

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
WALT DISNEY WORLD

SUSTENTADO POR:

ANDREA JUDITH LOPEZ VILLEDA
21641030

PREVIA INVESTIDURA AL TITULO DE
LICENCIADA EN FINANZAS

SAN PEDRO SULA, CORTES

HONDURAS

MARZO 2020

HOJA DE FIRMAS

Los abajo firmantes damos fe, en nuestra posición de miembro de Terna, Asesor y/o Jefe Académico y en el marco de nuestras responsabilidades adquiridas, que el presente documento cumple con los lineamientos exigidos por la Facultad de Finanzas y los requerimientos académicos que la Universidad dispone dentro de los procesos de graduación.

Lic. Carmen Elena Valladares
Asesor UNITEC

Coordinador de Terna

Miembro de Terna

Miembro de Terna

Lic. Abel Guevara
Jefe Académico de Finanzas
UNITEC

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar un sincero agradecimiento, en primer lugar, a Dios por brindarme salud, fortaleza y capacidad; también hago extenso este reconocimiento a World Disney Company y a todos los maestros de Disney College, quienes me han dado las pautas para mi formación profesional; y por haberme abierto las puertas, permitiendo la accesibilidad a los diferentes documentos que necesitaba para hacer de este objetivo un logro.

A mis tutores y compañeros de Disney, quienes desde el primer momento me brindaron su amistad, su bondad, y fue de gran apoyo en momentos importantes.

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y estar siempre conmigo, guiándome en mí camino.

El esfuerzo y las metas alcanzadas, refleja la dedicación, el amor que invierten sus padres en sus hijos. Gracias a mis padres son quien soy, orgullosamente y con la cara muy en alto agradezco a ellos mi mayor inspiración, gracias a mis padres he concluido con mi mayor meta.

Y por supuesto a mi querida Universidad y a todas las autoridades, por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de esta investigación

RESUMEN EJECUTIVO

Durante más de cuatro generaciones, The Walt Disney Company ha creado y ofrecido constantemente experiencias de entretenimiento únicas para personas de todas las edades y con distintos intereses. En la actualidad, Disney, la empresa de entretenimiento más grande del mundo, cuenta con cinco segmentos de negocio: Redes de medios; Parques temáticos y centros turísticos; Estudios cinematográficos; Productos de consumo y Medios interactivos. Estas son las marcas de The Walt Disney Company conocidas a nivel mundial: Disney, ABC, ESPN, Pixar, Marvel y LucasFilm. Disney cotiza en la Bolsa de Nueva York y es una de las cincuenta empresas más grandes según el índice S&P 50.

El motivo de este trabajo es mostrar la importancia que le ha dado la organización Walt Disney a implementar una cultura organizacional orientada al servicio al cliente y la forma en que involucran a sus colaboradores a ser partícipes de esta cultura.

En el periodo de práctica profesional se desempeñó un rol en relación a Finanzas. Dicho rol fue llamado Merchandise. La localización para dicho rol fue en las tiendas encontradas en Hollywood Boulevard, Disney World Company. Previo al inicio de los roles, se obtuvo un entrenamiento sobre la historia general de la empresa, las cuatro llaves esenciales en la cultura de Disney, y servicio al cliente.

Durante el tiempo de estudio de la carrera de Licenciatura en Finanzas en UNITEC San Pedro Sula; fue posible adquirir conocimientos necesarios y que fueron implementados en este periodo de práctica profesional, destacando principalmente lo que tuvo relación con el servicio al cliente, debido a que los ingresos percibidos por una

empresa como lo es World Disney Company tiene una gran ponderación en lo que respecta a este aspecto.

Un servicio al consumidor de calidad se determina por el grado de empatía que, en este caso, la entidad pueda lograr con cliente. Por empatía se entiende la capacidad de poder colocarse en los zapatos de alguien más, para anticipar sus acciones, necesidades y emociones. Lo cual repercutirá financieramente en las ganancias o ingresos de la organización.

Es por eso que para la empresa Walt Disney Company implementar un modelo organizacional orientado a proporcionar un mejor servicio al cliente basado en la participación activa de sus colaboradores se convirtió en una estrategia para mejorar sus niveles de productividad. La aplicación de este modelo en el que involucran a todos sus colaboradores podría ser su ventaja competitiva ya que les permite mejorar la calidad de su servicio y asegurar su permanencia en el mercado.

Albrecht afirma que “Un cliente es la persona más importante en cualquier negocio un cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él. Un cliente no es una interrupción a nuestro trabajo. Es su objetivo; Un cliente nos hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendiéndolo. Un cliente no es sólo dinero en la registradora. Es un ser humano con sentimientos y merece un tratamiento respetuoso.

Un cliente merece la atención más comedida que podamos darle. Es el alma de éste y de todo negocio. La paga su salario. Sin él tendríamos que haber cerrado las puertas. No lo olvide nunca.” (1992, pag.19)

Chiesa De Negri (2005) afirma “que la satisfacción de un cliente es el resultado de sus percepciones relacionadas con las expectativas que tenía antes de entrar en contacto con nosotros para comprar el producto o servicio en el que está interesado” (pag.87)

El proceso de capacitación de Disney es una estrategia global diseñada para promover y reforzar los valores de la compañía, su historia y sus filosofías de operación. Al compartir con los miembros del elenco las tradiciones y las prioridades del presente, Disney se posiciona para mantener su ventaja competitiva. Las cinco etapas del proceso de capacitación incluyen, la orientación integral, capacitación de área de trabajo, capacitación en puesto de trabajo, capacitación práctica y plan de carrera. En su primer día los empleados nuevos, reciben un saludo de bienvenida de parte del personal directivo de Disney y se le entregan instrucciones escritas sobre los objetivos alcanzar, a quien reportar, como comportarse ante determinadas situaciones y cuánto tiempo estarán en cada fase de entrenamiento.

El proceso de esta práctica profesional fue llevado a cabo desde el 24 de enero hasta el 15 de marzo del 2020. La localización para dicho rol fue en las atracciones encontradas en Hollywood Boulevard, Disney World. El presente informe tiene como finalidad poder dar a conocer los objetivos que el estudiante pretendía alcanzar mediante la realización de su práctica profesional y como cada una de las actividades realizadas dentro de la empresa contribuyo al cumplimiento de dichos objetivos. Se destacará cada una de las actividades realizadas dentro de la empresa, que puestos de trabajo fueron asignados durante el tiempo de estancia dentro de la empresa y cuales son algunas de las claves que han permitido que la empresa sea lo que es hoy en día. De igual forma se mencionarán las fortalezas, debilidades u oportunidades de mejora que el estudiante reconoció a medida avanzaba el tiempo y desarrollaba su práctica profesional. Así mismo, se explicará cómo dicha práctica tuvo una vinculación con la carrera universitaria

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I	1
Introducción	1
CAPITULO II.....	2
2.1 OBJETIVOS	2
2.1.1 OBJETIVO GENERAL	2
2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2
2.2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	2
2.2.1 Historia.....	2
2.2.2 Misión.....	6
2.2.3 Visión	6
2.2.4 Valores	6
2.2.5 Organigrama	7
CAPITULO III: Descripción del trabajo desarrollado	8
3.1 Introducción.....	8
3.2 Rol I.....	8
3.2.1 Puesto de trabajo: Merchandise	8
3.2.2 Lugar de trabajo:	8
3.2.3 Descripción del Rol	9
3.2.4 Funciones del rol	10
CAPITULO IV: APRENDIZAJE.....	12
4.1 Llaves básicas del éxito.....	12
4.1.1 Seguridad	12
4.1.2 Cortesía.....	12
4.1.3 Espectáculo/Show.....	13
4.1.4 Eficiencia	13
4.2 Fortalezas	14
4.3 Debilidades	15
4.4 Oportunidades de mejora.....	16
4.5 Vinculación con la carrera	17
4.6 Aplicación competencias LPA	19
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	23
5.1 Conclusiones.....	23

5.2 Recomendaciones.....	24
VI. BIBLIOGRAFIA.....	25
VII. GLOSARIO.....	26
VIII. ANEXOS.....	29
8.1. Fotografías.....	29
Anexo 6: Cronograma (Bitácora de actividades semanales).....	32

CAPITULO I

Introducción

En este informe se describen detalladamente las actividades que se llevaron a cabo durante el “Disney International College Program” realizado en Walt Disney World en Orlando, Florida. Este programa fue autorizado como Práctica Profesional previo a la obtención del título de Licenciatura en Finanzas, en conjunto con Tompkins Cortland Community College (TC3).

La práctica profesional fue llevada a cabo desde el 24 de enero hasta el 15 de marzo del 2020 (Interrumpido por crisis de Pandemia de Coronavirus). Durante la práctica profesional se desempeñó un rol en relación a Finanzas. Dicho rol fue el llamado Merchandise. La localización para dicho rol fue en las atracciones encontradas en Hollywood Boulevard, Disney World. Previo al inicio de los roles, se obtuvo un entrenamiento sobre la historia general de la empresa, las cuatro llaves esenciales en la cultura de Disney, y servicio al cliente.

El informe inicia con una breve descripción de Disney como empresa, incluyendo su misión y visión. Seguidamente, se detalla la descripción de ambos roles, sus lugares de trabajo y las posiciones que se desempeñaron en el trabajo.

Durante la práctica profesional, se llevaba un curso obligatorio para la convalidación del Disney College Program con TC3.

Al final del informe se podrán observar las conclusiones indicadas en base a lo descrito en los objetivos de este reporte. La realización de esta investigación y reporte son fundamentadas en los conceptos adquiridos en base a la carrera de Licenciatura de Finanzas y reforzada por los programas de Disney College y TC3.

CAPITULO II

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 OBJETIVO GENERAL

- Evolucionar las competencias que logran el desenvolvimiento y crecimiento tanto personal y profesional, haciendo uso de los conocimientos adquiridos y aprendidos en clases y en el periodo realizado como práctica profesional.

2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fomentar actividades para poder crear una cultura de trabajo en equipo.
- Plantear estrategias que ayuden a la empresa a mejorar en el servicio al cliente.
- Identificar de qué manera se pueden solucionar los problemas dentro de la empresa de manera más rápida y eficiente.

2.2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.2.1 Historia

Walt Disney nació un 5 de diciembre de 1901 en el estado de Illinois. Vivió la mayoría de su infancia en la ciudad de Marceline, Missouri. En el año 1911 su familia decidió mudarse a Kansas City, ciudad en la cual Disney desarrolló un gran amor por los trenes. Su tío, Mike Martin, era un ingeniero que trabajaba en la ruta que había entre Fort Madison, Iowa y Marceline. Luego de un tiempo Disney obtuvo un trabajo de verano en el ferrocarril, vendiendo periódicos y bocadillos a los viajeros.

Para el año 1919, Disney tomo la decisión de mudarse a la ciudad de Kansas City para perseguir su gran sueño de ser un artista de periódicos. Su hermano Roy le consiguió un empleo en el Pesmen-Rubin Art Studio, lugar en el cual conoció a Ubbe Ert Iwwerks, más conocido como Ub Iwerks. Disney trabajó para la Kansas City Film Ad Company en donde realizaba comerciales basados en animaciones.

Después de un tiempo Disney y Harman realizaron un trato con un teatro localizado en la ciudad de Kansas para proyectar caricaturas, a las cuales llamaron Laugh-O-Gram. Las caricaturas se hicieron muy populares y fue así como Disney Pudo adquirir su estudio, al cual llamo por el nombre de Laug-O-Gram. Contrato a varios empleados entre los cuales estaba Iwerks y Hugh que era hermano de Harman. Todos ellos hicieron una diversidad de cuentos de hadas que duraban 7 minutos, para la cual combinaron acción en vivo y animación, que llamaron Alice in Cartooland. En el año 1923 la empresa tuvo que cerrar operaciones por la enorme deuda que tenía y Disney tuvo que declararse en bancarrota.

Después de lo sucedido Disney y Roy tomaron la decisión de mudarse a Hollywood junto con el caricaturista Ub Iwerks, y allí fue donde comenzaron con el Disney Brothers Cartoon Studio. Luego de un corto tiempo el nombre de la compañía cambio a Walt Disney Studios, por una sugerencia de Roy. El primer trato de la compañía Walt Disney fue con una distribuidora de Nueva York llamada Margaret Winkler, se utilizaba para distribuir las caricaturas de Alice. Luego de un tiempo inventaron a un nuevo personaje al cual nombraron Oswald el conejo afortunado y lograron contraer los cortos a 1500 dólares cada uno. A finales del año 1920, los estudios Walt Disney decidieron romper con los distribuidores y comenzaron a crear los dibujos animados de Mickey Mouse y sus amigos.

Después de muchos logros como ganar los Oscars por sus caricaturas y sus grandes ingresos por sus caricaturas tomaron la decisión de abrir un parque temático. En el año 1955 exactamente un 17 julio se inauguró el parque temático Disneyland en la ciudad de Anaheim, California. En poco tiempo, el parque logró obtener 10 veces lo que había invertido y estaba brindando un excelente entretenimiento a turistas que venían de todo el mundo. En la actualidad Disneyland ha ido haciendo ampliaciones y además se ha ido expandiendo globalmente con Walt Disney World cerca de Orlando, y parques en ciudades como Tokio, París, Hong Kong y Shanghai. Lamentablemente Disney no logró ver todas estas expansiones debido a que fue diagnosticado con cáncer de pulmón en el año 1966 y murió en diciembre de ese mismo año, a la edad de 65 años.

En la ciudad de Orlando Florida se encuentran 4 parques temáticos que son Magic Kingdom, Epcot, Animal Kingdom y Hollywood Studios y además de eso se cuentan con 2 parques acuáticos. En Disneyland en la ciudad de Anaheim se cuentan con dos parques temáticos en el cual también se incluye Disneyland Original. La empresa además cuenta con Tokyo Disney Resort ubicado en la ciudad de Tokio y Disneyland Paris que cuenta con 2 parques temáticos. Con las grandes utilidades generadas anualmente por los parques temáticos la empresa ha ido comprando canales de televisión, productoras de películas y muchas otras empresas. Algunas de las empresas compradas son: Walt Disney Pictures, Pixar Animation Studios, Marvel Studios, Lucasfilm, 20th Century Studios, Searchlight Pictures, Blue Sky Studios, etc.

Walt Disney World cuenta con 14 parques:

-Disney World en Orlando: el más grande

Disney World es el que tiene más que ofrecer al ser el complejo de parques de diversiones más grande en el mundo. Al tener 6 parques hay muchas más opciones de entretenimiento, de hecho, hay muchos juegos que solo encontrarás en este. Sin embargo, justo por lo mismo termina siendo el más costoso de visitar,

-Disneyland en California: el original

Es el parque original, diseñado y supervisado por Walt Disney. Solo tiene dos parques, así que en dos días fácilmente puedes verlo y complementar tus vacaciones con atractivos de Los Ángeles, ciudad que se encuentra a una hora aproximadamente.

-Disneyland París: la opción en Europa

La alternativa para los que quieren combinar un viaje en Europa y conocer Disney. Los parques no son muy grandes, por lo que puedes ver los dos en un mismo día. También es una buena alternativa para los que se les dificulta conseguir la visa de Estados Unidos.

-Tokyo Disney Resort en Tokio, Japón

Una característica de este es que los tickets son ligeramente más económicos que los de Disney de Estados Unidos (78 contra 96 USD). Estos dos parques tienen todas las atracciones clásicas de Disney: Piratas del Caribe, Small World, Space Mountain, Splash Mountain.

2.2.2 Misión

Ser uno de los mayores productores y proveedores de información y entretenimiento de calidad para personas de todo el mundo, buscando a su vez la experiencia más creativa, rentable e innovadora de relacionada con el mundo del entretenimiento.

2.2.3 Visión

Ser la compañía más admirada del mundo, tan admirada por la integridad de nuestra gente y la manera en que nos conducimos como ciudadanos del mundo, como por la calidad de las experiencias únicas de entretenimiento que ofrecemos.

2.2.4 Valores

- Calidad
- Comunidad
- Historia
- Optimismo
- Decencia

2.2.5 Organigrama



CAPITULO III: Descripción del trabajo desarrollado

3.1 Introducción

Como parte del staff de Intern en Disney se forma parte de esta organización como un baluarte más, velando por las interacciones que tengan las personas que visitan el lugar y las experiencias de conservación de los visitantes que para World Disney representan un enfoque continuo en parques temáticos y centros turísticos de la Compañía, donde Disney comparte las maravillas de la naturaleza.

Medir la manera en que se pone en contacto a los niños y las familias con la naturaleza mediante la cantidad de experiencias e interacciones con los moderadores y los miembros del equipo de animales, ciencia y medio ambiente.

Desempeñando los roles asignados se adoptaron conocimientos aportados por UNITEC y la Universidad de Disney los cuales fueron fomentados principalmente en la búsqueda de la mejora continua de la organización y la satisfacción del cliente.

3.2 Rol I

3.2.1 Puesto de trabajo: Merchandise

3.2.2 Lugar de trabajo:

Hollywood Boulevard conforma la entrada a Hollywood de Disney Studios desembocando en la plaza donde se encuentra **el famoso Sombrero de Mickey**, desde aquí se puede acceder al resto del parque. Es una avenida comercial donde se encuentran muchas tiendas.

The Great Movie Ride es la atracción de esta área, una réplica del Teatro Chino de Mann que se encuentra detrás del sombrero de Mickey en el cual recorrerá la historia del cine en imágenes y con animatronics donde interactuamos con los protagonistas. Un verdadero deleite para los amantes del cine.

The Hollywood Brown Derby es un restaurante clásico del sur de California con sus especialidades de pescados y mariscos.

Celebrity 5 & 10 se encuentra en Hollywood Boulevard en Disney's Hollywood Studios junto a Cover Story. Dentro de Celebrity 5 y 10 se pueden encontrar muchas cosas de Disney para el hogar, como artículos de cocina, vajilla, almohadas, tazas, artículos de personajes de Disney y más.

Movieland Memorabilia en Hollywood Studios se encuentra a la entrada del parque. La mitad de esta tienda se encuentra fuera de los torniquetes y la otra mitad se encuentra dentro de los torniquetes. Aquí encontrarás recuerdos populares, artículos diversos y otras necesidades para tu día en el parque.

3.2.3 Descripción del Rol

El sistema que se utilizaba en las cajas registradoras era el mismo en todo el Walt Disney World Resort. Por lo tanto, el entrenamiento que se obtuvo garantizaba a cualquier Cast Member a que pudiera utilizar una caja registradora en cualquier ubicación que se requiriera. Para desempeñar este rol primero tenía que haberse completo al cien por ciento el entrenamiento y por último un coordinador debía crear una cuenta al Cast Member donde saldrían todas las transacciones que dicho empleado realizaría.

Cambios de productos o devoluciones. Se debía entregar una copia de la factura al huésped donde tenía que escribir su nombre, número de recibo y dirección, para luego archivarla y así poder justificar que ellos fueron testigos del proceso.

Mantener una conversación con el cliente en todo momento mientras se realizaba la transacción del cobro.

3.2.4 Funciones del rol

- **Merchaintainment:** Cuando no se estaba en la caja registradora, uno se debía ubicar enfrente de ella y realizar la acción conocida como Merchaintainment. Significa promocionar los productos de la tienda mientras el Cast Member tenga disponibilidad, ya sea usando el producto, llevarlo puesto o dejar que los huéspedes lo utilicen para incentivarles a la compra.
- **Cobros:** Esto involucra evitar largas filas para que los huéspedes no esperen mucho tiempo. Entregarle su debido cambio. El dinero se debía de contar enfrente del huésped para evitar malentendidos. Tanto la factura como el cambio se debían de entregarle juntos en sus manos.
- **Descuentos:** Aplicar los descuentos correspondientes solamente si el huésped cumplía con los requisitos necesarios. Estos descuentos solo se pueden a las siguientes personas: el Anual Passholder (personas con entradas a Disney por un año), Disney's Visa (para personas con una tarjeta de crédito Visa de Disney), DVC (personas con la membresía de Disney's Vacation Club) y descuento a los Cast Members de Disney.

- **Pin Trading:** Al mismo tiempo que se realizaba el Merchaintainment, se podía realizar el Pin Trading. Este consiste en el intercambio de pins de Disney con los huéspedes. Un huésped podía intercambiar un máximo de dos pins. Era opción del Cast Member si hacer una pregunta difícil para poder dar su pin e intercambiarlo con el huésped.

Estar pendiente si el huésped está listo para pagar sus productos y atenderle de la mejor manera.

3.2.5 Conclusión del rol

El rol desempeñado durante la práctica profesional en Walt Disney World. Fue realizado a partir del 24 de enero hasta el 15 de marzo localizado en el parque Disney Hollywood Studios específicamente en el Hollywood Boulevard, World Disney Company.

[Ver Anexo 6](#)

CAPITULO IV: APRENDIZAJE

4.1 Llaves básicas del éxito

Uno de los grandes éxitos de los Parques de Disney y un gran diferenciador de su competencia es la calidad del servicio. La importancia de generar una excelente experiencia a través del servicio tuvo sus inicios desde la apertura de Disneyland y desde 1966.

4.1.1 Seguridad

4.1.1.1 La seguridad tanto de los clientes como de los cast members siempre es la prioridad, es por ello por lo que las zonas siempre debían de permanecer libres de obstáculos u objetos que pudieron causar algún accidente a la hora de desplazarse a lo largo del counter. Su comportamiento debe ser prudente, sano y digno de confianza para fomentar la seguridad de aquellos que le rodean y debe de tomar acción ante una situación de riesgo para mantener la diversión segura de los invitados.

4.1.1.2 Dentro del tiempo asignado se tuvo que seguir todas las indicaciones abordadas por los coordinadores de cada área, velando principalmente por las personas que visitaban las atracciones y nunca poner en riesgo la integridad o física de los clientes y/o colaboradores.

4.1.2 Cortesía

4.1.2.1 La cortesía se ha diseñado para que las personas tengan encuentros agradables y produzcan buenas relaciones. Los Cast Members desempeñan un rol importante en el mundo de Disney, la cortesía siempre debe de estar presente al momento de interactuar con los clientes y los colaboradores internos. De fallarse en algo se llegará

al efecto contrario. Gran parte de esto se logra mediante la cortesía. Desde recibirlos con una sonrisa y un grato saludo hasta despedirlos e invitarles a que regresen.

4.1.2.2 En la función que se desarrolló en el área asignada frente a las cajas registradoras era muy importante ser claro y gentil con el cliente, y hacerle sentir que iba a disfrutar por lo que estaba pagando, y demostrarle que se iba a ser genuino con su pago y devoluciones si así fuera necesario.

4.1.3 Espectáculo/Show

4.1.3.1 Esta llave aplica también para backstage, ya sea en una oficina o en una estación de trabajo, ya que, de forma directa o indirecta, se contribuyó a la experiencia de cada uno de los clientes. Esto abarca tanto el ámbito personal como el ámbito en que se labora. Por ejemplo, los pasajeros se montan a una especie de motocicleta, y al encenderse la pantalla va subido a uno de los caballos alados del planeta Na-Vi del film. Desprende olor a tierra, salpica agua, el caballo respira entre las piernas, y la velocidad y despliegue de los vuelos resultan fascinantes.

4.1.3.2 Desde el área en el que el personal de Merchandise se encontraba era hacerle ver a los visitantes que con los artículos que en las tiendas encontraban iban a sentir una mayor identidad con las aventuras de Disney, por lo cual adquirir uno de estos los iba a incorporar y llevar consigo un recuerdo de ese encantador viaje al mundo de Disney.

4.1.4 Eficiencia

4.1.4.1 Al manejar las actividades de forma eficiente se logra evitar molestias para los clientes, colegas y colaboradores internos. Es por lo que siempre se busca minimizar los tiempos de espera para cada uno de los clientes, pero sin descuidar la calidad de cada

uno de los productos que se les están entregando. Por ejemplo, la incorporación de la tecnología en Disney World/Orlando son increíbles.

4.1.4.2 Como funciones secundarias se colaboraba con los clientes con el manejo de control de usuario que se les es asignado al registrarse en un hotel dentro del complejo, donde proveen al viajero una pulsera electrónica que acompañada de un código de cuatro dígitos sirve a partir de entonces para todo: es la llave de la habitación, se abonan comidas, habilita el ingreso a los parques, se compran regalos, y en caso de extraviarse un niño lo ubican con un margen de error de cinco metros por satélite.

4.2 Fortalezas

4.2.1 El aprendizaje que se puede adoptar en cuanto a **la comunicación** de Disney la cual se diseña cuidadosamente reforzando los mensajes para que los miembros del reparto escuchen y entiendan que sus acciones apoyan continuamente el legado y las tradiciones de Disney, al entender de dónde viene la compañía. Por medio de técnicas audiovisuales, aprenden del negocio del entretenimiento y de su papel de artistas, se describen cada una de las áreas, políticas, procedimientos y el papel o rol que cada uno tiene en la producción del espectáculo

4.2.2 **Creatividad:** Existe un grupo creativo denominado imagineering, tomado de las palabras imagine (imaginar) y engineering (ingeniería) cuyo objetivo es enlazar la tradición de Disney soñando nuevos lugares creativos, donde la participación de los empleados en el desarrollo de estrategias organizacionales es importante puesto que les otorga la sensación de compromiso, la comunicación es real y bidireccional incluyendo a los trabajadores en la planificación y desarrollo de los productos.

4.2.3 Walt Disney Company fomenta a sus colaboradores que **la lealtad** está ligada al recuerdo de la atención y el servicio que se lleven los visitantes, es por esto que se pone mucha atención a cada cosa que va a estar en contacto con los clientes, ya que han comprobado que darles relevancia a los detalles establece vínculos de fidelidad en los clientes, percibiendo la dedicación y compromiso de la compañía por agradecerlos.

4.3 Debilidades

4.3.1 **La falta de paciencia** en ciertas circunstancias debido a la adaptación frente al programa ya que el trabajo diario en una empresa es arduo, se requiere de una actitud paciente para tomar decisiones correctas que tengan como fin el crecimiento de la organización y el de su personal.

Ser pacientes puede brindar enormes beneficios en la toma de decisiones. De lo contrario, se corre el riesgo de alterar el juicio acerca de una realidad determinada y por consiguiente tomar una decisión que dañe a la empresa y a las personas que la conforman.

4.3.2 **Encajar bien las críticas ajenas.** Una posible ayuda es tener la mente abierta, esto es saber que se debe aprender y que no se conoce todo. Esto ayudará a soportar nuevas situaciones, hacerse con ellas, tolerar la frustración. De nada vale estar a la defensiva y no aceptar los posibles fallos.

4.3.3 **La auto-exigencia** debe ir de menos a más, pero sin superar los límites que a veces la subjetividad impone sin piedad. El objetivo principal debe ir encaminada a poder mejorar, pero dando valor a lo que se va consiguiendo.

4.4 Oportunidades de mejora

4.4.1 Fomentar la creatividad y la motivación personal. Repetir mecánicamente una tarea sin aportar inspiración y creatividad no es la mejor manera de contribuir a la eficiencia empresarial. Por eso mismo como parte del equipo de Disney se debe fomentar en uno mismo la creatividad y la motivación al momento de realizar las actividades, concentrándose en su trabajo y dejando por fuera las actividades extracurriculares, ya que, un trabajador estresado que solo puede estar con sus hijos un mínimo espacio de tiempo al terminar la jornada, difícilmente podrá estar motivado. Está demostrado que el rendimiento es superior cuando el empleado puede disfrutar de su vida privada. Las medidas de conciliación y flexibilidad son, pues, además de un derecho, un factor de mejora de la productividad.

4.4.2 Modificar conductas en el trabajo. Que determinadas formas de trabajar se arrastren desde mucho tiempo atrás, no significa que sean las correctas ni las más apropiadas para los tiempos actuales. El “orden y mando” ha de quedar como una reliquia del pasado. Es responsabilidad de los directivos adoptar las decisiones necesarias para actualizar y modernizar las condiciones en que la empresa desarrolla su actividad: fomentar el trabajo en equipo, considerar al trabajador como aun “cliente interno” que necesita saber qué y por qué hace las cosas, etc. A mayor unión de empresa y trabajadores, mejores perspectivas de negocio.

4.4.3 Ofrecer un mejor servicio al cliente, ya que Disney consideran que el trato dado a los trabajadores será el mismo que ellos darán a los invitados, pues consideran que existe una relación directa entre la satisfacción de los colaboradores y la satisfacción de

los clientes. En la cultura de esta empresa son igualmente importantes el ingreso económico y el ingreso psicológico (reconocimiento público o privado), es por eso que se da mucha relevancia a la retroalimentación positiva y se trata de que sea inmediata y específica.

4.4.4 **Inteligencia emocional;** como parte del crecimiento personal y profesional no está de más tomar paralelamente cursos cortos o videos que fomenten la inteligencia emocional que va de la mano con la ética profesional para facilitar y apoyar en las actividades que se les solicita, ya que está demostrado que, los empleados con altos niveles de inteligencia emocional se encuentran en mejores condiciones para cooperar con los demás, gestionar el estrés relacionado con el trabajo, resolver conflictos dentro de las relaciones laborales y aprender de los errores interpersonales previos.

4.5 Vinculación con la carrera

Como parte del programa **de UNITEC de la carrera de Licenciatura en Finanzas** se han destacado puntos importantes a comparar en el desarrollo de práctica profesional en Disney, resaltando principalmente lo importante que los servicios financieros claramente deben reforzar sus esfuerzos en la comunicación con sus clientes y para esto, los medios digitales son y serán sus mejores aliados. Siendo parte de la era de la información y la tecnología, hacer uso de los canales más útiles y aprovecharlos para destacar dentro de una organización internacional como lo es el mundo de Disney. Gracias a la clase de *comercio electrónico* durante la carrera, principalmente el uso de la tecnología para el desarrollo de las actividades financieras, se ha llevado este conocimiento a la puesta en práctica con lo que es la formación de Disney College y de la mano de TC3.

Como parte de la inducción a las actividades de “intern” se ha tomado en cuenta una orientación permanente realizada semanalmente en actividades diversas como foros y respuestas dirigida **por Disney College, llamada “leadership”**; donde se muestra que en el modelo Disney uno de sus principales componentes se debe a la importancia del servicio ofrecido, recordando los conceptos de Gerencia Financiera. Cabe destacar la función que tienen los trabajadores que no son evocados como empleados sino como actores, no portan uniformes sino vestuarios, no son contratados con el concepto de trabajo sino para caracterizar un papel, no crean momentos agradables porque estos se esfuman, crean momentos mágicos porque duran toda la vida. Los trabajadores son capacitados con cursos de fidelidad, gestión, liderazgo y servicio al estilo Disney.

Dentro del programa de TC3 se recibió el curso de “Personal Branding” donde se resalta el aprendizaje a describir qué es una marca personal; el cual es el esfuerzo consciente e intencional para crear e influir en la percepción pública de un individuo al posicionarlo como una autoridad en su industria, elevar su credibilidad y diferenciarse de la competencia, para finalmente avanzar en su carrera, aumentar su círculo de influencia y tener un mayor impacto. En resumen, la marca personal es el esfuerzo de comunicar y presentar su valor al mundo.

El trabajo ya puesto en práctica diariamente es muy dinámico, se está en constante movimiento dentro de la tienda y se le da mucha importancia estar cerca de la caja registradora para atender rápidamente a los clientes. Sus jornadas de trabajo eran organizadas de diferente forma, especialmente en los descansos. Cuando la jornada era

de seis horas, se tomaba un descanso de treinta minutos después de tres horas de haberse iniciado la misma. Si era de ocho horas se tenían dos descansos de treinta minutos cada dos horas y media, y si era de más de diez horas se tenía derecho a dos descansos de treinta minutos y uno de quince minutos. Para compras, pues que decir que esta área es muy peligrosa para las tarjetas de crédito ya que es la zona de compras más grande del parque donde se encontraron todo tipo de artículos, desde suvenires de los personajes Disney pasando por recuerdos del cine y terminando por moda y complementos de lujo.

Una de las cosas más impactantes fue saber la importancia que tiene el análisis de datos con el fin de poder crear los productos y servicios tal como los clientes sueñan y desean que sean. Dichos datos pueden venir ya sea de redes sociales, encuestas, opiniones de personas en sitios webs o información que es directamente enviada a Disney. Como parte de sus funciones los coordinadores entregaban las listas de verificación y las llaves a los encargados de mantenimiento, ya que ellos, son los que comprueban que todo quede en orden y listo para que funcione en la siguiente puesta en marcha de la atracción.

4.6 Aplicación competencias LPA

4.6.1 Análisis y resolución de problemas (Nivel 2)

La solución de problemas consiste en un proceso que abarca diversas actividades estas pueden ser cortas o extensas, la solución de problemas es un factor determinante dentro de empresas y organizaciones, que principalmente es un riesgo tomado por los administradores. De esta necesidad surge el conocer los pasos principales para la identificación y la buena aplicación de técnicas, métodos y modelos que ayuden a la solución de problemas.

En esta etapa en Disney cabe hacer referencia al encontrar el problema y estar consciente de que en un momento dado se debe tomar una decisión para encontrar la solución al problema. Este problema puede tener la característica de ser actual o ser la causa de muchos conflictos en la organización. En lo personal, por ejemplo, cuando un cliente regresaba por una devolución o una queja de algún producto o cobro realizado en mala forma; se debía de manejar la situación de la forma más diplomática posible en lo que respecta al trato con el cliente, simultáneamente se hacía la corrección respectiva, tomando en cuenta que era un sistema nuevo el que se estaba manejando. Aun así, se tenía que mantener la calma y resolver de la forma más viable lo que el visitante solicitaba.

4.6.2 Buen trabajo con los demás (Score not valid)

El trabajo en equipo es una herramienta indispensable para el buen funcionamiento de una empresa, ya que todos los empleados tienen un papel fundamental para el desarrollo y crecimiento de la misma. La confianza es el elemento principal del trabajo en equipo. Impulsa un ambiente en donde todos los participantes conozcan las habilidades de los demás, entiendan sus roles y sepan cómo ayudarse mutuamente.

Trabajar en conjunto es mucho más complejo que hacerlo solo, pues se requiere aprender cómo funciona cada persona. Sobre todo, cuando en Disney se encuentran personas de todo el mundo y cada quien tiene una manera especial de trabajar y de aprender; trabajar en equipo implica conocer a los demás y ser tolerantes. Es importante establecer relaciones de cordialidad que promuevan la confianza y faciliten la comunicación. En lo personal, aprender de cómo hacían las actividades otras personas de diferentes centros; de esta manera aprender de ellos y como equipo desarrollar las actividades beneficiosas para la organización.

4.6.3 Cumplimiento de objetivos (Nivel 6)

Entre más detallados sean los objetivos es más sencillo monitorearlos, medirlos y realizarlos, además al ser más pequeños también se vuelven más realistas, todo esto ayuda a mantenerse con una dosis extra de motivación. Es recomendado dividir cada objetivo en sub-objetivos para tener metas más pequeñas y detalladas, al final será un camino más sencillo de recorrer.

Como propuesta en lo personal se le sugirió al líder del equipo de trabajo que, si se cuantifican las metas a materializar, la empresa estará cuantificando también el potencial y el índice de desarrollo de cada empleado. Y es algo sabido que medir este tipo de variables hace a las compañías más conscientes de las debilidades y fortalezas del talento que aglutina a su alrededor.

4.6.4 Aprendizaje y desarrollo personal (Nivel 7)

El autodesarrollo puede conseguirse con estudios, trabajo y la actualización de conocimientos, e implica un importante sentido de la responsabilidad y una actitud proactiva. El autodesarrollo hace referencia al compromiso de una persona para pensar y decidir por sí misma. Eso implica la adquisición de nuevas habilidades y la repetición de acciones para mejorar los hábitos y las competencias personales.

Como estudiante y como profesional en un mundo como el que representa Disney se puede ser capaz de sacar el mayor partido a aprender de sí mismos y de lo que le rodea tal como “aprendizaje informal”, fomentando un compromiso de la persona en adquirir por sí misma la adquisición de nueva habilidades y competencias “autodesarrollo” que si dan resultados en el desarrollo de la persona se verá en la empresa como una forma de actuación acertada y que poco a poco a poco se convertirá en una creencia dentro de la compañía “cultura” y forma de actuar. Día a día en lo personal el aprendizaje de cosas

por pequeñas que fueran era importante, y cada experiencia vivida fue tomada en cuenta como tal, como un aprendizaje enriquecedor.

4.6.5 Adaptación al cambio (Nivel 4)

En este sentido, aquellas personas que ejerzan un rol de liderazgo dentro de la organización deben tener un alto grado de adaptación al cambio, para impactar de manera positiva su entorno laboral y generar un proceso natural de adaptación entre los demás colaboradores. Esta competencia se puede mencionar se caracteriza por una clara percepción de situaciones de peligro; como evaluar negativamente el trabajo realizado; tener que asumir nuevas tareas principalmente. En todas ellas se manejan altos grados de ansiedad y muestra dificultades para adaptarse.

En lo particular por el hecho de salir de casa a una experiencia totalmente nueva, enfrentando una serie de cambios personales que significativamente afectaban al momento de la toma de decisiones y a la adaptación de cambios dentro del campo laboral por así llamar este periodo de práctica profesional. Donde se enfrenta a un mundo nuevo, en constantes cambios como lo es Disney, y una sociedad americana la cual es puntera en el desarrollo tecnológico a nivel mundial.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Realizar la práctica profesional en la organización Walt Disney World da la oportunidad de conocer su filosofía de trabajo, cuya prioridad es la seguridad, tanto de huéspedes como empleados; y dentro de la atención y servicio al cliente, lograr la satisfacción de cada uno de los huéspedes para que Disney sea recordado como el lugar en donde la familia encuentra la felicidad, por ello, se le denomina, “el lugar más feliz del mundo”.
- Se logró fomentar las actividades en equipo, las cuales contribuyen a elevar la productividad, enriquecen las alternativas para tomar decisiones, crea un ambiente de cooperación entre las personas; esto es saludable para el ambiente de trabajo.
- Durante el periodo de actividades se aseguró de transmitir a los clientes exactamente lo que necesitaban escuchar; utilizando vocabulario auténticamente positivo, mantener el buen ánimo a pesar de las circunstancias y nunca dar por terminada una conversación sin antes confirmar que el cliente esté satisfecho. Los clientes aprecian a los representantes que se encargan de sus problemas de principio a fin.
- Se logró pensar y actuar con estrategias, consistiendo en gestionar las habilidades del trabajo en equipo para aprovechar la capacidad del talento disponible con el fin de formar grupos ganadores y obtener mejores resultados.

5.2 Recomendaciones

- Ofrecer más que solo respuestas automáticas por correo electrónico y no permitir que las indicaciones por teléfono o sitio web conduzcan al cliente a un callejón sin salida. Aprovechar al máximo las redes sociales (como Facebook, Twitter y Yelp) y responder a las publicaciones de los clientes en la página oficial. Publicar fotos y biografías en el sitio web. De esta manera, mostrar a los clientes que hay personas que trabajan para su beneficio. Ya que los clientes quieren sentir que tienen acceso a una persona real, no a robots ni a enlaces de preguntas más frecuentes.
- Se sugiere no asignar extensas jornadas de trabajo ya que el mismo cansancio por estas prologadas jornadas diarias pueden ocasionar que se cometa un error en el manejo de los controles. Si no se pudiera, se aconseja que los Cast Members manejen las máquinas desde el inicio hasta la mitad de la jornada ya que tienen mayor concentración y después de la media jornada se les asigne puestos que requieran menor atención.

VI. BIBLIOGRAFIA

Freijomil, P. (19 de noviembre de 2014). Brandholics. Obtenido de Mision, Vision y Valores de Disney: <https://thebrandholics.wordpress.com/2014/11/19/mision-vision-y-valores-dedisney/>

Gutierrez, O. (26 de marzo de 2018). Vas a Disney World en Semana Santa? La tecnología está de tu lado. Obtenido de <https://www.cnet.com/es/noticias/disney-semana-santaaplicaciones-sacar-provecho/>.

Lanin, C. (16 de febrero de 2012). Obtenido de What was the first Disney Attraction to feature Audio-Animatronics: <https://travelmamas.com/what-was-the-first-disney-attraction-tofeature-audio-animatronics/>

Lorenzi, L. M. (s.f.). Aplicacion de Disney Orlando: my Disney Experience App. Obtenido de Utilizando la aplicacion de Disney World Orlando: <https://www.viajemiamiyorlando.com/2017/11/aplicacion-de-disney-orlando-my-disneyexperience-app.html>

Niles, R. (octubre de 2016). Cómo hacer selecciones de Fastpass + para Walt Disney World. Obtenido de <http://www.themeparkinsider.com/flume/201610/5290/>.

Venegas, J. (16 de agosto de 2018). Expertos en Marca. Obtenido de Historia de Marca: Disney, la marca más querida del mundo : <http://www.expertosenmarca.com/HISTORIA-DE-MARCADISNEY-LA-MARCA-MAS-QUERIDA-DEL-MUNDO>

VII. GLOSARIO

ANUAL PASSHOLDER

Este es un boleto que le otorga privilegios de admisión durante un período específico de tiempo, generalmente un año. Disney World tiene varios niveles de pases anuales, desde el Pase Anual de Parques Acuáticos hasta el Pase Disney Platinum Plus. Los huéspedes con pases anuales a veces se llaman "APers".

BACKSTAGE

Cualquier área que esté detrás de escena en el Disney World Resort y sea solo para miembros del reparto. Debe mantenerse fuera de estas áreas, a menos que esté de gira.

DISNEY DINING PLAN

El Disney Dining Plan es un programa para los huéspedes de Disney Resort en el que las comidas se compran con anticipación entre tres opciones de nivel de servicio: el Quick Service Dining Plan, el Disney Dining Plan o el Disney Deluxe Dining Plan. Algunos invitados disfrutan de la conveniencia de usar el DDP, mientras que otros sienten que pueden comer de manera menos costosa sin él.

DVC

Disney Vacation Club es un servicio de propiedad de vacaciones / tiempo compartido basado en puntos que ofrece Disney. Para los fanáticos incondicionales de Disney que hacen viajes regulares a los resorts, esta puede ser una gran opción. Los miembros de DVC reciben ofertas especiales, experiencias y eventos.

EXTRA MAGIC HOURS

Los huéspedes que se alojen en el hotel en los hoteles de Disney Resort pueden disfrutar de tiempo adicional en los parques temáticos; ya sea una hora antes de que el parque designado abra para los huéspedes del día, o dos horas después del cierre del parque para los huéspedes del día. Consulte el cronograma para ver qué parque ofrece este beneficio en un día determinado.

FLOORSTOCK

Inventario disponible que aún no se ha cargado en los estantes. Este stock adicional permite que un negocio minorista reabastezca los estantes de las tiendas y muestre los mostradores entre las entregas de pedidos.

GIFT CARDS

Una tarjeta de regalo también conocida como certificado de regalo en América del Norte, o bono de regalo o token de regalo en el Reino Unido es una tarjeta de dinero prepaga de valor almacenado, generalmente emitida por un minorista o banco, para ser utilizada como una alternativa al efectivo para compras dentro de un tienda particular o negocios relacionados.

MAGICAL MOMENT

This is a phrase you'll hear frequently when interacting with Cast Members. They really do want you to have a day filled with magic and fun.

MAGIC BANDS

Magic Band es una pulsera que alberga un sistema de control, gestión y pago de una comodidad increíble. Con esta, se puede abrir la puerta de la habitación del hotel de

Disney, entrar a los parques temáticos y acuáticos, reservar el Fast Pass, conectar imágenes del Disney Photo Pass, cargar las comidas y mercancías a la habitación del Hotel de Disney.

MERCHANDISE

Palabra utilizada para describir uno de los roles. Significa mercancías y es el nombre que se utiliza en toda la propiedad de Walt Disney World para identificar a las personas que trabajan en las tiendas.

PIN TRADING

Significa la compra e intercambio de los pins coleccionables de Disney, realizado entre el Cast Member y los huéspedes en cualquier lugar o momento.

STOCKING

Palabra utilizada para referirse a la acción de estar abasteciendo las tiendas con la mercancía y revisar si hay inventario en el almacén. Si no se tiene producto suficiente se notifica a un coordinador o líder.

SNACK

Los Planes de Comidas de Disney incluyen bocadillos, que son artículos pequeños o de una sola porción que lo llevarán entre comidas. Los bocadillos que se ofrecen en el plan varían, pero pueden incluir artículos como pasteles, helados, frutas, palomitas de maíz o bebidas. Los artículos de refrigerio en los menús de Disney se indican con un cuadrado morado y blanco con las letras "Ddp" y un icono de taza de bebida.

VIII. ANEXOS

8.1. Fotografías



Anexo 1. Tienda 5&10 Celebrity
Fuente: Propia

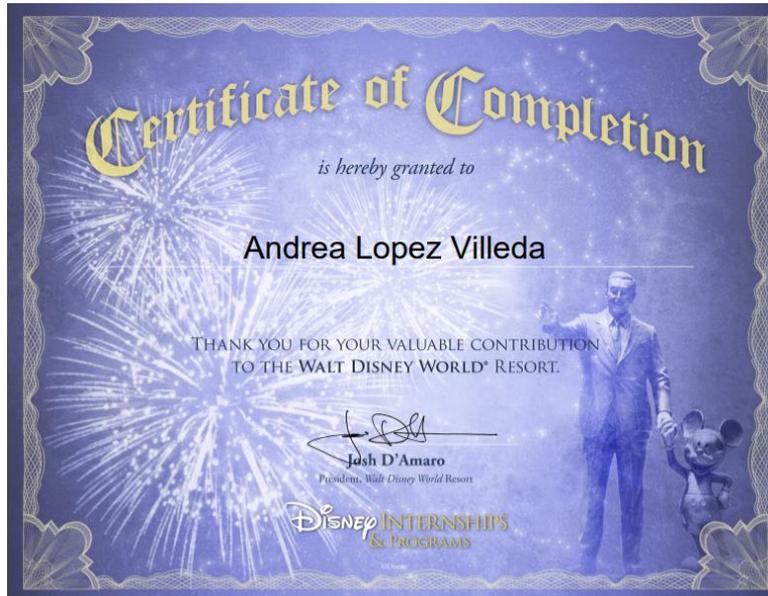


Anexo 2. Tienda Mickey's of Hollywood
Fuente: Propia



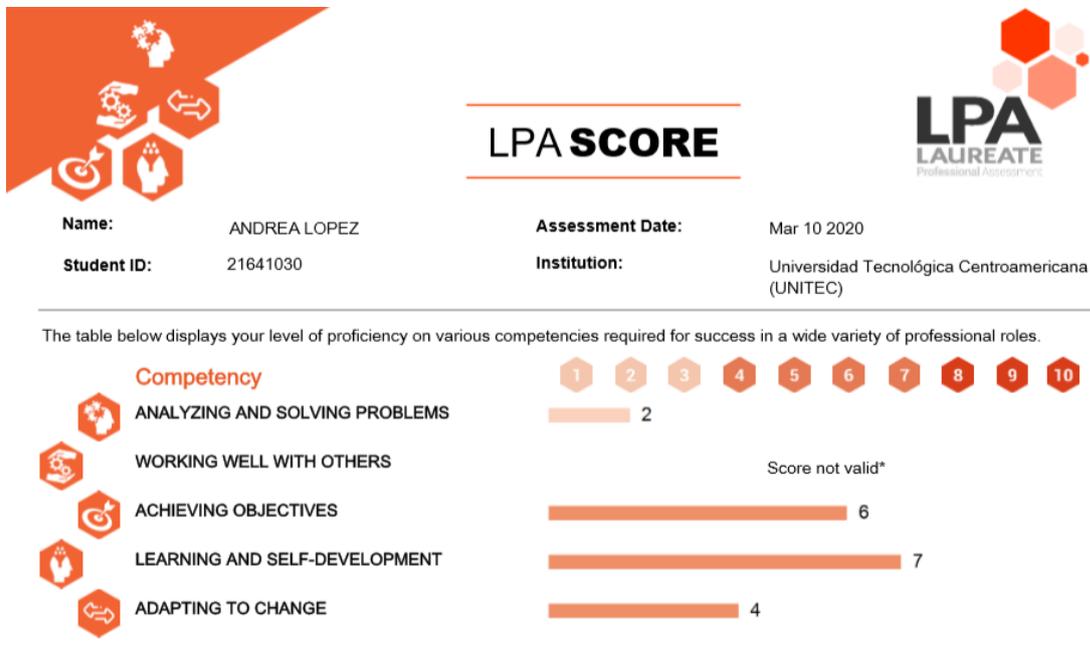
Anexo 3.Tienda Movieland
Fuente: Propia

Anexo 4: Certificado de Complicación del Programa



Fuente: Propia

Anexo 5. Certificado Competencias LPA



* Your score has been flagged as not valid because you did not take a sufficient amount of time to respond to the questions in this competency.

Anexo 6: Cronograma (Bitácora de actividades semanales)

Inducción

- Viernes 24 de enero----- Traditions Day, oficialmente cast member de Disney
- Sábado 25 de enero----- Clase en Disney University (día 1 entrenamiento)

Semana 1 (27 enero- 01 febrero)

27 enero: Clase en disney hollywood studios cast services.

28 enero: recibió clase llamada “Merchandise Core” en Disney University.

29 de enero: ---

30 de enero: Merchandise tier 1 (día 2 entrenamiento)

31 de enero: Hollywood arrival 3 (día 3 entrenamiento)

1 de febrero: Hollywood arrival 4 (día 4 de entrenamiento)

Semana 2 (03 febrero- 08febrero)

03 febrero: Hollywood arrival 5 (día 5 entrenamiento)

04 febrero: Hollywood arrival ICP 4.5 (último día de entrenamiento y aplicación de examen para medir lo que aprendió y ver si está preparado)

05 febrero: -----

06 febrero: Hollywood blvd sales, este será el área de trabajo y cuenta con 6 tiendas a las cuales podrá trabajar (primer día de trabajo) en cada tienda te colocan en una caja registradora y así vas rotando durante todas tus horas de trabajo.

07 febrero: Estuvo en la tienda 5&10 en caja registradora.

08 febrero: se posiciono en caja registradora en la tienda movieland (entrada del parque)

Semana 3 (09 febrero- 15 febrero)

09 febrero: Estuvo en Mickeys of hollywood (tienda más grande) y ese día fue domingo y existen las llamadas “extra magic hours” el parque cierra más tarde(10pm), realizo cierre de caja.

10 febrero: ----

11 febrero: ----

12 febrero: laboro en las tiendas MOH y 5&10 en caja registradora y haciendo cierre de una de las tiendas.

13 febrero: DHS Hollywood blvd sales MOH store

14 febrero: DHS Hollywood blvd sales 5&10 store

15 febrero: DHS Hollywood blvd sales 5&10 store

Semana 4 (16 febrero-22 febrero)

16 febrero: DHS Hollywood blvd sales MOH store con “extra magic hours”

17 febrero: DHS Hollywood blvd sales en Movieland store

18 febrero: ----

19 febrero: ----

20 febrero: DHS Hollywood blvd Floorstock (mantenimiento de la tienda llenando lo que haga falta)

21 febrero: DHS Hollywood blvd Floorstock 5&10 store

22 febrero: DHS Hollywood blvd Floorstock MOH store

Semana 5 (23 febrero- 29 febrero)

23 febrero: DHS Hollywood blvd sales Keystone Clothiers con “extra magic hours”

24 febrero: ----

25 febrero: ----

26 febrero: DHS COMM Hollywood blvd Meeting (una reunion de cast members)

DHS Hollywood blvs sales MOH store

27 febrero: DHS Hollywood blvd Floorstock Keystone Clothiers

28 febrero: DHS PPU (Park arrival sales, quiere decir en la tienda movieland en la entrada del parque, o en park arrival car que es un un carro de ventas por la parte fuera del parque)

29 febrero: DHS Hollywood sales 5&10 store

Semana 6 (1 marzo- 7 marzo)

1 marzo: DHS Hollywood Blvd sales MOH store and Keystone Clothiers store.

2 marzo: ----

3 marzo: ----

4 marzo: DHS Hollywood blvd sales MOH store, cierre de caja y abastecimiento de tienda.

5 marzo: DHS Hollywood blvd sales 5&10 store (D'tech zone)

6 marzo: DHS toy story land carts (este día cogió un shift en esta área para probar nuevas locaciones y fue muy divertido, de igual manera estuvo en caja registradora solo que tiendas al aire libre).

7 marzo: DHS Hollywood blvd sales MOH store, realizando cierre de caja.

Semana 7 (8 marzo- 14 marzo)

8 marzo: DHS Hollywood blvd sales Keystone Clothiers

9 marzo: DHS Hollywood blvd sales MOH store, cierre de caja.

10 marzo: DHS Hollywood blvs sales 5&10 store, cierre y abastecimiento de tienda.

11 marzo: DHS Hollywood blvd Floorstock en MOH y 5&10 store.

12 marzo: ADO

13 marzo: ADO

14 marzo: give away shift

15 marzo: termino el programa de todos los DCPS.