

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

CARGILL

SUSTENTADO POR:

ANDREA TATIANA GONZALES VALDEZ

21741201

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C. A.

FECHA: ABRIL, 2021

Índice de Contenido

Dedicatoria.....	I
Agradecimientos	II
Resumen Ejecutivo	III
Introducción	V
1. Capítulo I	1
1.1. Objetivos de la Práctica Profesional	1
1.1.1. Objetivo general	1
1.1.2. Objetivos específicos	1
1.2. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA	1
1.2.1. Reseña histórica	1
1.2.2. Misión	3
1.2.3. Visión.....	3
1.2.4. Valores	3
1.2.5. Organigrama	4
2. Capítulo II	5
2.1 Actividades realizadas en la empresa.....	6
2.1.1. Actividad 1: Creación, modificación y seguimiento de los códigos de producto terminado.	6
2.1.2. Actividad 2: Creación de solicitudes de arte.....	6
2.1.3. Actividad 3: Seguimiento de revisión de artes.....	7
2.1.4. Actividad 4: Actualización del catálogo de empaques.....	7
2.1.5. Actividad 5: Seguimiento de proyectos de innovación.....	8
2.1.6. Actividad 6: Actualización de pipeline de innovación junto al equipo.....	8
2.1.7. Actividad 7: Asistencia a reuniones de innovación.	8
3. Capítulo III.....	10
3.1 Propuesta de mejoras implementadas	10
3.1.1. Propuesta 1: Creación de un catálogo de empaques	10
3.2 Propuestas de mejora	13
3.2.1. Propuesta 1: Revisión de artes a través de un SharePoint.....	13
4. Capítulo IV.....	16
4.1 Conclusiones.....	16

4.2 Recomendaciones	17
4.2.1. Recomendaciones para la empresa	17
4.2.2. Recomendaciones para la institución	17
4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes	17
Referencias bibliográficas.....	18
Glosario de términos	20
Anexos	21

Índice de Figuras y Tablas

Ilustración 1 Cargill en el tiempo: 50 años en Honduras	2
Ilustración 2 Organigrama de Cargill	4
Ilustración 3 Modelo de SharePoint.....	14

Dedicatoria

A Dios quien me ha bendecido y acompañado a lo largo de mi vida. Agradecida con la familia que me dio y todas las oportunidades que ha puesto en mi camino y por todas las que faltan.

A mi mamá Karen Valdez quien ha sido mi apoyo incondicional toda mi vida, la que me enseñó a nunca tomar el camino fácil, a siempre tratar de entender todo el proceso y no enfocarme solo en el resultado final y en especial, me enseñó a luchar por todo lo que me apasiona, a trabajar duro y nunca rendirme. Mamá este logro es tan tuyo como mío, ¡Lo logramos!

A mi papá Ricardo González, te mando este logro hasta el cielo pa! Sé que desde allá estas orgulloso de mi.

A mi familia, yayi, abui Ramón, Liza y Alexandra; gracias por todo su apoyo, por ir a traerme a la universidad cuando mi maá no podía, por responder todas mis encuestas e interesarse en mis proyectos. Gracias por tenerme paciencia y por siempre estar dispuestos a escuchar lo que aprendía día a día.

A mis amigos, Valeria, Keila, Torres, Gaby y Boris; la universidad no hubiera sido la misma sin ustedes. Gracias por escucharme, aconsejarme y preocuparse por mí. Son los mejores amigos que pude haber encontrado en la universidad y sé que serán para toda la vida.

Agradecimientos

Quiero tomarme este espacio para agradecer a mis catedráticos por enseñarme a nunca quedarme con el contenido que se presente en una presentación en PowerPoint. A pensar fuera de la caja, gracias por no darme respuestas si no que más preguntas. Fue gracias a ustedes que aprendí a disfrutar mi carrera y a comprender realmente la complejidad que trae la misma.

Estoy agradecida por todas las visitas que hicimos a lo largo de los años a diferentes empresas ya que nos enseñó que cada ambiente laboral es diferente. Gracias por presionarnos a trabajar con distintos tipos de personas ya que a la larga, no trabajaremos con nuestros amigos así que debemos de aprender a trabajar con todo tipo de personas.

Lic. Danilov, gracias por enseñarnos a pensar fuera de la caja, a exigirnos a nosotros mismos, a entender a profundidad los temas y no depender del contenido que esté en una presentación ni en un libro. A tener alternativas para la solución de problemas y a prepararnos para la vida laboral en especial con la clase de negociación.

Lic. Rosinda, gracias por cuestionar nuestras soluciones para así prepararnos para defender nuestras creencias/descubrimientos. Nos enseñó a que los datos y factores que se pueden medir son la base para la toma de decisiones y a exponer de manera clara y concisa nuestros proyectos.

Dr. Rafael, gracias por mantenernos a la vanguardia con las noticias de alrededor del mundo. Usted tiene la capacidad de sumergir a sus estudiantes en sus clases y enseñar de una manera tan sencilla y efectiva.

Lic. Mario, gracias por todo su apoyo, por apoyar mi emprendimiento, por enseñarnos a cambiar nuestro chip tradicional y prepararnos para el mundo digital.

Ing. Yacir, gracias por ejemplificar toda la teoría y relacionarlo con temas mas cotidianos para facilitar recordar. Su clase fue sin duda la clase más difícil de toda mi carrera pero cómo la disfruté!

Ing. María Elena, gracias por las visitas académicas y enseñanzas que nos transmitió con tanto paciencia y cariño.

Resumen Ejecutivo

El presente informe tiene como objetivo comunicar la experiencia que se obtuvo laborando en Cargill de Honduras de enero a marzo de 2021 en el departamento de Innovación. Como estudiante de Mercadotecnia y Negocios Internacionales se optó por aplicar a una práctica en una empresa multinacional que pueda proveer el complemento a la teoría aprendida en la universidad para así prepararse para poder afrontar la vida laboral. El propósito de este informe es explicar de una manera detallada el funcionamiento de la empresa y destacar el rol clave que se desarrolla en Innovación quienes son los responsables de velar por el desarrollo de los nuevos productos, estudiar e identificar las tendencias en el mundo y adaptar esas tendencias tomando en consideración la cultura en la que se desarrollará el proyecto.

Una de las partes interesantes y una oportunidad única que se obtuvo en la práctica profesional fue trabajar en las marcas no solo de Honduras, sino que de Guatemala también. Se destacan marcas conocidas nacionalmente como Pollo Norteño, Delicia, Castillo del Roble, Kimby, Premier, etc. Cada rubro tanto pollos, embutidos y productos complementarios tiene una complejidad distinta y se debe afrontar de una manera diferenciada. Se trabajó de la mano con los jefes de productos para así desarrollar los nuevos productos de esos tres rubros previamente mencionados y se participó en reuniones de Innovación de ambos países.

El informe está dividido de manera que se encontrará la información de lo general a lo específico a nivel de la información general de la empresa hasta las propuestas de mejora implementadas como recomendadas, mencionando las actividades realizadas durante la práctica profesional de manera tipo relato para una mejor comprensión. También se espera que el propio lector pueda relacionar la importancia de la Innovación en las empresas junto con el apoyo que le da al resto de departamentos para así estar a la vanguardia.

De manera introductoria se podría mencionar que se aprendió acerca de los artes que van en los empaques de los productos, registros sanitarios, códigos de barra, creación de códigos de productos terminados, subir reportes de demanda, dar seguimiento a proyectos de Innovación, pruebas de producto, afrontar dificultades de importación de productos ya sea de materia prima o de productos terminados, negociaciones con clientes, cambio de especificación en un producto etc.

Una de las enseñanzas con mayor impacto fue la capacidad de trabajar en equipo, comprender el proceso que conlleva el desarrollo de un producto, entender la importancia de un cronograma, de estar a tiempo para así no atrasar la cadena, entender la relación que se tiene con los distintos departamentos, a tener mil preguntas, a buscar ser ese apoyo a los compañeros de trabajo ya que todo el trabajo va hacia el mismo objetivo el cual es el lema de Cargill; Ayudar al mundo a prosperar.

Así que estimado lector, espero disfrute leer este informe tanto como se disfrutó escribirlo. Les invito a sumergirse en el mundo del desarrollo de nuevos productos en una de las empresas con mayor experiencia en la región, con presencia en Honduras por más de 50 años, apoyando a los productores locales y ser una fuente de empleo para Honduras.

Introducción

Cargill es una empresa dedicada a la agricultura, comida y nutrición que tiene más de 155 años operando alrededor del mundo. La compañía se divide en: ingredientes alimenticios y bioindustria, nutrición animal, proteína y sal, cadenas de suministro, metales y transporte. La compañía tiene presencia en 70 países y posee 160,000 empleados. La compañía ingresó al territorio hondureño en 1969 adquiriendo una empresa nacional y fue así como poco a poco pudo levantar empresas nacionales las cuales no hubieran sobrevivido sin la experiencia que Cargill vino a compartir. En Honduras actualmente se dedican a la producción de alimento para animales (Alcon, Dogui, Gati, Pet Master) y la producción y comercialización de embutidos y carnes procesadas (Pollo Norteño, Delicia, Castillo del Roble, Kimby, San Miguel, entre otros). Dota de empleo a más de 12,300 personas en el territorio hondureño, comprende de más de 8 centros de distribución, 30 granjas agrícolas y más de 4 plantas procesadoras e incubadoras (Cargill, 2019).

Se obtuvo la oportunidad de realizar la práctica profesional del 06 de enero al 09 de abril de 2021 en el área de Mercadeo, específicamente en el área de Innovación manejando las marcas de Honduras y Guatemala en sus tres grandes áreas: pollo, embutidos y productos complementarios. En Innovación se vela por los nuevos productos, la identificación de tendencias y comprendiendo las culturas, determinar qué producto se puede lanzar de acuerdo con un perfil previamente estudiado.

La finalidad de este informe previo a la obtención del título en Mercadotecnia y Negocios Internacionales es tratar de compartir un poco del conocimiento obtenido por haber tenido la oportunidad de laborar en una de las empresas soñadas por los universitarios como lo menciona un análisis de Grupo Cía (Samela, 2020). Cargill obtuvo ese reconocimiento debido al buen ambiente laboral que hay dentro de la empresa, la experiencia que la misma tiene a nivel mundial, manejando marcas líderes tanto de Honduras como del mundo y todo el aprendizaje que la misma tiene para ofrecer. El conocimiento y la experiencia son factores importantes para laborar en cualquier empresa, pero no hay nada como la actitud el cual a criterio personal, es el factor diferenciador entre el éxito y el fracaso.

Dentro del informe se podrá comprender toda la experiencia que se obtuvo de laborar por tres meses dentro de la empresa. En el capítulo uno se observa los objetivos y la reseña histórica de la

empresa para que se comprenda el impacto positivo que Cargill ha tenido dentro de Honduras. Luego en el capítulo dos se encuentran las actividades realizadas principalmente dentro de la empresa junto con el objetivo principal de cada una y la relación que se tiene con los demás departamentos dentro de la empresa. El capítulo tres trata tanto de las propuestas de mejora ya implementadas como de las propuestas de mejora para ayudar a la empresa a ser más eficientes con ciertos procesos que se hacen de una manera específica hoy en día. Finalmente el capítulo cuatro cubre las conclusiones junto con las recomendaciones tanto para la empresa, para la institución y para los estudiantes.

1. Capítulo I

Dentro de este capítulo se expondrá de manera general tanto los objetivos de la práctica profesional como la información general de la empresa en la cual se realizó la práctica profesional que en este caso es Cargill de Honduras.

1.1. Objetivos de la Práctica Profesional

1.1.1. Objetivo general

Relacionar los conocimientos adquiridos en las aulas de clase cursando la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales con un enfoque en el desarrollo de nuevos productos de Cargill tanto en Honduras como en Guatemala.

1.1.2. Objetivos específicos

- Crear una base de datos de los nuevos productos para tener un mejor control con las renovaciones y cambios de cada producto de las marcas de pollo y embutidos.
- Identificar una manera de agilizar las solicitudes de arte de los nuevos productos.
- Aportar una perspectiva diferente para abordar la toma de decisiones en el área de innovación.
- Sugerir una manera más eficiente del llenado de los PreCruds en relación con el área de Innovación, Investigación y Desarrollo, Supply, Finanzas y Data.

1.2. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.2.1. Reseña histórica

Cargill es una empresa trasnacional fundada en 1865 por William Wallace Cargill, la cual tiene su sede en Minnesota y comenzó como un depósito de granos. Fue gracias a un sueño, a trabajar sin cesar con un objetivo en mente el cual siempre ha sido ayudar al mundo a prosperar fue como Cargill se pudo transformar en una empresa con un empleado en un país a tener presencia en 70 países y poseer más de 155,000 empleados a nivel mundial. Honduras fue el cuarto país de América

Latina al cual apostó la trasnacional seguido de Argentina, Brasil y Colombia comenzando en 1969 con la adquisición de Alimentos Concentrados Nacionales (ALCON). El próximo paso se dio en 1978 con la adquisición de la empresa Productos Norteños-Pronorsa la cual era una empresa hondureña y deciden seguir por el sector de pollo y así relanzan la marca Pollo Norteño. Con la administración de esa nueva empresa fue en donde Cargill analizó realmente el funcionamiento de la empresa junto con toda la cadena de suministros que está por detrás para apostarle en 1980 a la crianza y engorde de pollo para así no depender de un proveedor y así crecer la marca. Para 1986 se divide la empresa ya adquirida ALCON en dos divisiones, una encargada del procesamiento bovino y porcino (PROCARSA) y la otra enfocada en el procesamiento de carne (Delicia). Fue en 1995 cuando tomaron la decisión de adentrarse en el negocio de las mascotas y fue así como nacieron las marcas Dogui y Gati. Una vez que ya manejaban el rubro del alimento para mascotas fue cuando decidieron crear ALCONEX o Alimentos Concentrados Nacionales Exportaciones para poder ofertar los alimentos concentrados y utilizar una estrategia de expansión para llegar a diferentes países en Centroamérica y el Caribe. A medida pasaban los años también aumentaba el conocimiento del mercado hondureño y lo requerido para el buen funcionamiento de este y esto les permitió en 2007 ser considerados como una empresa con Responsabilidad Social Empresarial. Y desde entonces ha sido una empresa destacada ya que no solamente vela por sus colaboradores sino que también por los proveedores, socios estratégicos y clientes. Cargill vela por la responsabilidad desde la granja hasta la mesa de un consumidor final. Es una empresa que ha ido prosperando de la mano con Honduras (Cargill, 2021).

Ilustración 1 Cargill en el tiempo: 50 años en Honduras



Fuente: Cargill

1.2.2. Misión

“Ser el líder mundial en la alimentación de las personas” (Cargill, 2021).

1.2.3. Visión

“Ser el socio preferido en agricultura, alimentación y gestión de riesgos, ayudando a nuestros grupos de interés a tener más éxito con Cargill que con cualquier otro” (Cargill, 2021).

1.2.4. Valores

Los valores de Cargill están enfocados en el liderazgo y se categorizan en tres temas centrales siendo estos: hacer lo correcto, priorizar a las personas y apuntar a la excelencia.

Hacer lo correcto

Trata de que la empresa se distingue por ser honestos y transparentes apegados a la ley y dar una milla extra para evaluar qué es lo correcto tanto para la empresa, sus colaboradores, los clientes, los proveedores, la comunidad y finalmente el planeta independientemente de si será conveniente o no para la empresa, aseguran que siempre se hará lo correcto tanto por integridad como por liderazgo.

Priorizar a las personas

Fomenta a los colaboradores a alcanzar su máximo potencial, respetando a todos siendo inclusivos valorando las diferencias de cada persona en especial con sus costumbres y creencias. Se recompensa el buen rendimiento y se identifican las oportunidades de mejora para el bajo rendimiento. Existe un compromiso más allá de los colaboradores y abarca a todos los involucrados en el cumplimiento del propósito de Cargill el cual es ayudar al mundo a prosperar.

Apuntar a la excelencia

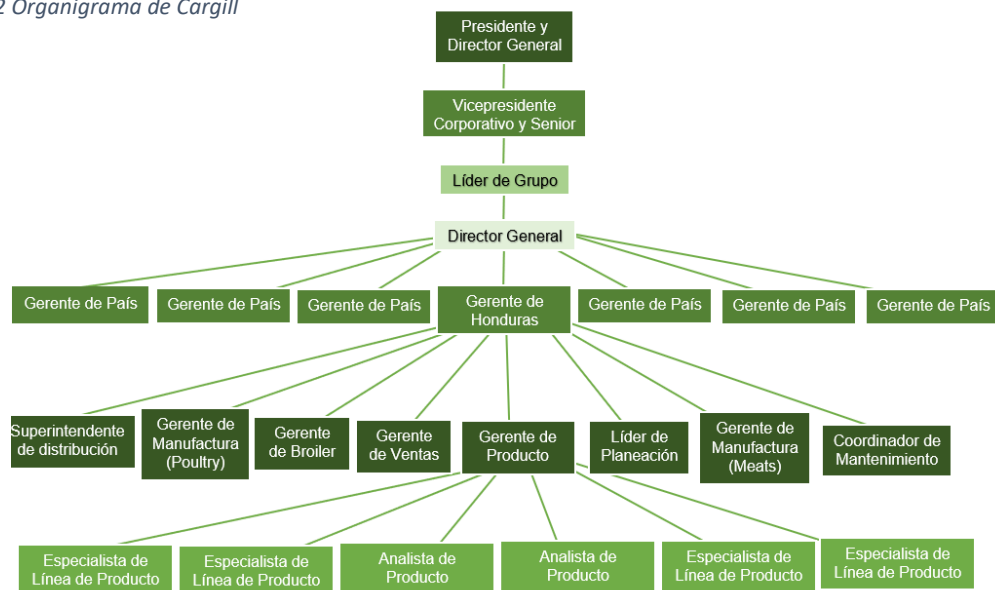
Confiando en el optimismo y la capacidad de la compañía para crear un mejor futuro. Factores como la humildad y la pasión por esa misma excelencia es la que motiva día a día a apostar por ser mejores. Cabe destacar que la evaluación del entorno constantemente da la oportunidad de reinventarse como compañía para así afrontar las diferentes situaciones que puede traer el entorno.

(Cargill, 2021)

1.2.5. Organigrama

A continuación se presentará un organigrama del área comercial de Cargill.

Ilustración 2 Organigrama de Cargill



Fuente: Elaboración Propia

2. Capítulo II

Pascual (2015) menciona que la innovación¹ es la capacidad de abordar una novedad con una perspectiva diferente, logrando el éxito enfocándose en los puntos fuertes y débiles, evaluando tanto lo positivo con lo negativo y estar preparado ante las adversidades. Por tanto también se entiende por innovación social² al “tipo de innovación que da respuestas ante las necesidades de las personas” (Pascual, 2015).

La práctica profesional se desarrolló en el área comercial de Cargill de Honduras. Como se había mencionado previamente, dentro del área de Mercadeo se encuentra el área de Innovación el cual vela por la creación de los nuevos productos de las diferentes marcas tomándose de la mano de las tendencias³ presentes en el mercado y siempre enfocándose de manera estratégica en cómo se comportará el mercado en el futuro para poder satisfacer una necesidad en específico. El área de Innovación tiene gran relación con el resto de las áreas en las cuales está dividida Cargill. Se mencionarán las relaciones sin orden de importancia.

En Innovación se ven los nuevos productos, por lo cual se debe de revisar el arte del empaque⁴ que este nuevo producto traerá. Es importante también innovar en el empaque de estos productos, algunos de los cambios que se ha realizado es una transición de un empaque con una etiqueta a un material plástico en el cual el arte ya está impreso en él llamado film. Para revisar estos artes se solicita el visto bueno del departamento de Calidad para verificar que el arte cumpla con todas las especificaciones para cumplir la ley, se revisa que el registro sanitario sea el correcto, medidas correctas, etc. Investigación y desarrollo verifica que el orden de los ingredientes planteados sea el correcto, el gramaje, los colores del arte, etc. Innovación se encarga de una revisión general y el código de barra de cada empaque.

Otra de las tareas es la creación de códigos de producto terminado. Innovación se encarga de crear esos códigos de los nuevos productos que serán introducidos o algún producto que ha tenido un cambio por una razón en específico. Las diferentes áreas que se relacionan en esta etapa es Investigación y Desarrollo, Supply Chain, Planning, Finanzas y Data.

¹ Ver glosario: Innovación.

² Ver glosario: Innovación Social.

³ Ver glosario: Tendencia.

⁴ Ver glosario: Empaque.

El día a día varía tanto en el rubro⁵ (pollo, embutidos, productos complementarios) que tenga mayor importancia en la semana como la relación con los diversos departamentos, cabe destacar que cada área tiene una pieza clave para poder lograr el éxito que Cargill ha tenido tanto en Honduras como en el resto del mundo.

2.1 Actividades realizadas en la empresa

Dentro de este apartado se exponen las diversas actividades en las que se participó junto con una explicación de la importancia de cada una de ellas.

2.1.1. Actividad 1: Creación, modificación y seguimiento de los códigos de producto terminado.

Cargill organiza toda su cartera de productos bajo códigos de producto terminado para un control tanto de inventarios como para una mejor visualización a lo largo de toda la cadena para desarrollar un producto. Cabe destacar que cada etapa o paso se maneja bajo un período de tiempo el cual se planifica detalladamente antes de comenzar con la ejecución del producto. Hay reuniones semanales en las cuales ponen en contexto al equipo porque paso de la creación va el producto, tiempos de culminación de etapas junto con los responsables por etapa.

En la práctica profesional se tuvo la oportunidad de crear los códigos de varios productos terminados de las tres divisiones: pollo, embutidos y productos complementarios. En pollo se abarca toda la cartera de productos que provienen del ave, por embutidos se entiende las salchichas, hot dog, extremeños, jamones, mortadelas, etc. Finalmente por productos complementarios se entiende a productos que adquieren y redistribuyen como papas fritas congeladas, tamales, tacos congelados, carnes de res, etc. Se tenía la responsabilidad tanto de crearlos como de asegurarse que las demás áreas completarán los mismos en el tiempo indicado ya que cada creación se hace bajo un estricto cronograma de actividades en el cual la creación de un código es una de las partes más importantes cuando ya se ejecute el proyecto.

2.1.2. Actividad 2: Creación de solicitudes de arte.

Como se mencionó en la introducción de este capítulo, Innovación debe velar por los empaques de cada una de las diferentes líneas de producto de cada una de las marcas que desarrolla. Cada

⁵ Ver glosario: Rubro.

vez que se planea implementar un proyecto, es necesario elaborar una solicitud de arte con la agencia publicitaria⁶ en la cual se detalla toda la información que debe poseer ese arte. Una vez la agencia publicitaria envía un borrador, se tiene la responsabilidad de revisar y conseguir el visto bueno tanto de Calidad, Investigación y Desarrollo e Innovación. Si el arte no cumple con alguno de los lineamientos de alguna de las áreas, estos mandan sus observaciones, se recopilan todos sus comentarios y se envía nuevamente a la agencia para solicitar los cambios previamente mencionados. Hasta obtener el visto bueno de todas las áreas se puede aprobar el arte y luego se envía al departamento de Compras para que estos se encarguen de desarrollar las órdenes de compra de estos artes ya aprobados para que estén listos una vez se implemente el proyecto.

2.1.3. Actividad 3: Seguimiento de revisión de artes.

La revisión de los artes, como se mencionó en la actividad número dos, es uno de los papeles clave del puesto. Debido a la amplia cartera de productos que posee Cargill, se crea una variedad de productos con frecuencia por lo que dar seguimiento a esta revisión de los artes juega un papel indispensable para cumplir con el cronograma propuesto para el desarrollo del proyecto. Cada proyecto tiene diferentes tiempos de entrega dependiendo de la complejidad del proyecto ya que a veces se requiere de materia prima importada que se debe de pedir con cierto tiempo de anticipación para que esté a tiempo en la planta listas para la producción del proyecto y así salir a tiempo con la propuesta de implementación aprobada del mismo.

2.1.4. Actividad 4: Actualización del catálogo de empaques.

Se utiliza una base de datos⁷ para cada rubro tanto de pollo, embutidos y productos complementarios por lo que se creó una base de datos para organizar la cartera de cada rubro. Dentro de la misma se identifican aspectos como la marca del producto, nombre del producto, código, las medidas del empaque, el código de barra, el registro sanitario del arte junto con las fechas de aprobación de estos artes. La finalidad de este catálogo de empaque es facilitar la información de cada producto cuando se requiera para cualquier renovación o evaluación de un producto en específico.

⁶ Ver glosario: Agencia Publicitaria.

⁷ Ver glosario: Base de Datos.

2.1.5. Actividad 5: Seguimiento de proyectos de innovación.

Cargill es una empresa que evalúa bastante la demanda del mercado junto con los cambios o tendencias que se implementarán en el futuro. Así que es necesario prepararse con mucho tiempo de anticipación para las diferentes temporadas del año como el regreso a clases, navidad, vacaciones, etc. Los proyectos de innovación juegan un papel clave para el posicionamiento que tienen las marcas frente al mercado hondureño por lo cual se sobreentiende que se requiere de una planificación bien minuciosa a nivel de todos los departamentos de la empresa, tanto como la planta ya que identifican si tendrán la materia prima para hacer ese proyecto realidad, tanto como respetar el presupuesto que se tiene establecido para el desarrollo de estos.

2.1.6. Actividad 6: Actualización de pipeline de innovación junto al equipo.

El pipeline de Innovación es una presentación en la cual se muestran los cambios a implementarse en cierto periodo de tiempo junto con el cambio positivo que recaerá en la empresa por la ideación de este. En esta presentación también se explica los cambios que se tendrán en relación con los empaques, la cantidad de libras de producto que se utilizará para cada producto junto con el margen de ganancia de cada uno. Cabe destacar que es una presentación sumamente importante para la evaluación del proyecto como tal y es una manera de comunicar a los gerentes el impacto que cada proyecto trae a la mesa. Parte de la actividad fue organizar el catálogo de estos nuevos productos para ser presentado ante los gerentes para evaluar el desempeño general de la empresa o el margen de utilidad que cada proyecto suma dentro de la cartera de productos de Cargill.

2.1.7. Actividad 7: Asistencia a reuniones de innovación.

Considerando que la mayoría de los proyectos son complejos y requieren la participación de los diferentes departamentos, es necesario agendar reuniones para dar seguimiento a los proyectos, para compartir avances que han obtenido y comunicarlo al equipo para que estén al tanto o para proceder en el siguiente paso para el seguimiento de este. Es por ello que la asistencia a las reuniones de innovación ha sido de suma importancia. Dentro de estas reuniones se toma nota con

los puntos clave para recordar el avance del proyecto en específico ya que a diario se ven los diferentes negocios tanto de pollo, embutidos o productos complementarios.

Adicionalmente, dentro de estas reuniones usualmente se solicita compartir el avance con la creación de códigos y se menciona en qué etapa está del proceso junto con la persona asignada. Es importante tener presente la creación de esos códigos ya que deben de estar completados para el lanzamiento del proyecto. Como se ha mencionado previamente, la creación de códigos pasa por Comercial, Investigación y Desarrollo, Supply, Planning, Finanzas y Data. Así que parte de la asignación es comunicarse con el encargado del área en la que está asignado actualmente el código para que se agilice el proceso y se cumpla el cronograma.

3. Capítulo III

Dentro del capítulo número tres se exponen las propuestas de mejora tanto las implementadas como las que aún no se implementan. Cargill ha tenido presencia en Honduras desde hace más de 50 años en los cuales ha comprendido la manera en que trabaja el mercado hondureño y poseen tanto los recursos humanos con el conocimiento y experiencia de sus colaboradores, como los recursos económicos para eficientizar los procesos dentro de la empresa para así abarcar un volumen de producción mayor, junto con el manejo digital de los inventarios para evitar tanto confusiones como carga al personal cuando un programa digital se puede encargar de ello.

Cabe destacar que también utilizan programas como Power Bi la cual se encarga de la inteligencia de negocios con el objetivo de poder analizar y organizar grandes cantidades de datos, buscar un dato específico de manera rápida a pesar de la gran cantidad de datos gracias a la filtración y también se puede acceder desde cualquier dispositivo móvil (Softeng, 2013). En Innovación dentro de Cargill se utiliza un portafolio en específico llamado nuevos productos en el cual se puede ver la demanda semanalmente tanto de pollo, embutidos y productos complementarios. Cada rubro se puede dividir por proyecto, se puede observar la distribución tanto de supermercados, ruteo, food service, etc. junto con la meta estimada por gerente y la venta real semanalmente. También hay reuniones en las cuales se revisa esa información con los gerentes de cada canal para escuchar sus comentarios y/o retos que se enfrentaron durante la semana para poder justificar el porcentaje de cumplimiento.

3.1 Propuesta de mejoras implementadas

3.1.1. Propuesta 1: Creación de un catálogo de empaques

3.1.1.1. Antecedentes

Previo a la práctica profesional no se contaba con una base de datos para organizar a nivel de empaques toda la información pertinente a cada producto, ni existía una manera fácil de determinar los cambios que han tenido los artes de los empaques debido a un cambio en presentación, gramaje, imágenes de uso sugerido u otro tipo de cambios como las llamadas “migraciones”⁸ para unificar marcas. Kimby es la marca regional que se está implementando en El Salvador, Nicaragua, Guatemala y Honduras por lo que algunas marcas Hondureñas como San Miguel y Mikes están en

⁸ Migraciones: Ver glosario.

proceso de migrar para que en el futuro estas desaparezcan y así quede solamente la marca regional Kimby.

3.1.1.2. Descripción de la propuesta

A lo largo de las 13 semanas se trabajó en la creación u organización del catálogo de empaques. Este catálogo de empaques viene a facilitar a nivel comercial la revisión y/o verificación de los artes aprobados vs. los artes en el inventario de la planta. La importancia de mantener un orden a nivel de empaques viene por el registro sanitario y un cambio en ingredientes de algún producto en específico. Los registros sanitarios tienen una duración de 5 años, luego de ese período de tiempo es necesario renovarlo, si todavía hay empaques con el registro sanitario anterior, se puede tramitar un permiso de agotamiento de empaque que el gobierno emite por un año de manera gratuita. Luego es necesario cambiar el empaque con el registro renovado. Lo mismo aplica para un cambio en ingredientes, es importante que siempre se declare el contenido correcto de ingredientes y organizado en orden de cantidad (de mayor a menor). A la misma vez se iba actualizando cuando los artes van cambiando ya que actualmente están en proceso muchas migraciones en diferentes productos para la unificación de algunas de las marcas. Se tuvo acceso a una base de datos en la cual se aprecian los códigos de producto terminado como el de las etiquetas y también a todos los bocetos aprobados previamente. Partiendo de estas dos bases se pudo crear el catálogo de empaques para eficientizar el proceso tanto de revisión como de manejar los cambios a futuro de todos los productos de los diferentes rubros tanto de pollo, embutidos como de productos complementarios.

3.1.1.3. Impacto de la propuesta

Gracias al catálogo de empaques se facilitará la revisión del empaque aprobado tanto por Calidad, Comercial e Investigación y Desarrollo. Se creó una base de datos en el programa de Microsoft Excel en el cual se muestra el código de producto terminado, la descripción de producto terminado, un nombre general del producto para un fácil reconocimiento del producto, el código de empaque, la descripción del empaque, el código de barra, el registro sanitario, las medidas del empaque y la fecha del boceto aprobado.

Será una manera rápida y efectiva para determinar cuál producto se le debe renovar el registro sanitario, agilizar la revisión de los artes a futuro ya que en la mayoría de los casos aspectos como

el código de barra y medidas son constantes, a través del link se puede observar incluso una imagen del boceto.

Tiempo.- La construcción de una base de datos de todos los skus de la compañía tarda alrededor de tres meses ya que es necesario verificar cuales son los skus activos y demora reunir toda la información pertinente a cada producto. Cabe destacar que la base de datos se debe actualizar cada vez que un producto tenga cambio de arte ya sea por una migración, cambio de orden de ingredientes o renovación del registro sanitario.

Inversión.- Ya que se usa la herramienta de Excel para la construcción de la base de datos o catálogo de empaque, la única inversión monetaria es la licencia de Microsoft Office que actualmente cada asociado la posee. Otro tipo de inversión que el asociado debe de hacer es tiempo. A medida se van cambiando los artes es más sencillo, la inversión de tiempo inicial para la construcción de la base es la más grande.

Recurso Humano.- Este catálogo de empaques viene a favorecer al área comercial pero también a Investigación y Desarrollo, Calidad, Bodega y Planning para que todos estén a bordo del último arte aprobado y estar pendiente de la fecha en la cual ya deben de tener ese nuevo arte en planta.

Beneficios.- dentro de los beneficios se encuentra el fácil acceso a la información específica de cada sku, facilita la revisión de los artes, dan visibilidad durante las migraciones de marcas y en general, organizan la información pertinente para que todos los involucrados estén a bordo de los cambios que se están haciendo a nivel de artes.

3.2 Propuestas de mejora

3.2.1. Propuesta 1: Revisión de artes a través de un SharePoint

3.2.1.1. Antecedentes

Actualmente los artes de los empaques se revisan a través del correo electrónico ya que debido a la pandemia se trabaja desde casa. Uno de los obstáculos con esta revisión a través de correo electrónico es la cantidad de correos que caen al día. Entre tanto correo se pierden los artes y puede tomar más tiempo obtener el visto bueno de Calidad e Investigación y Desarrollo. Como se mencionó en la propuesta implementada, se creó una base de datos en la cual se organizó toda la cartera de productos tanto de pollo como de embutidos y productos complementarios en la cual se puede corroborar la información que deberían de llevar los artes. Sin embargo, la base de datos contiene la información a nivel de Comercial por lo que Calidad e Investigación y Desarrollo no tienen acceso ni está la información relevante para ambos departamentos.

3.2.1.2. Descripción de la propuesta

El área comercial comienza con la revisión de los artes ya que las Brand Builders ⁹reenvían el correo de la agencia publicitaria con el arte para que se le dé la debida revisión y aprobación previo a que el departamento de compras haga el pedido del material de empaque. Una vez que se tiene el arte se reenvía a Calidad e Investigación y Desarrollo par que revisen: medidas, orden de ingredientes, alérgenos, registro sanitario y los demás lineamientos de calidad. Usualmente si no se obtiene una respuesta en dos días se reenvía el correo mencionando que se está pendiente de sus comentarios u aprobación del arte.

Actualmente para la creación de códigos, tanto de materia prima como de producto terminado, se utiliza un SharePoint para que así se pueda revisar en tiempo real los cambios que otro departamento haya hecho.

⁹ Brand Builders: Ver glosario.

Por tanto se propone la creación de un SharePoint¹⁰ en donde Comercial suba el arte a revisar, se lo asigna a Investigación y Desarrollo (cae una notificación al correo) la persona de Investigación y Desarrollo firma, adjunta sus comentarios y otorga el visto bueno del arte y se lo asigna a Calidad (se sigue el mismo procedimiento de I&D, adjunta comentarios y firma) y este lo asigna de nuevo a Comercial para firmar el boceto y luego asignárselo a Compras. Compras debe de generar una

Ilustración 3 Modelo de SharePoint

Link de descarga del arte.

Asignado a:

Comentarios:

Firma:

Comercial R&D Calidad

Fuente: Elaboración Propia

orden de compra y luego Planning le da seguimiento e indica la fecha máxima para que los empaques estén en planta. Este proceso culmina cuando las etiquetas se entregan en planta para así tener ese inventario disponible listo para producción.

Como se demuestra en la imagen adjunta, el SharePoint tendrá un aspecto minimalista en el cual se cargará la imagen del arte del empaque en específico con los campos para asignar al responsable, los comentarios que el departamento tenga, la firma y la hora.

Cabe destacar que también se incluye un “check” para cada departamento con el objetivo de dar visibilidad de cómo va la revisión de este.

3.2.1.3. Impacto de la propuesta

Al utilizar un SharePoint se podrá ver en tiempo real como va el proceso de la revisión de los artes, se podrá medir al departamento para identificar cuanto tiempo demora en revisar el arte y así se fomenta a que estos lo revisen de una manera rápida y eficaz.

También se evita que el arte se pierda entre tanto correo y así se sabe exactamente quien falta que revise el arte para poder firmar el boceto.

¹⁰ SharePoint: Ver glosario.

Actualmente un arte se demora en estar listo aproximadamente 5 días (si la revisión es corrida y no hay atrasos) en lo que los departamentos dan sus comentarios y la agencia envía los cambios solicitados. Con el SharePoint se puede revisar en 2 o 3 días para un arte final lo cual mejora los tiempos y así otorga más tiempo al resto del proceso de la creación de un nuevo producto.

Tiempo.- Con los recursos que la empresa posee, la construcción de esta revisión de artes a través de un SharePoint con la ayuda del equipo de Data puede tomar desde seis meses hasta un año en programar. Una vez este construido tomará segundos cargar un arte dentro de la plataforma y solamente dependerá de la velocidad con la cual los departamentos revisen el arte para así tener el boceto final aprobado.

Inversión.- La inversión inicial debería de ser cero ya que actualmente se posee la licencia para la construcción y/o programación del mismo pero en el futuro se puede tomar en consideración la renovación y mantenimiento de la plataforma para adaptarse a las nuevas tecnologías. No se contratará personal externo por lo que no se invertirá en otro salario.

Recurso Humano.- Principalmente se requiere al departamento de Data para la construcción de la plataforma junto con los involucrados que utilizarán la misma: Comercial, Calidad e Investigación y Desarrollo.

Beneficios.- Gracias a la revisión a través de un SharePoint se podrá medir en tiempo a las diferentes áreas para medir lo que tardan en la revisión. Esto es positivo ya que la compañía está buscando constantemente como agilizar procesos de manera eficiente. También se reduce de 7 días hábiles de revisión a 3 sin estar pendiente del mismo. Cabe destacar que también se debe considerar el tiempo que la agencia tarde en la construcción de un arte.

4. Capítulo IV

Finalmente en el último capítulo del informe previo a la investidura para la obtención del título de Mercadotecnia y Negocios Internacionales se expone una etapa concluyente en la cual se menciona los puntos abordados planteados en los objetivos y de manera consiguiente se exponen tanto las recomendaciones para la empresa, en este caso Cargill de Honduras, a la universidad, Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) y a los estudiantes de la misma institución, con el objetivo de compartir los conocimientos adquiridos u observaciones identificadas en las tres áreas que pueden apoyar a una persona que lo requiera.

4.1 Conclusiones

- Se comprendió que todo conocimiento adquirido durante la carrera universitaria es una base general de la cual se puede apoyar en la vida laboral. Mas que relacionar conceptos, la práctica profesional viene siendo una etapa final en la cual se comienza a obtener experiencia para poder afrontar la vida laboral luego de la graduación. Independientemente si el estudiante se queda en la empresa donde realizó su práctica, es una gran escuela que le permitirá al estudiante distinguirse frente a otros candidatos.
- Se creó un catálogo de empaques tanto de pollo como de embutidos que facilitará la revisión de los empaques a futuro ya que ahora se tiene la información de cada empaque: códigos y descripción del material, códigos de barra, registro sanitario, medidas del empaque, fecha de boceto aprobado junto con una imagen de cada producto para así evitar confusiones al momento de darle seguimiento a los artes.
- Se propuso un SharePoint en el cual se podrá agilizar la revisión de los artes el cual es un proceso que involucra a Calidad, Investigación y Desarrollo y Comercial. Dentro del mismo se puede cargar la imagen del empaque a revisar, se adjuntan los comentarios, se firma, se pone la fecha y se puede reasignar al próximo departamento para revisar, luego firmar el boceto y adjuntar el editable a Compras y así Planning coloca la orden de compra.

4.2 Recomendaciones

4.2.1. Recomendaciones para la empresa

- Se recomienda identificar una manera en la cual sea más notorio el correo que un PreCrud está asignado a su persona ya que se les da seguimiento, si una persona lo tiene asignado y pasan días y no lo llena ya que la notificación de asignación se pierde entre la gran cantidad de correos que caen al día.
- Crear una guía en donde se mencionen los encargados por departamento junto con sus funciones para tener claridad a la hora de tener una consulta con los distintos departamentos.

4.2.2. Recomendaciones para la institución

- La pandemia ha cambiado la manera de recibir clases, los catedráticos como los estudiantes están desde casa lidiando con diferentes problemas y distracciones durante el día. Se recomienda a la institución invertir en cursos en línea para los estudiantes junto con licencias de programas para que los estudiantes tengan nuevas herramientas para desarrollar sus proyectos (Canva Premium es un excelente ejemplo).
- Tener más talleres para la carrera como el de NeuroMarketing para reforzar los temas aprendidos en el aula de clase y contar con una herramienta extra a la hora de competir por un puesto laboral.

4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes

- La mejor recomendación que pueden leer es que no desperdicien ni malgasten su tiempo. Cualquier proyecto que se asigne en una clase por pequeño que sea es una base que a la larga podrá hacer que se diferencie una vez compita con varios candidatos para un puesto de trabajo.
- Comenzar sus horas de vinculación desde el inicio de su carrera para liberar el estrés que conlleva si se deja a último momento.
- Participen en los viajes académicos si tienen la oportunidad, el cambiar de ambiente y conocer una cultura diferente les proporcionará una perspectiva diferente para abordar distintas situaciones.

Referencias bibliográficas

- Cargill. (2019). *Cargill en Honduras*. Retrieved from <https://www.cargill.com.hn/es/nuestra-huella-en-honduras>
- Cargill. (2021). Retrieved from <https://www.cargill.com.hn/es/cargill-en-el-tiempo>
- Deepl. (2018). *Linguee*. Retrieved from <https://www.linguee.es/ingles-espanol/traduccion/brand+builder.html>
- Manual de Oslo*. (1997). Retrieved from http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal
- Microsoft. (2019). *¿Qué es SharePoint?* Retrieved from <https://support.microsoft.com/es-es/office/%C2%BFqu%C3%A9-es-sharepoint-97b915e6-651b-43b2-827d-fb25777f446f>
- Muente, G. (2018). *RockContent*. Retrieved from Agencia de publicidad: qué es y cómo funciona en la práctica: <https://rockcontent.com/es/blog/agencia-de-publicidad/>
- Oracle*. (2021). Retrieved from *¿Qué es una base de datos?:* <https://www.oracle.com/mx/database/what-is-database/>
- Salgado, E. (2015). Retrieved from <http://www.circulodetendencias.com/que-es-una-tendencia>
- Samela, G. (2020, diciembre 27). *Los jóvenes sueñan con empresas digitales*. Retrieved from PressReader: <https://www.pressreader.com/argentina/clarin-economico/20201227/281586653209439>
- Significados*. (2016). Retrieved from <https://www.significados.com/rubro/>
- Softeng. (2013). *La nueva herramienta de Office 365 para trabajar con tus datos: Power BI*. Retrieved from <https://www.softeng.es/es-es/blog/power-bi-la-nueva-herramienta-de-office-365-para-trabajar-con-datos-masivos.html#:~:text=Power%20BI%20es%20la%20nueva,peticiones%20del%20tipo%20pregunta%2Drespuesta.>
- Thompson, I. (2009). Retrieved from <https://www.marketing-free.com/producto/empaques.html>

Torreblanca, F. (2016). *Migración de marca: definición y objetivos*. Retrieved from <https://franciscotorreblanca.es/migracion-de-marca-definicion-objetivos/>

Glosario de términos

1. Innovación: Innovar es utilizar el conocimiento, y generarlo si es necesario, para crear productos, servicios o procesos, que son nuevos para la empresa, o mejorar los ya existentes, consiguiendo con ello tener éxito en el mercado (Manual de Oslo, 1997).
2. Innovación Social: tipo de innovación que da respuestas ante las necesidades de las personas (Pascual, 2015).
3. Tendencia: deseo por el cual unos individuos distintos los unos a los otros sin haberse puesto de acuerdo muestran tener los mismos deseos (Salgado, 2015).
4. Empaque: parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta (Thompson, 2009).
5. Rubro: título o rótulo de una cosa, a través del cual se agrupan las empresas, instituciones o cualquier otro interés equivalente al aviso en cuestión (Significados, 2016).
6. Agencia Publicitaria: organización que asesora al anunciante en todo lo que se refiere a la ejecución de una campaña publicitaria, dirigida a un público específico con un presupuesto predefinido (Munte, 2018).
7. Base de Datos: es una colección organizada de información estructurada, o datos, típicamente almacenados electrónicamente en un sistema de computadora (Oracle, 2021).
8. Migraciones: estrategia que consiste en la transformación de una marca a otra durante el transcurso de un periodo de tiempo (Torreblanca, 2016).
9. SharePoint: un lugar seguro donde almacenar, organizar y compartir información desde cualquier dispositivo, así como acceder a ella (Microsoft, 2019).
10. Brand Builder: un constructor de marcas motivado para crear relaciones con las clientes fundadas en experiencias superiores de los clientes (Deepl, 2018).

Anexos

Migración de etiqueta a film



Catálogo de empaque

Creación de un catálogo de empaques



Cambio de empaque de caja a bolsa Doystyle

