

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
DIUNSA**

SUSTENTADO POR:

**MARIA JOSE MATUTE REYES
21541029**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION INDUSTRIAL Y DE
NEGOCIOS**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS
HONDURAS, C A**

JULIO, 2019

Índice de Contenido

Índice de Tablas	III
Índice de Anexos	IV
Dedicatoria.....	V
Resumen ejecutivo	VI
Introducción	VIII
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 institución	2
1.2.1 Reseña histórica	2
1.2.2 Misión	3
1.2.3 Visión.....	4
1.2.4 Valores	4
1.2.5 Organigrama	5
Capítulo II	7
2.1 Actividades realizadas en la empresa	7
2.1.1 Elaboración de control de gastos	7
2.1.2 Preparación de eventos/montajes de tienda	8
2.1.3 Preparación de sesión de fotos para campañas publicitarias	9
2.1.4 Elaboración de evidencia de material promocional	10
2.1.5 Control de inventario de rotulación	10
2.1.6 Elaboración de procesos creativos	11
Capítulo III	12
3.1 Propuesta de mejora implementada	12
3.2. Propuesta de Mejora	13
3.2.1.2. Descripción de la propuesta.	14
Capítulo IV	20
4.1 Conclusiones	20
4.2 Recomendaciones	21
4.2.1 Recomendaciones para la empresa.	21
4.2.2 Recomendaciones para la institución.....	21
4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes.	21
Bibliografía	22
Glosario	23
Anexos	24

Índice de Figuras

Ilustración 1 - Montajes Publicitarios I.....	15
Ilustración 2 - Montajes Publicitarios	16
Ilustración 3 - Montajes Publicitarios	17

Índice de Tablas

Tabla 1 - Costos de Estantes y Rotulación.....	13
Tabla 2 - Precios de Publicidad	14
Tabla 3 - Distribución de Espacios Publicitarios	18

Índice de Anexos

Anexo 1 -Toma de Fotografías / Sesiones	24
Anexo 2 - Entrevista	25
Anexo 3 - Entrevistas.....	26
Anexo 4 – Exhibición de productos de cama.....	27
Anexo 5 - Rotulación.....	28
Anexo 6 - Rotulaciones.....	29
Anexo 7 - Procesos Creativos	30
Anexo 8 - Rotulación Promocional.....	31
Anexo 9 - Rotulación Promocional II.....	32
Anexo 10 - Rotulación Promocional.....	33

Dedicatoria

A mis padres por el amor y apoyo incondicional que me han dado en cada etapa de mi vida y al esfuerzo que ellos han hecho por hacer de este logro algo posible. A mis hermanas por animarme y ayudarme a seguir adelante sin importar el obstáculo.

Resumen ejecutivo

El presente informe expone de forma detallada todas las actividades realizadas en la práctica profesional durante un período de doce semanas en la empresa de distribución Inversiones Universales S.A. de C.V. también conocida como Diunsa, durante el mes de marzo, abril y junio, previo a la investidura del título Licenciatura en Administración Industrial y de Negocios.

La práctica profesional representa una oportunidad para que los estudiantes demuestren sus capacidades y apliquen los conocimientos adquiridos durante el período universitario, además de aprender y obtener experiencia sobre la forma de trabajar, el manejo de sistemas, el uso de las herramientas y procesos utilizados en la empresa, desarrollando con ello una visión del trabajo en el campo laboral y de cómo se gestionan los negocios dentro de una organización.

Durante el período de práctica profesional en Diunsa se brindó apoyo en actividades como: control, preparación, montajes, sesión de fotos, mejoras en campañas publicitarias, material promocional, inventarios y colaboración en los distintos procesos.

Entre las actividades implementadas en Diunsa, se encuentra la creación del cuadro de inventario de rotulación promocional haciendo uso del sistema Microsoft Word, donde se creó una tabla que permite a los colaboradores identificar de forma cuantitativa las rotulaciones, permitiendo visualizar para mejorar la administración de materiales, donde se ejecuta un conteo de las rotulaciones utilizadas y que ayuda a identificar cuáles ya se encuentran existentes, logrando realizarlo de forma rápida y efectiva.

Una propuesta de mejora fue realizar un manual de proyectos que determinara la productividad de una persona que quiera laborar en la empresa, basado en el desempeño y realizando tareas con el fin de identificar su rendimiento y el uso de recursos con tiempo específico. Los impactos de las propuestas expuestas están ligadas a realizar un trabajo con mayor eficiencia, logrando así resultados deseados en menor tiempo, evitando gastos para la empresa.

En el informe se detallan las actividades realizadas en el departamento de Mercadeo, ya sea por medio de redes sociales o a través de eventos. La tarea asignada en el departamento antes

mencionado fue brindar apoyo a las personas encargadas en cada una de las actividades que realizaban: elaboración de control de gastos, preparación de eventos / montaje de tienda, preparación de sesión de fotos para campañas publicitarias, elaboración de evidencia de material promocional, control de inventario de rotulación y elaboración de proceso creativo. (*Ver Anexo 1*)

La propuesta de mejora implementada fue implementar un proyecto de ahorro de costos y mejora en la organización, el cuál consistió en solicitar un estante de 6 pisos para poder tener una mejor organización de cada uno de los rótulos, el cuál logra ahorro de impresión, generando beneficios positivos para la empresa para mejorar la eficiencia de trabajo ya que reduce el tiempo invertido en la identificación las rotulaciones y así se logra enviar las rotulaciones más rápido a las demás tiendas en el país. Logrando un ahorro de Lps. 3,675,000 anuales.

Introducción

El presente informe tiene como propósito dar a conocer las actividades realizadas y los aportes brindados a la empresa Distribuciones Universales S.A. de C.V. más conocida como Diunsa, ubicada en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés. (Una de las tiendas más grandes por departamento a nivel nacional).

La práctica profesional se realizó en el departamento de Mercadeo, el cual se encarga de organizar eventos de las diversas marcas existentes de venta en tiendas, también se encarga de mantener el control de productos que la empresa tiene en existencia para realizar promociones y poder tener una correcta comunicación entre los diversos departamentos al momento de promocionarlos. El período de duración de la práctica profesional fue de 12 semanas iniciando el 01 de abril y culminando el 26 de junio donde se tuvo la oportunidad de desempeñar el cargo de asistente de área, adquiriendo conocimiento de cada uno de los procesos y asignaciones que forman parte del departamento de Mercadeo, aportando ideas creativas para hacer que las tareas se realicen de formas más eficiente.

El informe de la práctica profesional tiene varios objetivos que se pretenden cumplir, seguido por los aspectos generales de la empresa, la reseña histórica, descripción de la empresa, la misión, visión y valores. El segundo capítulo expone las tareas asignadas por el personal de mercadeo y los lineamientos realizados durante el período de la práctica profesional, donde se detallan cada actividad realizada por orden de importancia. En el tercer capítulo se presentan las mejoras aplicadas o la propuesta de mejora para la empresa, la cual causará un impacto en la empresa, brindando una mejora significativa para la empresa a largo plazo, presentando una disminución de costos para la empresa. Y para finalizar, el capítulo cuatro consiste en las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron durante la práctica profesional.

1. Capítulo I

En el siguiente capítulo se presentan los objetivos de la práctica profesional, el objetivo general y los objetivos específicos; los datos generales de la empresa, la reseña histórica, la misión, visión, valores y el organigrama.

1.1 Objetivos de la práctica profesional

1.1.1 Objetivo general.

Aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación universitaria y aportar a la empresa los conocimientos necesarios de forma eficiente para crear un impacto significativo, logrando identificar las áreas de oportunidades dentro de la empresa para poder dar propuestas de mejora en las áreas necesarias.

1.1.2 Objetivos específicos.

- Actualizar la base de datos de control de gastos para llevar un registro actualizado y mejorar la toma de decisiones.
- Ayudar a los colaboradores de mercadeo con la organización de eventos y actividades de las diferentes marcas con el objetivo de brindar nuevas ideas en el proceso.
- Analizar las debilidades dentro del departamento asignado para poder brindar diversas oportunidades de mejora en los procesos.

1.2 Datos generales de la institución

1.2.1 Reseña histórica

Diunsa fue fundada en el año de 1976, en la ciudad de San Pedro Sula, Honduras, Centro América, siendo la actividad principal de la misma, la representación y distribución al por mayor y al detalle, de toda clase de productos de calidad. El 8 de marzo, es la fecha de fundación de Diunsa en la Ciudad de San Pedro Sula, con una tienda ubicada en la segunda calle (carretera vieja a La Lima). Iniciando operaciones con 34 empleados, en un espacio de 100mts. En 1977 comenzaron a negociar con clientes mayoristas. Luego inauguraron la primera tienda en Tegucigalpa en el año 1990, la segunda tienda en Tegucigalpa llamándose Diunsa Miraflores en el año 1996 y la tercera tienda en la ciudad de Tegucigalpa en el año 2006, en el centro comercial Metromall. En el año 2011 abrieron sus puertas en la segunda tienda en San Pedro Sula, el 11 de noviembre de ese año a las once de la mañana con once minutos, se inauguró Diunsa Plaza Pedregal. En noviembre del año 2013 se inauguró la primera tienda Diunsa en la ciudad de La Ceiba, convirtiéndose esta en la sexta tienda a nivel nacional. Durante más de 42 años en los que Diunsa ha estado en el mercado hondureño, puede decir que uno de sus principales logros, ha sido la evolución conforme al ritmo de los tiempos. Diunsa siempre se ha actualizado, mejorado y cumplido con todos los estándares y cumplido con todos los estándares internacionales, poniéndose a la altura de cualquier otra tienda a nivel mundial. Actualmente la empresa mantiene un sistema de almacenamiento y distribución de productos con una flota de más de 30 camiones, los cuales abastecen los diferentes negocios a lo largo y ancho de todo el territorio hondureño.

Al día de hoy, la empresa cuenta con un aproximado de 1,000 empleados en su estructura organizativa y cerca de 5,000 clientes mayoristas y detallistas. Hoy por hoy, Diunsa es una marca de peso en todo el país. Los consumidores reconocen su valor y lo asocian con muy buena voluntad, hacia la innovación, calidad, precios bajos y, sobre todo, el gusto de ser una marca 100% Hondureña. Diunsa está reconocida por manejar los mejores precios del mercado, es por eso por lo que su slogan es “Lo mejor para comprar”.

Las principales marcas del país, siempre buscan tener una asociación ya sea promocional o de patrocinio, ya que reconocen el gran valor de marca, que Diunsa tiene, con un top of mind, casi absoluto en la mente de los hondureños, cualquier persona podría decir, lo que es Diunsa, ya que a lo largo de más de 39 años, desde que se fundó “Distribuciones Universales, S.A” siempre ha tenido un alto media awareness, en los principales medios de comunicación, siendo esta, una de las marcas más importantes del país.

1.2.2 Misión

Fortalecer nuestro liderazgo en el mercado, siendo la mejor opción de compra en todas nuestras categorías a través de:

- Las mejores tiendas
- El mejor surtido
- Los mejores precios
- Las mejores marcas
- La mejor experiencia de compra
- El mejor servicio de atención al cliente
- Las mejores prácticas de responsabilidad Social

Claves de nuestra misión:

- Surtido: contar con más opciones de compra.
- Calidad: superar lo que el cliente espera.
- Precios: comunicar el valor de comprar en Diunsa.
- Marcas: Respaldo de nuestros proveedores.
- Experiencia de compra: superar lo que el cliente espera recibir.
- Servicio de atención al cliente: el cliente es nuestra prioridad.
- Responsabilidad social empresarial: responder a nuestro público.

1.2.3 Visión

Mantenernos como la empresa líder de Honduras en canales de tienda y mayoreo en cada una de las categorías que manejamos, garantizando a nuestros clientes los precios más bajos del mercado, mejoras de calidad de vida y una experiencia de compra superior mediante nuestro conocimiento del cliente, nuestra responsabilidad social y la excelencia operativa de todas las áreas de la empresa.

Claves de nuestra visión:

- Empresa líder
- Los precios más bajos
- Experiencia de compra superior
- Conocimiento del cliente
- Responsabilidad social
- Excelencia operativa

1.2.4 Valores

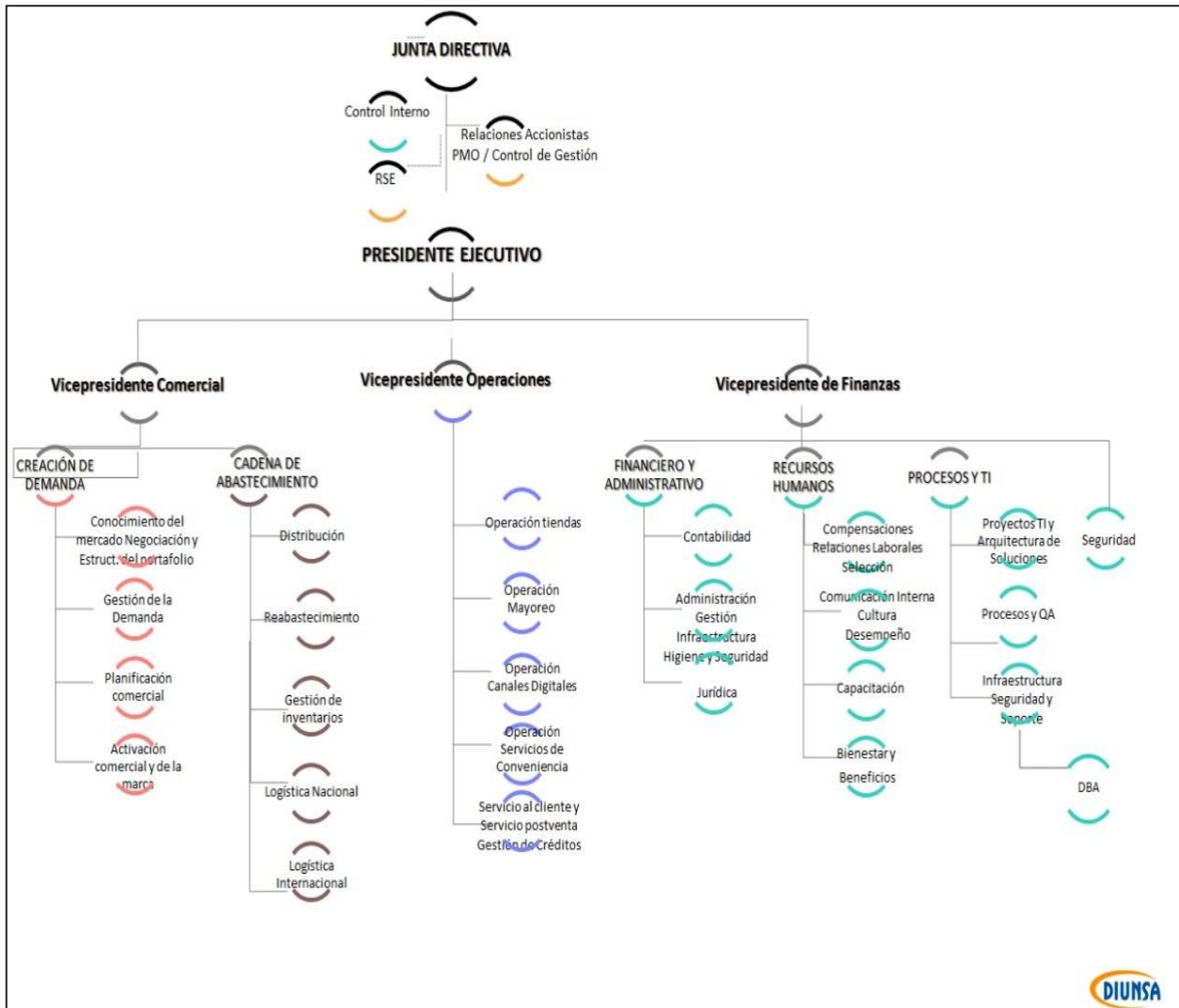
- Honestidad
- Responsabilidad
- Liderazgo
- Excelencia Operativa
- Trabajo en equipo y compromiso
- Innovación
- Trato justo y responsable a nuestros colaboradores
- Responsabilidad social a nuestras comunidades, colaboradores y familias

(Diunsa, 2016)

1.2.5 Organigrama

A continuación se presenta el organigrama de la empresa, donde se muestra cómo se conforma la junta directiva y los presidentes ejecutivos: vicepresidente comercial, de operaciones y de finanzas.

Figure 1 - Organigrama de la Empresa



Fuente: (Diunsa, 2016)

1.2.6 Fundación Diunsa

Fundación Diunsa es la organización social local para el desarrollo de Escuelas Socio-deportivas de la Fundación Real Madrid, en Honduras. Desde el año 2011, ambas organizaciones trabajan en beneficio de la niñez y la juventud, con el apoyo de entidades locales.

En San Pedro Sula, la escuela funciona en el Estadio “Jaime Villegas” a través de la alianza con la Alcaldía de esta ciudad. En Tegucigalpa, la sede de “Formando Campeones” se encuentra en las instalaciones deportivas de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán (UPNFM). Para el desarrollo de este programa se cuenta, además, con el apoyo de: Instituto Hondureño de Cultura Interamericana (IHCI), Fundación Honduras Investiga (FHI), Cursos San Vicente de Paúl, PORSALUD, Supermercados La Colonia, Panadería Moderna.

La Fundación Diunsa trabaja de la mano del Programa “Amigos para Siempre” y de Fundación Buckner, en San Pedro Sula. En Tegucigalpa, con las organizaciones: Casa Alianza de Honduras, Aldeas Infantiles SOS y Hogares CREA.

2. Capítulo II

En este capítulo se describen cada una de las actividades realizadas en la empresa, el objetivo es exponer y explicar las actividades desempeñadas en el cargo, la descripción de los diversos procesos realizados y el impacto en la empresa.

2.1 Actividades realizadas en la empresa

A continuación, se detallan las actividades realizadas durante el período de la práctica profesional en el departamento de Mercadeo, uno de los departamentos más importantes dentro de la línea de trabajo de Diunsa, ya que es el encargado de promover los artículos, ya sea por medio de redes sociales o a través de eventos.

El departamento de Mercadeo consta de diversas áreas tales como organización de eventos, montajes de tienda, preparación de sesiones de fotos para campañas publicitarias, contenido digital para las redes sociales, entre otros.

En el siguiente listado se detallan las actividades realizadas por orden de importancia:

1. Elaboración de control de gastos
2. Preparación de eventos / montaje de tienda
3. Preparación de sesión de fotos para campañas publicitarias
4. Elaboración de evidencia de material promocional
5. Control de inventario de rotulación
6. Elaboración de proceso creativo

2.1.1 Elaboración de control de gastos

Diunsa cuenta con un sistema de facturación interna para llevar control de las facturas que se gestionan en eventos, publicidad, decoración, alimentación, patrocinio gestionando los gastos con el departamento de contabilidad, el cual es el encargado de realizar los pagos a los proveedores de servicios necesarios en los eventos que se hacen o en el patrocinio que se les ofrece a las personas que promueven los productos de Diunsa por diferentes medios.

El programa fue diseñado para que el personal asignado por departamento pueda ingresar las facturas, las cuáles se ingresan dependiendo la ocasión en la cuál ha sido utilizada o para que evento se utilizó.

Este proceso es muy importante ya que es necesario hacer un buen manejo del sistema de facturación y conocer las diferentes cuentas a las cuáles se les acredita con el valor ingresado en el sistema. El programa es sumamente importante porque a través de el se realizan los pagos a los proveedores, por lo que la información debe ser confiable y debe ser ingresada correctamente. (Fernandez, 2016)

2.1.2 Preparación de eventos/montajes de tienda

La empresa se mantiene en constante innovación de los productos que comercializa, por esta razón realizan eventos para promocionar diversas líneas de productos y hacer lanzamientos de distintas marcas. Todos estos eventos llevan una logística impresionante, integrada por varias personas que son de vital importancia para lograr el objetivo final.

En varias ocasiones se tuvo la oportunidad de ser parte de la logística para la realización de estos eventos importantes. Uno de los más importantes fue el Fashion Show de la Escuela Internacional Sampedrana, el cuál consistió en un desfile de los alumnos de último año como actividad para recaudar fondos. Los alumnos escogieron la ropa que querían desfilarse ese día, para ese evento se gestionó un cuadro control de prendas para llevar un control de cada camisa, pantalón, calzado y accesorio que cada alumno portaba. Siendo un total de 45 alumnos. Luego se realizó un control de toda la ropa a la escuela y distribuirla de manera ordenada a cada alumno para que ninguna prenda se perdiera en el proceso y se llevara el control adecuado del inventario.

Se tuvo la oportunidad de ayudar a organizar la entrevista del reportero reconocido Fernando Palomo y al ex jugador del Real Madrid de fútbol profesional de la liga española Emilio Butragueño, ambas personas con una trayectoria profesional impecable. (*Ver Anexo 2*)

Los eventos antes mencionados fueron uno de los muchos de los cuáles se asistió brindando la ayuda necesaria y aportando ideas eficientes durante cada uno de estos. (*Ver Anexo 3*)

La logística de estos eventos conlleva una gran responsabilidad dentro de la organización. Siendo las áreas más importantes para realizar un evento las siguientes:

- Decoración
- Ubicación
- Mobiliario
- Audio
- Alimentación
- Rueda de prensa
- Montaje

2.1.3 Preparación de sesión de fotos para campañas publicitarias

Para Diunsa la imagen y el prestigio que tiene ante el público es de vital importancia, por esa razón la empresa invierte mucho tiempo, equipo y dinero en sus campañas publicitarias. Las campañas publicitarias son un factor significativo dentro de la cadena de venta de un producto, ya que generan interés al consumidor el cuál compra el producto y genera beneficios a la empresa. (Martinez, 2018)

La organización de una sesión de fotos es muy importante dentro de la organización. La identidad de la marca o de la imagen de la empresa es la percepción que tienen los clientes, por lo cual es de vital importancia captar la atención con imágenes de calidad, que puedan impactar a los demás y crear una nueva experiencia. Por ello es necesario que la foto sea cuidada y estudiada. (TImpulsa, 2015)

Hay muchos factores que se deben tomar en cuenta, los más importantes a tomar en cuenta son: las/los modelos, la ubicación de donde serán tomadas las fotos y si ese lugar esta apto para la imagen que se desea proyectar. Finalmente, los artículos a los que se les va a tomar foto o que se van a modelar.

Durante el tiempo realizando la práctica profesional en Diunsa se tuvo la oportunidad de apoyar con la organización de varias sesiones de fotos, ua de ella fue la sesión de fotos de la campaña de verano; en esta sesión de fotos se tomó en cuenta todos los artículos relacionados con pasar un

verano en la playa, la sesión de fotos se llevó a cabo en el Hotel “El Paraíso” ubicado en Omoa. En esta sesión de fotos se enfocó en la línea de ropa de Diunsa, logrando exhibir la ropa, accesorios, trajes de baño, calzado y accesorios de piscina.

En otra ocasión se tuvo la oportunidad de apoyar en la sesión de fotos para el lanzamiento de una marca nueva por Diunsa. La marca “Casabella”, una marca de artículos y accesorios para el hogar. Esta sesión de fotos fue en el Hotel Intercontinental, con el objetivo de exhibir productos de cama, accesorios de hogar, cortinas y muchas cosas más. El propósito de esta sesión de fotos era mostrar los artículos en una forma más hogareña para que las personas pudieran relacionarse con ese ambiente y así poder atraer más compradores a los artículos nuevos de Casabella. (*Ver Anexo 4*)

2.1.4 Elaboración de evidencia de material promocional

Un material promocional es aquel medio de transmisión de los mensajes publicitarios, por ejemplo los banners, anuncios de radio, anuncios en videos o videojuegos y hoy en día el marketing online. El objetivo de todo este material es de atraer la atención de los visitantes y poder generar un interés por el producto o servicio que se ofrece y de esa forma conseguir una meta. (Rytewiki, 2018)

Este proceso es muy importante en la empresa debido a que gracias a ello la empresa puede cobrar a las marcas el material que se produce en cada una de las ocasiones donde se presenta una nueva edición de productos, permitiéndole generar ganancias. De esa forma, la marca puede promocionar sus diferentes épocas comerciales del año. La marca cobra por el material y a ellos también les sirve como comprobante de los pagos que les hacen a Diunsa. Todo este proceso se ha implementado para el beneficio de ambas partes.

2.1.5 Control de inventario de rotulación

Durante la impresión de rotulaciones se logró apoyar en la organización e inventario de cada estilo de rótulo dependiendo de la promoción que se utilizó.

Se trabajó en el departamento se logró culminar el objetivo en el transcurso de varios días, el cuál era optimizar de la mejor manera el espacio para colocar de una forma más ordenada cada rótulo. Existen en promedio 30 tipos de rotulaciones distintas con grandes cantidades de cada uno, cuentan

con un inventario al día con cada rotulación, de esta forma logran tener un mejor conocimiento de que rotulación se necesita mandar a imprimir. (*Ver en Anexo 5 y 6*)

2.1.6 Elaboración de procesos creativos

Para elaborar un proceso creativo, se debe realiza un arte o una promoción. Para iniciar un arte o promoción de una temporada o artículo en específico se debe tomar en cuenta varios factores importantes, dentro de estos factores están: primero, se debe considerar la promoción o artículo definido por el departamento de compras, luego, se debe dirigir a la tienda a tomar foto del artículo con el equipo de la agencia de publicidad. Finalmente, se hace el arte publicitario para publicación en redes sociales y periódicos. En dicho proceso es muy importante el trabajo en equipo ya tiene tres departamentos diferentes para lograr un solo objetivo. Por lo que se debe coordinar entre ellos y organizar cada uno de los detalles para cumplir con el objetivo final. Durante la participación en conjunto con la Coordinadora de Promociones y los encargados de la Agencia de Publicidad (quienes toman las fotografías de los artículos) se lograron realizar los procesos creativos buscando diversos artículos para crear una nueva promoción. (*Ver Anexo 7*)

3. Capítulo III

Este capítulo presenta la mejora implementada elaborada y aprobada por la empresa para contribuir al mejoramiento o fortalecimiento de un proceso o un departamento.

3.1 Propuesta de mejora implementada

3.1.1. Propuesta 1: Inventario de rotulación de promociones

3.1.1.1. Antecedentes

La mejora implementada surgió de las múltiples quejas de los colaboradores del departamento de mercadeo por la desorganización que había en la oficina, ya que todas las cajas de los rótulos no tenían una ubicación específica, estaban totalmente desordenados, y no se contaba con un lugar asignado para ser almacenados en la oficina. El problema ocurría debido a la falta de control de cantidad de cada promoción, cada vez que necesitaban una rotulación mandaban a imprimir sin saber que tenían actualmente. La consecuencia del problema era que se dificultaba llevar un control de la cantidad que habían de cada rótulo. Y se presentaba desorden en el piso por las personas que tenían que pasar por ahí. Durante las primeras dos semanas se observó la incomodidad que existía por parte del personal, lo que se tomó como una oportunidad de mejora de corregir este problema con una solución práctica de beneficio al personal y a la empresa.

3.1.1.2. Descripción de la implementación

La mejora implementada consistió en solicitar un estante de 6 pisos para poder tener una mejor organización de cada uno de los rótulos. (*Ver Anexo 8*) Los que se ubicaron de acuerdo a la frecuencia de uso, es decir cuales se utilizan con mayor frecuencia, los de promoción o los genéricos. (*Ver Anexo 9*) Se elaboró un cuadro con una imagen de la rotulación con un espacio para escribir la cantidad de impresiones que se puedan estar actualizando, luego hacer un inventario de cuantas impresiones habían de cada uno para poder llevar un control e ir llenando el cuadro e imprimir unas etiquetas para pegar en los bordes del estante para identificar más rápido las rotulaciones. Lo mencionado anteriormente fue realizado durante el período de una semana. El costo del estante es de Lps. 2,500 y de la rotulación es de Lps. 10,000 o 15,000 dependiendo si es promoción o si es de descuentos. (*Ver Tabla 1*)

Tabla 1 - Costos de Estantes y Rotulación

Estante	Impresión de Rótulos (10,000 unidades // 1 Promoción)	Impresión de Rótulos (15,000 unidades // Descuentos)
Lps. 2,500	Lps. 7,500	Lps. 10,000
Total (Estante + Rótulos)	Lps. 10,000	Lps. 12,500

3.1.1.3. Impacto de la implementación

Con la implementación de la mejora uno de los beneficios es que el Departamento de Mercadeo cuenta con un inventario de rotulación para que pueda distribuir las rotulaciones a todas las tiendas Diunsa en el país, así mismo es un ahorro de tiempo para los colaboradores a la hora de buscar las rotulaciones. El beneficio es un ahorro de impresión ya que no tendrían que mandar a imprimir cuando ya hay impresión actualmente en la oficina. Todos estos son beneficios positivos para la empresa para poder mejorar la eficiencia de trabajo ya que les tomara menos tiempo identificar las rotulaciones y así podrán enviar las rotulaciones mas rápido a las demás tiendas en el país.

El tiempo que ahorra la empresa gracias a la implementación del inventario de rotulación es de una semana y media, buscando de forma rápida el rótulo que necesitan. (Ver Anexo 10)

Propuesta de Mejora

3.1.2. Propuesta 1: Implementación de espacios publicitarios

3.1.2.1. Antecedentes.

Al inicio de la temporada de práctica profesional, fue para una de más temporadas más importantes a nivel comercial, día de la madre, en la que durante esa fecha se realiza una dinámica comercial alta en la que se realizan varias promociones las cuáles dio como resultado más clientes a la tienda que en años anteriores, debido a la cantidad de opciones de compra se implementó hasta hace poco tiempo el uso de ganchos especiales para colocar los rótulos preciaadores en los productos, ésto por consecuencia de las remodelaciones realizadas en la tienda principal, llamada DIUNSA San Fernando, sin contar en esa instancia en considerar espacios que podrían explotarse para venta de las marcas que se distribuyen en la tienda para lograr enriquecer el reconocimiento de las marcas que aquí se distribuyen.

Durante la práctica profesional, se ingresó en medio de la temporada de trabajo alta de la empresa donde el tráfico de personas dentro de la tienda es de 3,500 a 4000 personas diarias, Diunsa San Fernando esta ubicada en un área muy comercial de la ciudad, lo cual es un factor influyente ya que en la tienda existen muchos espacios desaprovechados para poder exhibir publicidad.

3.1.2.2. Descripción de la propuesta.

Con la propuesta se brinda una solución a estos espacios que han estado desaprovechados en el piso de venta de la tienda principal, por lo que se recomienda poder implementar la rotulación según la necesidad del lugar donde se realizará conforme la superficie a cubrir, utilizando vinil sobre PVC, vinil sobre coroplast, lona atornilla, entre otras opciones de materiales.

El objetivo principal es instalar la publicidad en los espacios no utilizados y poder obtener un beneficio monetario por parte de las marcas de Diunsa, actualmente cuenta con 65 marcas autorizadas para la venta por mayoreo de los productos que pueden ofrecer, las marcas pueden pagar un precio mensual por la publicidad de su marca en las tiendas Diunsa siendo este un beneficio monetario alto para Diunsa, por el alquiler de espacio publicitarios. Durante este tiempo se logró encontrar 15 espacios no utilizados por la empresa, en los cuales tienen diferentes precios dependiendo de la ubicación del puesto o del tamaño de la publicidad que soliciten.

Se creó un formato con fotografía, ubicación, medida, valor y total mensual de los montajes alrededor de la empresa (*Ver en Ilustración 1,2 y 3*)

Así mismo se incorporó un cuadro de precios de publicidad, dependiendo del tamaño, espacio y tráfico de personas en esa área. Con este cuadro se calcula el monto del precio de alquiler dependiendo de cuantos pies tiene, el espacio y que tan transitada es esa área. (*Ver Tabla 2*) El cuadro se trabajó de la mano con el gerente de mercadeo, quién facilitó la distribución.

(*Ver distribución de Espacios Publicitarios en Tabla 3*)

Tabla 2 - Precios de Publicidad

Tipo	Importancia	Ubicación	Precio por pie
A	Mas importante	Entradas y salidas	\$60
B	importante	Pasillos principales	\$50
C	regular	Pasillos secundarios	\$30

Ilustración 1 - Montajes Publicitarios I

Fotografía	Ubicación	Medida	Valor	Total Mensual
	Mesa en Área de Tecnología	2 pies de ancho x 2 pies de largo	30\$ x pie	120\$
	Pared en Área de Tecnología	4 pies de ancho x 6 pies de largo	50\$ x pie	1200\$
	Columna Área de deporte	2 pies de ancho x 4 pies de largo	30\$ x pie	240\$
	Columna Área de deporte	3 pies de ancho x 4 pies de largo	50\$ x pie	600\$
	Pared Área de moda niño	16 pies de ancho x 2 pies de largo	30\$ x pie	960\$

Ilustración 2 - Montajes Publicitarios

	Pared área de moda niña	16 pies de ancho x 2 pies de largo	30\$ x pie	960\$
	Pared moda dama	16 pies de ancho x 3 pies de largo	50\$ x pie	2400\$
	Pared Salida	8 pies de ancho x 4 pies de largo	60\$ x pie	1920\$
	Columna en área de electro	8 pies de ancho x 2 pies de largo	50\$ x pie	800\$
	Columna Área de juguetería	8 pies de ancho x 2 pies de largo	50\$ x pie	800\$

Ilustración 3 - Montajes Publicitarios

	Colgantes Aéreos por pasillo	2 pies de ancho x 2 pies de largo	50\$ x pie	200\$
	Columna Área de caja entrada	6 pies de ancho x 3 pies de largo	50\$ x pie	900\$
	Forrado de ambos censor entrada	4 pies de ancho x 2 pies de largo	50\$ x pie	400\$
	Forrado de ambos censor salida	4 pies de ancho x 2 pies de largo	50\$ x pie	400\$
				\$12,500

3.1.2.3. Impacto de la propuesta

Uno de los beneficios es aumentar la publicidad dentro de la tienda con marcas que maneja Diunsa, donde se obtendrá un beneficio monetario mensual con el cual no contaba antes. El material será pagado por la marca que este alquilando el espacio publicitario. Otro beneficio que la empresa obtendrá es tener un nuevo mercado para el alquiler de espacios publicitarios y tendrán la oportunidad de ofrecer esos espacios publicitarios a otras marcas, con este beneficio Diunsa tendrá nuevas oportunidades de trabajo con diferentes marcas. El beneficio también será de gran provecho para las marcas que decidan rentan el espacio publicitario ya que Diunsa tiene un gran trafico de personas a diario, es decir mas personas verán la publicación de la marca. El impacto monetario es de Lps. 3,675,000.00 anuales. (Ver en Figura 2)

Tabla 3 - Distribución de Espacios Publicitarios

Tipo	Ubicación	Medida	Valor	Total, Mensual
A	Pared Salida	8x4	60\$	1920\$
B	Pared en Área de Tecnología	4x6	50\$	1200\$
B	Columna Área de deporte	3x4	50\$	600\$
B	Columna Área de deporte	3x4	50\$	600\$
B	Pared moda dama	16X3	50\$	2400\$
B	Columna en Área de electro	8x2	50\$	800\$
B	Columna Área de juguetería	8x2	50\$	800\$
B	Colgantes Aéreos por pasillo	2x2	50\$	200\$
B	Columna Área de caja entrada	6x3	50\$	900\$
B	Forrado de ambos censor entrada	4x2	50\$	400\$
B	Forrado de ambos censor salida	4x2	50\$	400\$
C	Mesa en Área de Tecnología	2x2	30\$	120\$
C	Columna Área de deporte	2X4	30\$	240\$
C	Pared Área de moda niño	16X2	30\$	960\$
C	Pared área de moda niña	16X2	30\$	960\$
	Total Mensual			\$12,500

Fuente: (Elaboración Propia)

A continuación se muestra el impacto monetario de la propuesta implementada, donde se refleja que el ingreso de \$12,500 por el alquiler de 15 espacios nuevos, si se multiplica por la cantidad de meses al año (12) el total es de \$150,000 anuales, tomando en cuenta una tasa de cambio del dólar de 24.50 el total sería de Lps. 3,675,000 anuales.

Figure 2 - Impacto Monetario

Impacto Monetario

15 espacios nuevos alquilados = \$12,500 mensuales

$12,500 * 12 \text{ meses} = \$150,000 \text{ anuales}$

$\$150,000 * 24.50 \text{ tasa de cambio} = 3,675,000 \text{ lempiras anuales}$

Fuente: (Elaboración Propia)

4. Capítulo IV

4.1 Conclusiones

- Se actualizó la base de datos de control de gastos, llevando un registro actualizado que ayuda a que los colaboradores puedan tener acceso a la información fácilmente y tomar decisiones en tiempo real que mejore la eficiencia del proceso.
- Se brindó ayuda a los colaboradores de mercadeo con la organización de eventos y actividades de las diferentes marcas brindando nuevas ideas en los procesos realizados, dando a conocer diferentes puntos de vista para una mejor toma de decisiones. Como ser creación de un cuadro de inventario de rotulaciones de promociones, por lo que haciendo uso de esto se optimizará y verificará con mayor facilidad los rótulos disponibles evitando excesos.
- Se analizó la oportunidad de mejora de tener una mejor organización de cada uno de los rótulos por lo que se implementó el alquiler de espacios publicitarios generando un ingreso de Lps. 3,675,000 anuales.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones para la empresa.

Se recomienda a la empresa integrarse al programa Global Career Center de UNITEC y poder solicitar practicantes para los diferentes puestos en la empresa. Debido a que la empresa tiene la necesidad de mano de obra calificada y con un costo bajo es una opción viable. Esto le ayudara también a probar a futuros aspirantes a puestos de administración e ingeniería. La empresa debería empezar a invertir más en mejoras tecnológicas para la mayoría de sus departamentos como por ejemplo las líneas de teléfonos están defectuosas y no siempre se puede contactar a las personas que necesitan.

4.2.2 Recomendaciones para la institución.

Debido a las experiencias en la empresa se recomienda a la institución brindar más oportunidades a los alumnos para poder poner en práctica todas las habilidades y conocimientos adquiridos en las clases. Es importante que la Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC, continúe innovando y mejorando las condiciones educativas de Honduras, al igual que se recomienda que implementen actividades semejantes a las de la vida laboral para tener un conocimiento previo.

4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes.

Se les recomienda poner el mayor de sus esfuerzos en su desempeño en esta etapa laboral ya que es una experiencia muy bonita y es la oportunidad de poner en practica todos los conocimientos adquiridos durante la vida estudiantil. Diunsa es una muy buena empresa para los estudiantes próximos a cursar su practica profesional. Es una empresa con un ambiente laboral muy bueno, además de ser un lugar con salarios buenos. Así mismo todos los colaboradores gozan de beneficios como descuentos en las tiendas Diunsa a nivel nacional.

Bibliografía

- Comunicaciones. (Abril de 2018). *Fundacion DIUNSA inicia temporada 2018 en escuela socio deportiva "formando campeones"*. Obtenido de Fundahrse.org:
<https://fundahrse.org/boletines/fundacion-diunsa-inicia-temporada-2018-en-escuela-socio-deportiva-formando-campeones/>
- Diunsa. (2016). *Diunsa.net*. Obtenido de <https://www.diunsa.net/>
- Fernandez, A. (3 de 10 de 2016). *Academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/9694431/Unidad_2_Costos_Empresariales
- Humanidades. (6 de 05 de 2013). *Conceptodefinicion*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/material-p-o-p/>
- Martinez, J. (20 de 10 de 2018). *Liderazgo y Mercadeo*. Obtenido de <https://www.liderazgoymercadeo.co/canales-de-distribucion/>
- Rytwiki. (15 de Febrero de 2018). *Rytwiki*. Obtenido de https://es.ryte.com/wiki/Material_Publicitario
- TImpulsa. (15 de 04 de 2015). *TImpulsa*. Obtenido de <https://www.timpulsa.com/blog/2015/04/16/importancia-buena-fotografia-corporativa/>

Glosario

Colaboradores: personal encargado de realizar diversas actividades dentro de la organización.

Dinámica comercial: promociones que la empresa tiene establecidas cuyo fin es atraer mayor cantidad de clientes.

Material promocional: Amplia gama de productos que tiene como finalidad hacer publicidad de una marca.

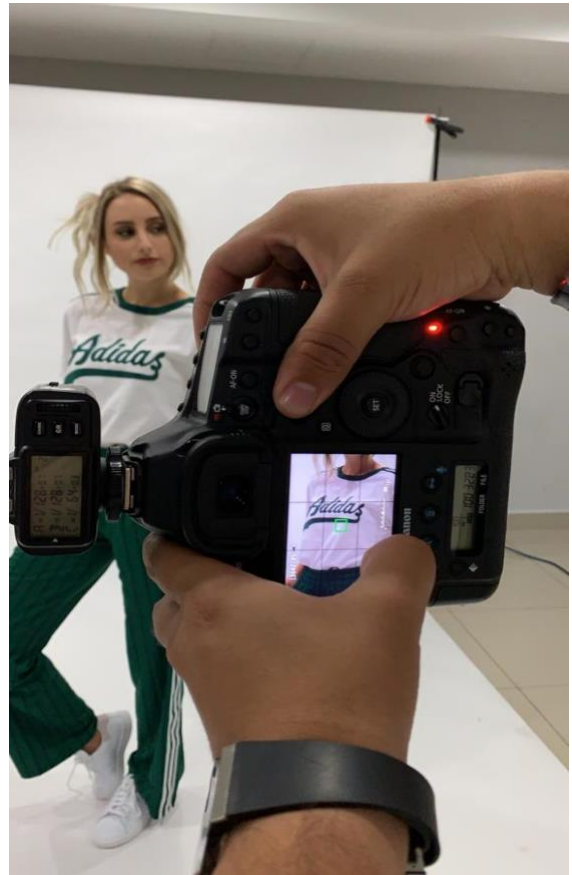
Requisar: proceso de pedir autorización de autoridades para poder sacar de la tienda artículos que se necesiten en un evento.

Material POP: es básicamente cualquier objeto o cosa que tenga un logo o emblema que represente una marca, empresa u organización que requiera que un público determinado la conozca.

Anuncio: es una estrategia publicitaria enmarcada en la necesidad de una empresa de dar a conocer su producto. La relación que los bienes y servicios guardan con los consumidores están estrechamente relacionadas con la calidad con la que los anuncios ejemplifican la utilización de un producto

Anexos

Anexo 1 -Toma de Fotografías / Sesiones



Anexo 2 - Entrevista



Anexo 3 - Entrevistas



Anexo 4 – Exhibición de productos de cama



Anexo 5 - Rotulación



Anexo 6 - Rotulaciones



Anexo 7 - Procesos Creativos



Anexo 8 - Rotulación Promocional

PRECIADORES MEDIA CARTA - GENÉRICOS



PRECIADORES MEDIA CARTA - CREDIDIUNSA



RÓTULOS TAMAÑO CARTA - GENÉRICOS



RÓTULOS TAMAÑO CARTA - AHORRO MÁS



Anexo 9 - Rotulación Promocional II

RÓTULOS TAMAÑO CARTA – CREDIDIUNSA



RÓTULOS PERFORADOS



Anexo 10 - Rotulación Promocional

