

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC SPS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

MOLINO HARINERO SULA, S.A

SUSTENTADO POR:

OSMAN LEONEL ÁVILA BACA

21741006

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN RELACIONES
INTERNACIONALES**

ASESORA DE PRÁCTICA: LIC. CLAUDETTE CUBERO

SAN PEDRO SULA, CORTÉS HONDURAS, C.A

DICIEMBRE 2021

Índice contenido

Dedicatoria.....	viii
Agradecimiento.....	ix
Resumen Ejecutivo	x
Introducción	xi
1. Capítulo I	1
1.1.2 Objetivos Específicos	1
1.2 Datos Generales de la Empresa	2
1.2.1 Reseña Histórica	2
1.2.2 Objetivos Estratégicos de la Empresa.....	3
1.2.3 Misión	3
1.2.4 Visión.....	3
1.2.5 Valores de la Empresa	3
1.2.6 Organigrama de la Empresa.....	4
1.2.6.1 Planta	4
1.2.6.1 Producción	5
1.2.6.2 Control de Calidad	5
1.2.6.3 Gerencia Administrativa.....	6
1.2.6.4 Área Comercial.....	6
1.2.6.5 Área Gestión del Cliente.....	7
2. Capítulo II.....	8
2.1 Actividades realizadas en la Empresa.....	8
2.1.1 Actividad 1: Monitoreo de Precios en Supermercados y Bodegas de Molino Harinero Sula.	8
2.1.2 Actividad 2: Presentación de Ventas mes de agosto y septiembre de Molino Harinero Sula.	9
2.1.3 Actividad 3: Preparación de video comercial por 75 Aniversario de Molino Harinero Sula.	9
2.1.4 Estudio de mercado de Harina de Trigo El Gallo en relación con marcas competidoras.....	10
2.1.5 Email Marketing para ventas y Newsletters en línea para clientes corporativos	10
2.1.6 Estudio de Mercado de Café El Gallo	11
Capítulo III.....	12
3.1 Propuesta de Mejora	12
3.1.1 Propuesta 1: Implementación de plataforma Trello departamento en Gerencia Administrativa	12
3.1.2 Propuesta 2: Optimización de gastos en Marketing e Invertir más en Agencias Publicitarias.	13
4. Capítulo IV	15

4.1 Conclusiones	15
4.2 Recomendaciones	16
4.1.1 Recomendaciones para la Empresa.....	16
4.1.2 Recomendaciones para los estudiantes.....	16
4.1.3 Recomendaciones para la institución (UNITEC)	16
Referencias Bibliográficas	17

Índice de Figuras

Figura 1. Estructura Organizacional.	4
Figura 2. Estructura de Planta.	4
Figura 3. Estructura de Producción.....	5
Figura 4. Estructura de Control de Calidad.	5
Figura 5. Estructura de Control de Calidad.	6
Figura 6. Estructura de Control de Calidad.	6
Figura 6. Estructura de Gestión del cliente.....	7

Dedicatoria

Soy de las personas que confía en que esfuerzo, disciplina y dedicación son las bases para alcanzar los propósitos personales. Por eso estoy completamente agradecido con mi padre Osman Ávila y mi madre Blanca Baca, ya que han sido parte de este largo trayecto y que sin ellos esto no fuera motivo de orgullo. Dedicado a mí mismo porque soy capaz de alcanzar lo que me proponga y que me sirva como motivación de seguir alcanzando nuevos retos. Este proyecto es dedicado a ellos ya que todo anhelo es significado de orgullo y satisfacción y eso me da la seguridad que voy por el buen camino.

Agradecimiento

Sinceramente son ciertas personas las que han sido parte de este enorme trabajo, desde la motivación, el compromiso y la confianza que han depositado en mí, por eso estoy eternamente agradecido con cada una de las personas que han estado en este camino dentro mi carrera profesional.

- Agradezco a Dios por la oportunidad de haberme puesto las herramientas necesarias de culminar mi carrera universitaria y proveerme salud y estabilidad
- A mis padres Osman Ávila, Blanca Baca y mi hermana Katia Ávila por estar pendientes y estar de apoyo moral y económico en cada etapa de mi vida.
- A mi tío Carlos Ávila por haber estado en momentos difíciles de mi familia y haber aportado cuando más necesitábamos.
- A mi asesora de práctica profesional Claudette Cubero por su comprensión y profesionalismo conmigo durante los 4 años de clases en UNITEC, docente súper profesional y dedicada a inspirar e impulsar a los jóvenes con sus metas educativas.

Resumen Ejecutivo

El siguiente informe es requisito universitario para culminar la etapa académica. La práctica profesional funciona como base a las necesidades que el mercado demanda en la actualidad, para eso los estudiantes deben comprometerse a cumplir y superar las expectativas que se tienen al momento de comenzar con la práctica profesional.

Molino Harinero Sula, S.A es una empresa hondureña socialmente responsable que impulsa el desarrollo económico mediante la producción y elaboración de una gran línea de productos que promueven negocios del sector alimenticio para. La elaboración de las mejores marcas de harina del país: El Panadero, El Gallo, La Rosa, El Águila, La Cumbre, Golden Cake, Goose Down. Al igual que pastas de la marca Nativa, Buona Pasta y Mi Pasta. Por último, también producen arroz de la marca Nativa. Manteca y Margarina de la marca Super Line. El presente informe de práctica profesional fue elaborado por Osman Leonel Ávila Baca, previo a la investidura del título en Relaciones Internacionales con orientación en Comercio Internacional, de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC).

El departamento de Mercadeo de Molino Harinero Sula es la que se encarga de promover e impulsar las distintas marcas en la línea de productos que tiene la empresa, como la de Harinas, Pastas, Mantecas y Margarinas, Arroz, y Café. En este departamento se lleva a cabo labores vinculadas a estrategias que marquen una ventaja competitiva con otras empresas como Grupo Jaremar o Industrias Molineras.

En las 10 semanas de práctica profesional se logró una buena participación en todas las actividades que se realizaron y hubo buenos comentarios sobre el análisis, resolución de problemas e iniciativa que se mostró durante todo el tiempo. El trabajo bajo presión, escuchar al cliente y análisis que se presentaban en determinadas situaciones.

Debido a esa experiencia fue necesario el repaso de materias que fueron de mucho aporte dentro de este ámbito para manejar números financieros, exposiciones y redacción y ortografía. Con esto se aplicaron habilidades blandas para poder manejar mejor el tiempo en esas actividades del área de mercadeo.

Introducción

El siguiente informe de práctica profesional está orientado al trabajo realizado durante el cuarto trimestre del 2021 desde octubre a diciembre. La práctica profesional fue realizada en la empresa Molino Harinero Sula, S.A en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés, Honduras. Dicha empresa cumple 75 años en 2021 y fue fundada el 7 de noviembre de 1946 por el distinguido empresario de origen Polaco Boris Goldstein, un hombre visionario con cualidades humanas excepcionales, amables, emprendedoras y honestas.

Molino Harinero Sula opera en el sector de molienda de maíz y trigo para la elaboración de productos de valor agregado como las pastas y harinas de trigo y maíz, componentes indispensable para la dieta y nutrición del ser humano. La harina de trigo es la única que tiene la habilidad de formar una masa cohesiva y tenaz, capaz de retener gases y dar productos aireados y livianos después de su cocción. Esta propiedad se debe a su composición química y en especial a las proteínas y su capacidad de formar gluten (León & Rosell, 2007).

El maíz constituye junto con la patata y la tapioca, las materias primas más importantes para la obtención de almidón, de jarabes de glucosa y de bebidas alcohólicas (Gálvez et al., 2006). Materia prima que si bien constituye una fuente importante de importaciones para Honduras, se obtiene para la elaboración de alimentos básicos, beneficiando a agricultores y procesadores de alimentos.

Según el Instituto Nacional de Estadística, (2019) “El aumento de la demanda de pan, productos de panadería y alimentos básicos, es el principal factor que impulsa el mercado de harina de trigo a nivel mundial” (p.4). Utilizando la tecnología y capacidad de almacenamiento, producción, cadena de suministro y distribución a nivel nacional, Molino Harinero Sula ha logrado posicionarse como una de las empresas líderes de la producción de Harina de Trigo y maíz y demás productos derivados de ellos.

En el siguiente informe se presentarán los objetivos a realizar en la empresa Molino Harinero Sula durante el tiempo de práctica. Se mostrará información general como el contexto histórico de la empresa, la misión y visión, y por supuesto los objetivos planteados alcanzables para el practicante serán presentados en el presente informe. Así mismo se planteará los puntos a mejorar dentro del departamento de mercadeo de Molino Harinero Sula, para que sea complementado con algunos proyectos que deberían implementar para mejorar la experiencia y ambiente laboral para garantizar eficiencia en los resultados que se deben presentar en cada momento.

1. Capítulo I

1.1 Objetivos de la práctica profesional

1.1.1 Objetivo General

Desarrollar una experiencia productiva y eficiente en el ámbito profesional de una empresa orientada al rubro de producción, distribución y comercialización de alimentos para implementar conocimientos y destrezas obtenidas a lo largo de la carrera de Relaciones Internacionales.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar actividades correspondientes al cargo designado de manera eficiente conforme a las habilidades y conocimientos obtenidos a lo largo de la formación académica para aportar a la empresa en la que se realiza la práctica profesional.
- Proponer puntos a mejorar a nivel interno del área de mercadeo y comercial para implementar sistemas de innovación que mejoren el rendimiento en el trabajo y dar mejores resultados.
- Implementar los conocimientos adquiridos en la universidad para completar actividades y responsabilidades en mercadeo en temas de rentabilidad de los productos en los diferentes puntos de venta.

1.2 Datos Generales de la Empresa

Para comprender la funcionalidad de Molino Harinero Sula, S.A, será necesario entender cómo se desenvuelve en el mercado nacional y el desempeño de sus colaboradores, contribuyendo al desarrollo económico del país mediante la producción de sus diversas marcas de alimentos derivadas del Trigo, Maíz y elaboración de productos posicionados a nivel nacional con la mayoría de franquicias de comida rápidas y clientes de la industria de alimentos.

1.2.1 Reseña Histórica

Molino Harinero Sula, S.A fue fundada por Don Boris, empresario polaco que contribuyó con el desarrollo económico del país invirtiendo todo su tiempo, dinero y esfuerzo con el objetivo de ver a la ciudad desarrollada y con trabajo para sus habitantes, siendo su mayor legado el empuje a la empresa privada en Honduras. Ese proyecto que comenzó en pleno desarrollo industrial en el país ha logrado posicionar a Molino Harinero Sula como uno de los principales proveedores de productos como Harina de Trigo y de maíz, al igual que pastas a franquicias e industrias alimenticias en todo el país, promoviendo la generación de empleo. (Molino Harinero Sula, 2019)

En el área de Materia Prima, precisamente en abril del 2015 la empresa inició la fabricación de 4 SILOS con el objetivo de incrementar un 30% de capacidad en almacenaje de trigo, para controlar las temperaturas y asegurar la calidad de inocuidad adquirimos iGrain; un software capaz de analizar de manera automatizada la humedad del grano, la humedad relativa, la temperatura exterior, la medición de los silos y medición del ozono. Estas obras fueron finalizadas en mayo del 2016.(Molino Harinero Sula, 2019)

En el sector de Molienda en agosto del 2011 decidieron implementar la instalación de una nueva unidad de molienda denominada Molino7. Un molino automatizado con control PLC y software que incrementó en un 20% la capacidad de molienda y producción; en esta área es donde se muele el grano de trigo para ser procesado como harina para luego ser enviado al área de empaque. Las obras fueron finalizadas en Abril del 2012. (Molino Harinero Sula, 2019)

Para preservar la calidad de los productos colocaron detectores de metal que eliminan cualquier posibilidad de contaminación de nuestras harinas. Inauguramos el área de harinas preparadas, tortilla fácil y panqueque. Instalamos una enfardadora y dos empacadoras nuevas

incrementando así la capacidad de empaque en presentaciones de una libra, además automatizamos el sistema de transporte neumático y modernizamos el área mediante reformas estéticas. (Molino Harinero Sula, 2019)

En relación con las pastas para alimentos italianos, en Junio 2016 se reactivó la fábrica de pastas con instalaciones nuevas, se automatizó y modernizó el equipo, produciendo pastas de las marcas Mi Pasta y Buona Pasta con una capacidad de abastecimiento en el mercado nacional y regional. (Molino Harinero Sula, 2019)

1.2.2 Objetivos Estratégicos de la Empresa

1. Proveer productos de calidad a nuestros clientes, con estándares que nos permiten mantener la calidad y diferenciación con otras marcas. Posicionarnos en el mercado ofreciendo productos de invariable calidad.

1.2.3 Misión

Construir experiencias de valor con nuestros clientes a fin de que nuestras marcas estén siempre presente en los hogares. (MHS)

1.2.4 Visión

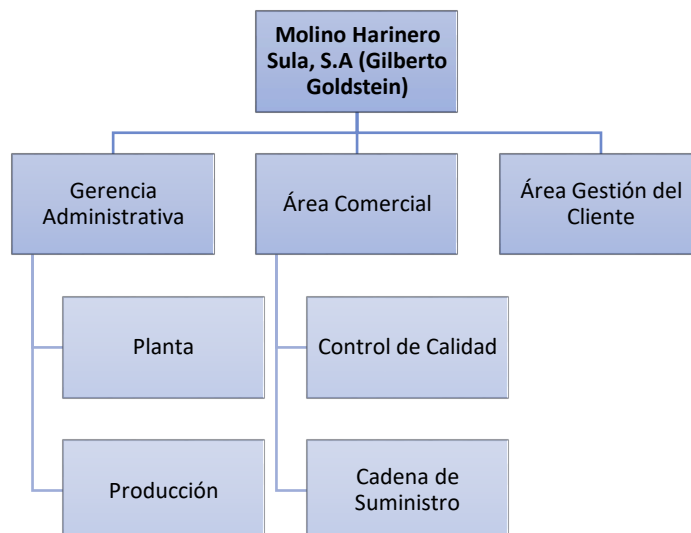
Ser una empresa reconocida en los mercados donde deseamos competir para ofrecer productos de la mejor calidad posible y exportar en mercados estratégicos. (MHS)

1.2.5 Valores de la Empresa

- **Seguridad:** La seguridad no es negociable. Seguridad Primero, Seguridad Siempre. (MHS)
- **Respeto:** Cumplimos las normas y políticas establecidas. Cuestionamos las ideas, no las personas. (MHS)
- **Integridad:** Actuamos con transparencia. Proveemos información real, confiable y oportuna. Manejamos la información con discreción. (MHS)
- **Compromiso:** Nos enfocamos a resultados y la mejora continua. Cumplimos nuestras responsabilidades y promesas. (MHS)

1.2.6 Organigrama de la Empresa

Figura 1. Estructura Organizacional.

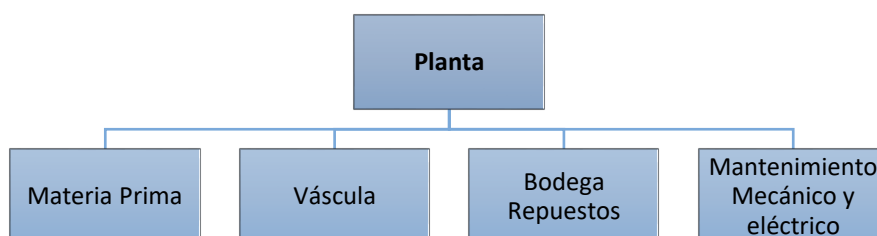


Fuente: Elaboración propia Ávila, O. (2021) Estructura Organizacional de Molino Harinero Sula, S.A

1.2.6.1 Planta

Para producir harina de trigo mediante un proceso más lineal y eficiente es necesario mantener los estándares internacionales de calidad. Para ello Molino Harinero Sula cuenta con las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Certificaciones 90001 y 22000 para poder llevar a cabo cada una de las fases en el proceso de Molienda, Empaque y Distribución, para gestionar la calidad por medio de las certificaciones ISO de inocuidad y calidad para garantizar la mejor calidad y sanidad en alimentos con los consumidores. (Molino Harinero Sula S.A, 2019)

Figura 2. Estructura de Planta.

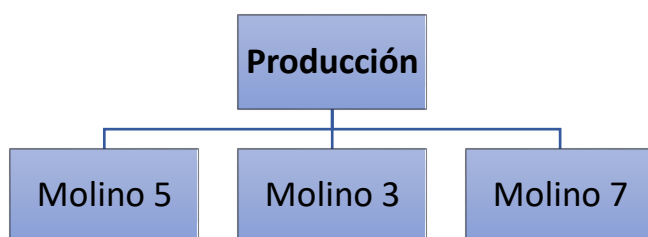


Fuente: Elaboración propia Ávila, O. (2021) Estructura de Planta de Molino Harinero Sula, S.A

1.2.6.1 Producción

Las principales funciones del área de producción son la de producir la materia prima que viene de Estados Unidos, todo empieza en los almacenes denominados SILOS, que están destinados al almacenamiento de granos, higiene en la manipulación y mejor preservación del grano (Córdoba, s. f.). Se evalúan actores como el de la limpieza del grano, la selección específica y molienda y refinado del grano dependiendo el tipo de molienda que se realiza.

Figura 3. Estructura de Producción.

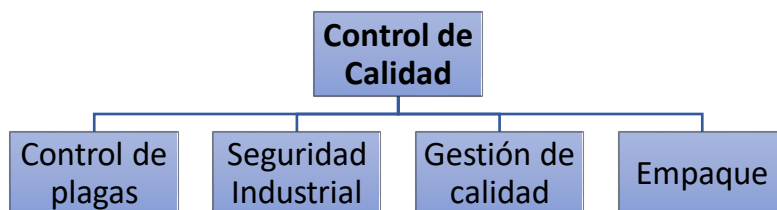


Fuente: Elaboración propia Ávila, O. (2021) Estructura de Producción de Molino Harinero Sula, S.A

1.2.6.2 Control de Calidad

El control de calidad en Molino Harinero viene a ser uno de los pilares más importantes de la empresa, ya que se trata de una empresa de alimentos y productora de alimentos de primera necesidad a lo que priorizan la calidad en cada una de las fases de la producción, almacenaje y distribución de los productos. También todos los empleados priorizan las Buenas Prácticas de Manufactura para evitar cualquier tipo de riesgo laboral y garantizar calidad en cada uno de los productos que se ofrecen en el mercado.

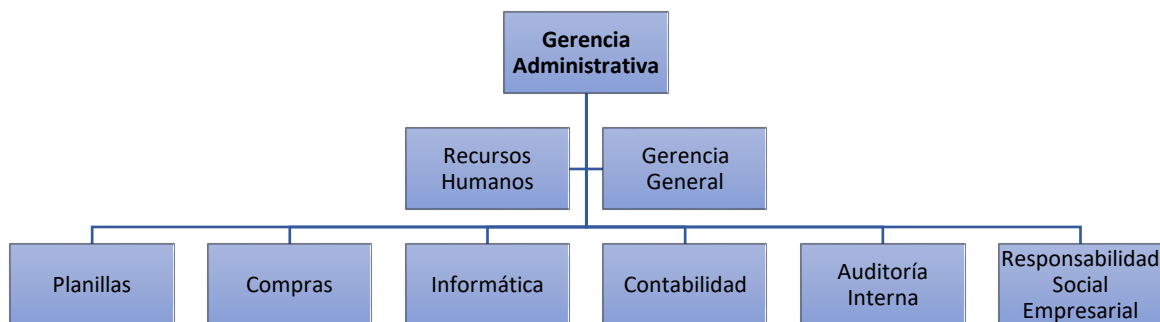
Figura 4. Estructura de Control de Calidad.



1.2.6.3 Gerencia Administrativa

La Gerencia administrativa es un departamento con la responsabilidad de planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar las actividades y procesos de las administraciones de personal, logísticas, contables, presupuestarias y de liquidación de operaciones. (Manual de Organización y Funciones de la Gerencia de Administración, s. f.)

Figura 5. Estructura de Control de Calidad.

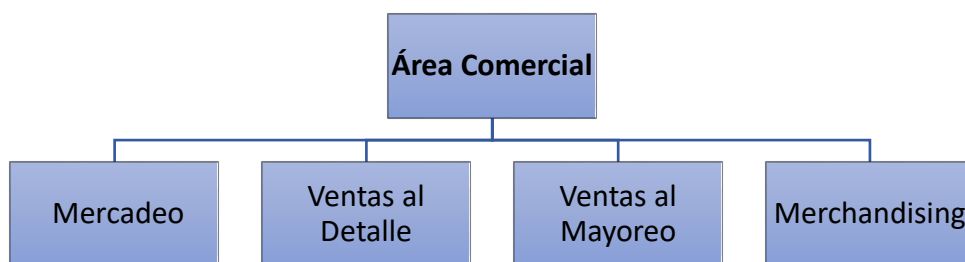


Fuente: Elaboración propia Ávila, O. (2021) Estructura Control de Calidad de Molino Harinero Sula, S.A

1.2.6.4 Área Comercial

La funcionalidad del departamento de Área Comercial es recibir una buena formación, supervisar sus actividades, sus gastos y sus ventas conseguidas. Medir los resultados de su equipo y establecer líneas de actuación, tanto positivas como negativas, según los datos obtenidos, asesorar y apoyar en las áreas de mercadeo, Ventas al detalle, Ventas al Mayoreo, Merchandising, trabajando de la mano para obtener resultados positivos y aumentas la ventas. (CEGOS University, 2015)

Figura 6. Estructura de Control de Calidad.

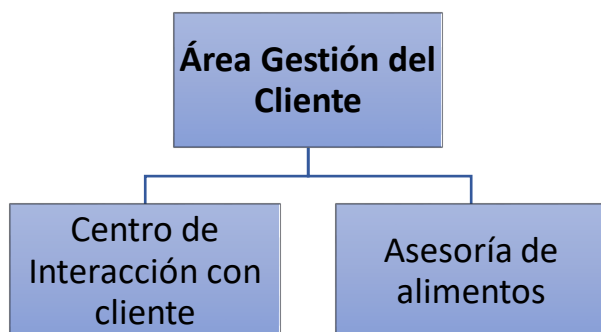


Fuente: Elaboración propia Ávila, O. (2021) Estructura Área Comercial de Molino Harinero Sula, S.A

1.2.6.5 Área Gestión del Cliente

La gestión del cliente permite también monitorear, clasificar y medir el comportamiento de los consumidores y, en consecuencia, profundizar el conocimiento de los mismos al punto que se les pueda atender en forma segmentada e incluso personalizada. (Universidad ESAN, s. f.)

Figura 6. Estructura de Gestión del cliente.



Fuente: Elaboración propia Ávila, O. (2021) Estructura Gestión del Cliente de Molino Harinero Sula, S.A

2. Capítulo II

En el siguiente capítulo se detallarán las actividades realizadas hasta la fecha, en las que se ha colaborado con el departamento de mercadeo, comercial y ventas al detalle de Molino Harinero Sula, S.A.

El departamento de mercadeo se centra exclusivamente en el desempeño de las ventas, en las estrategias comerciales para atraer más clientes y controlar y monitorear los precios en los distintos productos que se ofrecen en el mercado. También en el área de Merchandising en los puntos de ventas en supermercados para mejorar o proponer promociones y ofertas para impulsar la marca.

Las actividades realizadas en el departamento de mercadeo y dirección comercial han sido acompañadas bajo la supervisión de empleados en estas áreas, colaborando para la obtención de la información de los clientes y puntos de ventas en la ciudad.

2.1 Actividades realizadas en la Empresa

2.1.1 Actividad 1: Monitoreo de Precios en Supermercados y Bodegas de Molino Harinero Sula.

El monitoreo de precios consistió en hacer un análisis y darles seguimiento a los precios actuales en las Harinas simples y preparadas, al igual que con las pastas. Esto sirve para tener un indicador que presente un control adecuado en los precios en relación con la competencia, Se recibió una Plantilla con Datos Actualizados en Excel del departamento de Contabilidad y se fueron realizando cálculos y monitoreo según cada Supermercado o Abarrotería en hojas de Microsoft Excel para posteriormente enviarlo a Dirección Comercial para su aprobación.

El precio es un elemento importante al momento de generar fidelización con el cliente, ya que algo que caracteriza a esta industria es el cambio constante de precios debido a las importaciones del Trigo y Maíz, esto genera aumento en precios y en muchos casos las otras empresas de la competencia logran un acuerdo para fijar precios entre sí para que todas salgan ganando. En esta estrategia Molino Harinero Sula tiene los precios más altos del mercado de las Harinas, en Supermercados y Bodegas se hace distribución de los diferentes empaques de las Harinas. Algunas de las presentaciones de los productos de Harinas son las siguientes:

- 1 libra
- 2 y 5 libras

- 25 y 100 libras

2.1.2 Actividad 2: Presentación de Ventas mes de agosto y septiembre de Molino Harinero Sula.

La presentación de ventas fue realizada para demostrar las ventas confirmadas en ciertos sectores del país, como San Pedro Sula, Copán, Santa Bárbara y La Ceiba. Se recibió información con fotografías al correo electrónico de la asistente de dirección comercial para obtener la información y fotografías solicitadas de muestra las vendedoras de los productos en estas ciudades, se recopiló la información de esas ventas y se adjuntaron en una presentación de Power Point.

La información de las ventas se extrajo de la plataforma que colabora con Molino Harinero Sula llamada Dichter & Neira, que se centra exclusivamente a integrar la dinámica los puntos de ventas, mejorar la realización de las ventas dentro de la empresa, y reconocer el trabajo del consumidor y las marcas, para tener una mejor perspectiva del mercado en el que operan. En este segmento se elegía el periodo actual, se extraían las unidades de ventas y se seleccionaba la gráfica con el formato original para que se visualizara dentro de la presentación final. Esa información era confidencial ya que pertenecen a datos financieros internos de la empresa, por lo que se presentaban directamente con el director Comercial de Molino Harinero Sula.

2.1.3 Actividad 3: Preparación de video comercial por 75 Aniversario de Molino Harinero Sula.

Se visitó uno de los clientes más importantes de la empresa para hacer un video conmemorativo al 75 aniversario de la empresa, en este caso se visitó a Baleadas Express en el que se entabló una reunión con el Gerente General (Orinson Amaya) para participar en ese video comercial que tenía por objetivo hacer una recopilación de los tres clientes más importantes de la empresa en los últimos años y publicarlo en redes sociales. Con esto se generó un festejo el lunes 8 de noviembre en el que se invitaron a medios de comunicación, agencias publicitarias que colaboran con Molino Harinero Sula y a clientes de la empresa. Se realizó un evento con la administración y empleados de la empresa y los directos y Gerencia Administrativa realizaron palabras de agradecimiento.

2.1.4 Estudio de mercado de Harina de Trigo El Gallo en relación con marcas competidoras

Se colaboró con el departamento de Coordinación de Ventas para hacer un estudio de mercado de la Harina de Trigo para preparar baleadas. El instrumento de recolección de información fue la encuesta. Se aplicó 150 encuestas a personas clientes y no clientes de Molino Harinero Sula, para conocer el grado de satisfacción con el producto y evaluar los puntos de mejora para enviar un reporte a la Gerencia Administrativa y evaluar los posibles cambios a la Harina de Trigo debido a la baja venta en ciertos puntos de ventas de baleadas que compran la marca El Gallo y se han pasado a la competencia, que son las marcas Doña Blanca y Gold Star.

Se hizo un análisis cuantitativo y se elaboraron gráficas que reflejaran los resultados y la conclusión fue que las sociedades de baleaderas prefieren harinas que demuestran más color blanco y no oscuro que caracteriza la marca de Molino Harinero Sula, la suavidad y el precio mostraron un factor preponderante para la disminución de las ventas.

2.1.5 Email Marketing para ventas y Newletters en línea para clientes corporativos

Se hizo un estudio de factibilidad para las ventas en línea de los productos de Molino Harinero Sula. Durante la pandemia de COVID-19, Molino Harinero Sula inició con las ventas en línea para tener mayor apertura en medios digitales, y que los clientes tuvieran facilidades para adquirir los productos de las distintas marcas.

El proyecto no funcionó y se asignó la responsabilidad de continuar esa visión del E-Commerce, pero en Email Marketing, ya que muchas de las empresas preferían tener contacto directo mediante correos electrónicos para conocer sobre ofertas, promociones y confirmar pedidos o sugerencias para el servicio al cliente. Se participó con las áreas de ventas al mayoreo y Merchandising para conocer la factibilidad de dicho proyecto para comenzar a tener presencia a través del Email Marketing con clientes corporativos en el Target de las Panaderías, Reposterías, Supermercados y Hoteles con los productos de Harinas, Harinas de Panqueques y Pastas.

2.1.6 Estudio de Mercado de Café El Gallo

Se realizó un estudio de mercado de la marca de café El Gallo, que es una marca existente que salió al mercado en la industria de la caficultura en 2020 con una proyección de crecimiento estable pero con pocas ventas en los últimos meses. Se utilizaron instrumentos de recolección de información como la encuesta y entrevista además de recopilar información en artículos relacionados a datos generales de la producción de café en Honduras.

El objetivo era obtener la percepción de los consumidores y canales de venta de las personas del rubro del café en los principales centros donde se distribuye el café en el sector del retail, visitando bodegas y Abarroterías en las que se vende el café El Gallo y se aplicó la encuesta a los dueños del establecimiento haciendo un total de 50 negocios visitados. La otra encuesta fue planteada diferente en referencia a consumidores e consiguió una muestra de 50 personas más para que la información tuviera validez.

Posteriormente se hizo una presentación final que reflejaran los resultados de este estudio y se compartieron los resultados a través de una defensa del trabajo realizado con el grupo de gerentes del departamento comercial a nivel de San Pedro Sula para que visualizaran los hallazgos y recomendaciones.

Capítulo III

3.1 Propuesta de Mejora

3.1.1 Propuesta 1: Implementación de plataforma Trello departamento en Gerencia Administrativa

3.1.1.1 Antecedentes

Trello es una plataforma que ya sido tomada en cuenta por las empresas en las propuestas de innovación que se hacen semanalmente pero no la utilizan, es decir la recomendaron, pero no le dieron seguimiento al proyecto. Tienen comunicación por teléfono y correo como cualquier otra empresa, pero muchas veces no se lleva un control de lo que se va solicitando entre la parte de dirección comercial, mercadeo y cuestiones de planillas cuando se podría solucionar mediante avances o comunicación en Trello para evitar la especulación y horario establecido para entregar reportes o cartas que se solicitan.

3.1.1.2 Descripción de Propuesta

Utilizar la plataforma de Trello Premium entre los departamentos de Mercadeo, Dirección Comercial, Recursos Humanos, y Compras.

Será de mucha importancia porque ayudará a gestionar las tareas y actividades según lo van estableciendo los Gerentes o necesidades en la semana. Se obtendrá una mejor planificación ya que será más colaborativo y automático la realización de actividades y todos lo podrán visualizar en tiempo real.

3.1.1.3 Impacto de la Propuesta

Se utilizará la metodología Kanban que hace referencia a gestionar las tareas hasta su finalización de manera más visual y control en las distintas fases de las actividades, se obtendrán mejores resultados para el manejo del tiempo y organización entre los departamentos vinculados ya que todos los días se maneja comunicación y esto pretende agilizar las actividades o solicitudes que se vayan realizando por el día.

Costo Estimado:

\$10 USD por usuario al mes con facturación anual (\$12.50 con facturación mensual)

Este plan es adecuado para los equipos de hasta 100 personas que tienen que supervisar varios proyectos y visualizar el trabajo de distintas maneras en un tiempo eficiente.

3.1.2 Propuesta 2: Optimización de gastos en Marketing e Invertir más en Agencias Publicitarias.

3.1.2.1 Antecedentes

Molino Harinero Sula realiza una inversión mensual de L. 200,000 y en temporadas festivas se sobrepasa esa cifra debido a los gastos en regalos, publicidad en la marca para conmemorar aniversario o fidelización con clientes importante. Al ser una empresa de consumo masivo. Se debería de prescindir de servicios a influencers a menos en el año corriente y el siguiente para impulsar más la marca con profesionales con la actual Agencia Publicitaria que está trabajando en contenido audio visual en las redes sociales y promocionando las publicaciones en Instagram y Facebook. El gasto de regalar producto y dinero a personajes populares en las redes sociales no resulta efectivo y deberían de reinvertir ese capital en nuevas estrategias de mercadotecnia orientada a rediseño de las presentaciones en algunos productos como Café El Gallo y generar más presencia y un mejor posicionamiento en otros Canales de Venta para tener una economía de escala más efectiva.

3.1.2.2 Descripción de Propuesta

- Invertir más en publicidad en la página de Instagram y Facebook de la empresa para pautar y crear mejor contenido de marcas con menores ventas como la Pasta y Café.
- Prescindir de los servicios de los influencers de la red social Tik Tok.
- Creación de contenido más interactivo en redes sociales con la Agencia de Marketing que las maneja.

La empresa ya invierte en marketing digital y redes sociales, pero lo hace queriendo abarcar todos los targets, considero apropiado decidirse por el marketing que gestiona la agencia con las que trabajan y no recurrir a servicios externos como promoción de la marca con Influencers ya que tienen que darles productos y aparte una cantidad de dinero que en la mayoría de casos no se obtienen ganancias.

3.1.2.3 Impacto de la Propuesta

Se obtendrán ventas directas por medio de las cuentas oficiales de Molino Harinero Sula y no se necesitará promocionarla en influencers ya que no resulta efectiva en un rubro tan complejo como Las Harinas y pastas.

Mediante nuevas estrategias de marketing se creará una mejor retroalimentación de los aspectos a mejorar en los productos y se tendrá contacto directo con clientes y no clientes interesados en la extensa línea de negocios de Molino Harinero Sula.

Costo estimado:

Aumentar el pago a la agencia de marketing en un 15% para mejorar contenido en videos, publicaciones y mejores estrategias para conseguir visitas o pedidos por redes sociales

4. Capítulo IV

4.1 Conclusiones

- La práctica profesional es una etapa de aprendizaje, por lo tanto es necesario que los alumnos sean conscientes que se debe empezar desde lo más básico e ir escalando a nivel empresarial, aprender y adquirir habilidades que promuevan el desarrollo personal para destacar profesionalmente.
- Al realizar las responsabilidades y asignaciones dentro de la empresa se necesitó de compromiso, disposición y disciplina para poder cumplir con las expectativas de los Jefes y dar una buena percepción de los estudiantes de UNITEC en términos de iniciativas, resolución de problemas y pensamiento crítico.
- En los puntos de mejora identificados se trató de exteriorizar la importancia de ahorro de costos, ahorro de tiempo y comunicación corporativa a lo interno en los departamentos de mercadeo, planillas, contabilidad, Dirección Comercial y Recursos Humanos para cumplir con los reportes, investigaciones y solicitudes de clientes en el menor tiempo posible a través de una plataforma segura, tecnológica y profesional como Trello.
- La práctica profesional en Molino Harinero Sula fue un proyecto muy productivo, que si se saca provecho tanto la empresa ganó como el estudiante, debido a que se dispone un espacio para mejorar habilidades entre los empleados y proponer ciertos puntos de vista que solo alguien eterno a la empresa puede percibir, dando un enfoque innovador pero adaptado a las necesidades de la empresa.

4.2 Recomendaciones

4.1.1 Recomendaciones para la Empresa

-Se le recomienda a la Empresa Molino Harinero Sula que, al tener una cantidad extensa de practicantes, puedan aprovechar el alcance que estos tienen para realizar labores de acuerdo a su afinidad académica mediante una capacitación o Training a quienes se vayan incorporando hasta que estos se adapten lo antes posible.

-Se sugiere brindar charlas o capacitaciones mensualmente con algunos jefes en áreas de Ventas al detalle y Merchandising en temas de inteligencia emocional.

-Se recomienda utilizar un método de planificación de metas a los practicantes para que haya un mejor control de las actividades que se realizaran y un mejor manejo del tiempo para ahorrar tiempo, dinero y generar oportunidades de mejora en la empresa.

4.1.2 Recomendaciones para los estudiantes

-En el caso de los estudiantes de la licenciatura en Relaciones Internacionales con orientación en Comercio Internacional que realicen su práctica profesional en empresa privada se les recomienda recibir cursos o informarse más del área administrativa y de gestión al cliente debido a que se trabaja en gran parte la parte tomar decisiones, adaptarse a trabajar en equipo y ser Proactivo en todas las responsabilidades asignadas.

4.1.3 Recomendaciones para la institución (UNITEC)

-Se le recomienda a la Universidad Tecnológica Centroamericana elaborar una capacitación para inducción previa a la práctica profesional para los estudiantes que matriculen la práctica profesional para que asimilen la responsabilidad con responsabilidad y compromiso, también para guiarlos en esta última etapa de carrera para el cumplimiento de cada una de las actividades en un mundo laboral competitivo, demostrando las habilidades y enseñanzas aprendidas en clase.

-Que se realice una charla o capacitación para la elaboración de un informe de práctica profesional o informe de proyecto de investigación para aquellos alumnos que tiene dudas puedan consultar y tener una idea más precisa de lo que se entregará.

-Que mantengan el compromiso con los proyectos de práctica profesional y darle las herramientas necesarias a los coordinadores de carrera para que hagan una buena gestión de consultas y solicitudes en la etapa de matrícula de práctica profesional

Referencias Bibliográficas

Cegos Online University (2015, septiembre 15). *Cegos*.

<https://www.egosonlineuniversity.com/que-es-la-direccion-comercial/>

Cordoba, S. (s. f.). Silos metálicos para almacenaje de grano. *Silos Córdoba*. Recuperado 30

de octubre de 2021, de <https://siloscordoba.com/es/productos/silos/>

Escuela de Comunicación Social, Edición, & Web |, R. en la. (2020, noviembre 3). *Trello y*

Asana, dos aliados para la gestión de proyectos en equipo | Medios y Enteros.

<https://mediosyenteros.unr.edu.ar/trello-y-asana/>

Gálvez, A. V., Aravena, E. L., & Mondaca, R. L. (2006). Isotermas de adsorción en harina de

maíz (*Zea mays* L.). *Ciência e Tecnologia de Alimentos*, 26(4), 821-827.

<https://doi.org/10.1590/S0101-20612006000400017>

Instituto Nacional de Estadística (s. f.). Recuperado 30 de octubre de 2021, de

<https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2020/08/BOLETIN-DE-TRIGO-2019-1.pdf>

Universidad de ESAN (s. f.). *La importancia de la gestión del cliente*. Recuperado 30 de

octubre de 2021, de [https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/la-](https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/la-importancia-de-la-gestion-del-cliente/)

[importancia-de-la-gestion-del-cliente/https://doi.org/10.1590/S0101-](https://doi.org/10.1590/S0101-20612006000400017)

[20612006000400017](https://doi.org/10.1590/S0101-20612006000400017)

Molino Harinero Sula. (s.f). Recuperado 30 de octubre de 2021, de

<https://www.molinharinerosula.com/institucional>

Molino Harinero Sula. (s. f.). Recuperado 30 de octubre de 2021, de

<https://www.molinharinerosula.com/certificaciones>

Manual de Organización y Funciones de la Gerencia de la Administración. (s. f.). Recuperado

30 de octubre de 2021, de

https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/10029/PLAN_10029_Manual_de_Organizac

i%C3%B3n_y_Funciones_de_la_Gerencia_de_Administraci%C3%B3n_del_FMV._2
013.pdf

Universidad de ESAN (s. f.). *La importancia de la gestión del cliente*. Recuperado 30 de octubre de 2021, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/la-importancia-de-la-gestion-del-cliente/https://doi.org/10.1590/S0101-20612006000400017>