

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

LAZARUS & LAZARUS

SUSTENTADO POR:

GEMA EYSSEL CERRATO GRANADOS

21651127

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO

LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

ASESOR DE PRÁCTICA: LIC. CLAUDETTE CUBERO

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C. A.

FECHA: OCTUBRE DE 2021

DEDICATORIA

El presente trabajo realizado es dedicado primeramente a Dios, por brindarme sabiduría y guiar mi vida por el sendero hacía los grandes propósitos que Él tiene preparados. También es de mi voluntad dedicar este enorme logro especialmente a mis padres, Scarlett Granados y Geovanny Cerrato, ya que, con el apoyo, el amor, la paciencia, sus esfuerzos y su infinita fe en mí, he logrado culminar esta etapa de mi vida. Etapa que no ha sido para nada fácil, ya que ha estado llena de retos, altas expectativas y sin duda, muchas noches de desvelo. Dedico a Irene Rosales, mi amada abuela y el motor de mi vida, que en esos días que parecían eternos, sus palabras de amor, animo e inspiración, siempre se mantuvieron a mi lado acompañándome. Este éxito alcanzado es el fruto cosechado de cada uno de sus esfuerzos, y es dedicado con todo mi más sincero cariño.

AGRADECIMIENTOS

Sin duda alguna, este ha sido un recorrido bastante largo, y en el camino muchas personas me han brindado su apoyo incondicional, por lo que deseo agradecerles de manera individual, ya que han sido parte trascendental en este camino que finalmente ha culminado. Sin su ayuda, no hubiese podido llegar hasta este gran momento.

Agradezco a Dios por su eterna misericordia conmigo, por brindarme la fuerza y la voluntad de siempre seguir hacia adelante tomada de su mano. Con su gracia sobre mí vida, he podido terminar con gran éxito mi carrera universitaria, y sé que de su mano continuaré cultivando más éxitos.

Doy infinitas gracias a mi padre, Geovanny Cerrato, y a mi madre, Scarlett Granados, por siempre brindarme su apoyo, por su persistencia en brindarme una educación de calidad, por los valores que me han inculcado y por ser los mejores ejemplos a seguir. Espero siempre hacerlos sentir orgullosos, ya que, de su gran esfuerzo, hoy estoy dando grandes pasos hacia adelante.

Agradezco a mi abuela, Irene Rosales, quien ha estado a mi lado siempre, brindándome su amor tan cálido, apoyándome y guiándome siempre por el mejor camino, y quien siempre ha sido una fuente de inspiración para continuar.

A mi familia en general, por estar incondicionalmente para lo que sea que yo he necesitado. Por ser una imagen clara de unidad, que me ha permitido caminar acompañada de los mejores consejos, lecciones de vida, ejemplos a seguir e historias inspiradoras.

Gracias a mis compañeros de trabajo, especialmente a Bryan Alvarado, Heidy Mejía, Marina Andino y Luis Sabillón, Por extender siempre su mano para conmigo, y ayudarme, aconsejarme y enseñarme siempre en beneficio de mi crecimiento, tanto profesional, así como personal. Se quedan muy cortas las palabras para expresar lo mucho que han hecho por mí, estos dos años en su compañía.

A la Lic. Claudette Cubero, por todo el apoyo que me ha brindado a lo largo de la carrera universitaria. Aprovecho este espacio para decirle que jamás olvidaré la primera clase de la carrera, Introducción a las Relaciones Internacionales, impartida por la Lic. Cubero. Su pasión por enseñarnos extenso mundo de nuestra carrera, fue lo que marco una huella para poner el mejor de los empeños por estudiar para ser una gran profesional.

Finalmente, deseo agradecer a Dulce Umanzor, quien ha sido mi compañera, colega de carrera, y gran amiga. La conocí en mi primer trimestre, en la clase de Historia de Honduras, y desde entonces, en ella he encontrado la descripción de amistad. Espero que su vida sea llena de éxitos, y bendiciones derramadas por nuestro Dios.

RESUMEN EJECUTIVO

La práctica profesional es un proceso en el cual los estudiantes que están próximos a obtener su título universitario, salen al mundo laboral, para poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo del tiempo estudiado en la universidad. Este es un paso muy grande, ya que si bien, algunos estudiantes ya laboran para alguna empresa, es imprescindible decir que muchos otros aún no han entrado en el mercado laboral. Por lo que es una experiencia nueva, llena de retos y desafíos, para todos los practicantes.

En el presente informe se describe la práctica profesional realizada en la empresa Lazarus & Lazarus, SA de CV. La práctica se desarrolló en el departamento de Mercadeo, en el cual se asignaron las actividades propias al puesto Imagen Pública y Desarrollo de Negocios. La empresa Lazarus está orientada al rubro de la construcción, con una trayectoria en la misma de más de 30 años de experiencia, brindando tanto productos y equipos de todo tipo como los mejores en soluciones a los proyectos de construcción. Actualmente la empresa pertenece a Grupo Lazarus, dentro del cual se encuentran otras dos empresas, la primera es Lazarus Service, que es dedicada a la realización completa de los proyectos, es decir, su funcionalidad es como contratista, licitando para los proyectos tanto de menor como de mayor magnitud en el país. Así también está Concesiones Especializadas (CONCESA), esta empresa se dedica a la renta de equipos tanto livianos como pesados, así como a la venta de equipos de segunda mano.

Las actividades que se realizaron a lo largo de la práctica profesional, estuvieron orientadas a la ejecución y planificación de eventos, *webinars* y talleres, así como a crear alianzas estratégicas, representación de las diferentes marcas que la empresa distribuye y a incentivar el mercadeo interno en la empresa.

INTRODUCCIÓN

Lazarus & Lazarus es una empresa hondureña, orientada al rubro de la construcción, con más de 30 años de experiencia en el mercado. Actualmente la empresa está ubicada en diferentes zonas del país, cuya principal ubicación es en San Pedro Sula, en donde está su plantel principal y dos tiendas, también en Tegucigalpa y en Comayagua, en estas dos últimas ciudades solo se cuenta con tiendas de distribución de sus productos y equipos. A lo largo de los años, Lazarus ha preparado a profesionales de la construcción con conocimientos en la industria, ya sea para proyectos de alta magnitud como ser hidroeléctricas, así como en menor escala como una remodelación de casa de habitación, cubriendo cada una de las etapas de la obra.

En el presente informe se describen todas las actividades ejecutadas durante el periodo de práctica profesional, las cuales están orientadas a implementar los conocimientos que se adquirieron mediante la educación que se obtuvo en torno a la carrera de Relaciones Internacionales.

CAPITULO I

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 OBJETIVO GENERAL

Aplicar durante la práctica profesional, todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la educación universitaria, con el propósito de que estos sean beneficiosos para ser implementados en el plano laboral de manera exitosa.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar las actividades correspondientes de acuerdo al área de trabajo asignada.
- ✓ Aplicar los conocimientos obtenidos en el desarrollo de las tareas asignadas.
- ✓ Determinar espacios de mejora y desarrollar estrategias en base a estos.

1.2 INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

1.2.1 RESEÑA HISTORICA

Por más de 30 años, Lazarus y Lazarus ha sido un pionero en Honduras y la región centroamericana, marcando la pauta como desarrollador, fabricante y suplidor de materiales y equipos especializados para la industria y la construcción.

Su portafolio de soluciones simplemente no tiene igual, ofreciendo un abanico completo de:

- ✓ Aditivos del concreto
- ✓ Geotecnia
- ✓ Impermeabilizantes
- ✓ Equipos eléctricos de preformación y demolición
- ✓ Equipos de topografía y geodesia
- ✓ Equipos para bombear, colocar, vibrar y cortar concreto

1.2.2 VISIÓN

Brindar un servicio de clase mundial a nivel regional, creando valor a los socios de negocio a través de diferenciación, innovación y profesionales del más alto nivel de la industria.

1.2.3 MISIÓN

Mejorar la durabilidad de las obras y sostenibilidad del medio ambiente, ofreciendo las soluciones más innovadoras, reinventándonos permanentemente para desarrollar tecnología que se anticipe a las necesidades del mercado, ofreciendo la asesoría más confiable y experimentada de la industria de la construcción.

1.2.4 VALORES

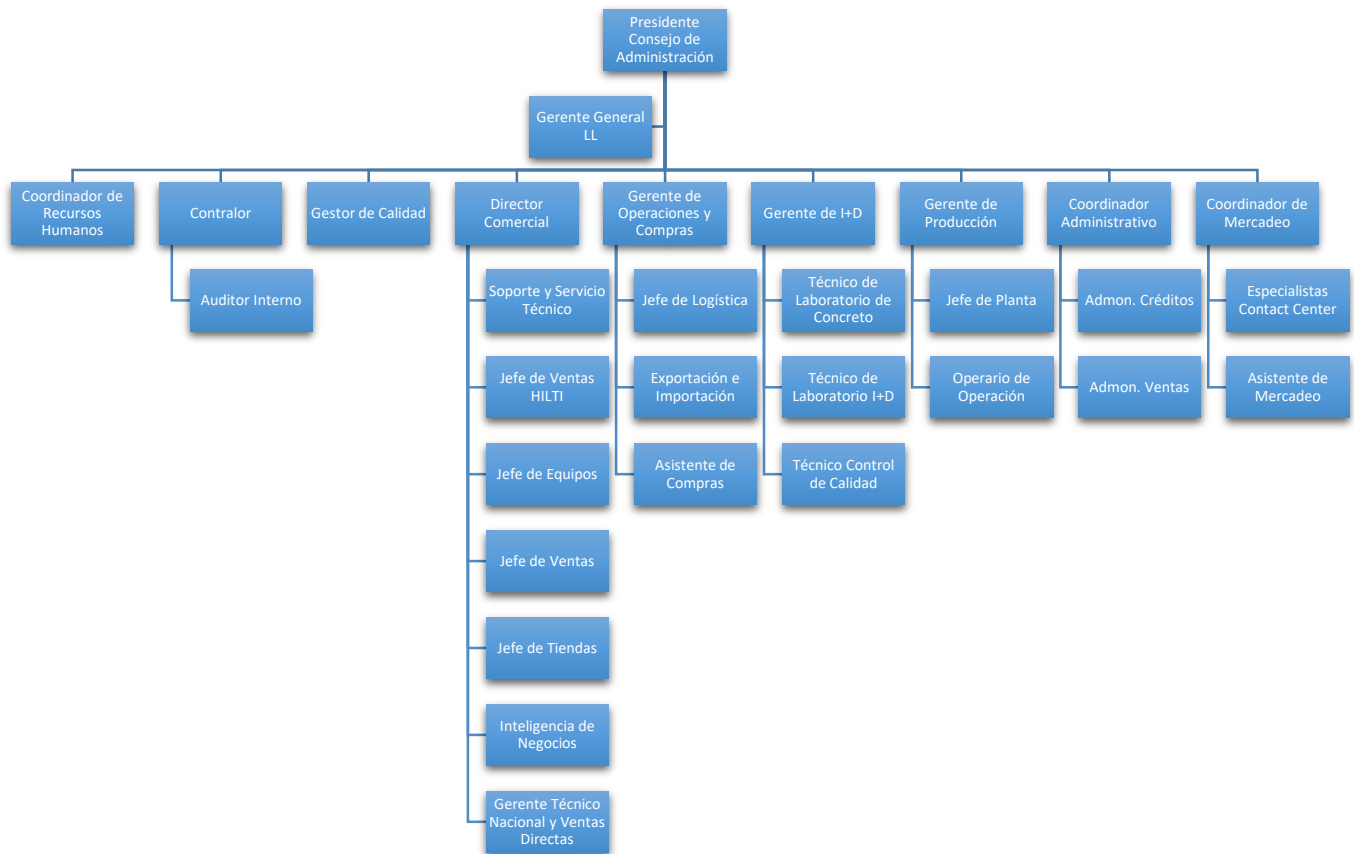
Los valores son la esencia de la identidad, apoyando en alcanzar los objetivos y resumen el propósito de sus operaciones.

- ✓ Integridad: Respeto a la ética profesional, entereza moral.
- ✓ Pasión por la excelencia: Superando las expectativas.
- ✓ Diligencia: Iniciativa por cumplir compromisos.
- ✓ Innovación Constante: Celo permanente por mejorar.

✓ Solidaridad: Colaborar por las causas ajenas.

1.2.5 ORGANIGRAMA

Ilustración 1. Organigrama Empresarial Lazarus & Lazarus.



CAPITULO II

2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

Dentro de las actividades llevadas a cabo durante el periodo de la práctica profesional, se encuentran los siguientes aspectos: Desarrollo y planificación de eventos, desarrollo de mercadeo interno, representación de la marca ante los diferentes canales de comunicación y desarrollo de alianzas corporativas. Las actividades anteriormente mencionadas, se detallan a lo largo de este capítulo.

2.1.1 DESARROLLO Y PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Como parte de la estrategia comercial de Lazarus, en la cual se desea reforzar los pilares sobre todo el de la identidad corporativa y el reconocimiento de la marca, es importante realizar la ejecución de eventos relacionados al lanzamiento y relanzamiento de productos, certificaciones de la ACI (*American Concrete Institute*), conferencias, entre otros.

2.1.1.1 EVENTO HILTI: TALLER INTERACTIVO

Hilti es una marca europea de herramientas y equipos que Lazarus distribuye. En Honduras, Lazarus & Lazarus es la única empresa autorizada para vender sus productos, además de contar con un taller completamente certificado y capacitado para el mantenimiento y reparación de sus equipos. La cartera de herramientas y equipos es bastante diversa, entre esta se pueden encontrar accesorios y consumibles, anclajes, corte y desbaste, demoledores, rotomartillos, taladros, perforadoras, sistema cortafuego y soportería.

Por lo que el propósito de este evento es el de crear un espacio en el que los clientes asistan a un evento en el que se llevará a cabo una charla, impartida por el jefe de línea, en la cual se hablará de los diferentes equipos que Lazarus ofrece, sus funciones y la forma adecuada de utilizarlo. Así mismo, en el evento estuvo presente el técnico del taller, el cual estuvo realizando servicio de mantenimiento completamente gratis a los equipos que los clientes llevaron al evento, con el propósito de generar valor agregado a este.

Dentro del proceso de planeación de este evento, se llevaron a cabo las siguientes actividades en el orden detallado:

- ✓ Reunión con el jefe de Mercadeo, en la cual se establecieron los aspectos más relevantes del evento. En esta, se acordó que el evento se estaría realizando el día 19 de noviembre del presente año, en un horario de 9:00 am hasta las 4:00 pm, en tienda Guadalupe en San Pedro Sula (una de las 3 sucursales que hay en esta ciudad). Adicional a esto, se acordó realizar un segundo Taller Interactivo en la ciudad de Tegucigalpa, el evento se realizó el 16 de diciembre en horario de 9:00 am a 5:00 pm, en tienda Suyapa.
- ✓ Se realizó por medio del sistema *SAP Business One Client*, una búsqueda de los clientes que han comprado equipos en los últimos dos años en las sucursales de San Pedro Sula y Tegucigalpa, con el fin de generar un reporte bien filtrado, para poder contactar a esos clientes e invitarlos a los eventos. Se tomó en cuenta ese periodo de tiempo ya que la mayoría de los equipos Hilti, cuentan con dos años de garantía.
- ✓ Se solicitó al Coordinador de Estrategia Digital un arte que estuviese enfocado en los detalles de los eventos en cada ciudad, para poder compartirlo a los clientes por medio de las redes sociales de Lazarus & Lazarus.
- ✓ Con el arte generado, se procedió a enviar el arte por medio de los diferentes canales de comunicación de la empresa, como ser las paginas oficiales en las cuentas de *Facebook* e *Instagram*, así como por medio de mensajes de difusión de *WhatsApp*, y también por medio de llamadas de cortesía a los clientes dentro del reporte anteriormente mencionado.
- ✓ Como parte de los incentivos para los clientes que asistieron al evento, se pidió una cotización formal a la empresa SOLFYCONT, S. DE R.L., con diferentes productos como *lanyards*, bolsas biodegradables, bolígrafos, llaveros tipo camisa, todo con el logo de la marca Hilti. Esta cotización fue enviada al departamento de compras locales, para se procediera con la requisición de compra y posteriormente, el desembolso del dinero para efectuar la compra total.

2.1.1.2 EVENTO ACI: CERTIFICACIÓN DE TÉCNICO EN PRUEBAS AL CONCRETO EN LA OBRA, GRADO 1

El American Concrete Institute (ACI) es una organización que se encarga de desarrollar estándares del concreto, proporcionando recursos para su desarrollo y distribución. La empresa Lazarus y Lazarus está afiliada al Honduras Certification Group (HCG), por medio del cual está autorizado para poder ejercer como facilitador de la ACI, por lo que son la única empresa en Honduras para realizar los diferentes programas de certificación. Entre las pruebas que se tiene autorizado impartir están las siguientes:

- Técnico de Ensayos de Resistencia del Hormigón
- Técnico de Ensayos de Laboratorio de Hormigón – Nivel 1
- Técnico de Pruebas al Concreto en la Obra – Grado 1
- Técnico en Ensayo de Agregados – Grado 1

La planificación de este evento dio inicio desde el momento en el que se realizó la requisición con la orden de compra para la adquisición de los manuales y los exámenes de dicho certificado, el encargado de este primer paso es el Coordinador de Laboratorio y Desarrollo, misma persona que juega el rol de instructor principal impartiendo la certificación. Una vez realizada la Orden de Compra, esta es enviada al departamento de Compras, en el cual realiza la tarea de solicitar directamente al ACI la cantidad detallada del material que se utilizará.

El departamento de Mercadeo se encarga de toda la planificación de la estructura del evento de la certificación. Se da inicio con la solicitud al Coordinador de Estrategia Digital de un arte que detalle la información de la certificación, en el que se debe de detallar el costo del certificado, las fechas en las cuales se estará llevando a cabo y el lugar, los métodos para efectuar el pago, los requisitos para obtener el certificado y el temario con las normativas que serán estudiadas y evaluadas para certificarse. Con el arte una vez entregado, se procede a enviar a una base de datos de clientes que están ya segmentados, es decir, a los clientes que realmente les interesa estar certificados con el ACI. El máximo de cupos para este certificado es de 15 personas, por lo que de los socios de negocios a los que se les envió la información, se debía de sacar cotizaciones y posteriormente se necesitaba la confirmación de los clientes con sus respectivas órdenes de compra o por medio de los comprobantes de pago.

Tabla 1. Información Arte de Certificado

Certificación Técnico En Pruebas al concreto a la obra –grado 1	Especificaciones
Valor	480 USD + ISV (Valor total de 552 USD)
Fecha	24 y 25 de Noviembre, 2021.
Lugar	Academia Lazarus, San Pedro Sula.
Metodo de pago	Transferencia Bancaria

Fuente: Elaboración propia.

Se realizaron las respectivas cotizaciones de los materiales/productos que se necesitaban para realizar el evento. Se detalla en la siguiente tabla lo cotizado:

Tabla 2. Cotización de Materiales Certificado

Proveedor	Material	Forma Pago	Cantidad	Precio	Total
Gaia Coffee Market	Almuerzo	Botón de pago	1	4,383.2	4383.2
La Moderna	Boquitas saladas	Botón de pago	1	1200	1200
La Moderna	Boquitas dulces	Botón de pago	1	340	340
Las Delicias	Pastel	Tienda	1	410	410
PriceSmart	Muffins	Página <i>web</i>	2	124.95	249.9
PriceSmart	Galletas Avena	Página <i>web</i>	2	134.95	269.9
PriceSmart	Coca Cola	Página <i>web</i>	2	294.95	589.9
PriceSmart	Agua	Página <i>web</i>	2	164.95	329.9
La Colonia	Jugos	Supermercado	30	16	480
La Colonia	servilletas	Supermercado	2	14	28
La Colonia	cucharas	Supermercado	1	16	16
Farmacia	Guantes Latex	Farmacia	2	300	600
Farmacia	mascarillas	Farmacia	2	72	144
Larach y Cia.	materiales laboratorio	Transferencia	1	4454.22	4454.22
Texaco	Gasolina	Texaco	2	500	1000
				Total	10111.82

Fuente: Elaboración Propia.

Para el evento se contó con 13 estudiantes, los cuales provenían de diversas empresas, como ser CONHSA, CENOSA, UNAH, Duracreto, entre otros. La certificación se llevó a cabo en dos días, el primer día se realizó un repaso de todo el contenido del manual, además de realizar de pruebas de manera práctica en el laboratorio. Lo mencionado anteriormente se realizó con el fin de que los estudiantes tuvieran un espacio para realizar

las consultas al instructor, ya fuera de la parte teórica o práctica, ya que el segundo día consistió en realizar ambos exámenes.

Tabla 3. Programa Certificación

Programa Certificación Técnico en Concreto en la Obra -Grado 1	
Primer Día Evento	
Hora	Descripción de Actividad
08:00 - 8:15 am	Presentación
08:15- 10:15 am	Charla Técnico Concreto grado 1
10:15- 10:30 am	Coffee Break
10:30 - 12:30 m	Continuación Charla
12:30 - 1:30 pm	Almuerzo
1:30 - 3:30 pm	Practica en Laboratorio de Concreto
3:30 - 3:45 pm	Coffee Break
3:45 pm - 5:00 pm	Continuación de Practica
Segundo Día Evento	
Hora	Descripción de Actividad
08:00 - 8:30 am	Demostración de extensibilidad
08:30:00 - 9:30 am	Repaso examen Practico
9:30 - 9:45 am	Coffee Break
9:45 - 12:00 m	Examen Practico
12:00 - 1:00 pm	Almuerzo
1:00 - 3:30 pm	Continuación Examen Practico
3:30 - 3:45 pm	Coffee Break
3:45-4:00 pm	Preparación Examen Teórico
04:00 - 5:00	Examen teórico

Fuente: Elaboración Propia.

2.1.2 MERCADEO INTERNO

Para Lazarus es importante promover el mercadeo interno, ya que los colaboradores son las bases más fuertes para la empresa. Por lo que este trabajo es realizado de la mano del departamento de Recursos Humanos, por medio del cual se hace efectivos todos los comunicados y actividades que se llevan a cabo dentro de esta tarea.

2.1.2.1 BOLETIN INFORMATIVO

En este segmento, se pretende la creación de un espacio en el cual se estará detallando la información más relevante en cuanto a la parte comercial, como ser los productos que se estén lanzando durante el mes, los eventos que se estarán llevando a cabo, los resultados de las ventas del mes anterior y las promociones en los productos. Así mismo, la idea también es poder compartir de manera más interactiva con entre los colaboradores, por lo que también te estarán posteando los cumpleaños del mes, adicionalmente se felicitará a los colaboradores que estén cumpliendo aniversario de antigüedad.

El boletín informativo es de manera virtual, por lo que cada primer día del mes, se estará enviando de manera oficial a todos los colaboradores, por medio de Recursos Humanos, a través del correo, así como por medio del canal WhatsApp, en el grupo de comunicación interna.

2.1.2.2 ACTUALIZACIÓN DE MENSAJES DE VOZ

Como parte de la comunicación interna, cada colaborador cuenta con un teléfono con un número de extensión asignada, por medio de la cual una alguien se puede comunicar directamente con esa persona en específico. Previamente, en enero de 2020, ya se había realizado una revisión de las extensiones de todo el personal, y se habían realizado las grabaciones del mensaje de voz de cada colaborador. Debido a la pandemia de COVID-19, se dieron cambios en el personal de la organización, por lo que, para la fecha, las extensiones estaban desactualizadas.

Para este proyecto, inicialmente se solicitó al departamento de Recursos Humanos un informe, en el cual se debía detallar la descripción de los puestos de los colaboradores, y los números de extensiones que cada uno tenía asignado. Posteriormente, en conjunto con el departamento de IT, que está constituido por la empresa Global Solutions S. de R.L., se verificó las extensiones y los mensajes de voz que estaban desactualizados, para continuar con el proceso a llevar a cabo para poder tener todo actualizado. Cabe mencionar que el departamento de IT se encarga tanto del desarrollo y mantenimiento y desarrollo de la red de Lazarus, así como todo lo que tiene que ver con la telefonía, ya sea de Oficinas o en sucursales de la empresa.

El procedimiento que se llevó a cabo para la actualización de los puestos se detalla de la siguiente forma:

1. Entrar al menú de sistema de buzón de voz se presiona *97, en el que se le solicitara el número de extensión y la contraseña asignada para ver lo que tiene configurado y si tiene mensajes.
2. Luego se presiona 0 para entrar a las configuraciones de mensajes.
3. Posteriormente, se escucha un mensaje con las indicaciones a seguir y las opciones que quiera configurar como mensaje no disponible, mensaje de ocupado, etc.
4. Después de seleccionar una de las opciones procederá a grabar el mensaje.
5. Luego cierra la grabación con la tecla #.
6. Por último, se puede escuchar el mensaje si es de agrado, repetirlo o confirmarlo.

Los colaboradores a los que se les actualizo su extensión con su mensaje de voz, se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 4. Información de Extensiones

Extensión	Descripción de Puesto
1012	Contadora General
1013	Administradora General
1014	Gerente de Operaciones
1023	Gestor Calidad GL
1042	Coordinador Tiendas
1043	Servicio Al Cliente
1048	Asistente Contable 3
1051	Coordinador Abastecimiento
1053	Compras Locales
1084	Asistente Administrativo Taller
1085	Jefe Soporte y Servicio Técnico
1087	Logística LS

Fuente: Elaboración propia.

El proceso se realizó para un total de 12 colaboradores, los cuales fueron de diferentes áreas como administración, gerencia y logística, entre otros. Una vez finalizado el proceso anteriormente mencionado, el departamento de IT fue quien se encargó de revisar mediante un programada, que todas las extensiones estaban para el nombre de las personas con los puestos asignados, así como de que los mensajes grabaran de la manera correcta, y que se escuchará todo bien.

2.1.3 ALIANZAS ESTRATEGICAS

Como parte del propósito de Lazarus de seguir alcanzado sus objetivos de ser una marca altamente reconocida, la creación de alianzas estratégicas es parte fundamental y recae en los pilares de la empresa. Estas impulsaran la visibilidad de la empresa en el mercado, además de que ayudará a establecer mejores relaciones con todos los involucrados, creando una red de beneficio que fluya entre todas las partes. En este sentido, se acordó realizar la alianza con la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

2.1.3.1 ALIANZA CON LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS

La Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), es el alma máter que mantiene un firme compromiso con la educación hondureña. Actualmente cuenta con diversas carreras universitarias, entre las cuales están las carreras de Arquitectura, Ingeniería Civil e Industrial. Estas tres carreras anteriormente mencionadas, son de sumo interés para el rubro de la construcción. Por lo que, para la empresa, el crear una alianza formal con UNAH, se traduce en un beneficio en común que primeramente capacitará y desarrollará a los estudiantes en mejores profesionales, adelantado se con el abanico de soluciones con los que Lazarus cuenta, para los futuros proyectos que los arquitectos o ingenieros, puedan llegar a tener una vez culminados sus estudios y entrando al mundo laboral. Además, esta alianza, alineará a los futuros profesionales, bajo las líneas de las necesidades reales, dotando les de herramientas y conocimientos, y vinculándoles de una mejor manera con la sociedad.

En este sentido, mediante el contacto de apoyo del Jefe de Laboratorio de la carrera de Ingeniería Civil, se acordó que de parte de Lazarus se redactará una carta de entendimiento, en la cual se especificarán los detalles de la alianza a realizar. Una vez redactada, esta se envió por medio de correo electrónico a la Jefe de Laboratorio, quien la presentó ante el comité de Vida Estudiantil de la universidad. La carta aún sigue en proceso de evaluación por el comité.

En el acta de entendimiento se dispusieron los siguientes apartados como parte de los compromisos a los que Lazarus & Lazarus está sujeto:

1. Ofrecer un 8% de descuento en las compras que realicen los usuarios pertenecientes a UNAH que presenten su carnet ya sea de estudiante o docente, aplicando el mismo para la carrera de arquitectura, ingeniería civil e industrial. Dicho beneficio está sujeto para las siguientes líneas de producto dentro de Lazarus y Lazarus: ADMIX, Hilti, y Equipo Liviano (a excepción de ventas directas y geotecnia).
2. Desarrollar artes con publicidad promocionando los productos con el porcentaje de descuento establecido y otras promociones anuales para los usuarios de UNAH.
3. Realizar invitación formal por medio de los diferentes canales de comunicación, para que los alumnos y docentes puedan asistir a los eventos que se realizan tanto de manera virtual como presencial.
4. Impartir charlas a los estudiantes, las cuales se basarán en las diversas soluciones que Lazarus brinda por medio de sus diferentes categorías de productos y equipos. En este sentido, se realizará un plan estratégico que este orientado a las carreras afines de la industria de la construcción (**carrera de arquitectura, ingeniería civil e industrial**).
5. Definir talleres prácticos que estén relacionados a los temas del cronograma según el plan estratégico.
6. Actualizar la plataforma de información de Lazarus y Lazarus, con el fin de incluir la nueva base de datos que será emitida por UNAH.
7. Admisión de estudiantes para la realización de su práctica profesional en las áreas que apliquen.

Así también, se estimó que los compromisos de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), serían los siguientes:

1. Comunicación interna entre los docentes y estudiantes de los diferentes beneficios. Esta comunicación se realiza a través de un arte que proveerá el departamento de mercadeo de Lazarus y Lazarus.
2. Comunicar por medio de las diferentes plataformas digitales sobre los beneficios, así como las actividades que se llevarán a cabo durante el periodo académico.
3. Incluir el logo de Lazarus y Lazarus en los diferentes medios de comunicación de UNAH.
4. Proporcionar una base de datos, la cual debe contener la información de los estudiantes matriculados en las diferentes carreras acordadas. Se solicita detallar el nombre completo del estudiante, número de cuenta o identificación universitaria, correo electrónico institucional y número celular.
5. Enviar base de datos actualizada cada inicio de los periodos académicos a lo largo del año.

Estas propuestas fueron revisadas con el Coordinador de Mercadeo de Lazarus & Lazarus, en conjunto con la Jefe de Laboratorio de UNAH, con el fin de que ambas partes estuvieran de acuerdo con los postulados que se iban a describir en la carta de entendimiento. Lo que se pretendía es buscar el mejor beneficio para ambas partes, así como acordar aspectos relevantes para que esto sea posible.

CAPITULO III

PROPUESTAS DE MEJORA

3.1.1 MERCADEO INTERNO

Se identificó que hay una carencia en el flujo de la información interna. Ya que si bien se tienen diferentes canales de comunicación (correo empresarial y grupo de todos los colaboradores en WhatsApp), la información es enviada muy tarde, es poco llamativa por lo que los colaboradores a veces no leen cuando se les envía, y en otras ocasiones no se informa de la manera correcta. Por ejemplo, cuando realizara un *Webinar* de un producto, el departamento de mercadeo y la persona llevará a cabo la presentación, informan muy tarde a los diferentes canales de ventas (tiendas, asesores, *contact center*), por lo que estos tienen poco tiempo para poder difundir la información con los clientes para que estos también estén presentes. Esto se debe a que no hay una buena planificación y organización de este tipo de eventos, y una vez que se planifica, los canales para informar no son eficientes.

3.1.2 DESCRIPCIÓN DE PROPUESTA

Como parte de la solución al problema que se ha logrado visualizar, la implementación de un boletín informativo, en el cual se detallen las actividades a realizar durante el mes. De esta forma se logrará tener un mejor un espacio en donde se compartirá toda la información que se desea transmitir a los colaboradores de Grupo Lazarus. “LAZARITO INFORMA”, tendrá en su contenido diferentes segmentos, dentro de los cuales estarán:

- Eventos a realizar durante el mes
- *Webinars* que se impartirán
- Cumpleaños
- Felicitación a colaborador por antigüedad
- Asesor del mes
- Tienda con mejor venta
- Frase/pensamiento motivacional

3.1.3 IMPACTO DE PROPUESTA

Se espera que, con la creación de un boletín informativo, todos los colaboradores tengan acceso a la información publicada, y estén al pendiente de las diferentes actividades que se estarán realizando, para poder tener una mejor planificación y preparación de los eventos o las acciones que se vayan a llevar a cabo en la empresa.

3.2 EVENTO TALLER INTERACTIVO

Uno de los problemas identificados fue en el departamento de Taller, ya que éste no se ha promocionado mucho. Por lo que muchos clientes que realizan compra de un equipo HILTI, desconocen que, al comprar un equipo, tienen múltiples beneficios como ser la garantía por defectos de fábrica, y el otro gran beneficio de un servicio de mantenimiento y reparación a 0 costo por 2 años. Es decir, con esto, ellos pueden llevar su equipo al taller HILTI en Lazarus, y no se les cobrará nada por la revisión y la reparación en caso de ser necesario. Muchos clientes que han comprado equipos, no hacen uso del taller a 0 costo, por lo que es importante promocionarlo.

3.2.1 DESCRIPCIÓN DE PROPUESTA

Se pretende hacer el evento “Taller Interactivo”, el cual se llevará a cabo en una de las tiendas de Lazarus, tanto en San Pedro Sula como en Tegucigalpa, de esta manera se generará más tráfico de clientes en las tiendas. En el evento tendremos una charla que será impartida por el jefe de línea HILTI, donde se presentarán los equipos que se distribuyen, además de demostrar la forma correcta de uso de cada equipo según las diferentes aplicaciones. También tendremos al departamento de taller, ya que la idea es promover el servicio de revisión y de limpieza de los equipos. Por lo que se realizará invitaciones a los clientes que han comprado equipos HILTI, para que estos puedan llevar sus equipos y se les dé el servicio de revisión y de limpieza completamente gratis.

3.2.2 IMPACTO DE PROPUESTA

El impacto de esta propuesta se desea ver reflejado en las ventas de más equipos HILTI, ya que el cliente ve que se le está dando un valor agregado al brindarle un buen servicio post venta. Si bien ya el departamento de taller se encarga de esto, hay un costo por la limpieza y revisión respectivamente de cada equipo que un cliente lleve.

CAPITULO IV

4.1 CONCLUSIONES

- Durante el periodo de tiempo en el que se realizó la práctica profesional, se lograron aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de la vida universitaria. Es importante mencionar que, mediante estos, se alcanzó realizar todas y cada una de las actividades asignadas por parte de la empresa.
- La formación obtenida fue de gran importancia, ya que, en la práctica profesional, los estudiantes ponen a prueba todo aquello aprendido, pero adicional a esto, es esencial el compromiso de parte del prácticamente para con la empresa, ya que el fin es poder sumergirse en el mundo laborar.

4.2 RECOMENDACIONES

4.2.1 RECOMENDACIONES A LAZARUS & LAZARUS

- De acuerdo al área en la cual se desarrolló la práctica profesional, es importante definir mediante el perfil de puestos, las actividades que se van a realizar de acuerdo al puesto asignado a cada persona. Esto con el fin de tener una mejor estructura, la cual permita un desarrollo óptimo y eficaz para el colaborador, y que este pueda desempeñarse de forma completa en todas sus tareas asignadas.
- En cuanto a los eventos que se realizan, los cuales se llevan a cabo a través del departamento de Mercadeo, se recomienda tener una mejor planificación de lo que se llevará a cabo durante un periodo de tiempo. Es decir, es importante llevar un calendario, en el cual se agenden los eventos que se están realizando durante los meses, estableciendo toda la información pertinente (detalle del evento/motivo, lugar, fecha, artes, lista de invitados, acciones que se llevarán a cabo, etc.).

4.2.3 RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD

- Para poder llevar una mejor comunicación entre universidad-alumno-empresa, se debería de considerar planificar una reunión a inicios del trimestre, con el fin de despejar dudas, realizar comentario, sugerir ideas, etc. Esto será de gran ayuda sobre todo para el estudiante, para poder tener mejor orientación y definir de manera concreta los objetivos.

4.2.4 RECOMENDACIONES PARA EL ESTUDIANTE

- Como punto de sugerencia para el estudiante, las actividades que se asignen de parte de la empresa, deben de estar alineados con los objetivos. Es importante no desviar ambos puntos, y trabajar en pro de estos, ya que los objetivos son el norte para poder desarrollar de manera eficaz las tareas a realizar durante la práctica profesional.
- Para muchos, el mundo laborar es un espacio nuevo que explorar, por lo que el estudiante debe de portar una mentalidad proactiva y de dinamismo, orientado a trabajar en equipo, mantener control ante situaciones de alta presión, resolver problemas que se lleguen a presentar en un momento determinado. Estas herramientas servirán para que la práctica se lleve de forma más profesional.

Anexos

Anexo A. Parte 1 Boletín Informativo “Lazarito Informa”



Me eriza la piel al pensar cómo pasa el tiempo, apenas a un mes de cerrar este año. Viendo retrospectivamente, siento lejano el Lázarus y Lázarus con el que arrancamos el 2021. Solo Dios sabía los retos que se nos presentarían en el camino: una crisis de logística sin precedentes que ha sacudido el mundo, una reconstrucción de un país golpeado por Covid-19 y dos huracanes, una reorganización importante de nuestro recurso humano, los 'hasta pronto' que intercambiaríamos con algunos colaboradores que forjaron parte de nuestra historia.

Afortunadamente vemos el futuro optimistas, fortalecidos por Dios que jamás nos abandona, gracias a muchos proyectos en marcha, los cuales darán un cambio transversal y un giro total a la empresa como ser un realineamiento de nuestros esfuerzos de mercadeo, una re-conceptualización de nuestro circuito de tiendas, una reorganización de nuestra fuerza de ventas, reordenamiento y ampliación de nuestra capacidad de estiba de centros de distribución de Tegucigalpa y San Pedro Sula, depuración y mejora de nuestros procesos, fortalecimiento de nuestra Academia Lázarus, entre otros.

Aprovecho esta oportunidad para agradecerle a todos nuestros colaboradores, en especial aquellos que han sudado la camiseta noches y fines de semana, los que han trabajado hombro a hombro en Comités de distinta naturaleza, por formar parte de este hito en nuestra Empresa.

Dios derrame bendiciones en sus hogares.

- Ing. Ernesto Lazarus Medina -

¡Gracias por formar parte de nuestra familia!

Estamos muy orgullosos de tenerles como parte de nuestro equipo. Gracias por la dedicación, lealtad y esfuerzo durante estos años laborando.



Oscar Oseguera	3 años
Gema Cerrato	2 años
Bryan Alvarado	2 años
Karla Bardales	1 año
Reynaldo Enamorado	1 año

Anexo B. Parte 2 Boletín Informativo “Lazarito Informa”.



Nombre	Puesto	Empresa	Fecha
Yasmin Aparicio	Administrador Tienda Guadalupe	L&L	4-dic
Karla Bardales	Gestor Calidad	L&L	8-dic
Sayda Ordoñez	Asistente Contable	CONCESA	10-dic
Jennifer Argeñal	Coordinadora Tienda Zona Centro Sur	L&L	17-dic
Mercy Zambrano	Asistente Administrativo Zona centro sur	L&L	19-dic
Marina Andino	Jefe de Tiendas	L&L	20-dic
Erlin Ortiz	Asesor Tienda Miramontes	L&L	20-dic
Juan Carlos Lazarus	Coordinar de Servicio de Mantenimiento	L&L	22-dic
Maria Alvarez	Auxiliar de Mantenimiento	L&L	24-dic
Manuel Reyes	Encargado Almacén	L&L	25-dic
Riley Gough	Supervisor de Proyectos	LS	26-dic



Evento	Fecha	Lugar
Certificación Técnico en Ensaye de Agregados Nivel 1.	8 - 9 dic	Academia Lazarus
Taller Interactivo Hilti –Revisión y Limpieza Gratis	16-dic	Tienda Suyapa, TGU
Taller Interactivo Hilti –Revisión y Limpieza Gratis	17-dic	Proyectos TGU

Webinar
Admix Epóxicos



Conferencista
Arq. Lindsey Higgins

Hora
10:00 - 11:00 am

Fecha:
Miércoles 15 dic

Presentado por: **ACADEMIA Lazarus ADMIX**