

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
SOCIALES**

INFORME DE PRÁCTICA

PROFESIONAL

GRUPO ALCON - CARGILL

SUSTENTADO POR:

STEPHANIE CAROLINA RECARTE AGUILAR

21911202

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

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C. A.

ABRIL 2022

Índice

Índice de Tablas y Figuras	V
Dedicatoria	VI
Agradecimientos	VII
Resumen Ejecutivo	VIII
Introducción	X
Capítulo I	1
1.1 Objetivos de la Práctica Profesional	1
1.1.1 Objetivo general.	1
1.2. Datos Generales de la Empresa	1
1.2.1. Reseña histórica	1
1.2.2. Misión	2
1.2.3. Visión	2
1.2.4. Valores	2
1.2.5. Organigrama	3
Capítulo II	4
2.1.1. Evaluación y revisión de contratos de operaciones logísticas	4
2.1.2. Reporte de gastos por cuentas contables	5
2.1.3. Evaluación de arte de producto terminado Petfood (Gati)	6
2.1.4. Diseño de formato de ordenes	7
2.1.5. Realización de solicitud de fletes	8
Capítulo III	9
3.1. Propuestas de Mejora Implementadas	9
3.1.1. Propuesta 1: Actualización del calendario de pedidos	9
3.1.1.1. Antecedentes	9
3.1.1.2. Descripción de la propuesta	11
3.1.1.3. Impacto de la propuesta	12

3.2. Propuestas de Mejora	13
3.2.1. Propuesta 1: Incorporación de catálogos informativos	13
3.2.1.1. Antecedentes	13
3.1.2.2. Descripción de la propuesta	13
3.1.2.3. Impacto de la propuesta	14
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
Bibliografía	18
Glosario de términos	20
Anexos	22

Índice de Tablas y Figuras

Figura 1. Organigrama.....	2
Figura 2. Calendarios de Pedidos Iniciales.....	10
Figura 3. Calendario Actual.....	11
Figura 4. Disminución de Costos.....	15

Dedicatoria

El siguiente informe se ha dedicado principalmente a Dios quien ha brindado la oportunidad de llegar hasta culminar este proceso académico, también es dedicado a mis padres Miguel Recarte y Vivian Aguilar quienes han sido ejemplo de perseverancia y han brindado su apoyo desde el inicio, a mis hermanas Alejandra y Michelle Recarte quienes han sido fuente de motivación y me han acompañado durante todo el largo camino de la carrera universitaria.

Agradecimientos

Primeramente, quiero dar gracias a la institución quien brindo la enseñanza, Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) seguidamente a todos los docentes quienes se encargaron de compartir sus conocimientos y ser la guía para este nivel educativo, a mi asesora de tesis quien fue guía en el proceso final.

De igual forma doy gracias a mis grandes amigas Kensy Peña y Nesly Franco próximas colegas, quienes fueron apoyo y motivación durante los tres años de estudio universitario y en cada una de las clases cursadas con éxito.

Finalmente doy gracias a la empresa Cargill quien dio la oportunidad de realizar la práctica profesional, a pesar de la situación difícil por la covid-19 y brindo un vasto conocimiento para la vida profesional.

Resumen Ejecutivo

Previo a la obtención del título, se realizó la práctica profesional en la empresa Cargill de Honduras S de R.L. El rubro de la empresa está orientado a la producción y comercialización de alimentos concentrados. Se enfoca en la alimentación integral de animales pertenecientes al sector avícola, ganadero, acuacultura, porcino, equino y alimento para mascotas en Centroamérica.

Dentro de la empresa se trabajó directamente con la marca Alcon, en el departamento de logística específicamente para la división de alimentos para mascotas, Petfood y la labor desempeñada se orientó en dar apoyo y soporte a las distintas actividades que involucra y se llevan a cabo en las ramas de logística Outbound y los canales de distribución en el área de transportes. Evidentemente, su presencia no es algo nuevo, es algo que siempre se hizo. Prestarle atención, nombrarla, es hacer foco en su optimización y concentrarnos en la búsqueda del mejor modo para mantenernos competitivos. (*Tradelog, 2020*)

La actividad principal que se llevó a cabo durante la práctica profesional fue el diseño y realización de formatos guías los cuales funcionarían como un punto intermedio entre ventas y el equipo de coordinación de transporte. Para la realización de dicha actividad se llevaron a cabo distintas tareas como ser capacitaciones en el área de ventas, y acompañamiento en el área de transporte para conocer el lenguaje técnico y conocer el proceso que se llevó a cabo para todos y cada uno de los clientes además de un análisis de selección de empresas tercerizadas.

A la vez se dio soporte en distintas actividades ya sea del departamento de logística como de la empresa en general. Para el departamento, se dio apoyo en la revisión y organización de contratos logísticos que cubren distintas necesidades. A nivel general, se participó y se dio apoyo a las distintas actividades que se llevan a cabo para el departamento de transportes y de ventas estas involucran actividades de desarrollo empresarial.

En base a las actividades desempeñadas en el puesto de trabajo, se pudo observar varias oportunidades de mejora, que luego se convirtieron en propuestas para la compañía. Una de estas fue el aumento de camas en las tarimas de producto terminado de la línea Gati ya que esto no excede los límites de seguridad que Cargill Nutrición Animal permite y genera un ahorro para la empresa y maximiza sus recursos logrando así que los distintos productos de esta marca aumenten sus beneficios tanto dentro como fuera de la empresa.

Al momento de realizar eventos y actividades para la compañía, se propuso crear equipos especializados de trabajo con el mismo personal con el que ya se cuenta. El aprovechamiento del talento interno de la empresa puede ayudar a reducir costos y evitar tener que realizar contrataciones o servicios externos.

Con las propuestas de mejoras y los impactos de estas presentadas en este informe, la empresa logrará mejorar muchos de sus procesos y formas de trabajo. A la vez le brindará un panorama más amplio de las futuras mejoras que se podrían realizar en un futuro.

En el presente informe se detalla la información mencionada anteriormente la cual encontrarán dividida en la introducción seguidamente de cuatro capítulos y cerrando con las conclusiones y recomendaciones.

Introducción

El informe que se dará a conocer tiene como finalidad mostrar el trabajo que se realizó durante a práctica profesional por un período de diez semanas las cuales iniciaron el 17 de enero del año en curso y finalizando el 4 de abril del mismo año, en la empresa Grupo Alcon – Cargill Honduras con sede en Búfalo, Villanueva, Cortés. Previo a la obtención del título en Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales en la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) campus San Pedro Sula. El ejercicio profesional desempeñado en dicha empresa se ejecutó en el departamento de Logística ocupando el puesto de Coordinadora de Logística Outbound en el cual se desarrollaron actividades y tareas propias de los proyectos logísticos de optimización de la cadena de suministros, evaluación y revisión de contratos logísticos, revisión de costos de producto terminado.

Grupo Alcon es una marca de tradición preferida por su óptima calidad, servicio y valor diferenciado para los dueños de animales de las especies en las que ofrece alimentación, como ser: Ganado, Cerdo, Aves de Postura, Pollo de Engorde, Caballos, Gallos, Conejos, Camarón y Tilapia, Alcon es una marca de Cargill, que es una corporación multinacional privada estadounidense dedicada a la agroindustria. La marca Alcon, cuenta con un fuerte liderazgo en el mercado hondureño con más de 50 años de experiencia en nutrición animal puntualizando sus procesos de distribución y cadena de suministros, por lo que la experiencia profesional se basó en procesos de distribución de materia prima y producto terminado y la evaluación de empaques del producto poniendo en práctica el conocimiento adquirido a los largos de los tres años de estudios.

El contenido será detallado en cuatro capítulos que forman parte del informe brindando un punto de vista sobre los temas y tareas mencionados anteriormente, estando estos divididos de la siguiente forma: El primer capítulo consiste en la información introductoria de la compañía y sus procesos anidado a los objetivos establecidos de la práctica profesional, el segundo capítulo detalla las actividades realizadas a lo largo del tiempo de práctica profesional. El capítulo tercero contiene las propuestas de mejora que se sugieren a la empresa para potenciar y desarrollar sus procesos el capítulo cuarto y último capítulo concluye todo el trabajo realizado como respuesta a los objetivos establecidos tanto por parte de la empresa, como el informe profesional sumado a una serie de recomendaciones para todas las partes involucradas en el proceso. (Cargill, 2022)

Capítulo I

En este capítulo se da a conocer los objetivos de la práctica profesional, además de información introductoria de la empresa como lo es; la reseña histórica, misión, visión, valores y el organigrama de esta, se presenta esta información ya que es vital para la comprensión y entendimiento de todo el informe.

1.1. Objetivos de la Práctica Profesional

1.1.1. Objetivo general.

Implementar las competencias adquiridas durante la formación profesional en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales aplicadas en la empresa Grupo Alcon – Cargill.

1.1.2. Objetivos específicos

- Interpretar de forma correcta los SKU y desarrollar un análisis de estos para modificar las configuraciones de unidades por tarima.
- Identificar correctamente los pagos por alquiler de tarimas para el desarrollo adecuado de distintas modificaciones para lograr disminuir dichos costos.
- Determinar una mejor utilización, incrementando la capacidad de almacenamiento necesario para mantener una relación positiva entre las distintas áreas.
- Afinar y reducir costos al optimizar el uso de los recursos durante los distintos procesos realizados.

1.2. Datos Generales de la Empresa

1.2.1. Reseña histórica

Cargill cuenta con 155 años en el negocio, hemos aprendido algunas cosas. En la actualidad, aplicamos esa experiencia para servir a los clientes y las comunidades de 70 países. Tenemos 155 000 empleados que trabajan a diario para nutrir al mundo de una manera segura, responsable y sostenible. Obtenga más información sobre nuestras operaciones globales. Contamos con 24.000 empleados en todo el mundo que prestan servicios a los productores de alimentos y bebidas, a grandes empresas y minoristas de servicios.

Aplicamos una combinación de 120 años de experiencia junto con las perspectivas que obtenemos al operar en 40 países para asistir a productores de ganadería y acuicultura, a productores y distribuidores de alimentos de empresas de todos los tamaños, para proveer una mejor nutrición animal a través de capacidades de investigación sin precedentes con productos innovadores, servicios alimenticios y de premezcla, modelado digital y soluciones de formulación. Procesamos carne vacuna, aves, carnes y productos de huevo de valor agregado para los mercados alimenticios, las empresas de servicios alimenticios y los minoristas de alimentos. Nuestra sal se usa en los alimentos, la agricultura y para el ablandamiento y descongelamiento del agua. Contamos con importantes operaciones en EE. UU. y Canadá, América Central, China, el Sudeste Asiático y el Reino Unido.

Conectamos a los productores con los usuarios de granos y semillas oleaginosas de todo el mundo a través de la producción, el comercio, el procesamiento y la distribución; y también ofrecemos una variedad de servicios para granjas y soluciones de gestión de riesgos. Ofrecemos a nuestros clientes suministros físicos y soluciones de gestión de riesgos en los mercados energéticos y metalúrgicos. Además, somos un proveedor líder en transporte marítimo con una flota considerable de renombre a nivel mundial para proveer las mejores opciones para nuestros clientes. (*Cargill, 2022*)

1.2.2. Misión

Alimentar al mundo de una manera segura, responsable y sustentable.

1.2.3. Visión

Ser el socio más confiable de agricultura, alimentación y nutrición del mundo.

1.2.4. Valores

- Priorizar a las personas
- Hacer lo correcto
- Apuntar a la excelencia

1.2.5. Organigrama

Figura 1. Organigrama



Fuente: (*The official Board*, 2020)

Capítulo II

En el presente capítulo se pretende plantear las distintas actividades que se desarrollaron en las diez semanas dentro de la empresa Cargill de Honduras en el departamento de logística, en breve se desglosan las actividades.

2.1. Actividades realizadas en la empresa

2.1.1. Evaluación y revisión de contratos de operaciones logísticas

La primera actividad realizada durante la práctica profesional fue la evaluación y entendimiento de distintos contratos bajo parámetros establecidos por la empresa con el propósito de conocer adecuadamente cada una de las empresas, compañías con las que se tenían acuerdos o relaciones directas mensualmente de esta manera entender ciertos gastos y poder desarrollar actividades a largo plazo según lo permitieran dichos contratos maximizando el uso de los recursos tanto humanos como materiales que se mencionaban en los contratos.

Dicha actividad fue definida como introductoria a la empresa, una actividad relativamente fácil, pero de mucha importancia para la empresa y para conocer el ambiente laboral interactuar con distintos departamentos y formar una idea más clara de una parte de los procesos más importantes de la empresa.

Esta actividad fue definida como una tarea introductoria a la empresa, ambiente laboral para poder formar un concepto más preciso sobre la labor de Cargill como organización y así mejorar la sinergia de los estudios realizados en UNITEC junto con la aplicación durante la práctica profesional.

En general, la contratación de servicios logísticos redundaba en beneficio del consumidor final del producto que logra un mejor precio, un mejor servicio, una mejor calidad y, además, mejora la competitividad de la empresa usuaria de servicios logísticos en el mercado. (José Raciatti, 2022).

Dicha actividad abrió paso vital para el desarrollo personal ya que permitió interactuar con distintas áreas dentro de la empresa además dio una oportunidad de desenvolvimiento ya que había contacto directo con distintos asociados de la misma ya que como se menciona, cuando la actividad fue asignada se designaron distintos compañeros que fueron guía para la revisión de los documentos, primero se mostraron contratos antiguos muchos de ellos ya habían culminado su fecha de vigencia y otros estaban próximas a terminar con el propósito de

comprender como era la forma correcta tanto en redacción, información necesaria dentro de los mismos, entender y comprender las cláusulas porque estaban y porque otras que se habían mencionada no estaban consideradas además de conocer las autoridades importantes que firman dichos contratos.

Luego de una semana en el proceso mencionado llego el momento de aplicar lo que se había enseñado claro todo esto con ayuda de un compañero el cual es el encargado de revisar corregir y anexar puntos dentro de los contratos, los primeros dos contratos se realizaron junto a su persona se revisaron en distintos días reunidos en una de la salas de conferencia que hay dentro de la empresa donde se dejaba que realizara todas las observaciones y al finalizar el encargado decía que observaciones eran adecuadas y cuales no, después estas actividades se realizaban completamente solas, el departamento de legal enviaba directamente los contratos para someterlos a revisión lo cual era una tarea mínima de dos a tres días usualmente los contratos contaban en un alrededor de 25 a 40 páginas, sin contra anexos todas esas páginas debían ser leídas y comprendidas de la mejor manera saber que era lo que la empresa Cargill era lo que necesitaba o quería solicitar y ver que eso estuviera plasmado claramente en el contrato además de revisar muy a detalle lo que eran las clausulas ya que eran restricciones para ambas partes, coberturas por cualquier motivo que lo llegara a requerir.

Por ultimo se realizaba el anexo de gastos o costos que tendrían durante el contrato y la documentación de ambas empresas lo que incluía escrituras públicas, cédulas de identificación de las autoridades que firmaban los contratos, usualmente dueños, representantes legales, encargados y gerentes regionales de ambas partes, RTN tanto de las personas como de las empresas.

2.1.2. Reporte de gastos por cuentas contables

La coordinadora de logística outbound es un puesto que consiste en la parte administrativa del área lo que incluye un poco de distintas áreas como lo legal, financiero entre otros la actividades de realización del reporte de gastos del año fiscal fue una actividad que se llevó a cabo primeramente conociendo una base de datos ya establecida de los gastos que se generan en un total de seis meses los cuales muchos son constantes es decir que se presentaban en cada mes y a la vez muchos que solo estaban en algún tiempo, dicha actividad se realizó con un miembro del área de finanzas quien brindo la información detallada de gastos para la cual se realizó un reporte detallado a profundidad de cada uno de los gastos y al finalizar un análisis donde se comparó en el sistema si todo lo registrado como gasto era la misma cantidad que se había

gastado para esos meses al concluir este punto se elaboró un análisis donde se dio a conocer que gastos eran constantes, cuales no que debía eliminarse distintos gastos que se podían economizar además de generar propuestas para disminuir costos innecesarios.

La actividad se llevó a cabo durante un par de semanas en la cual se desglosó todos los gastos generados por parte de esa área de la empresa de todo el año fiscal y detallando cada uno de los gastos. Todo este reporte se realizó con la ayuda del departamento de finanzas ya que ellos son quienes llevan el control contable de los gastos junto con el detalle y bajo supervisión del jefe inmediato.

La actividad fue asignada directamente por parte del jefe inmediato el cual describió como debía realizarse el reporte y que debía incluir detalladamente a la vez que mostro el reporte del año fiscal anterior en el cual fue explicando cómo debía ser el formato ya que es algo que esta predeterminado dependiendo el tipo de reporte y el área de la empresa. Seguidamente se brindo toda la información necesaria ya que este reporte debería ser detallado a profundidad anteriormente realizaban reportes de gastos de una manera general, es decir; "pago de seguridad" y el total a diferencia de el que fue solicitado debía ser detallado punto por punto, es decir; "pago de seguridad semana 1 en horario tal a tal" es decir desglosando el total que era lo que se utilizaba anteriormente por lo cual este reporte fue muchísimo más largo que el anterior.

Se contó con un gran aporte del departamento de ventas, ya que la coordinadora fue quien compartió las facturas en las cuales se desglosaban los distintos pagos de cada área o departamento en las cuales estaba dividida el reporte. Este trabajo llevo varias semanas ya que el reporte debía ser ordenando por fecha y no solamente por mes sino por día por lo que se tuvo que realizar primero un arreglo en las facturas que el departamento as clasifica por mes más sin embargo no por día por lo que antes de realizarlo

2.1.3. Evaluación de arte de producto terminado Petfood (Gati)

Esta actividad consistió en el análisis y evaluación de los empaques de los distintos productos de la línea Gati en presentación de 8 kg, en las cuales se tomó en cuenta el material del empaque, lo moderno que era, su atractivo y la aceptación que había por parte del mercado meta de los mismos se generó un pequeño informe describiendo distintos puntos de mejora como ser el color de algunas imágenes para mejorar su vistosidad y atractivo y la combinación de colores relaciones específicamente al estilo de cada uno de los productos.

Generalmente los consumidores seleccionamos productos por lo que vemos o leemos en sus empaques, en el diseño de estos debemos buscar sobresalir entre la competencia, este empaque es el que ayudará a que la marca y/o empresa sea identificada, por lo que no debemos dejar de lado que es una herramienta de promoción y de venta.

Resulta sumamente importante que las marcas pongan mucho interés en la envoltura de sus productos para hacerlos atractivos en el punto de venta, al convertirse en su punto de contacto principal.(Antulio Ortíz, 2020)

Esta tarea fue una actividad muy interesante ya que son funciones que uno aprende en la universidad sin embargo no son aplicada en la práctica como se hizo en el caso mencionado, dicha actividad fue con acompañamiento del área de ventas ya que el departamento de mercadeo trabaja solamente home office sin embargo después de ir a las plantas donde se encuentran todos los empaques se realizó una videoconferencia con el departamento de mercadeo para hablar acerca de distintos factores como el material, tamaño, diseño, colores y todo lo que incluye el test packaging.

2.1.4. Diseño de formato de ordenes

Dicha actividad fue asignada por parte del departamento de logística en conjunto con el departamento de transportes en el cual se solicitó un formato que contara con toda la información vital necesaria para cada una de ambas áreas, para manejar todos los pedidos realizados por parte de los clientes tanto de forma local como de exportación, para lograr llevar a cabo esta actividad se recibió un asesoramiento en el cual se detallaron todas las partes importantes de este formato desde el área de atención al cliente que es donde inicia todo el proceso ya que son ellos quienes reciben las ordenes de los clientes de forma directa las ingresan en un programa que la empresa diseño del cual no se puede dar una explicación amplia y a detalle de como funciona y como se divide por temas de confidencialidad por parte de Cargill, luego de ingresarlas en este programa él hace una separación entre pedidos locales y pedidos internacionales. También se recibieron charlas para conocer ambos procesos de una manera más interna de cada área para lograr entender que requerimientos se consideraban de alta importancia para no dejar por fuera y que ambos departamentos trabajaran en conjunto de una manera más fácil y uniforme.

Esta actividad ya estaba en planes de acción desde unos meses antes pero no se había puesto en marcha ya que no contaban con una persona que le destinara tiempo ya que todos cuentan

con tareas respectivas de acuerdo con su puesto de trabajo, por lo que fue el momento oportuno para poder realizarla y adaptarla para poder iniciar.

Finalmente, luego de los procesos mencionados anteriormente se realizó el análisis del formato por parte de los coordinadores para verificar que estuviera toda la información requerida por ambas luego del proceso de revisión, seguidamente se procedió a llenarlo con ordenes anteriores ya entregadas para verificar que el proceso fuera correcto sin afectar a ninguno de los clientes.

2.1.5. Realización de solicitud de fletes

Esta actividad fue solicitada directamente por el departamento de transportes y despacho para un mejor conocimiento de empresas con que trabajan directamente tanto terrestre como marítimo ya que se utilizan tanto para exportación como para importación para el envío de pedidos, la actividad consistió en realizar pedidos de contenedores, rastras o camiones idóneos para los distintos pedidos semanales.

El proceso iniciaba en el área de atención al cliente el cual es un departamento vital para muchas funciones ya que la mayor parte de procesos inician por ahí y este no es la excepción, la solicitud de fletes no es solo con las empresas de transporte que brindan el servicio a Cargill, también le denominan así a el cobro que se les hace a los clientes por flete ya que es un gasto que el cliente de Cargill también absorbe.

El proceso inicial es revisar el sistema donde se ingresan las ordenes por parte de los clientes con apoyo del departamento de atención al cliente y despacho para realizar una evaluación correspondiente para conocer que vehículo sería necesario debido a la cantidad de toneladas y el tipo de viaje y de seguridad como lo es seguros que los clientes deben de pagar todo esto depende del tamaño de la carga, con esta información se hacía una elección de que empresa sería la correcta debido a temas de costos, y comodidad se hacia la propuesta a transportes y ellos daban la aprobación o la denegación ya una vez obtenido el visto bueno se procedía a realizar la solicitud del equipo a la empresa seleccionada y esperar su confirmación lo cual era un proceso relativamente sencillo pero sin embargo si se tardaba mucho en realizar la solicitud se arriesgaba a no conseguir la unidad que se necesitaba o peor aún que la fecha en la que debía salir el producto no estuviera disponible, lo que hacía difícil la situación ya que básicamente era un tema de comunicación pero muchas veces el área de transporte no daba respuesta el mismo día al igual que las empresa de transporte terrestre y navieras.

Capítulo III

En este apartado se da a conocer la propuesta de mejora que se implementó durante el tiempo de práctica profesional además las propuestas de mejoras que se identificaron en el tiempo dentro de la empresa Cargill de Honduras.

3.1. Propuestas de Mejora Implementadas

3.1.1. Propuesta 1: Actualización del calendario de pedidos

3.1.1.1. Antecedentes

El principal uso que le da Cargill a los calendarios para cada uno de sus pedidos es el de llevar un control sistematizado semanal de las ordenes que hacen sus clientes. En este caso específico se podría decir que Cargill utiliza principalmente los calendarios para contar con una guía de la información general en la cual se hace mención del día que el pedido saldrá de la planta de producción hacia su destino.

Dentro de la empresa se tiende a utilizar un el calendario de pedidos el cual es un instrumento vital para llevar un control sistematizado de sus pedidos el cual está compuesto por; número de orden, nombre del cliente y la orden para tener un control de las ventas que realizan diariamente. En este caso específico se puede decir que la empresa lo ha usado como guía tanto por el control de pedidos como la fecha de los mismo y el destino específico de entrega.

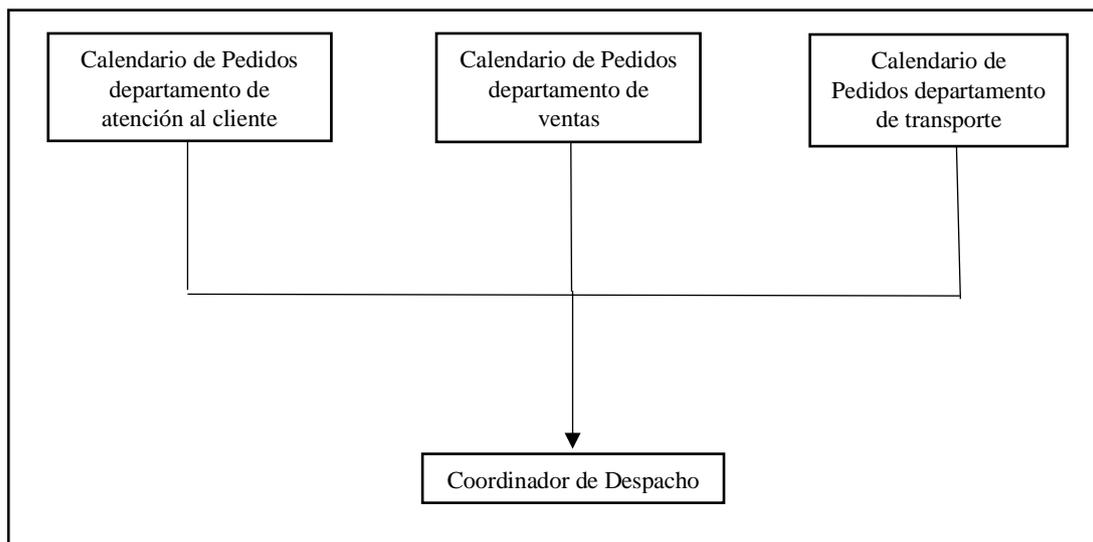
Si bien los calendarios ya estaban implementados en el departamento de transportes y Logística varios de ellos no funcionaban correctamente o incluso del todo lo cual causaba confusión para los mismos asociados e incluso causaba conflictos internos por la falta de claridad entre las distintas áreas. Además de que generaban confusión en los distintos departamentos ya que no se comprendía claramente tanta información.

Estos conflictos han venido a repercutir de maneras negativas como lo es que han llegado con retraso los pedidos, lo que ha generado molestias por parte de los clientes lo cual es algo negativo ya que el tener clientes insatisfechos genera perdidas para la empresa ya que no se sabe cómo podrían reaccionar, ya que su impacto se ve reflejado directamente en los costos de la empresa, porque estos clientes se pueden perder por temas de inconformidad lo que implica menos venta por lo que se debería de plantear una nueva forma de captar clientes lo cual implica una inversión la cual no siempre es redituable y lo más difícil retener a los clientes inconformes también implica inversión ya que debido a que hay una molestia se debe buscar la forma de demostrar porque eligieron esta empresa y como se logra esto dando descuento por el

inconveniente ofreciendo descuentos en la próxima compra brindarle incentivos para que no lo cambien por sus competidores y para evitar malos comentarios de la empresa.

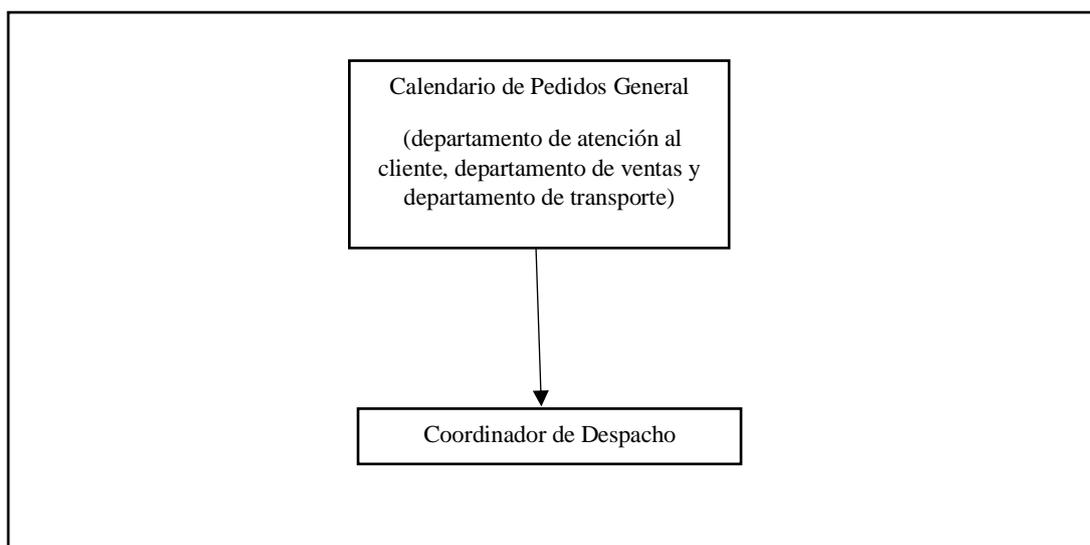
Cabe mencionar también que esta propuesta se dio junto con el coordinador de despacho quien era el que debía mantener el control de todo lo que sale de la planta y coordinarlo hasta su destino ya que sobre el recaí todo el peso de responsabilidad y entrega en tiempo y forma solicitado y el menciono que ya habían tenido los problemas mencionado anteriormente po lo cual necesitaba una manera de reducir el margen de error de los distintos calendarios y que mejor manera que reducir todos a uno solo que se volviera eficiente y funcional para todas las partes logrando de esta manera el mejor resultado para sus clientes.

Figura 2. Calendarios de Pedidos Inicial



Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Calendario Actual



Fuente: Elaboración propia

3.1.1.2. Descripción de la propuesta

La propuesta consistió en la revisión total de cada uno de los calendarios establecidos para cada una de las áreas ya que, atención al cliente contaba con uno, atención al cliente otro transporte también del departamento de despacho debía analizar, ordenar y coordinar todos los calendarios antes mencionados, así como una evaluación exhaustiva de cuál era el calendario más adecuado para manejar en los distintos departamentos evitando la confusión y los conflictos, sobre todo poder realizar una actividad diaria de una manera más sistematizada y entendible para todas las partes involucradas. De esta forma se pretendía ayudar a todas las áreas sin generar molestias por preferencia o inconformidad por lo cual se tomó en consideración todos los calendarios mencionados anteriormente.

Para llevar a cabo la implementación de la propuesta se dedicaron ciertas horas del horario laboral por parte de los departamentos de ventas, logística y transporte para editar y configurar cada uno de los calendarios para resolver inmediatamente cada uno de los problemas mencionados anteriormente, ya que dentro de cada calendario existían disyuntivas, por lo cual se buscó la manera de corregirlos y dejarlos a una máxima claridad para poder definir cuál sería el que se denominaría como calendario formato o guía. Este mismo trabajo no tuvo costo alguno a parte de las horas laborales invertidas debido a que Cargill opta por utilizar calendarios diseñados por sus mismos colaboradores utilizando de este formato planificador amigables para todos y explotando así los talentos.

Si bien los calendarios de planificación son generalmente fáciles de configurar es necesario que se visualicen tutoriales realizados por expertos en internet para tener una idea clara de cómo utilizar y sacar el mayor provecho de cada una de sus funciones.

3.1.1.3. Impacto de la propuesta

Gracias al diseño de un calendario de planificación en el cual se extrajeron las partes más importantes de los distintos con los que ya contaba la empresa de esta forma se adaptará a cada una de las áreas y cuando pasa por el filtro final el cual sería por el coordinador de despacho se vuelve una tareas más sencilla de controlar y manejar gracias a que todas las áreas se encuentran ordenadas sistemáticamente en una sola planificación por lo cual es un trabajo entendible para todos y fácil de manejar ya que cuenta con todas las áreas en su respectivo orden y forma igual que el que utilizaban anteriormente.

Se agilizó el proceso de recolección de información por parte de los responsables por departamento lo cual los hace más eficientes al llevar a cabo este proceso en menor tiempo y permite realizar un trabajo mejor organizado y dando más oportunidad de rectificar errores o variantes durante el proceso.

La optimización de cada uno de los calendarios mejoro la claridad de respuesta en general por parte de cada una de las áreas, de la misma forma redujo el tiempo de salida de los camiones y/o contenedores además de que se agilizo el proceso de salida y lo más importante es que elimino la confusión que se generaba por la discrepancia en el día que salían las órdenes si estaban completas y otros distintos factores. Esto también permitirá que la relación entre los departamentos sea más amena.

La relación y satisfacción de los participantes genera buenas actitudes y logra mantener a los empleados en ambiente laboral agradable él cual se verá mejorado a largo plazo y en retrospectiva representara la calidad del trabajo de Cargill como compañía y su responsabilidad activa en el ambiente laboral dentro de cada una de las partes que la conforman.

Añadiendo de las cosas más positivas de esta propuesta es que bien genera mayor claridad para toda las partes involucradas además de que reduce los inconvenientes y problemas con los clientes lo que a su vez genere menos gastos y mayores ganancias además de que el diseño y la implementación del nuevo calendario no requirió de ningún costo monetario adicional a la empresa y se logró un ahorro en tiempo de despacho reduciendo el estrés en sus colaboradores menos horas de trabajo ya que se volvió mucho más eficiente.

Una vez aplicando el calendario se pudo determinar que ya no hay demora en los pedidos manteniendo clientes felices y satisfechos con el servicio que brinda la empresa y el nivel de confusión entre los departamentos disminuyo considerablemente.

3.2. Propuestas de Mejora

3.2.1. Propuesta 1: Aumento de producto en tarimas

3.2.1.1. Antecedentes

La empresa Cargill cuenta con áreas de almacenamiento para producto de consumo animal separado por el tipo de animal, para evitar la contaminación cruzada, esta propuesta se realiza para el área de la marca Alcon la cual cuenta con su planta de producto animal denominada Petfood que es alimento para perro y gato.

El problema que se visualizó dentro de esta área es que la empresa cuenta con un límite permitido para poder sacar el producto terminado hacia los distintos puntos de entrega, pero ya que existe una medida limite la cual no es alcanzada por ninguna de las tarimas actualmente dejando un margen muy por debajo del límite permitido, genera una pérdida de volumen, capacidad de almacenamiento y genera gastos extras a la empresa ya que se hacen pagos por la renta de alquiler de tarimas, pago por fumigación de estas mismas y además la renta de los vehículos que las transportan.

Dicha idea de mejora se concretó mientras se encontraba en el departamento de ventas el cual estaba buscando la manera de incrementar sus ventas. Cargill cuenta con una muy buena reputación a nivel internacional reconocida por la calidad de sus productos y la variedad de estos mismos tanto en estilos, sabores como en precios ya que su cartera de productos es tan basta que cuenta para diferentes niveles socioeconómicos lo que le permite recibir mayores ingresos. En el departamento de venta estaba buscando estrategias para incrementar la cantidad de producto que venden a sus clientes ya que la mayor parte de ellos son clientes fijos por lo cual con la estrategia más idónea sería un proceso adaptable.

3.1.2.2. Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en incrementar el volumen dentro de los márgenes permitidos en los contenedores ya sea de exportación tanto como importación ya que se maneja el mismo limite, para así de esta forma lograr enviar más producto terminado, aumentando los kilogramos por tarima, se realizó un análisis donde se mostraran el soporte que tienen los skus actuales los

cuales aún pueden cargar más peso que el actual sin modificarlos para todo el producto del área de Petfood de la marca Gati en la presentación de 8 kilogramos de distintos sabores. Lo que permitiría tener mayor cantidad de producto por tarima incrementando las ventas por unidades.

Con estos cambios se logrará obtener una menor cantidad de renta de alquiler de tarimas pago por servicios de fumigación, gracias al incremento de unidades por tarima, a través de esto se aumentará la capacidad de almacenamiento en la planta Sula donde se encuentra este tipo de producto terminado.

Es una propuesta que ayuda diferentes departamentos logra diferentes beneficios para la empresa ya que reduce costos y a su vez incrementa los porcentajes de venta por cuestión de imagen para el cliente es algo más llamativo ya que se puede jugar con él al tener tarimas más grandes considera que paga menos por más producto ya que las tarimas tienen un costo, además que dentro de los medios de transporte que se utilizan para enviar a los clientes tanto local como internacional pueden llevar las tarimas más cargadas por lo que el costo de su flete no incrementaría y tendrían más producto es un ganar ganar.

3.1.2.3. Impacto de la propuesta

El costo en general para realizar la propuesta sería nulo, es decir que no existen costos directos representativos para la empresa, ya que solamente requeriría unas pocas horas de trabajo en las cuales los asociados denominados cargueros deberían de aumentar la cantidad de unidades por tarima lo que no generaría ningún costo monetario.

El impacto de esta propuesta detallada anteriormente sería directamente en el área de costos los cuales se verían reducidos detallados desde costos operativos logísticos como el control y despacho de producto terminado, realizando un incremento en la cantidad de unidades por tarima de la enciclopedia Gati por tipo de presentación.

Esta propuesta nació buscando un incremento de ventas, como lo planteo el departamento de ventas mayor cantidad de unidades vendidas lo cual se quiere por dos razones, mayor ganancia para la empresa y segundo que las plantas procesadoras no están ni a la mitad de su capacidad por lo que se busca una maximización de los recursos que la empresa brinda, con dicha propuesta vemos desde el inicio ahorros gracias a la disminución de costos que es algo que no se buscaba pero que se generó en el proceso lo cual es muy positivo para Cargill ya que es una ganancia neta de la cual una parte se puede utilizar para la publicidad de este nuevo diseño

dándole el empuje al cliente y mostrándole que es un cambio que les beneficiaría a ellos de igual manera.

Figura 4. Disminución de costos

Descripción	Mensual	Anual
Ahorro Costos por alquiler de Tarima Local	\$ 55.99	\$ 671.90
Ahorro Costos por transferencia de Tarima Exportación	\$ 1,927.27	\$ 23,127.22
Ahorro Costos por fumigación de Tarima Local	\$ 10.31	\$ 123.73
Ahorro Costos por fumigación de Tarima Exportación	\$ 68.05	\$ 816.54
Ahorro de costos por flete exportación	\$ 3,505.46	\$ 42,065.56
	\$ 5,567	\$ 66,805

Elaboración: Propia

Capítulo IV

4.1. Conclusiones

- Se logro generar una idea la cual fue aprobada por la empresa ya que se pudo interpretar de manera correcta los Skus y un análisis de estos generando una propuesta para ayudar al departamento de ventas y de logística generando un ahorro neto además de que se determino una mejor utilización de los recursos con lo que cuenta Cargill.
- La estructura organizativa de la empresa y el apoyo de los asociados permitió un rápido incorporación a las actividades que se desarrollan dentro del área de forma que fuese más sencillo y dinámico el aprender las funciones básicas, haciendo que cada día fuera una oportunidad para relacionar la teoría aprendida en la universidad con la práctica laboral.
- Realizar de forma responsable todas las diferentes actividades que fueron asignadas dio la oportunidad de aportar a nuevas ideas para mejorar los procesos que hasta el momento se realizaban, todo esto se ve reflejado en el momento que la empresa asigna el líder la elaboración de los formatos de planificación y calendario con los cuales no se contaba anteriormente en la empresa.
- La presentación de una propuesta de mejora para la empresa permitió proporcionarles habilidades y demostrar capacidad de identificar un factor dentro del departamento que podía ser innovado y que a su vez sirviera de apoyo para otras áreas sin dejar de lado el proceso utilizado anteriormente.
- La práctica profesional realizada en la empresa Cargill de Honduras fue una gran oportunidad de aprendizaje que permitió establecer un buen cimiento para lo que será la vida profesional que eta a punto de comenzar, el grado de profesionalismo y los estándares de responsabilidad que implica desarrollar actividades dentro de Cargill permiten además tener una visión clara que la vida laboral implica desarrollar ventajas competitivas y dinamismo.

4.2. Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones para la empresa

Para la empresa Cargill se les recomienda elaborar un manual sencillo de introducción básica para los practicantes sobre cada una de las áreas en las que se divide la empresa, sus procesos y roles de cada participante para que los mismos se familiaricen mucho más rápido con la comunicación y colaboración habitual que se da entre cada una de estas, ya que es una empresa bastante grande y dividida de muchas formas lo cual hace difícil la comprensión de muchas cosas al iniciar.

4.2.2 Recomendaciones para la institución

Se le recomienda a UNITEC dar un mayor asesoramiento a sus estudiantes a finales de sus carreras para ir mejor preparados para lo que es trabajar con una empresa, a través de alguna clase de asesoramiento y guía antes de iniciar con la práctica profesional.

4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes

Para los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales que realicen su práctica en Cargill que aprovechen esta gran oportunidad y que no tengan miedo a salirse del área de mercadeo es una empresa completa en todos los aspectos por lo cual permite salir de sus zonas de comfort tanto profesionales como intelectuales y personales, por lo que se les recomienda mantener durante todo el proceso de práctica el deseo por enriquecerse de nuevas destrezas competitivas.

Bibliografía

Agostina Muriel. (2020, julio 27). *RD Station*.

<https://www.rdstation.com/es/blog/fidelizacion-del-cliente/>

Antulio Ortíz, G. V. (2020, marzo 9). *AAGA Marketing*. <https://aaga.com.mx/que-es-la-evaluacion-de-empaque/>

Barbara Murray. (2016). *La planificación empresarial*.

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553924.pdf

Biblioteca UAH. (2019).

http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/enciclopedias_y_diccionarios.html

Cargill. (2022). <https://www.cargill.com.hn/es/descripci%C3%B3n-general-de-la-compa%C3%B1%C3%ADa>

Comercial Aviles. (2021). <https://www.comercialaviles.com/blog/tipos-de-pallets-cuales-son-y-para-que-se-utilizan/>

Coto Consulting. (2021, junio). otoconsulting.com/estudios-de-mercado/estudios-cualitativos/test-packaging/#:~:text=¿Qué%20es%20el%20test%20packaging,del%20packaging%20de%20los%20productos.

Douglas da Silva. (2021, octubre 7). *Block de Zendesk*.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-cartera-productos/>

Enrique Rus Arias. (2020, mayo 5). *Economipedia*.

<https://economipedia.com/definiciones/orden-de-compra.html>

José Raciatti. (2022, marzo 26). *É Logística Revista Énfasis*.

<https://logisticasud.enfasis.com/historico/el-contrato-logistico-tiempo-de-nominar-lo-innominado/#>

Mecalux. (2022). <https://www.mecalux.com.mx/quienes-somos/el-grupo-en-el-mundo>

Myriam Quiroa. (2020). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-clientes.html>

Raul de Tena. (2020, septiembre 23). *Holed*. <https://www.holed.com/es/blog/que-es-el-sku>

Rockcontent. (2016). <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/>

The official Board. (2020). <https://www.theofficialboard.es/organigrama/cargill>

Tradelog. (2020). [https://www.tradelog.com.ar/blog/logistica-](https://www.tradelog.com.ar/blog/logistica-outbound/#:~:text=La%20logística%20outbound%20se%20encarga,pedidos%20y%20el%20transporte%20final.)

[outbound/#:~:text=La%20logística%20outbound%20se%20encarga,pedidos%20y%20el%20transporte%20final.](https://www.tradelog.com.ar/blog/logistica-outbound/#:~:text=La%20logística%20outbound%20se%20encarga,pedidos%20y%20el%20transporte%20final.)

Glosario de términos

- 1. Canal de distribución:** Son el medio a través del cual una empresa fabricante elige hacer llegar sus productos al consumidor final, procurando que sea lo más rentable y eficiente posible. (*Rockcontent*, 2016)
- 2. Cartera de productos:** Es el conjunto de productos y servicios que una empresa comercializa. El objetivo de la cartera de productos es ayudar a los líderes a orientar sus acciones, brindándoles visibilidad de las perspectivas de crecimiento y desarrollo de mercado. (Douglas da Silva, 2021)
- 3. Clientes Fijos:** Son los que compran con cierta regularidad en nuestro negocio, se les presta mucha atención porque son los que están formando nuestro nivel de ventas y de ingresos. Se deben buscar los medios para conservarlos y retenerlos. De ellos depende la sobrevivencia de la empresa. (Myriam Quiroa, 2020)
- 4. Enciclopedia:** Son obras de consulta, ordenadas alfabética o sistemáticamente, de términos y nombres, que contienen una visión general concisa sobre una amplia variedad de temas. Están escritas por varios colaboradores especializados. (*Biblioteca UAH*, 2019)
- 5. Fidelización:** Consiste en retener clientes ganados, que continúan comprando tus productos o servicios gracias a las experiencias positivas que han tenido con tu empresa. Para esto, es necesario un conjunto de interacciones satisfactorias, que desarrollarán una relación de confianza con la clientela a largo plazo. (Agostina Muriel, 2020)
- 6. Formato planificador:** Proporcionan a su empresa información de calidad que le ayuda a tomar buenas decisiones empresariales y a supervisar el rendimiento de la empresa. (Barbara Murray, 2016)
- 7. Logística Outbound:** Es la que se encarga de hacer llegar el producto terminado desde su lugar de fabricación o desde el almacén hasta el cliente final. Incluye, por tanto, tareas

diversas como el almacenamiento, la preparación de pedidos y el transporte final.(Javier Merlero, 2021)

8. **Orden de compra:** Es un documento mediante el cual el comprador solicita mercancías al vendedor. (Enrique Rus Arias, 2020)

9. **Pallets:** Los pallets de madera se posicionan como los elementos más usados en los sectores logísticos, representando valores entre un 90 y un 95 %. Estos datos responden, entre otros, a su bajo costo de mantenimiento y su larga vida útil y a que la madera es fácil de reciclar.(*Comercial Avilés*, 2021)

10. **Producto terminado:** Es el bien resultante del proceso de fabricación. Es decir, aquel bien que se obtiene tras pasar por el proceso de producción y que queda listo para su entrega; ya sea para incorporare a otro proceso de producción, o para ser entregado al consumidor final.(Enrique Rus Arias, 2020)

11. **SKU:** Es, básicamente, el código que identifica a un producto concreto que está a la venta. (Raúl de Tena, 2020)

12. **Tarima:** Son los soportes más utilizados para la manipulación de los productos y su ubicación en los racks. Las más utilizadas son las tarimas de madera, aunque últimamente están cobrando fuerza las tarimas de plástico que, además, pueden fabricarse con materiales reciclados.(*Mecalux*, 2022)

13. **Test Packaging:** Se refiere a la evaluación de visibilidad, reacciones iniciales, impacto atencional, imágenes y sensaciones que son proyectados a partir del packaging de los productos. (*Coto Consulting*, 2021)

Anexos

Anexo 1: Pallets Propuesto vrs Actual Gati Pescado



Anexo 2: Pallets Propuesto vrs Actual Gati Pollo

