

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL**

**SUSTENTADO POR:**

**NOEL ANTONIO DIAZ PINEDA**

**20811344**

**PREVIA INVESTIDURAAL TÍTULO DE:**

**LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES**

**ASESOR DE PRÁCTICA: CLAUDETTE CUBERO**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS**

**HONDURAS, C.A**

**ENERO 2022**

# Índice

<i>Dedicatoria</i> .....	I
<i>Agradecimientos</i> .....	II
Resumen Ejecutivo .....	III
Introducción .....	V
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 <i>Reseña histórica de Granja Avícola</i> .....	2
1.2.2 <i>Misión</i> .....	2
1.2.3 <i>Visión</i> .....	3
1.2.4 <i>Valores</i> .....	3
1.2.5 <i>Organigrama</i> .....	3
Capítulo II .....	4
2.1 Actividades Realizadas En La Empresa.....	4
2.1.1 Definir un plan de ventas .....	4
2.1.2 Revisión de inventarios en bodega de cada Productos Huevos El Ranchero .....	4
2.1.3 Supervisar el funcionamiento de Canales de Ventas.....	5
2.1.4 Revisión de liquidaciones en las ventas de vendedores a detalle .....	5
Capítulo III.....	7
3.1 Propuesta implementada .....	7
3.1.1 Propuesta 1: implementación de mapeo de productos por medio de la aplicación Waypoints.....	7
3.1.1.1 <i>Antecedentes</i> .....	7
3.1.1.2 <i>Justificación</i> .....	7
3.1.1.3 <i>Descripción de la propuesta</i> .....	8

3.1.1.4 Impacto de la propuesta.....	8
3.2 Propuesta de mejora.....	12
3.2.1 Propuesta: Programa De Entrenamiento Y Capacitación De Vendedores.....	12
Capitulo IV.....	17
4.1 Conclusiones.....	17
4.2 Recomendaciones .....	18
4.2.2 Recomendaciones para la empresa .....	18
4.2.3 Recomendaciones para la institución.....	19
4.2.4 Recomendaciones para los estudiantes .....	19
Referencias.....	20
Glosario.....	22
Anexos .....	19

## Tabla de Ilustraciones

Imagen 1.....	3
Imagen 2.....	9
Imagen 3.....	10
Imagen 4.....	11
Imagen 5.....	166

## ***Dedicatoria***

*A mis padres que han sabido formarme con buenos fundamentos, hábitos y valores morales, persistencia y dedicación de lo cual me ha ayudado a convertirme en una persona productiva para la sociedad y el país. También a mis hermanos que siempre han sido un apoyo extra a mi vida a mis estudios y esfuerzos personales, son los que me motivan y animan a continuar y vencer cada obstáculo para cumplir mis objetivos de vida.*

### ***Agradecimientos***

*El principal agradecimiento a Dios; porque me ha permitido vida para culminar mis estudios me ha dado sabiduría fuerzas y valentía para culminar una etapa más en mi vida. A mi familia por su estímulo y comprensión a lo largo de mis estudios y en cada proyecto que eh emprendido a mis amigos algunos que están aquí y otros que partieron que cada uno con sus palabras de aliento por poco me han motivado y me eh convertido en la persona que eh deseado llegar a ser.*

## Resumen Ejecutivo

En el presente informe se estará presentando la práctica profesional de Licenciatura en Relaciones Internacionales por Noel Antonio Diaz Pineda, la cual se realizó en Avícola las Delicias, empresa del sector agroindustrial hondureño la cual se dedica a la producción, distribución y venta a nivel nacional de huevos con su marca líder **Huevos el Ranchero** dentro del mercado hondureño.

La aportación como practicante dentro de la empresa es supervisar ventas, coordinar rutas de distribución, presupuestos de bodegas y supervisión de estas, visitas a clientes, motivación de nuestras fuerzas de ventas, negociaciones con clientes distribuidores tanto mayoristas como a detalle con el objetivo de alcanzar un mayor volumen de ventas y análisis más profesional y ordenado para un mayor crecimiento en ventas.

Las expectativas de realizar la práctica profesional dentro de esta empresa son para aprender más sobre el mercado hondureño en General en productos agroindustriales hondureños, analizar sus fluctuaciones en precios, factores que afectan las ventas los cuales se dan ya sea por elevación de precios de canasta básica, aumento en los precios de materias primas, el acceso a nuevos mercados y el valor agregado que se les pueda dar o el precio de los carburantes a nivel internacional.

Dentro del periodo de práctica profesional se pudo identificar oportunidades de mejora dentro de la empresa, conociendo procedimientos ya implementados y sugiriendo nuevos, tanto en distribución como en venta y el manejo de dichos procesos por lo que cabe resaltar que se pudo lograr mejoras que han logrado tener un impacto sumamente positivo a la empresa.

Avicola las Delicias es una empresa joven dentro del Mercado Hondureño, pero cabe resaltar que su crecimiento en venta y distribución de un producto primario como lo es el Huevo ha demostrado ser pionera en este rubro por lo tanto ha sido de gran experiencia tanto en lo personal como en lo profesional.



## Introducción

Este informe se deriva del trabajo aplicado durante el proceso de Práctica Profesional de la Carrera de Licenciatura en relaciones y comercio internacional, y tiene como objetivo general, que la Profesión egresada, aplique las destrezas y habilidades adquiridas durante la Carrera, en un ambiente empresarial, para facilitar el desarrollo profesional en el ámbito de la organización y administración de ventas y se divide en tres etapas.

La primer etapa de la practica consistió en adaptarse al entorno de la empresa Avícola Las Delicias adquiriendo el conocimiento del rubro de la empresa que es la producción venta y distribución de Huevos con su marca (Huevos el Ranchero) conociendo sus modelos de distribución a través de ventas a mayoristas y detalle con canales de distribución que consisten en ventas a pulperías, minisúper y pequeños locales como venta a detalle y a cadenas de super mercados y distribuidores como venta a mayoristas. En la segunda etapa fue fundamental como colaborador y practicante ser eficiente y eficaz y optimizar todos los recursos de la empresa ya que de eso dependió el desempeño de la práctica que se basó en la supervisión de ventas.

En la tercera y última etapa se realizaron mejoras, observaciones para que Avicola las Delicias, empresa dedicada a la producción venta y distribución de huevos a nivel nacional e internacional sea una de las empresas lideres en su rubro. La Empresa tiene su sede principal en Cañaverl, Cortes y con centros de distribución en Tegucigalpa, San pedro sula, Danlí, Juticalpa Olancho, Santa Rosa de Copan, Choluteca, Comayagua, Ceiba, la esperanza, Tocoa colon y Santa bárbara, estando asignado en Tegucigalpa, Danlí y Juticalpa Olancho.

## Capítulo I

### 1.1 Objetivos De La Práctica Profesional

#### 1.1.1. Objetivo General

- Poner en práctica la teoría aprendida en nuestras clases, para que tenga afinidad con el futuro entorno de trabajo en donde desarrollaremos nuestras vidas profesionales.

#### 1.1.2 Objetivos específicos

- Aprender procesos administrativos, responsabilidades laborales, organización, procedimientos en ventas, formación de estructuras de distribución y todo lo que concierne a las buenas prácticas éticas laborales dentro de la empresa Avícola las Delicias.
- Implementar conocimiento adquirido en los estudios de ser eficiente y eficaz con los recursos brindados e implementar dicha información a empresa para dejar una buena imagen de mi como practicante y de nuestro centro Educativo UNITEC como formador una de estas mejoras fue la implementación de punteo por GPS a través de la aplicación waypoints.
- Desarrollar habilidades de liderazgo y habilidades en equipo de trabajo fue una de las oportunidades de mejora que se propusieron las cuales fueron capacitaciones a los diferentes equipos de venta para así disminuir la rotación de personal y lograr un mayor volumen de ventas.

## **1.2 Datos generales de la empresa**

### ***1.2.1 Reseña histórica de Granja Avícola***

Granja Avícola las Delicias es una empresa que se consolidó como empresa industrial hace 7 años en el área de alimentos, sin embargo, inició sus actividades hace 18 años como granja artesanal, hoy en día es una operación dedicada a la producción de huevos comerciales. La granja está estratégicamente ubicada en la comunidad de Cañaveral, Peña Blanca, Cortés, a una distancia de 71.5 km. del centro de la ciudad y los mercados de consumo

El año 2004 iniciamos actividades con una producción anual de 12,500,000 huevos, que eran comercializados localmente, actualmente nuestro producto es comercializado a nivel nacional en la cadena de la industria alimenticia.

Debido a que la alimentación representaba un 80 % del costo de producción, nos trazamos como objetivo cerrar contratos anuales de provisión de las principales materias primas con empresas agropecuarias sólidas, como lo es Cargill.

### ***1.2.2 Misión***

Avícola Las Delicias, una empresa reconocida en la producción, distribución y venta de huevos con su marca (El Ranchero), con la experiencia que nos caracteriza, manteniendo el manejo sanitario y control en toda la cadena de producción y ventas, incrementando más tecnología, calidad y trabajo en equipo para hacer más eficiente la labor de la empresa y asegurando la permanencia y crecimiento en el mercado hondureño.

### 1.2.3 Visión

Ser líderes en abastecer todo el mercado nacional, ocupando el primer lugar en Honduras e iniciar exportaciones a toda Centroamérica y el caribe dando valor agregado a cada huevo producido por nuestra empresa.

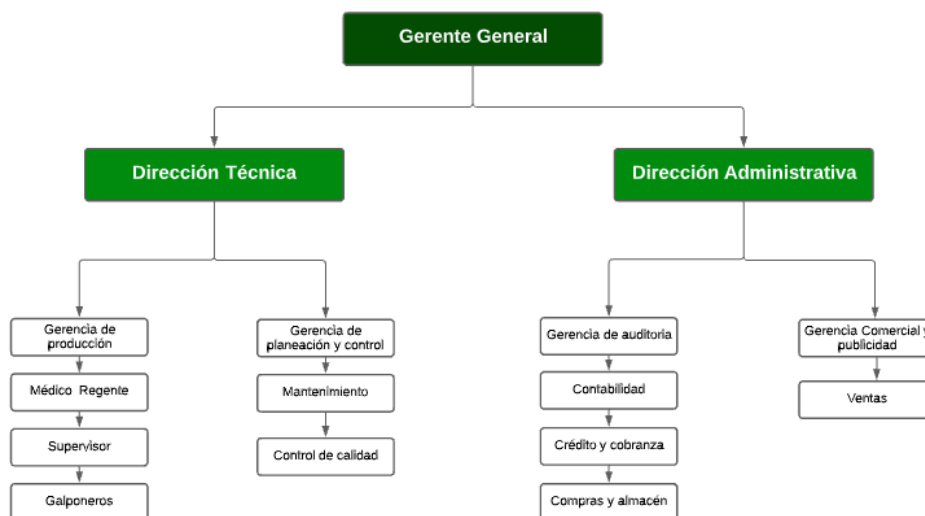
### 1.2.4 Valores

- Aumentar la satisfacción del cliente ofreciendo productos de alta calidad que cumplen con estándares de producción
- Asegurar un buen manejo del producto para preservar sus características naturales.
- Gestionar y asegurar los recursos para la implementación, mantenimiento y mejora.
- Seleccionar y evaluar los proveedores que impactan en nuestro producto final y asegurar la calidad de los insumos.
- Desarrollar el talento humano con el programa de capacitación general de la compañía.

### 1.2.5 Organigrama

#### Imagen 1

*Organigrama de Avícolas Las Delicias*



*Organigrama Avicola Las Delicias 1*

## **Capítulo II**

### **2.1 Actividades Realizadas En La Empresa**

En el segundo capítulo se detallará todas las actividades realizadas por mi persona durante la práctica profesional en Avícola Las Delicias.

#### **2.1.1 Definir un plan de ventas**

Sujeto a cierto presupuesto, precios y pedidos semanales de cada ruta en el cual se tiene una meta diaria de ventas de 20 cajas por vendedor a detalle en cada ruta, cada ruta se hace en frecuencias y cada frecuencia es una vez por día de la semana, la frecuencia de ventas es un territorio ya definido con sistema GPS por cada cliente a visitar, en cuestión de precios estos se dan conforme a precios manejados en la plaza o precios acordados entre los gerentes y dueños de las empresas vendedoras de huevos, cada precio depende del tamaño del producto, su presentación o cantidad comprada.

#### **2.1.2 Punteo e identificación de nuevos clientes**

Esta actividad es una localización satelital en cada negocio a través de una aplicación que se llama waypoints con el objetivo de localizar y ubicar nuevos clientes para implementar nuevas rutas y tener un registro de visitas a través del monitoreo satelital GPS.

#### **2.1.3 Revisión de inventarios en bodega de cada Productos Huevos El Ranchero**

Esta actividad se realiza tres veces al día en el sistema y en físico para ver con que productos se cuenta disponible como información a ventas, los productos manejados en inventario tienen la presentación de Huevo Grande, Huevo Mediano, Huevo pequeño, Huevo piwi, Huevo con avería y Huevo en Yema. Todos los productos se distribuyen en centros de ventas como

Pulperías, Minisúper, Lácteos, Panaderías, Mercaditos, Bodegas y cadenas de Supermercados (ejemplo supermercado la colonia).

#### **2.1.4 Supervisar el funcionamiento de Canales de Ventas**

La supervisión en los canales de ventas usados en Huevo el rancho es la visita directa a nuestros clientes. El objetivo de supervisar los canales de ventas es que nos proporcionen tiempo, lugar y utilidad y haga que el producto Huevos el Rancho esté disponible cuando, donde y en las cantidades que los clientes deseen, usar los canales de venta nos dan mayor ventaja contra nuestra competencia para ello se utilizan dos canales de ventas los cuales son:

- **Canal de distribución selectiva.** Es la venta a compradores Mayoristas seleccionados los cuales compran arriba de mil quinientas cajas de nuestros Huevos el rancho; ejemplo bodegas en los mercados, para luego ellos venderlos a distribuidores minoristas; ejemplo vendedores Paileros.
- **Canal de distribución intensiva.** Es la venta a intermediarios minoristas para la promoción del producto. El productor utiliza esta vía de comercialización para saturar el mercado con el producto; ejemplo pulperías a nivel nacional.

#### **2.1.5 Revisión de liquidaciones en las ventas de vendedores a detalle**

Es la revisión en cada hoja de liquidación la cual lleva precios por cartón, precio de caja, cantidad cargada y cantidad vendida, total en Lempiras y que todo esto cuadre con los depósitos de cada venta y del sistema de facturación.

Huevos el rancho tiene su centro de Distribución principal en Tegucigalpa, Francisco Morazán, para la zona centro sur y oriente, pero también se cuenta con otros centros más las

ciudades de Danlí el paraíso, Choluteca y Juticalpa Olancho los cuales también están asignados a supervisión y a auditorias en visitas periódicas una vez por semana.

## Capítulo III

El tercer capítulo en él se detallan las propuestas de mejoras que, a su vez, las mismas son conceptualizadas en base a oportunidades de mejora encontradas.

### 3.1 Propuesta implementada

#### 3.1.1 Propuesta 1: implementación de mapeo de productos por medio de la aplicación

##### Wayspoints

##### *3.1.1.1 Antecedentes*

Todas las empresas, practican una serie de actividades o procesos de los cuales se llevan a cabo para dar un buen servicio o producto al cliente final. Dentro de las series de actividades que se realizan en Avícola las Delicias se utilizara una aplicación llamada Wayspoints de la cual dicha aplicación consiste en el mapeo y monitoreo de clientes, además las vistas por parte del vendedor a detalle de cada cliente. Por ejemplo, la ruta 207 hacia Cantarranas se punteará con el GPS a través de la aplicación en donde nos ayudará a poder monitorear si el vendedor visita estos clientes cada vez que visita dicha zona.

##### *3.1.1.2 Justificación*

Avícola las Delicias no contaba con un control eficiente de los carros vendedores visitaban tal ruta por lo que había muchas veces que los vendedores (entiéndase que carros vendedores o vendedores son los que proveen los productos a los supermercados, pulperías, entre otros), visitaban tres o cuatro carros la misma ruta por lo que al final de cuentas por no tener un control de quien es el encargado de tal ruta, hacia que no se pudieran suplir otras rutas y no poder abastecerlas de los productos por lo que al implementarse el mapeo y monitoreo de productos por medio de la aplicación Wayspoints hizo que se pudieran reorganizarse, satisfacer las demanda, y



el control y monitoreo de los vendedores en cada ruta es a tiempo real por lo que al final se podrá ver y analizar cuanto tiempo se tarda en poder abastecer tales rutas, y poder mejorar.

#### ***3.1.1.3 Descripción de la propuesta***

El mapeo de los clientes por medio de la aplicación Wayspoints, se encargará de monitorear los carros vendedores en las rutas encargadas por cada vendedor a tiempo real, permitiéndole a la empresa reducir costos, medir el tiempo que se toma cada carro vendedor en poder abastecer al cliente, cuantos clientes visita a diario y la ubicación exacta de cada cliente.

#### ***3.1.1.4 Impacto de la propuesta***

Al haber sido aprobada e implementada la propuesta, se pudo lograr que se redujera el nivel de costos, un incremento de productividad, la demanda se pudo satisfacer por cada vendedor y además por medio del mapeo y monitoreo de este fue de gran ayuda para poder analizar cuál fue el porcentaje de ventas que se alcanzó en dicho periodo de tiempo y cuál es el número de clientes visitados por vendedor cada día.

## Imagen 2

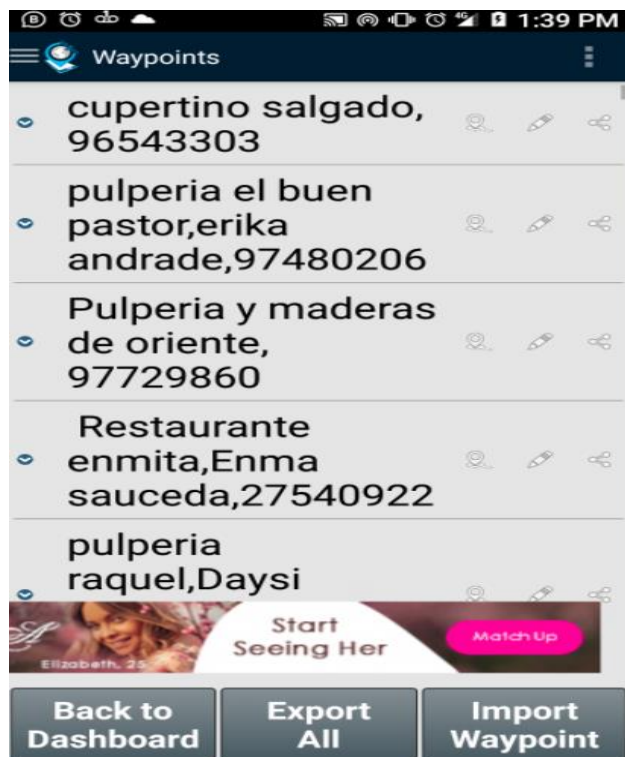
*Menú principal de la aplicación Waypoints*



*App GPS Way points 1*

### Imagen 3

*Información de los lugares a cuáles abastecer según la ruta asignada*

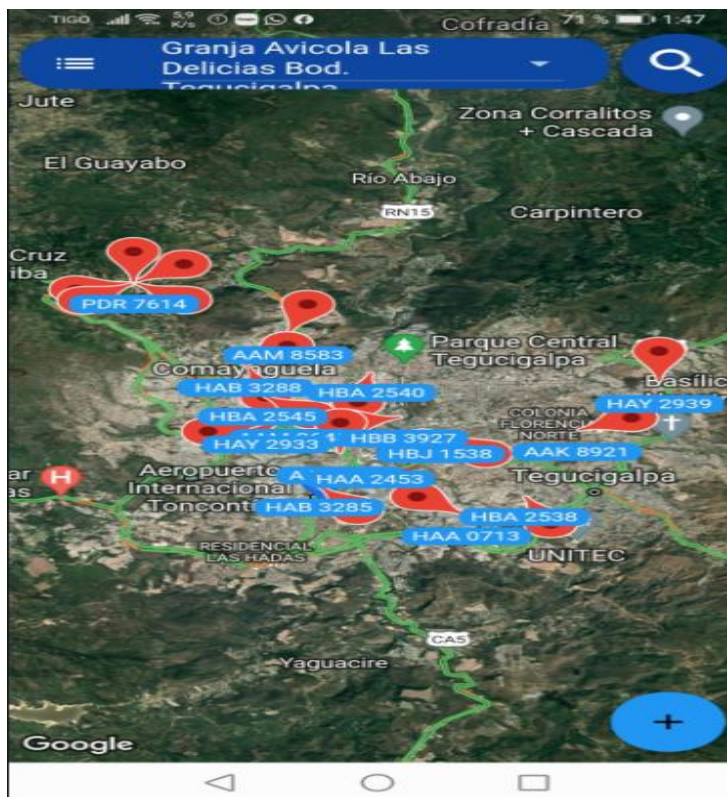


*ubicación de Cliente APP Wayspoints 1*

En la imagen anterior puede verse los diferentes lugares con su nombre y número telefónico y donde exactamente queda, esto le permitirá al vendedor y a la empresa tener un mayor control de los clientes que tienen en diferentes lugares.

## Imagen 4

*Mapa satelital en donde están ubicadas los lugares a visitar*



*Mapa Satelital clientes APP waypoints 1*

Los puntos rojos que se ven en la imagen son las unidades vendiendo y de la cual se están monitoreando para que el cliente visite la unidad que le quede más cerca, con el objetivo de facilitar al cliente.

## **3.2 Propuesta de mejora**

### **3.2.1 Propuesta: Programa De Entrenamiento Y Capacitación De Vendedores**

#### **Problema Identificado:**

Alta rotación de personal de ventas Un 40% de los empleados que hacen parte de organizaciones que no les ofrecen entrenamiento, deja sus puestos en el primer año de contratación.

#### Descripción de propuesta:

Un programa de entrenamiento y capacitación de vendedores que entregue valor para la empresa y la lleve a mejorar sus resultados hay que trabajar en dos grandes esferas: las habilidades técnicas y las habilidades blandas logrando con esto una mayor formación profesional y bajar la rotación de personal.

#### Estudios que respalden la propuesta:

¿Por qué invertir en formación en ventas?

La formación en ventas siempre debe entenderse como una inversión de la empresa, no como un gasto. Algunos gerentes pueden encontrar que la capacitación cuesta dinero o requiere muchos recursos, pero no sopesan el rendimiento que pueden generar. Primero, piense en el alcance individual.

La formación de los empleados es, ante todo, un proceso de aprendizaje. Cada vendedor tiene un crecimiento personal después de participar en la capacitación de ventas, ya sea a nivel técnico o de comportamiento. El Desarrollo personal es de Por Vida.

Los vendedores pueden tener mejores resultados individuales en la empresa, tener nuevas perspectivas de carrera e incluso mejorar sus relaciones personales. Por tanto, es un beneficio que le entregas a cada empleado.

Conocimientos adquiridos:

Habilidades Técnicas:

- Manejo del software de ventas y sistema de facturación.
- Técnicas de prospección y negociación.
- Análisis de sistemas y evaluaciones.
- Investigación del mercado.
- Comportamiento de los consumidores.

Habilidades Blandas:

- Comunicación.
- Resiliencia.
- Atención.
- Empatía
- Liderazgo.
- Pensamiento analítico.
- Obtención de resultados.

## Cronograma de Capacitaciones

### CRONOGRAMA DE CAPACITACIONES AÑO 2022

Fecha	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Temas							
Manejo del software de ventas y sistema de facturación.							
Técnicas de prospección y negociación.							
Análisis de sistemas y evaluaciones.							
Investigación del mercado.							
Comportamiento de los consumidores.							
Comunicación.							
Resiliencia.							
Atención al cliente.							
Empatía							
Liderazgo.							
Pensamiento analítico.							
Obtención de resultados.							

### *Cronograma de Capacitaciones en ventas 1*

## Alianzas estratégicas

La suma de esfuerzos, ideas y recursos siempre resulta benéfica para alcanzar una meta común. Esto es aún mejor cuando el fin es apoyar proyectos que buscan transformar la calidad de vida, economía de nuestros empleados, clientes, proveedores e inversionistas de Avícola Las Delicias y es la razón por la que las alianzas estratégicas se definen como acuerdos entre dos o más empresas u organizaciones que se unen para alcanzar metas en proyectos específicos, y las cuales no serían posible en el corto plazo si los involucrados trabajan por separado.

La unión entre empresas no sólo busca crear una relación comercial, sino también sumar esfuerzos para mejorar el posicionamiento en el mercado, tanto de las propias organizaciones y marcas como de los proyectos que se impulsan y es la razón por la cual capacitaremos nuestra fuerza de ventas en alianza estratégica con las diferentes cámaras de comercio donde tenemos centros de

Distribución, buscaremos el apoyo de cualquier organización ya sea publica como INFOP o privada como DALE CARNEGIE con un solo un solo objetivo mejorar la calidad de vida de todos nuestros aliados empresariales.

<https://www.ccit.hn/capacitaciones>

### **Costo estimado**

Costo estimado por grupos de veinte personas.

Costo por capacitacion grupo de veinte personas	
Alimentacion	2000
Costo conferencista	3500
costo de certificado	500
Total Lps	6000

### **Retorno de la inversión**

Para medir el Retorno de la inversión en capacitación es necesario que los objetivos a lograrse con la fuerza de ventas estén muy bien alineados con concretas deficiencias en habilidad de esta y fijar el monto exacto a invertir que garantice resultados de calidad.

Formula: costo de capacitación – incremento en ventas=retorno de inversión.



## Imagen 5

### Diagrama y evaluación de habilidades

DIAGRAMA Y EVALUACION DE HABILIDADES							
Personal de ventas	TECNICAS			BLANDAS			Max:60
	Habilidad 1	Habilidad 2	Habilidad 3	Habilidad 4	Habilidad 5	Habilidad 6	Min:50
							TOTAL
Bodega Tegucigalpa	8	7	10	6	7	9	47%
Bodega Danli	6	10	10	7	7	10	50%
Bodega Juticalpa	6	8	9	10	9	8	50%

**Habilidades Tecnicas**

1. Manejo del software de ventas y sistema de facturación
2. Técnicas de prospección y negociación.
3. Investigación del mercado.

**Habilidades Blandas**

4. Comunicación y liderazgo
5. Resiliencia y manejo de objeciones
6. Atención al cliente

### Diagrama y Evaluación de habilidades 1

Evaluación de las habilidades que tendrán de acuerdo con los diferentes tipos de habilidades ya sean técnicas o blandas en donde cada tipo de habilidad está conformada por diferentes aptitudes en cada bodega que Avícola Las Delicias tiene.

## Capítulo IV

### 4.1 Conclusiones

Con la elaboración del presente trabajo especial de grado se logró formular propuesta de mejoras a la actual red de ventas y distribución de huevos el rancho., de lo cual se desprenden las siguientes conclusiones:

- ❖ Mediante los diferentes centros de distribución y ventas de la empresa Avícola las Delicias, ubicados en Tegucigalpa, Danlí, Choluteca y Juticalpa se determinó que los indicadores considerados fundamentales a mejorar son:
- ❖ El nivel de servicio de transporte, la eficiencia y eficacia en el uso de la flota primaria, la organización y optimización de personal de ventas en cada centro de distribución y controles diarios de ventas. Analizando detalladamente los mismos, se observó un incumplimiento en las metas previstas por la empresa para alcanzar las cantidades de cajas de huevos ya establecidas esto por diferentes motivos ajenos a la empresa principalmente en centro de distribución Tegucigalpa debido al cobro de la extorsión como ejemplo.

## 4.2 Recomendaciones

### 4.2.2 Recomendaciones para la empresa

A continuación, se detallan las principales recomendaciones que se proponen a la Gerencia de ventas y distribución de Huevos el rancho:

- ❖ Capacitar personal que controle y organice los circuitos de flotas de distribución y ventas, garantizando el mayor equilibrio en la repartición en cada centro de distribución y entrega a clientes.
- ❖ Mejorar el procedimiento de selección de personal de ventas con un proceso de contratación más profesional y estudiado midiendo las capacidades profesionales de cada individuo al momento de contratarlos.
- ❖ Apegarse a un plan de implementación sugerido para que la entrega del producto y fletes sea más planificada, con la finalidad de mitigar los efectos de incrementación de costos y manejo inadecuado del producto a entregar disminuyendo así un alto incremento en huevos averiados.
- ❖ Implementar un procedimiento estándar para manejo de bodegas en cada centro de distribución y en cada unidad de entrega.
- ❖ Incentivar a la fuerza de venta con capacitaciones y reconocimientos por metas alcanzadas en ventas.
- ❖ Implementar el área de logística para medir rendimientos de ventas en rutas, volúmenes manejados a entregar, consumo de combustible, manejo y reparación de flota de camiones.
- ❖ Estudiar a mediano plazo, la implementación de un (ERP/SAP) que permita gestionar la planificación de todo tipo de viajes en las entregas a los centros de distribución y ventas en ruta.

### **4.2.3 Recomendaciones para la institución**

- ❖ Tener programas sobre cómo enfrentar la vida laboral y profesional después de terminada la carrera universitaria.
- ❖ Programas o proyectos que nos hagan conciencia sobre el cambio climático.

### **4.2.4 Recomendaciones para los estudiantes**

- ❖ Participar en todas las actividades extracurriculares, talleres, simuladores, cursos, etc. en donde les permita expandir su conocimiento dado que esto le hará ser más competente en el ámbito profesional y pueda sobresalir ante la competencia.
- ❖ Tener más interés en lo que la universidad te ofrece ya que, te ayuda a enriquecerte de conocimiento, ser una persona respetada y sobre todo no olvidar que el ser un buen profesional te hará abrirte en el mercado laboral.

## Referencias

- ¿Qué son los indicadores?* (s.f.). Recuperado el 24 de marzo de 2022, de ONU MUJERES:  
<https://www.endvawnow.org/es/articles/336-indicadores.html#:~:text=Un%20indicador%20es%20una%20caracter%20C3%ADstica,un%20indicador%20por%20cada%20resultado.#:~:text=Un%20indicador%20es%20una%20caracter%20C3%ADstica%20espec%20C3%ADfica%20C%20observable%20y,por%20>
- 12 habilidades técnicas que buscan los empleadores.* (s.f.). Recuperado el 24 de marzo de 2022, de Info. Capital Humano: <https://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/noticias-y-movidas/12-habilidades-tecnicas-que-buscan-los-empleadores/#:~:text=Las%20habilidades%20t%C3%A9cnicas%20o%20duran,ventaja%20frente%20a%20otros%20postulantes.#:~:text=Las%20habilidades%20t%C3%A9c>
- AVIDELI. (s.f.). *AVIDELI*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de AVIDELI:  
<https://www.avideli.com/>
- DEFINICIÓN DE MAPEO.* (2021). Recuperado el 24 de marzo de 2022, de Definicion.de:  
<https://definicion.de/mapeo/>
- Huevo.* (s.f.). Recuperado el 15 de Marzo de 2022, de RAE: <https://dle.rae.es/huevo>
- Las 10 habilidades blandas que demandará el mercado laboral en el futuro.* (18 de diciembre de 2021). Recuperado el 24 de marzo de 2022, de GESTION:  
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/10-habilidades-blandas-demandara-mercado-laboral-futuro-nnda-nnlt-261487-noticia/#:~:text=Las%20habilidades%20blandas%20son%20el,la%20actualidad%20por%20las%20empresas.#:~:text=Las%20habilidades%20blandas%20so>
- Meza, S. M. (27 de marzo de 2021). *¿Qué es y para qué sirve el GPS?* Recuperado el 24 de marzo de 2022, de ALEPH: <https://aleph.org.mx/que-es-y-para-que-sirve-el-gps>
- Paez, G. (s.f.). *Flete*. Recuperado el 24 de marzo de 2022, de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/flete.html>

Quiroa, M. (s.f.). *Cliente*. Recuperado el 24 de marzo de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

*ROI: Qué es el Retorno de Inversión y cómo calcularlo.* (1 de diciembre de 2021). Recuperado el 24 de marzo de 2022, de ARKANGELES: <https://www.arkangeles.com/blog/roi-o-retorno-de-inversion#:~:text=El%20retorno%20de%20inversi%C3%B3n%2C%20por%20sus%20siglas%20en,tenido%20la%20empresa%20sobre%20una%20determinada%20inversi%C3%B3n%20realizada.>

Semana. (23 de abril de 2021). *Consumir huevo: ¿qué beneficios y aportes nutricionales tiene para la salud?* Recuperado el 28 de febrero de 2020, de SEMANA: <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/consumir-huevo-que-beneficios-y-aportes-nutricionales-tiene-para-la-salud/202108/>

Sesame. (2021). *Capacitación*. Recuperado el 25 de marzo de 2022, de Sesame: <https://www.sesametime.com/assets/diccionario/capacitacion/>

*Venta personal.* (15 de abril de 2021). Recuperado el 24 de marzo de 2022, de dircomfident: <https://dircomfidencial.com/diccionario/venta-personal-20161008-1613/#:~:text=Venta%20personal.%20La%20venta%20personal%20es%20la%20forma,el%20%C3%BAltimo%20escalaf%C3%B3n%20en%20el%20convencimiento%20del%20cliente.>

## Glosario

- **Avideli.** Avícola Las Delicias
- **Capacitación.** Hace referencia al conjunto de actividades didácticas que están orientadas a ampliar los conocimientos, o las aptitudes y habilidades. Esta permite a los trabajadores tener un mejor rendimiento laboral gracias a la adaptación a las exigencias cambiantes del entorno.
- **Clientes.** Es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa.
- **Fletes.** Es el costo por pagar por el desplazamiento de una carga en un medio de transporte.
- **GPS.** Sistema de Posicionamiento Global (GPS por sus siglas en inglés), este sistema permite ubicar con precisión la ubicación de una persona o vehículo sobre la Tierra, y actualmente es una manera muy útil de saber cómo llegar a cualquier lugar.
- **Habilidades blandas.** Resultado de una combinación de habilidades sociales, de comunicación, de forma de ser, de acercamiento a los demás, entre otras; que forjan a una persona capaz de relacionarse y comunicarse de manera efectiva con otros.
- **Habilidades técnicas.** Son aquellas que sirven para desempeñar una función específica y que se desarrollan por medio de la formación, capacitación o entrenamiento.
- **Huevo.** Huevo de la gallina, especialmente destinado a la alimentación humana.
- **Indicador.** Es una característica específica, observable y medible que puede ser usada para mostrar los cambios y progresos que está haciendo un programa hacia el logro de un resultado específico.
- **Mapeo.** Hace referencia al acto y el resultado de mapear.

- **Personal de ventas.** Es la forma de comunicar e intentar por parte del vendedor al cliente con el objetivo de que éste reaccione de manera positiva y adquiera el producto o servicio ofrecido.
- **Retorno de la inversión.** Por sus siglas en inglés ROI (Return on Investment) es una métrica financiera que nos indica las ganancias o pérdidas que ha tenido la empresa sobre una determinada inversión realizada.



## Anexos

## Hoja de control de inventarios bodega

Impresion 06/04/2022 18:46:30

### Saldos de inventario por almacen AVICOLA LAS DELICIAS

Bod 52 BOD. INVENTARIO EN TRANSITO					Bod 900 BOD. DISTRIBUCION DANLI				
Cod.	Producto	Saldo	Cjs	Ctns Und	Cod.	Producto	Saldo	Cjs	Ctns Und
010003	HUEVO GRANDE	-663,090	-1,841	-11	010003	HUEVO GRANDE	22,380	62	2
010004	HUEVO MEDIANO	-624,090	-1,733	-7	010004	HUEVO MEDIANO	158,385	439	11 15
010005	HUEVO PEQUEÑO	-62,370	-173	-3	010005	HUEVO PEQUEÑO	25,740	71	6
010007	HUEVO QUEBRADO (AVERIADC	9,060	25	2	<b>Total:</b>		<b>206,505</b>	<b>573</b>	<b>7 15</b>
010022	HUEVO RANCHERO PACK 15 U	-6,000	-25						
010048	HUEVO MAMA DELICIAS PACK	-6,000	-25						
010100	HUEVO RASPADO	-216	-7	-6					
<b>Total:</b>		<b>-1,352,706</b>	<b>-3,757</b>	<b>-6 -6</b>					

Bod 901 BAIRON LOPEZ					Bod 902 TONY SANTOS				
Cod.	Producto	Saldo	Cjs	Ctns Und	Cod.	Producto	Saldo	Cjs	Ctns Und
010003	HUEVO GRANDE	9,000	25		010003	HUEVO GRANDE	5,760	16	
010004	HUEVO MEDIANO	8,940	24	10	010004	HUEVO MEDIANO	3,600	10	
010011	BONIFICACIONES HUEVO MEC	60	2		010005	HUEVO PEQUEÑO	1,800	5	
<b>Total:</b>		<b>18,000</b>	<b>50</b>	<b>0 0</b>	<b>Total:</b>		<b>11,160</b>	<b>31</b>	<b>0 0</b>

Bod 903 BRUNO AVILA					Bod 904 CRISTHIAN FLORES				
Cod.	Producto	Saldo	Cjs	Ctns Und	Cod.	Producto	Saldo	Cjs	Ctns Und
010003	HUEVO GRANDE	5,400	15		010003	HUEVO GRANDE	6,120	17	
010004	HUEVO MEDIANO	5,400	15		010004	HUEVO MEDIANO	3,960	11	
<b>Total:</b>		<b>10,800</b>	<b>30</b>	<b>0 0</b>	010005	HUEVO PEQUEÑO	1,080	3	
					<b>Total:</b>		<b>11,160</b>	<b>31</b>	<b>0 0</b>

Bod 905 OSMAN ARIEL LAGOS				
Cod.	Producto	Saldo	Cjs	Ctns Und
010003	HUEVO GRANDE	4,680	13	
010004	HUEVO MEDIANO	5,400	15	
010005	HUEVO PEQUEÑO	720	2	
<b>Total:</b>		<b>10,800</b>	<b>30</b>	<b>0 0</b>

	Saldo	Cajas	Ctns	Unid
<b>Total gral Empresa saldos en bodega(s):</b>	<b>-1,084,281</b>	<b>-3,011</b>	<b>-10</b>	<b>-21</b>

Hoja de liquidación diaria de vendedores.

### Liquidación de ventas vendedor / Ruta

Impreso: April 7, 2022 5:08 PM

<b>Generales</b>		Liquidación No.	<b>99</b>
Compañía	2	AVICOLA LAS DELICIAS	
Vendedor	902	TONY SANTOS	
Almacén	902	TONY SANTOS	

Estado: P  
Fecha Liquidación: 07/04/2022  
Ruta:

Artículo	Descripción	Cantidad Unidades Carga	Devol. Unidades a Bodega	Unidad Vendidas	Diferen. Unidad.	Cjs	Ctn	Un	SubTotal LPS ventas	I.s.v. Ventas	Total LPS facturado	
010003	HUEVO GRANDE	5,760	3,450	2,310		0	6	5	0	4,780.00	0.00	4,780.00
010004	HUEVO MEDIANO	3,600	1,860	1,740		0	4	10	0	3,468.00	0.00	3,468.00
010005	HUEVO PEQUEÑO	1,800	900	900		0	2	6	0	1,455.00	0.00	1,455.00
<b>Total:</b>		<b>3</b>	<b>11,160</b>	<b>6,210</b>	<b>4,950</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>9,703.00</b>	<b>0.00</b>	<b>9,703.00</b>

Facturas  
:6179,6178,6177,6176,6175,6174,6173,6172,6171,6170,6169,6168,6167,6166,6165,6164,6163,6162,6161,6160,6159,6158,6157,6156,6155,6154,6153,6152,6151,6150,6149,6148,6147,6146,6145,6144,6143,6142,6141,6140,6139,6138,6137,6136,6135  
Carga :.800000001968 Devol. :.800000002039

Tipo	No. cuenta	Fecha	Numero	Monto	Observaciones
DP08	21211000373	07/04/2022	213	4,633.00	
DP08	21211000373	07/04/2022	214	5,000.00	
<b>Total movimientos en banco</b>				<b>9,633.00</b>	

Tipo factura	Sub total	Descuento	I.s.v	Total facturas
FACTURA DE CONTADO	9,703.00	0.00	0.00	9,703.00
Total tipo facturas				<b>9,703.00</b>
Cobros del vendedor				<b>0.00</b>
Valor reembolso(s)				<b>-70.00</b>
Total recibido				<b>0.00</b>
<b>Diferencia en liquidación</b>				<b>0.00</b>

Comentario

*Angel A. Zambrano*

Liquidador(a)

Vendedor - Rutero

Auditoría

### Ejemplo de ruta y frecuencia de ventas vendedor Danli

<b>RUTA DE BRUNO</b>	
<b>FRECUENCIA #1</b>	
Cofradia - Danli	
San Diego	
El Empalme	
Las Lomas	
Los Almendros	
Jutiapa	
<b>FRECUENCIA #2</b>	
La Angostura	
Argelia	
El Zarzal	
Oculi	
Quebrada Larga	
Villa santa	
<b>FRECUENCIA #3</b>	
Chichicaste	
Santa Maria	
El Zamorano	
Sartenejas	
El Zapotillo	
Corredor al canton	
Corredor jamastran a trojes	
Trojes	