

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME PRÁCTICA PROFESIONAL
GRUPO AGROLIBANO**

**SUSTENTADO POR
MARIO ALEJANDRO ARRIAGA RIVERA
11921010**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TEGUCIGALPA, M.D.C HONDURAS, C.A
DICIEMBRE 2022**

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	viii
Capítulo I. Generalidades	1
1.1. Objetivos de Práctica	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. Acerca de la empresa	2
1.2.1. Reseña Histórica.....	2
1.2.2. Misión.....	3
1.2.3. Visión	3
1.2.4. Valores	4
1.2.5. Productos y Servicios.....	5
1.2.6. Organigrama de la Empresa.....	9
.....	9
Capítulo II. Actividades Realizadas.	10
2.1 Revisar lo recibido en Finca en base al Packing list.....	10
2.1.1. En que consiste la Actividad.	10
2.1.2. Comentario Personal	10
2.2 Monitorear de Envíos	10
2.2.1 En que consiste la actividad.....	10
2.2.2. Comentario Personal.....	11
2.3 Crear ODI.....	11

2.3.1. En que consiste la actividad	11
2.3.2 Comentario Personal	11
2.4 Actualizar Datos en Sinagro.....	12
2.4.1 En que consiste la actividad	12
2.4.2 Comentario Personal.....	12
2.5 Adjuntar Documentos a las ODI.....	13
2.5.1. En que consiste la actividad	13
2.5.1. Comentario personal	13
2.6 Actualizar Bitácoras de Envíos	13
2.6.1. En que consiste la actividad	13
2.6.2 Comentario Personal	13
2.7 Actualizar Gastos a SAP	14
2.7.1. En que consiste la Actividad.....	14
2.7.2 Comentario Personal.....	15
2.8 Modificar Pedidos en SAP	15
2.8.1 En que consiste la actividad	15
2.8.2 Comentario Personal.....	15
2.9. Llenar formularios de anticipo de pago.....	16
2.9.1 En que consiste la actividad	16
2.9.2 Comentario principal.....	17
2.10 Pedir facturar a CCB	17

2.10.1 En que consiste la actividad	17
2.10.2 Comentario Personal.....	17
Capítulo III. Actividades de Mejora	18
3.1 Actividades de Mejora.....	18
3.2 Situación actual de la empresa	19
3.2.1 Estrategias Implementadas.....	20
3.3 Propuesta de Mejora.....	21
3.4 Impacto de la propuesta de mejora.....	24
3.4.1 Beneficios.....	24
3.4.2 Inversión	26
Capitulo IV. Conclusiones y Recomendaciones	30
4.1 Conclusiones.....	30
4.2 Recomendaciones	31
4.2.1 Recomendaciones Grupo Agrolibano.....	31
4.2.2 Recomendaciones para Institución educativa UNITEC.....	31
4.2.3 Recomendaciones a futuros pasantes	31
Bibliografía.....	33
Anexos.....	35

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama Oficina Central.....	9
Ilustración 2 Ejemplo de Actualización de Bitácora de Envíos.....	14
Ilustración 3 Plantilla SAP para el ingreso de gastos	16
Ilustración 4 Formato Importaciones.....	19
Ilustración 5 Publicidad #1 La Colonia	23
Ilustración 6 Publicidad #2 La Colonia	23
Ilustración 7 Cotización en Youtube Ads	27

Índice de Tablas

Tabla 1 Posible Inversión.....	29
---------------------------------------	-----------

RESUMEN EJECUTIVO

En el siguiente informe se presenta a detalle los puntos más importantes de la práctica profesional del estudiante Mario Arriaga en el área de compras de Grupo Agrolibano de San Lorenzo, Valle durante el mes de octubre a diciembre del presente año 2022.

La práctica profesional tiene objetivo el implementar de forma práctica los conocimientos teóricos adquiridos en las clases de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales durante los últimos años, como ser el manejo interno de las importaciones de la empresa, hasta la toma de decisiones estratégicas con el fin de coordinar la logística de recolección por las diferentes vías de los embarques.

El periodo en el cual el conocimiento adquirido fue puesto en práctica fue en un lapso de 10 semanas, en las cuales, se pudo proporcionar la asistencia necesaria al departamento de compras de Grupo Agrolibano. Dichas actividades serán descritas a detalle en el presente informe, como ser la participación del estudiante en las mismas, como ser la importancia de revisar la plataforma de solicitudes de pedidos de la empresa hasta el seguimiento de los embarques aéreos y marítimos.

INTRODUCCIÓN

En el presente informe se desglosará y describirá a detalle la experiencia relacionada con las actividades realizadas durante la práctica profesional como asistente en el área de cadena de abastecimiento de Grupo Agrolibano ubicados en San Lorenzo, Valle. Este documento también presenta información de la empresa como ser su estructura organizacional, historia, productos y servicios, misión y visión entre otros, que forman parte esencial para poner en práctica de forma correcta todos los conocimientos adquiridos a lo largo de los últimos años como estudiante de la carrera de pregrado de Mercadotecnia y Negocios Internacionales.

El presente informe esta compuesto por cuatro partes en las cuales se desglosan las generalidades de la empresa, las actividades que se realizaron para la empresa, la propuesta de mejora por parte del estudiante hacia la empresa según su experiencia, y las recomendaciones y conclusiones de esta.

Gracias a la experiencia obtenida durante estas 10 semanas, las actividades delegadas por el gerente de abastecimiento, se adquirió un nuevo punto de vista sobre el rol que cumplimos como profesionales en una empresa que tiene dentro de sus operaciones exportar productos. En las siguientes páginas del presente documento, se puede apreciar a detalle los puntos sobresalientes con relación a la parte final de la carrera profesional mencionada anteriormente.

Capítulo I. Generalidades

1.1. Objetivos de Práctica

1.1.1. Objetivo General

Desarrollar habilidades y actitudes durante la práctica profesional en Grupo Agrolibano para lograr un desempeño competente en la vida profesional de manera que pueda contribuir en el desarrollo de actividades de la empresa en los meses de octubre a diciembre del presente año.

1.1.2. Objetivos Específicos

- 1.1.2.1. Realizar actividades de logística que pongan en práctica y refuercen los conocimientos y habilidades adquiridas durante la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales.
- 1.1.2.2. Adquirir experiencia en el ámbito profesional durante la práctica y de esta forma apoyar a Grupo Agrolibano en el desarrollo de sus actividades de abastecimiento para las diferentes fincas que posee.
- 1.1.2.3. Demostrar pro actividad en el cumplimiento de cada actividad e identificar oportunidades de mejora que beneficien a la empresa como tal.

1.2. Acerca de la empresa

1.2.1. Reseña Histórica

Fundada en 1979 por Miguel Molina, Agropecuaria Montelibano fue el comienzo de esta historia de grandes desafíos donde la perseverancia, el trabajo duro y la dedicación han sobrellevado a la adversidad y han traído éxito, riqueza y orgullo a una de las regiones rurales más pobres de Honduras. (Grupo Agrolibano, s. f.)

Con entusiasmo más que cualquier otra cosa, Agropecuaria comenzó sembrando 15 hectáreas de melones que fueron vendidos a un intermediario que empacaba y embarcaba la fruta hacia el mercado de los Estados Unidos; fue hasta 1983 que la compañía hizo su primera exportación directa a los Estados Unidos bajo su marca Mike's Melons. Desde entonces, la innovación ha sido la norma para una continua expansión y diversificación de producto y de mercado. En 1990 la primera exportación hacia el mercado europeo se llevó a cabo. En 1991 Industria Camaronera del Sur fue fundada, en 1998 Ornamentales del Valle fue fundada, 1998 fue también el año del Huracán Mitch y fincas enteras, empacadoras y el cultivo de melones en progreso se perdieron. El Nuevo milenio comenzó con un fuerte énfasis en seguridad alimentaria. En 2003 Agropecuaria fue la primera compañía en Honduras en ser certificada Eurepgap. En 2003 la siembra de Bosques Cuyamapa comenzó. (Grupo Agrolibano, s. f.)

En Marzo del 2008 Agropecuaria Montelibano fue injustamente relacionada por la FDA con un brote de Salmonella; esto causó el cierre

del mercado de los Estados Unidos para sus melones cantaloupes y la destrucción de cerca de un millón de cajas de melones cantaloupes libres de cualquier contaminación , además de los millones de dólares de pérdida, la empresa tuvo que invertir grandes sumas de dinero para cumplir con estándares sin precedentes; después de 9 meses de sufrimiento, de incertidumbre y de trabajo duro el mercado fue re-abierto en Diciembre del 2008. Continuamos con nuestro proceso de recuperación cargando con estas pérdidas, peleando contra la recesión debido a la crisis económica mundial pero siempre, con el mismo entusiasmo del primer día. (Grupo Agrolibano, s. f.)

1.2.2. Misión

Cultivamos, empacamos y suministramos Mike´s Melons, melones de superior calidad y sabor para clientes y mercados con necesidades diferenciadas. Mantenemos un liderazgo global en prácticas de inocuidad y en el manejo integrado del cultivo que nos permite exceder las exigencias de todas las regulaciones en estos aspectos. Trabajamos con un profundo respeto a la naturaleza y a la gente, y con un efectivo control de costos que nos permite ser rentables y compartir nuestro éxito con los más necesitados.

1.2.3. Visión

Ser el proveedor de melones #1 en calidad, servicio y participación en clientes y mercados con necesidades diferenciadas, manteniendo el liderazgo global en el manejo integrado de cultivo, excelencia en empaque y prácticas de inocuidad. A la vez, crearemos un vínculo con los

consumidores que propicie que tanto ellos como nuestros distribuidores identifiquen y amen los Mikes's Melons.

1.2.4. Valores

1.2.4.1 Tener un Corazón de Melón: Es un compromiso, una disciplina. Significa trabajar con el **propósito** de "Ofrecer melones seguros, saludables y deliciosos a los consumidores que en retorno generan prosperidad y progreso"

1.2.4.2 Hacerlo con **excelencia** evaluando el desempeño para medir el progreso.

1.2.4.3 **Trabajar en equipo** con humildad, responsabilidad, liderazgo y respeto para cumplir los pedidos y requerimientos de nuestros clientes; ellos son nuestra razón de ser, por la tanto, debemos escucharlos con **empatía** para entender sus preocupaciones y problemas, pasando de la comprensión a la acción a través de una **mejora continua** donde la perseverancia, innovación y creatividad son claves.

1.2.4.4 Finalmente significa Hacerlo con **integridad**, en las relaciones con nuestros colaboradores y sus familias, nuestros socios de negocios, las comunidades donde operamos y la naturaleza.

1.2.5. Productos y Servicios

1.2.5.1. Agropecuaria Montelibano



Dedicada a la producción confiable y sostenible de melones;

Agropecuaria Montelibano es la empresa más antigua e importante del grupo. Cada año se cultivan más de 3.000 hectáreas (14,5 millones de metros lineales) para cosechar más de 4.100 contenedores (85.000 toneladas) de Mike's Melons, que se envían a los clientes más exigentes de Norteamérica, Europa, Asia y Oriente Medio. Luego de la cosecha del melón se cultivan alrededor de 700 hectáreas de maíz en el mismo terreno, aprovechando el abono remanente; entonces después de cosechar el maíz queda una gran cantidad de materia orgánica que posteriormente beneficia al cultivo del melón. La producción de melón requiere de la polinización de las abejas, se necesitan más de 3.000 colmenas, una vez realizado su trabajo principal, producen una deliciosa Miel. Además de los melones, Agropecuaria también cultiva 75 hectáreas de sandías para la producción de semillas, que se cultivan exclusivamente para una casa de semillas internacional. (Home, s. f.)

1.2.5.2. Icasur



Industria Camaronera del Sur fue fundada en 1991; se dedica a la cría camarones de la especie *Penaeus Vannamei* en estanques de agua salada.

(Grupo Agrolibano, s. f.-b)

Cuenta con una finca con 157 hectáreas de espejo de agua la cual se siembra dos veces por año para una siembra total de 314 hectáreas por año. (Grupo Agrolibano, s. f.-b)

De las 157 hectáreas, 26 hectáreas cuentan con sistemas de aireación para la producción intensiva, los resultados han sido satisfactorios y se planea convertir toda la finca a un esquema de producción intensiva. (Grupo Agrolibano, s. f.-b)

Anualmente se producen más de 1.3 millones de libras de camarón entero el cual es exportado hacia los mercados de Estados Unidos y Europa. (Grupo Agrolibano, s. f.-b)

Son los pioneros en Honduras en criar camarones sin usar antibióticos, con lo que consiguen producir un producto saludable para el consumidor y preservar el medio ambiente. (Grupo Agrolibano, s. f.-b)

1.2.5.3. Orvasa



Ornamentales del Valle fue fundada en 1998; está localizado San Marcos de Colon, Choluteca y se dedica a la

producción de hojas de helechos en invernaderos de malla sombra. Cuenta con 45 hectáreas en producción, y exporta algo más de 1 contendor por semana para un gran total de 55 contenedores por año. (Grupo Agrolibano, s. f.-c)

Su marca Green Mood Ferns es reconocida en el Mercado europeo ya que sus helechos se distinguen por su consistente calidad en color, textura, vida de anaquel y por tener pocas esporas. Han logrado esto a través de su amplia experiencia en agricultura y la incorporación de tecnología de avanzada, como lo es, la aplicación automática de fertilizantes. (Grupo Agrolíbano, s. f.-c)

Orvasa utiliza diversas prácticas agrícolas amigables con el ambiente, recicla el 60% del agua de irrigación, lo cual permite una reducción significativa en el consumo de combustibles y fertilizantes. Otro ejemplo es el uso de abono orgánico preparado con materiales como ser: vegetación diversa, bagazo de caña de azúcar, aserrín de madera, etc. (Grupo Agrolíbano, s. f.-c)

1.2.5.4. Bosques Cuyamapa



Acorde con nuestra filosofía de preservar el medio ambiente y nuestro espíritu emprendedor, comenzamos con esta plantación forestal en Junio del 2003; el proyecto está localizado en la ciudad de Catacamas, en el Departamento de Olancho, en el oriente de Honduras. (Grupo Agrolíbano, s. f.-d)

Con un total de 224 hectáreas sembradas con 250,000 árboles, de las cuales 197 hectáreas esta sembradas de Teca y la diferencia con

diversas especies como ser Melina, Caoba Africana, Cedro Espino, Eucalipto y Carreto. Nuestra misión es convertirnos en líderes en la producción y el procesamiento de árboles de madera preciosa bajo un sistema de manejo sostenible. El nuevo ecosistema que ha creado este proyecto también está ayudando a la conservación de especies animales que están en peligro de extinción en la zona. (Grupo Agrolíbano, s. f.-d)

1.2.5.5. Fundación Agrolíbano



Como empresa socialmente responsable, en Grupo Agrolíbano están comprometidos con el desarrollo sostenible del país y particularmente de la zona sur de Honduras. Bajo el lema “No existen empresas exitosas en comunidades fracasadas”, a través de Fundación Agrolíbano establecen una relación con la comunidad basada en el respeto y la participación activa, en la búsqueda de la restitución de derechos a fin de alcanzar niveles de vida dignos. (Fundación Agrolíbano, s. f.)

1.2.6. Organigrama de la Empresa

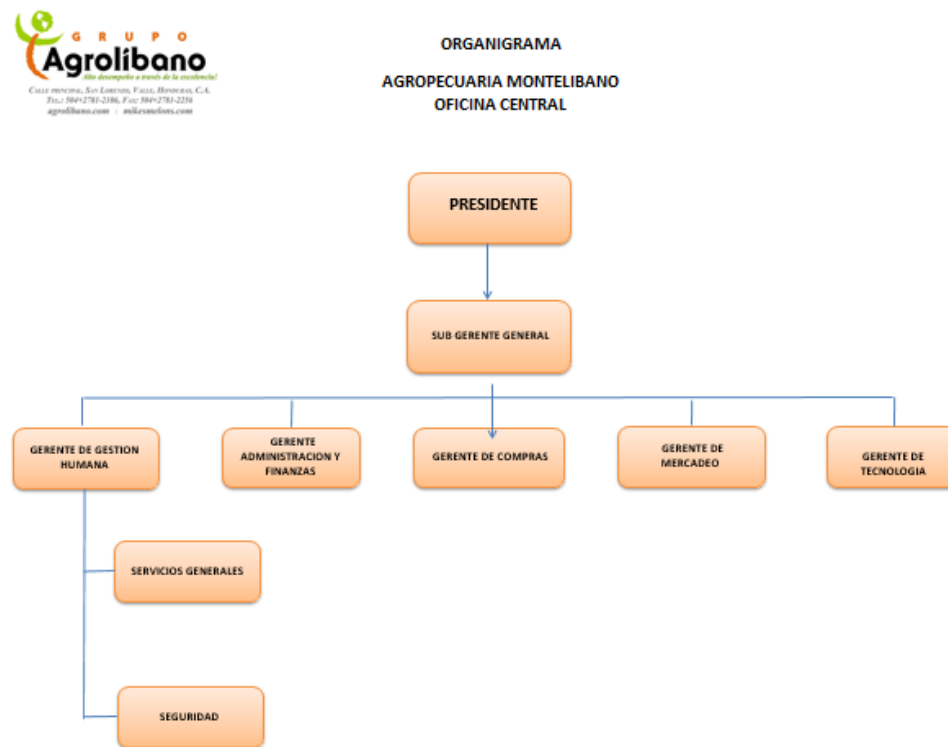


Ilustración 1 Organigrama Oficina Central

Fuente: Grupo Agrolibano

Capítulo II. Actividades Realizadas.

2.1 Revisar lo recibido en Finca en base al Packing list.

2.1.1. En que consiste la Actividad.

(Logisber, 2020) nos dice que un Packing list viene a ser como un inventario de la mercancía que tiene que salir en exportación. Por este motivo, es un documento que facilita las tareas de reconocimiento e inspección de las mercancías en la aduana. Una vez la mercancía arriba a finca si es necesario se hace trabajo de campo en recibir el contenedor y verificar que viene todo lo que aparece en la Packing List.

2.1.2. Comentario Personal

Cuando se requiere ir a verificar el contenedor con lo que se debe tener mucho cuidado en ir verificando el código de material (nombre del producto) e ir viendo para que destino final (diferentes fincas) es el producto, ya que en ocasiones suele ser un contenedor conglomerado donde vienen insumos para todas las fincas, por lo que se deben clasificar por destino y finalmente mandarlos donde corresponden.

2.2 Monitorear de Envíos

2.2.1 En que consiste la actividad

Consiste básicamente en ir revisando cada envío, se debe revisar cuando fue la fecha en que salió el envío, por donde viene y conocer su ETA (Estimated Time Of Arrival). Esto se monitorea gracias al número de guía que provee el vendedor o la empresa de transporte a Grupo Agrolibano.

2.2.2. Comentario Personal

El monitoreo se hace diariamente para conocer el status del envío, los encargados de suministrar todo lo necesario para empezar la temporada es el equipo de Cadena de Abastecimiento que trabajan en forma conjunta para conseguir todo lo que la empresa requiere.

2.3 Crear ODI

2.3.1. En que consiste la actividad

Una vez que se confirma la compra de insumos es necesario crear una ODI en SINAGRO, que es el Sistema Integrado de Negocios Agrolibano. Una ODI es una orden de importación que al momento de crearla se puede hacer solamente con la orden de compra, el tipo de transporte que vienen los insumos, esto puede ser aéreo, marítimo o terrestre, se debe conocer el lugar por donde entrará al país la mercancía y la empresa responsable de nacionalizar los productos. Una vez seleccionada estas opciones se crea la ODI la cual va a tener un número único que va servir para identificar que productos se compraron para poder darle seguimiento posteriormente.

2.3.2 Comentario Personal

Es un proceso sencillo pero al mismo tiempo algo tedioso, ya que al momento de crearla hay ordenes que contienen varios productos por lo que se debe seleccionar cada uno de ellos con el cuidado de no excluir ninguno, ya que se ser así la orden de compra de los productos excluidos

no se encontraría y posteriormente al momento de darle el seguimiento no se podrá efectuar.

2.4 Actualizar Datos en Sinagro

2.4.1 En que consiste la actividad

Una vez se recibe en el correo toda la documentación de cualquier envío es necesario actualizar todos estos datos en Sinagro. Se busca el No. ODI y se actualizan datos como el No. De Documento de Transporte, se ingresa el ETD (Estimated Delivery Date) y ETA (Estimated Dated of Arrival), si es un contenedor que se espera se debe poner el No. de contenedor o contenedores del envío que se va a recibir, se debe poner el nombre de la empresa que trae la carga. También si es necesario se puede actualizar los datos de manifiesto y datos DUCA del envío. De igual manera si es necesario de poner observaciones o instrucciones especiales se pueden colocar.

2.4.2 Comentario Personal

Todos estos datos se actualizan en el momento que se recibe el Bill Of Landing. Según lo que nos dice (Volca, 2022) es la evidencia documental que sirve como contrato de transporte entre quien embarca las mercancías (ya sea el fabricante, la comercializadora, la agencia logística) y la naviera. Lo emite esta última, su agente o el capitán del buque, con información detallada de lo que se está transportando y tres B/L originales (más las copias que hagan falta).

2.5 Adjuntar Documentos a las ODI.

2.5.1. En que consiste la actividad

Cuando se recibe en el correo cualquier tipo de documentación relacionado al número de ODI es necesario ingresar estos documentos al sistema. Pueden ser facturas, packing lists, Bill of landing entre otros.

2.5.1. Comentario personal

Se debe tener mucho cuidado al momento de ingresar los documentos ya que a veces el sistema falla y nos abre otro No. ODI, por lo que hay que cerciorarse que es el No. ODI correcto para no crear discrepancias o malos seguimientos por confusión de documentos entre las diferentes ODI.

2.6 Actualizar Bitácoras de Envíos

2.6.1. En que consiste la actividad

Cuando se pasa dando seguimiento a los envíos es necesario que cualquier información importante se coloque en la bitácora para informar inmediatamente a todas las partes interesadas involucradas en los diferentes envíos. Esta actividad se realiza siempre en SINAGRO y se va actualizando la bitácora en base al No. ODI que se recibió dicha información en el correo.

2.6.2 Comentario Personal

Esta actividad personalmente considero que es sumamente importante para el equipo ya que mantiene informado a todos los involucrados sin necesidad de estar preguntando, si se necesita saber

alguna información referente al envío solo se busca en el sistema por el No. de Guía y se brindará la información más importante en la bitácora hasta la fecha.

SINAGRO Sistema Integrado de Negocios Agrolíbano

Bitácora de Eventos ODI # 8016

Ingrese Nueva Bitácora

Imagen del Evento Ninguno archivo selec.

#	Descripcion Evento	Usuario Creo	Fecha
Eliminar	UN CONTENEDOR SE LE PRESTÓ A AGRICENTER.	rnavas	08/11/2022 09:01:29 a. m.
Eliminar	SE RECIBIERON DE OPC LAS FACTURAS #000-002-01-01382247, #000-002-01-01384121, #000-002-01-01384125 POR UN VALOR TOTAL DE \$2,603.7	rnavas	08/11/2022 08:52:48 a. m.
Eliminar	SE RECIBIO DE CCB POR TRAMITE ADUANAL LA FACTURA #6189 Y LA NOTA DE DEBITO 17777 POR UN VALOR TOTAL DE L. 67,507.66	rnavas	08/11/2022 08:36:44 a. m.
Eliminar	GASTOS DE OPC POR UN VALOR TOTAL DE \$158.90.	rnavas	01/11/2022 05:59:03 p. m.
Eliminar	SEIS CONTENEDORES SALDRAN MAÑANA, LOS CUATRO CONTENEDORES RESTANTES PASADO MAÑANA. PENDIENTE DE GATEPASS.	rnavas	01/11/2022 04:12:51 p. m.
Eliminar	YA REVISARON 5, 5 SIGUEN EN REVISIÓN.	rnavas	31/10/2022 04:14:26 p. m.
	CANAL ROJO, A REVISION EL LUNES LOS 10 CONTENEDORES... OPC TIENE QUE COLOCARLOS ANTE DE MEDIO DIA PARA REVISAR EL LUNES Y NO PASAR AL EL MARTES...		

Ilustración 2 Ejemplo de Actualización de Bitácora de Envíos

Fuente: Elaboración Propia

2.7 Actualizar Gastos a SAP

2.7.1. En que consiste la Actividad

Después de que cada envío arriba a finca es necesario meter todos los gastos involucrados antes de poder ingresar el envío a finca, para esta actividad la empresa utiliza un programa llamado SAP. “Es uno de los principales productores mundiales de software para gestión de procesos de negocio, y desarrolla soluciones que facilitan el procesamiento eficaz de datos y el flujo de información entre las organizaciones.” (SAP, s.f.)

2.7.2 Comentario Personal

Al inicio se me hizo complicado entender cómo funcionaba este porque es un programa bastante complejo. La empresa en el lleva un registro de inventarios de bastante años donde se puede ver por ejemplo cuando se compró de cada insumo y el precio del mismo. Se pueden ver por órdenes de compra y código de material de cada producto.

2.8 Modificar Pedidos en SAP

2.8.1 En que consiste la actividad

Hay envíos que están registrados en el programa pero no vienen completos. La actividad consiste en revisar en base a la orden de compra que productos son los vienen y la cantidad de los mismos. Cuando por ejemplo se pidieron 200 productos, pero en el envío solo vienen 50, quiere decir que están pendiente 150 por lo que es necesario modificar este pedido e ingresar otra nueva posición con los productos pendientes, de manera que así los gastos que se van ingresar al programa posteriormente solo sean para los productos que están por arribar. Así se lleva un mejor control de los gastos en la contabilidad de la empresa.

2.8.2 Comentario Personal

Crear una nueva línea de posición para el mismo producto se me hizo complicado por lo complejo que es el programa y que había términos que no sabía para que eran, ya que los gastos a ingresar son la mayoría de ellos gastos en fletes y gastos aduaneros. Se deben conocer las diferentes agencias con las que trabaja la empresa para poder registrar

estos gastos a la empresa correcta, cada empresa tiene su número de referencia y en base a este número es que estos gastos a pagar son dirigidos. De igual manera hay que tener mucho cuidado con lo que se va haciendo e ir guardando ya que un error puede repercutir negativamente en la empresa.

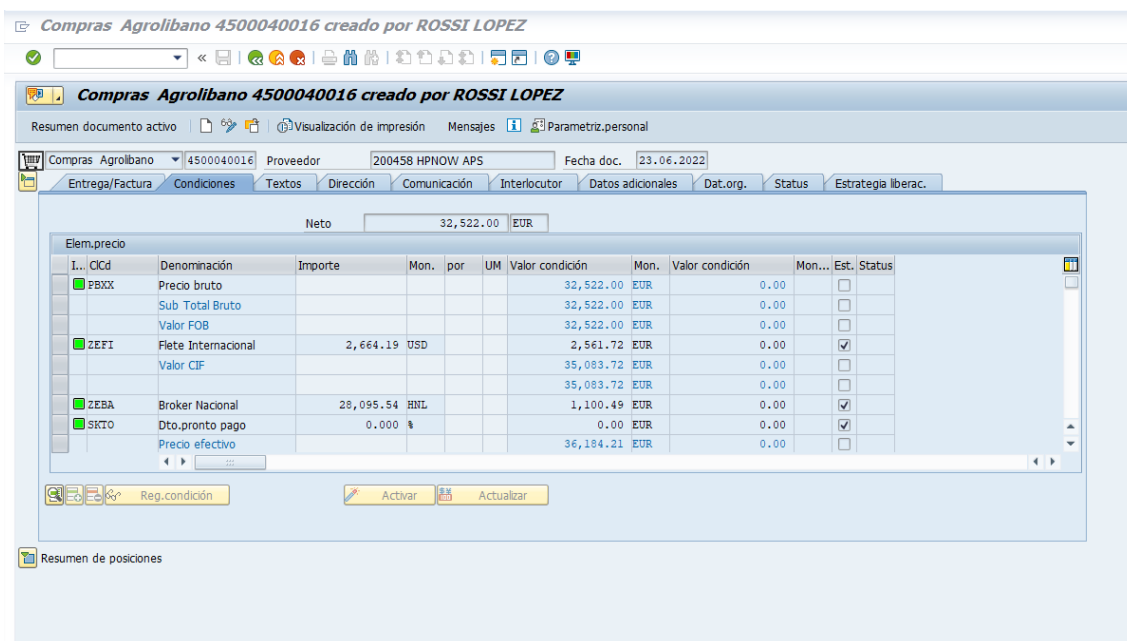


Ilustración 3 Plantilla SAP para el ingreso de gastos

Fuente: Elaboración Propia

2.9. Llenar formularios de anticipo de pago.

2.9.1 En que consiste la actividad

Una vez se conoce que materiales se van a importar es necesarios hacerles a los proveedores un anticipo de pago, dependiendo del origen del producto este anticipo puede ser en euros o dolares, si es un proveedor nacional este se hace en lempiras. Para ello se requiere poner el nombre del proveedor, una descripción del producto, y el monto a pagar. De ser necesario tambien se pone el número de orden y el número de contenedor por el cual vienen los materiales.

2.9.2 Comentario principal

Esta actividad me deja como aprendizaje la importancia en la cadena de mando, ya que un anticipo podía estar firmada por el solicitante en el departamento pero esta no podía ser transferida al departamento de contabilidad, ya que son ellos los encargados de generar los pagos, sin la firma del gerente de abastecimiento que siempre esta al tanto de todo anticipo y busca la manera de disminuir todo costo posible para la empresa.

2.10 Pedir facturar a CCB

2.10.1 En que consiste la actividad

Basicamente la actividad consiste en llamar al agente aduanero por facturas pendientes por procesos aduaneros que no han sido recibidos en el departamento.

2.10.2 Comentario Personal

Esta actividad por sencilla que parezca se tiene que tener a mano cualquier información necesaria. Al momento de llamar al agente aduanero por la factura pendiente se debe compartir la guía de embarque o el BL (Bill of landing) para hacer el proceso inmediatamente. Una vez se comparte esta actividad el agente aduanero, la empresa utiliza principalmente a Caribbean Customs & Logistics, comparte via correo la factura y estos gastos se ingresan al sistema. Una vez ya estan todos los gastos ingresados en el sistema el contenedor ya puede ser ingresado a finca para posteriormente realizar su descarga

Capítulo III. Actividades de Mejora

3.1 Actividades de Mejora

Según lo que nos dice (Chain, 2022) la organización empresarial es un factor muy importante que asegura el buen funcionamiento de la organización, ya que ayuda a alcanzar los objetivos fijados en la empresa, mejora el uso de los medios de los que se dispone y la comunicación entre los distintos empleados, aumenta la eficiencia y la productividad.

Como actividad de mejora para el departamento de Cadena de Abastecimiento de la empresa Grupo Agrolibano, se diseñó un formato en Microsoft Excel para que en este puedan llevar un mejor control de inventarios y que de esta forma no exista confusión entre los colaboradores del departamento, todo esto se hace a través de una buena organización empresarial.

Este formato consta de toda información significativa como ser: Proforma, proveedor, producto, una breve descripción, número de lote, cantidad, donde será recibido por aduana, origen del producto, procedencia, fecha de salida del producto, fecha de llegada, permisos de importación de ser requerido, número de documento, el tipo de incoterm que se utilizó y finalmente el número de ODI que fue asignado en el sistema de negocios de la empresa.

Actualmente sucede que se reciben muchos correos de proveedores a diario y siempre hay una información que se pierde por la cantidad de correos que se reciben. Todo documento que se recibe se mete al número de ODI en SINAGRO (Sistemas de Negocios Integrados Agrolibano) pero al momento de consultarla hay que saber exactamente este número asignado, por lo que por

medio de este formato al momento de necesitar cualquier información recurrente a cualquier importación se puede buscar en el formato sin necesidad de saber

IMPORTACIONES AGROLIBANO														
Proforma	Proveedo	Producto	Descripcio	# Lote	Cantidad	Enviado a	Origen	Proceden	ETD	ETA	Permiso	Docus	Incoterm	ODI

Ilustración 4 Formato Importaciones

cuál es el número de ODI asignado. Es importante siempre para poder mostrar la información de la manera más rápida y sencilla que los receptores de la información estén bien entendidos de lo que se les está mostrando.

Fuente: Elaboración Propia

3.2 Situación actual de la empresa

Agrolibano se enorgullece en expresar que sus melones producidos y empacados en sus instalaciones tienen presencia en casi todos los supermercados de alta categoría ubicados en todos los países a los cuales se exporta. Su estrategia de venta está orientada a suplir sus melones a los más prestigiosos y estrictos supermercados en Estados Unidos, Europa, Asia y Reino Unido a través de category managers y compañías procesadoras quienes importan el producto de la compañía.

Agrolibano cuenta con todo el equipo y recurso humano que se necesita para asegurar el mejor nivel de satisfacción de todos sus clientes. Ellos tienen la infraestructura y el personal perfectamente entrenado para producir melones con diferentes tipos de tamaños y empacados en aproximadamente 19 tipos de

empaque diseñados para satisfacer las necesidades de sus clientes. Adicionalmente como compañía, su cultura empresarial y el trabajo de todos sus colaboradores está orientado a reducir las quejas de sus category managers y compañías procesadoras con el objetivo de incentivar a los consumidores a repetir las compras de sus melones en los supermercados. Tal como se dice en su misión, ellos trabajan para suplir a sus clientes productos de calidad y sabor superior entregados en tiempo solicitado y bajo especificaciones de calidad y tamaños requeridas.

3.2.1 Estrategias Implementadas

3.2.1.1 Escuela de Melón: Esta estrategia fue implementada a finales del 2007 con el propósito de informar y entrenar perfectamente a sus colaboradores quienes son los que trabajan en los campos y empacadoras, para poder evitar errores humanos en todas las aéreas relacionadas a la selección y empaque de melones. La escuela de melón se lleva a cabo antes de comenzar la cosecha y el empaque de los melones incluyen actividades como:

- a. Entrenamiento sobre detalles específicos.
- b. Revisión de quejas de clientes y plan de acción.
- c. Revisión de los reportes de calidad del producto a su arribo y plan de acción en las aéreas de mejora.

3.2.1.2 Records de quejas recibidas: Todos los viernes se revisan las quejas con los equipos de Empaque, Calidad, Producción y Comercial.

3.2.1.3 Representación Comercial: En cada uno de los destinos de exportación se cuenta con un representante, quienes son los que se encargan de dar respuesta a todas las quejas recibidas por parte de sus category managers y compañías procesadoras.

Agropecuaria Montelibano al ser una empresa familiar genera un fuerte compromiso para servir a sus clientes de generación en generación a través de su filosofía, misión, visión, y valores.

3.3 Propuesta de Mejora

La propuesta de mejora para el área de mercadeo de la empresa Grupo Agrolibano es la distribución local para aquellos melones que no se llegaron a exportar. Phillip Kotler, reconocido como el padre de la Mercadotecnia Moderna, define un canal de distribución como “Un conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de hacer que un producto o servicio esté a disposición del consumidor o usuario de negocios” (Kotler, Dirección de Marketing, 2006)

Si bien es cierto Mike's Melons es reconocido mundialmente, sin embargo, en el mercado local no tiene mucha presencia ya que sus productos son exclusivamente para exportación. La idea que tengo es que aquellos productos que no se lograron exportar por motivos que no cumpla con las

especificaciones y requisitos que los clientes pidan se puedan distribuir localmente y se puedan adquirir en los diferentes supermercados del país. También hacer campañas mediante su fundación de manera que sus productos puedan ser reconocidos y estar en el top of mind de las personas hondureñas. Una de las cosas que hay que tener en cuenta al momento de realizar una campaña de marketing es como llegar al público objetivo, por medio de un buen canal de distribución a las empresas les resulta un poco más fácil llegar. De igual manera, además de ser importante debido a la facilitación de las empresas de hacer llegar el producto al consumidor final, hay que tener en cuenta que la decisión de una empresa de desarrollar o adquirir nuevos productos dependerá de su adecuación a las capacidades de los miembros del canal.

La distribución de Mike's Melons para el mercado local sería por medio de un canal de marketing indirecto. Según lo que nos dice Kotler (2016) "un el canal de marketing indirecto es el canal que incluye uno o más niveles de intermediarios." Este tipo de canal de distribución también se refiere a las empresas que distribuyen los productos de otras empresas por ellas y reciben comisiones por las ventas realizadas. Este tipo de canal de distribución también se refiere a las empresas que distribuyen los productos de otras empresas por ellas y reciben comisiones por las ventas realizadas.

Grupo Agrolibano puede hacer alianzas con Supermercados La Colonia para poder distribuir en las diferentes sucursales en Francisco Morazan Mike's Melons para todas las familias hondureñas. A continuación se presentan unos ejemplos de publicidad que se podrían utilizar para darle promoción al producto.



Ilustración 5 Publicidad #1 La Colonia

Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 6 Publicidad #2 La Colonia

Fuente: Elaboración Propia

Otra forma de lograr posicionar a Mike´s Melons en la mente del consumidor hondureño puede ser por medio de una campaña con la fundación con la que cuenta. Como empresa socialmente responsable, Agrolibano busca el desarrollo sostenible del país mediante el respeto y la participación activa, la búsqueda de la restitución de derechos a fin de alcanzar niveles de vida dignos por medio de contribuir al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible en tres de sus pilares, el de Fin de la pobreza, Cero hambre y Calidad de educación.

3.4 Impacto de la propuesta de mejora

3.4.1 Beneficios

Por medio de la propuesta planteada Grupo Agrolibano puede alcanzar a tener al consumidor hondureño como un segmento de mercado al cual llegar. Kotler (2013) en su libro Fundamentos de Marketing nos dice que una segmentación de mercado es “el proceso de dividir un mercado en distintos grupos de compradores con diferentes necesidades, características y comportamientos, y quienes podrían requerir productos o programas de marketing separados”.

El Beneficio que podría obtener la empresa en el mercado hondureño sería lograr una identidad de marca para Mike´s melons en el mercado nacional. “La identidad de marca puede definirse como un conjunto único de asociaciones que el estratega de marketing aspira crear o mantener en su mercado.” (Kotler, 2012)

Dentro de los posibles beneficios se encuentran:

3.4.1.1 Reconocimiento de su Diseño Corporativo: Muestra la identidad visual de la empresa. En ella se incluyen todo los activos visuales y también verbales de la empresa, como el nombre, eslogan, el logotipo y los colores de la marca que ayudan a la diferenciación.

3.4.1.2 Reputación Positiva: Implica que los clientes actuales y potenciales ven a la marca como algo en lo que confiar, incrementando la lealtad y la atracción.

3.4.1.3 Reconocimiento de Marca: Ayuda a convertirse en prioridad para los potenciales clientes cuando comienzan a considerar decisiones de compra, que los principales clientes vean a Mike's Melon una marca superior a los de los competidores.

3.4.2 Inversión

Se pueden mandar hacer unos banner para hacer publicidad en los supermercados. Se cotizó con Just Print, una empresa en el norte del país, la cotización por un banner con medidas de 85 x 200 cm tiene un precio de L.961, por lo que si la empresa decide invertir en 15 de ellos para distribuirlos en los diferentes supermercados La Colonia de Tegucigalpa el costo total sería de **L. 14,415**. De igual manera se pueden hacer volantes para ser entregados a posibles clientes que se encuentren en las cercanías de los supermercados para así poder darle promoción al producto y, la cotización dada por Just Print fue de L.3, por lo que si se invierte en 20,000 de ellos para luego distribuirlos considerando que la temporada de melones en Grupo Agrolibano inicia a finales de diciembre y termina en el mes de mayo, la inversión total sumando el costo del envío de L.150 aproximadamente, la inversión sería **L.60,150**.

Para el área digital se pueden pautar videos promocionales en Youtube, donde el área de mercadeo serían los encargados de promoner y hacer videos creativos y que capten la atención de las personas. En Youtube por una inversión de 10\$ diarios, se estima un mínimo de 3.8 mil a 9.3 mil visualizaciones por semana como se puede observar en la ilustración 7. Por lo que si se decide pautar por 90 días tendría un costo de \$900 que al cambio a la fecha de 22 nov de 2022 el total en lempiras es de **L. 22,257**.

¡Ya falta poco! Fija un presupuesto que se adapte a tus necesidades

Cuánto quieres gastar

Moneda: USD ▾

Introduce un presupuesto diario

US\$ ✕

¿Durante cuánto tiempo se publicarán tus anuncios?

- Publicar de forma continua
- Selecciona una fecha de finalización

¿Cómo funciona?

Impresiones estimadas	Visualizaciones estimadas
De 140 mil a 360 mil por semana	De 3,8 mil a 9,3 mil por semana

Ilustración 7 Cotización en Youtube Ads

Fuente: Google Ads

El area de mercadeo debe asignar a alguien dentro de su departamento para darle seguimiento a lo que se pauten en Youtube y poder medir el rendimiento del mismo. Existen diferentes formas en las cuales se puede medir el rendimiento de los anuncios promocionales en Google Ads, dentro de los principales métricas se encuentran:

3.4.2.1 Vistas: Indica la cantidad de veces que los usuarios miraron el anuncio de video o interactuaron con el.

3.4.2.2 Tasa de vistas: Indica la cantidad de vistas o participaciones que recibe el anuncio de video dividida por la cantidad de veces que el anuncio se muestra (impresiones de video).

3.4.2.3 Clics: Indica cuántas veces los usuarios hicieron clic en el video. Los clics permiten ver si el anuncio es atractivo para quienes lo ven.

3.4.2.4 Tasa de clics (CTR): Es la cantidad de clics que recibe el anuncio dividida por la cantidad de veces que este se muestra. Está métrica se expresa como un porcentaje.

Posible Inversión Propuesta de Mejora

Item	Costo Unitario	Total
Banners Publicitarios (15) + L.150 envío	L. 961.	L. 14,415
Volantes (20,000)	L.3	L. 60,000
Youtube Ads (90 días)	\$10 (\$900 x 24.73)	L. 22,257
Total		L.96,672

Tabla 1 Posible Inversión

Fuente : Elaboración Propia

Capítulo IV. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

4.1.1 Se puede concluir que las actividades asignadas por el jefe fueron completadas de una manera satisfactoria obteniendo como beneficio experiencia con relación a las actividades generales que se puede desempeñar como un licenciado en Mercatecnia y Negocios Internacionales en el mundo laboral.

4.1.2 A lo largo de las 10 semanas de práctica profesional, se pudo obtener un mayor conocimiento en como es el proceso de importación de insumos y todo los procedimientos que este conlleva y tener una visión más amplia de como las empresas se abastecen para poder cumplir con los objetivos establecidos por la organización.

4.1.3 Se Desarrollaron habilidades y actitudes durante la práctica profesional en Grupo Agrolibano que lograron un desempeño competente en mi vida profesional de manera que pudieron contribuir en el desarrollo de las actividades de la empresa en los meses de octubre a diciembre del presente año.

4.1.4 Se adquirió experiencia en el ámbito profesional durante la práctica y de esta forma se apoyó a Grupo Agrolibano en el desarrollo de sus actividades de abastecimiento para las diferentes fincas que posee.

4.1.5 Al formar parte de la estructura organizacional de la empresa, se pudo adquirir una idea más amplia de la magnitud de esta, así como su capacidad de manejo y toma de decisiones.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones Grupo Agrolibano

Apoyar a cada departamento con todo lo necesario para el buen desempeño de sus actividades laborales en el día a día, especialmente en el area de compras que son los necesarios de abastecer a todas las fincas con los insumos para la producción, deben tener siempre presupuesto para poder hacer todos los pagos a tiempo de manera que no tengan demoras y llevar un buen control de los gastos dentro del departamento.

4.2.2 Recomendaciones para Institución educativa UNITEC

Realizar una serie de recomendaciones al estudiante antes de comenzar su práctica profesional, brindarle la confianza de apoyarle en todo lo que necesite y estar pendiente de su desempeño durante todo el tiempo que se realice su preparación para el mundo laboral. Incentivarle a que de lo mejor de sí para dejar una buena impresión de la persona y de la universidad.

4.2.3 Recomendaciones a futuros pasantes

Llevar un cuaderno y anotar toda explicación realizada por el jefe inmediato, ya que al momento de realizar cualquier actividad delegada será de mucha ayuda. No tener miedo de preguntar si no se entendió algo a la primera, es mejor preguntar para salir de la duda y cometer errores.

Todos los días se aprende algo nuevo, llegar con la mejor actitud y ganas de aprender, despertar el interés y curiosidad de cómo funciona cada

cosa y el impacto que este genera, se debe escuchar atentamente y observar minuciosamente la actividades diarias y el comportamiento de los colaboradores, ser proactivos y tener iniciativa todos los días, al final la iniciativa es muy bien valorada en toda empresa.

Bibliografía

Agropecuaria Montelibano. (s. f.). Recuperado 28 de octubre de 2022, de

<http://www.agrolibano.com/>

Chain, R. E. S. (2022, 21 enero). ¿Qué es la organización empresarial y cómo aplicarla a mi empresa? Retos en Supply Chain | Blog sobre Supply

Chain de EAE Business School. <https://retos-operaciones->

[logistica.eae.es/que-es-la-organizacion-empresarial-y-como-aplicarla-a-mi-empresa/](https://retos-operaciones-logistica.eae.es/que-es-la-organizacion-empresarial-y-como-aplicarla-a-mi-empresa/)

Grupo Agrolíbano. (s. f.). Recuperado 28 de octubre de 2022, de

<http://www.agrolibano.com/esp/mobile/acerca-nosotros.html>

Grupo Agrolíbano. (s. f.-b). Recuperado 28 de octubre de 2022, de

<http://www.agrolibano.com/esp/mobile/icasur.html>

Grupo Agrolíbano. (s. f.-c). Recuperado 28 de octubre de 2022, de

<http://www.agrolibano.com/esp/mobile/orvasa.html>

Grupo Agrolíbano. (s. f.-d). Recuperado 28 de octubre de 2022, de

http://www.agrolibano.com/esp/mobile/bosques_cuyamapa.html

Fundación Agrolíbano |. (s. f.). Recuperado 28 de octubre de 2022, de

<https://www.fundacionagrolibano2.org/>

Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane (2016). Marketing. Pearson Educación.

Packing list ¿Te explicamos qué es y para qué sirve? (2020, 16 abril). Logisber.

<https://logisber.com/blog/packing-list>

Philip Kotler y Kevin Keller . (2012). Dirección de Marketing. México: Pearson.

¿Qué es el Bill of Lading? Todo lo que necesitas saber. (2022, 6 julio). Volca.

<https://volca.com/que-es-el-bill-of-lading-en-la-logstica/>

¿Qué es ? | Historia y Sistemas Empresariales que definen a. (s. f.). SAP.

<https://www.sap.com/latinamerica/about/company/what-is-sap.html>

Anexos

Anexo 1. Marcas de la empresa

AGROPECUARIA MONTELIBANO

INDUSTRIA CAMARONERA DEL SUR

ORNAMENTALES DEL VALLE

Bosques Cuyamapa

FUNDACION AGROLIBANO

Melones con Propósito

Information Portal

Mike's Melons®

f **t** **YouTube**

El propósito es proveer melones seguros, saludables y deliciosos a consumidores alrededor del mundo. Lo hacemos con un profundo respeto a la naturaleza y a la gente. A la vez que generamos progreso y prosperamos, compartimos el éxito con los más necesitados transfiriendo 5% de las ganancias a Fundación Agrolibano (www.fundagrolibano.org), una organización sin fines de lucro, dedicada al desarrollo de proyectos que revolucionan sistemas, cambian culturas y brindan garantías de sostenibilidad en: salud, desarrollo comunitario y educación.

[Signature]
President & CEO

AGROPECUARIA MONTELIBANO **Mike's Melons** **Melones con Propósito**

INDUSTRIA CAMARONERA DEL SUR

ORNAMENTALES DEL VALLE

BOSQUES CUYAMAPA

FUNDACION AGROLIBANO

Anexo 2. Productos certificados seguros y saludables.



Anexo 3. Productos certificados saludables y seguros

USGAP

Anexo 4. Productos certificados saludables y seguros

USGMP

Anexo 5. Productos certificados saludables y seguros



Anexo 6. Código de Comercio Ético



Anexo 7. Field to work “Del campo Al Tenedor”



Anexo 8. FDA- Food and Drug Administration



Anexo 9. Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria

