

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC
CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO
CEUTEC
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
INVERSIONES LA PAZ JETSTEREO

SUSTENTADO POR:

OSCAR JOSÉ ROSALES FRANCO

11441073

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

TEGUCIGALPA, M.D.C.

C.A.

HONDURAS,

29 DE MARZO, 2020

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de creer, de creer en mí mismo y de siempre brindarme autocontrol, persistencia y disciplina y ser mi apoyo incondicional en los momentos buenos y malos en toda mi formación académica.

Gracias a mis padres Rodolfo Rosales Caraccioli y Norma Franco por ser mi apoyo en todo momento, por creer en mí y en mis sueños, por confiar en mí y en mi criterio y siempre encaminarme para luchar por un mejor futuro para mí sin conformarme nunca, agradezco su sacrificio para tener una formación académica de calidad y de primer mundo.

A mis abuelos Oscar Rosales y Lilian Caraccioli por ser parte de mi formación como persona adulta, por los valores que me inculcaron y por el inmenso cariño que me brindaron por todo el camino hacia mi graduación.

De igual forma agradezco a Inversiones La Paz por abrirme sus puertas en una de sus más grandes empresas como ser Jetstereo y brindarme la oportunidad de aprender de una de las empresas con mercadeo más agresivo y líderes en distribución de Honduras y a los catedráticos de Unitec por sus enseñanzas y preparación para introducirnos al mundo laboral y tener una buena base.

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	VI
Introducción.....	IX
CAPÍTULO I-GENERALIDADES DE LA EMPRESA	1
1.1. Objetivo General.....	1
1.2. Objetivo Específicos	1
1.3. Datos Generales de la Empresa.....	2
1.3.1 Reseña Histórica de Jetstereo	2
1.3.2 Misión.....	3
1.3.3 Visión.....	3
1.3.4 Valores	3
1.4 Fundaciones de Jetstereo (Inversiones La Paz)	4
1.5 Departamento Asignado.....	5
1.5.1 Jetstereo Organigrama.....	5
1.5.2Listado de Productos.....	5
CAPÍTULO II- ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN	6
2.1 Realizar Comunicados de BTL Para Tiendas Jetstereo	6
2.2 Llevar Control de Facturación.....	7
2.3 Registro de Evaluaciones de Tienda Jetstereo.....	8
2.4 Llevar Registro de Evaluaciones de Tienda Jetstereo Express.....	9
2.5 Realizar Órdenes de Compra.....	10
2.6 Realizar Informe de Cierre de Actividades BTL.....	11
2.7 Realizar Proyectos De Reestructuración e Innovación	12
2.8 Participar En Reuniones Semanales De Ventas.....	13
2.9 Realizar Supervisiones de Eventos Patrocinados	14
2.10 Realizar Impresión de Banner y Promocionales para BTL	15
CAPITULO III-ACTIVIDADES DE MEJORA	16
3.1 Actividades de Mejoras.....	16
3.1.1 Estructurar y Promover Nuevas Promociones o Actividades de BTL.	16
3.2 Situación Actual	17
3.3 Propuesta de Mejora	18
3.3.2 Impacto de la Propuesta de Mejora.....	23

CAPITULO IV-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	24
4.1 Conclusiones	24
4.2 Recomendaciones	25
Bibliografía.....	28
Anexos.....	29

Resumen Ejecutivo

En el mercado local, existen actualmente una gran variedad de alternativas a la hora de decidir adonde comprar productos para el hogar como televisores, estufas, celulares etc. Jetstereo se ha mantenido a la cabeza gracias a sus innovadoras estrategias, su constante aprendizaje y las investigaciones de mercado continuas por las cuales se aplica las estrategias más adecuadas para las exigencias de los clientes.

Inversiones La Paz, un grupo empresarial con más de 50 años de experiencia en el sector de distribuidor, automotriz, cooperativas, inmobiliaria, perfumes, zapatos como las tiendas Aldo y asesorías financieras, es uno de los grupos con mayor presencia en el mercado nacionales por su diversidad en los negocios abarcando diferentes mercados y segmentos a nivel nacional e internacional.

Jetstereo abrió sus puertas por primera vez en el año 1967, como parte de Grupo Osmond J. Maduro e Hijos, en un pequeño local del Barrio La Plazuela. El 12 de junio de 1987 el grupo fue bautizado con el nombre de Inversiones La Paz S.A. Con el tiempo, Jetstereo se fue fortaleciendo y llegó a tener un gran éxito como la primera tienda de equipos de sonido para aficionados. En San Pedro Sula, Jetstereo abrió el 1 de agosto de 1973. Posteriormente, inicio sus operaciones en La Ceiba el 21 de julio de 1996 y Choluteca el 15 de febrero de 1997. En la actualidad, Jetstereo es el líder de empresas especializadas en la venta de electrónica a nivel nacional. La empresa cuenta con 22 tiendas a nivel nacional en las ciudades de Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba, Choluteca, Choloma, El Progreso, Comayagua y Santa Rosa de Copan.

En Jetstereo, continúa esforzándose por ofrecer la tecnología más avanzada, precios accesibles y el mejor servicio y asesoría que nuestros clientes pueden encontrar, para así superar las expectativas.

Actualmente, Jetstereo pretende expandirse a todos los segmentos de mercados, iniciando por gama alta con Jetstereo por su posicionamiento en el mercado como una marca innovadora, a la vanguardia en productos y diferenciación, se pretende para las clases B+ y C+ Jetstereo Express cubra con todas sus necesidades y se enfocaran en distribuir productos más económicos actuando como un híbrido entre Jetstereo y las tiendas Motomundo para diversificar sus productos, para el segmento C se manejara Jetstereo Móvil ya que se enfocara en productos como complementos para celulares y celulares de gama media y baja.

Con este proyecto se propone la creación de una aplicación para poder optimizar procesos internos de la empresa con el fin de ahorrar grandes cantidades de dinero en presupuestos futuros de mercadeo por gestiones contables y por falta de cooperación de los Jefes de Tienda, esto impactaría tan económicamente, procesos y tiempo a la empresa.

También se pretende la viabilidad del proyecto para ser ejecutado o diseñado por IT ya que esto beneficiaría a la empresa en disminución de costos, se podría hacer un diseño por medio del departamento de Marketing Digital, IT se encargaría del desarrollo de la aplicación con ayuda de su personal que en mayoría son ingenieros en sistemas y al ser una aplicación básica no se tendría problema, al desarrollarse la aplicación el departamento encargado de capacitar y de apoyar a los jefes de tienda y sus asistentes sería Contact Center que el encargado de resolver los tickets o

quejas enviadas a Jetstereo y del desarrollo de programas internos de la empresa para agilizar procesos digitales.

En caso de que se desarrollara por medio de tercerización se contrataría una empresa llamada Smart Apps Honduras o MAS Digital que se encargaría de desarrollar bocetos o diseños para ser presentados a Jetstereo y desarrollar la aplicación de acuerdo a sus especificaciones y a capacitar a las personas encargadas de la inducción sobre cómo funciona la aplicación o crear un manual de protocolo para que se le facilite a cualquier, esto elevaría los costos ya que se tendría que contratar a una empresa en vez de realizarla en Inhouse.

Introducción

El mercado creciendo al igual que la demanda genera que las grandes empresas se tengan que reinventar, innovar y buscar alternativas o estrategias para poder abastecer las necesidades en aumento de los clientes que cada vez se hacen más exigentes, La empresa se está enfocando en diversificar y acaparar la mayor cantidad de segmentos posibles basándose en estudios, estrategias e investigaciones de mercado para que sean efectivas estas medidas.

El Grupo Inversiones La Paz busca abarcar más mercados e incrementar su alcance en los sectores más rentables del país, su expansión de la empresa Jetstereo con sus dos empresas complementarias Jetstereo Express y Jetstereo móvil es evidencia de esto, el grupo se ha enfocado en reinventarse, se han vendido empresas como Cosmo Moda Honduras, Panamá y El Salvador para impulsar las compañías más rentables y abarcar más segmentos de mercado a nivel nacional.

Jetstereo es una empresa distribuidora que se ubica en las ciudades más importantes de la Honduras y en las ciudades cuyos desarrollos han sido notable en los últimos años , se enfoca en la distribución de productos para el hogar como línea blanca, televisores, estufas, mercados con alto nivel de competencia como el de celulares, laptops y smartwatches, por manejar productos de alta gama hay exigencias y estándares de calidad además de que las tiendas demuestran el status que mantienen en el mercado aunque a veces ha sido una desventaja ya que los catalogan como productos costos.

Dentro del proyecto se muestran las generalidades de la empresa, así como reseñas históricas, objetivos, misión y visión y adonde se dirige la empresa. Se detalla la situación actual de la empresa y cómo ha evolucionado en los años anteriores, se puede tener una idea de adonde se dirige y la reingeniería interna por la que está pasando Inversiones La Paz con el fin de ser cada

vez más rentable y seguir creciendo en un país económicamente complicado, situación política inestable, con mercados contraído y vulnerables, se detalla técnicas, administración interna, conflictos y oportunidades de mejora para la empresa.

La globalización ha generado que empresas como Jetstereo se reinventen y busquen maneras más eficientes y estrategias para estar un paso adelante sobre su competencia, se ha acudido a innovación tanto en tecnología como es la instalación del programa SAP que consistirá en centralizar toda la información de todo el Grupo de Inversiones la Paz para que todos sus empleados tengan accesos y manejen sus actividades diarias de manera más proactiva, Jetstereo se mantiene entre las primeras opciones de los clientes por su diferenciación e innovación y si continua su proceso de optimización siempre mantendrá una distancia moderada sobre sus competidores.

CAPÍTULO I-GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1. Objetivo General

Estructurar una propuesta de valor y mejora para la empresa Jetstereo del Grupo Inversiones La Paz en el área de mercadeo y BTL que permita un impacto notorio en cuanto a innovación, creatividad y competitividad, de igual manera, desarrollar un desempeño eficaz en las actividades diarias por medio de la aplicación de habilidades y conocimientos adquiridos durante la formación en pregrado.

1.2. Objetivo Específicos

- 1.2.1.1.1 Comprender el funcionamiento cotidiano de la empresa u organización y en esta dinámica desarrollar una actividad creativa frente a las diversas áreas del ejercicio profesional.
- 1.2.1.1.2 Confrontar los conocimientos, destrezas y habilidades adquiridas durante pregrado, para tener conciencia de sus fortalezas y debilidades en desempeño futuro.
- 1.2.1.1.3 Adquirir hábitos y destrezas de organización y planeación para complementar, formular alternativas, propuestas de valor y dirección de tareas profesionales aplicadas en la mercadotecnia.

1.3. Datos Generales de la Empresa

1.3.1 Reseña Histórica de Jetstereo

Jetstereo abrió sus puertas por primera vez en el año 1967, como parte de Grupo Osmond J. Maduro e Hijos, en un pequeño local del Barrio La Plazuela. El 12 de junio de 1987 el grupo fue bautizado con el nombre de Inversiones La Paz S.A.

Con el tiempo, Jetstereo se fue fortaleciendo y llegó a tener un gran éxito como la primera tienda de equipos de sonido para aficionados. En San Pedro Sula, Jetstereo abrió el 1 de agosto de 1973. Posteriormente, inicio sus operaciones en La Ceiba el 21 de julio de 1996 y Choluteca el 15 de febrero de 1997.

En la actualidad, Jetstereo es el líder de empresas especializadas en la venta de electrónica a nivel nacional. La empresa cuenta con 22 tiendas a nivel nacional en las ciudades de Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba, Choluteca, Choloma, El Progreso, Comayagua y Santa Rosa de Copan.

Otras empresas que, en la actualidad, junto a Jetstereo forman parte de la familia Inversiones La Paz son:

- Ultramotor
- Motomundo
- Motor Link

En Jetstereo, continuamos esforzándonos por ofrecer la tecnología más avanzada, precios accesibles y el mejor servicio y asesoría que nuestros clientes pueden encontrar, para así superar las expectativas.

1.3.2 Misión

1.3.2.1 Jetstereo

Continuamente sorprender al consumidor hondureño superando sus expectativas durante el proceso de adquisición de tecnología para el hogar y la oficina, garantizando la mejor selección de artículos de alta calidad en un ambiente moderno con un servicio amigable, especializado, personalizado y rápido, a precios competitivos y crédito accesible, buscando siempre una rentabilidad adecuada para la empresa.

1.3.3 Visión

1.3.3.1 Jetstereo

Ser la empresa líder en el mercado por ofrecer a los clientes el más alto valor en su compra de tecnología para el hogar y la oficina, agregando a la calidad de los artículos un servicio excepcional, reflejo de la cultura empresarial basada en principios de innovación, superación y ética, buscando siempre la plena satisfacción de los clientes, un ambiente enriquecedor y seguro para empleados y la rentabilidad adecuada para accionistas.

1.3.4 Valores

1.3.4.1 Integridad

Actuó siempre con transparencia y respeto las leyes, digo lo que pienso y hago lo que digo.

1.3.4.2 Actitud De Servicio

Sirvo con convicción y respeto al prójimo, la comunidad y el país.

1.3.4.3 Innovación

Género y aplico continuamente nuevas ideas, productos y servicios.

1.3.4.4 Excelencia

Excedo expectativas y busco resultados excepcionales.

1.4 Fundaciones de Jetstereo (Inversiones La Paz)¹

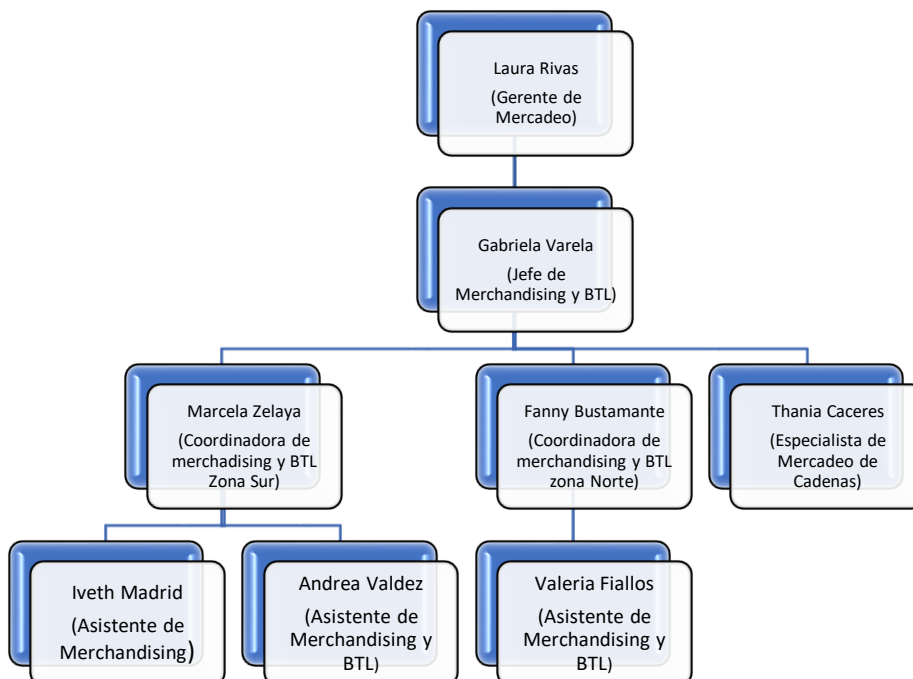
1.4.1 Ferema: Una rama importante de Inversiones La Paz es la Fundación para la educación Ricardo Ernesto Maduro Andreu (Ferema). Ferema fue creada el 22 de enero de 1998. Ferema es una asociación civil sin fines de lucro que se enfoca en crear conciencia de la importancia de la educación y promover actividades y propuesta que mejoraran la educación nacional.

¹JetStereoWordpress. (n.d.). *Jetstereo Historia*. Honduras. Retrieved Febrero 4, 2020, from <https://jetstereo07.wordpress.com/historia/>

1.5 Departamento Asignado

Mercadeo y BTL

1.5.1 Jetstereo Organigrama



Fuente: elaboración propia

1.5.1.2 Nombre del Puesto

Asistente de Merchandising y BTL

1.5.2 Listado de Productos

1.5.2.1 Jet Hogar

1.5.2.1.1 Televisores

1.5.2.2 Jet Go

1.5.2.2.1 Celulares

1.5.2.3 Jet Hogar

1.5.2.3.1 Línea Blanca

1.5.3.4 Jet Crea

1.5.3.4.1 Laptops

CAPÍTULO II- ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN

2.1 Realizar Comunicados de BTL Para Tiendas Jetstereo

2.1.1 Introducción

BTL es el acrónimo de Below the Line (también conocido como debajo de la línea), y consiste en emplear formas de comunicación no masivas dirigidas a un segmento específico, empleando como principales recursos la creatividad, la sorpresa y el sentido de oportunidad. Jetstereo realiza comunicados para informar a las tiendas de las actividades que se harán durante la semana, el ordenamiento adecuado de los productos, tantas especificaciones de cómo poner los toppers, dummies y llamadores en los productos que venden las tiendas en todo Honduras.

2.1.2 En que Consiste la Actividad

Para realizar el proceso en orden, en una presentación de PowerPoint se agrega el título y se incluyen fotos de referencia de cómo será la actividad que se realizara, se agrega un texto en el cual explica cómo se ejecutara la actividad y cuantas personas estarán involucradas, por último se incluye el logo de la empresa en cada diapositiva y se busca que todas las diapositivas lleven el mismo orden tanto en tamaño y tipo de letra en todos los textos.

2.1.3 Comentario Personal

Es importante destacar que esto ayuda a que la empresa mantenga sus estándares de calidad y presentación en el mercado, los comunicados les sirven a los jefes de tiendas como un recordatorio para hacer las actividades y estar informados de antemano para realizar las actividades de la mejor manera posible.

En mi caso genere comunicados para las campañas:

2.1.3.1 Campaña Laptop Master

2.1.3.2 Campaña Smartualizate

2.2 Llevar Control de Facturación

2.2.1 Introducción

La unidad de Mercadeo y BTL realiza un control de facturación para llevar registro de todos los costó semanales que tienen las tiendas y en base a esto realizar un informe para los Jefe de Unidad, Gerentes de Mercadeo y Directores de Ventas a nivel nacional.

2.2.2 En que Consiste la Actividad

Para realizar el proceso en orden, en una presentación de Excel se hace una un cuadro para las facturas que entran todos los lunes y martes, en la cual se ingresan los datos, primero el nombre del proveedor, numero de factura, descripción breve del servicio por el cual se pagó, el valor sin ISV y fecha de entrega a jefe inmediato.

2.2.3 Comentario Personal

El control de facturación ayuda a la empresa a mantener un orden de las facturas provenientes de los proveedores y esto ayuda al departamento de contabilidad a llevar un control más ordenado y a mercadeo para monitorear el gasto del presupuesto que mercadeo y BTL utilizan.

2.3 Registro de Evaluaciones de Tienda Jetstereo

2.3.1 Introducción

La unidad de Mercadeo y BTL realiza evaluaciones aleatorias en todas las tiendas a nivel nacional, en la cual verifican que todo lo que se le envió en los comunicados de BTL se estén cumpliendo.

2.3.2 En que Consiste la Actividad

En las evaluaciones que realizan las asistentes de mercadeo en las tiendas, se llena un formato que se divide entre exhibición, precios, presentación, espacios vacíos y material POP con sus respectivos puntajes , las evaluaciones se realizan para mantener los estándares de calidad de las tiendas, las asistentes eligen un día aleatorio para llegar de sorpresa a las tiendas y revisa toda la tienda, por líneas, familia de productos y precios, si él o la asistente de mercadeo encuentra un defecto, acrílicos quebrados, los precios no están en orden de menor a mayor o las líneas de los productos están puestos en estantes incorrectos, se le reduce el puntaje en base a 100, posterior a este proceso se le manda a los Jefes de Unidad por medio de un formato en Excel con todos los puntos reflejados y los que se le restaron y porque, posterior a esto se realiza un informe y se lo mandan al Gerente de Mercadeo y a los Directores de Ventas.

2.3.3 Comentario Personal

Las evaluaciones son herramientas muy efectivas para que las tiendas a nivel nacional puedan enfocarse en mejorar y encontrar oportunidades para resaltar sobre

las demás tiendas y la competencia, la mayoría de los Gerentes de Tienda acompañan a la asistente de mercadeo que realiza la evaluación, al final de la evaluación el Gerente de Tienda se reúne con la asistente de mercadeo para discutir en qué áreas perdieron puntaje y porque para que ellos encuentren oportunidades de mejora.

2.4 Llevar Registro de Evaluaciones de Tienda Jetstereo Express

2.4.1 Introducción

Jetstereo Express son los Kioscos y tiendas que manejan los productos de gama más económica, se venden productos como cobertores, celulares estilo Blue y Huawei y accesorios para los teléfonos, La unidad de Mercadeo de Cadenas realiza evaluaciones aleatorias en todas los kioscos y tiendas a nivel nacional de Jetstereo Express, en la cual verifican que todo lo que se le envió en los comunicados de BTL se estén cumpliendo como precios, exhibiciones y todo el material POP que se les ha enviado.

2.4.2 En que Consiste la Actividad

En las evaluaciones que realiza la unidad de cadenas en las tiendas, se llena un formato que se divide entre exhibición, precios, presentación, espacios vacíos y material POP con sus respectivos puntajes , las evaluaciones se realizan para mantener los estándares de calidad de las tiendas, la unidad elige un día aleatorio para llegar de sorpresa a las tiendas y revisa toda la tienda, por líneas, familia de productos y precios, si él o la asistente de mercadeo encuentra un defecto, acrílicos quebrados, los precios no están en orden de menor a mayor o las líneas de los productos están puestos en estantes incorrectos, se le reduce el puntaje en base a

100, posterior a este proceso se le manda a los Coordinadores de Mercadeo por medio de un formato en Excel con todos los puntos reflejados y los que se le restaron y porque, posterior a esto se realiza un informe y se lo mandan al Gerente de Mercadeo.

2.4.3 Comentario Personal

Las evaluaciones son herramientas muy efectivas para que las tiendas a nivel nacional puedan enfocarse en mejorar y encontrar oportunidades para resaltar sobre los demás kioscos y tiendas de la competencia directa, esto permite tener más participación de mercado en productos que no vende Jetstereo de gama más económica y permite expandirse en ciudades que Jetstereo según investigaciones de mercado no funcionarían.

2.5 Realizar Órdenes de Compra

2.5.1 Introducción

Mercadeo y BTL guarda todas cotizaciones de todos los proveedores que han tenido trato con el Grupo Inversiones La Paz, por lo cual para hacer ordenes de compran usan este registro para hacer comparaciones de precios.

2.5.2 En que Consiste la Actividad

Mercadeo y BTL para hacer las órdenes de compra se mantiene un formato en Excel que funciona como editable, con la cotización enviada por el proveedor se adapta al formato de orden de compra que ya maneja Jetstereo en Excel para ser enviada a aprobación por parte de Jefe de Unidad de Mercadeo y BTL para ser ejecutada y enviada al proveedor.

2.5.3 Comentario Personal

El proceso para generar órdenes de compra me parece muy eficiente ya que es sencillo, formato amigable y se ahorra mucho tiempo, se intenta que haga de manera rápida y se apruebe el mismo día para que lleguen a los proveedores y todo esté listo antes del evento de BTL para el cual se les solicito cotización.

2.6 Realizar Informe de Cierre de Actividades BTL

2.6.1 Introducción

Después de que se realizan los eventos de BTL en las tiendas de Jetstereo, Mercadeo y BTL genera un informe para resumir como estuvo el evento, cuantas personas hubo en la tienda en la semana y cuantas fueron al evento en específico o preguntaron por las promociones que se ofrecía en el evento, cuando se termina este informe se envía al Jefe de Unidad de Mercadeo.

2.6.2 En que Consiste la Actividad

Mercadeo y BTL realiza el cierre de los eventos de BTL que se hacen usualmente los sábados y domingos mediante una presentación de Word en la cual se incluye en resumen como estuvo el evento en texto, fotos del producto final, el transito que tuvo esa tienda en la semana, las personas que preguntaron por la promoción que se estaba impulsando y cuantas personas por la promoción compraron ese mismo día del evento, también se incluye en que tienda fue si fue en la ZCS (Zona Centro Sur) y la ZN (Zona Norte).

2.6.3 Comentario Personal

Los informes de cierre de los eventos de BTL son muy importantes para la empresa ya que así pueden ver en que fallaron y pueden mejorar también para saber qué actividades tienen éxito o no en las tiendas, ya que todo esto suma para generar más tráfico en las tiendas e incentivar a los clientes a comprar en la tienda.

2.7 Realizar Proyectos De Reestructuración e Innovación

2.7.1 Introducción

El Jefe de Unidad de Merchandising y BTL se reúne con la Gerente de Mercadeo cada semana para discutir proyectos internos de las tiendas, redistribución, construcción e innovación de muebles para líneas de productos y aperturas de nuevas tiendas.

2.7.2 En que Consiste la Actividad

Mercadeo se encarga de realizar investigaciones de mercado para determinar si se puede instalar nuevas tiendas en las regiones donde se ve desarrollo económico, agregando a lo anterior mercadeo se encarga de reestructurar las tiendas, investigar sobre nuevas ideas de muebles para exhibir productos.

2.7.3 Comentario Personal

Los proyectos en el cual se participó se basaban en la distribución de diferentes productos de Jetstereo como Wearables, Celulares y audífonos en un mueble reestructurado por Mercadeo, mientras más variedad de productos se

incluyen, la distribución en el mueble cambia, es importante que la distribución siempre sea ordenada.

2.8 Participar En Reuniones Semanales De Ventas

2.8.1 Introducción

El Gerente de Mercadeo se reúne con toda la unidad de Mercadeo y BTL para discutir el impacto de las estrategias realizadas la semana pasada en esta semana, se ven resultados de ventas, créditos, lluvia de ideas y puntos en que fortalecerse.

2.8.2 En que Consiste la Actividad

Después que el Gerente de Mercadeo le introduce los resultados de la semana a la unidad de Mercadeo y Merchandising, propone que se haga retroalimentación de la presentación y lluvia de ideas para las siguientes promociones semanales.

2.8.3 Comentario Personal

La retroalimentación de las reuniones ayuda a que se cree un ambiente abierto para que cada persona en la reunión pueda expresarse y dar su punto de vista e ideas de mejora para que las reuniones sean más productivas y se tome en grupo las mejores decisiones para ejecutar las estrategias.

2.9 Realizar Supervisiones de Eventos Patrocinados

2.9.1 Introducción

Mercadeo de Jetstereo patrocina muchos eventos a nivel a nacional, hace poco se realizó el patrocinio de una maratón que empezaba en la basílica de Suyapa por todo el anillo, Mercadeo se encarga de revisar, analizar y tomar decisión sobre las propuestas enviadas para aprobación de un patrocinio.

2.9.2 En que Consiste la Actividad

Posterior a la aprobación de un patrocinio, los de mercadeo se desplazan a los eventos para supervisar que todos los elementos incluidas en las propuestas aprobada estén presentes ya sea pago por escenario, las camisetas de los corredores o las vallas del tramo de Suyapa, el equipo supervisa y toma nota de que de lo que se prometió estuvo y que no para realizar un informe para el Jefe de Unidad de Mercadeo.

2.9.3 Comentario Personal

La supervisión es una manera efectiva de posicionar la marca, el maratón tuvo participación de diferentes clases socioeconómicas y como Jetstereo ahora cuenta con una empresa para cada segmento es muy importante posicionar la marca para apoyar a estas nuevas empresas crecientes como ser Jetstereo Express y Jetstereo Móvil.

2.10 Realizar Impresión de Banner y Promocionales para BTL

2.10.1 Introducción

Mercadeo y BTL está a cargo de las impresiones, materiales de impresiones y promocionales para las tiendas a nivel nacional, muchas de las impresiones se realizan en el edificio administrativo con una impresora especial ubicada en la bodega de Mercadeo.

2.10.2 En que Consiste la Actividad

La agencia un diseño ya solicitado anteriormente por Mercadeo , cuando este diseño es aprobado se le realizan ajustes en Mercadeo, se hace un sondeo de cuales tiendas contarán con la promoción de la cual se imprimirá el banner y se imprime mediante un programa llamado Plotter en el cual se ingresan las especificaciones y se procede a imprimir, cuando se terminan las impresiones se corta el papel glossy, se envuelve y se envía por medio de bodega a las tiendas locales y por medio de una empresa de transporte a las regionales y de zona norte.

2.10.3 Comentario Personal

La impresión en papel glossy de los promocionales me pareció una buena manera de disminuir costos ya que se ocupa de una impresora muy especial y a mediano plazo sale más caro imprimir en otro lado que adquirir la máquina, lo único que observe es que por la cantidad de impresiones que se realizan al mes se consume mucho la tinta y hay momentos que se quedan sin tinta cuando se deben hacer envíos importantes.

CAPITULO III-ACTIVIDADES DE MEJORA

3.1 Actividades de Mejoras

En el departamento de mercadeo constantemente se hace búsqueda de propuestas de mejora para los procesos, protocolos y formatos que se utilizan para realizar tanto actividades de BTL, evaluaciones de tiendas a nivel nacional, control de inventario de bodega y muebles de exhibición de productos nuevos, la unidad de mercadeo y BTL se enfoca en buscar nuevas ideas para hacer promociones diferentes e innovadoras a las de la competencia como:

3.1.1 Estructurar y Promover Nuevas Promociones o Actividades de BTL.

Las promociones y actividades de BTL apoyan a que se impulsen las ventas en las tiendas, se realiza una actividad mínima a la semana en la que involucra volanteo, ingreso de muebles para promociones de BTL, perifoneo etc., todas estas actividades apoyan a que el tráfico de las tiendas aumente o se mantenga e impulsar las ventas tanto de los productos que llevan tiempo como los nuevos productos ingresados, algunas de las campañas para impulsar en este mes han sido:

3.1.1.1 Campaña Laptop Master

3.1.1.2 Smartualizate

3.1.1.3 Huawei Week

3.1.1.4 Samsung Days

En temporadas altas o fechas importantes se realizan este tipo de promociones ya que se busca impulsar tanto los nuevos productos que ingresan al mercado algunos incluso con la exclusividad que le dan ciertas marcas a Jetstereo para su distribución a nivel nacional, varias marcas asignan presupuestos para

impulsar sus productos además del presupuesto que asigna Jetstereo, juntos buscan impulsarse para tener un resultado positivo en las ventas.

3.2 Situación Actual

La ideología de Jetstereo es mantenerse en el primer lugar como Distribuidora más grande de Honduras , enfocándose en seguir liderando el mercado en televisores, y telefonía, se pretenda crecer en el mercado de línea blanca, productos para el hogar como refrigeradoras, y lavadoras, se pretende crecer también en el mercadeo de licuadoras y accesorios, Jetstereo ha incluido en la mayoría de sus tiendas nuevos estantes para estas líneas de productos , la mayoría de estas ideas son percibidas en el extranjero para poder enseñar los productos.

La innovación permite que las empresas sigan creciendo y aumentando su participación de mercado, Jetstereo al ser una empresa que vende productos en su mayoría de gama alta se ha visto limitado en algunos mercados nacionales, sin embargo desarrollo una empresa llamado Jetstereo Expresa para un segmento B y C+ con el fin de expandirse y así abarcar otros nichos de mercado, agregando a esto los kioscos de Jetstereo Express han tenido tanta aceptación que están evolucionando a ser tiendas de lo cual se creó una tercera empresa llamada Jetstereo Móvil que se encargara de distribuir productos únicamente celulares y complementos de celulares servirá como una tercera empresa logrando así que la empresa Jetstereo abarque todos los nichos de mercado y así expandirse sin problema a lo largo de la nación.

En los últimos años se han generado estrategias para hacer realidad este plan tan ambicioso de expandirse a todos los nichos de mercado, incluso se ha creado una estrategia utilizando dos empresas de Inversiones La Paz uniendo una tienda Motomundo , empresa

alterna y un Jetstereo Express para crear un híbrido que venda motos como productos de Jetstereo Express, la innovación, planeación y la estrategia hace que Jetstereo además de liderar el mercado de la gama alta en celulares, equipos de sonido y televisores , también compita en los mercados de segmento más bajo pero que pueden aumentar su rentabilidad por medio de ventas por volumen.

3.3 Propuesta de Mejora

La marca Jetstereo nace con el propósito de satisfacer las necesidades de sus clientes trayendo innovación y ser los primeros en introducir productos nuevos al mercado, se le propone el desarrollo de un App que funcione como banco de fotos para material POP y para comprobantes de entrega a las tiendas de parte de los proveedores.

Uno de los problemas más grande que tiene Merchandising y BTL son las evidencias de los eventos BTL realizados durante el mes, al igual que los productos enviados por mercadeo, a pesar de ser algo básico, las fotografías de los eventos y las entregas de productos son claves ya que van anexadas como evidencias en las facturas, si no se entregan a tiempo ese pago pendiente se carga al presupuesto del otro mes por ende causa que mercadeo tenga menos presupuesto para las actividades del mes, las fotografías funcionan para hacer los comunicados de BTL de cada semana, se usan fotos de referencia para que se tenga una idea de cómo se verá el evento antes que se realice, sin las fotografías no hay referencia y causa atrasos en los envíos de los comunicados que si no están a tiempo no se puede realizar la actividad.

Otro problema son los comprobantes de las tiendas, también se anexan como evidencias a las facturas de los proveedores que se entregan a contabilidad, la mayoría de los jefes de tienda pierden el comprobante por lo que mercadeo debe enviarles un correo

para que confirmen que recibieron los productos y ese correo anexarlo a las facturas de los proveedores.

3.3.1 Proceso de desarrollo del App

3.3.1.1 Idea

La aplicación funcionara como un banco de fotos para evidencias de los eventos realizados de BTL, fotos de referencia de productos y comprobantes de entrega a tienda , el Jefe de Tienda se va a registrar y tendrá su usuario, se pretende que la aplicación para los Jefes de Tienda solo se necesita usar 3 clicks, uno para ingresar a la aplicación, uno para para seleccionar la categoría si es comprobante de tienda, material POP o eventos de BTL y el ultimo click para tomas la foto ya que estará conectada a la cámara del celular.

Para la unidad de Merchandising y BTL se pretenda que tengan su usuario y puedan acceder a cada categoría para revisar lo que ha subido cada jefe de tienda y poder descargar las imágenes subidas para poder ser anexadas ya sean para los comunicados de BTL, los comunicados de cierre mensual de actividades, comprobantes de facturas etc.

3.3.1.2 Planificación del App

El contenido e interacción del App será una herramienta útil que podrán utilizar los Jefes de Tienda para hacer sus gestiones sin necesidad que les envíen correos o les hagan llamadas y poder optimizar el proceso tanto para ellos como para la unidad de Merchandising y BTL:

3.3.1.2.1 Categorías de Selección: Mostrara las categorías de Eventos BTL, Comprobantes de Entrega, Productos Entregados.

3.3.1.2.2 Menú de Administradores: Mostrara las categorías de donde se pueda hacer descarga de fotografías igualmente por categoría.

3.3.1.2.3 Notificaciones: Se programarán notificaciones desde el perfil de administrador que funcionen como recordatorios para los Jefes de Tienda de que deben tomar la fotografía ya sea de un producto, un comprobante o un evento.

3.3.2 Estructura de Costos

A continuación, se muestra la inversión inicial del proyecto de la aplicación.

Inversión Inicial	
Desarrollo de la App	L. 18,000.00
Registro en Playstore	L. 2,457.18
Capacitación	L. 10,000
Total	L.50,457.18

Tabla 1 Inversión Inicial de la Aplicación

Fuente: Elaboración propia

Estructura de costos que se realizaran para crear la aplicación, también se incluirá el mantenimiento de la aplicación y el pago de un servidor si no se tiene o uno ya existen si se tiene para el almacenamiento de la información adquirida, en el caso de la capacitación a los jefes de tienda se manejaría a las tiendas foráneas por medio de video conferencias de parte de Contact Center e no incurriría en

ningún costo la capacitación ya que al ser una plataforma de pocos pasos y funciones esto ayudara a que no sea necesaria una gira para capacitar al personal.

La aplicación habría posibilidad de realizarla tanto en Inhouse por medio del departamento de IT, desarrollo y Contact Center como por una empresa alterna como ser MAS Digital o SmarApps Honduras.



En la lustración de arriba podemos observar una referencia de cómo se vería la aplicación para celular de Jetstereo, se puede observar el menú de inicio y en la cual la persona escogerá que tipo de foto va a realizar para que haya un orden, tanto si es como evidencias de productos escoge la categoría y lo mandara a la sección de cámara para que pueda realizar una foto del producto y se almacenara en la categoría escogida, por ejemplo si tomara evidencia de llamadores enviados, la persona selecciona la categoría y al tomar la foto se almacenara en esa categoría.

Como se crearía un usuario por Jefe de Tienda, la estaría configurado de que tienda se le esta enviando la foto para que cuando se almacene describa la fecha y de que tienda se tomo la foto o usuario de la tienda.



En la segunda ilustración podemos observar una referencia de cómo se vería la aplicación posterior a escoger una categoría, la aplicación se enlazaría con la cámara y el usuario tomara una foto del producto en la categoría que selecciono, automáticamente se almacena y lo mandara al menú principal.

Para la capacitación de los jefes de tienda de Tegucigalpa se les podrá hacer un evento o reunión en la sala de reuniones del edificio de inversiones La Paz, el costo incluiría para refrigerios para los Jefes de Tienda de Tegucigalpa, libretas para apuntar etc.

3.3.2 Impacto de la Propuesta de Mejora

3.3.2.1 Impacto

Con esta aplicación se pretende disminuir el tiempo en la que se envían los comunicados de BTL, los cierres y las facturas, esto causaría que los procesos sean más rápidos y que no se tuviera problemas con los presupuestos para cada semana ni una reducción del mismo, se apoyaría a los Jefes de tienda ya que enviando los comunicados con tiempo les ayudaría a que se organizaran mejor y que las cosas estén a tiempo en los eventos sin ningún retraso, esto genera que sean más efectivas las actividades y puedan incrementar las ventas en el punto de exhibición de productos.

Las facturas se están solicitando con todos sus componentes ahora, como el Validador del SAR, el comprobante de entrega, la copia de la factura, la constancia del SAR etc., sin embargo la mayoría de las empresas no envían las fotos de lo que entregan ya que queda a responsabilidad del Jefe De Tienda por esto el proceso se ha ralentizado y ahora más que nunca es necesaria una herramienta ya que al devolver las facturas a Mercadeo por no estar completas y esto causa que la unidad de mercadeo divida su tiempo en completar las facturas y seguir con el trabajo habitual, con la aplicación se podría evitar este tipo de situaciones e impedir que mercadeo tome mucho de su tiempo para arreglarlas y descuidar otros temas.

CAPITULO IV-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

4.1.1 La experiencia de poder adquirir nuevos conocimientos en el rubro de distribución de Tecnología, productos para el hogar y telefonía, debido que en el mercado local existe una gran cantidad de alternativas como Radio Shack, Lady Lee, La Curacao, Molineros Comercial etc., por consecuencia, ser la primera opción para el consumidor es un reto que la empresa enfrenta cada día como ser la opción número 1 de gama alta en productos para el hogar y electrónicos. Jetstereo busca la innovación constante para satisfacer y superar las expectativas de sus clientes, por lo que se encuentra siempre en la búsqueda de nuevas productos, estrategias y promociones, asimismo, la expansión para poder abarcar todos los grupos socioeconómicos, la aplicación de cada promoción y actividad es prioridad para la marca debido que les permite contar con un panorama claro para una mejor toma de decisiones.

4.1.2 El departamento de mercadeo se enfoca en la creación de nuevas promociones, estrategias y actividades para así lograr tener el mejor resultados en las tiendas tanto para tráfico de persona, aumento en las ventas o posicionamiento de la marca, para este objetivo se necesita buenos canales de comunicación internos para que la estrategia sea efectiva y ejecutada de la mejor manera, los conocimientos adquiridos en este departamento son bastos ya que se definen como personas analíticas, visionarias, innovadoras y creativas esto da como resultado una estrategia que su objetivo primordial es tener resultados positivos y una buena ejecución.

4.1.3 La globalización y la competencia mundial ha causado que las empresas tenga que innovar para crecer, en un mercado como el de Honduras donde muchos de los

productos que distribuye Jetstereo los tienen grandes empresas como La Curacao y Lady Lee entre otros, la empresa se ha mantenido líder gracias a su investigación constante del mercado para entender su comportamiento y aplicar las estrategias que se adecuan a la demanda, en el caso de Jetstereo hay varias herramientas que pueden optimizar procesos internos que posteriormente pueden causar impacto en el proceso externo y finalizar con darle un mejor servicio al cliente.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones Empresa:

4.2.1.1 Fortalecer las relaciones de los departamentos internos para que los canales de comunicaciones sean más efectivos y eviten ralentizar los procesos para desarrollo de campañas, estrategias, promociones en el futuro y así crear un ambiente más fraternal y de trabajo en conjunto para obtener los mejores resultados en favor a la empresa.

4.2.1.2 Realizar reuniones cada dos semanas para investigaciones de herramientas internas para optimizar procesos en el departamento de Mercadeo ya que hay varias áreas que requieren mejorar, pero no se encuentra el tiempo para encontrar una solución que ayude a todos.

4.2.1.3 Realizar reuniones semanales con los Jefes de Tienda para retroalimentaciones de la semana y recalcar la importancia de colaborar con los departamentos tanto de contabilidad como el departamento de mercadeo para generar una relación más productiva para ambas partes con el propósito de completar interés en común o metas.

4.2.1.4 Organizar competencias internas para incentivar a los Jefes de Tienda en las cuales involucren tanto en las notas recibidas por mercadeo en las evaluaciones y la colaboración como la comunicación que tengan con los departamentos de los que dependen ya sea Mercadeo, Gestión de la Propiedad o Contabilidad.

4.2.2 Recomendaciones Unitec

4.2.2.1 Realizar una reunión antes de iniciar practica para introducir a los alumnos el plan educativo y todas las clases complementarias de la práctica para tener una perspectiva más clara y mejor organización de parte del alumno.

4.4.2.2 Ampliar la cartera de empresas con las que cuenta Unitec para realizar la práctica profesional, esto ampliaría la posibilidad de encontrar más oportunidades tanto nacional como internacionalmente y así ampliar nuestro conocimiento para aplicarlos adonde trabajemos en el futuro.

4.4.2.3 Generar planes o alternativas para los estudiantes en base a sus horas de vinculación, como ser 3 periodos antes de iniciar la práctica profesional y soluciones u opciones por adelantado para que los estudiantes estén al día con sus horas antes de iniciar la práctica profesional.

4.2.3 Recomendación Estudiantes

4.4.3.1 Es importante apuntar las cosas que se le enseñan al practicante desde el inicio, hasta las actividades mas pequeñas pueden ir aumentando y al final la carga laboral puede ser alta y recordar todo lo que te enseñan en

la empresa puede ser complicado, siempre es importante desempeñarse de la mejor manera posible.

4.4.3.2 Identificar áreas de oportunidad en la empresa a medida la práctica profesional va avanzando, asimismo, evaluar las debilidades de forma cuantitativa y cualitativa para encontrar la solución adecuada, económica si es posible y eficiente, de esta forma las empresas pueden evaluar el potencial y la capacidad de respuesta que se propone.

Bibliografía

(s.f.). Recuperado el 2 de Febrero de 2020, de <https://www.jetstereo.com/>

Costo de registrar una aplicacion. (s.f.). Tegucigalpa, Francisco Morazan, Honduras. Recuperado el 29 de marzo de 2020, de <https://theappmaker8.zendesk.com/hc/es/articles/218631297--Cu%C3%A1nto-cuesta-el-registro-en-App-Store-como-desarrollador->

Globalizacion. (s.f.). *La Globalizacion hoy en dia.* Tegucigalpa. Recuperado el 29 de marzo de 2020, de <https://h1economia.blogspot.com/>

Jetstereo Historia. (s.f.). Tegucigalpa: WordPress. Recuperado el 30 de Enero de 2020, de <https://jetstereo07.wordpress.com/historia/>

Jetstereo. (s.f.). *Jetstereo Productos.* Recuperado el 3 de Febrero de 2020, de <https://www.jetstereo.com/>

JetStereoWordpress. (2006). *Jetstereo Historia.* Tegucigalpa. Recuperado el 4 de Febrero de 2020, de <https://jetstereo07.wordpress.com/historia/>

JetStereoWordpress. (s.f.). *Jetstereo Historia.* Honduras. Recuperado el 4 de Febrero de 2020, de <https://jetstereo07.wordpress.com/historia/>

Anexos

Anexo N°1: Logo de la empresa

JETSTEREO

Anexo N°2: Comunicados de BTL

Volanteo



TIENDA	TRAFICO	ACTIVIDAD
Multipaza TGU		Volanteo, Chocolate, Transmisión de Radio, Degustación de Café y Galletas
City Mall TGU		Volanteo, Chocolate, Color Boys
Mall Cascadas		Volanteo, Chocolate
Boulevard		Volanteo, Chocolate, Transmisión de Radio
Miraflores		Volanteo, Chocolate
Metromall		Volanteo, Chocolate, Color Boys
Comayagua		Volanteo, Chocolate, Ruleta
Choluteca Centro		Volanteo, Chocolate, Transmisión de Radio
Unimall Choluteca		Volanteo, Chocolate, Ruleta
Juticalpa		Volanteo, Chocolate
Unipaza Danz		Volanteo, Chocolate

Instrucción 14 – Set de Sartenes Frigidaire Incluido

Imagen de Referencia



Promoción	Instrucción	Tiendas	Instalación
Set de 3 Sartenes Frigidaire	Colocar llamador en esquina superior izquierda del producto principal: FCRC3012AB, FCRC3052AS	Tiendas que tengan producto principal	Personal de tienda

MERCADERO 2020

Cuando quieras lo mejor
JEI STEREN
Incluido

Instrucción 13 – Kit Electrodomesticos Kitchen Aid Inclu

Imagen de Referencia



Promoción	Instrucción	Tienda	Instala
Kit de Electrodomesticos Kitchen Aid	Colocar llamador en esquina superior izquierda del producto principal: KRFF302ESS, KRMF706ESS01, KR5F505ESS	Tiendas que tengan el producto principal	Person tienc

EO 2020

Cuando quieras lo mejor
JETSTER

Ilustración 1 comunicados de BTL

Anexo N°2: Patrocinios





Ilustración 2 Patrocinios

Anexo N°3: Evaluaciones



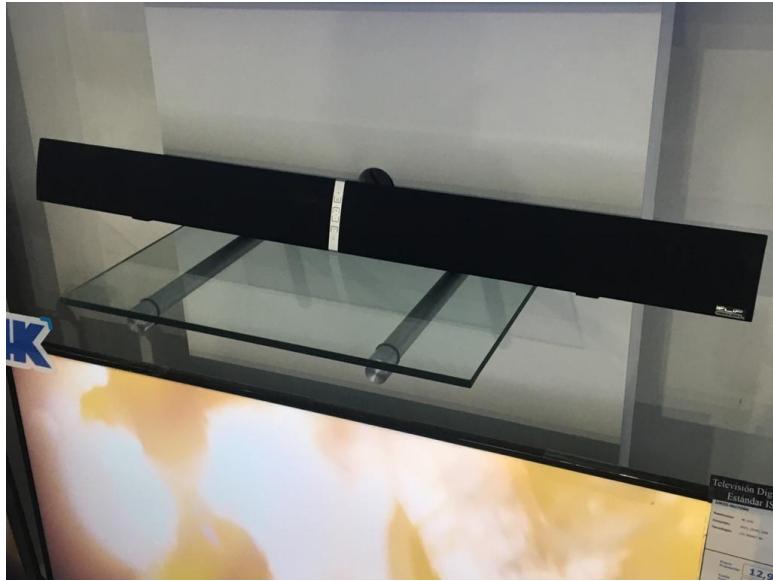


Ilustración 3 Evaluaciones