

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

NESTLÉ HONDUREÑA

SUSTENTADO POR:

LAURA REGINA CONTRERAS AGUILAR

21541260

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

SAN PEDRO SULA, CORTÉS HONDURAS, C. A.

FECHA: JULIO, 2019

Índice

Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
Resumen Ejecutivo	VII
Introducción	IX
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.....	2
1.2.1 Reseña Histórica	2
1.2.2 Misión	2
1.2.3 Visión.....	2
1.2.4 Principios de actividad empresarial	3
1.2.5 Organigrama	5
2. Capítulo II	7
2.1 Actividades Realizadas	7
2.1.1 Recopilación de fotos para programa Iniciativa de Jóvenes.....	8
2.1.2 Monitoreo programas inducción de nuevas contrataciones.....	8
2.1.3 Digitalizar documentos bajas 2014 – 2018.....	9
2.1.4 Traducción de presentaciones PowerPoint	10
2.1.5 Daily Operation Review (DOR)	10
2.1.6 Notisemana	11
2.1.7 Actualización actividades del puesto	11
2.1.8 Inventariado de mobiliario oficinas administrativas.....	12
2.1.9 Coordinación y agendado de entrevistas a candidatos.....	13
3. Capítulo III.....	14
3.1 Propuesta de mejora.....	14

3.1.1 Propuesta 1: Academia de Agentes Excepcionales	14
3.1.1.1 Antecedentes	14
3.1.1.2 Descripción de la propuesta	15
3.1.1.3 Impacto de la propuesta.....	17
4. Capítulo IV.....	18
4.1 Conclusiones.....	18
4.2 Recomendaciones	19
4.2.1 Recomendaciones a la empresa	19
4.2.2 Recomendaciones a la universidad.....	19
4.2.3 Recomendaciones al estudiante	19
Bibliografía	21
Glosario de Términos.....	22
Anexos	23

Índice de Figuras

Figura 1 Organigrama de Recursos Humanos	5
Figura 2 Organigrama Nestlé Hondureña	6
Figura 3 Actividades de Recursos Humanos	7
Figura 4 Actividades Youth Nestlé	23
Figura 5 Archivos Bajas 2014 - 2018	23
Figura 6 Imagen 1 Reunión Impulsadoras Purina.....	24
Figura 7 Imagen 2 Reunión Impulsadoras Purina.....	24
Figura 8 Imagen 3 Reunión Impulsadoras Purina.....	25
Figura 9 Costo total materiales taller	25
Figura 10 Costo total boquitas Patty.....	26
Figura 11 Cotización Hyatt Place	26

Índice de Tablas

Tabla 1 Total horas hombre Jefe de Categoría Nestlé	17
---	----

Dedicatoria

En primera instancia quiero agradecerle a Dios porque me ha permitido vivir una vida llena de retos, aventuras y esfuerzos que me permiten ser la persona que soy hoy.

En segunda instancia a mi madre quien siempre me ha guiado por el camino de lo que es correcto y me ha apoyado a lo largo de mi vida.

Agradecimiento

Le agradezco a la Licenciada Paula Hernández por la asesoría que me brindó para llevar a cabo una tesis estructurada y presentable.

Agradezco también a todos los catedráticos los cuales forjaron el carácter que tengo hoy día e impregnaron todo su conocimiento en mí.

A Nestlé Hondureña por permitirme aprovechar al máximo la oportunidad y mejorar mi desempeño.

Resumen Ejecutivo

El objetivo de este informe es detallar la experiencia vivida durante diez semanas al adentrarse en el mercado laboral como tal en una empresa reconocida como Nestlé Honduras. Las oficinas y centro de distribución principal se ubican en San Pedro Sula, con una oficina adicional en la capital de Tegucigalpa. Gracias a la oportunidad brindada por Nestlé se desempeñó el cargo de apoyo al área de Recursos Humanos (RRHH).

Nestlé como compañía se enfoca en el rubro de comidas y bebidas, con muchas marcas exitosas representadas por todo el mundo. Su traslado junto con la inversión hecha en el nuevo Centro de Distribución (CD) la posicionaría como uno de los CD más modernos en el país. Cabe mencionar de igual manera que Nestlé Hondureña no fabrica ningún alimento ni bebida, únicamente funciona como centro de distribución en el país.

La empresa es celebrada por su compromiso con la responsabilidad social que motiva a sus empleados a colaborar de manera voluntaria y por apoyar la diversidad e inclusión en su recurso humano. El programa de Iniciativa de Jóvenes sustenta el apoyo ésta fuerza laboral ofreciendo charlas para orientarse, herramientas para instruirse y oportunidades para demostrar ese desempeño. Por medio de Plan Nescafé, Nestlé demuestra su apoyo en mejorar la calidad y condiciones del café local.

En el transcurso de la práctica profesional en el área de RRHH se logró comprender la importancia que hay en un excelente trato del cliente interno de la empresa, gracias a esto Nestlé obtuvo el galardón del Mejor Lugar Para Trabajar dos años consecutivos. Se trabajó también en mejorar el perfil de un puesto de trabajo, ampliando y actualizando la lista de actividades del mismo para mostrar claridad para el futuro empleado.

Las diversas tareas aportaron a directamente a fomentar la buena comunicación entre el grupo, la dinámica, la confianza y el respeto. En RRHH se vieron procesos iniciales de entrevistas, el proceso de selección y filtro de candidatos así como también temas más avanzados como

inducciones de varios puestos. La inducción al puesto es prioridad ya que le ofrece al empleado lineamientos y un panorama general de las expectativas y roles en la empresa.

La confidencialidad del manejo de información es de suma importancia en ésta área y con el objetivo de facilitar el acceso a ella se creó una base de datos con aspectos importantes de cada empleado que egresó de la empresa. La empresa está enfocada en reducir el consumo de papel que contribuye a la polución en general y a raíz de esto los archivos en físico se convirtieron en archivos digitales.

La comunicación fluida y correcta de los mensajes, principios y valores que tiene la empresa es donde juega un papel importante RRHH. Se pudo observar a gran escala como toda la comunicación se maneja frecuentemente mediante plataformas compartidas como The Nest de Nestlé, esto alimenta una actitud positiva por parte de los colaboradores y la alta gerencia a compartir sus experiencias y aprender unos de los otros.

Introducción

En el presente informe se describen los conocimientos tanto aplicados como obtenidos durante la práctica profesional en la empresa Nestlé Hondureña en el transcurso del 8 de abril al 26 de junio. Nestlé es una empresa de origen suizo reconocida a nivel global por la importancia que le dan a la calidad de vida mediante la inclusión de alimentos sanos a su dieta. La posición como soporte al área de Recursos Humanos buscó facilitar el acceso a cierta información en posesión y lograr mejorar las relaciones ya establecidas con la fuerza laboral interna y los clientes externos. La empresa se reubicó a un nuevo local el 25 de junio de este año y la meta fue brindar apoyo en cuanto a facilitar el traslado y recopilación de documentos importantes. De igual manera mediante las numerosas actividades se tuvo la oportunidad de dimensionar la importancia del área de trabajo y cómo ésta influye en el funcionamiento de las demás.

La experiencia de práctica profesional es relatada dentro de los cuatro capítulos siguientes. En el primer capítulo se presentarán los proyectos a realizar durante el periodo de práctica, junto con una pequeña reseña histórica de la empresa, su misión, visión, los principios de actividad empresarial por los cuales se rige Nestlé, el organigrama de la empresa y de su área de recursos humanos. En el segundo capítulo se expondrán las actividades que se realizaron, cómo fueron realizadas y la manera en la que beneficiaron al recurso humano y las demás áreas afectadas directamente. En el tercer capítulo se mencionan las propuestas de mejora y las propuestas implementadas, exponiendo como estas beneficiarían en un futuro si fuesen aplicadas. En el cuarto capítulo se proponen las recomendaciones hacia la empresa y las conclusiones finales una vez los conocimientos fueron aplicados y las actividades llevadas a cabo.

1. Capítulo I

1.1 Objetivos de la Práctica Profesional

1.1.1 Objetivo General.

Aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria durante la práctica profesional que permita enriquecer los procesos y el talento humano en el área de Recursos Humanos de Nestlé Hondureña.

1.1.2 Objetivos específicos.

1. Desarrollar talleres para mejorar las habilidades de acercamiento con el cliente y conocimiento del producto de los mercaderistas por medio de la Academia de Agentes Excepcionales que da prioridad al servicio al cliente.
2. Proponer una vista más amplia del perfil del puesto de un mercaderista para asegurar resultados óptimos de sus tareas asignadas.
3. Adquirir conocimientos necesarios de Recursos Humanos para lograr una buena comunicación entre las áreas y los colaboradores.
4. Apoyar las actividades recreativas en la empresa de manera que se logre un resultado exitoso que mejore la dinámica.

1.2 Datos Generales de la Empresa

1.2.1 Reseña Histórica

“A mediados de la década de 1860, Henri Nestlé, un farmacéuta entrenado, comienza a experimentar con varias combinaciones de leche de vaca, harina de trigo y azúcar, tratando de desarrollar un alimento infantil alternativo para las madres que no podían amamantar. Su meta era contribuir a combatir el problema de la mortalidad infantil debido a la malnutrición.

En 1885 un residente de Vevey, Daniel Meter, descubre cómo combinar leche y polvo de cacao para crear leche achocolatada. Peter, amigo y vecino de Henri Nestlé, crea una compañía que rápidamente se convierte en el productor líder mundial de chocolate y luego se fusiona con Nestlé. En 1882, el suizo Julius Maggi desarrolla el primer alimento que utiliza legumbres rápido de preparar y fácil de digerir.

Su sopa instantánea de petit pois y frijol ayuda a crear Maggi & Company. En el nuevo siglo, su compañía no sólo produce sopas en polvo, sino sazonadores en cubitos, salsas y saborizantes.”
(Nestlé Centroamérica)

1.2.2 Misión

“Nuestra misión es ser la compañía líder en Nutrición, Salud y Bienestar, ofreciendo alimentos y bebidas ricos y saludables, fomentando la importancia de adquirir estilos de vida saludables.”
(Nestlé Centroamérica)

1.2.3 Visión

“Convertirnos en la mejor Compañía de Nutrición, Salud y Bienestar de Honduras, conquistando al consumidor y ganando con nuestros clientes para obtener un crecimiento rentable, acelerado y sostenido.” (Nestlé)

1.2.4 Principios de actividad empresarial

“Los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé constituyen la base de nuestra cultura de empresa, que hemos ido desarrollando a lo largo de 140 años. Desde que Henri Nestlé desarrollara con gran éxito su “Harina Lacteada”, hemos construido nuestro negocio basándonos en el principio fundamental de que, para obtener beneficios a largo plazo para nuestros accionistas, no solo tenemos que satisfacer todos los requisitos legales aplicables y garantizar que todas nuestras actividades son sostenibles, sino que también tenemos que crear valor sustancial para la sociedad. En Nestlé a esto lo denominamos Creación de Valor Compartido.” (Brabeck-Letmathe & Bulcke, 2010)

1. Nutrición, Salud y Bienestar. Nuestro objetivo central es mejorar la calidad de vida de los consumidores día a día y en todos los lugares, ofreciéndoles una selección de alimentos y bebidas más sabrosas y saludables y fomentando un estilo de vida sano. Expresamos esta idea mediante nuestra propuesta “Good Food, Good Life”.

2. Garantía de calidad y seguridad de los productos. En todos los lugares del mundo, la marca Nestlé representa la promesa al consumidor de que sus productos son seguros y de calidad.

3. Comunicación con el consumidor. Tenemos el compromiso de mantener una comunicación responsable y fiable con el consumidor, que le capacite para ejercer su derecho a una elección informada y que promueva una dieta sana. Respetamos la privacidad del consumidor.

4. Derechos humanos en nuestra actividad empresarial. Apoyamos plenamente las directrices del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre los derechos humanos y el trabajo y pretendemos ofrecer un ejemplo de buenas prácticas laborales y de derechos humanos en todas nuestras actividades empresariales.

5. Liderazgo y responsabilidad personal. La clave de nuestro éxito está en nuestro personal. Mantenemos una actitud de dignidad y respeto mutuo y esperamos que todos nuestros empleados contribuyan a fomentar el sentido de la responsabilidad personal. Contratamos a personas

competentes y motivadas que respetan nuestros valores, les ofrecemos igualdad de oportunidades de desarrollo y promoción profesional, protegemos su privacidad y no toleramos ninguna forma de acoso o discriminación.

6. Seguridad y salud en el trabajo. Estamos comprometidos con la prevención de accidentes, lesiones y enfermedades relacionados con el trabajo y con la protección de nuestros empleados, contratistas y demás personas que intervienen en la cadena de valor.

7. Relaciones con proveedores y clientes. Exigimos a nuestros proveedores, agentes, subcontratistas y a sus empleados que demuestren honestidad, integridad y justicia, y que respeten nuestras normas, las cuales no son negociables. De la misma forma, nosotros estamos comprometidos en estos aspectos con nuestros clientes.

8. Agricultura y desarrollo rural. Contribuimos a mejorar la producción agrícola, el nivel social y económico de los agricultores, las comunidades rurales y los sistemas de producción para hacerlos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental.

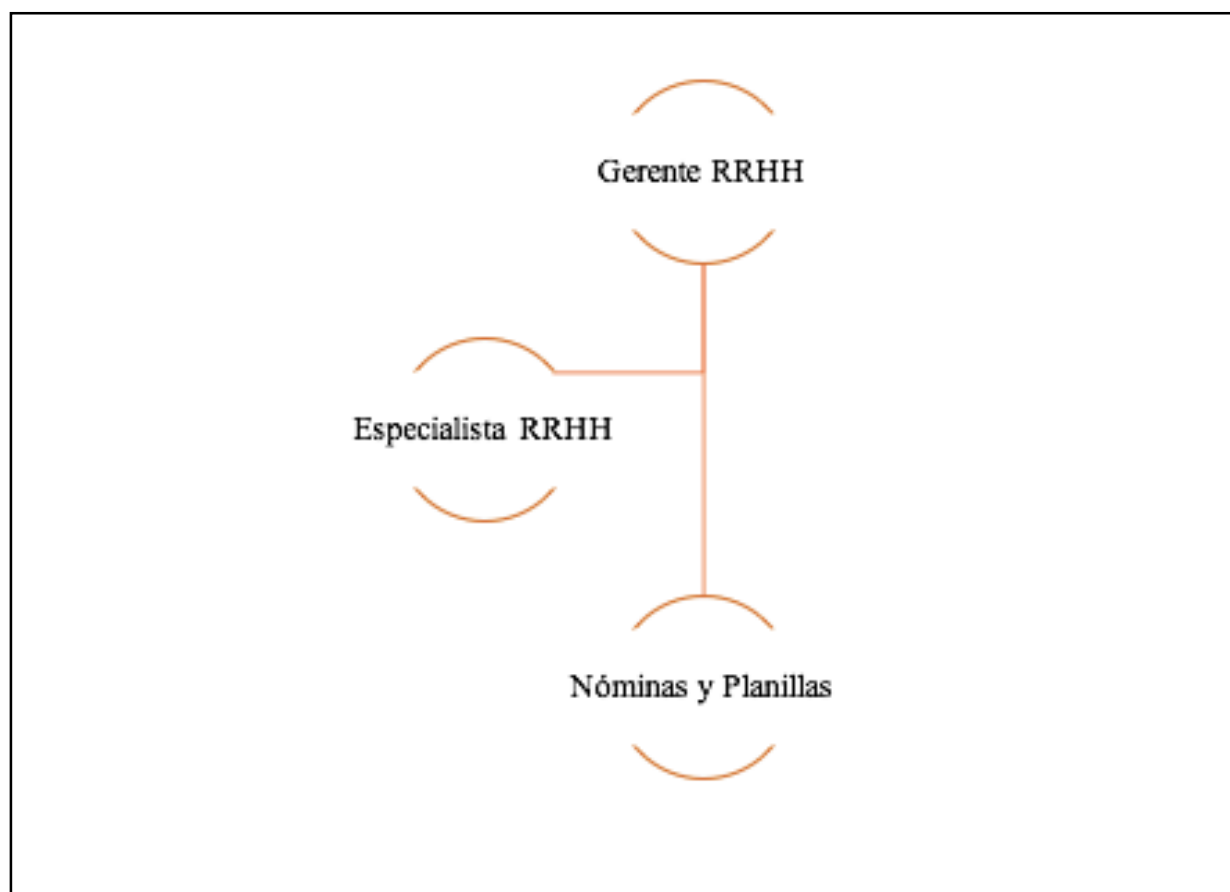
9. Sostenibilidad medioambiental. Estamos comprometidos con prácticas empresariales medioambientalmente sostenibles. Nos esforzamos por emplear de forma eficiente los recursos naturales en todas las fases del ciclo de vida de nuestros productos, favorecemos el uso de recursos renovables gestionados de forma sostenible y nuestro objetivo es alcanzar el “cero desperdicios”.

10. El agua. Nuestro compromiso consiste en utilizar el agua de forma sostenible y mejorar continuamente su gestión. Somos conscientes de que el mundo se enfrenta a un reto cada vez mayor y que es absolutamente necesaria una gestión responsable de los recursos hídricos por parte de todos los usuarios. (Brabeck-Letmathe & Bulcke, 2010)

1.2.5 Organigrama

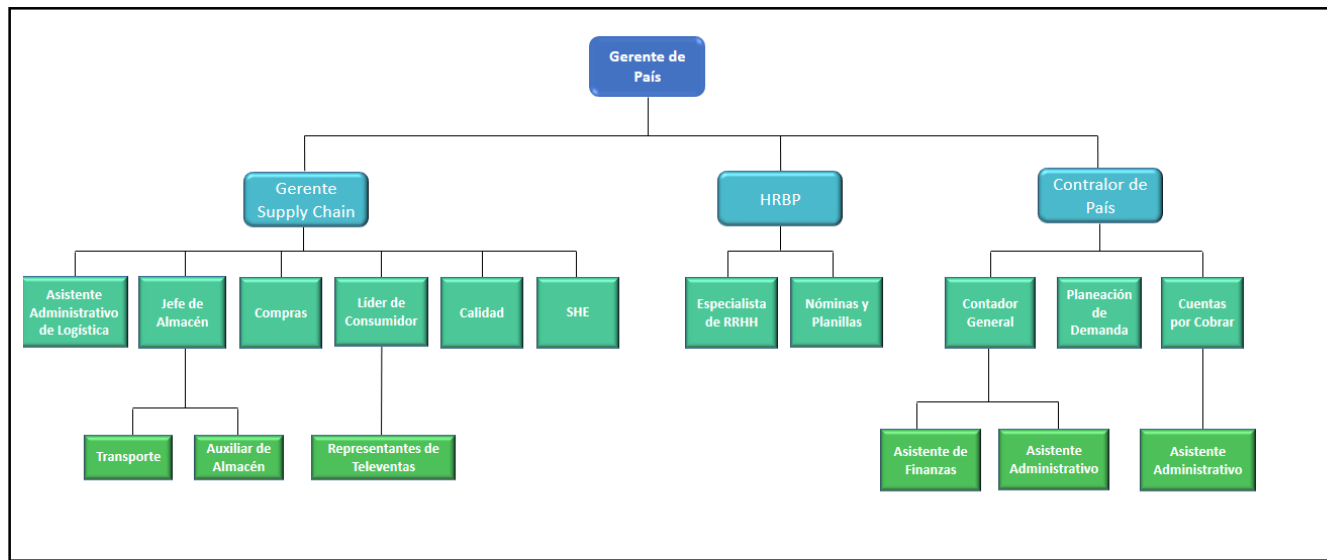
Los organigramas que se presentan a continuación detallan los puestos del área de RRHH como tal y de Nestlé Hondureña como organización. Siendo San Pedro Sula el centro de distribución principal la gerente de Recursos Humanos está ubicada aquí y recibe soporte de la especialista de RRHH desde Tegucigalpa y Nóminas y Planillas en San Pedro Sula.

Figura 1 Organigrama de Recursos Humanos



Fuente: Lic. Mónica Portillo, Nestlé

Figura 2 Organigrama Nestlé Hondureña



El segundo organigrama es el de la empresa en general y aunque no se entró mucho en detalle, es una vista general de cómo está organizada la empresa.

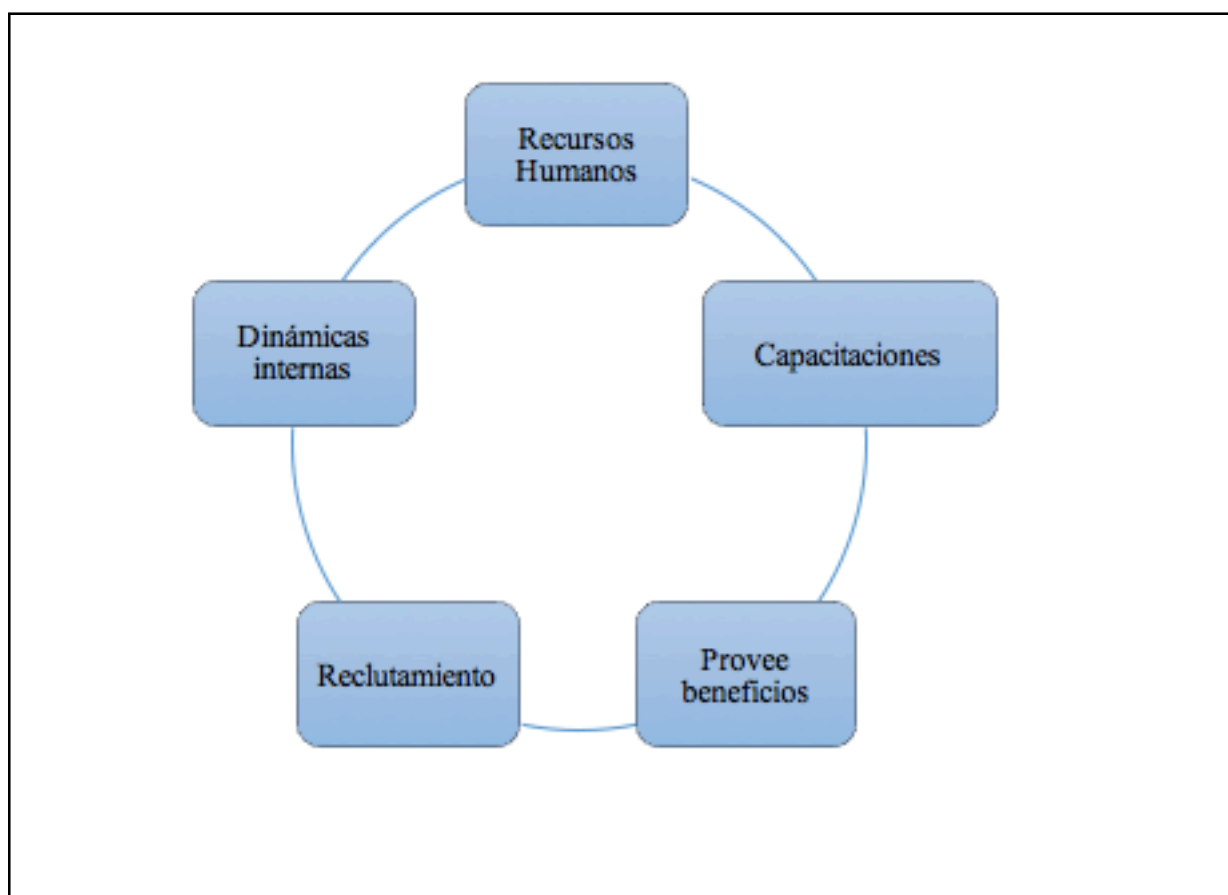
Fuente: Lic. Andrea Leverón, Nestlé

2. Capítulo II

2.1 Actividades Realizadas

El área de RRHH se encarga de estimular al personal de manera positiva mediante actividades recreativas, reclutar a candidatos idóneos para el puesto de trabajo, actividades de responsabilidad social, capacitaciones y beneficios que provee la empresa. Ésta área tiene contacto con todas las demás asegurando la comunicación fluida y un sentido de pertenencia y lealtad con la empresa.

Figura 3 Actividades de Recursos Humanos



Fuente: Lic. Andrea Leverón, Nestlé

2.1.1 Recopilación de fotos para programa Iniciativa de Jóvenes.

Desde 2015 Iniciativa por los Jóvenes es un compromiso de Nestlé orientada a contribuir en la preparación y capacitación de las próximas generaciones. A partir de este nuevo compromiso incrementaremos nuestro alcance para abarcar toda nuestra cadena de valor, desde el abastecimiento de materias primas hasta la fabricación y distribución de nuestros productos (Nestlé Centroamérica, s. f., párr. 3)

El objetivo es mostrar el involucramiento de los jóvenes estudiantes de práctica en las charlas informativas que se llevan a cabo (Ver Anexos Figura 4), dinámicas para mejorar relaciones y el ambiente de trabajo, y actividades celebrativas.

Con la ayuda de estas imágenes el área de Recursos Humanos podrá compilarlos y crear un video para mostrar la experiencia de los practicantes y de esta manera impulsar el programa Iniciativa de Jóvenes. Esta es una experiencia que la empresa quiere documentar y así animar a otras empresas a apostar por los jóvenes.

Las charlas informativas varían en temática, se hablaron sobre temas de reciclaje con el fin de lograr un centro de distribución Cero Residuos, charlas de invitados parte de la familia Nestlé y degustaciones de bebidas Nescafé en busca de retroalimentación y crítica constructiva.

2.1.2 Monitoreo programas inducción de nuevas contrataciones

“La inducción de los empleados implica proporcionar a los trabajadores nuevos la información básica sobre los antecedentes que requieren para trabajar en su organización; entre otras, las normas que la rigen” (Dessler & Varela, Administración de Recursos Humanos, 2010, pág. 308).

El proceso de inducción al puesto en la compañía es riguroso, puesto que éste tiene una duración de 4 días como mínimo que abarca cada área de la empresa, siempre enfocándose en lo más relevante para el puesto que se va ocupar. Se inicia con charlas de beneficios que la empresa ofrece e incentivos (no monetarios) que son parte del objetivo de mejorar la calidad de vida del

colaborador, charla de seguridad reglamentaria, temas de calidad y las marcas que se manejan en la empresa, finalmente se tiene una inducción al puesto que expone todas las tareas, actividades y expectativas a cumplir. La parte importante de cada inducción es que se habla directamente con la persona ocupante del puesto de ventas o recursos humanos por ejemplo y, por ende, se tiene un primer contacto directo con estas personas que se convertirán en compañeros de trabajo.

El objetivo de la actividad fue apoyar al área de Recursos Humanos recibiendo el personal de nuevas contrataciones a su primer día de inducciones, seguidamente monitorear el seguimiento de éstos planes de inducción de acuerdo a hora y lugar que se lleven a cabo.

2.1.3 Digitalizar documentos bajas 2014 – 2018

Artículo 448: Todos los comerciantes deberán conservar en forma ordenada por un período de (5) años, los libros de contabilidad y los libros y registros especiales, documentos, facturas, correspondencia enviada y recibida, así como antecedentes de los hechos generadores de la obligación tributaria o en su caso los programas, sub – programas y demás registros procesados mediante sistemas electrónicos o de computación. Asimismo, los comerciantes deberán hacer una expresa mención de los datos de su asiento registral en toda correspondencia y papelería que extiendan. (Congreso Nacional de La República de Honduras, 1987)

Esta actividad consistió en clasificar los archivos de baja de empleados con fecha de egreso a partir del 2014 y hasta el 2018. Por cumplimiento del artículo 448 de la Ley de Procedimiento Administrativo se requiere guardar información importante de los empleados de hasta 5 años de antigüedad (Ver Anexo Figura 5). Como primer paso se creó una hoja de excel por año donde se ingresaron datos importantes, por persona, como por ejemplo: nombre, número de cédula, fecha ingreso, fecha egreso y motivo de egreso.

Junto con el archivo de excel se creó una carpeta digital por cada empleado, que contenía el finiquito de solvencia del empleado y su terminación de contrato por motivo; ya fuera despido, renuncia voluntaria, mutuo acuerdo (si aplicaba) entre otras razones. Finalmente, los archivos en físico fueron clasificados por año de egreso y colocados en cajas de cartón para ser enviados al proveedor RANSA que es quien se encarga de guardar archivos para la compañía.

El objetivo fue poder reducir la cantidad de archivos en físico que se trasladarían al nuevo CD y obtener un fácil acceso a la información de los empleados anteriores en caso de requerirse.

2.1.4 Traducción de presentaciones PowerPoint

Esta actividad consistió en traducir el contenido de una presentación PowerPoint de inglés a español. El contenido era un taller sobre diversidad e inclusión, un tema muy actual e importante para la cultura organizacional de la empresa. El objetivo se alcanzó ya que el taller se llevó a cabo sin problema alguno.

Por lo general, la diversidad se refiere a la variedad o multiplicidad de características demográficas que caracterizan la fuerza de trabajo de una empresa, especialmente en términos de raza, género, cultura, origen nacional, discapacidad, edad y religión. Administrar la diversidad significa aumentar al máximo los beneficios potenciales de la diversidad para reducir al mínimo las posibles barreras que llegarían a socavar el desempeño de la empresa. (Dessler & Varela, 2010, pág. 61)

El equilibrio de género ha sido una prioridad para nosotros desde 2008, y nos ayudó a aumentar el número de mujeres en todos los niveles de la organización. Queremos ser una empresa equilibrada en términos de género al crear las condiciones propicias en nuestro entorno laboral para lograr aumentos anuales en el porcentaje de mujeres gerentes y líderes sénior. (Nestlé, s.f.)

2.1.5 Daily Operation Review (DOR)

La DOR es la actividad que se realiza cada mañana al iniciar las labores del día. El fin de esta reunión, de una duración de 15 minutos máximo, es compartir con los compañeros del área avances en los proyectos, puntos pendientes, cómo pueden mejorar, consejos de seguridad y finalmente la frase para motivar el movimiento Renova Nestlé. Renova Nestlé va en la búsqueda de transformar para crecer y la DOR es parte importante del proceso.

El beneficio de esta reunión es motivar a los compañeros a empeñarse en las tareas difíciles, proveer un apoyo y una perspectiva diferente en cuanto a la solución de problemas. La comunicación fluye entre colegas y es muy beneficioso para el recurso humano de la empresa.

La Empresa está comprometida con los siguientes valores que proceden de sus raíces suizas y mantienen la naturaleza dinámica de la Empresa: Relaciones personales basadas en la confianza y en el respeto mutuo. Esto supone el compromiso de alinear los hechos con las palabras, escuchar opiniones distintas y comunicar de forma abierta y sincera. (Bulcke, 2011, pág. 4)

2.1.6 Notisemana

En la actividad de una empresa, la Comunicación Interna responde a la necesidad específica de motivar e integrar a sus empleados en un entorno empresarial que a veces es cambiante. Desde este punto de vista, se trata de una herramienta que permite transmitir los objetivos a toda la organización, difundir sus políticas y construir una identidad de empresa en un clima de confianza y de motivación. (Estudio de Comunicación, 2014, pág. 31)

La notisemana comparte con Nestlé Centroamérica, por medio de la comunicación interna, actividades, foros, charlas y buenas noticias que hayan sucedido durante la semana. Se colaboró con el área de Recursos Humanos para recopilar presentaciones y fotos a incluir en cada edición nueva.

Esto se realizó con el objetivo de mantener al tanto a los demás y también motivar las buenas actitudes de cada CD y/o fábrica. Cabe mencionar también que cada edición incluye noticias de la región y son recopiladas digitalmente, en la empresa se trata de reducir la cantidad de papel utilizado.

2.1.7 Actualización actividades del puesto

La pregunta básica del gerente es: “¿Cómo saber cuáles son las obligaciones del puesto?”. La respuesta proviene, primero, del propio análisis del puesto, el cual debe mostrar qué hacen el cual

debe mostrar qué hacen ahora los empleados de cada posición. En segundo lugar, el gerente consulta diversas fuentes de información estandarizada para la descripción de puestos. (Dessler & Varela, 2010, pág. 163)

El puesto en cuestión fue el de un/a mercaderista, el/la mercaderista está en el área de ventas y son el primer punto de contacto directo con el cliente, esto automáticamente realza su importancia ya que el servicio al cliente es prioridad en la compañía. La lista de actividades actual detalla las mismas así como entregables cuantificables y una descripción del puesto.

El objetivo de esta actividad fue renovar la percepción que se tiene del mercaderista e impulsar la prioridad que estas personas tienen en el piso de ventas. La actividad consistió en recopilar actividades de un día entero de dos mercaderistas ejemplares y documentar esta información para corroborar si lo que está descrito en el puesto es lo que realmente hacen o si superan las expectativas y realizan más de lo que está establecido. Esta actualización también permitirá una mejor orientación en cuanto a la inducción de puesto de las nuevas contrataciones en la compañía.

Se acompañó a una mercaderista de canal tradicional, que incluye pulperías, abarroterías y demás y a una mercaderista de canal planificado como ser supermercados. Ambas tienen en teoría la misma cantidad de responsabilidades, sin embargo, las tareas y la agenda del día a día varía un poco. Esto es porque las encargadas en canal tradicional supervisan 3 o más bodegas en el día y 1 los sábados versus las mercaderistas de canal planificado que están en un supermercado durante la semana. Al recopilar esta información se pudo agregar a la lista de actividades ya establecidas.

2.1.8 Inventariado de mobiliario oficinas administrativas

Con el fin de agilizar el traslado de mobiliario al nuevo CD se hizo un inventariado de ciertas oficinas del área administrativa. Como primer paso se creó un archivo de excel que incluyera las fotografías de cada ítem en la oficina, luego se les asignó un número de inventario, se añadió la descripción de los mismos y por último la cantidad en existencia. Esta actividad logró facilitar el conteo del mobiliario y asegurar el orden del traslado.

2.1.9 Coordinación y agendado de entrevistas a candidatos

La coordinación y agendado de entrevistas a los candidatos fue directamente organizada con la gerente de RRHH acoplándose a su horario y de los potenciales candidatos. El objetivo de esta actividad fue facilitar las reuniones y el tiempo estipulado para cada persona. Se les contactó vía teléfono por motivos de coordinación y de igual manera se les dio seguimiento en cuando a contacto pre – entrevista y no hubiera problemas de transporte y/o atrasos.

3. Capítulo III

3.1 Propuesta de mejora

La propuesta de mejora se enfoca en darle prioridad al servicio al cliente que hoy en día es un factor diferenciador en todas las empresas. A continuación, se describe con detalles dicha propuesta, los antecedentes donde se observó la oportunidad de mejora, la descripción en sí de la propuesta y cómo ésta tendrá un impacto en la empresa.

3.1.1 Propuesta 1: Academia de Agentes Excepcionales

3.1.1.1 Antecedentes

La importancia que una compañía global como Nestlé le da al servicio al cliente es de notar y un puesto como el de un mercaderista es el primer contacto que la empresa como tal tiene con el consumidor. A raíz de la participación en una de las capacitaciones mensuales que se impartió en la empresa con los mercaderistas de Purina, se consideró la idea que el colaborador necesita una capacitación más dinámica y más orientada al servicio del consumidor de la que actualmente tiene.

En Nestlé hay una variedad de categorías que lo conforman: Culinarios, Cereales, Purina, Lácteos, Chocolate, Nutrición, Nestlé Professional y Café. Cada mercaderista se enfoca en su categoría específica y es prioridad que manejen fácilmente temas de diferenciaciones y beneficios de su producto versus la competencia, entre otras actividades relevantes que conlleva el puesto.

Por categoría, dependiendo del tamaño del grupo de mercaderistas y supervisores, realiza reuniones a lo largo del año y a nivel nacional para mantener al día con los productos y promociones a sus colaboradores. Por ejemplo, se analizó una reunión de un grupo grande como Culinarios que puede llegar a tener 85 mercaderistas o más para la zona norte y añadir otros 95 o más de la zona sur, llegando a un total de aproximadamente 180 personas a reunir y capacitar durante el año. Las capacitaciones en culinarios tienen jornadas de 9:00 a.m. a 12:00 p.m. realizadas cuatro veces al año. Actualmente, éstas reuniones de forma general desarrollan charlas como promoción de marca, temas de seguridad en el trabajo, ejecución en el Punto de Venta (PDV)

y temas de RRHH relacionados con los beneficios que ofrece la empresa. Para esta categoría el presupuesto de reunión oscila entre 100,000 a 200,000 lempiras normalmente, se comprende que por la magnitud de la reunión ésta no se puede llevar a cabo en las instalaciones de la compañía.

3.1.1.2 Descripción de la propuesta

A raíz de las oportunidades de mejora encontradas en cuanto a las capacitaciones de mercaderistas se logró dar un enfoque en dos temas que se desarrollarán en forma de talleres: taller de acercamiento al cliente y taller de defensa del producto.

La categoría que se tomó como referencia fue Purina, una categoría pequeña que la conforman un total de 20 impulsores distribuidos uniformemente en zona norte y centro-sur. Se logró participar en una de estas reuniones mensuales impartida por el jefe de categoría para observar el desarrollo de ésta. La agenda actual se desglosa en los puntos siguientes: hay un repaso de las diferentes marcas de la categoría con sus componentes y beneficios, seguido de un análisis de las marcas competidoras en cuanto a empaque. Luego se lleva a cabo una degustación de las marcas propias y de la competencia. Se instruye a los impulsores sobre las diferencias de los consumidores del producto, en este caso perros y gatos para luego continuar con la presentación de nueva imagen de producto, y finaliza con una sección de preguntas y sugerencias. (Ver Anexos Figura 6,7 y 8)

Se considera que aunque el programa sea completo en cuanto a contenido, no hay enfoque directo en el servicio al consumidor o cómo relacionarse con él de la manera apropiada, ni una forma dinámica y divertida para lograr aprender sobre los beneficios del producto y poder defender el mismo para captar la preferencia del consumidor del producto propio ante el de la competencia. El primer taller se enfocó en el servicio al consumidor y como tema del segundo taller la defensa del producto.

La propuesta que se presentó fueron dos talleres que se incluirían en las reuniones cada tres meses, alternando el taller 1 y 2 para un total de 4 talleres en el año. La duración actual de éstas reuniones es de dos horas iniciando a las 2pm y terminando a las 4pm. En la nueva propuesta, cada taller

tendría una duración de 60 minutos adicionales al horario establecido que resultaría en una reunión de 1:00 p.m. a 4:00 p.m.

El primer taller trata sobre el acercamiento al cliente mediante una dinámica de “Cliente y Mercaderista” por medio de la simulación de una situación en un supermercado o pulpería los voluntarios personificarán a los clientes, haciendo preguntas claves sobre el producto propio y sus beneficios versus la competencia y el mercaderista deberá estar preparado para contestar cualquier pregunta formulada. La actividad se realizaría en parejas o bien en grupos de tres personas dependiendo del tiempo disponible.

El segundo taller sobre defensa del producto consistiría en la elaboración de visuales creativos elaborados por los participantes por marca según la categoría, enlistando los componentes por medio de recortes, dibujos y fotografías para presentación a los compañeros y de esta manera visualizar más fácilmente los componentes importantes de los productos. De esta forma los impulsores se sentirán más motivados a aprender y de una forma más amena y dinámica.

La categoría de Purina actualmente no cuenta con un presupuesto establecido para las reuniones dado que la capacitación se lleva a cabo en las salas propias de la compañía y no se incurre en costos de alquiler de espacio. Lo que se incluyó en las cotizaciones fue un refrigerio para el día que se impartan los talleres, cotización de materiales a utilizar y el costo de una hora adicional impartida por la Jefe de Categoría.

Se cotizó con tres proveedores de comida con el objetivo de compartir con los colaboradores una vez finalizada la capacitación. Para la comparación de las cotizaciones hechas de comida se solicitó con Boquitas Patty y Hyatt Place. (Ver Anexos Figura 10 y 11) Para el análisis de costo de la propuesta se usó un aproximado de salario de 60,000 lempiras para un Category Sales Development Manager (CSD) de Nestlé Hondureña.

Tabla 1 *Total horas hombre Jefe de Categoría Nestlé*

Costo x hora x 1 empleado	Total de horas	Costo total horas/hombre
250 lempiras	1	250 lempiras

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente se hizo una cotización de materiales requeridos en “El mundo de los útiles” que se utilizarían en el segundo taller. (Ver Anexos Figura 9)

3.1.1.3 Impacto de la propuesta

El beneficio de implementar la propuesta sería mejorar la calidad de información que se transmite a los mercaderistas y que esto se refleje en su actitud y motivación para realizar sus actividades diarias. Con los talleres, los consumidores estarán muy bien informados y familiarizados con el producto Purina que podrán tomar decisiones inteligentes al comprar.

Esta propuesta tiene el fin de incrementar las ventas de nuestros productos varios para gatos y perros de la categoría Purina. De igual manera se busca reforzar la confianza del cliente en el producto e incrementar la fidelidad al producto y sus marcas.

Se resaltó la importancia y el enfoque en la ventaja competitiva del servicio al cliente en el mundo globalizado en el que vivimos con esta propuesta. Eso se debe a que cada día existen consumidores cada vez más curiosos, más exigentes y en busca de un servicio completo.

4. Capítulo IV

4.1 Conclusiones

Las conclusiones se desarrollaron acorde a los objetivos inicialmente planteados en el presente informe donde se afirma haberlos cumplido y aportado al área de RRHH-

1. Se logró comparar la lista de actividades actuales de un mercaderista con las nuevamente observadas llegando a la conclusión que a pesar de ser un mismo puesto, las actividades se llevan a cabo de distintas maneras dependiendo del canal (planificado o tradicional) en el que se trabaja, siempre con el mismo resultado.
2. Se desarrolló una visión clara por medio de los proyectos y tareas asignadas por la gerente de RRHH y el papel del practicante que le permitió agilizar procesos, reconocer la sensibilidad de los archivos manejados en esta área, mejorar resultados e incrementar la comunicación y bienestar entre los colaboradores de la empresa.
3. Se comprendió la importancia de las capacitaciones recientes con temas como la diversidad de la fuerza laboral y la inclusión sin prejuicios que imparte el área de RRHH por medio de apoyo en charlas y actividades y cómo éstas estimulan las aptitudes y actitudes del empleado con resultados muy positivos.
4. Se plantearon dos talleres enfocados en la mejora del servicio del consumidor por parte de los mercaderistas que estará en búsqueda de incrementar la lealtad con la categoría Purina y sus marcas de comida para animales y también como consecuencia un incremento en las ventas de los mismos.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones a la empresa

Motivar a los mercaderistas de nuevo ingreso como también a los permanentes al puesto a ser parte de la Academia de Agentes Excepcionales que desarrollan su creatividad mediante dinámicas, pequeños proyectos manuales y su disposición a atender al consumidor de una manera respetuosa, energética y correcta.

Fomentar una actitud positiva y concientizar al recurso humano sobre los beneficios que provee un ambiente de trabajo abierto a la diversidad para con sus colaboradores y la inclusión sin importar religión, partido político y demás prejuicios que se puedan tener entre los mismos.

Reforzar los valores de respeto mediante los cuales la empresa se ha forjado que motivan a crear un espacio compartido que sea sano y beneficioso entre las partes que colaboran juntas.

4.2.2 Recomendaciones a la universidad

Incluir en el plan de estudio cursado por el alumno una introducción a sistemas de gestión de información empresarial, ej. SAP, para orientación de los estudiantes en cuanto a la utilización y funciones del mismo ya que en las empresas transnacionales se aplica permanentemente.

Desarrollar las habilidades de criterio y evaluación de la toma de decisiones mediante proyectos en las clases cursadas a lo largo de la carrera para aplicar los conocimientos teóricos y que estos no se limiten al aplicarlos.

4.2.3 Recomendaciones al estudiante

Se le recomienda al estudiante invertir su tiempo y energía en adoptar las buenas costumbres de la empresa en la que esté realizando su práctica porque muestra la cultura organizacional de la misma.

El estudiante debe mostrar interés por siempre buscar mejorar los resultados, agilizar los procesos y aprender métodos novedosos a los que este expuesto, esto conlleva a una percepción diferente de las actividades de la empresa ya que no sólo se limitaría a acatar estas actividades sino también a mejorar la forma de hacerlas.

Se le recomienda al estudiante involucrarse socialmente con sus compañeros ya que estos son el recurso humano de la empresa y hacen que ésta sea exitosa. Fuera de lo reglamentario, el colaborador puede orientar al alumno a conocer las reglas no escritas de la empresa mejorando el conocimiento de la misma.

Bibliografía

- Brabeck-Letmathe, P., & Bulcke, P. (Junio de 2010). *Nestle Centroamerica*. Obtenido de <https://www.nestle-centroamerica.com/asset-library/documents/principios-corporativos-empresariales.pdf>
- Bulcke, P. (Septiembre de 2011). Los Principios de Gestión y Liderazgo de Nestlé. Vevey, Suiza. Congreso Nacional de La República de Honduras. (septiembre de 1987). Ley de Procedimiento Administrativo. Tegucigalpa, Honduras.
- Dessler, G., & Varela, R. (2010). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson Educación.
- Dessler, G., & Varela, R. (2010). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson Educación.
- Estudio de Comunicación. (Julio de 2014). Nueva Comunicación Interna en la Empresa. (E. d. Comunicación, Ed.) Madrid, España.
- GAIA. (s.f.). En camino hacia basura cero. (J. Castro, Trad.)
- Nestlé Centroamérica. (s.f.). Recuperado el 7 de mayo de 2019, de Nestlé: <https://www.nestle-centroamerica.com/aboutus>
- Nestlé Centroamerica. (s.f.). *NEstl*.
- Nestle. (s.f.). Descripción del cargo y perfil del puesto.
- Nestlé. (s.f.). *Jobs Nestlé*. Recuperado el 8 de junio de 2019, de Nestlé Global: <https://es.jobs.nestle.com/es/diversidad-e-inclusi%C3%B3n>
- Nestlé. (s.f.). *Visión*. Nestlé Hondureña, San Pedro Sula, Cortés, Honduras.
- Purina Latinoamérica. (s.f.). *Purina*. Recuperado el 13 de 6 de 2019, de <https://www.purina-latam.com/cam/hn/purina>
- SAP. (s.f.). Obtenido de SAP: <https://www.sap.com/latinamerica/about.html>

Glosario de Términos

1. Category Sales Development Manager: Jefe de Categoría.
2. Cero Residuos: Las prácticas de Basura Cero significan avanzar hacia un mundo en el que todos los materiales son utilizados en su máximo potencial y en el que las necesidades de las personas, trabajadores y comunidades sean integradas a un sistema que también proteja al medioambiente, de modo que nada se desperdicie. (GAIA)
3. Culinarios: parte de las categorías de Nestlé, incluye marcas como “Maggi”.
4. DOR: Reunión diaria de 15 minutos para actualizar a los colegas sobre las actividades que cada uno realiza.
5. Nestlé Professional: parte de las categorías Nestlé, incluye productos alimenticios en presentaciones grandes para utilizar en restaurantes, hoteles y más; también incluye máquinas dispensadoras de café.
6. Nutrición: parte de las categorías de Nestlé con fórmulas infantiles como “Nan”.
7. Purina: Fundada en 1894 como Robinson-Danforth, como una empresa productora de comida balanceada para animales, convirtiéndose en la primera empresa del mundo en ofrecer dichos productos. (Purina Latinoamérica, s.f.)
8. RANSA: proveedor local de almacenaje de documentos.
9. SAP: líder de mercado en software de aplicaciones para empresas, SAP ayuda a las organizaciones a combatir los efectos de la complejidad, generar nuevas oportunidades para la innovación y el crecimiento, y mantenerse a la delantera de la competencia. (SAP, s.f.)
10. The Nest: nombre de la plataforma interweb en Nestlé Global.
11. Mercaderistas: Garantizan la frescura y condiciones óptimas del producto en el punto de venta. (Nestle)

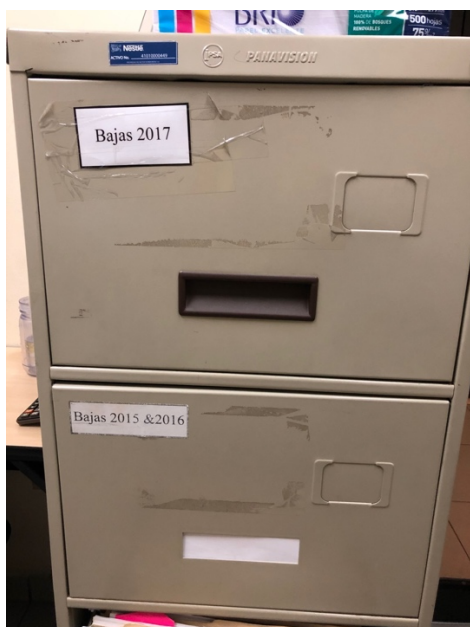
Anexos

Figura 4 Actividades Youth Nestlé



Fuente: Elaboración propia

Figura 5 Archivos Bajos 2014 - 2018



Fuente: Elaboración propia

Figura 6 Imagen 1 Reunión Impulsadoras Purina



Fuente: Elaboración propia

Figura 7 Imagen 2 Reunión Impulsadoras Purina



Fuente: Elaboración propia

Figura 8 Imagen 3 Reunión Impulsadoras Purina



Fuente: Elaboración propia

Figura 9 Costo total materiales taller

Tienda: El mundo de los útiles			
Cantidad	Descripción	Precio Unita	Subtotal
4	cartulina	12	48
2	tijeras	14	28
2	Pegamento Amigo	10	20
2	caja 24 marcadores	108	216
4	Paquete stickers letras	58	232
		Total	HNL544.00

Fuente: El mundo de los útiles

Figura 10 Costo total boquitas Patty

Cotización

Cantidad de personas	20
Variedad de boquitas	3

Descripción	Sub total	Total
Deditos de queso	10.00	200.00
Pinchos de queso y jamón	10.00	200.00
Mini sándwich	10.00	200.00
Total	30.00	600.00

Fuente: Boquitas Patty

Figura 11 Cotización Hyatt Place

HPRESO: 2019-06-20 12:28:02 | COTIZACIÓN NO. 00001837 REVISIÓN No. 0 | Página: 1 de 2

HYATT PLACE SAN PEDRO SULA

NIT. 08019007102928
Avenida Circunvalación 10 y 11 Calle, Colonia Trejo
PSE: 2570-7600



Cotización No. C00001837 Revision No.

Señor(es)
Nestle

Reciban un cordial saludo en nombre del **HYATT PLACE SAN PEDRO SULA**. Nos complace presentarles nuestra oferta de servicios para el evento que desean realizar en nuestras instalaciones.

Evento	Reunion de Trabajo	Fecha Revisión	Jueves 20 Junio de 2019
Fecha	Jueves 20 Junio de 2019	NIT	Nestle-0
Empresa	Nestle	Telefono	- Fax :
Dirección		Cargo	
Contacto	Laura Contreras	Tipo Evento	CORPORATIVOS - REUNIÓN DE TRABAJO
Email	laura.contreras@hn.nestle.com	Vencimiento	Viernes 28 Junio de 2019
Forma Pago	DEPOSITO DEL 50% CON LA FIRMA DE...		

Lunes 15 Julio de 2019

HYATT III			
Fecha	Lunes 15 Julio de 2019	Subtotal Especies	0.00
Hora de Inicio	01:00 pm	Descuento	0.00
Hora Final	04:00 pm	Impuesto (0.0%)	0.00
Montaje	MESA U		
No. Pax	20	Total	0.00

Observaciones:
Favor confirmar con un 50% de deposito para garantizar el evento y de preferencial pagar el 50% del restante 5 dias antes del evento. 2. Las formas de pago pueden ser presenciales por medio de tarjeta de credito, efectivo, cheque certificado o por medio de transferencia Bancaria a BAC CREDITMATIC 730360661 a nombre de Desarrollos Hoteleros de Honduras SA de CV, al tenerla, favor mandarla via correo para su aprobacion y firma en el departamento de contabilidad. 3. Consultar los permisos y prohibiciones de los eventos como ser: encortinados, cargos de horas extra por salon y meseros, cargos por danos, cancelaciones de eventos, horario de servicio y menu seleccionados, cambios y aumentos al momento del evento, entre otros aspectos. 4. Al estar de acuerdo con la cotización favor firmar y enviarla ya sea por medio de correo o presencial. 5. Considerar que si su evento se lleva acabo en un salon que tiene acceso a Terraza y esta esta ocupado o cerrado por instrucciones de Gerencia, no se podrá hacer ingreso a tal de manera que no se perturbe la comodidad y limites de ambos eventos. 6. Considerar que si se hacen aumento de invitados en el momento del evento, se hara un sobrecargo por aumento. Porcentaje definido por Gerencia.

ALIMENTOS						
Concepto	Cant.	Valor Unit.	Subtotal	Descuento	Impuesto	Total
BOCADILLOS	20	105.00	2,100.00	0.00	315.00	2,415.00
Empanada de carne						
Dedos de queso fritos						
Mini sandwich de pasta de pollo						
ESTACIÓN PERMANENTE DE CAFE CON GALLETAS POR PERSONA	20	105.00	2,100.00	0.00	315.00	2,415.00
Subtotal ALIMENTOS						4,830.00
SERVICIO 10.00%						420.00
TOTAL ALIMENTOS						5,250.00

Fuente: Hotel Hyatt Place

Yo _____, con número de cuenta _____ certifico que el informe elaborado como requisito de mi práctica profesional previo a la examinación del comité evaluador de la carrera de _____ ha sido redactado en base a experiencias personales y doy fe que no ha sido copiado parcial o totalmente del trabajos anteriormente presentados, excepto aquellas partes que han sido debidamente citadas y cuyos autores han sido reconocidos dentro del texto de mi informe.

Habiendo dado fe de lo anterior, me someto a las sanciones contempladas en el Reglamento de Disciplina, según lo establecido en el artículo 16:” *En el caso de fraude en exámenes y plagio en trabajos, tareas, investigaciones o proyectos, se sancionará además con la anulación total de su valor*”. Remitiéndose al Comité de Ética para la firma del acta correspondiente por falta grave, aceptando matricular proyecto de graduación en el periodo siguiente.

Nombre y Firma del alumno