

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL  
EMBOTELLADORA DE SULA, S.A.

SUSTENTADO POR:

JOSÉ ROBERTO ARRIAGA ALTAMIRANO  
# 21841002

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE  
NEGOCIOS

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

FECHA: JULIO, 2021

## Índice de Contenido

Índice de Contenido .....	I
Índice de Ilustraciones.....	III
Dedicatoria .....	IV
Agradecimiento .....	V
Resumen Ejecutivo.....	VI
Introducción .....	VII
1. Capítulo I.....	1
1.1. Objetivos de la Práctica Profesional.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos .....	1
1.2. Datos Generales de la Empresa.....	1
1.2.1. Reseña Histórica .....	1
1.2.2. Misión.....	2
1.2.3. Visión .....	2
1.2.4. Valores.....	3
1.2.5. Organigrama área de Capacitación y Desarrollo Embotelladora de Sula, S.A. ....	4
Ilustración 1. Organigrama Área de Capacitación y Desarrollo Embotelladora de Sula, S.A. (Embotelladora de Sula, 2021).....	4
2. Capítulo II .....	5
2.1. Actividades realizadas en la empresa.....	5
2.1.1. Elaborar un Manual de Inducción para la Fuerza de Ventas.....	5
Ilustración II. Brochure de bienvenida a inducción lado A.....	6
Ilustración II. Brochure de bienvenida a inducción lado B.....	7
2.1.2. Relocalización de puntos de venta para su correcta ubicación. ....	8
2.1.3. Creación de base de datos para la obtención de eficiencia en los camiones de entrega. ....	8
Ilustración III. Optimización de distribución de carga por ruta. (Embotelladora de Sula, 2021) ..	9
2.1.4. Revisión de precios en ordenes de compra del canal moderno.....	9
2.1.5. Evaluación y organización de promociones vigentes. ....	10
Ilustración IV. Ejemplo de organización de boletos no entregados.. (Embotelladora de Sula, 2021).....	10

Ilustración V. Ejemplo de boleto de promoción vigente. (Embotelladora de Sula, 2021).....	11
2.1.6. Evaluación y aprobación de solicitudes de equipo frio.....	11
Ilustración VI. Solicitud de Instalación de Equipo Frio Nuevo (Actual).....	12
2.1.7. Revisión y seguimiento de recuperación de cheques devueltos.....	13
2.1.8. Revisión de consignaciones a clientes. Cuentas por cobrar.....	13
2.1.9. Análisis de la cuenta por cobrar en balance general .....	14
Capitulo III .....	15
3.1. Propuestas de mejora.....	15
3.1.1. Propuesta 1: Manual de Inducción para la Fuerza de Ventas de la empresa Embotelladora de Sula S.A.....	15
3.1.1.1. Antecedentes .....	15
3.1.1.2. Descripción de la propuesta .....	15
3.1.1.3. Impacto de la propuesta.....	16
3.1.2. Propuesta 2: Implementación de una nueva base de datos para la mejor organización de solicitudes de equipo frio .....	17
3.1.2.1. Antecedentes .....	17
3.1.2.2. Descripción de la propuesta .....	17
Capitulo IV .....	19
4.1. Conclusiones .....	19
4.2. Recomendaciones.....	19
4.2.1. Recomendaciones para la empresa.....	19
4.2.2. Recomendaciones para la institución .....	19
4.2.3. Recomendaciones para el estudiante.....	20
Referencias .....	21
Glosario .....	23

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Organigrama Área de Capacitación y Desarrollo Embotelladora de Sula, S.A. (Embotelladora de Sula, 2021).....	4
Ilustración II. Brochure de bienvenida a inducción lado A.....	6
Ilustración II. Brochure de bienvenida a inducción lado B.....	7
Ilustración III. Optimización de distribución de carga por ruta. (Embotelladora de Sula, 2021) .....	9
Ilustración IV. Ejemplo de organización de boletos no entregados.. (Embotelladora de Sula, 2021) .....	10
Ilustración V. Ejemplo de boleto de promoción vigente. (Embotelladora de Sula, 2021).....	11
Ilustración VI. Solicitud de Instalación de Equipo Frio Nuevo (Actual).....	12

## Dedicatoria

Primeramente, quiero dedicarle este informe a Dios, por ayudarme en los momentos difíciles, ser mi guía, Bendecirme cada día y darme la sabiduría y fortaleza durante cualquier obstáculo de mi vida.

A mis padres, Hernán Arriaga y Lixajaya Altamirano, por ser el pilar de mi vida, por brindarme ese amor sincero e incondicional. Quienes, con mucho esfuerzo, arduo trabajo, paciencia y muchísimo amor me han ayudado a cumplir un sueño más. Les agradezco por siempre enseñarme con el ejemplo, por inculcarme valores y estar conmigo en las buenas y en las malas, que todo eso ha concluido a formarme en la persona que soy ahora. Cada día le agradezco a Dios por haberme dado los mejores padres que cualquiera pudiera pedir. Los amo con todo mi corazón.

A mis hermanos, Hernán Alfonso y Andrés Emilio, por ser mi apoyo, mi ayuda y mis mejores amigos. Por ser mis mayores fanáticos en todo lo que propuse y propongo, y quisiera agradecerles por todo lo bueno que han influenciado en mí y motivarme a ser mejor. A mis abuelos, que con sus consejos y su amor me han motivado a seguir adelante y tomar las decisiones correctas hacia un buen camino.

Y, por último, pero no menos importante, mi novia y mejor amiga, Ana Villeda. Por ser mi apoyo, mi ayuda, mi alegría y mi motivación. Por siempre motivarme a dar lo mejor de mí, a nunca rendirme, y por ser un ejemplo de, “Si se quiere se puede”. Gracias Ana por nunca dejar de creer en mí, si lo logré.

## Agradecimiento

El apoyo de muchos ha sido la base para yo llegar a este punto de mi vida, y creo que es importante mencionarlos ya que sin ellos no estaría aquí.

A mis amigos cercanos, quiero agradecerles por siempre estar ahí para mí, por nunca negarme un consejo, darme las ganas de superarme cada día de mi vida, una alegría constante con cada que vez que compartí con cada uno de ustedes.

A mis mejores amigos, Diego Avendaño, Juan Lardizábal, Karen Mata, Nelly Andrews y Jamila Zablah. Por ser más que solo mis amigos, llegaron a ser una parte fundamental de mi vida, mi familia. Sus consejos iban más allá de solo verme bien, sus consejos siempre fueron para que yo fuese mejor, para superar las expectativas de cualquiera, a motivarme a siempre cumplir mis sueños y metas en la vida. Quiero agradecerles que dentro de la distancia y el pasar de los años, nunca se perdió la amistad, nunca se perdió el apoyo, ni el amor de hermanos que tengo con cada uno de ustedes. Gracias, gracias por ser la familia que uno si puede escoger, pero, sobre todo, gracias por escogerme a mí para ser parte de esa familia.

A mis amigos y colegas de carrera, Diego Barnica, Andrés Borjas y Alessio López, por ser mi ayuda y guía en todo mi proceso universitario. Que, si me tocara volver a entrar a la universidad, los volvería a escoger como mis amigos. Gracias por esas risas y alegrías dentro y fuera del salón de clase, e incluso, cuando todo se convirtió en virtual, siempre se sintió como si los tuviera justo en frente mío.

A la empresa Embotelladora de Sula por darme la oportunidad de ser un apoyo dentro de la compañía y ellos ser una base de enseñanza que dejará marcado dentro mi vida laboral. Estaré siempre agradecido con ambos jefes, Lic. Jose Castellanos y el Ing. Jorge Soto. También a todo el personal laboral ya que sus consejos serán de mucha ayuda en el futuro.

A la Ing. Renata Bulnes ya que su apoyo y sus consejos dentro de todo el trayecto de mi carrera han sido de mucha ayuda para mi crecimiento como estudiante y como ciudadano de este país, a hacer lo correcto, implementar valores y enseñar con el ejemplo.

## Resumen Ejecutivo

El informe surge a partir del trabajo realizado dentro de la empresa Embotelladora de Sula S.A., el objetivo primordial de este informe es el implementar lo aprendido durante el estudio de la carrera de Administración Industrial y de Negocios y también proveer un aporte positivo a la empresa. El cargo para desempeñar fue repartido en dos áreas, el área administrativa y también el área de distribución y logística. Las primeras 3 semanas se tuvo la oportunidad de trabajar en el área de distribución y logística, y el trabajo consistía en el desarrollo e implementación de nuevas rutas de distribución para los camiones de entrega de producto, todo esto de una manera eficiente y reduciendo gastos. También se trabajó en un sistema de eficiencia de carga por camión, esto se basa en implementar un sistema que muestra cuantos camiones debe haber por ruta dependiendo la cantidad de clientes y también cuanto debe ser la carga por camión para satisfacer la demanda de la ruta. Por ejemplo, el sistema muestra una lista de las rutas por ciudad y se selecciona la ruta y muestra cuantos camiones debe haber en esa ruta y cuanto debe cargar ese camión. Gracias a ese sistema se pudo identificar que San Pedro Sula tenía un menor porcentaje de eficiencia que Choloma debido a que los camiones de San Pedro Sula no cargaban el suficiente producto para así satisfacer la demanda que hay en esas rutas.

El resto de las semanas se tuvo el placer de trabajar en conjunto con el Licenciado José Luis Castellanos, jefe administrativo de Embotelladora de Sula. El trabajo se basaba en créditos a clientes, solicitudes de área de equipo frío, cheques devueltos, cuentas por cobrar y la enseñanza de como una buena organización en el área administrativa puede ser clave para el buen funcionamiento de la empresa.

## Introducción

El presente informe nace a partir del trabajo realizado dentro de la empresa, Embotelladora de Sula S.A. (EMSULA), todo esto durante el proceso de la práctica profesional previo a la obtención del título de la Carrera en Licenciatura en Administración Industrial y de Negocios.

La presente tesis se basa en un área principal, el área de Administración Comercial, se tuvo la iniciativa de implementar un manual de inducción debido a la necesidad que no hay un orden o una guía al momento de hacer inducciones a los jefes de ventas. Se tuvo el placer de incluso aprender y trabajar en el área de Distribución de Ventas y Rutas. Dentro del área de Distribución de Ventas y Rutas se trabajó exclusivamente con la distribución y organización de entrega de productos a los clientes por medio de los camiones de la empresa y camiones tercerizados que la empresa EMSULA autoriza.

Ambas áreas dentro de EMSULA fueron afectadas debido a la crisis de la pandemia del virus COVID19, vino a convertirse un obstáculo para la mayoría de las empresas en el mundo, pero cabe destacar que ante las adversidades EMSULA se convirtió en una de las organizaciones que no afectaron directamente a sus empleados ni sus operaciones. En el año 2020 solo detuvieron producción por 15 días. Sus jornadas laborales eran más simples ya que muchas rutas de distribución y las ventas habían sido afectadas por la misma pandemia. Ha sido un reto para EMSULA sobrepasar estos obstáculos y así crecer de la manera que era antes.

La tesis está dividida en cuatro secciones, en las cuales las primeras tres secciones son de reseña histórica y objetivos principales a cumplir con la realización de esta práctica profesional, que fue lo que se trabajó para traer una mejora dentro de la empresa y finalmente concluir con las recomendaciones dadas de acuerdo con la información anterior, la cuarta sección es sobre las conclusiones que se determinaron al culminar con el tiempo de práctica profesional.

## 1. Capítulo I

### 1.1. Objetivos de la Práctica Profesional

#### 1.1.1. Objetivo General

- Elaborar un Manual de Inducción para la Fuerza de Ventas para la Empresa Embotelladora de Sula.

#### 1.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar cuáles son los procesos y temas claves para la correcta inducción del área de ventas.
- Implementar el Manual de Inducción para la Fuerza de Ventas.
- Revisión y análisis de las operaciones de la empresa, para así, buscar optimización de estas.

### 1.2. Datos Generales de la Empresa

#### 1.2.1. Reseña Histórica

Embotelladora de Sula, S.A., fue constituida el 6 de diciembre de 1956, y fueron sus fundadores un grupo de inversionistas visionarios de esta ciudad de San Pedro Sula, encabezados por Don Jorge J. Larach (Q.D.D.G.) quién fungió como primer presidente del Consejo de Administración siendo el P.M. Don Andrés Godoy el primero Gerente General de la Empresa.

El 26 de enero de 1959, salieron al mercado los productos Pepsi en tamaños de 6.5 onzas y de 12 onzas, unos meses después se lanzaron al mercado losa refrescos JARRITOS en sus sabores, Limón, Tutti-Frutti, Mandarina y Tamarindo y años más tarde se lanzaron los sabores Uva, Naranja, Kola, Champagne, Soldado de Chocolate y Soda Sula; estos sabores fueron de excelente aceptación, pero con el correr del tiempo se discontinuó su comercialización por falta de capacidad productiva.

Un año después del lanzamiento de Pepsi-Cola y Jarritos se formaliza una nueva sociedad con el nombre “Cervecería Carta Blanca, S.A.” que vino a sustituir a Embotelladora de Sula, S.A, la nueva sociedad de capital mixto hondureño-mexicano, comercializa las cervezas mexicanas “Carta Blanca”, “Tecate” y “Colosal”, debido a circunstancias adversas difíciles de sobrellevar esta empresa cierra operaciones en 1965.

En 1966 fue restaurada y de nuevo se cambió su razón social quedando nuevamente la anterior “Embotelladora de Sula, S.A.” dedicada exclusivamente a la producción y venta de refrescos, hielo y agua purificada, fungiendo como Gerente General el Lic. Jacobo Ramon Larach.

En 1972 se lleva a cabo la primera expansión la cual incluye un nuevo y moderno equipo de producción; aprovechando esta capacidad de producción instalada, se lanza un nuevo tamaño de Pepsi, la Pepsi-Cola súper familiar.

Y ya bajo la Dirección General del Ing. Roberto C. Larach, se implementa una segmentación completa del mercado, que permite atender toda la zona noroccidental del país, que constituye el territorio autorizado por la franquicia de PepsiCo., a través de una gama de Comercializadores independientes con lo que se logra una cobertura total y constante del mercado que viene a garantizar la presencia permanente de nuestros productos en todos los sectores y la creación de nuestros propios Centros de Distribución. (Información General de EMSULA, 2021)

### 1.2.2. Misión

Consolidarnos como el mejor embotellador y distribuidor de bebidas operando en Latinoamérica. Atendiendo cada día las diferentes y cambiantes necesidades de los consumidores, con los más altos estándares de calidad y atención al cliente. (Información General de EMSULA, 2021)

### 1.2.3. Visión

El mejoramiento continuo, la innovación permanente y una administración funcional son parte integral de nuestro desempeño diario.

Nos esforzamos continuamente por el desarrollo y buena relación con y entre todos los “miembros del equipo” y cada día consolidamos más las relaciones con nuestros proveedores, contratistas, consultores, franquiciadores, socios estratégicos y la comunidad. (Información General de EMSULA, 2021)

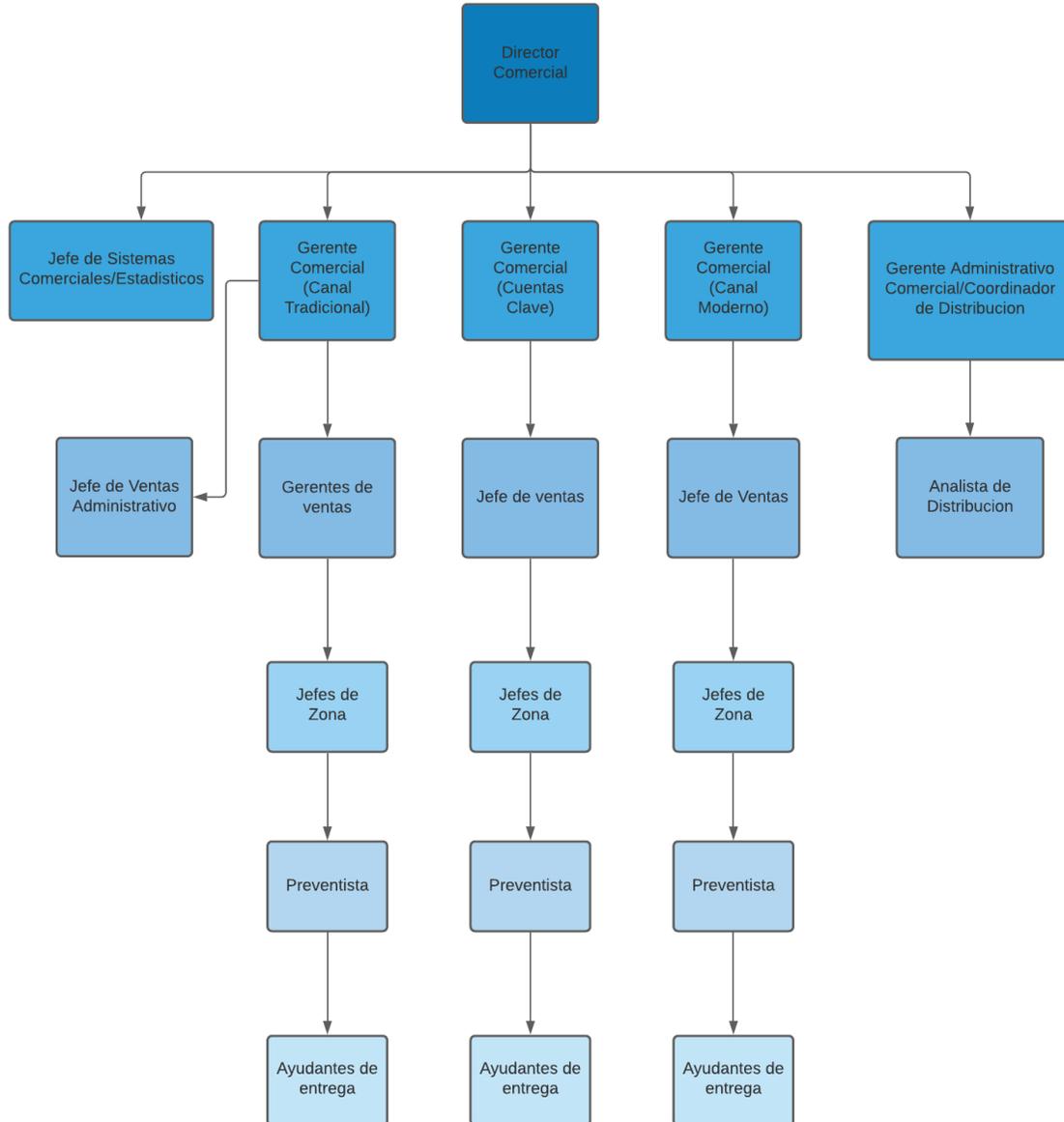
### 1.2.4. Valores

EMSULA basa sus valores en una actitud corporativa:

- Somos optimistas.
- Somos realistas.
- Somos creativos.
- Nos adaptamos con facilidad.
- Tenemos una gran cultura de comunicación.
- Trabajamos en equipo.
- Somos apasionados por los cambios para mejorar. No nos vence el imperio de la costumbre, nos ajustamos con facilidad y rapidez.
- No nos olvidamos del “PASE NO CEDA”.
- Somos “Socialmente Responsables”.
- Somos apasionados por el servicio al cliente interno y al cliente externo.
- En Dios confiamos.

### 1.2.5. Organigrama área de Capacitación y Desarrollo Embotelladora de Sula, S.A.

Ilustración 1. Organigrama Área de Capacitación y Desarrollo Embotelladora de Sula, S.A. (Embotelladora de Sula, 2021)



## 2. Capítulo II

### 2.1. Actividades realizadas en la empresa.

#### 2.1.1. Elaborar un Manual de Inducción para la Fuerza de Ventas

Casi siempre, el empleado de recién ingreso recibe un manual con información básica de la empresa para integrarse a la organización. En este orden, se transcribe a continuación la figura “Manual del empleado de una organización”, que muestra en forma sintética este medio de inducción.(Chiavenato, 2002).Dentro de la empresa Embotelladora de Sula la rotación de personal de la fuerza de ventas es frecuente, ya que la mayoría de preventistas, vendedores, entregadores y ayudantes tienen contratos temporales en la compañía. Por esta razón las inducciones son muy comunes, después de un análisis, se tomó en cuenta que no hay una organización escrita de lo que se debe hacer y que temas a tocar para la correcta inducción y presentación hacia los nuevos empleados del área de ventas.

La inducción es la actividad de recursos humanos que se ocupa de introducir a los nuevos empleados en la organización, en los contenidos de su puesto y presentarles a otras personas con las que trabajarán.(Dolan et al., 2003) Un manual de inducción es una pieza clave ya que presenta el por qué fue creada, para qué fue creada y cuál es el objetivo de la organización. En este se describen aspectos históricos de la empresa para el correcto conocimiento de esta misma, descripciones de cargo para la presentación de actividades a realizar y sus responsabilidades dentro de su labor, obligaciones y derechos para asegurar un ambiente laboral sano, promoviendo el respeto y empatía para todos los trabajadores dentro de la organización, pero, sobre todo, el correcto engranaje de todas las partes de la empresa para el funcionamiento continuo y eficiente de la misma.

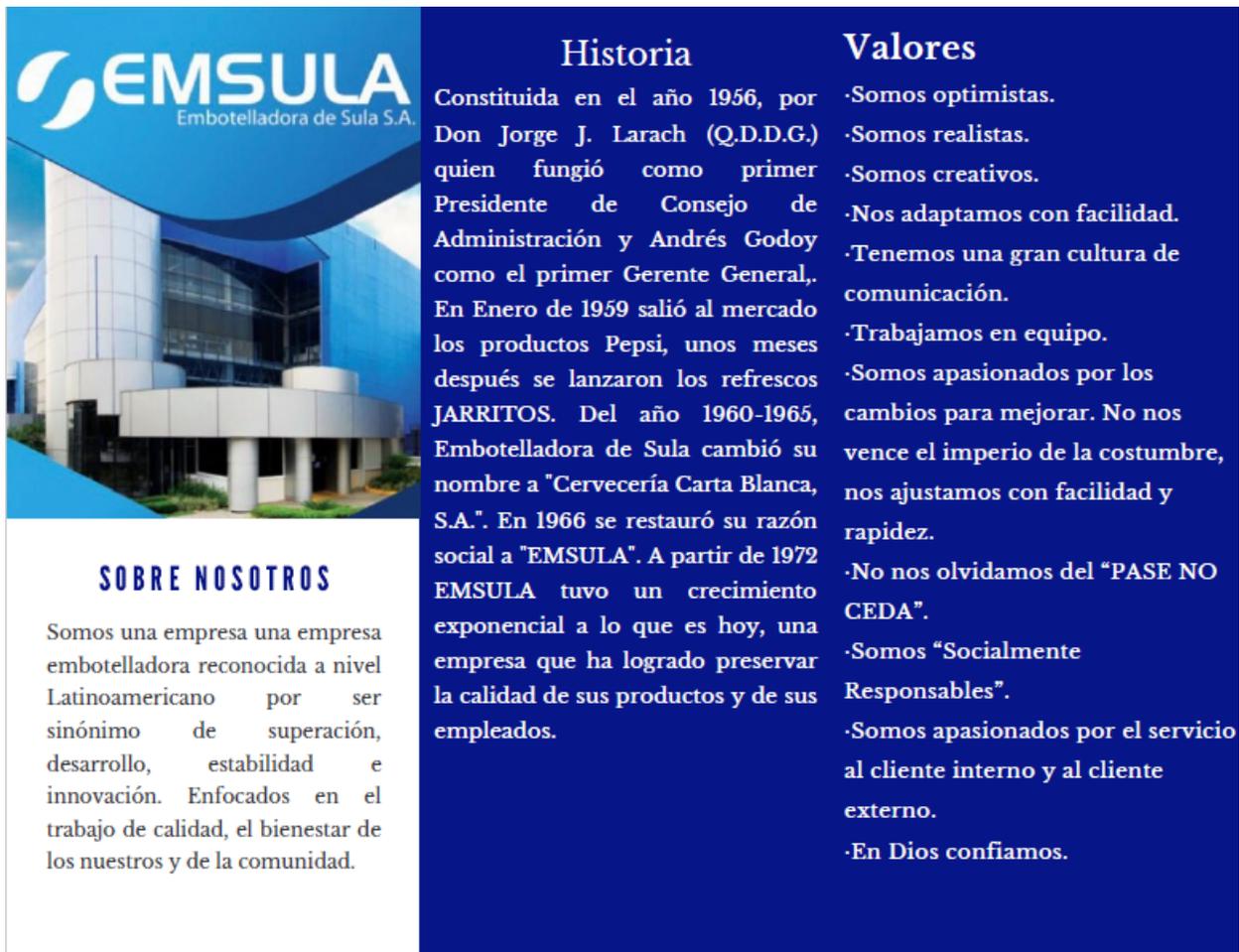
El manual de inducción tiene la siguiente estructura:

- Descripción e Historia de la empresa.
- Misión y visión de la empresa.
- Valores.
  - Actitud corporativa.
  - PASE NO CEDA.
- Centros de distribución dentro del país.
- Organigrama Departamental.
- Mapa de centros de distribución.
- Productos de comercialización.

- Descripción de cargo de fuerza de ventas.

(VER ANEXO 1)

Como parte del manual de inducción de la compañía, también se tuvo la iniciativa de crear un brochure o carta de bienvenida para así presentar de forma breve la compañía, sus valores, su misión y su visión. Y de esta manera hacer que la persona a la que la están impartiendo la inducción pueda sentirse integrado a la compañía.



The image shows a brochure for EMSULA. On the left, there is a photograph of a modern building with a blue facade and a curved entrance. Above the photo is the EMSULA logo, which consists of a stylized 'S' shape followed by the word 'EMSULA' and 'Embotelladora de Sula S.A.' below it. Below the photo is a section titled 'SOBRE NOSOTROS' with a paragraph of text. To the right of the photo and logo is a dark blue background with white text. This section is divided into two columns: 'Historia' and 'Valores'. The 'Historia' column contains a paragraph about the company's founding in 1956 and its evolution. The 'Valores' column contains a list of ten bullet points representing the company's core values.

**EMSULA**  
Embotelladora de Sula S.A.

**SOBRE NOSOTROS**

Somos una empresa una empresa embotelladora reconocida a nivel Latinoamericano por ser sinónimo de superación, desarrollo, estabilidad e innovación. Enfocados en el trabajo de calidad, el bienestar de los nuestros y de la comunidad.

**Historia**

Constituida en el año 1956, por Don Jorge J. Larach (Q.D.D.G.) quien fungió como primer Presidente de Consejo de Administración y Andrés Godoy como el primer Gerente General. En Enero de 1959 salió al mercado los productos Pepsi, unos meses después se lanzaron los refrescos JARRITOS. Del año 1960-1965, Embotelladora de Sula cambió su nombre a "Cervecería Carta Blanca, S.A.". En 1966 se restauró su razón social a "EMSULA". A partir de 1972 EMSULA tuvo un crecimiento exponencial a lo que es hoy, una empresa que ha logrado preservar la calidad de sus productos y de sus empleados.

**Valores**

- Somos optimistas.
- Somos realistas.
- Somos creativos.
- Nos adaptamos con facilidad.
- Tenemos una gran cultura de comunicación.
- Trabajamos en equipo.
- Somos apasionados por los cambios para mejorar. No nos vence el imperio de la costumbre, nos ajustamos con facilidad y rapidez.
- No nos olvidamos del "PASE NO CEDA".
- Somos "Socialmente Responsables".
- Somos apasionados por el servicio al cliente interno y al cliente externo.
- En Dios confiamos.

Ilustración II. Brochure de bienvenida a inducción lado A

## Misión

Consolidarnos como el mejor embotellador y distribuidor de bebidas operando en Latinoamérica. Atendiendo cada día las diferentes y cambiantes necesidades de los consumidores, con los más altos estándares de calidad y atención al cliente.

## Visión

El mejoramiento continuo, la innovación permanente y una administración funcional son parte integral de nuestro desempeño diario.

Nos esforzamos continuamente por el desarrollo y buena relación con y entre todos los "miembros del equipo" y cada día consolidamos más las relaciones con nuestros proveedores, contratistas, consultores, franquiciadores, socios estratégicos y la comunidad.



# BIENVENIDOS A EMSULA

### INFORMACIÓN DE CONTACTO

Ave Juan Pablo II San Pedro Sula, Cortés, 31104  
Honduras  
+504 2544-1111  
Jose.Castellanos@grupocorinsa.hn



Ilustración II. Brochure de bienvenida a inducción lado B

### 2.1.2. Relocalización de puntos de venta para su correcta ubicación.

Una de las tareas más importantes dentro del área de Distribución y Logística, es la ubicación correcta de los puntos de venta. la logística es el proceso a través del cual se lleva a cabo el movimiento y almacenamiento de materias primas, de modo que empresas y consumidores puedan estar siempre abastecidos de aquellos productos que necesitan.(ALGEVOSA, 2015). Los puntos de venta tienen que estar en su correcta ubicación por dos razones, para la visualización adecuada dentro del sistema de la compañía, para que así, el analista de distribución pueda crear e implementar una ruta de distribución eficiente dependiendo de la cantidad y ubicación de los clientes, y la segunda razón, para que los preventistas y vendedores logren y ubicar y atender a cada cliente dentro de su ruta asignada. Ya que, si los clientes no están correctamente ubicados esto crea ineficiencia y atrasos para los preventistas y vendedores al momento de atender y entregar producto a los clientes.

La actividad consiste en ingresar a la base de datos de clientes, tomar nombre y ubicación del cliente para así corroborar dentro del mapa de clientes si cumple con el sitio correcto y en la ruta correcta. Si este no cumple con los requerimientos, se rechaza y se envía a localizar de nuevo, hasta el momento que cumple con los requerimientos de ubicación, se acepta y queda completamente ingresado dentro de la base de datos de clientes.

### 2.1.3. Creación de base de datos para la obtención de eficiencia en los camiones de entrega.

Los sistemas de información presente y futuros tienden a manejar datos en los dominios del conocimiento humano del tacto (o la escritura), la visión (o la imagen), el olfato (o el olor), el gusto (o el sabor), entre otros. Los dominios en los cuales se maneja los datos tienen dos problemas estructurales: el primero, el aumento en complejidad creciente del número de datos que en tiempo se deben almacenar en una base de datos; y el segundo, los datos en sus componentes sintácticas (números o caracteres, entre otros) y semánticas (relativo al significado) no están estructurados. (Portilla et al., 2017). Se habla de eficiencia: cuando se busca lograr que la productividad u operativa interna tenga el mejor resultado consumiendo la menor cantidad de recursos posibles, es decir, que se logre la meta en la menor cantidad de tiempo posible al menor costo operativo posible. (ALGEVOSA, 2018). La evaluación de eficiencia es muy importante, ya que, es el punto de inflexión que demuestra si el trabajo se ha hecho de una manera adecuada, porque el objetivo es que todo el proceso de elaboración y entrega sea eficiente. Se creó una base de datos para el análisis de eficiencia de los camiones de entrega, se tomó en cuenta varios factores:

1. Carga real por camión.

2. Carga esperada por camión.
3. Horario de carga.
4. Horario de entrada a mercado.
5. Horario de salida a mercado.

Con estos factores se logró analizar si la carga por camión de cada ruta era eficiente o no, y también, si la cantidad de camiones en cada ruta era la correcta para la cantidad de demanda que había por ruta.

The screenshot shows a software interface for route optimization. It features three main selection panels: 'CD' (Destination Code) with 16 items, 'Ruta' (Route) with 17 options, and 'Fecha' (Date) with a dropdown menu set to 'Junio-21'. On the right side, there are three summary boxes: 'Capacidad PET', 'Capacidad Vidrio', and 'Dias Habiles'; 'Carga Total No. Rutas'; and 'Carga diaria/Camion Camiones Necesarios'.

Ilustración III. Optimización de distribución de carga por ruta. (Embotelladora de Sula, 2021)

#### 2.1.4. Revisión de precios en órdenes de compra del canal moderno.

Una orden de compra, también llamada orden de pedido o nota de pedido es un documento mediante el cual el comprador solicita mercancías al vendedor. (Enrique Rus Arias, 2020)

Dentro de las órdenes de compra de cada cliente, se deben de revisar dos cosas, que cada precio esté correctamente actualizado y que el total de la suma de todos los precios sea el correcto. Hay empresas que, por error en sus sistemas de colocación de precios, las ordenes de comprar tienen errores en los precios de ciertos productos.

Esta actividad se basa en tomar órdenes de compra y revisar lo anteriormente dicho, revisar los códigos del producto con un precio erróneo y remarcarlo para que esos no se facturen. Ya que, si esos productos se facturan, Embotelladora de Sula S.A. tendría problemas con el ZAR, porque, en las cuentas finales estas no cuadran porque los precios y los ingresos no concuerdan.

En este caso, el supermercado La Colonia, no ha cambiado el valor de los productos dentro del supermercado, Embotelladora de Sula incrementó el precio de ciertos productos y el supermercado La Colonia tiene los precios anteriores aún. Entonces Embotelladora de Sula no factura esos productos hasta que se corrige ese precio en el sistema de La Colonia.

### 2.1.5. Evaluación y organización de promociones vigentes.

La promoción es aquella parte del proceso de comunicación de la empresa con su mercado, en la que existe respuesta del consumidor o usuario de los productos o servicios objeto de la comercialización, consiguiéndose un aumento de las ventas más importantes del que se podía obtener por acciones tradicionales de marketing. La promoción persigue el objetivo de incrementar las ventas a corto plazo ofreciendo valores añadidos al producto o al servicio ofertado en forma de ventajas económicas o materiales. (Vértice, 2011). El área administración es el encargado de la organización de cada promoción, el trabajo consistía en el conteo, revisión y organización de los boletos de la promoción. Estos boletos venían en paquetes de 500 boletos, y dentro de esos 500 boletos, 10 talonarios de 50 boletos c/u. Los boletos se debían de contar para asegurar la existencia de tales 500 boletos. Esos 500 boletos se repartían a las personas asignadas a entregar esos boletos. Dichas personas se encargan de llevar y vender los boletos a barrios, pulperías y colonias dentro de San Pedro Sula. Y como parte del equipo de administración, el trabajo consistía en evaluar si los boletos cumplían los requerimientos. Los requerimientos eran, número de boleto claro y legible, y el correcto estampado de la empresa. Al terminar con la promoción vigente, se tuvo que organizar los boletos restantes e ingresarlos dentro de un documento Excel para así mandar el reporte de boletos restantes al área de promociones.

CD SAN PEDRO SULA			
Talorarios	Correlativo	Bolteros por Talonario	Total Boletos
1	05169-2541	20	20
1	0280-2468	9	9
1	0345-2035	6	6
1	0401-2045	50	50
1	0951-2100	50	50
10	1501-2200	50	500
1	2201-2224	46	46
1	3505-2352	20	20
1	4052-2470	47	47
1	4213-2425	38	38
1	4301-2434	45	45
3	4351-2440	50	150
1	4401-2445	50	50
2	4751-2485	50	100
1	4981-2500	20	20
1	5051-2510	50	50
8	31201-3165	50	400
10	2001-3250	50	500
2	2551-3260	50	100
1	2751-3280	50	50
1	2901-3291	15	15
10	5501-3600	50	500
10	6001-3650	50	500
10	6501-3700	50	500
10	7001-3750	50	500
10	7501-3800	50	500
10	8001-3850	50	500
10	8501-3900	50	500
10	9001-3950	50	500
10	9501-4000	50	500
TOTAL BOLETERIA			6766

CD VILLANUEVA			
Talorarios	Correlativo	Bolteros por Talonario	Total Boletos
1	01433-3173	50	50
1	26738-306	50	50
2	32801-329	50	100
1	32911-3293	40	40
1	32951-330	50	50
TOTAL BOLETERIA			290

CD CHOLOMA			
Talorarios	Correlativo	Bolteros por Talonario	Total Boletos
1	30053-312	46	46
3	31001-3115	50	150
2	31901-320	50	100
1	31401-3145	50	50
TOTAL BOLETERIA			346

Ilustración IV. Ejemplo de organización de boletos no entregados.. (Embotelladora de Sula, 2021)



*Ilustración V. Ejemplo de boleto de promoción vigente. (Embotelladora de Sula, 2021)*

#### 2.1.6. Evaluación y aprobación de solicitudes de equipo frío.

Al observar la *Ilustración IV* podemos notar que las solicitudes de equipo con llevan un proceso meticuloso y extenso, ya que es parte de la materia prima de la empresa y son limitadas las camaras de equipo frío. En el area administrativa se encargaba de revisar las solicitudes y dentro de esas solicitudes aceptarla o rechazarla. Para esto, Embotelladora de Sula cuenta con un sistema que se llama “Flow”. Este sistema nos muestra las solicitudes tanto de instalacion, retiro o traslado de equipo frío que los clientes solicitan. El sistema Flow muestra informacion del cliente tal como, nombre del cliente, nombre del negocio, direccion del negocio, codigo de cliente, ID, entre otros. Esa decision se tomaba a base si las ventas del cliente son altas y si su credito es vigente o está vencido. Al revisar ambos factores y si ambos están bien, entonces esa solicitud de acepta y es llevada a la siguiente parte del proceso, esa solicitud de equipo que está aceptada es llevada al gerente de Ventas para que lo apruebe bajo sus criterios.

SOLICITUD DE INSTALACIÓN DE EQUIPO FRÍO NUEVO (ACTUAL)

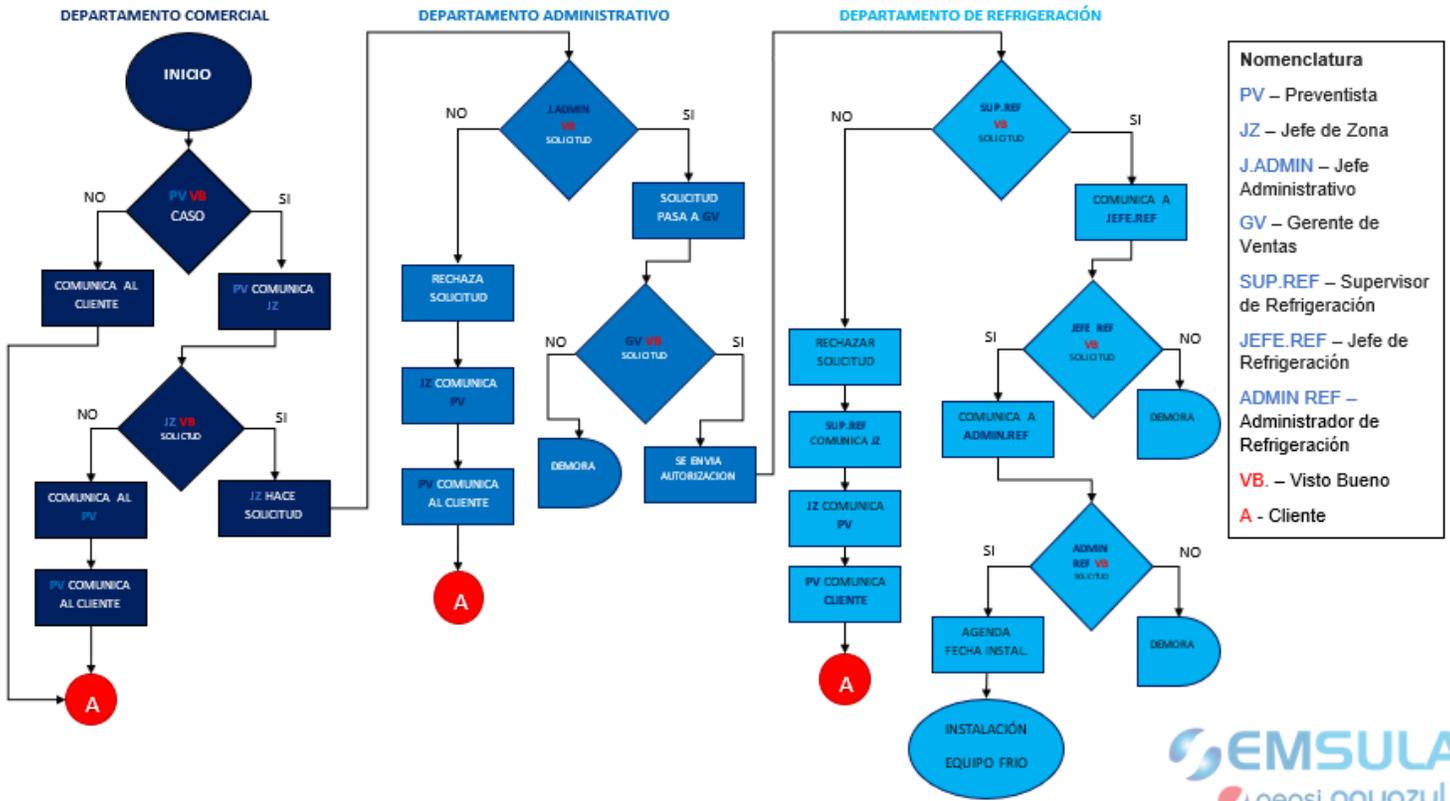


Ilustración VI. Solicitud de Instalación de Equipo Frio Nuevo (Actual)

### 2.1.7. Revisión y seguimiento de recuperación de cheques devueltos.

Un cheque devuelto o rebotado resulta cuando escribes un cheque que tu banco no puede pagar porque no tienes suficientes fondos en la cuenta para cubrir el monto del cheque. Esta práctica, también se conoce comúnmente como cheque sin fondos y puede tener ciertas consecuencias cada vez que sucede. (Lolo Parker, 2018). Embotelladora de Sula al otorgar crédito a sus clientes, acepta la opción de cheque como forma de pago para liquidar el crédito dado. El cliente en este caso emite el cheque a través del jefe de zona, el jefe de zona revisa el valor y el estado del cheque para hacer la entrega del cheque en la sucursal de BAC que está dentro de las instalaciones de la empresa, todo esto se hace al terminar el día. Durante la noche el banco lleva esos cheques a que sean revisados y procesados para darle el visto bueno. Pero hay cheques que tienen errores ortográficos, o el cheque está en mal estado y estos mismos son regresados por el banco. Generalmente la razón más común por la cual hay cheques devueltos es por fondos insuficientes, estos cheques son regresados al jefe de zona y estos los reemiten al jefe administrativo, el jefe administrativo revisa y hace una constancia al cliente para notificarle que su cheque tiene fondos insuficientes. El cliente al emitir el cheque de pago correctamente y con fondos, es procesado por el banco y luego enviado al jefe administrativo para este emitir una constancia sellada y firmada del pago de crédito.

### 2.1.8. Revisión de consignaciones a clientes. Cuentas por cobrar.

La consignación es un proceso empresarial en el que una empresa (expedidor) confía a un cliente (destinatario) la custodia de las mercancías (stock de artículos en consignación), conservando su propiedad legal hasta el consumo de las mercancías por parte del cliente. El cliente puede utilizar el stock de artículos en consignación para su propia producción (consignación industrial) o para otras ventas (comercio con consignación), tras lo cual los artículos en consignación se facturan directamente al cliente. La devolución de los artículos en consignación al expedidor puede tener lugar antes o incluso después de la facturación por varios motivos. (SAP, s/f). Dentro de la empresa Embotelladora de Sula para que un cliente solicite crédito por primera vez o cualquier vez en general, debe de tramitar una consigna, esto se hace por medio del preventista, como primer nivel. Al ser tramitada por el preventista, este remita la consigna al jefe de zona para revisarla y darle el visto bueno. Como tercer y último nivel, el jefe de zona remita la consigna al jefe administrativo para verificar si es viable permitirle un crédito al cliente. El jefe administrativo ingresa el código del cliente dentro de la base de datos de la empresa, y el sistema presenta información del cliente, tal y como, pagos atrasados en caso de que se la haya dado crédito anteriormente, promedio de ventas mensuales, conducta del cliente, etc. Pero lo que realmente

busca el jefe administrativo son facturas de créditos pendientes, si no tiene facturas pendientes entonces se aprueba el crédito de la consigna, en caso contrario se rechaza.

### 2.1.9. Análisis de la cuenta por cobrar en balance general

El balance general, también conocido como balance de situación, balance contable o estado de situación patrimonial, es un estado financiero que refleja en un momento determinado la información económica y financiera de una empresa, separadas en tres masas patrimoniales: activo, pasivo y patrimonio neto. (Andrés Sevilla Arias, 2014) El análisis de la cuenta por cobrar va de la mano con la actividad anterior. Después de haber aprobado el crédito de la consigna del cliente, esta consigna se sella y se firma por el jefe administrativo. El valor de la consigna es ingresado dentro de una base de datos. Luego la tabla con todas las consignas es impresa, se firma y se sella para luego adjuntar con las consignas. Estas consignas son enviadas al área de contabilidad para ser incluidas dentro de la base de datos para futuras solicitudes de crédito.

## Capítulo III

### 3.1. Propuestas de mejora

#### 3.1.1. Propuesta 1: Manual de Inducción para la Fuerza de Ventas de la empresa Embotelladora de Sula S.A.

##### 3.1.1.1. Antecedentes

Embotelladora de Sula no contaba con un manual de inducción así que se hizo la propuesta de implementar uno. Se presentó la propuesta al jefe administrativo y al gerente de ventas y a ambos les pareció de enriquecimiento para la empresa. En conjunto con el jefe administrativo se empezó a desarrollar este manual, con el objetivo de eficientar el proceso de inducción para el área de ventas, específicamente los preventistas, vendedores y ayudantes de la compañía.

##### 3.1.1.2. Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en hacer e implementar un manual de inducción dentro de la empresa Embotelladora de Sula. El manual incluye información sobre la descripción del puesto y el trabajo a desempeñar para los preventistas, vendedores y ayudantes de la fuerza de ventas. El manual de inducción tiene la siguiente estructura:

- Descripción e Historia de la empresa.
- Misión y visión de la empresa.
- Valores.
  - Actitud corporativa.
  - PASE NO CEDA.
- Centros de distribución dentro del país.
- Organigrama Departamental.
- Mapa de centros de distribución.
- Productos de comercialización.
- Descripción de cargo de fuerza de ventas.

Descripción		Precio Unitario	Total
<b>Impresión de Manual</b>	Lps. 1,00 x 10 paginas (blanco y negro)	Lps 500 (50 manuales impresos)	
<b>Honorarios del Representante legal</b>	Lps 900.00	Lps. 900.00	
<b>Envío</b>	Lps 120.00	Lps 6,000.00	

### 3.1.1.3. Impacto de la propuesta

El manual de inducción reviste gran importancia dentro de una empresa o institución, porque es el manifiesto escrito del por qué fue creada la organización, en el se describen aspectos históricos tan importantes para conocer la evolución organizacional y las transformaciones que ha sufrido la organización hasta constituir la estructura actual. De igual forma, el Manual de Inducción enumera el Marco Jurídico de acción que rige la organización y por último un aspecto importantísimo para los integrantes de esta, son los derechos y obligaciones por los que se asegura un ambiente laboral propicio y de respeto para todos los trabajadores dentro de la organización. (Anónimo, s/f). El manual de inducción viene a ser parte fundamental en el proceso de aprendizaje del nuevo integrante de la compañía. El manual establece las áreas de conocimiento para así desempeñar un trabajo correcto y eficiente. Y ayuda a que cualquier persona dentro de la compañía pueda hacer una presentación de inducción para los nuevos integrantes de la fuerza de ventas, ya que el manual establece que hacer y que decir para que se haga un buen trabajo.

### 3.1.2. Propuesta 2: Implementación de una nueva base de datos para la mejor organización de solicitudes de equipo frio

#### 3.1.2.1. Antecedentes

Uno de los mayores problemas que se puso a identificar, es que por una base de datos que no ha sido actualizada y una mala comunicación, se crea un cuello de botella dentro de el proceso de solicitudes de equipo frio para los clientes. Como se menciona anteriormente, el proceso para aprobar una solicitud de equipo frio es un proceso tedioso, ya que se necesitan muchas aprobaciones y vistos buenos, el equipo frio es una materia prima de la empresa muy valioso. El problema se encuentra en el proceso de aprobación del departamento comercial al departamento administrativo. El departamento comercial no puede llegar a aprobar o rechazar las solicitudes porque no tiene una base firme, la base de datos que tienen actualmente está desactualizada, eso significa que hay equipo frio inexistente o fuera de circulación y dentro de la base de datos se presenta como que si aun estuviera en servicio. Al no cumplir con estas solicitudes eficientemente, se acumulan y esto viene a concluir con problemas con los clientes inclusivamente.

#### 3.1.2.2. Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en actualizar la base de datos para solo mostrar equipo frio en circulación, y también implementar una nueva opción en la cual permite mostrar donde se encuentra exactamente cada equipo frio y también la opción de mostrar en que parte del proceso de aprobación se encuentra la solicitud. Todo por medio de la misma base de datos que es ONEDRIVE o cambiar al otro sistema que utilizan, FUSION BUSINESS.

Descripción	Precio Unitario	Total
-------------	-----------------	-------

<b>Licencia MARIADB</b>	\$ 300.00	\$ 300.00
<b>Capacitador para uso de base de datos</b>	Lps 2,000.00	Lps. 2,000.00
<b>Desarrollo de nueva base de datos</b>	Lps 7,500.00	Lps 7,500.00

### 3.1.2.3. Impacto de la propuesta

Al implementar este nuevo sistema se crea una eficiencia dentro de todo el proceso para aprobar o rechazar una solicitud de equipo frio. Concluyendo en acortar el organigrama de la aprobación y volviéndolo más corto. Mejoraría la comunicación dentro de los departamentos, ya que al tener la opción que muestra en que parte del proceso se encuentra la solicitud, se identifica fácilmente el cuello de botella de todo el proceso y se ataca el problema para así siempre ser eficiente y mejores.

## Capítulo IV

A continuación, se presenta el capítulo IV.

### 4.1. Conclusiones

- La empresa Embotelladora de Sula S.A. requiere del manual de inducción ya que este brindaría el facilitamiento de la inducción de la fuerza de ventas. Todo por medio de un orden específico de pasos para preparar a los nuevos, vendedores, preventistas y ayudantes, sepan cual es su trabajo y cómo hacerlo correctamente.
- Al integrar el manual de inducción no solo el capacitador sabrá qué hacer para capacitar a los vendedores, preventistas y ayudantes, pero, estos podrán tener acceso a una copia del manual para en el transcurso del tiempo refrescar los pasos o sacarse las dudas de que hacer en el trabajo.
- A través de Excel se implementó una nueva base de datos para así identificar niveles de eficiencia en rutas de carga y entrega en los camiones de la compañía, ya que la empresa como tal no contaba con esta base de datos y para identificar esto, implementaban un proceso matemático riguroso y tomaba mucho tiempo. Implementando la base de datos se hizo una mejora en el tiempo de trabajo y se volvió mucho más eficiente.

### 4.2. Recomendaciones

#### 4.2.1. Recomendaciones para la empresa

- Se recomienda que Embotelladora de Sula S.A. establezca un programa de capacitación que vaya de acuerdo con el nuevo manual de inducción, con alguien experto en el tema, a los jefes de zona para dar una correcta inducción a los nuevos integrantes de la fuerza de ventas.
- Se recomienda que la empresa actualice a nueva base de datos ya que la base de datos actual presenta problemas para mostrar en que parte del proceso de aprobación se encuentran las solicitudes de equipo frío.
- Se recomienda a la empresa a continuar promoviendo ese sentido de empatía y unidad, ya que crea un ambiente laboral único que incentiva al personal a trabajar y a empeñarse a la empresa.

#### 4.2.2. Recomendaciones para la institución

- Se recomienda a la institución talleres o capacitaciones para preparar a los estudiantes y enseñarles un poco de lo que podrían esperar a la hora de hacer su práctica profesional.
- Se recomienda a la institución implementar talleres para que los practicantes logren saber como organizarse y trabajar correctamente un informe de práctica profesional.

- Se recomienda a la institución promover a los asesores de practica profesional crear un trato más personal y de apoyo para el practicante.

#### 4.2.3. Recomendaciones para el estudiante

- Se recomienda a los estudiantes ir con una mente positiva y abierta a aprender con cada actividad que se le asigne.
- Se recomienda a los estudiantes mantener un profesionalismo y seriedad en horarios laborales y en la entrega de los trabajos asignados.
- Se recomienda a los estudiantes investigar maneras de implementar nuevas herramientas para hacer que el trabajo sea eficiente y efectivo.

## Referencias

ALGEVOSA. (2015). *LA IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA EN LAS EMPRESAS*.

<https://www.algevasa.com/importancia-de-la-logistica-en-las-empresas-2/>

ALGEVOSA. (2018). *Diferencia entre eficiencia y eficacia en logística*.

<https://www.algevasa.com/diferencia-entre-eficiencia-y-eficacia-en-logistica/>

Andrés Sevilla Arias. (2014, noviembre 10). *Balance general*. Economipedia.com.

<https://economipedia.com/definiciones/balance-de-situacion.html>

Anonimo. (s/f). *Manual de Inducción*. <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/7338/Capitulo5.pdf>

Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano*.

Dolan, S., Valle, R., S. Jackson, & Schuler, R. (2003). *La gestión de los recursos humanos:*

*Preparando profesionales para el siglo XXI*. McGraw Hill.

Douglas da Silva. (2021, marzo 18). *¿Qué es la fuerza de ventas?*

Enrique Rus Arias. (2020). *Orden de compra*. Economipedia.com

Federico J. Caballero Ferrari. (2015, diciembre 31). *Cheque*.

Francisco Javier Marco Sanjuán. (2017, septiembre 18). *Cuentas a cobrar*.

INCO. (2018, septiembre 27). *¿Qué es MariaDB?* <https://www.incosa.com.uy/blog/que-es-mariadb/>

Jonathan Llamas. (s/f). *Consolidación contable*. [https://economipedia.com/definiciones/consolidacion-](https://economipedia.com/definiciones/consolidacion-contable.html)

[contable.html](https://economipedia.com/definiciones/consolidacion-contable.html)

Lolo Parker. (2018, febrero 1). *¿Qué es un cheque sin fondos o rebotado*.

<https://www.cuidatudinero.com/13079514/que-es-un-cheque-sin-fondos-o-rebotado>

Mario Jaureguiberry. (s/f). *¿Qué es la Capacitación?*

Oracle. (s/f). *¿Qué es una base de datos?*

Portilla, Juan Rafael Capacho, & Wilson Nieto Bernal. (2017). *Diseño de Bases de Datos*. (1st ed.; pp.

51–92). Universidad del Norte. <https://doi.org/10.2307/j.ctt2050w3s.7>

SAP. (s/f). *Consignación de cliente*. SAP Help Portal.

<https://help.sap.com/viewer/2754875d2d2a403f95e58a41a9c7d6de/2105/es->

[ES/e005f9f09e064cd9bfff1f28fab17399.html#:~:text=La%20consignaci%C3%B3n%20es%20](https://help.sap.com/viewer/2754875d2d2a403f95e58a41a9c7d6de/2105/es-ES/e005f9f09e064cd9bfff1f28fab17399.html#:~:text=La%20consignaci%C3%B3n%20es%20)

[un%20proceso,mercanc%C3%ADas%20por%20parte%20del%20cliente](https://help.sap.com/viewer/2754875d2d2a403f95e58a41a9c7d6de/2105/es-ES/e005f9f09e064cd9bfff1f28fab17399.html#:~:text=La%20consignaci%C3%B3n%20es%20un%20proceso,mercanc%C3%ADas%20por%20parte%20del%20cliente).

Soporte Microsoft. (s/f). *Qué es OneDrive profesional o educativo?*

Vértice. (2011). *Promociones en espacios comerciales*. Editorial Vértice.

Víctor Manuel Chávez Álvarez. (s/f). *ELABORACION DE LOS MANUALES DE INDUCCION, DE ORGANIZACIÓN Y DE PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA MADERERIA FRAY PEDRO*.

Wepa Design. (2014, junio 23). *Brochure: ¿Qué es y para qué sirve?*

## Glosario

1. Manual de inducción: El Manual de Inducción o Bienvenida “constituye un método eficaz para acelerar el proceso de socialización y lograr que los nuevos empleados efectúen contribuciones positivas a la organización, en él se describen las políticas de la empresa, normas, prestaciones y otros temas relacionados”. (Víctor Manuel Chávez Álvarez, s/f)
2. Fuerza de ventas: La fuerza de ventas se refiere a las personas, estrategias y productos de una empresa que se enfocan en asegurar la satisfacción total del cliente, generar demandas sobre los bienes de la empresa, mejorar sus ventas y apalancar los ingresos de la organización. (Douglas da Silva, 2021)
3. Brochure: Brochure es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente. El Brochure abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa. (Wepa Design, 2014)
4. Base de datos: Una base de datos es una colección organizada de información estructurada, o datos, típicamente almacenados electrónicamente en un sistema de computadora. (Oracle, s/f)
5. Cheque: Se trata de un documento firmado por el propietario de una cuenta en un banco que habilita al que lo recibe a disponer de una cantidad determinada de dinero (adeudo a cuenta) sobre una cuenta bancaria.(Federico J. Caballero Ferrari, 2015)
6. Cuenta por cobrar: Una cuenta a cobrar es una cuenta que presenta saldo deudor en el balance de situación de la empresa.(Francisco Javier Marco Sanjuán, 2017)
7. ONEDRIVE: OneDrive es el servicio en la nube de Microsoft que le conecta a todos los archivos. Te permite almacenar y proteger tus archivos, compartirlos con otros usuarios y acceder a ellos desde cualquier lugar en todos tus dispositivos.(Soporte Microsoft, s/f)
8. MARIADB: MariaDB es un sistema de gestión de bases de datos. Se deriva de MySQL, una de las bases de datos más importantes que ha existido en el mercado, utilizada para manejar grandes cantidades de información.(INCO, 2018)
9. Capacitación: La Capacitación es un proceso que posibilita al capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la organización a la que pertenecen.(Mario Jaureguiberry, s/f)
10. Consolidación: La consolidación contable consiste en realizar una unificación patrimonial a efectos contables de todas las sociedades o negocios que forman parte un grupo empresarial.(Jonathan Llamas, s/f)

# Manual de Inducción

---

Fuerza de Ventas

**SEPTIEMBRE 2021**

---

Embotelladora de Sula



## Tabla de Contenidos

Embotelladora de Sula.....	1
Misión.....	2
Visión.....	2
Actitud Corporativa.....	3
PASE NO CEDA.....	3
Centro de Distribución (CD).....	1
Organigrama Departamental.....	2
Mapa de Centros de Distribución.....	3
Productos de comercialización.....	4
Fuerza de Ventas.....	5

## Embotelladora de Sula

Es un grupo de empresas de sociedades anónimas dedicadas a la elaboración, embotellado y comercialización de productos alimenticios aplicando tecnología de punta y los estándares de calidad e inocuidad requeridos para empresas de clase mundial.

En lo que al talento humano se refiere creemos fielmente que su bienestar es tan importante como el rendimiento mismo de la inversión. En todas las áreas mantenemos un ambiente de trabajo agradable y seguro que permite el desarrollo de la tarea logrando un nivel adecuado de satisfacción individual y colectiva propiciando la aplicación de técnicas necesarias para el logro de los estándares de calidad de atención y servicio al cliente.

Para lograr y mantener este ambiente de trabajo, ha sido necesario implementar sistemas que permiten la revisión constante de la estructura organizacional, garantizando la funcionalidad de los canales de la comunicación logrando ejercer el liderazgo positivo concerniente a todos los aspectos de la empresa. Con el propósito de alcanzar las condiciones propicias para el logro del desarrollo integral del talento humano, CORINSA tiene a su disposición un moderno Centro de Capacitación y Desarrollo (CCD) el cual tiene la responsabilidad desarrollar y fortalecer las competencias y habilidades profesionales que la empresa requiere. El departamento de Recursos Humanos es responsable de gestionar por el bienestar de los colaboradores, garantizando que cada centro de trabajo reúna las condiciones necesarias para realizar la tarea en un ambiente apropiado; en este sentido estamos realizando un esfuerzo grande para lograr que la seguridad ocupacional sea siempre el centro primordial de nuestra atención en lo que a calidad de vida en el trabajo se refiere, para tal fin se cuenta con el apoyo de Salas de Enfermería equipadas con lo necesario para atender casos de primeros auxilios.

## Misión

Consolidarnos como el mejor embotellador y distribuidor de bebidas operando en Latinoamérica. Atendiendo cada día las diferentes y cambiantes necesidades de los consumidores, con los más altos estándares de calidad y atención al cliente.

## Visión

El mejoramiento continuo, la innovación permanente y una administración funcional son parte integral de nuestro desempeño diario.

Nos esforzamos continuamente por el desarrollo y buena relación con y entre todos los “miembros del equipo” y cada día consolidamos más las relaciones con nuestros proveedores, contratistas, consultores, franquiciadores, socios estratégicos y la comunidad.

## Actitud Corporativa

- SOMOS OPTIMISTAS.
- SOMOS REALISTAS.
- SOMOS CREATIVOS.
- NOS ADAPTAMOS CON FACILIDAD
- TENEMOS UNA GRAN CULTURA DE COMUNICACIÓN
- TRABAJAMOS EN EQUIPO.
- SOMOS APASIONADOS POR LOS CAMBIOS PARA MEJORAR.
- NO NOS VENCE EL IMPERIO DE LA COSTUMBRE, NOS AJUSTAMOS CON FACILIDAD Y RAPIDEZ.
- NO NOS OLVIDAMOS DEL “PASE NO CEDA”.
- SOMOS “SOCIALMENTE RESPONSABLES”.
- SOMOS APASIONADOS POR EL SERVICIO AL CLIENTE.
- INTERNO Y AL CLIENTE EXTERNO.
- EN DIOS CONFIAMOS.

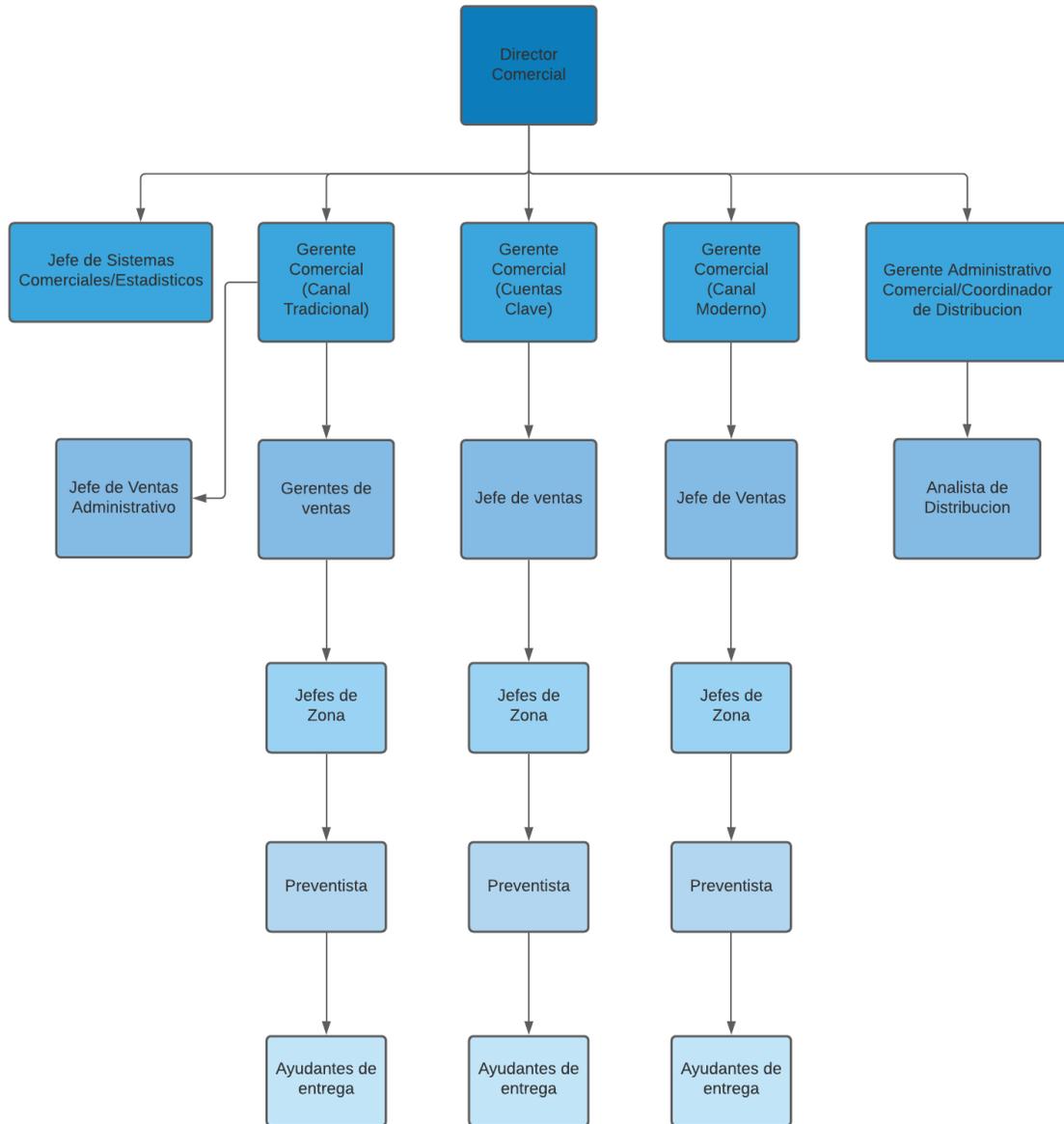
## PASE NO CEDA

1. **P**untualidad
2. **A**gilidad
3. **S**implicidad
4. **É**tica
5. **N**itidez
6. **O**rganización
7. **C**omunicación
8. **E**xcelencia
9. **D**isciplina
10. **A**rmonía

## Centro de Distribución (CD)

- Zona Metro
  1. EMSULA
  2. CD San Pedro Sula
  3. CD Choloma
  4. CD Villanueva
  5. CD Puerto Cortés
  6. CD Aguazul San Pedro Sula
  7. CD El Progreso
- Zona Noroccidente
  1. CD Santa Rosa de Copán
  2. CD La Entrada, Copán
  3. CD Santa Barbara
- Zona Litoral Atlántico
  1. CD Tela
  2. CD La Ceiba
  3. CD Tocoa
  4. CD Olanchito
  5. CD Roatán
- Zona Centro sur
  1. CD Aguazul Tegucigalpa
  2. CD Aguazul Comayagua
  3. CD Aguazul Choluteca
  4. CD Aguazul Juticalpa

# Organigrama Departamental



# Mapa de Centros de Distribución



Productos de comercialización



## Fuerza de Ventas

La fuerza de ventas divide su trabajo en dos partes, la preventa y la autoventa. La preventa se basa en que el preventista tomará pedidos de los clientes un día antes, este trabajo se hace de una manera rápida y eficiente por medio de su dispositivo móvil para tomar pedidos, Handheld. Pero ese no es el único trabajo que tiene el preventista, este mismo tiene diferentes responsabilidades y tareas que se basan en:

1. Impulsar la cartera de negocios.
2. Cumplir con los objetivos y metas de la empresa.
3. Activar y desactivar puntos de ventas en dicha ruta asignada.
4. Revisión y cumplimiento de normas de cuidado de equipo frío asignado al cliente.
5. Revisión y cumplimiento de almacenado de inventario
6. Determinar si las solicitudes de créditos a clientes son viables o no.

El preventista al cumplir con sus tareas, envía el pedido del cliente al Área de Tráfico. Ese mismo día por la noche, el pedido se procesa y se carga en el camión asignado para la ruta del cliente, este es entregado por la segunda parte del proceso, el entregador y sus ayudantes. La mañana siguiente el entregador y sus ayudantes son los encargados de trasladar y entregar estos pedidos. Mientras los ayudantes se encargan de descargar el producto y colocarlo en el área asignada, el entregador hace constar la entrega del producto al cliente por medio de la firma de este mismo en la constancia de entrega.

Ya dentro de la autoventa, es la venta directa entre el vendedor y el cliente. Los camiones de autoventa son cargados en la noche del día anterior o madrugada del mismo día para estar listos desde muy temprano en la mañana. Estos camiones están dirigidos por un vendedor y uno o dos ayudantes dependiendo la ruta. Estos camiones son llevados a cada local de cliente para venderles en el momento, es de una manera en la cual el vendedor puede interactuar directamente con el cliente, y si es bueno vendiendo, puede lograr hacer que la venta incremente. Pero tiene una desventaja, el vendedor está limitado a vender el producto que el camión es capaz de cargar, por ejemplo, si el cliente quiere 5 cajas del PRODUCTO A, y el PRODUCTO A ya se acabó porque el vendedor vendió las últimas cajas al último cliente, entonces la venta presente, es una venta perdida.