

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

NESTLÉ HONDUREÑA S.A.

SUSTENTADO POR:

HÉCTOR ARIEL GÓMEZ MONDRAGÓN

21611064

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C. A.

JULIO, 2019

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	I
ÍNDICE DE FIGURAS.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTOS	V
RESUMEN EJECUTIVO	VI
INTRODUCCIÓN	VIII
1. CAPÍTULO I.....	1
1.1 Objetivos de la práctica profesional	1
1.1.1 Objetivo General	1
1.1.2 Objetivos Específicos	1
1.2 Datos generales de la empresa	2
1.2.1 Reseña Histórica	2
1.2.2 Misión	3
1.2.3 Visión	3
1.2.4. Valores	3
1.2.5 Organigrama.....	5
1.2.5.1 Organigrama de Área.....	5
1. CAPÍTULO II	7
1.1 Actividades realizadas	7
2.1.1. Diseño de diario “Youth News”	7
2.1.2. Diseño de revista “Team Conquistadores”	8
2.1.3. Diseño de arte	8
2.1.4. Resultados de ciclo	9
2.1.5. Reporte de productos con ejes de crecimiento	9
2.1.6. Tabulación de disponibilidad.....	9
2.1.7. Reunión semanal BICE.....	10
2.1.8. Participación en reunión DOR.....	10

2.	CAPÍTULO III.....	11
2.1	Propuestas de mejora implementadas.....	11
2.1.1	Monitoreo de precios Automático.....	11
2.1.1.1	Antecedentes.....	11
2.1.1.2	Descripción de la propuesta.....	11
2.1.1.3	Impacto de la propuesta.....	12
3.1.2.	Revista Plan Ciclo “Conquistadores”	13
3.1.2.1	Antecedentes	13
3.1.2.2	Descripción de la propuesta	13
3.1.2.3	Impacto de la propuesta	14
3.2.	Propuesta de Mejora	15
3.2.1	Nuevo formato de recolección de datos “Vuelo Nestlé”	15
3.2.1.1	Antecedentes	15
3.2.1.2	Descripción de la propuesta	16
3.2.1.3	Impacto de la propuesta	21
3.	CAPÍTULO VI.....	24
3.1	Conclusiones	24
3.2	Recomendaciones	24
4.2.1	Recomendaciones para la empresa	24
4.2.2	Recomendación para la universidad	24
4.2.3	Recomendación para el estudiante.....	25
	BIBLIOGRAFÍA	26
	GLOSARIO	27
	ANEXOS.....	28
	Carta de compromiso	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Nestlé Hondureña.....	5
Figura 2: Organigrama BICE.....	6
Figura 3: Sistema de Información de Marketing (SIM)	17
Figura 4: Proceso Vuelo Nestlé	19
Figura 5: Recolección de Datos Tradicional.....	20
Figura 6: Conciliación de la Información	20
Figura 7: Cronograma de "Vuelo Nestlé"	21
Figura 8: Cuadro de Costos "Vuela Nestlé"	21
Figura 9: Comparación de Procesos	22

DEDICATORIA

Dedico este informe de práctica profesional, a todos aquellos que me han apoyado en mi crecimiento como profesional, brindándome siempre su apoyo, comprensión y amor. También me gustaría dedicarlo a las personas que no creyeron en mí, las cuales creyeron que sería imposible llegar a este punto, con el fin de demostrarles que lo logre.

Principalmente a Dios, a mi familia y amigos.

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer a mi padre y madre que hicieron todo lo posible por darme la mejor educación y siempre creer que llegaría el día que me dirían licenciado.

Quisiera agradecer enormemente a mi licenciada Alejandra Danilov, quien siempre creyó en mis capacidades aun y cuando yo no creía en ellas, expresar mi más sincero agradecimiento por su gran mentoría y amistad.

También agradecer a todos mis amigos (Christopher Villanueva, María Chávez, Nayeli Madrid, Luis Pedroza, Jennifer Mitchell, etc.) que estuvieron en las buenas, en las malas y hasta en las peores situaciones conmigo.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe tiene como finalidad presentar el trabajo realizado durante el desarrollo de la práctica profesional en el programa de Iniciativa por los Jóvenes en Nestlé Hondureña, este resume las actividades realizadas por el practicante de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, con un apoyo al área de Best In Class Execution (BICE).

La práctica profesional se realizó desde el 8 de abril, hasta el día 28 de junio del año 2019 cumpliendo con una jornada laboral de ocho horas diarias de lunes a viernes. El practicante realizó sus labores en el centro de distribución de la zona norte en San Pedro Sula, ubicado en las bodegas de La Colonia. En el lapso de la práctica profesional el practicante tuvo la oportunidad de ver la importancia que tiene el área de BICE para Nestlé.

El programa de Iniciativa por los Jóvenes ejecutado por Nestlé Hondureña, empresa líder en alimentos con mayor penetración en hogares centro americanos, con más de 150 años de historia. Nestlé busca con este programa de Iniciativa por los Jóvenes ofrecer oportunidades, orientando, entrenando y empleando jóvenes promesas de Honduras, para generar un cambio y preparar a los próximos líderes del país. Esta iniciativa cubre la zona norte con sede en San Pedro Sula y en zona sur con sede en Tegucigalpa para proporcionar las mismas oportunidades de crecimiento a los jóvenes que están alejados de la zona norte.

Las actividades realizadas en la práctica profesional fueron entorno a ofrecer asistencia en el área de BICE, realizando múltiples tareas como levantamiento de monitoreo de precios, creación de artes para diferentes actividades, tabulación de disponibilidad en productos Nestlé en el canal tradicional, validación de ejecución de ciclo en punto de venta y realizar un enfoque en productos de innovación asignados, así como también en apoyo de tareas simples en el área.

El objetivo primordial de la práctica profesional se basó en apoyar en el cumplimiento de las actividades asignadas y con la finalidad de descubrir oportunidades de mejora y proponer propuestas que agregarían valor a BICE y por lo tanto a la empresa en general.

La propuesta de mejora se realizó en base a la tarea diaria de recolección de datos para medir la disponibilidad de productos en pulperías BICE. Esto con el propósito de automatizar la recolección de datos con una aplicación que permite el registro de disponibilidad por medio de dispositivo móvil que es capaz de enviar esta información a una sola base de datos, ahorrando tiempo, recursos e incrementado el alcance de medición.

Se logró concluir, que el practicante alcanzó cada uno de los objetivos establecidos en el informe, entre ellos implementar los conocimientos adquiridos en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, habilidades y aptitudes a un área laboral. Se logró la implementación de propuestas de mejora que agregan valor a los empleados y cuyo beneficio es percibido por todo el equipo de la empresa. También el practicante estuvo en un ambiente laboral donde tuvo la oportunidad de trabajar en grupos multidisciplinarios, adquiriendo nuevos conocimientos y recibiendo asesoría para crecer profesionalmente.

INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como objetivo describir las actividades y propuestas de mejoras realizadas en el transcurso de la práctica profesional que dio inicio el 8 de abril y finalizó el 26 de junio del año 2019, para obtener el título de Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Dicha práctica se desarrolló en el programa de Iniciativa por los Jóvenes de Nestlé Hondureña donde el practicante se desempeñó como asistente en el área de Best In Class Execution¹ (BICE). El área de BICE es de gran importancia para Nestlé ya que aquí se encuentran los colaboradores encargados que los productos Nestlé sobresalgan en cara a su competencia en los diferentes puntos de venta que van desde supermercados, bodegas y pulperías.

Nestlé hondureña S.A se caracteriza como la empresa líder en alimentos con mayor penetración en hogares centroamericanos, siendo la empresa número uno en nutrición, salud y bienestar. Una multinacional que se encuentra en más de 129 países, con más de 150 años en el mercado, nombrada como la mejor empresa para trabajar según el premio de Great Place To Work² (GPTW). En este informe se presentará una división por capítulos, el capítulo I constará de un objetivo general y objetivos específicos, datos generales de la empresa como su misión, visión y en que valores se basan como compañía, seguido de su organigrama general. El capítulo II, se presentarán todas las actividades realizadas dentro del área de BICE y el programa de Iniciativa por los Jóvenes en el tiempo que perteneció a los mismos. El capítulo III presentará las mejoras implementadas que desarrolló el practicante y fueron aprobadas por sus jefes inmediatos, este capítulo también presentará la propuesta de mejora para su respectiva área. Por último, el capítulo IV será conformado por conclusiones y recomendaciones que son dirigidos a la institución, empresa y alumno.

1. CAPÍTULO I

En el presente capítulo se desarrollarán los objetivos de la práctica y los datos generales de la empresa, entre ellos reseña histórica, misión, visión y valores.

1.1 Objetivos de la práctica profesional

A continuación, se presenta el objetivo general y los objetivos específicos.

1.1.1 Objetivo General

Aplicar los conocimientos adquiridos de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, apoyando con el cumplimiento de las actividades asignadas, desarrollando habilidades de negociación, comunicación y trabajo en equipo, con el fin de evaluar oportunidades de mejora para la empresa.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria, con el propósito de cumplir con las tareas asignadas de una forma eficiente.
- Desarrollar habilidades en el transcurso del cumplimiento de las tareas asignadas, adquiriendo experiencia en el desarrollo de relación con los clientes, ejecución de venta en los canales de distribución y trabajar con un equipo multidisciplinario.
- Evaluar las diferentes áreas de trabajo para presentar oportunidades de mejora, que generen valor para el área de práctica, así como a la compañía en general.

1.2 Datos generales de la empresa

En la presente sección se estarán describiendo datos relevantes de la empresa con el objetivo de aumentar su conocimiento sobre la reseña histórica, misión, visión, valores y organigrama.

1.2.1 Reseña Histórica

La historia de Nestlé empieza en 1866, cuando Henri Nestlé un farmaceuta entrenado, comienza a experimentar con varias combinaciones de leche de vaca, harina de trigo y azúcar, tratando de desarrollar un alimento infantil alternativo para las madres que no podían amamantar, llama a su producto Farine Lactée Henri Nestlé. El primer consumidor de Nestlé es un infante prematuro que no podía tolerar la leche materna ni cualquier sustituto convencional; este infante había sido declarado como caso perdido por los doctores locales. En 1905, la empresa que había fundado Henri Nestlé se fusiona con la Anglo-Swiss Condensed Milk Company para formar lo que hoy en día se conoce como el Grupo Nestlé, todo esto tomo lugar en Vevey, Suiza donde está ubicado en la actualidad su sede. Nestlé significa “Pequeño nido” por lo que su logo tiene un nido con su ave en él, así ha sido por más de 150 años. (Nestlé Company, s. f.)

Como sabemos Nestlé tiene su casa matriz en Suiza y según los datos de la empresa menos del 1% de las ventas de la compañía se hacen en su propio país. Nestlé una multinacional agroalimentaria es la más grande del mundo con presencia en más de 190 países, donde han desarrollado alrededor de dos mil marcas. Esta compañía va más allá de la venta de sus productos, están en un proceso de ser reconocidos como una empresa líder por su compromiso con la sociedad, como pilar para la empresa sus valores toman un papel importante dentro de la organización y todos estos se basan en el respeto. El respeto se aplica en todas las acciones de la compañía, pero en especial el área de recursos humanos donde esta empresa busca ofrecer condiciones laborales adecuadas y donde se pueda preservar la seguridad, salud y compromiso de sus colaboradores. Nestlé tiene una diversificación relacionada con su línea de producto, estos van desde comida para mascotas hasta fórmulas de leche para los bebés y niños entre ciertas edades. Las diferentes marcas de alimentos que maneja dicha compañía son las siguientes: Nescafé, Nescafé Dolce Gusto, Nespresso, KitKat, Maggi, Nido, NAN, Nestum, Nesquick, Fitness, Purina, Pro-Plan, Cat Chow y Dog Show. Estas son algunas de las marcas que maneja Nestlé hondureña, pero estas incrementan en diferentes países del mundo por ejemplo añadiendo Kuky como un tipo de galleta y Savory una clase de helado.

Nestlé cuenta con dos centros de distribución en Honduras, uno ubicado en Tegucigalpa y San Pedro Sula. Nestlé Hondureña comercializa diferentes productos que se adecuan a la cultura del país donde entran categorías como Culinarios (sazonadores), Purina (alimento para mascotas), Lácteos (leche en polvo y formulas), Chocolates, CPW (línea de cereales). Los productos Nestlé están presente en 17 de 18 departamentos del sector hondureño próximamente estarán en los 18 de ellos. Nestlé emplea más de 200,000 mil empleados alrededor del mundo y cuenta con fábricas o centro de operaciones en ello, las ventas de Nestlé alcanzo casi CHF³ 110 mil millones en el 2010.(Biografía, 2017)

1.2.2 Misión

Nuestra misión es ser la compañía líder en Nutrición, Salud y Bienestar, ofreciendo alimentos y bebidas ricos y saludables, fomentando la importancia de adquirir estilos de vida saludables. Como compañía, creemos que, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de un niño en sus primeros años, y reforzando buenos hábitos de alimentación y conocimientos básicos de nutrición en la edad adulta, estamos aportando al desarrollo de las generaciones actuales y futuras.(Nestlé, 2019)

1.2.3 Visión

Convertirnos en la mejor compañía de Nutrición, Salud y Bienestar de Honduras, conquistando al consumidor y ganando con nuestros clientes para obtener un crecimiento rentable, acelerado y sostenido. (Nestlé)

1.2.4. Valores

Consumidores:

Nutrición, Salud y Bienestar Nuestro objetivo central es mejorar la calidad de vida de los consumidores día a día y en todos los lugares, ofreciéndoles una selección de alimentos y bebidas más sabrosas y saludables y fomentando un estilo de vida sano. (Brabeck-Letmathe, 2010)

Garantía de calidad y seguridad de los productos En todos los lugares del mundo, la marca Nestlé representa la promesa al consumidor de que sus productos son seguros y de calidad.(Brabeck-Letmathe, 2010)

Seguridad y salud en el trabajo Estamos comprometidos con la prevención de accidentes, lesiones y enfermedades relacionados con el trabajo y con la protección de nuestros empleados, contratistas y demás personas que intervienen en la cadena de valor.(Brabeck-Letmathe, 2010)

Derechos Humanos y Prácticas Laborales:

Derechos humanos en nuestra actividad empresarial Apoyamos plenamente las directrices del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre los derechos humanos y el trabajo y pretendemos ofrecer un ejemplo de buenas prácticas laborales y de derechos humanos en todas nuestras actividades empresariales. (Brabeck-Letmathe, 2010)

Nuestro personal

Liderazgo y responsabilidad personal La clave de nuestro éxito está en nuestro personal. Mantenemos una actitud de dignidad y respeto mutuo y esperamos que todos nuestros empleados contribuyan a fomentar el sentido de la responsabilidad personal. Contratamos a personas competentes y motivadas que respetan nuestros valores, les ofrecemos igualdad de oportunidades de desarrollo y promoción profesional, protegemos su privacidad y no toleramos ninguna forma de acoso o discriminación. (Brabeck-Letmathe, 2010)

Seguridad y salud en el trabajo Estamos comprometidos con la prevención de accidentes, lesiones y enfermedades relacionados con el trabajo y con la protección de nuestros empleados, contratistas y demás personas que intervienen en la cadena de valor.(Brabeck-Letmathe, 2010)

Proveedores y clientes

Relaciones con proveedores y clientes Exigimos a nuestros proveedores, agentes, subcontratistas y a sus empleados que demuestren honestidad, integridad y justicia, y que respeten nuestras normas, las cuales no son negociables. De la misma forma, nosotros estamos comprometidos en estos aspectos con nuestros clientes.(Brabeck-Letmathe, 2010)

Agricultura y desarrollo rural Contribuimos a mejorar la producción agrícola, el nivel social y económico de los agricultores, las comunidades rurales y los sistemas de producción para hacerlos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental.(Brabeck-Letmathe, 2010)

El medio ambiente

Sostenibilidad medioambiental Estamos comprometidos con prácticas empresariales medioambientalmente sostenibles. Nos esforzamos por emplear de forma eficiente los recursos naturales en todas las fases del ciclo de vida de nuestros productos, favorecemos el uso de recursos

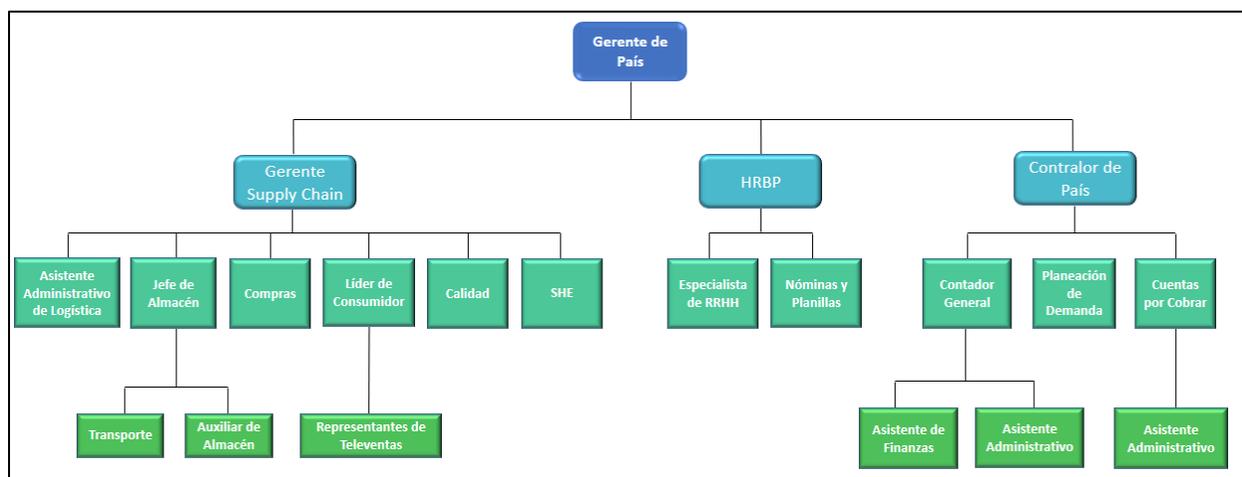
renovables gestionados de forma sostenible y nuestro objetivo es alcanzar el «cero desperdicios». (Brabeck-Letmathe, 2010)

El agua Nuestro compromiso consiste en utilizar el agua de forma sostenible y mejorar continuamente su gestión. Somos conscientes de que el mundo se enfrenta a un reto cada vez mayor y que es absolutamente necesaria una gestión responsable de los recursos hídricos por parte de todos los usuarios. (Brabeck-Letmathe, 2010).

1.2.5 Organigrama

A continuación, se presenta el organigrama general de Nestlé hondureña, su principal función es ser una distribuidora de alimentos, estos van desde comida para bebés (Gerber, Nestum, Nido) hasta para mascotas con su línea de Purina. Comercializan sus productos con cadenas de supermercados, independientes, bodegas, pulperías y hasta distribuidoras para lograr alcanzar zonas recónditas de Honduras.

Figura 1: Organigrama Nestlé Hondureña

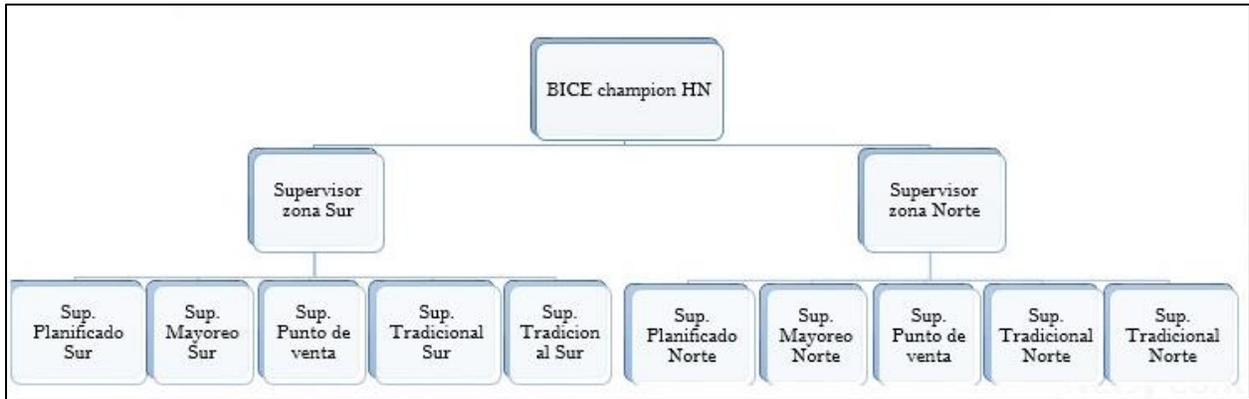


(Leveron, 2019)

1.2.5.1 Organigrama de Área

En el siguiente organigrama se presenta la estructura organizacional por la que el área de BICE se desempeña. El Champion⁴ a nivel nacional es quien delega las responsabilidades a dos supervisores, uno ubicado en norte y el otro en sur, estos mismos tienen supervisores de punto de venta que se dividen por canal planificado y tradicional.

Figura 2: Organigrama BICE



(Velasquez, 2019)

1. CAPÍTULO II

En el periodo de práctica profesional en el área de BICE se realizaron actividades enfocadas en brindar asistencia realizando monitoreo de precios quincenalmente para más de 450 SKU⁵, seguimiento diario para visualizar la disponibilidad en punto de venta de los productos con ejes de crecimiento en ambos canales de distribución: planificado y tradicional. Tabulación de los formularios de salida de material POP⁶, a continuación, se detallará las actividades realizadas en el periodo de práctica profesional.

1.1 Actividades realizadas

A continuación, se detallan las actividades realizadas en el área de BICE en el transcurso de su práctica profesional.

2.1.1. Diseño de diario “Youth News”

La multinacional Nestlé cuenta con muchos programas, con el fin de apoyar el talento joven dentro de los países donde la empresa establece sus instalaciones. Iniciativa por los jóvenes, es un programa que genera oportunidades, orienta al joven en el camino profesional, entrena y por último emplea a estos jóvenes. Nestlé Hondureña es la primera empresa en aceptar trece jóvenes en sus instalaciones para que realicen su práctica profesional, es por ese motivo que el gerente general de Nestlé Hondureña el Lic. Eduardo García orgulloso de su decisión lanzo por primera vez el reto de empezar con la edición de un periódico que muestre las actividades realizadas por los youth⁷, mostrando las actividades en las que participan, reuniones con el equipo interno de Nestlé y una sección para conocer a cada uno de los integrantes.

Este diario se está editando en el programa de Publisher y debe lanzarse una nueva edición quincenalmente, de ese modo poder enviarlo a Panamá y demás sedes interesadas con el fin de que Nestlé Hondureña sea un ejemplo por seguir, inscribiendo esa cantidad de jóvenes al programa. Se estableció un equipo de cuatro youth, donde el practicante debía recolectar información, ayudas visuales, apoyar con la edición de la plantilla, redactar la base de la noticia y asegurarse que el diario cumpla con todas las secciones mencionadas anteriormente. Se puede visualizar la primera edición del Youth News en el Anexo 1.

2.1.2. Diseño de revista “Team Conquistadores”

BICE es el área encargada de ejecutar las mecánicas establecidas por los gerentes de categoría para el ciclo de prioridades⁸ respectivo del mes. Estas mecánicas se dividen para el sector de planificado y tradicional esto hace que haya muchas variaciones al momento de ejecutar el ciclo en los puntos de venta, es por lo que la Lic. Banessa Velásquez tomo la decisión de crear por primera vez una revista que incluyera un modelo ideal de ejecución por cada mecánica, una sección de noticias para las mercaderistas⁹, otra sección sobre consejos de seguridad dentro de su trabajo y por ultimo una sección de reconocimiento para la persona que realizo la mejor exhibición en su punto de venta.

La edición de la revista se realiza en el programa Canva aquí se diseñó los artes y los modelos de ejecución, así como las demás secciones de la revista, para que el documento tomara forma de revista se utilizó el programa de Issuu, esta revista deberá realizarse mensualmente (se puede visualizar la primera edición en el Anexo 2, 3 y 4). El practicante realizo la plantilla donde se introdujo la información, realizar reuniones con los jefes de cada categoría para conocer las mecánicas de su ciclo, realizo varios modelos de ejecución, realizo una investigación en los medios para recolectar información que sería vista por los lectores de la revista y por último se asignaron reuniones con el jefe de seguridad de Nestlé el Ing. Javier Castellanos para conocer las medidas de seguridad que deberían de tener los mercaderistas.

2.1.3. Diseño de arte

Después de cada campaña, debe realizarse un seguimiento para medir los resultados y saber si estos fueron positivos o negativos. BICE es el área encargada de conseguir espacios adicionales en los puntos de venta esto con el fin de estar más presente en la vista del consumidor y así generar más ventas, es un arduo trabajo negociar con los dueños de cada punto de venta y conseguir dichos espacios, es por eso por lo que Nestlé reconoce el trabajo y se le asignó al practicante realizar un afiche felicitando a todos los colaboradores por hacer de la campaña “Ahorra con Gusto” un éxito con resultados positivos. El practicante utilizo la página web Canva como plataforma para el diseño del afiche, recolecto información basada en resultados, obteniendo porcentajes de crecimiento y puntos adicionales. Esta actividad se realizó solo una vez. Se puede visualizar el arte en el Anexo 5, al igual se presentan otros artes diseñados en el transcurso de la práctica profesional en los Anexos 6 y 7.

2.1.4. Resultados de ciclo

Después del ciclo mensual que se ejecuta por parte de BICE, se debe realizar un seguimiento visual de todas las ejecuciones realizadas en ambos canales de distribución, esto con el fin de dejar una documentación para demostrar que la inversión en material publicitario se llevó a cabo como los jefes de cada categoría asignaron, con esta información se puede tomar decisiones para una siguiente campaña todo depende de los resultados obtenidos a final de mes, este informe debe realizarse mensualmente El practicante realizo una búsqueda de información en un portafolio de imágenes para segmentar dicha información por canal de distribución y categoría, se realizó una tabla dinámica que resumía los resultados del ciclo vigente. Se puede visualizar dicha estructura en el Anexo 8.

2.1.5. Reporte de productos con ejes de crecimiento

Nestlé Hondureña es una empresa que maneja una amplia cartera de productos que se comercializa con sus diferentes clientes, es así también que cuenta con productos que se consideran innovadores o nuevos en el mercado por lo que se necesita dar un seguimiento especial y aparte para medir si este está en crecimiento o en declive y si es así realizar planes de contingencia para levantar dicho producto. Se realiza un reporte de estos productos para medir en que puntos de venta se está comercializando y en cuales no, en estos que no se comercializa encontrar la razón y cubrir dicha venta, para el desarrollo de este reporte se utilizó el programa de Excel y se realiza mensualmente. El practicante desarrollo una plantilla en Excel donde insertaba información como: supervisor, zona, punto de venta y una columna donde los supervisores llenaban con un cero o uno todo dependía la disponibilidad del producto en su punto de venta, con esta información se realizó una tabla dinámica para tener un mejor análisis de la información recolectada, gracias a este informe se notó la poca participación que tenía el consomé gallina criolla en la zona de occidente.

2.1.6. Tabulación de disponibilidad

Los supervisores del canal tradicional en la rama de pulperías cuentan con clientes que se consideran pulperías BICE, estas mismas tienen que ser medidas por medio de un formato diario, esto con el fin de medir la disponibilidad que tienen los productos Nestlé seleccionados en la pulpería, con este reporte se pueden tomar decisiones en cuanto a seguir invirtiendo en un producto o retirarlo del mercado por sus bajas ventas.

Esta tarea se realiza diariamente, pero el reporte consolidado se envía semanalmente en un documento de Excel, se realizó la tabulación diaria de la disponibilidad en puntos de venta recolectados por el supervisor de norte y se enviaba cada lunes al encargado de juntar la disponibilidad de Norte y Sur para actualizar la base de datos. Se puede visualizar la hoja de tabulación en el Anexo 9.

2.1.7. Reunión semanal BICE

El área de BICE está conformado por supervisores en zona norte y sur, es por eso por lo que todos los lunes está programada una reunión de 9:00am – 10:00am para unir a todos el grupo y revisar como están los indicadores, puntos a escalar durante la semana, sección de seguridad y un espacio especial para reconocer a los integrantes que hayan hecho un excelente trabajo durante la semana. Esta reunión se realiza por medio de Skype empresarial donde existe un moderador que comparte pantalla a los demás integrantes, esta reunión se realiza semanalmente. El practicante asistió puntualmente a todas las reuniones, en ciertas ocasiones se abría un espacio de participación para mostrar el avance en sus proyectos ya que esto sería de interés de todo el grupo de BICE.

2.1.8. Participación en reunión DOR

Daily Operational Review¹⁰ (DOR), se considera una reunión diaria con duración de 15 minutos (puede tener una mayor duración) que está dividida por roles, con el fin de repasar temas importantes que suceden al día en las diferentes áreas de la empresa, en el caso de los practicantes se adoptó esta reunión para mostrar a los demás miembros de programa el avance de sus proyectos y compartir experiencias entre los mismos. Esta reunión se realiza en el área asignada para los youth y se realiza diariamente, el practicante desempeñaba diferentes roles como ser el moderador, quien apunte los puntos, reconocimientos, minuto de seguridad, quien dice cómo se puede mejorar la reunión con observaciones y quien lideraba el grito para cerrar la reunión. Se puede visualizar como se ejecutaba dicha reunión en el Anexo 10 y 11.

2. CAPÍTULO III

2.1 Propuestas de mejora implementadas

A continuación, se presentan las propuestas de mejora implementadas en el transcurso de la práctica profesional en el área de BICE.

2.1.1 Monitoreo de precios Automático

2.1.1.1 Antecedentes

Para las categorías de alimentos dentro de Nestlé Hondureña, es de suma importancia conocer como está posicionada su marca (producto) en el punto de venta en comparación a la competencia en cuanto a precio, para tener conocimiento de las estrategias que sus competidores aplican a sus precios dentro del mercado. En el pasado se presentaba un monitoreo de precio quincenal con más de 400 productos con su respectiva descripción, este era recolectado por los supervisores, validando si contaban con los productos puestos en la lista, una vez recolectado el monitoreo por supervisor de los diferentes canales se consolidaba en una base de datos, donde esta misma debía ser enviada a los jefes de cada categoría y ellos analizar cómo estaban en base a la competencia y conocer también si el precio que se estaba exhibiendo concordaba con sus estimaciones. El departamento de BICE es el encargado de realizar este monitoreo de precios, sin embargo, en los últimos meses se recibieron molestias por parte de los jefes de categoría, porque el monitoreo estaba demasiado cargado (se puede visualizar esta base de datos en el anexo 12) y esto hacía que se dificultara el análisis de la información.

2.1.1.2 Descripción de la propuesta

Mediante este estudio (Monitoreo de precios) se conoce la posición que la empresa ocupa actualmente en el mercado en cuanto a los precios que están manejando, así como las comparaciones entre la misma y su competencia directa o indirecta. También se identifican los precios de venta que se están otorgando al consumidor final, según los puntos de venta propios o de la competencia, según los diversos canales de comercialización, según los distintos eslabones de comercialización y según las distintas zonas de la ciudad y del territorio nacional. (Gallup, 2019)

Así como afirma la organización Gallup, es por medio de un buen monitoreo de precios que se logra conocer la posición de nuestra marca en un mercado, comparaciones entre competidores directos e indirectos, identificar precios de venta al consumidor final solo se logra si se presenta una base de datos con información de calidad y de fácil interacción, obteniendo un mejor análisis de la situación de nuestros productos. Es por lo que el practicante inicio la labor de mejorar la interacción y visualización de la información obtenida de la base de datos de monitoreo de precios, se comenzó con la filtración de precios por zona y canal de venta, esto con el fin que al momento de analizar dichos precios estos se puedan distinguir de los precios en zona norte o sur, así como también si son precios de un supermercado, bodega o pulpería (antes no se presentaba de esta forma).

Seguidamente se estableció un formato general para que todos los supervisores contaran con la cantidad de SKU pertinentes a sus canales de distribución, se creó una lista únicamente de los productos que se vendían en su canal específico depurando una lista de 400 SKU a menos de 250 esto con el fin de disminuir el margen de error en tabular un precio en una descripción de producto incorrecta. Se realizaron reuniones con los jefes de categoría para conocer cuáles serían esos productos importantes que les gustaría ver en un análisis con mayor prioridad y quienes serían sus competidores directos, para el momento donde se analice la información estos se puedan ver exclusivamente estos mismos.

El programa de Excel cuenta con una herramienta cuyo nombre es Tabla Dinámica, esta le permite tener una tabla que es interactiva según establezca las funciones para el usuario, esta es capaz de presentar gráficos dinámicos y un análisis más limpio de la información deseada, así como filtrar la información por categoría, por productos de mayor importancia, etc. Se puede visualizar la plantilla de monitoreo de precios en el Anexo 13.

2.1.1.3 Impacto de la propuesta

Con la nueva plantilla de monitoreo de precio, se presenta una información con mayor calidad, con datos filtrados según sus canales y zonas lográndose así presentarles un reporte a los jefes de categoría del cómo están sus productos y así ellos tomar decisiones de si implementar o no estrategias que incrementarían las ventas en su categoría.

Con el formato de la tabla dinámica permite segmentar el monitoreo de precios por sus productos con mayor relevancia, obteniendo información aún más precisa de cómo están sus productos que

puedan ser ejes de crecimiento o productos que se consideran como los mayores aportadores a ventas para la categoría.

Con la nueva plantilla de recolección de datos se espera reducir el margen de error en un 85%, ya que una vez depurado los SKU por sus canales de distribución, al momento de alimentar la base de datos consolidada se realizarán con una fórmula que omitiría cualquier error. Se deja un 15% de error por el factor humano que pueda cometer un error al momento de tabular la información.

3.1.2. Revista Plan Ciclo “Conquistadores”

3.1.2.1 Antecedentes

El departamento de BICE está integrado por supervisores y estos mismos tienen personal a su cargo su nombre son mercaderistas, ellas son las encargadas de mantener el punto de venta ordenado y abastecido de producto Nestlé en la góndola, ellas también son las encargadas de conseguir puntos adicionales en el punto de venta gratis, islas sin ningún costo y todo esto con el fin de estar presente aún más en el punto de venta, ellas también son las encargadas de bandear el producto con su respectivo ciclo (material que se estará regalando en ese mes por la compra de dicho producto) y exhibirlo en los puntos adicionales anteriormente mencionados.

Nestlé premia a sus colaboradores por sus grandes trabajos, dedicación y pasión que tienen estos en sus áreas asignadas, es por lo que los mercaderistas cuentan con un grupo en la aplicación de WhatsApp (una aplicación de uso social) donde comparten todos estos logros conseguidos en el punto de venta eso quiere decir sus puntos adicionales, tiras cross, islas, etc. En este grupo están los jefes de categoría, equipo de ventas, equipo de recursos humanos y cuenta con el gerente país de Nestlé, es así que en el grupo las mercaderistas envían sus exhibiciones y son elogiadas por su trabajo por los miembros del grupo. Se alcanza a ver un ejemplo en el Anexo 14.

3.1.2.2 Descripción de la propuesta

La cultura de la felicidad organizacional es promovida cada vez más por las empresas con el fin de consolidar la filosofía corporativa y un mayor aumento de la rentabilidad. De esta manera, los empleados que se sientan más contentos en sus posiciones laborales lo podrán reflejar en su trabajo diario y en el servicio brindado, tienden a producir más y se ven más motivados. (Janser, 2018)

Un empleado feliz es el resultado de una variedad de factores y disposiciones que otorga el empleador, un ejemplo de esto es la posibilidad de crecimiento, beneficios, el ambiente laboral. Por tanto, las empresas buscan lineamientos que interpreten los requerimientos y deseos

de los empleados para una devolución que sea sinónimo de motivación y compromiso. (Janser, 2018)

Según un informe de la Federación Argentina de Empresas de Trabajo Temporario (FAETT), apunta que promover una cultura saludable y de bienestar laboral es hoy un objetivo para las empresas que deseen mantenerse un avance de las tendencias, este tipo de aspectos se lleva a cabo por los departamentos de Recursos Humanos y Marketing. (Janser, 2018)

Según Janser en su página web, hace mención que un empleado feliz genera mayores resultados, uno de estos sería un mayor crecimiento, beneficios y hasta el mismo ambiente laboral es por eso que se tomó la iniciativa de crear una revista cuyo nombre sería “Team Conquistadores” traducido al español sería un equipo de conquistadores, este nombre se eligió debido a que BICE considera que sus mercaderistas son los conquistadores del punto de venta.

El contenido de esta revista está dividido por secciones, se tomó la decisión de premiar en la primera edición de la revista a una mercaderista que forma parte del equipo de Nestlé por más de 10 años siendo mercaderista y ella sería la portada de esta. En la primera sección de la revista encontramos las mecánicas de ejecución adecuadas de ciclo correspondiente del mes, seguidamente una sección de reconocimiento, donde participan las mejores exhibiciones de ciclo y por medio de una plataforma en línea los mismos compañeros y demás personas interesadas votan por la mejor exhibición y se consiguen los primeros tres lugares, cabe destacar que el primer lugar sería la siguiente cara de la portada del siguiente mes. La revista también cuenta con una sección de seguridad y noticias de interés general para los colaboradores.

El motivo de esta revista es presentar la manera correcta de ejecutar ciclo en sus puntos de venta, sin embargo, esta busca reconocer el trabajo arduo de las mercaderistas que ponen un poco más de dedicación a su trabajo y premiarla con un reconocimiento. Con esto cumplimos lo que Janser mencionaba anteriormente donde la felicidad de los empleados afecta los resultados en su trabajo.

3.1.2.3 Impacto de la propuesta

Con el lanzamiento de la primera edición de la revista “Team Conquistadores” los comentarios positivos de parte del equipo de ventas, BICE y altos puestos de Nestlé no faltaron. Los mercaderistas galardonados en la sección de reconocimiento hacían mención de lo orgulloso que

se sentían de estar en una empresa que se preocupaban por todos los miembros del equipo sin excepciones y con méritos ser la mejor empresa para trabajar en Honduras según “Great Place To Work”. Se espera un incremento en las activaciones por parte de los mercaderistas, así como también que todas sus exhibiciones estén a la altura de lo que solicita la empresa con el fin de querer participar y ser reconocidos en la revista Conquistadores.

Un comentario del supervisor de zona atlántico fue que notaba muy activo a su equipo y muy competitivo, él lo noto y su equipo le decía que estaban motivados por el hecho de ser famosos y aparecer en la revista Team Conquistadores. Aquí es donde Janser tenía razón un empleado feliz genera crecimiento, mayores activaciones etc.

3.2. Propuesta de Mejora

A continuación, se muestra la propuesta de mejora que se presentó a Nestlé Hondureña con el propósito que sea implementada en un futuro y así tecnificar ciertos procesos.

3.2.1 Nuevo formato de recolección de datos “Vuelo Nestlé”

3.2.1.1 Antecedentes

El departamento de BICE cuenta con un grupo de supervisores y mercaderistas que están comprometidos con que Nestlé se encuentre disponible en el punto de venta, a la plena vista del consumidor. Para que el mercaderista sea capaz de manipular el producto y colocarlo al alcance del consumidor, este primero debe estar disponible en el punto de venta.

En este caso en especial estaremos refiriéndonos a la disponibilidad en punto de venta del canal tradicional enfocados en pulperías, en zona norte y sur existen dos supervisores de este canal, una de sus tareas como supervisor es presentar un reporte de disponibilidad semanal de productos Nestlé seleccionados de su cartera de negocios para el canal tradicional. A nivel nacional se aproxima un total de 500 pulperías que deberían de estar siendo medidas con el fin de medir la disponibilidad de productos Nestlé. Esto le permite al departamento de ventas identificar que producto es el más afectado por zona y proporcionar mayores ventas a la pulpería, para que el consumidor encuentre productos Nestlé en su pulpería preferida.

Y es que el canal tradicional, constituido por bodegas, pulperías y mercados, ha aumentado las visitas, al haber acogido a muchas amas de casa que dejaron de ir a los establecimientos del retail moderno. Algunos datos a tomar en cuenta para reforzar la atención en el punto de venta son los siguientes; el 68% de los clientes comparan precios entre los productos / tiendas para optimizar el dinero y la inversión de tiempo para hacerlo, el 73% de los clientes cuando van a comprar un

producto, si no encuentran la marca que usualmente compran, buscan otras opciones, por lo que estar presentes en el punto de venta con el surtido adecuado es clave, el 43% de los clientes siempre compran productos con oferta y promoción.

Así como informa el diario “InformaBTL” en su revista online existe un estudio donde se descubrió que el 68% de los compradores están cambiando de comprar en un canal planificado (supermercado) a un canal tradicional (bodegas y pulperías) es por eso de vital importancia que los productos de Nestlé se encuentren físicamente en los puntos de venta, ya que en el mismo estudio se descubrió que el 73% de los compradores si no encuentran el producto que buscan (Nestlé) simplemente compran el de su competencia.

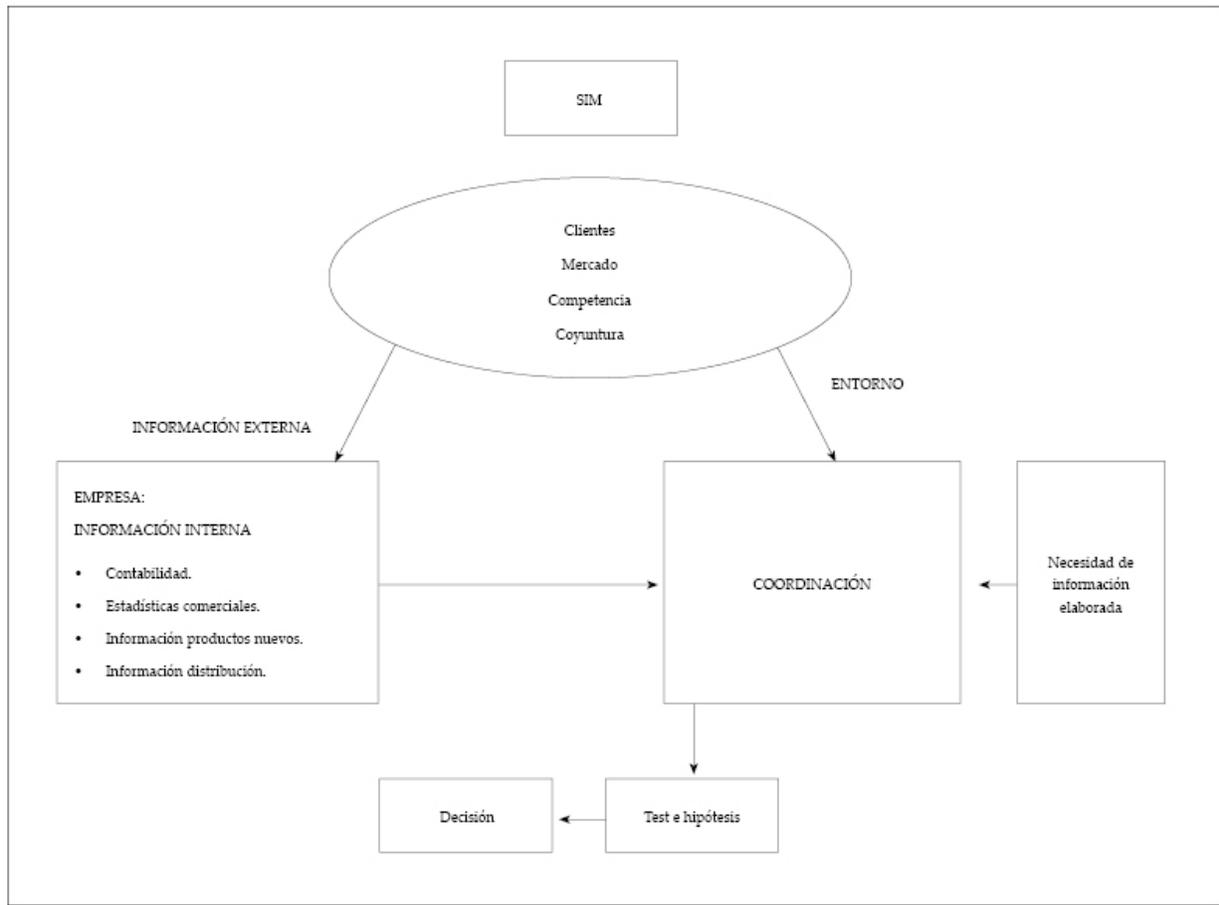
El reporte de disponibilidad se presenta semanalmente en físico, este debe llevarse al punto de venta y tomar nota físicamente de los productos que si cuenta el punto de venta, sin embargo, se encontró una oportunidad de mejora ya que al momento de consolidar dicha información se hace un recuento de aproximadamente 180 pulperías en total entre norte y sur que si son medidas, representando solo un 36% de medición en todas las pulperías que son abastecidas por Nestlé.

3.2.1.2 Descripción de la propuesta

El sistema de información de marketing (SIM) puede definirse como un conjunto de relaciones estructuradas, donde intervienen los hombres, las máquinas y los procedimientos, y que tiene por objeto el generar un flujo ordenado de información pertinente, proveniente de fuentes internas y externas a la empresa, destinada a servir de base a las decisiones dentro de las áreas específicas de responsabilidad de marketing. (Centro Estudio Financiero, 2019)

Solamente una adecuada información permite tener una política de empresa, que determine los objetivos a conseguir, la actividad a realizar, las decisiones que se deben tomar, etc.; tener un programa, seguirlo y coordinarlo; y, finalmente, establecer un mecanismo de control que verifique que todo se desarrolla según lo previsto, efectuar las correcciones y las adaptaciones necesarias. (Centro Estudio Financiero, 2019)

Figura 3: Sistema de Información de Marketing (SIM)



(Centro Estudio Financiero, 2019)

El centro de estudio financiero se refiere al SIM como un conjunto de relaciones estructuradas, donde se relacionan seres humanos, máquinas (tecnología) y procedimientos para poder obtener información de calidad y de forma más eficiente. Es así que se presenta en la Figura:3 una estructura que da a entender que una información de los clientes, competidores, mercado se puede obtener de manera externa con un manejo adecuado de la información con la cual se logra formar una hipótesis, dando una idea de lo que está sucediendo y por último los encargados validar si esta hipótesis está correcta y empezar a desarrollar planes y estrategias con la información recolectada.

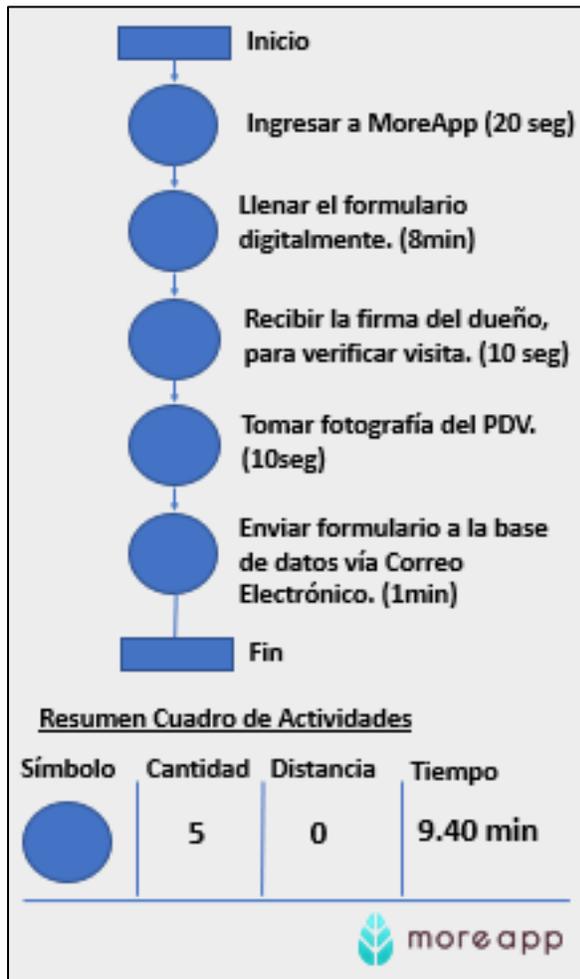
Con la información recolectada de los puntos de venta se implementó una idea de tecnificar la tabulación de disponibilidad en el punto de venta con una técnica bautizada como “Vuelo Nestlé”. Esta técnica proporciona la facilidad de tabulación de la disponibilidad de los productos en el punto de venta sin necesidad de utilizar papel, tinta, reduciendo el margen de error y tiempo. La

aplicación que estará funcionando con Vuelo Nestlé será MoreApp esta funciona en cualquier sistema operativo, permitiendo crear formularios digitales adaptables a las necesidades de Nestlé. Con Vuelo Nestlé se busca apoyar uno de las practicas más importantes para Nestlé Hondureña la cual es reducir el uso de papel y bolsas dentro de la comunidad, la técnica Vuelo Nestlé le permite al usuario llegar al punto de venta y con la facilidad de su celular tabular la información de disponibilidad en la tienda, haciéndolo un proceso más efectivo ya que este por su fácil manejo reduce el margen de error al momento de tabular dicha información, sin embargo esta técnica busca agregarle más valor a la información, ya que con Vuelo Nestlé será posible agregar una foto del punto de venta visitado para validar que si se realizó la visita y asegurar que la información es verídica.

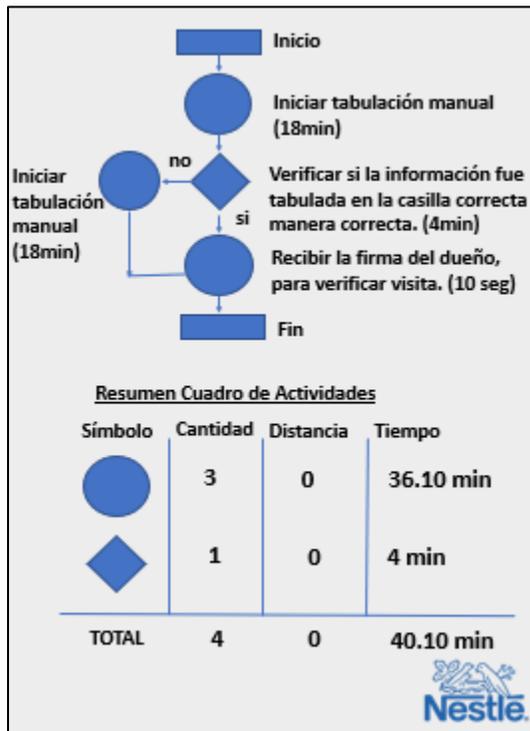
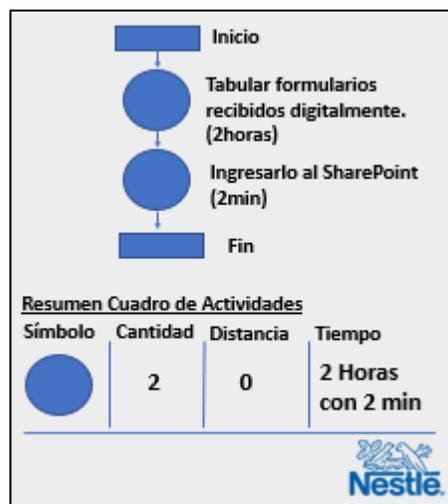
A continuación, se presenta el cronograma de actividades para la implementación de la técnica “Vuela Nestlé”.

La aplicación en su forma de descarga es gratuita sin embargo, para una mayor protección de la información que se maneja dentro de la plataforma y usuarios ilimitados esta presenta un costo de 200 dólares este monto solo se efectúa una vez según los créditos que sean necesarios, existe un paquete preferencial para empresas pero requiere información confidencial de la empresa que el practicante no tuvo acceso a ella. Sin embargo, relacionamos esta inversión en relación a que se lograra obtener una información de calidad, verídica y efectiva alcanzando un mayor porcentaje de medición en total de las pulperías a nivel nacional.

Además de obtener una información de mayor calidad, un factor importante es el tiempo en el que se recibe la información, con la técnica Vuelo Nestlé la información será enviada automáticamente a una sola base de datos después de visitar la tienda, permitiendo así una data más actualizada al momento, todo lo contrario a el método antiguo de Nestlé donde se debía esperar una semana para que la información fuera recolectada y tabular de forma manual lo que tomaba al practicante más de 2 horas en tabular. A continuación, se presenta un diagrama de flujo por cada método (Nestlé Tradicional y Vuelo Nestlé)

Figura 4: Proceso Vuelo Nestlé

Con el proceso Vuelo Nestlé se reduce el tiempo de tabulación de 40 minutos a 9 minutos, agregándole valor a la información con la fotografía del punto de venta, enviar la información en tiempo y forma real, minimizando el error de escribir mal el nombre de la tienda entre otros factores que hacen a Vuelo Nestlé el mejor proceso para medir la disponibilidad de la tienda.

Figura 5: Recolección de Datos Tradicional**Figura 6:** Conciliación de la Información

Para el proceso tradicional de Nestlé se necesita 2 diagramas de flujos, el primero es el que hace el supervisor obteniendo la disponibilidad de los productos en el punto de venta, el segundo es el que se realiza cuando se obtiene todos los formularios de la semana tabulando la disponibilidad de forma digital, esto requiere un doble trabajo y se presentaban bastantes errores al momento de

digitalizar la disponibilidad, ya sea confundiendo el nombre de la tienda, omisión de información (dirección de la pulpería).

A continuación, se presenta el cronograma y costos para la introducción del proceso Vuela Nestlé en el canal tradicional enfocado en la disponibilidad de pulperías.

Figura 7: Cronograma de "Vuelo Nestlé"

Cronograma Introducción Formato Vuelo Nestle			
Duración	Actividad	Personal	Zona
12/7/2019	Desarrollo de formularios y base de datos	IT	Norte
25/7/2019	Prueba piloto en tiendas seleccionadas	IT/Supervisores	Norte y Sur
1/8/2019	Lanzamiento oficial del formato Vuelo Nestlé/Capacitación de como utilizar la plataforma de MoreApp y beneficios de la misma	Supervisores y Terceros	Norte y Sur
2/8/2019	Entrega de Usuarios	Supervisores y Terceros	Norte y Sur
9/8/2019	Entrega del primer reporte	Supervisores y Terceros	Norte y Sur

Figura 8: Cuadro de Costos "Vuelo Nestlé"

CUADRO DE COSTOS		
Actividad		Costo
Obtención de la licencia de MoreApp	L	4,900.00
Pruebas piloto	L	3,000.00
Capacitación de plataforma de MoreApp y beneficios de la misma (Norte y Sur)	L	8,000.00
Otros gastos	L	1,500.00
Total	L	17,400.00

3.2.1.3 Impacto de la propuesta

Anteriormente se mencionaba por parte del Centro de Estudio Financiero, que para realizar una hipótesis se requiere información de calidad recolectada de fuentes externas, en el caso de Nestlé, matemáticamente hablando alcanzar solo un 36% de todas las pulperías abastecidas por la compañía no es un número significativo para tomar en cuenta si un producto se está considerando como un producto estrella dentro del mercado o un producto que está en declive y necesita una mayor atención por parte los vendedores, hasta se podría decir una mayor atención por parte del jefe de categoría de la marca. Para poder tomar decisiones sobre el lanzamiento de una promoción,

para activar descuentos o algo que llame la atención del comprador es necesario obtener datos significativos de una muestra más amplia, con MoreApp se estima que este porcentaje incrementa a 60% doblando la capacidad de la tabulación diaria.

Figura 9: Comparación de Procesos

Tabulación con MoreApp	Tabulación Tradicional
Mejor manejo de la información	Información incompleta o mal escrita
Verificación de la información	Posible información no verídica
Mayor alcance de pulperías medidas	Menor alcance de pulperías medidas
Fácil envío de información a base de datos	Retraso con mas de 1 hora de tabulación a consolidar
Minimiza errores de tabulación	Maximiza errores de tabulación
Solución mas ecológica	Contaminación con papel
Información mas segura	La información no es restringida



Como se presenta en la Figura 5 podemos observar las mejoras que presenta la tabulación con el formato de Vuela Nestlé, para comenzar encontramos el manejo de información esto se considera importante ya que el practicante al momento de tabular la información de manera tradicional dicha información venia mal redactada o con falta de datos (a veces no se observaba de donde era el punto de venta) en otros casos el nombre de la pulpería venia mal escrito, lo que ocasiona un problema al momento de analizar la información en Excel y esta no permite un análisis secuencial de dicha pulpería, mientras que con el formato de Vuela Nestlé esta cuenta con una base de datos en donde se reduce el margen de error por nombre en un 98%. La información obtenida con Vuela Nestlé es considerada más confiable, ya que cuenta con la aplicación MoreApp es posible tomar una fotografía ala punto de venta validando que el encargado si visito la pulpería, en la tabulación tradicional se podía incurrir en plagiar la información y no habría forma de darse cuenta. Gracias a su fácil manejo con la aplicación se tomará menos tiempo en llenar la información y más tiempo para hacer visitas a otras pulperías agregándole valor al porcentaje de medición de las pulperías BICE ya que cubriendo un mayor porcentaje se obtiene un dato más real de los productos

distribuidos por Nestlé. Se puede notar en el diagrama de flujo como se reduce considerablemente el tiempo de tabulación de la información. El envío de la información es muy sencillo con Vuela Nestlé, ya que al terminar de llenar el formulario con un clic se envía a una base de datos consolidada permitiendo así un mejor análisis de los datos, por otro lado en la tabulación tradicional se llevaba un registro semanal y el último día de la semana se consolidaba toda la información manualmente en una página de Excel, esto le tomaba al practicante más de dos horas laborales para poder enviar la información, habían ocasiones que la información no llegaba a tiempo por lo que no se tabulaba la disponibilidad en esa semana, esto incurría en que en la reunión semanal de BICE no se pudiera presentar el reporte de disponibilidad y esto incurría en disgusto por parte de los jefes de cada categoría por el motivo de no saber cómo está sus productos en el canal tradicional. Con la ayuda de la aplicación con un clic haces referencias si tienes o no el producto disponible en el punto de venta reduciendo así el error de colocarlo en otra casilla de otro producto como solía suceder en la tabulación tradicional donde se equivocaba al momento de llenar la información incurriendo así en enviar una información errónea y sin ninguna utilidad para una toma de decisiones. Al ser una aplicación en línea no necesita hojas de papel para la tabulación de está adaptándose a la filosofía del nuevo centro de distribución de Nestlé triple cero, colaborando con 0 residuos eso quiere decir no más gasto de papel innecesario, reduciendo así el uso de más de 100 hojas de papel mensuales.

3. CAPÍTULO VI

3.1 Conclusiones

- Gracias al programa de Iniciativa por los Jóvenes ejecutado por Nestlé, el practicante realizó sus tareas aplicando los conocimientos adquiridos en Unitec en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, desde comunicación con grupos de trabajo con diferente orientación, como trabajar en equipo en el ámbito laboral y participar en diferentes actividades que realiza la empresa.
- Se desarrolló habilidades de diseño gráfico, un mejor uso del programa Excel, así como también se mejoró la manera de exponer, trabajar en situaciones bajo presión y adaptarse a los cambios que se puedan dar en el área asignada.
- Se generaron propuestas de mejora que crearon gran valor a la empresa, como la recopilación de datos tecnificada, una revista que reconoce el trabajo arduo de un equipo dedicado y una base de datos cuya información es más fácil de analizar y tomar decisiones.

3.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones para la empresa

1. Se le recomienda al área de Recursos Humanos que consideren tener una segunda entrevista entre el practicante y el jefe inmediato, para disminuir la posibilidad que haya problemas dentro del tiempo que el practicante realice su práctica profesional.
2. Se recomienda asignar dos horas de un día con poco trabajo para el encargado de tecnología, para poder asignar todos los respectivos accesos a los Youth.

4.2.2 Recomendación para la universidad

1. Se le recomienda a la universidad a crear relaciones con empresas que cuenten con un programa similar a Iniciativa por los Jóvenes, así los estudiantes tendrían la facilidad de entrar y realizar su práctica en una empresa que de verdad le enseñara como es el mundo empresarial.
2. Así también ser más intensos en los cursos de Ofimática II con el programa de Excel por su gran importancia en el mundo laboral.
3. Se recomienda presentar un mayor apoyo a las planillas de las diferentes carreras, así consiguiendo más talleres, cursos y charlas que al final ayudan en el crecimiento del estudiante.

4.2.3 Recomendación para el estudiante

1. Se recomienda al estudiante a dedicar más tiempo a poner en práctica la teoría que recibió en clase, ya sea en pasantías, talleres y hasta cursos en línea.
2. Así también se le recomienda no faltar a clases por creer que es una asignatura fácil, ya que hasta lo más mínimo hace la diferencia en el mundo laboral.
3. Se le recomienda estudiar y leer para la vida, no solo para ser evaluado en un examen.

BIBLIOGRAFÍA

- Biografía, H. y. (2017). Empleados Nestlé. Recuperado de Historia y biografía de website: <https://historia-biografia.com/historia-de-nestle/>
- Brabeck-Letmathe, P. (2010, junio). Principios Corporativos Nestlé. Recuperado de Nestlé website: <https://empresa.nestle.es/es/libreria-documentos/documents/publicaciones/principios-corporativos-empresariales-de-nestle.pdf>
- Centro Estudio Financiero. (2019). 2. Sistema de información de marketing | Marketing XXI. Recuperado 6 de junio de 2019, de <https://www.marketing-xxi.com/sistema-informacion-marketing.html>
- Gallup. (2019). Monitoreo de Precios. Recuperado 6 de junio de 2019, de <https://www.gallup.com.do/index.php/estudios-de-mercado-2/monitoreo-de-precios>
- Janser. (2018). Janser | Bienestar laboral: Empleados felices, resultados positivos para las empresas. Recuperado 6 de junio de 2019, de <http://janser.do/entradas/bienestar-laboral-empleados-felices-resultados-positivos-para-las-empresas/>
- MoreApp. (2019). MoreApp. Recuperado 21 de junio de 2019, de <https://help.moreapp.com/es/support/solutions/articles/13000025536--qu%C3%A9-es-moreapp-moreapp>
- Nestlé. (2019). Misión compañía. Recuperado 9 de mayo de 2019, de <http://www.nestle-centroamerica.com> website: <http://www.nestle-centroamerica.com/nhw>
- Nestle Company. (s. f.). Historia Nestle. Recuperado 9 de mayo de 2019, de <https://empresa.nestle.es> website: <https://empresa.nestle.es/es/sobre-nestle/nestle-en-el-mundo/historia>
- Leveron, A. (9 de Mayo de 2019). Organigrama Nestlé. (H. GOMEZ, Entrevistador)
- Nestlé. (s.f.). Nestlé Visión. Visión Nestlé Hondureña. San Pedro Sula.
- Velasquez, C. (10 de Mayo de 2019). BICE. (H. Gómez, Entrevistador)

GLOSARIO

BICE¹: Best In Class Execution, departamento dentro de Nestlé que se encarga en ser los mejores ejecutando los productos dentro del punto de venta con su equipo de supervisores y mercaderistas.

GPTW²: Great Place To Work, título que hace reconocer como la mejor empresa para trabajar dentro de la región.

CHF³: Son las siglas que recibe la moneda local de Suiza “Franco Suizo”.

Champion⁴: Este es el nombre que reciben los jefes inmediatos de cada practicante.

SKU⁵: Es el nombre que recibe cada producto dentro de Nestlé, primordialmente cuando va en una lista o base de datos.

POP⁶: Point of Purchase, todo el material publicitario que se pueda colocar en el punto de venta.

Youth⁷: Este es el nombre que reciben los practicantes dentro de Nestlé.

Ciclo de prioridades⁸: Todo el material promocional que se envía a los puntos de venta, se consideran promociones para activar la compra de los productos Nestlé.

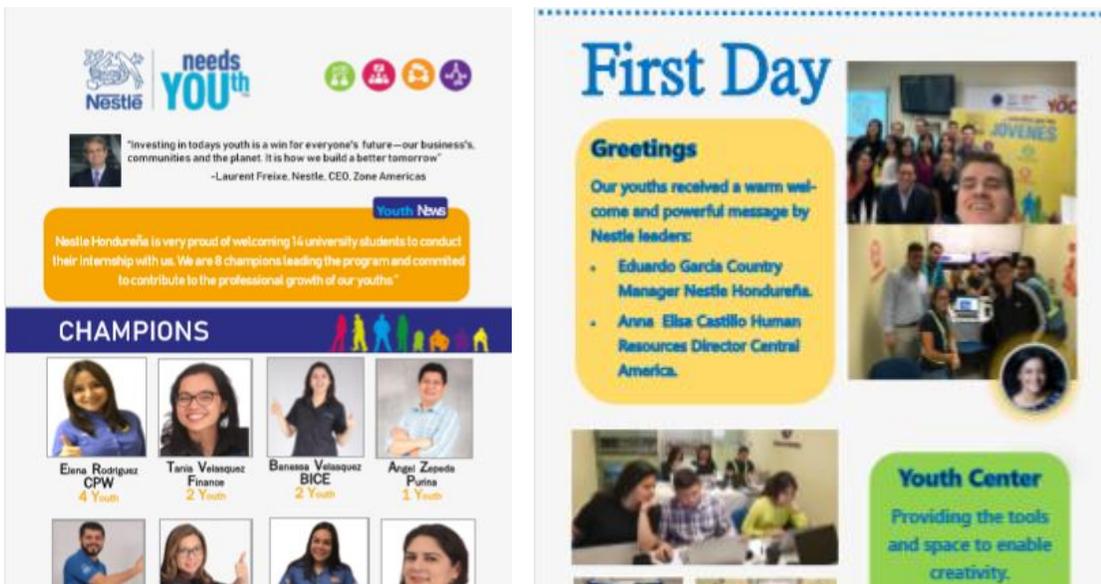
Mercaderista⁹: Personal asignado en el punto de venta, su tarea es vestir el punto de venta y activar los productos Nestlé.

DOR¹⁰: Daily Operational Review, una reunión que se ejecuta todos los días para conocer como se está desempeñando cada área dentro de la empresa.

PDV¹¹: Punto de venta, esto puede ser un supermercado, almacén o pulperías.

ANEXOS

Anexo 1: Primera Edición Youth News



Anexo 2: Portada y Contraportada Revista Team Conquistadores



Anexo 3: Contenido Revista Team Conquistadores

NESTLÉ APUESTA POR EL CAFICULTOR HONDUREÑO

El pasado 22 de Mayo del 2019, Casa Presidencial de Honduras y la directiva de Nestlé en Suiza se reunieron en las oficinas Nestlé Suiza, resultando de tan importante junta, que Nestlé apoyara a mas de 25 mil jóvenes, entrenándolos y dándoles formación especializada para el mejor manejo de fincas, que se convertirán en empresarios especialistas del café

"Como empresa seguiremos apoyando al caficultor hondureño para mejorar su productividad y sus ingresos", dijo nuestro Country Manager de Nestlé Honduras, Eduardo García.



"El café hondureño nosotros lo consideramos de la mas alta calidad, es arábica lavado de altura, meramente es un producto de excelente calidad. Nestlé lo valora mucho y obviamente al consumidor también lo valora" Eduardo García, Gerente Nestlé Honduras



sh.e: Uso Correcto de escaleras

MANERA CORRECTA

- Colocar la escalera en una superficie FIRME.
- Asegurarse que la escalera tenga sus antiderrapantes y todos sus tornillos.
- Usar zapatos antiderrapantes.
- NO subirse a las ultimas dos peldaños de la escalera.
- NO colocar la escalera cerca de puertas o pasillos transcurridos.
- Por ultimo cuando haya terminado con la escalera, GUARDARLA inmediatamente.





Bessy Reyes

ZONA NORTE/ COMERCIAL LILY



¡Felicidades por tu gran trabajo!

- Grado de dificultad
- Creatividad
- Comunicación de la promoción
- Mensaje de la marca
- alta calidad de ejecución

Good Food, Good Life!

¡TU TRABAJO SE HACE NOTAR!



Anexo 4: Contenido de Ejecución Ciclo "Team Conquistadores"

PLANIFICADO

-Pague 2 barras Fitness y lleve 3 -2 Cheerios 480, gratis 1 Fitness Regular 730g



COMPRA 2 BARRAS FITNESS Y LLEVATE 1 ¡GRATIS!

COMPRA 2 CHEERIOS Y LLEVATE 1 FITNESS 730GR ¡GRATIS!

-Pague 2 granolas 300gr Fitness y lleve 3



3X2 PAGA 2 Y LLEVA 3 GRANOLAS FITNESS 300GR

TRADICIONAL

-Por tu 2 Nesquik 330 gr, gratis 1 Unidad Trix 330gr



POR 2 NESQUIK 330 GR ¡LLEVATE UN TRIX 330GR GRATIS!

Créditos por ejecución: Tania Moncada

TRADICIONAL

- Por 3 bolsas de cubito, gratis 1 Ristra de Consomé Mi Sazón.



COMPRA 3 BOLSAS DE CUBITO Y OBTEN GRATIS 1 RISTRA DE CONSOME MI SAZÓN!

- Por 1 caja de CUBITO de pollo, gratis 1 ristra 28.5 gr



POR 1 CAJA DE CUBITOS DE POLLO OBTEN GRATIS UNA RISTRA DE 28.5GR!

- Por 1 ristra de Consomé Gallina Criolla, gratis 1 Sopa 28.5 gr



COMPRA 1 RISTRA DE CONSOME GALLINA CRIOLLA Y OBTEN GRATIS UNA SOPA DE 28.5GR!

- Armado de docena surtida de Sopas Criollas, gratis 1/2 ristra de Nescafé 8 gr



POR TU UNA DOCENA DE SOPAS CRIOLLAS OBTEN GRATIS MEDIA RISTRA DE NESCAFE 8GR

- 2 ristras de Sopa Pollo Fideos 28.5 gr y 1 display de Sopas Criollas, gratis 1 ristra de Consomé de Res



DE 2 RISTRAS DE SOPA DE POLLO FIDEOS 28.5GR Y 1 DISPLAY DE SOPAS CRIOLLAS OBTEN GRATIS UNA RISTRA DE CONSOME DE RES!

Créditos por ejecución: Gersan Vasquez e Ingrid Hernandez

Anexo 5: Arte Ahorra con Gusto



Anexo 6: Arte Nestum



Anexo 7: Arte Equipo BICE



Anexo 10: Reunión DOR



Anexo 11: Calendario de Roles "DOR"

Fecha	Hora	Facilitador	SHE	Reconocimiento	Coach	Frase
3-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Rolando Salgado	Hector Mondragón	Celeste Erazo	Abraham Granados	Mónica Andrade
4-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Sherly Howell	Karim Haddad	Cindy Valladares	Andrea	Nicole Reyes
5-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Abraham Granados	Mónica Andrade	Eduardo Bados	Celeste Erazo	Rolando Salgado
6-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Andrea	Nicole Reyes	Gabriela Micheletti	Cindy Valladares	Sherly Howell
7-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Celeste Erazo	Rolando Salgado	Hector Mondragón	Eduardo Bados	Abraham Granados
10-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Cindy Valladares	Sherly Howell	Karim Haddad	Gabriela Micheletti	Andrea
11-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Eduardo Bados	Abraham Granados	Mónica Andrade	Hector Mondragón	Celeste Erazo
12-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Gabriela Micheletti	Andrea	Nicole Reyes	Karim Haddad	Cindy Valladares
13-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Hector Mondragón	Celeste Erazo	Rolando Salgado	Mónica Andrade	Eduardo Bados
14-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Karim Haddad	Cindy Valladares	Sherly Howell	Nicole Reyes	Gabriela Micheletti
17-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Mónica Andrade	Eduardo Bados	Abraham Granados	Rolando Salgado	Hector Mondragón
18-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Nicole Reyes	Gabriela Micheletti	Andrea	Sherly Howell	Karim Haddad
19-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Rolando Salgado	Hector Mondragón	Celeste Erazo	Abraham Granados	Mónica Andrade
20-jun-19	9:00 a. m. - 9:15 a. m.	Sherly Howell	Karim Haddad	Cindy Valladares	Andrea	Nicole Reyes

Anexo 14: Felicitaciones por medio del grupo de WhatsApp



Carta de compromiso

Yo Hector Ariel Gomez Mondragón, con número de cuenta 21611064 certifico que el informe elaborado como requisito de mi Práctica Profesional previo a la examinación del comité evaluador de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales ha sido redactado con base a experiencias personales y doy fe que no ha sido copiado parcial o totalmente del trabajos anteriormente presentados, excepto aquellas partes que han sido debidamente citadas y cuyos autores han sido reconocidos dentro del texto de mi informe.

Habiendo dado fe de lo anterior, me someto a las sanciones contempladas en el Reglamento de Disciplina, según lo establecido en el artículo 16:” *En el caso de fraude en exámenes y plagio en trabajos, tareas, investigaciones o proyectos, se sancionará además con la anulación total de su valor*”. Remitiéndose al Comité de Ética para la firma del acta correspondiente por falta grave, aceptando matricular Proyecto de Graduación en el periodo siguiente.

Nombre y Firma del alumno