechar al máximo la apertura hacia nuevos mercados para generar productos gastronómicos nuevos. (F2 y O2)	A efecto de mantener estrategias que mantengan la liquidez de la empresa, y dado el encarecimiento de algunos insumos la diversificación en conglomerado de otros productos alimenticios pero diferentes a la gama que se maneja en Galeano café puede ser funcional, por ejemplo, generar el menú de gastronomía internacional, comida estilo británico, francés, italiano, alemán, estadounidense, en su más básica gastronomía. (F2 y A3).
3.Moderna y cómoda infraestructura	Adaptación de espacios tecnológicos para ofrecer paquetes a empresas y compañías para reuniones de trabajo. (F3 y O5)	
4.Equipo creativo de trabajo		
5.Calidad en los servicios y productos		
DEBILIDADES	ESTRATEGIA (DO)	ESTRATEGIA (DA)
1.Aún falta estructurar internamente la empresa y establecer su planeación estratégica y demás aspectos organizacionales	Formular estrategias de precios con un enfoque diferenciado, y generar productos dirigidos a los diferentes mercados con los cuales cuenta Honduras según su poder adquisitivo, evocando en algún su sentido su alto nivel de responsabilidad social. (D3 y O1)	Generar una planeación estratégica diferenciada que evoque la identidad nacional de Honduras, lo que caracteriza a la empresa, y que diferencia a la misma de los competidores. (D1 y A1)

2.La empresa Galeano Café como tal, no cuenta con una declaración de la misión y visión establecida.	Formular planes de seguridad dentro de los límites de los locales comerciales en base a la legislación vigente y notificar a las autoridades competentes al respecto para socializar planes de seguridad fundamentados en entrenamientos en	Generar una declaración de la misión y la visión que enfoquen la cultura nacional de Honduras y que identifiquen a Galeano Café de la competencia. (D2 y A1).
3.Precios del producto altos según las expectativas de los clientes	de seguridad personal. (D4 y O4)	
4.Necesidad de implantar planes de seguridad en el local comercial para seguridad de los clientes		

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Las debilidades de la empresa observan que esta no cuenta con una misión y visión establecida como tal, con lo cual como parte de la propuesta se establece una que fue estructurada en los datos generales de la empresa.

Se realizó el análisis **FODA**, y la estructura de la matriz **FODA**, con el objeto de que, a partir de los resultados de este, se inicie con el diseño de estrategias funcionales que potencien y coadyuven al desarrollo de los nuevos emprendimientos de negocio de Café Galeano.

CAPÍTULO II ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN

Galeano Café, es una empresa de muchas oportunidades, con un catálogo creativo de actividades y productos dentro de lo cual se aplica Investigación, Desarrollo y tecnología de punta, lo que coadyuva con el progreso de la empresa en sí, y le genera un enfoque diferenciado en el mercado. A efecto del desarrollo de la práctica profesional en el área de Mercadeo y Desarrollo de Proyectos, con el cargo de Desarrollador de Proyectos, desempeñando las responsabilidades siguientes:

1. Planificaciones y control de tareas asignadas a proyectos.
2. Desarrollo de nuevos productos bajo la sombrilla de la familia Galeano.
3. Creación de bases de datos de emprendedores o aliados estratégicos de la marca.
4. Planificación del día nacional de la baleada.
5. Proyecto 15 de septiembre Galeano.
6. Proyecto 20 de julio Lempira.
7. Manual de Marca Mercadito Galeano.
8. Diseño de controles para modelos de negocios existentes en Galeano.
9. Bolsas de café y proveedores.
10. Distribuidores camisetas Galeano.

A partir de la asignación del puesto de trabajo y responsabilidades se han llevado a cabo una serie de actividades que se describen a continuación:

2.1. Introducción al Equipo de Trabajo de Galeano Café

Nombre de la actividad: Recorrer las instalaciones de Galeano Café e introducir al equipo de trabajo.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Para el inicio de la práctica profesional en Galeano Café, el equipo ofrece un recorrido dentro de las instalaciones establecidas en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Colonia Palmira, en la segunda calle del Distrito Hotelero, Plaza San Martín, acto seguido se procede a introducir al nuevo miembro con el equipo de trabajo y a ofrecer un proceso de inducción inicial, observando las condiciones y el entorno laboral.

Definición de las actividades:

- Recorrido de las instalaciones: Implica el reconocimiento de la empresa, su establecimiento, y las diferentes áreas productivas y de trabajo.
- Introducción del Equipo de Trabajo: Conlleva a una presentación formal con el equipo, identificando sus cargos, puestos de trabajo, funciones, nombres, profesión u oficio.

Datos: Se efectuó reunión en fecha veinte (20) de Abril del año dos mil veintidós (2022), para reconocimiento de área de trabajo, instalaciones y equipo de trabajo.

Comentario personal: Se realizó una introducción de las actividades de trabajo que se llevan a cabo en Café Galeano, comprendiendo que la misma es una empresa que aprovecha al máximo las oportunidades de negocio.

2.2. Reconocimiento de las Instalaciones y Actividades en Colonia Palmira

Nombre de la actividad: Reconocer las instalaciones y actividades que se realizan en la ubicación en Colonia Palmira.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: El segundo día de práctica, la actividad de igual forma que el día anterior, consistió en el reconocimiento de otras instalaciones de Galeano Café.

Definición de las actividades:

- Recorrido de las instalaciones: Implica el reconocimiento de la empresa, su establecimiento, y las diferentes áreas productivas y de trabajo.
- Introducción del Equipo de Trabajo: Conlleva a una presentación formal con el equipo, identificando sus cargos, puestos de trabajo, funciones, nombres, profesión u oficio.

Datos: Se efectuó reunión en fecha veintiuno (21) de Abril del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se realizó una introducción de las actividades de trabajo que se llevan a cabo en Café Galeano ubicada en Colonia Palmira en la ciudad de Tegucigalpa, comprendiendo que la misma es una empresa que aprovecha al máximo las oportunidades de negocio.

(Ver Anexo 1)

2.3. Coordinación Evento día de la Baleada

Nombre de la actividad: Coordinar evento del día de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Esta es una fecha conmemorativa, convocada por los hermanos Galeano, como una fiesta gastronómica, y que sirve de base para conocer la baleada como un platillo destacado de la gastronomía hondureña.

Definición de las actividades:

- Reunión para plantear el proyecto.
- Diseño del plan de acción.
- Diseño estratégico del área de instalación de la actividad, croquis.
- Coordinación de los participantes y proveedores.

Datos: Se efectuó reunión en fecha veintidós (22) de Abril del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se efectuaron reuniones al respecto al efecto de gestionar el plan y desarrollo del proyecto denominado día de la baleada, lo que es una actividad propia de la casa Galeano, actividad que está bajo su sello y que representa parte de la identidad nacional de Honduras.

2.4. Búsqueda de Proveedores para el Evento “Día de la Baleada”

Nombre de la actividad: Buscar proveedores para el evento denominado día de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Los proveedores son esenciales y clave para el desarrollo de este evento, pues es parte de aplicar la estrategia de empuje hacia atrás con las cuales cuenta la empresa.

Definición de las actividades:

- Creación de cartera de proveedores.
- Contacto de proveedores.
- Reunión con proveedor de Club Pom Pón, empresa dedicada al entretenimiento infantil, la que cuenta con atracciones como saltarines, inflables, payasos, helados golosinas, toros mecánicos, y diversas recreaciones que son precisas para la implantación de una feria.
- Coordinación con otros proveedores de juegos infantiles e insumos para el desarrollo de la feria.

Datos: Se efectuó reunión en fecha veinticinco (25) y veintiséis (26) de Abril del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se plantearon opciones de proveedores para gestionar el día de la baleada que se llevara a cabo en fecha diecisiete (17) y dieciocho (18) de junio, así mismo se depuro el proceso de selección de proveedores, contratando a los que presentaron la oferta más competitiva.

2.5. Identificación de Proveedores para la Extensión del Proyecto del día de la Baleada

Nombre de la actividad: Identificar proveedores para la extensión del proyecto del día de la baleada en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés y en La Ceiba Atlántida.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se inició la búsqueda de proveedores en las ciudades de San Pedro Sula y La Ceiba, donde fue aún más difícil la coordinación, ya que se tuvo que coordinar con diversos por el hecho de que su capacidad para dar cobertura al evento no era la óptima y se tuvo que recurrir a múltiples proveedores.

Definición de las actividades:

- Identificación con proveedores en ambas ciudades.
- Contacto de proveedores.
- Reunión y negociación con proveedores.
- Coordinación con proveedores de juegos infantiles para el desarrollo del proyecto del día de la baleada en la ciudad de San Pedro Sula y La Ceiba.

Datos: Se efectuó reunión en fecha veintisiete (27) de Abril del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se plantearon opciones de proveedores para gestionar el día de la baleada que se llevara a cabo en fecha diecisiete (17) y dieciocho (18) de junio también en las ciudades de San Pedro Sula y La Ceiba, así mismo se depuro el proceso de selección

de proveedores, contratando a los que presentaron la oferta más competitiva. (Ver Anexo II, Lista de Verificación de Cotizaciones propuesta)

2.6. Diseño de Estrategia Publicitaria para Promocionar Patrocinadores del Proyecto del Día de la Baleada

Nombre de la actividad: Diseñar estrategia publicitaria para promocionar patrocinadores del proyecto del día de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: En reunión con el equipo creativo de Galeano, se coordinó la estrategia publicitaria de los patrocinadores para la feria del día de la baleada.

Definición de las actividades:

- Identificación de la estrategia publicitaria.
- Diseño de presentación introductoria de publicidad de proveedores.

Datos: Se efectuó reunión en fecha veintisiete (27) de Abril del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se presentaron diversas opciones para el diseño de la estrategia publicitaria, por medio de la aplicación de programas de edición y diseño gráfico interactivo.

2.7. Definición de Estrategia para Fomentar y Promover el Gusto por la Baleada a Nivel Nacional

Nombre de la actividad: Definir estrategia para fomentar y promover el gusto por la baleada a nivel nacional.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se efectuó reunión con participantes vía zoom como Galeano Media, Jaremar, a efecto de crear estrategia de promoción gastronómica de la baleada en la feria planteada.

Definición de las actividades:

- Pactar fecha de reunión.
- Ingreso al enlace vía zoom de participación en la reunión.

Datos: Se efectuó reunión en fecha veintiocho (28) de Abril del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: En la reunión el grupo creativo observo como estrategia de promoción de la baleada, que esta pueda adquirirse en la feria como un combo que contiene la baleada y un refresco, por medio de un ticket, y con ello también se obtenga el beneficio del disfrute y uso de las atracciones de la feria.

(Ver Anexo 3)

2.8. Coordinación de la Ubicación de Atracciones Infantiles en la Feria del Día de la Baleada

Nombre de la actividad: Coordinar ubicación de atracciones infantiles en la feria del día de la baleada y elaborar croquis de ubicación.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Esta fue una actividad que se llevó en conjunto con los proveedores de las atracciones infantiles a la vez que con el arquitecto designado para el diseño de la ubicación de la feria.

Definición de las actividades:

- Reunión con proveedores.
- Reunión con arquitecto.

- Coordinación de medidas de seguridad de atracciones e infantiles y ubicación estratégica de las mismas.

Datos: Se efectuó reunión en fecha veintiocho (28) de Abril del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se trabajó estratégicamente con proveedores y arquitecto, realizando un croquis de ubicación a través de programas de diseño informático.

(Ver Anexo 4)

2.9. Identificación de Patrocinadores

Nombre de la actividad: Identificar patrocinadores.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: En esta actividad se coordinó el contacto y confirmación de algunos de los patrocinadores participantes de la feria, tales como Hable Como Habla (HCH), Cervecería Hondureña, con productos como Coca.Cola y Salva Vida, de igual forma se planteó la participación de los restaurantes a cargo de la producción de baleadas para ese día.

Definición de las actividades:

- Contacto con patrocinadores.
- Contacto con restaurantes que ofrecen baleadas.
- Coordinación con patrocinadores y productores de baleadas.

Datos: Se efectuó reunión en fecha dos (02) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se realizó la confirmación por parte de los participantes de la feria como los patrocinadores y productores de baleadas.

(Ver Anexo 5)

2.10. Cotizaciones para Contratación de Servicio de Camas Saltarinas y Electricidad para Feria Día de la Baleada

Nombre de la actividad: Cotizar alquiler de camas saltarinas y electricidad como insumo para el desarrollo de la feria del día de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se solicitó cotización con la empresa INFALO sobre saltarines.

Definición de las actividades:

- Contacto con proveedores de ambos producto e insumo.
- Solicitud de cotizaciones.
- Recibo de cotizaciones
- Toma de decisión de compra.

Datos: Se hizo contacto en fecha tres (03) y cuatro (04) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se contactó con el proveedor a efecto de obtener cotización sobre el producto solicitado.

(Ver Anexo 6 y 7)

2.11. Definición de Patrocinios para el Evento del Día de la Baleada

Nombre de la actividad: Definir más patrocinadores para el evento.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se efectuó reunión con los representantes de Plaza Cipreses y Plaza Madero con Galeano Media, para pactar términos de la publicidad.

Definición de las actividades:

- Contacto con patrocinadores.

- Reunión con patrocinadores y Galeano Media.
- Pactar términos del patrocinio y publicidad.

Datos: Se hizo contacto en fecha tres (03) y cuatro (04) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se contactó con los patrocinadores de las plazas ya referidas, a efecto de determinar los términos de patrocinio y publicidad en la feria.

(Ver Anexo 8)

2.12. Conformación del Inventario de Productos de Marca Galeano

Nombre de la actividad: Conformar inventario de productos de marca Galeano.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Galeano es una marca que maneja una diversificación en conglomerado, por lo que requiere de especial atención realizar sus inventarios.

Definición de las actividades:

- Conteo físico de los productos.
- Cotejo de productos físicos con existencia en inventario digital.
- Conformación de base de datos.

Datos: Se hizo contacto en fecha cinco (05) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se contactó con los patrocinadores de las plazas ya referidas, a efecto de determinar los términos de patrocinio y publicidad en la feria.

2.13. Conformación del Inventario de Productos de Marca Galeano

Nombre de la actividad: Reconocer el área de trabajo del proyecto día de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realiza una visita de campo para reconocer la ubicación donde se llevará a cabo la feria del día de la baleada.

Definición de las actividades:

- Conocimiento de la ubicación del área de desarrollo del proyecto día de la baleada.
- Reconocimiento del área.
- Verificación del terreno para efectos de seguridad.

Datos: Se hizo contacto en fecha seis (06) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se efectuó una visita de campo, para determinar las condiciones y estabilidad del terreno y área donde se llevará a cabo la feria del día de la baleada, con el objeto de conocer sus condiciones actuales y la seguridad de este.

2.14. Determinación de Presupuesto y Cotizaciones

Nombre de la actividad: Determinar presupuesto y cotizaciones conjuntos musicales.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se coordinó en reunión con el personal que dirige la logística de la feria del Día de la Baleada.

Definición de las actividades:

- Búsqueda de proveedores de música banda.
- Solicitud de cotizaciones.
- Determinación de presupuesto.

Datos: Se hizo contacto en fecha nueve (09) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se realizaron una serie de cotizaciones con diversos proveedores de música para entretenimiento de la feria, a fin de ajustar un presupuesto y facilitar la toma de decisiones.

(Ver Anexo 9)

2.15. Definición de la Presentación Publicitaria para Patrocinadores

Nombre de la actividad: Definir presentación de publicidad para patrocinadores.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizó una jornada de trabajo, a efecto de afinar cada vez con mayor detalle la presentación de la publicidad

Definición de las actividades:

- Determinación de la publicidad gráfica de algunos patrocinadores.
- Uso de diseño gráfico por parte del grupo de Galeano Media.
- Creación del briefing publicitaria.
- Elaboración del mensaje publicitario.
- Adaptación del mensaje publicitario.
- Conformación de propuestas gráficas publicitarias.

Datos: Se hizo contacto en fecha diez (10) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se hizo uso de programas de diseño gráfico, y se realizó publicidad de acuerdo con los productos que ofrece cada patrocinador.

(Ver Anexo 10)

2.16. Definición de Cotizaciones y Presupuesto

Nombre de la actividad: Definir cotización y presupuesto de utilería y montaje del escenario principal del evento del día de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizaron gestiones para contactar proveedores de utilería y staff para el montado del escenario que servirá de centro de atracción al evento del día de la baleada.

Definición de las actividades:

- Contactar con proveedores de dicho servicio.

- Solicitud de los servicios y producto que se desea recibir según las necesidades de la feria.
- Recibo de propuestas.
- Determinación de presupuesto.

Datos: Se hizo contacto en fecha once (11) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se hizo uso de una base de datos creada por medio del programa de hojas de cálculo Excel, para conformar una base de datos básica de lo que son los proveedores del evento en lo que se refiere al escenario.

(Ver Anexo 11)

2.17. Coordinación de Actividades Varias del Evento

Nombre de la actividad: Coordinar actividades varias del evento.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se coordinan diversas actividades de forma estratégica de acuerdo con las necesidades del evento.

Definición de las actividades:

- Gestión de permisos municipales para el evento.
- Distribución de publicidad gráfica para promocionar y dar a conocer el evento.

Datos: Se hizo contacto en fecha doce (12) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se hizo distribución estratégica de carteles publicitarios para el evento.

(Ver Anexo 12)

2.18. Solicitud de Nuevos Patrocinios

Nombre de la actividad: Solicitar nuevos patrocinios.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se redactó la solicitud de patrocinio para diversas empresas y negocios de la ciudad de Tegucigalpa.

Definición de las actividades:

- Redacción de solicitud de patrocinio.
- Revisión y edición de la solicitud de patrocinio.
- Envío de solicitud de patrocinio a diversas empresas y negocios en la ciudad de Tegucigalpa.

Datos: Se hizo contacto en fecha trece (13) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: La solicitud de patrocinio, además de contar con el objeto de obtener patrocinio para el evento del día de la baleada, cuenta con la función de proyección social para con los más necesitados.

(Ver Anexo 13)

2.19. Coordinación Evento de la Baleada

Nombre de la actividad: Coordinar evento de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se estructuro una nota de solicitud dirigida al Jefe del Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas de Honduras (FF.AA), Municipalidad del Distrito Central, Cuerpo de Bomberos de Honduras, e Instituto Hondureño del Turismo, solicitando de su apoyo para el evento de la baleada, solicitando seguridad en el mismo.

Definición de las actividades:

- Redacción de la nota de solicitud.
- Revisión y edición de la nota.
- Envío de notas de solicitud a las entidades anteriormente referidas.

Datos: Se realizó contacto en fecha dieciséis (16) de Mayo del año dos mil veintidós (2022), con las instituciones ya citadas.

Comentario personal: Las solicitudes fueron redactadas y enviadas al efecto de contar con seguridad y resguardo en el día del evento en la localización especificada el Cerro Juana Lainez de la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central (MDC).

(Ver Anexo 14)

2.20. Diseño de Mapa de Ubicación de Emprendedores

Nombre de la actividad: Diseñar mapa de ubicación de emprendedores en el evento del día de la baleada, con su respectiva simbología.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizó reunión a efecto de diseñar estratégicamente la ubicación, y dar seguimiento a la actividad.

Definición de las actividades:

- Distribución de emprendedores.
- Diseño de mapa de ubicación estratégica.
- Diseño de la simbología de acuerdo con las áreas generadas y asignadas.

Datos: Se realizó reunión en fecha diecisiete (17) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: El mapa de ubicación es un medio efectivo para organizar la locación y ubicación de los emprendedores y personas en el lugar.

(Ver Anexo 15)

2.21. Cotización Música Banda para el Evento

Nombre de la actividad: Cotizar servicios que ofrecen las bandas para el evento el día de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizaron diversas cotizaciones a efecto de contar con un servicio musical óptimo el día del evento.

Definición de las actividades:

- Contacto con diversas bandas que ofrecen sus servicios para eventos.
- Petición de cotizaciones.
- Toma de decisiones.

Datos: Se realizaron cotizaciones en fecha dieciocho (18) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se conforma una base de datos de bandas que ofrecen sus servicios en diversos eventos, para soporte en la toma de decisiones.

(Ver Anexo 16)

2.22. Diseño de Mapa de Ubicación de Emprendedores en la Ciudad de San Pedro Sula

Nombre de la actividad: Diseñar mapa de ubicación de emprendedores en el evento del día de la baleada, con su respectiva simbología.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizó reunión a efecto de diseñar estratégicamente la ubicación, y dar seguimiento a la actividad.

Definición de las actividades:

- Distribución de emprendedores.
- Diseño de mapa de ubicación estratégica.
- Diseño de la simbología de acuerdo a las áreas generadas y asignadas.

Datos: Se realizo reunión en fecha diecinueve (19) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: El mapa de ubicación es un medio efectivo para organizar la locación y ubicación de los emprendedores y personas en el lugar.

(Ver Anexo 17)

2.23. Coordinación de Donación de Baleadas

Nombre de la actividad: Coordinar donación de baleadas.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizó reunión a efecto de coordinar donación de baleadas para el evento del día de la baleada.

Definición de las actividades: Para la donación de baleadas como RSE la dinámica funciona de la siguiente manera:

- Cada paquete de patrocinio que estamos manejando incluirá cierta cantidad de baleadas brandadas con el logo de la marca para donarlas. Los paquetes son:
\$10,000 - 1,000 baleadas donadas brandeadas con su logo
\$5,000 - 500 baleadas donadas brandeadas con su logo
\$2,000 - 200 baleadas donadas brandeadas con su logo

Datos: Se realizo reunión en fecha veinte (20) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Las baleadas coordinadas con donación se gestionan al efecto de suplir la demanda del evento.

2.24. Coordinación de Patrocinadores Pendientes

Nombre de la actividad: Coordinar Patrocinadores Pendientes.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizó reunión a efecto de coordinar patrocinios pendientes para el evento del día de la baleada.

Definición de las actividades:

- Coordinación de requerimiento de bebida gaseosa Pepsi: Entra como patrocinador oficial de la feria en San Pedro Sula, Departamento de Cortés.
- Coordinación de requerimiento de bebida gaseosa Coca-Cola: Entra como patrocinador oficial de la feria en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central.
- Coordinación de patrocinio con la Loto, Ficohsa y Credidemo.

Datos: Se realizo reunión en fecha veintitrés (23) de Mayo del año dos mil veintidós (2022), para coordinar los patrocinios pendientes.

Comentario personal: Se realizó la coordinación de patrocinio del evento con sus dos patrocinadores principales, en las dos ciudades sedes, San Pedro Sula y la ciudad de Tegucigalpa.

2.25. Coordinación de la Logística del Evento

Nombre de la actividad: Coordinar logística del Evento.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizó reunión a efecto de coordinar colocación de restaurantes, y otros aspectos más de logística que conlleva el evento como la confirmación de las bandas contactadas.

Definición de las actividades:

- Envío de propuestas de la feria a posibles patrocinadores
- Cotizar nuevos contactos para diversificar opciones de montaje y audio
- Confirmación de patrocinios para generar contactos.
- Desarrollar contratos y adaptarlos para el evento.
- Cotización de audio y montaje generando opciones.
- Confirmación banda con la mara music tentativamente Tux Lunan

- envió de nota de invitación a la Facultad de Gastronomía de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) y Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), para que formen parte de la inauguración en el día nacional de la baleada.
- Cotización de marimba para inauguración.
- Cotización de danza folclórica para inauguración.

Datos: Se realizo reunión en fecha veinticuatro (24) de Mayo del año dos mil veintidós (2022), para coordinar logística pendiente.

Comentario personal: Se realizó la coordinación de la logística pendiente.

(Ver Anexo 18)

2.26. Coordinación de Reunión de Seguimiento

Nombre de la actividad: Coordinar reunión para dar seguimiento al evento del día de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizo una reunión a efecto de coordinar y ultimar detalles para el evento del día de la baleada, dado su proximidad.

Definición de las actividades:

- Puntualizar pendientes.
- Confirmar patrocinios.
- Confirmar asistencia de instituciones de seguridad.
- Definir Flayers publicitarios.

Datos: Se realizo reunión en fecha veinticinco (25) de Mayo del año dos mil veintidós (2022), para coordinar detalles pendientes.

Comentario personal: Se realizó la coordinación de la logística pendiente.

(Ver Anexo 19 y 20)

2.27. Creación de Contenido para Galeano Media

Nombre de la actividad: Crear contenido para redes sociales en Galeano Media.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se plantea la coordinación de nuevos eventos para emprendedores.

Definición de las actividades:

- Indicaciones evento de emprendedores planteado: Propuesta: emprendedor del año 2022. Premio al emprendedor del año en la ciudad de Tegucigalpa y San Pedro Sula.

Presentación #1 Campaña: emprendedor del año

- 7 a 8 Diapositivas
- Introducción
- Objetivos
- Paquetes (Diamante, oro y plata)
- Agregar algo que pudiera ir a beneficio de este evento

Presentación #2: Campaña: De emprendedores para emprendedores

- 7 a 8 Diapositivas
- Propuesta: Historia y vivencia de su éxito como emprendedores
- Enfocado en emprendedores de “moda y tecnología y de éxito”
- Calidad de emprendedores CEO: Hugo Galeano, Oscar Valladares Tabaco & Co., Rosyl Mejía, Boquerón, agroindustrias del Corral, Power Chicken.

Datos: Se realizó reunión en fecha veintiséis (26) de Mayo del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se realizó reunión para coordinar indicaciones del evento de emprendedores 2022.

2.28. Establecimiento de publicidad y juegos para el “día de la baleada”

Nombre de la actividad: Establecer publicidad y juegos para el “día de la baleada”.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Cerca ya de la fecha límite de la celebración de la feria denominada día de la baleada, se trabaja en los últimos puntos clave y entre ellos destaca la publicidad y la elección y establecimiento de juegos en el área logística de la feria.

Definición de las actividades:

- Verificación de lista de patrocinadores.
- Verificación de lista de juegos.
- Verificación de lista de concursos.

Datos: Se realizó reunión en fecha primero (01) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se realizó reunión para coordinar los patrocinadores del evento, los juegos a realizarse como lo son los de entretenimiento entre los cuales se encuentran pintura de caritas por ejemplo para los niños, toro mecánico, concursos como comer la baleada en el menor tiempo posible, confirmando la presencia de diferentes tipos de grupos musicales para amenizar el evento, tal como DJ, grupos garífunas entre otros.

2.29. Formas de publicidad estructuración

Nombre de la actividad: Estructurar todas las formas de publicidad a utilizar

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se finalizaron las formas publicitarias a utilizar en la feria, tales como spot horizontales, la versión de vídeo publicitario

de 15 segundos en alta y baja resolución en dos versiones diferentes para la ciudad de Tegucigalpa, y la ciudad de San Pedro Sula, a objeto de exponer el mismo en las diversas redes sociales, a la vez se coordinó una reunión con todos los patrocinadores vía zoom inicialmente con el patrocinador oficial en la ciudad de Tegucigalpa el cual fue Coca Cola Company, misma que aportó el escenario y todo lo que es el ensamblaje del sonido, se llevó a cabo otra reunión con harina Gold Star, para solicitar que esta obsequiara en la feria a todas las personas que llegaran en una hora determinada que se estableció.

Definición de las actividades:

- Finalización de medios publicitarios varios.
- Reuniones con principales patrocinadores del evento.
- Verificación de los elementos aportados por los principales patrocinadores y otros.

Datos: Se realizó reunión en fecha dos (02) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se detallaron las diversas formas de publicidad a utilizar, especialmente la visual por medio de la conformación de videos, de igual forma se estableció la utilidad y aportes por parte de los patrocinadores, ello por medio de reuniones vía zoom, con esto se logró un avance sustancial sobre todo en la exposición y logística de lo que implica la instalación del escenario principal.

2.30. Detalle de la logística del evento

Nombre de la actividad: Verificar logística del evento.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizó una visita al cerro Juana Laínez para estratégicamente definir ya en físico los espacios para los planteles y personas que participaron en el evento el día 18 y 19 de junio, verificando los espacios para la instalación de actividades que se realizaron como son los juegos tradicionales y lo que

fueron juegos inflables, de igual forma se finalizó una lista de actividades pendientes para finalizar la coordinación del evento, se continuo con el trabajo de las cotizaciones respecto a artistas y bandas musicales como también de algunos refrigerios necesarios dentro de la logística de la feria, se contactó con la alcaldía de la ciudad de Tegucigalpa, para conformar para la solicitud de baños portátiles y también seguridad en el evento.

Definición de las actividades:

- Visita física al cerro Juana Laínez de la ciudad de Tegucigalpa.
- Distribución física de los puestos asignados en la feria para el comercio y el escenario principal.
- Confirmación de reunión con la Alcaldía Municipal del Distrito Central a efecto de realizar verbalmente la solicitud de baños portátiles para el evento como la seguridad para el mismo.

Datos: Se realizo reunión en fecha tres (03) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: En esta etapa cada vez más cerca del evento, existían una lita de situaciones aún pendientes por lo que este día como los anteriores y subsecuentes las actividades pendientes se realizaron para consolidar en forma precisa y segura cada vez más el día de la baleada.

2.31. Calendario de actividades de la ciudad de Tegucigalpa

Nombre de la actividad: Concretar calendario de actividades.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se trabajó en el calendario de actividades para la programación de actividades en ambas ciudades, Tegucigalpa y San Pedro Sula, realizando una evaluación de las personas que asistirían al evento con su respectiva

confirmación y de estas cuantas necesitan de carpas o mesas y con dicha eficiencia proceder a realizar cotizaciones y contrataciones de la utilería e implementos necesarios.

Definición de las actividades:

- Diseño de calendario de actividades.
- Cuantificación de personas confirmadas que asistirían al evento.
- Obtención en eficiencia de las necesidades en utilería e implemento del evento.
- Realización de cotizaciones y contrataciones para los implementos necesarios en la feria.

Datos: Se realizo reunión en fecha seis (06) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: En este punto se diseñó un calendario de actividades con el objeto de avanzar en la contratación de utilería e implementos necesarios para los participantes de la feria y con ello suplir dichas necesidades.

(Ver Anexo 21)

2.32. Verificación de asistencia participantes de la feria según calendario

Nombre de la actividad: Verificar asistencia de participantes según calendario de actividades.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Dentro del calendario se realizaron algunas modificaciones mismas que se debieron en gran medida a la situación climática de las lluvias en este momento en Honduras, se concretó con la compañía de Loto como un patrocinador definiendo la implementación del stand del photo booth y piñatas animador sonido, y lonas.

Definición de las actividades:

- Modificación de calendario de actividades.

- Verificación de stand de Photo Boot.

Datos: Se realizo reunión en fecha siete (07) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se realizaron algunas modificaciones al calendario de actividades a efecto de que algunos de los asistentes cancelaron por efecto del clima.

2.33. Calendario de actividades de la ciudad de San Pedro Sula

Nombre de la actividad: Concretar calendario de actividades.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se hizo un cambio de lugar en la ciudad de San Pedro Sula, ya que la Municipalidad de esta ciudad ofreció como locación el Parque Central con el objeto de mantener a circuito cerrado la feria y con ello alcanzar mayor flujo de personas, a raíz de ello se rediseño el plano de ubicación y distribución de los patrocinadores y sobre todo a los emprendedores y Pepsi Co, ya que la misma ofreció un concierto, se reasigno la ubicación de Harina Gold Star, brindándole comodidad para su actividad que fue la de regalar baleadas. Se realizo reunión en la ciudad de San Pedro Sula con la Alcaldía Municipal, para coordinar y rectificar los espacios que se les brindaron a los patrocinadores para optimizar la distribución en el espacio.

Definición de las actividades:

- Diseño de calendario de actividades.
- Diseño de diagrama de distribución en la locación ofrecida.

Datos: Se realizo reunión en fecha ocho (08) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: En este punto se diseñó un calendario de actividades con el objeto de avanzar en la contratación de utilería e implementos necesarios para los

participantes de la feria y de igual forma de reasignar la ubicación de los participantes de la feria.

(Ver Anexo 22)

2.34. Confirmación de calendario de actividades de la ciudad de San Pedro Sula

Nombre de la actividad: Confirmar calendario de actividades.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se confirmó por medio del calendario de actividades la asistencia de los patrocinadores, por lo que se procedió a confirmar su participación en las actividades planeadas según el calendario, se definió así que emprendedores sí asistirían.

Definición de las actividades:

- Verificación de participación de emprendedores según el calendario de actividades.
- Rediseño de diagrama de distribución en la locación ofrecida y actividades.

Datos: Se realizó reunión en fecha nueve (09) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: En este se concretó la asistencia de los emprendedores al evento del día de la baleada.

(Ver Anexo 23)

2.35. Conformación de inventario mercadería Galeano

Nombre de la actividad: Conformar inventario de mercadería.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: En esta fecha se conformó el inventario de nueva mercadería entrante para la línea de camisetas de Galeano.

Definición de las actividades:

- Verificación de mercadería nueva ingresada.
- Verificación del estado de la mercadería.
- Distribución de la mercadería en las tiendas Galeano.

Datos: Se realizo reunión en fecha diez (10) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Esta actividad se realiza cada vez que ingresa nueva mercadería sobre la línea de camisetas o ropa de la marca Galeano, y la misma es distribuida en sus tiendas.

(Ver Anexo 24)

2.36. Emisión de comunicado de prensa para el evento

Nombre de la actividad: Emitir comunicado de prensa sobre el evento del “día de la baleada”.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizó tanto la logística como el bosquejo a la vez que se concretizo un comunicado de prensa, el cual fue emitido por Daniel Galeano, gerente de la marca comercial Galeano.

Definición de las actividades:

- Definición borrador comunicado de prensa.
- Aprobación comunicada de prensa.
- Emisión de comunicado de prensa.

Datos: Se realizo reunión en fecha trece (13) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Inicialmente se estableció la necesidad de encontrar diversos medios de comunicación y redes sociales para dar a conocer a la población sobre la

celebración del evento del día de la baleada, el cual tiene el objeto de aumentar el fervor patrio del hondureño al llevar por nombre día de la baleada como una comida típica de Honduras, en base a ello se estableció el comunicado de prensa emitido.

(Ver Anexo 25)

2.37. Creación de contenido digital para patrocinadores

Nombre de la actividad: Crear contenido digital para patrocinadores de baleada de la feria del día de la baleada.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Se realizaron videos publicitarios y creación de contenido de los patrocinadores de baleadas para la feria del día de la baleada, esta es una actividad que requiere de mucho detalle.

Definición de las actividades:

- Diseño de contenido digital.
- Captura de tomas para videos digitales.
- Conformación de publicidad día de la baleada por parte de los patrocinadores de baleadas.

Datos: Se realizo reunión en fecha catorce (14) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Esta actividad se realizó por medio de Galeano Medios, y con ello se obtuvo material digital para la conformación de videos virtuales publicitarios.

2.38. Cotización de proveedor de fluido eléctrico

Nombre de la actividad: Cotizar diversas opciones para encontrar proveedor de fluido eléctrico.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: En esta etapa se requirió de nuevas cotizaciones para obtener fluido eléctrico a un costo mayormente eficiente por lo que se realizó visita a la locación en la ciudad de Tegucigalpa, el cerro Juana Laínez, a efecto de considerar nuevas cotizaciones con proveedores potenciales.

Definición de las actividades:

- Contacto con proveedores de energía eléctrica.
- Visita de campo con proveedores.
- Emisión de nuevas cotizaciones sobre fluido eléctrico.

Datos: Se realizó reunión en fecha quince (15) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Esta actividad requirió de la búsqueda y contacto de nuevos proveedores de energía eléctrica, así como de la visita en campo para determinar la necesidad y eficiencia y con ello obtener nuevas cotizaciones.

(Ver Anexo 26)

2.39. Cancelación de 50% de juegos y demás utilería contratada

Nombre de la actividad: Cancelar por medio de depósito el 50% de juegos inflables y utilería necesaria para el evento.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Una vez ya adentrada la fecha tope del evento del día de la baleada, se procedió a efectuar depósitos bancarios a los diversos proveedores en concepto de adelanto del 50%.

Definición de las actividades:

- Check list de proveedores y sus servicios.
- Check list por gastos.

- Check list por número de cuenta bancaria.
- Depósitos bancarios.
- Emisión de nuevas cotizaciones sobre fluido eléctrico.

Datos: Se realizo reunión en fecha dieciséis (16) de junio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Se realizó una verificación de la lista de proveedores y sus números de cuenta a la vez que se determinaron costos y se asignó el monto de depósito en una proporción del 50% a cada proveedor.

2.40. Inicio del Proyecto Lempira

Nombre de la actividad: Iniciar el Proyecto Lempira.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Este es un proyecto que se refresca cada año, es decir siempre hay una innovación en el diseño, una nueva estrategia de ventas.

Definición de las actividades:

- Prediseño de la nueva línea.
- Generación del proyecto, con proyecciones de ingresos y gastos.
- Revisión de estrategias publicitarias.

Datos: Se realizo una revisión del diseño de las prendas y el proyecto en fecha primero (01) de julio del año dos mil veintidós (2022).

Comentario personal: Este es uno de los proyectos más famosos de la marca, más aún por reinventarse casa año, en el año actual se implementó la aplicación que tiene la empresa de su responsabilidad social, al comprometerse a donar una parte de la compra por cada unidad vendida, denominado por Galeano el proyecto como Bendiciones Ramdom.

(Ver Anexo 27)

2.41. Control de Ventas

Nombre de la actividad: Controlar las ventas de camisetas de la marca Galeano.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Esta actividad incluye el staff de ventas en línea, de igual forma se da atención al cliente en línea, las ventas se llevan a cabo más que todo a través del gestionamiento de la red social de WhatsApp.

Definición de las actividades:

- Revisión de los pedidos en línea.
- Tomar pedidos por cada cliente con las especificaciones del producto que solicita.
- Verificar la forma de pago electrónica a utilizar.
- Establecer el proceso de logística para la entrega del producto hasta el destino solicitado.
- Dar soporte a la entrega por medio de dar a cada cliente el estatus de su paquete y de la entrega.

Datos: Iniciando el manejo del inventario y control de ventas en fecha dos (02) de julio del año dos mil veintidós (2022), continuando con esta actividad hasta la fecha quince (15) de julio del año 2022.

Comentario personal: El proceso de ventas en línea es un proceso que requiere de la logística de entrega desde que se toma el pedido hasta que se entrega el producto a el cliente en la localidad solicitada.

(Ver Anexo 28)

2.42. Control de Ventas en Línea y Manejo de Redes Sociales de Galeano Media

Nombre de la actividad: Controlar las ventas de camisetas de la marca Galeano en línea y manejo de Galeano Media.

Introducción al tema asociado a dicha actividad: Esta actividad incluye el staff de ventas en línea, de igual forma se da atención al cliente en línea, las ventas se llevan a cabo más que todo a través del gestionamiento de la red social de WhatsApp, de igual forma se hizo el manejo de Galeano Media con clientes como Hacienda Real, Mall Multiplaza, Michoacanas, HBC, El Viudo Alegre, Bobys, Galeano Café, Plaza Maderos, Ciprés Y Palmerola, a todas estas empresas se les diseñó contenido y de esta manera se introdujeron algunas ideas y opciones para poner en marcha implementando todo lo que es innovación dentro de la tecnología digital.

Definición de las actividades:

- Revisión de los pedidos en línea.
- Tomar pedidos por cada cliente con las especificaciones del producto que solicita.
- Verificar la forma de pago electrónica a utilizar.
- Establecer el proceso de logística para la entrega del producto hasta el destino solicitado.
- Dar soporte a la entrega por medio de dar a cada cliente el estatus de su paquete y de la entrega.
- Revisión de las plataformas digitales de Galeano Media.
- Detección de nuevas ideas.
- Incluir nuevas ideas en la creación de contenido digital.

Datos: Iniciando el manejo del inventario y control de ventas en fecha diecisiete (17) de julio del año dos mil veintidós (2022), continuando con esta actividad hasta la fecha cinco (05) de agosto del año 2022.

Comentario personal: El proceso de ventas en línea es un proceso que requiere de la logística de entrega desde que se toma el pedido hasta que se entrega el producto a el cliente en la localidad solicitada, de igual forma se hizo una revisión de la creación de contenido de Galeano Media para algunas empresas, dando un aporte en nuevo y fresco contenido, con la implementación eficiente de la tecnología.

(Ver Anexo 29)

CAPÍTULO III IDENTIFICACIÓN DE PROPUESTA E IMPACTO

DESEABLE

El presente capítulo detalla, todo lo referido a la propuesta presentada a Galeano Café, misma que va orientada al diseño de los aspectos generales de su planeación estratégica y a uno de sus productos innovadores, al objeto de fijar un bosquejo del lanzamiento del producto, por medio del uso de medios de publicidad tecnológicos.

3.1. Propuesta de mejora

3.1.1. Propuesta General

3.1.1.1. Objetivos de la Propuesta

1. Diseñar rasgos elementales de la planeación estratégica de la empresa. (Ver numeral 3.1.2. de Capítulo Identificación de la Propuesta)
2. Desarrollar la imagen de una bebida energizante a base de café.
3. Generar un lanzamiento para la bebida energizante a base de café.

3.1.1.2. Estrategias y Políticas de la Propuesta

Estrategias

1. Generar versiones de prueba de la bebida energizante y comercializar en edición limitada dichas versiones.
2. Crear un nombre e imagen para el producto.
3. Desarrollar un eslogan para el producto y la campaña de lanzamiento.

Políticas

1. Uso de activación de marca bajo el desarrollo de la marca Galeano y su trayectoria, glamur y calidad, para la activación del target específico.

2. Uso de marketing orientado a promover la cultura de Honduras en nuevos productos, generando así un nuevo concepto de productos de consumo a la vez que culturales por evocar la cultura por medio del arte.
3. Mantener estándares de calidad altos, según la línea de productos de la marca Galeano.
4. Generar ventas que van desde un 15% hasta un 30% de crecimiento anual.

3.1.2. Propuesta Planeación Estratégica

Para efectos de la propuesta, es preciso contar con una planeación estratégica que contemple los aspectos fundamentales de toda empresa, en este sentido, se creó para Café Galeano, una estructura que contiene los rasgos más esenciales de la planeación estratégica, tales como los siguientes:

1. Misión : Ver Misión en numeral 1.2.2. del Capítulo I.
2. Visión: Ver Visión en numeral 1.2.3. del Capítulo I.
3. Valores como: Respeto, Innovación, Creatividad, Trabajo en equipo, Inclusión, Diversidad y responsabilidad, Ver Valores en el numeral 1.2.4. del Capítulo I.
4. Estructura Organizacional: Ver Estructura Organizacional en el numeral 1.2.5. del Capítulo I.

3.1.3. Propuesta Lanzamiento Bebida Energizante

A efectos de realizar la propuesta de lanzamiento de la bebida energética a base de café, de Galeano Café, es preciso aclarar que la propuesta únicamente observa el proceso de lanzamiento del producto, ya que de los detalles del proceso de producción y mercadeo, así como otros detalles del proyecto de la bebida en ello trabaja el equipo de Galeano Café.

3.1.3.1. Descripción de la Bebida

La bebida energizante con la cual Galeano, desea ingresar al mercado hondureño, está hecha a base de café, y como toda bebida energizante cuenta con las bondades siguientes:

1. Es una bebida suave
2. Sabor único
3. Color caramelo agradable
4. Aroma café, vainilla y moccha.
5. Aporta energía.
6. Envase llamativo como producto cultural que promueve el arte y la cultura de Honduras.
7. Con un nombre muy propio de los orígenes y culturas de Honduras, Maya Coffee bebida energizante.

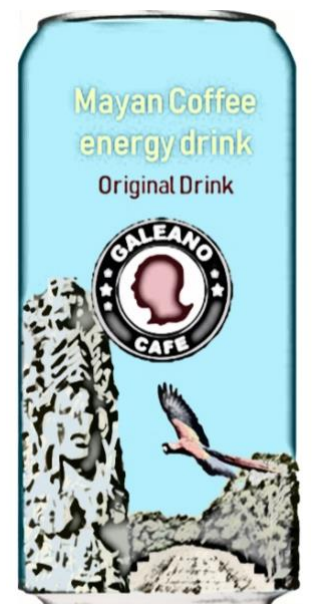


Ilustración 2 *Diseño propuesto del envase de la bebida energizante*

Fuente: Elaboración propia.

3.1.3.2. Slogan de la Bebida y el Lanzamiento

Un slogan, es un distintivo que evoca un sentimiento de lo que es y puede ser el producto y que además le identifica de otros, por tanto, el slogan propuesto para el producto y que puede ser usado durante el lanzamiento, es el siguiente:

“Despierta el espíritu de tu alegría”

3.1.3.3. Desarrollo del Lanzamiento del Producto

Para efectos del lanzamiento del producto, la campaña se divide en las siguientes fases como una adaptación de (Levinson, 2009):

1. Fase 0: segmentación y objetivos de la campaña: En esta etapa se genera el perfil del consumidor perfecto del producto, en base a las características siguientes:

- Personas amantes del café.
- Profesionales activos que destacan día a día.
- Amantes de la cultura.
- Con un poder adquisitivo medio bajo y medio alto.

Los objetivos de la campaña son los siguientes:

- Desarrollar conocimiento sobre el producto a introducir.
- Generar un posicionamiento exitoso de la bebida energizante.
- Crear una conducta de compra de la bebida energizante en el mercado objetivo.

2. Fase 1: generar interacciones (puntos de contacto positivos): En esta etapa, previamente diseñado el producto, se genera la fase inicial de la publicidad, que se introduce por medios digitales, para lo cual la empresa cuenta con

Galeano Media, quienes deberán generar contenido que capte la atención del público, en el sentido de que este genere un contacto positivo, que se observa a través de cuantas personas ven la publicación, visitan la páginas, likes, compartir y otros aspectos que son manejables hoy día por medio de las redes sociales y que dan inicio a establecer el contacto con un público muy variado, en esta etapa es preciso hacer uso de Facebook, Twitter, Instagram y Whatsapp, generando un contenido digital característico de la marca y del producto, incluso muy interactivos, como por ejemplo un concurso para el diseño del envase de la bebida.

3. Fase 2: generación de tráfico y registro: Una vez iniciado el marketing por medio de las redes sociales se debe generar el interés y mantener un tráfico, en este punto es crucial establecer comunicación con contactos importantes para reforzar la fecha del lanzamiento del producto, ofrecer versiones limitadas del producto con sabores mayormente gourmet, y con envases usados únicamente para conmemorar la ocasión de lanzamiento.
4. Fase 3: remarketing: Para esta actividad es eficiente el uso de Facebook Ads, para promocionar los contenidos de cualquier página de empresa de Facebook, en este punto generar publicidad de altura en dichos medios es lo esencial para fidelizar a los clientes o llamar su atención.
5. Fase 4: Lanzamiento: El lanzamiento es finalmente la fecha en la que el producto llegara al mercado, en este punto, se debe contar ya con la estrategia publicitaria y en este caso, un lanzamiento con personajes interesados en el mundo gastronómico y de las bebidas, de igual forma se puede realizar el lanzamiento montando un staff como un bar con bebidas y bocadillos

gourmet, una presentación de altura que evoque un producto que es único y que merece un lanzamiento a lo grande, rodeado de los medios de comunicación.

3.2. Impacto de la propuesta de mejora

3.2.1. Presupuesto del Lanzamiento del Producto

El presupuesto presentado para la fecha de lanzamiento del producto energizante a base de café Galeano, observa un aproximado de los costos que deben absorberse para tales fines:

Tabla 2 *Presupuesto del Lanzamiento del Producto*

Concepto	Costo	Cantidad	Total
Diseño gráfico y físico del producto	L25,000.00	1	L25,000.00
Publicidad medios digitales	L25,000.00	1	L25,000.00
Publicidad medios gráficos y físicos	L25,000.00	1	L25,000.00
Diseño campaña publicitaria equipo de marketing	L50,000.00	1	L25,000.00
Publicidad Edición Limitada	L15,000.00	para 1000 personas	L25,000.00
Costos de local para lanzamiento	L25,000.00	1	L25,000.00
Costos de comida fecha de lanzamiento	L125,000.00	de 50 100 personas	L125,000.00
Costo de bebidas fecha de lanzamiento	L125,000.00	de 50 100 personas	L125,000.00
Costos de manufactura de producto para efectos de publicidad y fecha de lanzamiento	L175,000.00	para 5000 personas	L175,000.00
TOTAL			L575,000.00

Nota: Este es un costo aproximado de la propuesta de lanzamiento, ya que muchos de estos costos serán absorbidos por la misma marca Galeano, ya que esta cuenta con Galeano Medios

cuenta con locales comerciales y restaurantes, por tanto, el costo presentado puede variar y ser menor al calculado.

3.2.2. Proyección de Ventas

Tabla 3 *Proyección de Ventas Bebida Energizante*

AÑOS	0	1	2	3	4	5
DEMANDA DEL PROYECTO	5,000	5,750	6,613	7,604	8,745	
PRECIO DE VENTA	200.00	200.00	216.70	234.79	254.40	
COSTO VARIABLE	11.72	12.70	13.76	14.91	16.16	
COSTOS FIJOS	97,948	106,127	114,989	124,590	134,994	

Nota: Este es una proyección basada en una política de crecimiento de las ventas de forma anual de entre un 15% y de ser posible mayor al 30%, manejado así por la empresa.

3.3.3. Razón Costo/Beneficio

Si se asume que, en el primer año del producto en el mercado, y tras un óptimo uso de los medios de publicidad, se logra realizar la venta de alrededor de productos 5,000 productos a un precio base de L. 200.00, un paquete de 6 unidades, precio sugerido en base a los precios de la competencia, esto generara la siguiente razón costo/beneficio:

Tabla 4 *Razón Costo/Beneficio*

RAZON BENEFICIO COSTO	1	2	3	4	5	VAN	b/c
INGRESOS	1,000,000	1,150,000	1,432,929	1,785,465	2,531,976	L. 4,567,100.39	2.11240
EGRESOS	-	-	-	-	-	-2,162,046.66	
	350,625	405,075	495,930	608,058	746,602		

Nota: Los ingresos y egresos son estimados en base a un aproximado de una demanda de 5,000 cajas de 6 unidades vendidas en el año 1, y así sucesivamente, con una política de

crecimiento en ventas del producto del 15% al año, la razón costo/beneficio observa que, por cada lempira invertido, se puede obtener una ganancia de L.1.11, sin embargo, es de considerar que el éxito de este tipo de productos radica en el flujo de ventas el cual debe maximizarse con el tiempo.

3.3. Cronograma

Tabla 5 Cronograma de Actividades de la Propuesta de Lanzamiento de Bebida Energizante a Base de Café

ACTIVIDAD	DURACIÓN	INICIO	FIN	MESES																															
				OCTUBRE								NOVIEMBRE								DICIEMBRE															
				3 al 8	10 al 15	17 al 22	24 al 29	31 al 5	7 al 12	14 al 19	21 al 26	28 al 31	1 al 5	7 al 10	12 al 15	17 al 19	21 al 23	25 al 28	30 al 31	1 al 3	5 al 7	9 al 11	13 al 15	17 al 19	21 al 23	25 al 27	29 al 31								
Concepción de la idea	6	3/10/2022	8/10/2022	■	■	■	■	■																											
Diseño del producto	6	10/10/2022	15/10/2022		■	■	■	■	■																										
Generación del proyec	14	17/10/2022	29/10/2022			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																			
Generación de los prin	10	31/10/2022	9/11/2022							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																
Inicio de puntos de contacto manejo de redes sociales	53	9/11/2022	31/12/2022																			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Generar un plan public	10	10/11/2022	19/11/2022													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
Establecer contacto con medios importantes para reforzar lanzamiento	6	21/11/2022	26/11/2022																			■	■	■	■	■	■								
Generación de Facebo	35	28/11/2022	31/12/2022																								■	■	■	■	■	■	■	■	■
Diseño de actividades prelanzamiento	6	5/12/2022	10/12/2022																											■	■	■	■	■	■
Aplicación de Marketing de medios masivos	21	12/12/2022	31/12/2022																											■	■	■	■	■	■
Lanzamiento del producto	12	19/12/2022	31/12/2022																											■	■	■	■	■	■

Nota: La Tabla 5, contiene el cronograma de actividades que se deben realizar previo al lanzamiento del producto descrito como una bebida energizante a base de Café, nombrada Mayan Drink Coffee, con el sello característico de la marca Galeano.

3.4. Medición del Impacto

Existen diversas formas de medir el impacto que un producto, o proyecto ha generado en el mercado, así existen una serie de variables que influyen en el proceso tales como:
(Universidad Andres Bello, 2021)

1. Edad

2. Género
3. Raza/etnia
4. Ingreso/nivel socioeconómico
5. Tamaño o composición de la familia
6. Salud
7. (...)
8. Localización geográfica
9. Cantidad de servicios proporcionados
10. (...)
11. Mercado que se atiende

A partir de estos factores, se observa que el impacto que tenga un producto en el mercado dependerá en gran medida de estas variables, pues por ejemplo de factores como el ingreso de las personas, así como de la edad se establezca un patrón de compra y consumo de los productos, estas variables no sólo son aplicables para medir el impacto de un producto o servicio, sino, también de proyectos aplicables a la protección social.

Para medir el impacto generado de la propuesta, se establece el proceso siguiente:

1. Establecer los objetivos.
2. Análisis de los involucrados, ello observa el mercado como consumidor directo e indirecto.
3. Medición de resultados, a corto plazo, es decir los cambios que se reportaran en el producto a raíz del lanzamiento de este. Medición de resultados de mediano plazo, observando la etapa del ciclo de vida del producto, de igual forma medir los resultados en un largo plazo, lo cual será una vez que el producto se encuentre completamente posicionado y se encuentre en el

mercado en el lapso de un año, en ello se observaran detalles como la aceptación del producto, como ha conservado los clientes, que cambios se deben realizar conforme a los gustos y expectativas del mercado.

4. Seguimiento de los resultados: esto como retroalimentación del producto ya en el mercado, y con la retroalimentación aplicar cambios necesarios para reiniciar el ciclo del producto de ser necesario.

3.5. Indicadores Clave

Los indicadores clave para medir el éxito del producto lanzado al mercado, serán:

1. Niveles de venta alcanzados durante la etapa del lanzamiento.
2. Niveles de venta alcanzados durante los primeros tres meses, seis meses, nueve meses y un año.
3. Manejo de ventas online.
4. Nivel de ventas con respecto al alcance de la audiencia por medio de redes sociales.

De igual forma se puede aplicar el indicador de Índice de Penetración en el Mercado (IPM), este se define como “una medida de cuánto están utilizando los clientes un producto o servicio en comparación con el mercado total estimado para ese producto o servicio”. (Rodríguez, 2022)

Es decir, el número de clientes del producto propio en comparación con la totalidad de clientes que consumen bebidas energéticas, para establecer así un porcentaje de participación del mercado en cuanto al producto, e incluso con ello se puede establecer el nivel de participación de cada competidor y hasta de productos sustitutos.

Este calculo es tan sencillo que para obtenerlo se sigue el procedimiento normal del calculo de un porcentaje, en base a la siguiente ecuación la porción de participación/el total x100 igual al porcentaje de participación del producto.

CONCLUSIONES

1. Galeano es una marca reconocida en Honduras, no sólo por sus diseños de camiseta, sino, además por la serie de negocios que bajo su denominación se desprenden, tal es el caso de Café Galeano, en este punto por cada negocio diversificado en el que Galeano invierte es claro que uno de los factores fundamentales es la innovación así como el emprendimiento, Café Galeano, observa el emprendimiento de nuevos productos alimenticios a base de café, ya que este es su producto estrella, y ello incluye una serie de bebidas frías y calientes, tal es el caso del nuevo emprendimiento y proyecto con el que cuentan sobre una bebida energizante a base de café.
2. Galeano Café como tal no cuenta con una misión y visión específicas para el negocio, por lo que parte de la propuesta estructurada fue la conformación de una misión y una visión que transmitan el principal mensaje de Galeano, un mensaje para transmitir la cultura organizacional del negocio a la vez que la cultura de Honduras.
3. A partir de la aplicación del Análisis FODA, se observan algunas estrategias que pueden resultar funcionales para el negocio tales como:
 - Aplicación de Investigación y Desarrollo sobre nuevos productos a base de café.
 - Incluir en sus líneas de producción negocios concéntricos, lo que implica que deben realizar nuevos desarrollos en su menú con respecto a productos a base de café y de los ingredientes más icónicos de Honduras.

- Incluir diversidad de precios sobre sus productos a efecto de que los mismos puedan ser lo más accesibles al mercado como sea posible.
4. Con la propuesta generada, se pueden obtener resultados positivos en los proyectos de emprendimiento de Galeano Café, ofreciendo así productos innovadores que evoquen siempre la identidad nacional, y sobre todo al ser Galeano Café el pionero en exponer este tipo de estrategias en torno a la identidad nacional, esto puede determinar una estrategia tanto para el mercado local, como para turistas que visitan el país, al adquirir una bebida que presenta un enfoque diferente basado en la tradición y la cultura de un pueblo.

RECOMENDACIONES

Algunas recomendaciones importantes para Galeano Café son las siguientes:

1. Desarrollar una zona para reuniones ejecutivas, reuniones en las cuales se sirvan pequeños breaks de café expreso y paninis como un toque especial de Galeano Café.
2. Mantener siempre activa su presencia en las redes sociales.
3. Obsequiar a sus clientes pequeños detalles en el punto de venta.
4. Ofrecer productos y servicios plus y diferenciados, productos que la competencia no ofrece, café y experiencia de diversión game center, café y centro de negocios, café salón, café boutique entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

- Coll Morales, F. (14 de Mayo de 2020). *Feria Definición*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/feria.html#:~:text=Una%20feria%20es%20un%20evento,as%C3%AD%20como%2C%20tambi%C3%A9n%2C%20social>.
- Coll Morales, F. (12 de Junio de 2020). *Proyecto Definición*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/proyecto.html#:~:text=Un%20proyecto%20es%20la%20planificaci%C3%B3n,determinado%2C%20se%20llevar%20a%20cab>o.
- esan GRADUATE SHCOOLO OF BUSSINES. (17 de Marzo de 2017). *La estructura organizacional funcional*. Obtenido de esan GRADUATE SHCOOLO OF BUSSINES: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-estructura-organizacional-funcional>
- Galeano Café. (2022). *Locales y Concepto*. Tegucigalpa, Honduras: Galeano Café.
- HONDURAS TIPS. (13 de Enero de 2019). *Galeano, una marca que va de la mano de nuestra identidad nacional*. Obtenido de HONDURAS TIPS: <https://www.hondurastips.hn/2019/01/13/galeano-una-marca-que-va-de-la-mano-de-nuestra-identidad-nacional/#:~:text=Galeano%20nace%20en%20Honduras%20de,dise%C3%B1os%20bajo%20la%20marca%20Galeano>.
- Levinson, J. C. (2009). *Marketing de Guerrilla*. New York: Morga.James.
- Peiró, R. (14 de Noviembre de 2019). *Innovación*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>
- Peiró, R. (22 de Enero de 2020). *Ciclo de Vida del Producto*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/ciclo-de-vida-del-producto.html>
- Quiroa, M. (07 de Enero de 2020). *Producto*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/producto.html#:~:text=Un%20producto%20para%20la%20econom%C3%ADa,se%20intercambia%20en%20el%20mercado>.
- Real Academia Española. (2014). *Propuesta*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/propuesta>

- Rodríguez, J. (2022). *¿Qué es PMI (índice penetración de mercado)?* Obtenido de Mundo Posgrado: <https://www.mundoposgrado.com/que-es-pmi-indice-penetracion-de-mercado/>
- Roldán, P. N. (23 de Noviembre de 2016). *Marca*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/marca.html>
- Roldán, P. N. (29 de Junio de 2017). *Patrocinio Definición*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/patrocinio.html#:~:text=El%20patrocinio%20es%20una%20estrategia,presente%20su%20marca%20o%20producto.>
- sensagent. (2022). *Baleada Definición*. Obtenido de sensagent: <http://diccionario.sensagent.com/Baleada/es-es/>
- Universidad Andres Bello. (2021). *Indicadores de proceso versus los indicadores de resultado/impacto*. Obtenido de Universidad Andres Bello: <https://vinculacion.unab.cl/descargas/indicadores/indicadores-de-impacto/>

GLOSARIO

Baleada: La baleada es uno de los platos más representativos de la gastronomía hondureña. Es una tortilla de harina de trigo rellena de frijoles refritos, huevo picado, aguacate, algunos tipos de carne, y queso rallado o mantequilla que, por lo general, se come en el desayuno, merienda o como cena. Son varias las ciudades que se adjudican su origen como El Progreso (Honduras), La Ceiba o San Pedro Sula. Tiene una similitud con la quesadilla mexicana y el burrito mexicano. (sensagent, 2022)

Ciclo de Vida del Producto: El ciclo de vida del producto es el conjunto de etapas que atraviesan los productos o servicios que una empresa oferta o comercializa en el mercado desde su lanzamiento hasta su retirada. (Peiró, Ciclo de Vida del Producto, 2020)

Feria: Una feria es un evento que, pudiendo ser de carácter económico, cultural o social, se establece en un lugar determinado, bajo un propósito concreto. (Coll Morales, Feria Definición, 2020)

Innovación: La innovación es un proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes, mejorándolos o creando nuevos que impacten de manera favorable en el mercado. (Peiró, 2019)

Marca: La marca es el identificador comercial de los bienes y servicios que ofrece una empresa y los diferencia de los de la competencia. (Roldán, Marca, 2016)

Patrocinio: El patrocinio es una estrategia publicitaria que consiste en que una organización (patrocinador) se compromete a entregar financiamiento a un tercero (patrocinado) a cambio de que éste presente su marca o producto. (Roldán, Patrocinio Definición, 2017)

Producto: Un producto para la economía se define como el resultado que se obtiene del proceso de producción dentro de una empresa. (Quiroa, 2020)


Propuesta: Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin. (Real Academia Española, 2014)

ANEXOS


Anexo 1 Camisetas de la Marca Galeano



Anexo 3 Correo de Confirmación de Invitación a Reunión con Galeano Media y demás Grupo Creativo

 **daniel@galeano.media** a través de google.com
para mí, alara, jnunez, paola ▾

jue, 28 abr, 7:47 (hace 10 días) ☆ ↶ ⋮

 <p>abr 28 jue</p>	<p>Día de la baleada 2022 Míralo en Google Calendar</p> <p>Cuándo jue 28 de abr de 2022 11am – 12pm (CST)</p> <p>Participantes alara@jaremar.com, jnunez@jaremar.com, paola@galeano.media, daniel@galeano.media*</p>	<p>Agenda jue 28 de abr de 2022</p> <p>No hay eventos anteriores.</p> <p>11am Día de la baleada 2022</p> <p>No hay eventos posteriores.</p>
--	---	--

You have been invited to the following event.

Día de la baleada 2022

When Thu Apr 28, 2022 11am – 12pm Central Standard Time - Tegucigalpa [more details »](#)

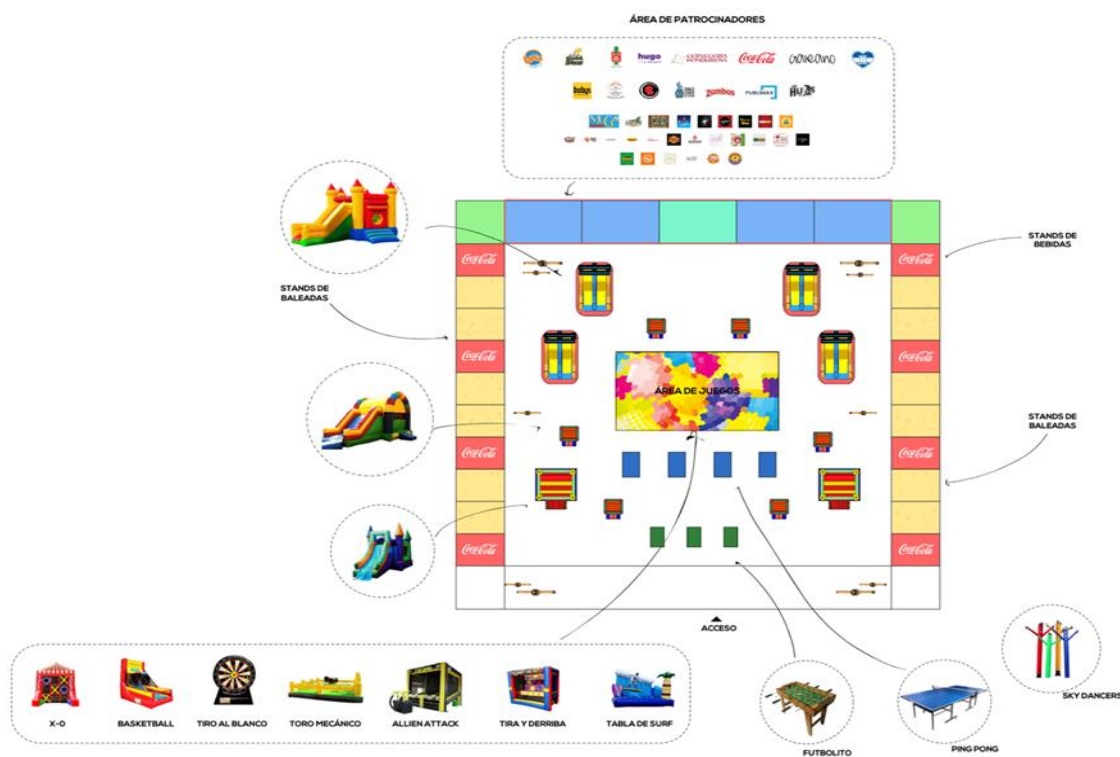
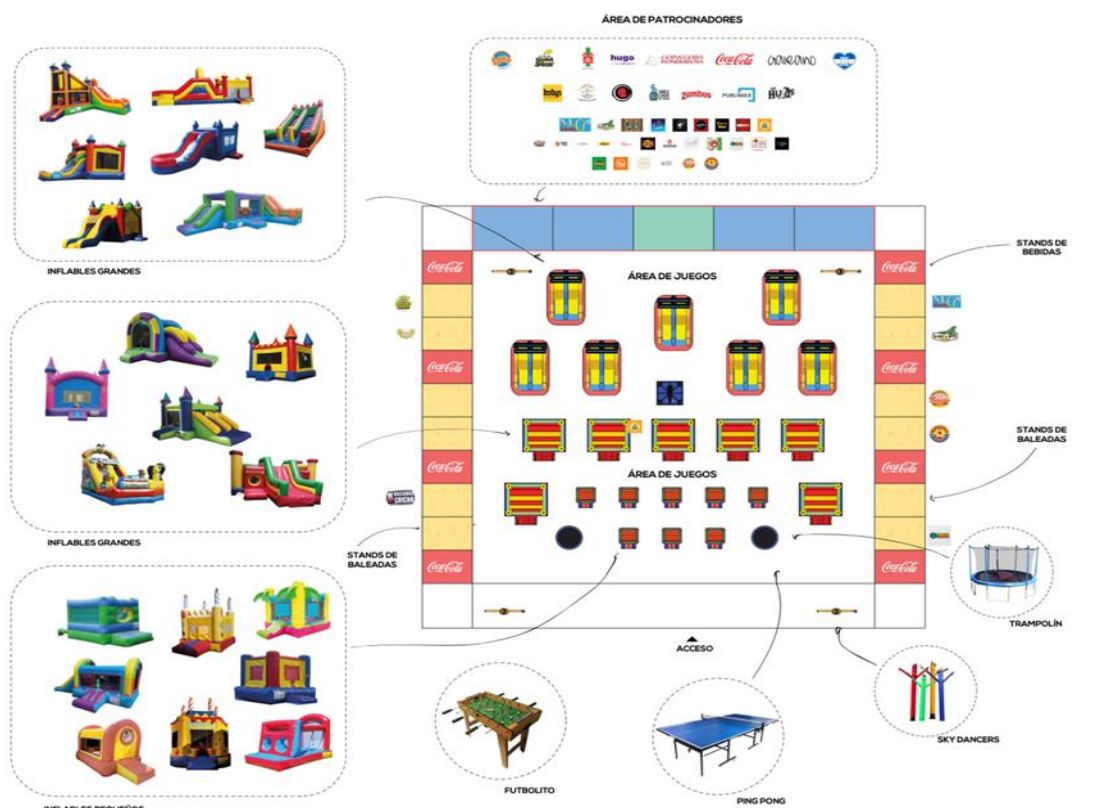
Calendar greiss.mendoza@gmail.com

Who

- daniel@galeano.media - organizer
- alara@jaremar.com
- jnunez@jaremar.com
- paola@galeano.media
- greiss.mendoza@gmail.com

Going (greiss.mendoza@gmail.com)? [Yes](#) - [Maybe](#) - [No](#) [more options »](#)

Anexo 4 Croquis de ubicación de la Feria del Día de la Baleada



Anexo 5 Restaurantes Participantes en la Feria del día de la Baleada

Baleadoras	
Nombre del negocio	contacto
Baleadas Olanchito	8992-5132
Orinson Baleadas Express	9978-5688
Mario Coco Baleadas	3190-3492
Raquel Imsa Harina Día Baleada	9837-1937
Luis Campos Baleadas Kennedy	9997-0420
Carmen Fonseca Baleadas Lourdes Los Dolores	8919-3646
Saira Rodríguez La Mega Baleada	8966-5960
Vanessa Gabriela Baleadas Kennedy	9907-9183
Fredy Caballero Baleadas Express Estelinas	3336-8248
Baleadas Lila Lila León	9912-2849
Samuel Coco Baleadas	9480-8571

Anexo 6 Cotización

Compra	Tegucigalpa			
Proveedor		Especificaciones	Cantidad	Precio + ISV
Infalo	Trampolin 12ft	Modelo #6037 medidas: 3.66 diámetro, incluye tubos galvanizados, malla protectora tensada, 72 resortes, 1200D X 1200D en el centro del piso, escalera y protector de resorte	1	L.7,324.02

Anexo 8 Contacto con Patrocinadores Participantes en Feria

11:10 LTE

< **#plazacipreses**
6 miembros >

22 de marzo de 2022

Diego Flores 12:19
se ha unido a #plazacipreses.

24 de marzo de 2022

Yirs Yirsino 15:44
se ha unido a #plazacipreses.

4 de mayo de 2022

Greiss Mesort 10:41
se ha unido a #plazacipreses.

5 de mayo de 2022

Clau 13:40
GIVEAWAY CIPRESSES

GIVEAWAY ALERT - DÍA DE LA MADRE

🍷🍷🍷 ¡Te traemos un premio perfecto para celebrar a Mamá por todo lo alto en @cipreseshn!

🍷 1 Botella de vino y una tabla mixta de

+ Enviar un mensaje a #plazacipreses

Inicio Mensajes di... Menciones Búsqueda Tú

11:11 LTE

< **#plazamaderos**
6 miembros >

4 de mayo de 2022

Greiss Mesort 10:41
se ha unido a #plazamaderos.

Clau 17:32
@Chelín como vas con los tiktoks de Maderos?

Chelín 17:33
Mañana los subo el de bienvenidos a plaza Maderos!
Lo enviaré antes para que lo revisen
Asi como hago con blue agave

Clau 17:47
No lo
No no no. Necesito que subas contenido

5 de mayo de 2022

Chelín 00:43
Aquí están dos videos listos me dice si esta bien o no para subirlos en la mañanita 🤔🍷

+ Enviar un mensaje a #plazamaderos

Inicio Mensajes di... Menciones Búsqueda Tú

Anexo 9 Cotizaciones Sonido y Entretenimiento Feria Día de la Baleada

Bandas		
La mara Music	L.12,000.00	
Nelson padilla	L.12,000.00	
Reyes de plata	L.35,000.00	sin sonido
Ligados banda	L.15,000.00	mas ISV. 2 horas de show, rock, reggea cumbias luces y humo.
Tux Lunan	L.15,000.00	
Kike Rosa banda	L.11,000.00	show de 1 hra y media, incluyendo el audio y las luces par led y dos barras que siempre pongo confirmación con reserva el 50%
Los Cuñados	L.23,000.00	
Diablos negros	L.60,000.00	
Rafa y su orquesta	L.23,000.00	
Polache	L.30,000.00	mas ISV
Los Roland ceiba	L.50,000.00	
El buki Hondureño	L.7,000.00	
Show de Juan Gabriel	L.8,000.00	Un espacio de hasta 2 horas, y si es afuera cuesta lps 10000 más hotel y cena ,en ambos casos Ud pone el sonido
Jerónimo Espinal	L.4,000.00	El show de Saxofon
Lenin Marcos	L.7,000.00	Rancheras Banda
Pilo tejada	L.20,000.00	Va incluido movilizacion al hotel alimentacion, la presentacion dura 1:45 que son 2 partes, se presenta con 2 bailarines, sin audio

Anexo 10 Bosquejo Publicitario Propuesto

Este año en el

DÍA NACIONAL DE LA BALEADA

Por quinto año consecutivo el equipo de Galeano estará organizando El Día Nacional de la Baleada. Este año llevaremos la fiesta a la capital de Honduras organizando una feria el 3er fin de semana de junio (18 y 19 de junio).

Esta feria tendrá actividades recreativas para toda la familia (saltarines, juegos mecánicos, áreas de niño, conciertos y puestos de venta de comida.. en este caso.. LA BALEADA y mucho más) para así disfrutar de un fin de semana diferente y divertido.

Se trata más de celebrarle al platillo más emblemático de honduras, se trata de compartirlo con todos los hondureños y festejar... que se sienta que es una fiesta con el mejor ambiente.

Te invitamos a ser parte de esta fiesta como uno de nuestros patrocinadores y poder celebrar juntos.

Todo el equipo de:

Galeano



Objetivos Generales y Específicos del



DÍA NACIONAL DE la baleada



Objetivo General

Celebrarle al platillo emblemático de Honduras organizando 1 feria en la capital de Honduras las fechas 18 y 19 de Junio.



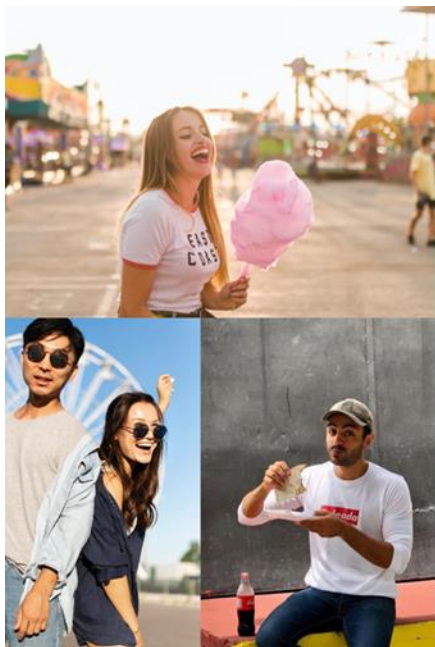
Objetivos Específicos

Con la ayuda de los patrocinadores se realizarán las diferentes actividades recreativas y la venta de baleadas en estas ferias.



Objetivos Específicos

Crear una campaña digital estratégica con diferentes medios digitales y medios tradicionales masivos para una cobertura más amplia del Día Nacional de la Baleada.



DÍA NACIONAL DE la baleada

JU **20**
N. **22**

Este año 2022 festejaremos por quinto año consecutivo el **DÍA NACIONAL DE LA BALEADA** con una dinámica diferente. Se organizará 1 feria en la capital de Honduras por un fin de semana completo este 18 y 19 de Junio.

Se alquilarán inflables, atracciones mecánicas, conciertos y diferentes tipos de actividades recreativas para que el hondureño disfrute.

Será la oportunidad perfecta para que jóvenes, familias y niños disfruten del Día Nacional de la Baleada.



DÍA NACIONAL DE la baleada

ACT **DA**
IVI **DES**

Como parte de las actividades recreativas en estas fechas tendremos:

Saltarines
Toro Mecánico
Tiro al Blanco
Concurso de La Mejor Baleada
Conciertos en Vivo
Venta de Algodones de Azúcar
Venta de Minutas
Venta de Palomitas
Puestos de Venta de Baleadas
y muchas actividades más.



DÍA NACIONAL DE
la baleada



Llevaremos a cabo la feria en la capital de Honduras:

TGU
Cerro Juana Lanez

Estimando un tráfico de 10,000 personas estos dos días.

Paquete Premium

- Patrocinio Exclusivo como Marca principal del DNB
- Presencia de marca en todo el espacio del área de comida
- Venta exclusiva de su producto en los comercios ubicados en el área de Food Court
- Menciones Especiales de Agradecimiento Gira de Medios Digitales y masivos
- Posteos Redes Sociales Galeano Pre- Durante y Post Evento
- Espacio y mención de agradecimiento en la inauguración



Precio del Patrocinio
\$ 10,000.00



Cantidad de Patrocinadores
Este paquete es para la
cantidad de (1) patrocinadores

Paquetes de Patrocinio

Paquete Gold Premium

- Mención como uno de los patrocinadores oficiales del Día Nacional de la Baleada.
- Espacio 5x5 mts. en la feria para presencia y/o exhibición de marca.
- Menciones Especiales de Agradecimiento Gira de Medios Digitales y masivos
- Posteos Redes Sociales Galeano Pre- Durante y Post Evento
- Espacio y mención de agradecimiento en la inauguración



Precio del Patrocinio
\$ 5,000.00



Cantidad de Patrocinadores
Este paquete es para la
cantidad de (2) patrocinadores

Paquetes de Patrocinio

Paquete Gold

- Mención como uno de los patrocinadores del Día Nacional de la Baleada.
- Espacio 3x3 mts. en la feria para presencia y/o exhibición de marca.
- Menciones Especiales de Agradecimiento Gira de Medios Digitales y masivos
- Posteos Redes Sociales Galeano Pre- Durante y Post Evento



Precio del Patrocinio
\$ 2,000.00



Cantidad de Patrocinadores
Este paquete es para la
cantidad de (5) patrocinadores

Anexo 11 Cotizaciones Staff y Utilería para Montar Escenario

Escenario			
Proveedores	Cantidad		
Inversiones Weekend	2	Audio medios dobles	
	2	Audio bajos dobles	
	4	Monitores de piso	
	1	Microfonia completa para banda	
	1	Set de pedestales	
	1	Consola 24 canales	
	8	Luces pares led	
	4	Luces roboticas	
	1	animador	
	6x6 Metros, 1 metro de alto	Tarima	
	6x6	Techo	
		TOTAL	L.40,000.00
	Proveedores		
	Proveedores	Cantidad	
Inversiones Weekend	2	Audio medios dobles	
	2	Audio bajos dobles	
	4	Monitores de piso	
	1	Microfonia completa para banda	
	1	Set de pedestales	
	1	Consola 24 canales	
	8	Luces pares led	
	4	Luces roboticas	
	1	animador	
		TOTAL	L.21,000.00



Anexo 12 Publicidad Distribuida para el Evento

3ER SABADO DE JUNIO

Galeano
TE INVITA A

CELEBRAR POR QUINTO AÑO CONSECUTIVO

LA FERIA DE LA la baleada

Este Sábado 18 y Domingo 19 de Junio
en el Cerro Juana Lainez, TGU

Comida, bebidas, juegos, emprendedores, conciertos y muuuchas baleadas
¡ven a Celebrarlo junto a nosotros!

Para más información contactanos al 9987-4229

@GALEANORIN @BALEADAHN

Anexo 13 Solicitud de Patrocinio

Tegucigalpa M.D.C Mayo del 2022.

.....

La presente es portadora de un cordial saludo y nuestro deseo de los más grandes éxitos en sus funciones diarias.

Por quinto año consecutivo el equipo de **Galeano** estará organizando "El Día Nacional de la Baleada", evento que cumple el objetivo de incentivar la cultura, la unión y la proyección social ya que se ha podido regalar en 3 ciudades simultáneamente más de 50,000 baleadas favoreciendo así a los más necesitados.

Este año llevaremos esta fiesta en la capital de Honduras para celebrar por primera vez la FERIA DE LA BALEADA 2022, el fin de semana del 18 y 19 de junio en el Cerro Juana Laínez, brindaremos sano entretenimiento y actividades recreativas para toda la familia: con la participación de emprendedores, artesanos, juegos, presentaciones artísticas, deliciosa comida, en este caso... LA BALEADA y así disfrutar de un fin de semana especial en un ambiente seguro. Es por esto, que muy respetuosamente le solicitamos su apoyo a través de:

SOLICITAMOS:

- SOLICITAMOS LA COMPRA DE 500 BALEADAS (L 7000), MISMAS QUE SERAN ENTREGADAS COMO PARTE DE LA PROYECCION SOCIAL EMPRESARIAL DE ESTA ACTIVIDAD A LOS MAS NECESITADOS (PERSONAL DE SU EMPRESA PUEDEN ACOMPAÑAR LA ENTREGA)

LE OFRECEMOS:

- ESPACIO PARA COLOCACION DE STAND O CARPA DE PROYECCION DE SU EMPRESA (ESPACIO 3X3 mts.).
- PRESENCIA DE MARCA EN AREA ASIGNADA.
- PRESENCIA DE MARCA EN PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES.
- FACILIDADES DE ACCESO Y MOVILIZACIÓN DENTRO DEL PARQUE.

Sin más a que referirme y esperando en alianza seguir cumpliendo nuestros objetivos, me es grato suscribirme de usted,

Atentamente,

.....

Para mayor información comunicarse al

Anexo 14 Solicitud a las Autoridades Competentes para Brindar Seguridad en el Evento

Tegucigalpa M.D.C. 12 de Mayo 2022.



Galeano Café S.A de C.V

Tel: 2246-3022

SR. JEFE DEL ESTADO MAYOR CONJUNTO
VICEALMIRANTE DON JOSE JORGE FORTIN AGUILAR
FUERZAS ARMADAS DE HONDURAS
SU OFICINA

La presente es portadora de un cordial saludo y nuestro deseo de los más grandes éxitos en sus funciones diarias.

Por quinto año consecutivo el equipo de **Galeano** estará organizando "El Día Nacional de la Baleada", evento que cumple el objetivo de incentivar la cultura, la unión y la proyección social ya que se ha podido regalar en 3 ciudades simultáneamente más de 50,000 baleadas favoreciendo así a los más necesitados.

Este año llevaremos esta fiesta en la capital de Honduras para celebrar por primera vez la FERIA DE LA BALEADA 2022, el fin de semana del 18 y 19 de junio en el Cerro Juana Laínez, brindaremos sano entretenimiento y actividades recreativas para toda la familia: con la participación de emprendedores, artesanos, juegos, presentaciones artísticas, deliciosa comida, en este caso... LA BALEADA y así disfrutar de un fin de semana especial y en un ambiente seguro. Es por esto, que muy respetuosamente le solicitamos su apoyo a través de:

- LA ASIGNACION DE 25 EFECTIVOS MILITARES PARA EL RESGUARDO DEL EVENTO Y SUS ALREDEDORES EL SABADO 18 Y DOMINGO 19 DE JUNIO EN EL CERRO JUANA LAINEZ.

LE OFRECEMOS LA PROYECCION SOCIAL DE LAS FUERZAS ARMADAS CON:

- MENCION EN PROGRAMACION, PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES.
- AREA O ESPACIO PARA PROYECCION DE FFAA O EXIBICION DE EQUIPO MILITAR
- FACILIDADES DE ACCESO Y MOVILIZACIÓN DENTRO DEL EVENTO.

Sin más a que referirme y esperando en alianza seguir cumpliendo nuestros objetivos, en espera de su respuesta me es grato suscribirme de usted,
Atentamente,

Daniel Galeano
Gerente General

Para mayor información comunicarse al Tel. 9987-4229, con Angela Sanchez Damas.



Galeano Café S.A. de C.V.
Tel: 2246-3022
Tegucigalpa, Honduras

Tegucigalpa M.D.C 12 de Mayo del 2022.

ATENCION
SRA. MINISTRA YADIRA GOMEZ
INSTITUTO HONDURENO DE TURISMO
SU OFICINA

La presente es portadora de un cordial saludo y nuestro deseo de los más grandes éxitos en sus funciones diarias.

Por quinto año consecutivo el equipo de **Galeano** estará organizando "El Día Nacional de la Baleada", evento que cumple el objetivo de incentivar la cultura, la unión y la proyección social ya que se ha podido regalar en 3 ciudades simultáneamente más de 50,000 baleadas favoreciendo así a los más necesitados.

Este año llevaremos esta fiesta en la capital de Honduras para celebrar por primera vez la **FERIA DE LA BALEADA 2022**, el fin de semana del 18 y 19 de junio en el Cerro Juana Lafnez, brindaremos sano entretenimiento y actividades recreativas para toda la familia: con la participación de emprendedores, artesanos, juegos, presentaciones artísticas, deliciosa comida, en este caso... LA BALEADA y así disfrutar de un fin de semana especial en un ambiente seguro. Es por esto, que muy respetuosamente le solicitamos su apoyo a través de:

SOLICITAMOS:

- PARTICIPACIONES ARTISTICAS DE LA MARIMBA NACIONAL, CUADRO DE DANZAS FOLKLORICAS Y OTRAS PARTICIPACIONES ETC.
- SOLICITAMOS LA COMPRA DE 10,000 BALEADAS, MISMAS QUE SERAN ENTREGADAS COMO PARTE DE LA PROYECCION SOCIAL EMPRESARIAL DE ESTA ACTIVIDAD A LOS MAS NECESITADOS (PERSONAL DEL IHT PUEDEN ACOMPAÑAR LA ENTREGA)
- APOYO A LOS ARTESANOS FORANEOS PARTICIPANTES CON L30.000 EFECTIVO (COSTOS POR EXHIBICION Y PARTICIPACION EN LA FERIA)
- APOYO EN LA PROYECCION PUBLICITARIA DE LA FERIA, CONVOCATORIA DE MEDIOS, ETC.



Galeano Café S.A. de C.V.
Tel: 2246-3022
Tegucigalpa, Honduras

LE OFRECEMOS:

- ESPACIO PARA COLOCACION DE STAND O CARPA DE PROYECCION DEL IHT.
- PRESENCIA DE MARCA EN AREA ASIGNADA.
- PRESENCIA DE MARCA EN PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES.
- FACILIDADES DE ACCESO Y MOVILIZACIÓN DENTRO DEL PARQUE.

Sin más a que referirme y esperando en alianza seguir cumpliendo nuestros objetivos, me es grato suscribirme de usted,

Atentamente,

Oscar Fuentes
Gerente Administrativo

Para mayor información comunicarse al Tel. 9987-4229, con Angela Sanchez Damas.



Galeano Café S.A. de C.V.
Tel: 2246-3022
Tegucigalpa, Honduras

Tegucigalpa M.D.C. 12 de Mayo 2022.

ANGEL ROMELIO FUNEZ
SR. COMANDANTE GENERAL CUERPO DE BOMBEROS
SU OFICINA

La presente es portadora de un cordial saludo y nuestro deseo de los más grandes éxitos en sus funciones diarias.

Por quinto año consecutivo el equipo de **Galeano** estará organizando "El Día Nacional de la Baleada", evento que cumple el objetivo de incentivar la cultura, la unión y la proyección social ya que se ha podido regalar en 3 ciudades simultáneamente más de 50,000 baleadas favoreciendo así a los más necesitados.

Este año llevaremos esta fiesta en la capital de Honduras para celebrar por primera vez la FERIA DE LA BALEADA 2022, el fin de semana del 18 y 19 de junio en el Cerro Juana Láinez, brindaremos sano entretenimiento y actividades recreativas para toda la familia: con la participación de emprendedores, artesanos, juegos, presentaciones artísticas, deliciosa comida, en este caso... LA BALEADA y así disfrutar de un fin de semana especial y en un ambiente seguro. Es por esto, que muy respetuosamente le solicitamos su apoyo a través de:

SOLICITAMOS

DURANTE LA FERIA DEL 18 Y 19 DE JUNIO:

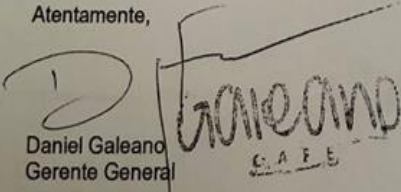
- EQUIPO DE PRIMEROS AUXILIOS PARA ATENCIONES INMEDIATAS (AMBULANCIA) DURANTE LA FERIA EN HORARIO DE 9:00 AM A 10:00 PM.

LE OFRECEMOS:

ESPACIO EN AREA ASIGNADA PARA EXHIBICION DE SU EQUIPO COMO PROYECCION AL PUBLICO QUE NOS VISITA.

Sin más a que referirme y esperando en alianza seguir cumpliendo nuestros objetivos, me es grato suscribirme de usted,

Atentamente,


Daniel Galeano
Gerente General



Para mayor información comunicarse al Tel. 9987-4229, con Angela Sanchez Damas.

Anexo 15 Mapa de Ubicación de Emprendedores



Anexo 16 Cotización Bandas

Bandas		
La mara Music	L.12,000.00	
Nelson padilla	L.12,000.00	
Reyes de plata	L.35,000.00	sin sonido
Ligados banda	L.15,000.00	mas ISV. 2 horas de show, rock, reggea cumbias luces y humo.
Tux Lunan	L.15,000.00	
Kike Rosa banda	L.11,000.00	show de 1 hra y media, incluyendo el audio y las luces par led y dos barras que siempre pongo confirmación con reserva el 50%
Los Cuñados	L.23,000.00	
Diablos negros	L.60,000.00	
Rafa y su orquesta	L.23,000.00	
Polache	L.30,000.00	mas ISV
Los Roland ceiba	L.50,000.00	
El buki Hondureño	L.7,000.00	
Show de Juan Gabriel	L.8,000.00	Un espacio de hasta 2 horas, y si es afuera cuesta lps 10000 más hotel y cena ,en ambos casos Ud pone el sonido
Jerónimo Espinal	L.4,000.00	El show de Saxofon
Lenin Marcos	L.7,000.00	Rancheras Banda
Pilo tejada	L.20,000.00	Va incluido movilizacion al hotel alimentacion, la presentacion dura 1:45 que son 2 partes, se presenta con 2 bailarines, sin audio

Anexo 17 Mapa de Ubicación de Emprendedores San Pedro Sula



Anexo 18 Reunión Programada por Galeano Store para el Desarrollo e Innovación de Nuevos Productos

<p>may 24 mar</p>	<p>CH - GM Store videos @ Galeano Store Míralo en Google Calendar</p> <p>Cuándo mar 24 de may de 2022 1pm – 2pm (CST)</p> <p>Participantes chelin@galeano.media, Producciones *</p>	<p>Agenda mar 24 de may de 2022</p> <p>No hay eventos anteriores.</p> <p>1pm CH - GM Store videos @ Galeano Store</p> <p>No hay eventos posteriores.</p>
----------------------------------	---	--

This event has been changed.

Changed: CH - GM Store videos @ Galeano Store

When Tue May 24, 2022 1pm – 2pm Central Standard Time - Tegucigalpa [more details >](#)

Joining info Join with Google Meet
meet.google.com/fkg-lazs-rua

Join by phone
(US) [+1 413-398-0350](tel:+14133980350) (PIN: 135958149)

[More phone numbers](#)

Calendar greiss.mendoza@gmail.com

Who

- dayra@galeano.media - creator
- chelin@galeano.media
- greiss.mendoza@gmail.com

Going (greiss.mendoza@gmail.com)? **Yes** - Maybe - No [more options >](#)

Anexo 20 Flyers Publicitarios Evento Día de la Baleada, para la Mejor Baleada



3ER SABADO DE JUNIO

Galeano
TE INVITA A CELEBRAR EN LA FERIA

EL CONCURSO DE LA MEJOR
baleada
de la Ciudad

SPS Junio 17 y 18
Parqueo Comisariato Los Andes.

TGU Junio 18 y 19
Cerro Juana Lainez.

Inscripción: L5,000.00

¡VEN A CELEBRARLO EN FAMILIA CON NOSOTROS!

Para más información contactanos al 9987-4229 [@CALEANON](#) [@BALEADON](#)



3ER SABADO DE JUNIO

Galeano
TE INVITA A CELEBRAR POR QUINTO AÑO CONSECUTIVO

LA FERIA DE LA
la baleada

SPS Junio 17 y 18
Parqueo Comisariato Los Andes.

TGU Junio 18 y 19
Cerro Juana Lainez.

Comida, bebidas, juegos, emprendedores, conciertos y muuuchas baleadas
Ven a Celebrarlo junto a nosotros!

¡TE ESPERAMOS!

Para más información contactanos al 9987-4229 [@CALEANON](#) [@BALEADON](#)



**3ER
SABADO
DE JUNIO**

caleano
TE INVITA A CELEBRAR EN LA FERIA

EL CONCURSO DE LA MEJOR
baleada
de la Ciudad

SPS Junio 17 y 18
Parqueo Comisariato Los Andes.

TGU Junio 18 y 19
Cerro Juana Lainez.

Inscripción: L5,000.00

¡VEN A CELEBRARLO EN FAMILIA CON NOSOTROS!

Para más información contactanos al 9987-4229 [@CALEANOHN](#) [@BALEADARN](#)

Anexo 21 Calendario de Actividades Ciudad de Tegucigalpa

CALENDARIO DE ACTIVIDADES DIA NACIONAL DE LA BALEADA				
TEGUCIGALPA				
NO	FECHA	HORA	ACTIVIDAD	LOCACION
	SABADO			
1	18/6/22	10:00 am - 12:00 pm	Desayuno de la Baleada (Marimba), Danza Folklorica	Monumento a la paz
2	18/6/22	6:00 am - 10:00 pm	Fuerzas Armadas	Toda la plaza
3	18/6/22	10:00 am - 10:00 pm	Juegos tradicionales	Plaza principal
4	18/6/22	10:00 am - 10:00 pm	Photo Both de Galeano	Plaza principal
5	18/6/22	10:00 am - 10:00 pm	LOTO (juegos, photo both, pinatas)	Plaza principal
6	18/6/22	10:00 am - 10:00 pm	Restaurantes	Plaza principal
7	18/6/22	10:00 am - 7:00 pm	Exhibicion de Emprededores / FICOHSA	Monumento a la paz
8	18/6/22	10:00 am - 7:00 pm	Inflables saltarines	Plaza principal
9	18/6/22	12:00 pm - 4:00 pm	Sonido Ambiente y animacion	Monumento a la paz
10	18/6/22	12:00 pm - 3:00 pm	(Marimba)	Plaza del agua, zona de LOTO
11	18/6/22	3:00 pm - 6:30 pm	Musica ambiente y animacion	Escenario Principal
13	18/6/22	7:00 pm - 9:00 pm	Concierto: Mara Music Banda	Escenario Principal
	DOMINGO			
15	19/6/22	10:00 am a 7:00 pm	Exhibicion de Emprededores / FICOHSA	Monumento a la paz
16	18/6/22	10:00 am a 7:00 pm	Juegos tradicionales	Plaza principal
17	18/6/22	10:00 am a 7:00 pm	Photo Both de Galeano	Plaza principal
18	19/6/22	10:00 am a 7:00 pm	LOTO (juegos, photo both, pinatas)	Plaza principal
19	19/6/22	10:00 am a 7:00 pm	Restaurantes	Plaza principal
20	19/6/22	10:00 am 12:00 pm	Musica ambiente y juegos tradicionales	Parque Juana Lainez Principal
21	19/6/22	12:00 pm a 7:00 pm	Sonido Ambiente y animacion	Monumento a la paz
22	19/6/22	12:00 pm a 3:00 pm	(Marimba)	Plaza del agua, zona de LOTO
23	19/6/22	3:30 Pm a 4:30 pm	Danza Folklorica Yaxall	Escenario Principal
24	19/6/22	5:00 pm a 7:00 pm	Juan Gabriel Imitador	Escenario Principal

Anexo 22 Diagrama de dispersión para localización de los participantes de la feria del Día de la Baleada en la Ciudad de San Pedro Sula



Anexo 23 Calendario de actividades de la ciudad de San Pedro Sula

SAN PEDRO SULA					
NO	FECHA	HORA	ACTIVIDAD	LOCACION	
	VIERNES				
1	17/6/22	9:00 pm - 11:00 pm	Lanzamiento de la feria dia Nacional de la Baleada	Parque central SPS	
2	17/6/22	9:00 pm - 6:00 pm	Juegos Tradicionales / infantiles	Parque central SPS	
3	17/6/22	9:00 am - 6:00 pm	Exhibicion de Emprededores / FICOHSA	Parque central SPS	
4	17/6/22	12:00 pm - 4:30 pm	Musica y Aniacion Evento por Allan V.	Parque central SPS	
5	17/6/22	9:00 pm a 6:00 pm	Venta de Comida / Restaurante Participantes	Parque central SPS	
6	17/6/22	11:00 am - 4:300 pm	Stand de Galeano en el puente (Photo Both)	Parque central SPS	
7	17/6/22	9:00 pm - 6:00 pm	LOTO (juegos, Cabina dinero)	Parque central SPS	
	17/6/22	9:00 pm - 6:00 pm	Toro Mecanico	Parque central SPS	
8	17/6/22	4:00 pm - 5:00pm	Concursos de REY DE LA BALEADA Jaremar	Parque central SPS	
9	17/6/22	4:30 pm - 6:00 pm	Concierto Pepsi: Osmosis concierto		
	SABADO				
10	18/6/22	9:00 pm a 6:00 pm	Juegos Tradicionales / Inflables	Parque central SPS	
11	18/6/22	9:00 pm - 6:00 pm	Toro Mecanico	Parque central SPS	
12	18/6/22	9:00 pm a 6:00 pm	Exhibicion de Emprededores / FICOHSA	Parque central SPS	
13	18/6/22	12:00 pm a 4:30 pm	Musica y Aniacion Evento por Allan V.	Parque central SPS	
14	18/6/22	9:00 am a 6:00 pm	Venta de Comida / Restaurante Participantes	Parque central SPS	
15	18/6/22	11:00 am - 4:300 pm	Stand de Galeano en el puente (Photo Both)	Parque central SPS	
16	18/6/22	9:00 pm a 6:00 pm	LOTO (juegos, Cabina dinero)	Parque central SPS	
17	18/6/22	4:00 pm - 5:00pm	Pilo Tejada / Concierto	Parque central SPS	
18	18/6/22	4:00 pm - 5:00pm	Concursos de REY DE LA BALEADA Jaremar	Parque central SPS	
19	18/6/22	4:30 pm a 6:00 pm	Concierto Pepsi: Toque de queda concierto	Parque central SPS	

Anexo 24 Inventario de mercadería Galeano

Inventario de camisas							
Galeano							
Camisas por nombre	Tallas						Observaciones
	XS	S	M	L	XL	2XL	
Gallo Barro			15	11	8		
Guara Corazon			15	15	17		
Indio Rojo			2	29	5		Se le dio 1 a Chelin, 1 a Leo para concierto
Indio Azul			3	7		2	
Me Vale				4			
Catracho blanco				6			
Catracho negro			1		3		Se le dio 1 talla "M" a Chelin de mkinchi
Potra Azul	4		1	1		1	
Potra Negra	1		4			2	
Ciudades			4	9	13		
Maje blanca			2	17			1 a Diego
Maje Negra				4	5	2	1 a Chelin Miguel morazan
Maje Amarilla				6	6		
Gato Negro	1	1	11	13		3	
Honduras cuadro Amarillo			2	10			
Baleada Ingredientes			1	12			
Escudo blanco		2	3	10			1 a Chelin Miguel morazan
Escudo negro					5	3	
Baleada				2	1		
504 cultura			7	19			
Honduras cuadro negro			2	4	3	2	
Escudo Azul			5				

Anexo 25 Comunicado de prensa emitido para publicar el día de la Baleada

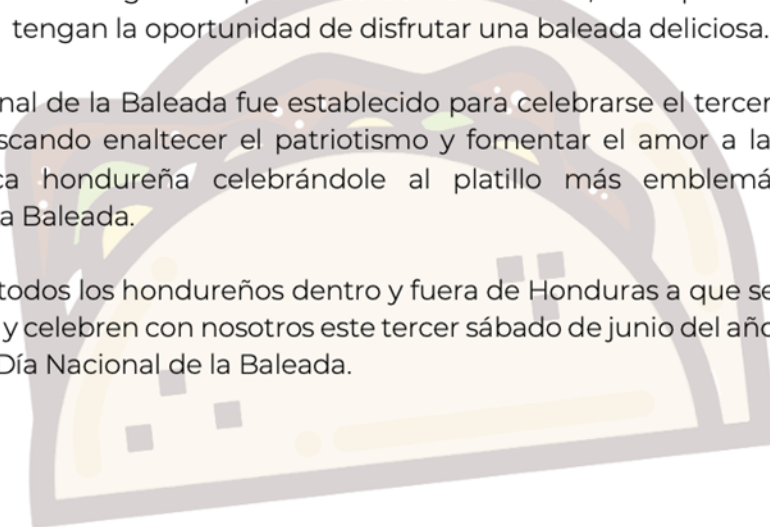
COMUNICADO DE PRENSA

Por 5to año consecutivo Galeano y sus marcas patrocinadoras hacen realidad el Día Nacional de la Baleada. Este año se organizó una feria llena de actividades recreativas para toda la familia, con muchas sorpresas y sobre todo, con muchas baleadas. La feria se realizará en SPS este 17 y 18 de junio, y en Tegucigalpa el 18 y 19 de junio.

En los años anteriores se ha cumplido la meta de donar más de 50,000 baleadas en todo Honduras logrando que miles de hondureños, en especial los más necesitados, tengan la oportunidad de disfrutar una baleada deliciosa.

El Día Nacional de la Baleada fue establecido para celebrarse el tercer sábado de junio buscando enaltecer el patriotismo y fomentar el amor a la cultura gastronómica hondureña celebrándole al platillo más emblemático de Honduras. La Baleada.

Invitamos a todos los hondureños dentro y fuera de Honduras a que se coman una baleada y celebren con nosotros este tercer sábado de junio del año dos mil veintidós El Día Nacional de la Baleada.



Anexo 27 Nueva imagen de las camisetas del Proyecto Lempira



Anexo 28 Control y manejo de las compras en línea

DIA	FECHA	VENTA X	CIUDAD	N. DE CELULAR	NOMBRE DEL CLIENTE	DIRECCION	DISEÑO	IMPRESIÓN	H/M/N	CUELLO	COLOR	TALLA	CANTIDAD	N. FACTURA	N. REFERENCIA	BANCO	TOTAL	
VIERNES	3/6/22	WHATSAPP	LA CEIBA	3165-6636	DANNA BUSTILLO	COLONIA LAS VEGAS, PRIMERA ENTRADA CASA #7, MANO DERECHA	PROYECTO LEMPRA	SERIGRAFIA	H	CR	BLANCO/ROJO	M	2	101974	437187	ATLANTIDA	L 2,505.00	
							HODDIE MAJE	BORDADO	H	GORRO	NEGRO	M	1					
MARTES	28/6/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	9589-8520	GLORIA LICONA	Edif corporativo , avenida República de Panamá, calle brasil, colonia palmira Antiguo edificio de las naciones unidas	GUARA CORAZON	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCO	M	1		5223271	AZTECA	L 748.00	
							ESCUDO BLANCO (NINO)	SERIGRAFIA	H		BLANCO	10	1		5223271	AZTECA		
MARTES	28/6/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	9521-4255		Cerro Grande, zona 4	BALEADA INGREDIENTE	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCA	L	1		87800	BAC	L 498.00	
MIERCOLES	29/6/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	9672-9217	MAGNA MATAMOROS	A la toyota	504 CULTURA	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCA	L	1		412402806	BAC	L 1,000.00	
							504 CULTURA	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCA	S	1					
LUNES	27/6/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	886-983-821-024	VICTORIA ABRIL	Col. Las colinas, bloque RR, Casa #1902	CAFÉ	MOLIDO					2		412407676		L 388.00	
JUEVES	7/7/22	WHATSAPP	JAN PEDRO SUL	9694-6494	DAURA KRISNA	San carlos de suia entre 14 y 15 calle 22 avenida	CAFÉ	MOLIDO					3		412405422	BAC	L 735.00	
MIERCOLES	13/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	9620-3555	JOSE ARMANDO	Col. Matamoros, Torre BLP	Camisa Baleada	SERIGRAFIA	H	REDONDO	CAFESITA	L	1		4032000	ATLANTIDA	L 598.00	
							Maje negro	SERIGRAFIA	H	REDONDO	NEGRO	XS	1					
							Gato Negro	SERIGRAFIA	H	REDONDO	AMARILLO	M	1					
							Ciudades	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCO	L	1					
							Baleada ingredientes	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCO	L	1			29218836	FICOHSA	L 1,992.00
JUEVES	14/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	3191-7407	MARISABEL CARDONA	El Hatillo Km 7.5 casa #4602	Honduras nueva	SERIGRAFIA	H	REDONDO	AZUL/BLANCO	L	1					
							Honduras nueva	SERIGRAFIA	H	REDONDO	AZUL/BLANCO	M	1			412407128	BAC	L 1,196.00
JUEVES	14/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	8768-7620	XEANYLS EREY	Oficina	Honduras nueva	SERIGRAFIA	H	REDONDO	AZUL/BLANCO	XS	6					
							Honduras nueva	SERIGRAFIA	H	REDONDO	AZUL/BLANCO	XS	6			412407112	BAC	L 2,746.00
JUEVES	14/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	9520-0040	NANCY FABIOLA	Galeano café plaza maderos	Honduras nueva	SERIGRAFIA	H	REDONDO	AZUL/BLANCO	M	2					
																	TOTAL	L 12,406.00

Anexo 29 Control actualizado compras en línea

Semana 18 al 23 de Julio																		
MARTES	19/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA			TEGUCIGALPA	Baleada ingrediente	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCO	M	2					
							Barro gallo NINO	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCO	N	1		29420780	BAC	L 1,744.00	
MARTES	19/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	9755-0948	Cinthia Suyapa Hernández	La dirección es: barrio guamillito 7 ave 9 y 10 calle sps	Indio	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCO	M	1		631103500	BAC	L 1,086.00	
							Escudo blanco	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCO	S	1					
MARTES	19/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	8764-5474		Entregada en oficina	Indio lempira	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCO	12	1		412403990	BAC	L 250.00	
MIERCOLES	20/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	+504 9030-0810	Ely Hernández	Entrega en Teguz	Escudo azul	SERIGRAFIA	H	REDONDO	AZUL	M	1		412405009	BAC	L 498.00	
JUEVES	21/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	94327938	Darlyn xiomara	Entregada en oficina	Indio lempira	SERIGRAFIA	H	REDONDO	GRIS	M	1		412403135	BAC	L 598.00	
JUEVES	21/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	9985-1913	Lourdes Aguilar	Colonia Los robles B f casa número 3109	504 cultura	SERIGRAFIA	H	REDONDO	BLANCO	S	1		412400396	BAC	L 996.00	
							Cuadro HND negro	SERIGRAFIA	H	REDONDO	NEGRO	L	1					
															29524635	BAC	L 2,892.00	
																	TOTAL	L 8,064.00

Semana 25 al 23 de Julio																		
LUNES	25/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	89794274	Nelson Ricardo Handres	Colonia florencia Sur, calle atras de restaurante senros, casa de portón verde, enfrente de la casa hay una casa de 2 pisos	Gorra		H		AZUL	UNICA	1		730310901	BAC	L 450.00	
MIERCOLES	27/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	96939841	Junior Avila	Residencial Villa Toscana Bloque G casa 112B entrada de la colonia es frente a casa campo.	Indio rojo	SERIGRAFIADO	H		BLANCO	L_XL	2		29629774	FICOHSA	L 1,992.00	
							504 Cultura	SERIGRAFIADO	H		BLANCO	L_XL	2					
							Baleada	SERIGRAFIADO	H		CAFÉ	XL	1					
							Baleada	SERIGRAFIADO	H		CAFÉ	L_XL	1					
							Baleada	SERIGRAFIADO	H		CAFÉ	S	1					
VIERNES	29/7/22	WHATSAPP	TEGUCIGALPA	33000905	Norman Gabriel Lopez	Altos del trapiche Sta etapa bloqué k casa 27	Indio Morado	SERIGRAFIADO	H		MORADO	M	1		412409201	BAC	L 3,838.00	
							Indio Morado	SERIGRAFIADO	H		MORADO	M	1					
							Indio Gris	SERIGRAFIADO	H		GRIS	L	1					
							Indio nino	SERIGRAFIADO	N		BLANCO	12	1					
							BANDERA HN		H		BLANCO	M	1					
							INDIO MORADO		H		MORADO	M	1					
							BALEADA		H		CAFÉ	M	1					
							INDIO GRIS		H		BLANCO	M	1					
							INDIO ROJO		H		BLANCO	M	1					
							BALEADA INGRE		H		BLANCO	M	1					
							GALLO BARRO		H		BLANCO	M	1					
							GUARA CORAZON	SERIGRAFIADO	H		BLANCO	M	1		41240688	BAC	L 8,070.00	
							ESCUDO AZUL		H		BLANCO	M	1					
							504 CULTURA		H		BLANCO	M	1					
							ESCUDO BALNCO		H		BLANCO	M	1					
							BALEADA INGRE		H		BLANCO	2XL	1					
							INDIO GRIS		H		GRIS	M	1					
							ESCUDO BALNCO		H		BLANCO	M	1					
							INDIO ROJO		H		BLANCO	L	1					
																	TOTAL	L 14,350.00

